

by INTERNEWS

Paola G. Lunghini

// NOTIZIE E COMMENTI DALL'INDUSTRIA IMMOBILIARE ITALIANA E INTERNAZIONALE //

Home In Primo Piano News dall'Italia News dall'Estero Editoriali Eventi Rapporti dall'Italia Rapporti dall'Estero

Awards People Ambiente Non Solo Real Estate Economia Immobiliare 45 Economia Immobiliare 46

MAPIC 2013: adieu tristesse ?

Publicato il 18 novembre 2013 in Primo Piano

di Paola G. Lunghini

(Prima puntata)



Come ben noto ha avuto luogo a Cannes dal 13 al 15 novembre la 19a edizione del MAPIC, Salone dedicato al real estate retail.

Erano belli e numerosi gli stand al Palais des Festivals e padiglione limitrofo ("Riviera" & "Lerin"), anche se vi apparivano – rispetto al florido passato – ampi spazi "vuoti", saggiamente però colmati dall'organizzazione Reed MIDEM con strutture di servizio: quattro sale convegni (oltre agli Auditorium dei piani superiori del Palazzo), business lounges, hospitality suites, aree di ristoro/relax/internet, area stampa, etc.

Un tempo atmosferico splendido (sole scintillante, cielo terso blu, temperatura mite, leggera brezza: gli elementi si erano coalizzati per farci credere che, anziché in autunno, eravamo già in primavera) ha accolto gli 8.300 delegati provenienti da 66 Paesi nel «most international MAPIC ever», come ha sottolineato nella tradizionale Conferenza Stampa di chiusura la bella Nathalie Depetro, la quale è Director della Fiera dal 2010 (ma ci lavora già dalla primissima edizione, correva l'anno 1995, e io c'ero. E ho continuato a esserci sino a questa volta, ininterrottamente).

Di codesti delegati, circa 2400 erano retailer (oltre 150 erano le società italiane presenti, tra cui Autogrill, Benetton, Brioni, Carpisa, Coin, Diesel, Dolce & Gabbana, Geox, Gucci, Illycaffè, Miroglio, Motivi, Pomellato, Stroili, Thun, Yamamay, *just to mention a few...*), con ben 400 brand partecipanti per la prima volta. A comprova del fatto che il MAPIC ha raggiunto la sua vera missione: ovvero quella di essere il più



Paola G. Lunghini
Direttore Responsabile

Tel. 02 725 296 11
paola.lunghini@mclink.it

Cerca: Cerca



efficace punto di incontro tra domanda e offerta di spazi commerciali/leisure nel mondo.

Le istituzioni finanziarie, che in questo meccanismo "dovrebbero" avere un ruolo fondamentale, sono state al MAPIC pressochè assenti: a comprova della circostanza che, evidentemente, esse hanno altro da fare.

Che tristezza.

Torniamo ai numeri: dopo la Francia – che da sempre è il Paese più rappresentato al Salone, giocando in casa – l'Italia si è confermata, come ormai da molti anni, al secondo posto: ho contato oltre 300 tra enti e società (tranquilli, la PA era a Cannes in dimensione minima, poco più di una decina di persone), con oltre 850 partecipanti tra "popolo degli stand" e visitatori. Cui va aggiunta la "pattuglia stampa" composta – oltre che da me, che ne son la decana – da una decina di colleghi, tutti di provenienza specialistica (Largo Consumo, MARK UP, AZ Franchising, Fashion, RE Real Estate, Monitor Immobiliare, e Daily RE). Altre testate non ne ho individuate: evidentemente, poiché nella retail real estate industry presente a Cannes si muovono complessivamente partite da moltissimi miliardi (euro-dollari – sterline, scegliete voi), talmente tanti che è impossibile farne il conto, la cosa ai giornali cosiddetti economici e/o generalisti, etc, la cosa dicevo, non interessa: è più facile e conveniente lavorare da casa, facendo se proprio proprio proprio si vuole, un veloce copy& past dei comunicati stampa pervenuti.

In compenso, la Press area del Palais pullulava di centinaia di giornalisti internazionali...

Che tristezza.

