



La sfida spagnola sullo shopping pedonale

Una delle principali aperture di nuovi centri commerciali in Europa è senza dubbio Torre Sevilla, un progetto di tipo mixed-use sito nel capoluogo andaluso. L'immobile è un imponente grattacielo che si compone di 24 piani ad uso ufficio, più 13 piani (gli ultimi) che ospitano un hotel. Il centro commerciale occupa il piano terra con circa 27mila mq di GLA. Tra le circa 80 unità spiccano Primark (5.000 mq), H&M, Mango, Springfield, Hunkemöller, JD Sport, FNAC, Flying Tiger Copenhagen e un IKEA di 150 metri quadri. L'offerta di ristorazione, denominata nel suo insieme El Brisolé, si sviluppa su 6.000 mq con una quindicina di attività. La location tipicamente urbana, distante circa 2 km dal centro storico, presuppone un flusso costante di traffico in prevalenza pedonale (70%). La popolazione residente nella fascia isocrona pedonale fino a 20 minuti conta circa 30mila abitanti, su un bacino complessivo che si avvicina al milione e mezzo di residenti (tab1). La concorrenza è rappresentata in primo luogo dalle principali strade del commercio nel centro storico di Siviglia, tra le vie Sierpe, Cuna, Velazquez e Tetuan. Quanto agli altri centri concorrenti spiccano Nervion Plaza (23.000 mq; 75 negozi; 11,5 milioni di visite nel 2017) e Los Arcos (44.000 mq; 88 negozi; 6,5 milioni di visite nel 2017)



Accedi ai contenuti extra tramite QR code

(tab2). Tra i nuovi progetti da tenere in considerazione per gli scenari futuri spicca Lagoh: sviluppato dal Gruppo Lar con apertura prevista nel 2019, dista 1 minuto di auto da Torre Sevilla e offrirà una GLA di 100mila metri quadri. Urbistat stima che Torre Sevilla possa generare un traffico medio annuo di circa 7,5-8,0 milioni di visite, trainata principalmente da Primark che da solo dovrebbe generarne circa tre. Per Lagoh, Urbistat prevede invece un traffico medio annuo di 11-11,5 milioni di visite, con un impatto negativo sulla performance di Torre Sevilla pari a circa -10%, portando il totale a circa 6,5-7 milioni di visite. ■

Tabella 1

Variabili	Bacino 00' - 30'	Comune di SEVILLA	PV di SEVILLA	Regione ANDALUCÍA	SPAGNA
Abitanti (n)	1.385.939	689.434	1.939.527	8.379.820	46.604.415
Famiglie (n)	507.665	262.992	714.515	3.163.185	18.408.031
Componenti medi della famiglia (n)	2,73	2,62	2,71	2,65	2,53
Femmine (%)	51,5	52,5	51,1	50,7	51,0
Maschi (%)	48,5	47,5	48,9	49,3	49,0
Stranieri (%)	3,6	4,4	3,2	7,2	9,8
Età media (Anni)	40,2	42,2	40,2	40,8	42,4
Forze lavoro (%)	48,6	50,3	48,9	48,2	49,2
Non forze lavoro (%)	51,4	49,7	51,1	51,8	50,8
Tasso disoccupazione	26,8	25,6	25,8	27,2	17,1
Reddito disponibile pro-capite (€)	13.728	15.422	12.434	11.983	15.269
Consumo pro-capite (€)	12.175	13.655	11.036	10.743	13.388

Tabella 2 CENTRI COMMERCIALI (>= 10.000 mq GLA) PRESENTI NEL BACINO DI UTENZA DEL CENTRO TORRE SEVILLA

MAPPA	INSEGNA	PR	COMUNE	GLA (MQ)	PDV (N)	VISITATORI ANNUI	ANNO APERTURA	DISTANZA (MINUTI)
1	CARREFOUR CAMAS ALJARAFE	Sevilla	Camas	26.000	45	7.500.000	1998	3
2	AIRESUR	Sevilla	Castilleja De La Cuesta	42.000	80	7.100.000	2004	5
3	CARREFOUR SAN JUAN DE AZNALFARACHE	Sevilla	San Juan De Aznalfarache	27.200	45	2.470.000	1985	7
4	MEGAOCIO	Sevilla	Bormujos	14.000	20	1.500.000	2002	8
5	METROMAR	Sevilla	Mairena Del Aljarafe	23.400	69	4.000.000	2006	10
6	CARREFOUR MACARENA	Sevilla	Sevilla	21.400	23	2.240.000	1992	11
7	NERVION PLAZA	Sevilla	Sevilla	22.450	75	11.500.000	1998	11
8	ALCAMPO SEVILLA	Sevilla	Sevilla	20.800	46	3.000.000	1990	11
9	LOS ARCOS	Sevilla	Sevilla	44.000	88	6.500.000	1992	12
10	CARREFOUR MONTEQUINTO	Sevilla	Sevilla	20.792	19	1.570.000	1999	13
11	CARREFOUR SAN PABLO	Sevilla	Sevilla	23.737	30	3.010.000	1979	14
12	ZONA ESTE	Sevilla	Sevilla	15.000	42	2.000.000	2006	17
13	CARREFOUR DOS HERMANAS	Sevilla	Dos Hermanas	19.152	19	4.000.000	1993	20
14	LOS ALCORES	Sevilla	Alcalá De Guadaíra	28.470	65	2.500.000	1995	23