

LA FAMILY COMPANY ITALIANA REGINA DEGLI OUTLETS

Promos guarda al futuro con una nuova strategia di espansione

di Marco Luraschi



.....
**Il gruppo Promos
è partito nel 1990
sviluppando centri
commerciali di
tipo classico**

Il territorio da preservare e valorizzare, l'orgoglio di essere una family company che opera e cresce da oltre 30 anni nello stesso settore e la voglia creare valore economico e sociale insieme alla filiera del real estate: questa una breve sintesi della presentazione che Promos ha tenuto a Brescia nella Pinacoteca Tosio Martinengo alla presenza del fondatore e presidente Carlo Maffioli e dei figli, i due amministratori delegati Filippo e Tomaso Maffioli, ognuno che un ambito preciso di sviluppo della società. Che poi la Promos sia nata e cresciuta a Brescia (dove nel quartiere San Zeno e breve realizzerà una nuova sede moderna ed efficiente per i 70 collaboratori) oggi capitale della Cultura in Italia con la "cugina" Bergamo non è forse un caso, considerato l'impegno concreto nel sociale del fondatore Carlo. Due dati sul gruppo che partito nel 1990 sviluppando centri commerciali

di tipo classico, presto ha svoltato verso il nuovo format dell'outlet center che oggi è una settore molto importante del mercato e di cui Promos è sicuramente l'azienda, familiare sempre ma che oggi opera insieme a fondi internazionali, che fa da traino al comparto dettando le linee guida di crescita e trasformazione.

I prossimi progetti di Promos prevedono le valorizzazioni di 100.000 mq di GLA con i seguenti asset:

- Valmontone Outlet, la creazione di una Premium Plaza che ospiterà 20 nuovi stores alto di gamma (2023/2024);
- Mondovicino Outlet Village, realizzazione di una food court che accoglierà 6 nuovi brand di ristorazione (2024);
- Outlet Center Brenner, con l'investitore tedesco Invesco, completa ristrutturazione, ampliamento e riposizionamento con l'inserimento di una Premium Plaza per 10 nuovi stores e una food court. (2023-2025).



“L'ultima e recente fase della vita di Promos - commenta Carlo Maffioli - è la rigenerazione dei progetti, quei progetti che io definisco stanchi e su cui bisogna creare valore. E noi ormai siamo chiamati per fare questa rigenerazione. Possiamo mettere sul piatto la nostra storia, identità ed esperienza oltre che le nostre idee. Noi guardiamo cosa succede nel mondo e siamo veloci, affidabili e intuitivi negli obiettivi da raggiungere, e sappiamo quanto sia importante per operatori come i fondi raggiungere gli obiettivi. E abbiamo anche ottimi rapporti con le pubbliche amministrazioni, il che oggi è fondamentale”.

.....
**Investimenti,
espansione e
valorizzazione in
chiave sostenibile**

L'intervento sull'outlet Brenner prevede un investimento di 20 mln di euro in 5 anni insieme a Invesco. “Valutiamo

mercati esteri - conferma Filippo Maffioli - come per esempio la Germania,

partendo da Francoforte. Inoltre vogliamo continuare a rilanciare asset in difficoltà sul territorio. Un obiettivo è anche aumentare l'asset under management”. Il progetto di valorizzazione del centro Le Vele di Desenzano, che diventerà un esempio di decarbonizzazione, è un modello, anche di tipo industriale, insieme a partner finanziari come i fondi, che vuole essere replicato in altre operazioni partendo da location interessanti. “Vogliamo rimanere sul territorio - il commento di Tomaso Maffioli - non vogliamo si impoverisca il tessuto imprenditoriale locale e quindi guardiamo alla crescita senza dimenticare le nostre radici”.

Un altro aspetto importante del futuro di Promos saranno i criteri ESG, sarà proprio Carlo Maffioli a seguire l'impegno della società nell'ambito legato non solo all'efficientamento energetico dei progetti ma anche nel sociale, nella solidarietà, nella necessità del territorio, creando anche una rete tra aziende, istituzioni, città.