Tra gli espositori e i visitatori italiani, quasi tutti gli "immancabili": Arcoretail, BNP Paribas RE, Canali&C, Carrefour, CBRE, CNCC, Cogest Retail, Corio Italia, C&W, DEDEM, Draco, Eurocommercial Properties Italia, Euronics, Fashion District, Foruminvest Italia, Gallerie Commerciali, Henderson Global Investors, Italiana Centri Commerciali, IGD SIQ, Inter Ikea Centre Italia, JLL, Klepierre Italia, Larry Smith, Mediamarket, Mondojuve, Percassi Group, Pradera Italia, Praga Holding RE, Promocentro, Promos, REAG, Rustioni&Partners, Sircom, Sonae Sierra, Spazio Futuro, Svicom, solo per citarne alcuni e chiedendo scusa agli esclusi.

Il sentiment. L'atmosfera, comunque, non era male, in molti anzi questo MAPIC lo hanno definito un «ottimo Salone». Non sto parlando degli italiani, si capisce (i quali, comunque, qualche sorriso lo avevano stampato in faccia, speriamo in bene per il futuro), ma dei partecipanti internazionali che sono andata a sentire, e di cui vi parlerò nella seconda puntata di questo mio Raccontino.

Qui anticipo che i russi erano ovunque, numerosissimi e allegri. E addirittura un retailer russo (Adamas, gioielli) è stato lo sponsor dell'Opening Night Party all'Hotel Majestic: migliaia i "mapicers" che hanno preso parte alla serata. Ergo, a parte la "piazza pulita" di blinis (e altri cibi invero un po' misteriosi), alle nove di sera lo champagne era già terminato. Vini rossi e superalcolici no, per cui credo si sia fatto piuttosto tardi (io alle dieci di sera ero già scappata, non mi piace la disco music a tutto volume che solitamente di questi Party è parte integrante).

Highlight italiani. Molti dei nostri connazionali si sono resi protagonisti di eventi particolari o speciali:

-IGD SIQ ha sponsorizzato il "new retailers' cocktail", a inviti, organizzato in un' apposito spazio riservato del "Lerin", dove peraltro la nostra lingua non si sentiva. Essenziale ma esaustiva la presentazione del sempre simpaticissimo AD della Società, Claudio Albertini

-affollata la presentazione (presso l'Hotel Majestic) dell'annunciato ampliamento di "Oriocenter", a cura di Arcus Real Estate (Percassi) e CBRE. Salutati da Luca Percassi (che ha portato anche i greetings del suo babbo), gli invitati hanno assorbito i numeri illustrati da Gianni Saccani, Retail Director del Gruppo Percassi: la terza fase del Centro (che fu inaugurato nel 1998 e ampliato nel 2004) prevede 75 nuovi negozi su 30 mila metri quadrati, altri 2 mila parcheggi e un nuovo cinema da 14 schermi. In Sala anche Paolo Bottelli, sempre bello ma po' come dire *ingrigo* dalle nuove responsabilità in Blackstone. Inutile dire che la "Pelliccioli family" – composta da ben quattro unità – gli si è buttata subito addosso. Mi auguro che l'ex top manager di Pirelli RE nulla abbia loro dichiarato circa le prossime strategie d'investimento del Gruppo americano. A me ha solo dato l'indirizzo del suo nuovo ufficio milanese...

-ancora più affollata la presentazione (pardon, il buffet lunch perché presentazione non ci fu, sempre presso il Majestic e alla stessa ora dell'altro incontro supra) del "Destination Center" – sito nel romano quartiere Laurentino – e denominato "Maximo": oltre 60 mila metri quadrati di GLA, 150 negozi (10 medie superfici, 20 tra ristoranti e bar), ipermercato, 3 mila parcheggi, etc etc. Pare che tutto avrà inizio nel 2014. E io dico «che sia la volta buona?» perché di ciò sento parlare da mo'. Ad accogliere gli ospiti (tra cui brillava l'avvocato Olaf Schmidt, DLA Piper) c'era Luca Parnasi in persona (l'iniziativa è di Parsitalia, di cui Luca è AD, ed è commercializzata da C&W). Ho salutato quelli che tra i presenti conosco, e me ne sono andata in fretta: il buffet era stato organizzato in un Salone al primo piano del grande albergo, e a me le sale cieche sollecitano un po' di claustrofobia. Inoltre, non sopporto di assaggiare tartine con salmone e altre squisitezze, accompagnandole solo con succo d'arancia e coca cola.

