

Commerciale

Svicom accelera su digitale e servizi per rilanciare retail e shopping center

La società chiude il 2021 in crescita, con un +20% di fatturato rispetto al 2020, pari a 11,5 milioni di euro, e un incremento del portfolio a 120 asset, per un totale di 1,6 milioni di mq di superficie commerciale utile

di Laura Cavestri

25 febbraio 2022



I punti chiave

- [Numeri e diversificazione di portafoglio](#)
- [Digital transformation](#)



Ascolta la versione audio dell'articolo

🕒 3' di lettura

Una forte accelerazione su investimenti digitali e modelli più “ibridi” di centri commerciali, con più ristoranti e servizi e meno negozi. Era l’asset più difficile da gestire nel corso della pandemia. Ma questo mix ha permesso a Svicom – gestore italiano specializzato soprattutto nel management retail e business – di chiudere il 2021 in crescita, con un +20% di fatturato rispetto al 2020 – 11,5 milioni di euro – e un incremento del portfolio a 120 asset, per un totale di 1,6 milioni di mq di superficie commerciale utile (Gla) in gestione.

Numeri e diversificazione di portafoglio

Numeri positivi che si riflettono anche sul potenziamento dell'organico: oltre 125 dipendenti, con il 53% di rappresentanza femminile e un'età media che si attesta al di sotto dei 40 anni. Il trend di crescita e diversificazione degli asset si conferma – addirittura accelera – anche nei primi mesi del 2022, con oltre 20 nuovi incarichi. Ha funzionato la forte diversificazione del portafoglio gestito che vede oltre 1 milione di mq Gla di shopping center, 368mila mq di retail parks, 64mila mq di uffici, 32mila mq di edifici commerciali e 64mila mq sotto la voce “”altro”. Voce che crescerà.

«Intendiamo – ha spiegato Fabio Porreca, *chairman* di Svicom – accelerare il processo di diversificazione incrementando le quote di uffici, residenziale, coworking e studentati, senza diminuire la nostra presenza nel nostro *asset core* che è quello dei centri commerciali. Del resto, la distinzione tra asset si sta facendo sempre meno netta. In questi mesi gli shopping center già si sono trasformati, aumentando gli spazi dedicati a ristorazione, intrattenimento ma anche servizi (da quelli sanitari agli spazi coworking)».

Di grande importanza l'accordo raggiunto con Kryalos Sgr, che ha conferito a Svicom il mandato di *property management* per i nove asset del Fondo ReItaly, tra i quali: Bicocca Village (Milano), 45° Nord (Moncalieri, Torino), Grotte Center (Camerano, Ancona). Progetti per i quali il Gruppo si occuperà anche del leasing e del technical management. In Piemonte, Svicom ha avviato quattro nuovi mandati di centre management per i centri commerciali Gli Archi (Alessandria), Le Torri (Avigliana, Torino), Il Castello (Nichelino, Torino) e Ipercoop Valenza (Valenza, Alessandria), consolidando il portfolio nella Regione. Tre nuovi incarichi anche in Emilia-Romagna con i mandati di property management, in capo alla controllata Svicom Gestioni Condominiali, per il centro commerciale Il Naviglio ed il parco commerciale I Pioppi, entrambi a Bomporto (in provincia di Modena) oltre al multilevel parking space della Mirandola (Mirandola, Modena). Con questi nuovi incarichi sale a quota 30 il portafoglio di asset gestiti dal Gruppo in Emilia-Romagna. Si è aggiunto anche l'incarico di property management del centro commerciale Le Torri di Livorno di proprietà di Tuscania Retail srl.

Digital transformation

Svicom si è anche imposta come uno dei principali protagonisti della digital transformation del Retail Real Estate, orientando i processi di innovazione su tre macroaree ben precise: gli immobili, i tenant, i consumatori. Nell'ambito del facility management il sistema BIM (*Building Information Modeling*) consente di "dialogare" con il building a partire dal suo modello 3D, per migliorare la gestione e la resa degli impianti nell'intero ciclo di vita dell'immobile, con due applicazioni concrete al Centro Commerciale Aura (Roma) e presso il Centro Carrefour di Pavia, dove è stato realizzato il "gemello digitale" dell'asset.

Pensato, invece, per i tenant, l'innovativo sistema Crm Mall Portal, nato con l'obiettivo di far convergere con maggiore efficacia ed efficienza in un unico ambiente digitale tutti i flussi informativi degli attori del centro commerciale. Ad oggi il sistema coinvolge 28 asset, per un totale di 1.600 tenant già attivi sulla piattaforma e oltre 10mila interazioni raggiunte in media ogni mese. Infine, l'esperienza della piattaforma *The Place To Do*, che consente ai clienti del centro commerciale di scegliere fra un caleidoscopio di iniziative ed attività fisiche oppure on demand, in un'ottica di iper-personalizzazione della shopping experience.

«Tutto il tema dei rincari delle materie prime, dell'aumento dell'inflazione e delle tensioni geopolitiche che andranno inevitabilmente a aggravare questo quadro può mettere in difficoltà – ha sottolineato Letizia Cantini, *general manager* di Svicom –. Sul lato dei tenant, continueremo a supportarli contrattualmente anche sul tema dei costi energetici. Per quanto riguarda i consumatori, aumenteremo le iniziative per "accompagnare" le vendite, con un piano di marketing e di advertising. Andremo a ridefinire l'identità dei centri commerciali».

«In questo anno così complesso – ha concluso Corrado Di Paolo, *general manager* di Svicom Agency – sono stati ricommercializzati oltre 35mila mq di superficie commerciale netta, gestite più di 600 negoziazioni, contrattualizzati più di 200 negozi e concretizzato anche nuove collaborazioni strategiche, come quella con Gabetti Agency per il raggiungimento di importanti obiettivi nel cluster high street in Italia».