IL 2022 SI È CONCLUSO PER PROMOS, SUPERANDO A DOPPIA CIFRA I VALORI DEL 2019, CON

8

Strutture
in portfolio

800

Stores under
management

200k

mq di GLA
(+140% vs 2019)





SERVIZIO E INTERVISTE REALIZZATI ALL'EVENTO

 MILANO



SERVIZIO

PROMOS: PIANI E STRATEGIE DI SVILUPPO DELLA FAMILY COMPANY

Promos dopo aver festeggiato i 30 anni di attività nel settore retail guarda al futuro con una strategia dedicata principalmente alla riqualificazione di asset commerciali esistenti da valorizzare con un occhio anche al mercato estero, in primis partendo dalla Germania.

 MILANO



INTERVISTA

CARLO MAFFIOLI DI PROMOS SPOSA IL PROGETTO DI INTEGRAZIONE DELLA FILIERA DE ilqi

Creare un modello industriale che sia in grado di realizzare progetti di valorizzazione di asset esistenti in ambito retail con l'ausilio di tutta la filiera immobiliare. Sposando la rotta tracciata da il Quotidiano Immobiliare con l'iniziativa di Camelot. Con queste parole Carlo Maffioli ci racconta il futuro del gruppo Promos.



 MILANO

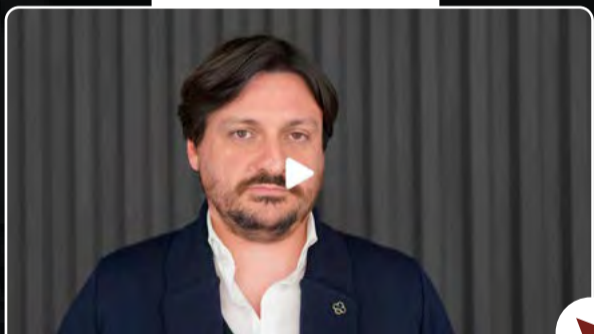


INTERVISTA

FILIPPO MAFFIOLI, PROMOS: PUNTIAMO SUL RILANCIO DELLE STRUTTURE DA VALORIZZARE

Filippo Maffioli, AD di Promos, alla presentazione della strategia futura della società ci spiega le linee di crescita che puntano sulla valorizzazione di strutture commerciali in difficoltà con un nuovo modello industriale, anche insieme a fondi di investimento nazionali e internazionali. Maffioli ci racconta anche il progetto dell'Outlet Brenner insieme agli investitori.

 MILANO



INTERVISTA

TOMASO MAFFIOLI, PROMOS: 2022 UN BUON ANNO, IL NUOVO ANNO È PARTITO BENE

“Il settore retail è partito bene nel 2023, stiamo vedendo dei bei numeri” commenta Tomaso Maffioli, AD di Promos, che conferma i buoni risultati di chiusura del 2022 dopo due anni molto difficili per il retail. Maffioli ci parla anche del progetto di valorizzazione de Le Vele di Desenzano che rappresenta un modello che si può riproporre concettualmente in altre location e su altri asset.



GLI ESPERTI Il gruppo bresciano è leader nel recupero e rilancio delle strutture retail non più performanti. Ha portato in Italia modelli come la factory outlet village

«Il Freccia Rossa vuoto, una bomba sociale»

Maffioli: «Il Comune dovrebbe istituire un tavolo per capire come agire». Promos ha gestito finora 60 realtà commerciali

Marta Giansanti

«Siamo stati interpellati per avere un parere: noi riteniamo che sia urgente agire il prima possibile. Con la chiusura del supermercato e del cinema, di fatto, si ha una struttura vuota che, se non attenzionata dalla vigilanza, può trasformarsi in una bomba ad orologeria sulla città». Non ha alcun dubbio Carlo Maffioli, presidente di Promos - società leader in Italia nello sviluppo, crescita e promozione di centri commerciali e outlet - riguardo al Freccia Rossa. «L'amministrazione pubblica in questa partita gioca un ruolo chiave - aggiunge -, è necessario che istituisca e istituzionalizzi un tavolo di lavoro per capire come agire e chi fare agire. Ci vogliono confronti e idee con attori specializzati nel settore per tirare fuori lo shopping center da questa complessa situazione».

Come? Con una nuova vocazione («che richiederebbe almeno 20 milioni di investimento») perché - sottolinea Maffioli - «quando i centri commerciali muoiono è quasi impossibile farli tornare in vita. Serve una diversificazione: un'area di multiservizi affiancata a attività B2C che vadano incontro alle esigenze delle famiglie, prendendo in considerazione per esempio l'elemento casa offerto sotto uno sguardo alternativo, che non preveda negozi di mobili, casalinghi o di simil-Brico, ma qualcosa di originale».