-Corio ha come sempre riservato la propria "special relationship merits special attention" all'esclusivo "Wine Tasting Event" al Carlton, in cui c'era questa volta una selezione «very promising, from highly



Boutique of the Advisory



Value in every square



respected grand cru classés to new rising stars». Il tutto accompagnato dai deliziosi e raffinatissimi manicaretti che il più famoso tra gli Hotel della Croisette sa davvero come ben preparare...Sempre un onore, per me, esserci ! E ancora un caloroso e pubblico ringraziamento per l' invito agli amici carissimi di Corio Italia!

-DEDEM e CNCC hanno accolto la consueta grande quantità di amici e associati al sempre ruscitissimo (e doppio) " Porchetta Party". Dove si assaggiano porchetta e salamini, si bevono vini dei Castelli e non solo , e soprattutto si sta bene insieme : con la regia di Roberto Folgori ed Elena Bruni (DEDEM) , e Teresa Sommonte e Rossella Barile (CNCC).

-una delle pochissimissime barche ormeggiate in porto era "italiana" : trattavasi di Finim/CST .

-Larry Smith- che quest' anno festeggia i 30 anni di attività, ha conquistato una delle postazioni più ambite del Salone (quelle affacciate sulla " spina centrale " del Palais) e ha distribuito la propria Newsletter multilingue , russo compreso. Bravi!

-Promos, che l' anno passato aveva imbandierato tutto il Palais con il giallo di " Scalo Milano" , ha preferito accogliere i prospettici clienti nell' intimità di una discreta e defilata Hospitality Suite.

-Cogest Retail si è resa protagonista di una bella festa per i 20 anni di attività del Gruppo (con maxi-torta e spumante allo stand) ; e pure di una iniziativa benefica. Ha infatti dotato tutti coloro che si sono prestati all' " esperimento" di un piccolo contapassi. Molti volontari hanno volentieri accolto la divertente idea ! Che non è fine a se stessa, ma produrrà fondi a favore di Telethon. Attendo da Carmen Chierogato, AD di Cogest Retail, i numeri conclusivi , per tornarci sopra con la giusta attenzione.

-Arcoretail, in combinato disposto con Agrivillage, ha attirato moltissimi riflettori: ma ancor di più ne ha attirati con il progetto cinese " Jihua Park", di cui dirò nella prossima puntata . Straordinario !

- è ritornata a Cannes dopo molto tempo Grandi Stazioni, che ha presentato in un breve convegno le prossime valorizzazioni all' interno delle stazioni di Milano, Roma Napoli e Bologna.

-CNCC ha organizzato una Conferenza Stampa per presentare i vincitori dei "CNCC Award" : i vincitori saranno premiati durante il tradizionale " Gala Dinner" dell' Associazione, che si svolgerà l' 11 dicembre a Milano (presso " East End Studios" di via Mecenate. Dopo la Cerimonia di consegna dei premi, ci sarà l' " After Dinner Party" : overo, scateniamoci nelle danze !)

-la rivista RE Real Estate ha organizzato un piccolo ma ben riuscito incontro su " The leisure revolution" (le sale cosiddette Auditorium ai piani alti del Palais sono atroci, ma pazienza !)

-CNCC- in collaborazione con Quotidiano Immobiliare – ha organizzato un convegno su " Italy, a will to re-start", overo " voglia di ripartire ". Sala tutta piena , gente in piedi. Solo italiani. A corto evidentemente di argomenti, il moderatore Guglielmo Pelliccioli (fondatore di Quotidiano Immobiliare) si è appellato a Papa Francesco . Non vedo l' ora di vedere Guglielmo indossare – anzicchè dieci sfumature di grigio in un unico abito – il francescano " saio " dal Papa citato... Guest speaker d' eccezione del convegno è stato Giovanni Cobolli Gigli, Presidente Federdistribuzione. E' arrivato, ha dato numeri che tutti già conosciamo da tempo , ha parlato per mezz' ora di scenari eco-fin e di politica, e si è dileguato tra gli applausi (oddio, forse il mio non c'è stato...) .

-Fabio Porreca ha partecipato come Leasing Partner di DI, alla conferenza di presentazione del primo Design Outlet in Libano : " Centerfalls", che porta la firma del milanesissimo – ancorchè basato a Londra- architetto Davide Padoa, CEO di Design International. Un centro , quello in Libano, che appena appena all' inizio del cantiere ha già cominciato a spazzolare Award internazionali (cfr " Best Retail Architecture – Arabia" a Dubai, lo scorso 25 ottobre).

-Arcus Real Estate ha presentato " Sicilia Outlet Village " nel corso di un affollato " speed matching meeting" il pomeriggio del 14 novembre. La pur ottima presentazione a cura di Victor Busser, GM di Arcus RE non è stata però sufficiente a vincere un MAPIC Award (l' Outlet era l' unico candidato italiano agli ambiti riconoscimenti , nella categoria " Best Factory Outlet Centre ").

-la più interessante fra le conferenze cui sono riuscita a intervenire (nella tre giorni di Cannes si riesce a fare molto poco rispetto a ciò che si vorrebbe) è stata comunque quella dedicata a " Gourmet food going global". Al panellist Alessandro Bonfiglioli, GM di CAAB scpa, che ha parlato di " Eataly" in generale e ha presentato il futuro " Eataly World" di Bologna, sono andate tutte le domande dalla Sala al termine della applauditissima presentation; e - finito il breve convegno – c' era la coda di persone che volevano anche solo conoscerlo e stringergli la mano.

Ovviamente – per una cosa così importante e bella – la Sala era bella piena ma, di italiani, eravamo mi pare in quattro.

Che tristezza.

Come ben noto ha avuto luogo a Cannes dal 13 al 15 novembre la 19a edizione del MAPIC , Salone dedicato al real estate retail .



Paola G. Lunghini

Direttore Responsabile
di "Economia Immobiliare"

Responsabile Ufficio Stampa
di EIRE - Expo Italia Real Estate
www.eire.mi.it

Indirizzi e contatti
Via Nerino 5
20123 Milano
Tel. 02 725 296 11 / Fax 02 864 525 97

email:
paola.lunghini@mclink.it

P.IVA di by Internews:
04865040960



Erano belli e numerosi gli stand al Palais des Festivals e padiglione limitrofo ("Riviera" & "Lerin"), anche se vi apparivano – rispetto al florido passato – ampi spazi "vuoti", saggiamente però colmati dall'organizzazione Reed MIDEM con strutture di servizio: quattro sale convegni (oltre agli Auditorium dei piani superiori del Palazzo), business lounges, hospitality suites, aree di ristoro/relax/internet, area stampa, etc.

Un tempo atmosferico splendido (sole scintillante, cielo terso blu, temperatura mite, leggera brezza: gli elementi si erano coalizzati per farci credere che, anziché in autunno, eravamo già in primavera) ha accolto gli 8.300 delegati provenienti da 66 Paesi nel «*most international MAPIC ever*», come ha sottolineato nella tradizionale Conferenza Stampa di chiusura la bella Nathalie Depetro, la quale è Director della Fiera dal 2010 (ma ci lavora già dalla primissima edizione, correva l'anno 1995, e io c'ero. E ho continuato a esserci sino a questa volta, ininterrottamente).

Di codesti delegati, circa 2400 erano retailer (oltre 150 erano le società italiane presenti, tra cui Autogrill, Benetton, Brioni, Carpisa, Coin, Diesel, Dolce&Gabbana, Geox, Gucci, Illycaffè, Miroglio, Motivi, Pomellato, Stroili, Thun, Yamamay, *just to mention a few...*), con ben 400 brand partecipanti per la prima volta. A comprova del fatto che il MAPIC ha raggiunto la sua vera missione: ovvero quella di essere il più efficace punto di incontro tra domanda e offerta di spazi commerciali/leisure nel mondo.