Al centro Carlo Maffioli con accanto i figli e Ceo di Promos, Tomaso e Filippo

La società ha promosso investimenti nel settore per 3 miliardi di euro

Una proposta vista con gli occhi di un esperto e fondatore di un'azienda attiva sul mercato da oltre 30 anni, prima a portare in Italia il franchising Mediaworld e prima a importare dagli Usa il format Factory outlet village, e che recentemente ha scelto di orientare il principale business aziendale sul recupero di strutture di retail non più performanti. Un'attività svolta in partnership con banche e fondi internazionali, «per

lavorare e investire su asset strategici che necessitano di nuova linfa», puntando anche sulla sostenibilità.

Una «mission» avviata già in alcuni importanti spazi tra cui, nel Bresciano, il centro commerciale Le Vele di Desenzano «bisognoso di un urgente restyling». Un progetto in fase avanzata e uno stanziamento di 20 milioni di euro per un completo stravolgimento, ampliandolo e rendendolo open air, per riposizionarlo sul mercato. Ma non solo: previsti nell'immediato futuro ulteriori interventi di recupero al Valmontone Outlet, Outlet center Brenner e al Mondovicino outlet village. «Una family company con alle spalle una lunga storia nel settore, esperienza e idee da mettere sul mer-

cato del retail», che vanta negli oltre 30 anni di «carriera» una gestione di 60 strutture commerciali, di cui 14 factory outlet village, investimenti promossi per oltre 3 miliardi di euro e 1.800 partner. Oggi Promos conta 70 dipendenti, 8 strutture in gestione (nel 2019 erano 3), di cui 4 outlet, con 800 negozi (+80% rispetto al pre-pandemia).

Solo in provincia gestisce Le Vele di Desenzano, il centro commerciale Europa di Palazzolo e in città Campo Grande e il complesso di via Mantova. Strutture che saranno valorizzate: interventi su verde, viabilità e parcheggi a Campo Grande; migliorie alle gallerie, all'arredo e all'illuminazione a Palazzolo e una riqualificazione e rivisitazione dell'offerta commerciale in via Mantova.



SALDI FINO AL -60% SUI PREZZI OUTLET*

FRANCIACORTA VILLAGE
LAND OF FASHION

La guida

di Maurizio Bertera

Ancora una volta l'assalto al cielo dell'arte fredda si è fermato ai Due Coni: per la Guida Gelaterie d'Italia del Gambero Rosso, presentata al Sigep di Rimini, il top è rappresentato dai Tre Coni. Molto ambiti quanto le famose Tre Forchette per i ristoranti, i Tre Gamberi per le osterie, i Tre Spicchi per le pizze e via così. In Lombardia, per capirsi, i Tre Coni premiano solo 14 negozi di cui sei a Milano. Per la cronaca, i più vicini alla provincia di Brescia sono l'Oasi American Bar a Fara Gera D'Adda (Bassa Bergamasca) e Pasqualina, ad Almenno S. Bartolomeo, 12 chilometri da Bergamo.

Ma veniamo ai campioni sul territorio: a Brescia il poker di locali con i Due Coni è stato confermato in toto. Il primo è il ricercato Alimento di Cesare Rizzini: un vero e proprio laboratorio del gusto, non solo di gelati che trovano l'esaltazione nel cioccolato puro. Poi c'è lo storico Possi dove Paolo Possi ha raccolto l'eredità del padre Lucio che a metà degli anni '70 fece conoscere ai bresciani il piacere del gelato artigianale. E ancora Ribera, specialista del gelato naturale e delle granite estive in stile siciliano. Infine Bedussi che fa (bene) un sacco di cose ma resta un 'cult' per i gelati preparati, da oltre un trentennio. da

I segnalati

A Brescia confermato il poker: Alimento, di Cesare Rizzini, Possi, Ribera e Bedussi

Patrizia Bedussi. La guida riporta una frase divertente della patronne: «Nel '92 quando aprimmo il primo locale non sapevo niente di gelato, ora vorrei tornare a fare solo quello». Il commento degli ispettori alla dichiarazione è centrato: «L'importante è che si continui a trovare "quel" gelato, in cima ai suoi pensieri e mai così buono: prodotti, soprattutto di nicchia, che vengono lavorati al meglio prima dell'impiego in gelateria».