Le istituzioni finanziarie, che in questo meccanismo "dovrebbero" avere un ruolo fondamentale, sono state al MAPIC pressoché assenti: a comprova della circostanza che, evidentemente, esse hanno altro da fare.

Che tristezza.

Torniamo ai numeri: dopo la Francia – che da sempre è il Paese più rappresentato al Salone, giocando in casa – l'Italia si è confermata, come ormai da molti anni, al secondo posto: ho contato oltre 300 tra enti e società (tranquilli, la PA era a Cannes in dimensione minima, poco più di una decina di persone), con oltre 850 partecipanti tra "popolo degli stand" e visitatori. Cui va aggiunta la "pattuglia stampa" composta – oltre che da me, che ne son la decana – da una decina di colleghi, tutti di provenienza specialistica (Largo Consumo, MARK UP, AZ Franchising, Fashion, RE Real Estate, Monitor Immobiliare, e Daily RE). Altre testate non ne ho individuate: evidentemente, poiché nella retail real estate industry presente a Cannes si muovono complessivamente partite da moltissimi miliardi (euro-dollari – sterline, scegliete voi), talmente tanti che è impossibile farne il conto, la cosa ai giornali cosiddetti economici e/o generalisti, etc, la cosa dicevo, non interessa: è più facile e conveniente lavorare da casa, facendo se proprio proprio proprio si vuole, un veloce copy& past dei comunicati stampa pervenuti.

In compenso, la Press area del Palais pullulava di centinaia di giornalisti internazionali...

Che tristezza.

Tra gli espositori e i visitatori italiani, quasi tutti gli "immancabili": Arcoretail, BNP Paribas RE, Canali&C, Carrefour, CBRE, CNCC, Cogest Retail, Corio Italia, C&W, DEDEM, Draco, Eurocommercial Properties Italia, Euronics, Fashion District, Foruminvest Italia, Gallerie Commerciali, Henderson Global Investors, Italiana Centri Commerciali, IGD SIQ, Inter Ikea Centre Italia, JLL, Klepierre Italia, Larry Smith, Mediamarket, Mondojuve, Percassi Group, Pradera Italia, Praga Holding RE, Promocentro, Promos, REAG, Rustioni&Partners, Sircom, Sonae Sierra, Spazio Futuro, Svicom, solo per citarne alcuni e chiedendo scusa agli esclusi.

Il sentiment. L'atmosfera, comunque, non era male, in molti anzi questo MAPIC lo hanno definito un «ottimo Salone». Non sto parlando degli italiani, si capisce (i quali, comunque, qualche sorriso lo avevano stampato in faccia, speriamo in bene per il futuro), ma dei partecipanti internazionali che sono andata a sentire, e di cui vi parlerò nella seconda puntata di questo mio Raccontino.

Qui anticipo che i russi erano ovunque, numerosissimi e allegri. E addirittura un retailer russo (Adamas, gioielli) è stato lo sponsor dell'Opening Night Party all'Hotel Majestic: migliaia i "mapicers" che hanno preso parte alla serata. Ergo, a parte la "piazza pulita" di blinis (e altri cibi invero un po' misteriosi), alle nove di sera lo champagne era già terminato. Vini rossi e superalcolici no, per cui credo si sia fatto piuttosto tardi (io alle dieci di sera ero già scappata, non mi piace la disco music a tutto volume che solitamente di questi Party è parte integrante).

Highlight italiani. Molti dei nostri connazionali si sono resi protagonisti di eventi particolari o speciali:

-IGD SIQ ha sponsorizzato il "new retailers' cocktail", a inviti, organizzato in un apposito spazio riservato del "Lerin", dove peraltro la nostra lingua non si sentiva. Essenziale ma esaustiva la presentazione del sempre simpaticissimo AD della Società, Claudio Albertini

-affollata la presentazione (presso l'Hotel Majestic) dell'annunciato ampliamento di "Oriocenter", a cura di Arcus Real Estate (Percassi) e CBRE. Salutati da Luca Percassi (che ha portato anche i greetings del suo babbo), gli invitati hanno assorbito i numeri illustrati da Gianni Saccani, Retail Director del Gruppo Percassi: la terza fase del Centro (che fu inaugurato nel 1998 e ampliato nel 2004) prevede 75 nuovi negozi su 30 mila metri quadrati, altri 2 mila parcheggi e un nuovo cinema da 14 schermi. In Sala anche Paolo Bottelli, sempre bello ma po' come dire *ingrigo* dalle nuove responsabilità in Blackstone. Inutile

dire che la "Pelliccioli family" – composta da ben quattro unità – gli si è buttata subito addosso. Mi auguro che l'ex top manager di Pirelli RE nulla abbia loro dichiarato circa le prossime strategie d'investimento del Gruppo americano. A me ha solo dato l'indirizzo del suo nuovo ufficio milanese...

-ancora più affollata la presentazione (pardon, il buffet lunch perché presentazione non ci fu , sempre presso il Majestic e alla stessa ora dell' altro incontro supra) del " Destination Center "- sito nel romano quartiere Laurentino – e denominato " Maximo": oltre 60 mila metri quadrati di GLA, 150 negozi (10 medie superfici, 20 tra ristoranti e bar), ipermercato, 3 mila parcheggi, etc etc. Pare che tutto avrà inizio nel 2014. E io dico «che sia la volta buona?» perché di ciò sento parlare da mo'. Ad accogliere gli ospiti (tra cui brillava l' avvocato Olaf Schmitd, DLA Piper) c' era Luca Parnasi in persona (l' iniziativa è di Parsitalia, di cui Luca è AD , ed è commercializzata da C&W). Ho salutato quelli che, tra i presenti, conosco, e me ne sono andata in fretta : il buffet era stato organizzato in un Salone al primo piano del grande albergo, e a me le sale cieche sollecitano un po' di claustrofobia. Inoltre, non sopporto di assaggiare tartine con salmone e altre squisitezze, accompagnandole solo con succo d' arancia e coca cola.

-Corio ha come sempre riservato la propria " special relationship merits special attention" all' esclusivo " Wine Tasting Event" al Carlton, in cui c' era questa volta una selezione « very promising, from highly respected grand cru classés to new rising stars». Il tutto accompagnato dai deliziosi e raffinatissimi manicaretti che il più famoso tra gli Hotel della Croisette sa davvero come ben preparare...Sempre un onore, per me, esserci ! E ancora un caloroso e pubblico ringraziamento per l' invito agli amici carissimi di Corio Italia!

-DEDEM e CNCC hanno accolto la consueta grande quantità di amici e associati al sempre riuscitissimo (e doppio) " Porchetta Party". Dove si assaggiano porchetta e salamini, si bevono vini dei Castelli e non solo , e soprattutto si sta bene insieme : con la regia di Roberto Folgori ed Elena Bruni (DEDEM) , e Teresa Sommonte e Rossella Barile (CNCC).

-una delle pochissimissime barche ormeggiate in porto era "italiana" : trattavasi di Finim/CST .

-Larry Smith- che quest' anno festeggia i 30 anni di attività, ha conquistato una delle postazioni più ambite del Salone (quelle affacciate sulla " spina centrale " del Palais) e ha distribuito la propria Newsletter multilingue , russo compreso. Brav!

-Promos, che l' anno passato aveva imbandierato tutto il Palais con il giallo di " Scalo Milano", ha preferito accogliere i prospettici clienti nell' intimità di una discreta e defilata Hospitality Suite.

-Cogest Retail si è resa protagonista di una bella festa per i 20 anni di attività del Gruppo (con maxi-torta e spumante allo stand) ; e pure di una iniziativa benefica. Ha infatti dotato tutti coloro che si sono prestati all' " esperimento" di un piccolo contapassi. Molti volontari hanno volentieri accolto la divertente idea ! Che non è fine a se stessa, ma produrrà fondi a favore di Telethon. Attendo da Carmen Chierogato, AD di Cogest Retail, i numeri conclusivi dell' iniziativa per tornarci sopra con la giusta attenzione.

-Arcoretail, in combinato disposto con Agrivillage, ha attirato moltissimi riflettori: ma ancor di più ne ha attirati con il progetto cinese " Jihua Park", di cui dirò nella prossima puntata . Straordinario !