La Bassa e il Garda possono invece vantare gli altri Due Coni: il primo è Mille a Verolanuova, dove Gabriele Piè e Ivan Gorlani (bravissimo pizzaiolo, tra l'altro) portano avanti il progetto di alimentazione buona e sana, in linea con la loro filosofia. Il secondo è Gelateria Ciocolat in quel di Toscolano Maderno dove Carmela Grotta e Andrea Florioli «giocano» molto con il territorio, servendosi di fornitori molto attenti. Gli altri premiati si trovano a Leno e ancora sul Garda: nel primo caso, il Cono singolo è andato alla Bottega del Gelato, locale in costante crescita e citato per il cioccolato. Nel secondo, il riconoscimento è finito alla Casa del Dolce di Salò, «posticino» di successo a fianco del Duomo cittadino, e Vassalli a Polpenazze, altro approdo sicuro. Se dobbiamo fare un appunto alla Guida del Gambero Rosso 2023 non è tanto per l'assenza di almeno un Tre Coni bresciano ma su uno spirito conservativo: in provincia c'è del movimento, ha senso seguirlo più da vicino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La guida Gelaterie d'Italia del Gambero Rosso Confermati i quattro «Due coni» in città, due in provincia. Altri riconoscimenti

Il Gambero Rosso conferma 6 «Due Coni» nel Bresciano

4 in città, 2 in provincia. Per nessuna gelateria il top dei Tre Coni



Vivere come a Central Park. A Milano.

Immerso in una splendida cornice naturalistica, sorge LAC, un nuovo concept abitativo che offre una vista impareggiabile sul lago del Parco delle Cave. Nel pieno rispetto del contesto, nasce per chi ama le bellezze della natura ma anche le comodità della metropoli. Vicino ai principali servizi e comodamente collegato al centro di Milano, trae ispirazione dalla nobile architettura milanese degli anni '60 e '70. Giardino ornamentale, palestra, area bimbi e spazio co-working completano un'idea del vivere rivolta al vero benessere.

ZERO Imaging Ideas



Fai spazio ai tuoi desideri. Eleganti appartamenti di diverse metrature e incredibili attici con vista su lago, parco e città.

Un progetto

nexity

SCOPRI DI PIÙ E PRENOTA IL TUO APPUNTAMENTO DIRETTAMENTE SUL SITO RESIDENZE-LAC.IT

NEXITY HUB P.ZA VELASCA, 4 - 02.58299302 | INFO@NEXITY.IT | RESIDENZE-LAC.IT

Commercio

Freccia Rossa Promos: «Noi ci siamo»

«Noi ci siamo, il passo però dovrebbe farlo l'amministrazione comunale: dovrebbe convocare un tavolo di lavoro con realtà specializzate nel settore». Le basi di un rilancio del centro commerciale Freccia Rossa ci sarebbero, manca però una regia istituzionale che coinvolga attori qualificati ad attuarlo. Carlo Maffioli, presidente di Promos, società bresciana impegnata nella gestione e nel rilancio di spazi commerciali, commenta a margine della presentazione del bilancio 2022 del gruppo la situazione del centro commerciale di viale Italia. Per garantire un futuro a una realtà entrata ormai in una crisi irreversibile, ipotizza Maffioli, mantenere una vocazione esclusivamente commerciale non basta: meglio ampliare l'offerta includendo servizi alla persona (come ambulatori medici) e alle famiglie, sulla scia di quanto sperimentato dalla stessa Promos in una delle sue 8 strutture, il Valmontone Outlet in provincia di Roma. «Si tratta di un test che sta dando ottimi risultati e che replicheremo in altri progetti di rilancio», spiega Filippo Maffioli. Lo scopo è offrire tutto ciò che non si trova online in aggiunta all'offerta classica del retail.

Intanto la società, che Maffioli guida insieme ai figli e amministratori delegati Tomaso e Filippo, chiude un 2022 in positivo, con un ritorno ai livelli pre-covid e un totale di 12 milioni di visitatori nelle quattro strutture bresciane gestite dalla family company (i centri Le Vele di Desenzano e Europa di Palazzolo, Campo Grande e il complesso di via Mantova a Brescia).

Il 2023 non è da meno, con un aumento delle vendite in periodo di saldi superiore rispetto al 2022: +37%. Numerosi inoltre i progetti di riqualificazione e rilancio delle strutture: l'intervento più consistente interessa il centro commerciale Le Vele, che entro l'estate cambierà volto diventando open air e con una nuova «food court», per un investimento totale da 20 milioni di euro. Anche il centro Europa sarà oggetto di interventi di miglioramento nelle gallerie, negli arredi e nell'illuminazione.