- è ritornata a Cannes dopo molto tempo Grandi Stazioni, che ha presentato in un breve convegno le prossime valorizzazioni all' interno delle stazioni di Milano, Roma Napoli e Bologna.

-CNCC ha organizzato una Conferenza Stampa per presentare i vincitori dei "CNCC Award" : i vincitori saranno premiati durante il tradizionale " Gala Dinner" dell' Associazione, che si svolgerà l' 11 dicembre a Milano (presso " East End Studios" di via Mecenate. Dopo la Cerimonia di consegna dei premi, ci sarà l' " After Dinner Party" : overo, scateniamoci nelle danze !)

-la rivista RE Real Estate ha organizzato un piccolo ma ben riuscito incontro su " The leisure revolution" (le sale cosiddette Auditorium ai piani alti del Palais sono atroci, ma pazienza !)

-CNCC- in collaborazione con Quotidiano Immobiliare – ha organizzato un convegno su " Italy, a will to re-start", overo " voglia di ripartire ". Sala tutta piena , gente in piedi. Solo italiani. A corto evidentemente di argomenti, il moderatore Guglielmo Pelliccioli (fondatore di Quotidiano Immobiliare) si è appellato a Papa Francesco . Non vedo l' ora di vedere Guglielmo indossare – anzicchè dieci sfumature di grigio in un unico abito – il francescano " saio " dal Papa citato... Guest speaker d' eccezione del convegno è stato Giovanni Cobolli Gigli, Presidente Federdistribuzione. E' arrivato, ha dato numeri che tutti già conosciamo da tempo , ha parlato per mezz' ora di scenari eco-fin e di politica, e si è dileguato tra gli applausi (oddio, forse il mio non c'è stato...).

-Fabio Porreca ha partecipato come Leasing Partner di DI, alla conferenza di presentazione del primo Design Outlet in Libano : " Centerfalls", che porta la firma del milanesissimo – ancorchè basato a Londra- architetto Davide Padoa, CEO di Design International. Un centro , quello in libano, che appena appena all' inizio del cantiere ha già cominciato a spazzolare Award internazionali (cfr " Best Retail Architecture – Arabia" a Dubai, lo scorso 25 ottobre).

-Arcus Real Estate ha presentato " Sicilia Outlet Village " nel corso di un affollato " speed matching meeting" il pomeriggio del 14 novembre. La pur ottima presentazione a cura di Victor Busser, GM di Arcus RE non è stata però sufficiente a vincere un MAPIC Award (l' Outlet era l' unico candidato italiano agli ambiti riconoscimenti , nella categoria " Best Factory Outlet Centre ").

-la più interessante fra le conferenze cui sono riuscita a intervenire (nella tre giorni di Cannes si riesce a fare molto poco rispetto a ciò che si vorrebbe) è stata comunque quella dedicata a " Gourmet food going

global". Al panellist Alessandro Bonfiglioli, GM di CAAB scpa, che ha parlato di "Eataly" in generale e ha presentato il futuro "Eataly World" di Bologna, sono andate tutte le domande dalla Sala al termine della applauditissima presentation; e - finito il breve convegno - c'era la coda di persone che volevano anche solo conoscerlo e stringergli la mano.

Ovviamente - per una cosa così importante e bella - la Sala era bella piena ma, di italiani, eravamo mi pare in quattro.

Che tristezza.



13 novembre, ore 11.00: Lo stato maggiore della Reed MIDEM taglia il nastro del MAPIC 2013, insieme a Rekesha Sharma (al centro) dell' Ambasciata indiana in Francia. Alla sua sinistra, Nathalie Depetro, Director del MAPIC

Previous Post

Servizi agli anziani : in Francia Korian e Medica annunciano il progetto di fusione

Next Post

Henderson Property rafforza il team italiano

by **INTERNEWS**

No Facebook, No Twitter... Grazie!

Home
Old Website
Primo Piano
Lettere Aperte di Paola G. Lunghini
People
Racconti di Paola G. Lunghini
Rapporti/Analisi
Recensioni

Awards
Ambiente
Real Estate Pets
Non Solo RE
Editoriali
Eventi
Interviste di Paola G. Lunghini
Economia
Immobiliare