A Campo Grande sono in programma invece interventi sul verde, la viabilità e i parcheggi, mentre gli spazi di via Mantova saranno riqualificati, con una rivisitazione dell'offerta commerciale.

Nicole Orlando

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nuova sfida di Promos: rigenerare i centri commerciali in difficoltà

Maffioli: «Anche nel retail c'è bisogno d'innovazione»
A Le Vele di Desenzano investiti 20 milioni di euro

Family company

Roberto Ragazzi
r.ragazzi@giornaledibrescia.it

BRESCIA. Se cercassimo un esempio di azienda familiare che contribuisce a rivestire un ruolo strategico per la crescita e lo sviluppo del Paese, la bresciana Promos farebbe il caso nostro. Fondata nel 1990 da Carlo Maffioli, nei suoi primi 32 anni di vita ha creato e gestito in Italia 60 strutture commerciali, di cui 14 factory outlet center, promuovendo investimenti per oltre 3 miliardi di euro e sviluppando una superficie commerciale superiore a 1,5 milioni di mq. «Siamo, e resteremo, una family company in un comparto, quello del retail, dove operano colossi e multinazionali americane - precisa con orgoglio il presidente Carlo Maffioli, affiancato dai figli Filippo e Tomaso nel ruolo di amministratori delegati -. È proprio questa la nostra forza: abbiamo alle spalle una storia importante, abbiamo le competenze e le idee; siamo veloci e flessibili, sappiamo orientare i nostri percorsi declinandoli nei tempi e dei diversi territori».

Il debutto degli outlet. La società è nata e cresciuta negli anni del «boom» dei centri commerciali, ma il grande sal-

to arriva nel 2000 con l'introduzione (primi in Italia) della formula «outlet»: «Gallerie, supermercati, centri commerciali erano la fotocopia gli uni degli altri - spiega Maffioli -. Nel mercato del retail serviva qualcosa di nuovo: dopo un viaggio negli Stati Uniti ho capito che la strada da percorrere era quella della formula outlet».

Il debutto è rappresentato dall'Outlet Franciacorta di Rodengo Saiano: «Non è stato semplice convincere i partner ad investire nel nuovo progetto in Franciacorta. Ma l'operazione si è rivelata un successo, che continua anche oggi, e offre lavoro a quasi mille persone».

La società. Oggi Promos possiede portfolio di 8 strutture - tra cui 4 outlet - in gestione (erano 3 nel 2019), 800 «stores under management» (+80% sul 2019) e 200.000 mq di Gla (+140% sul 2019), la società - 100% a capitale italiano spiega Filippo e Tomaso Maffioli - si conferma punto di riferimento nel mercato retail e leader nel settore dei factory outlet. Il 2022 ha anche portato all'ingresso di nuove strutture (Outlet Center Brenner, Parco Commerciale Campo Grande di Brescia ed il Complesso di Via Mantova a Brescia); all'aumento dei contratti di affitto - sia nuovi che rinnovati - per un totale di 100 (+80% rispetto al 2019); ad un costante aumento di visite nei centri gesti-

ti che negli ultimi 12 mesi ha raggiunto i 20 milioni. Sono 4 le strutture nel Bresciano (100 negozi e 85 mila mq di superficie commerciale): il complesso Le Vele di Desenzano, il Centro Europa di Palazzolo, Campo Grande di Brescia e il complesso Via Mantova di Brescia.

Rigenerazione. La nuova frontiera è rappresentata dalla rigenerazione dei centri commerciali esistenti «Noi li chiamiamo "progetti esistenti stanchi" - spiega il presidente -. Dopo trent'anni, pur mantenendo la nostra identità abbiamo scelto di intraprendere un nuovo percorso che oggi è orientato al recupero delle strutture non più performanti, in partnership con banche e fondi internazionali».

Un esempio è rappresentato dall'investimento da 20 milioni per il restyling de Le Vele a Desenzano: «Il centro si trova in una posizione molto interessante: verrà completamente rimodernizzato, ampliato e reso open air - spiegano Filippo e Tomaso Maffioli -. Creeremo una food court con 8 ristoranti pronta entro l'estate. Mentre interventi su verde, viabilità e parcheggi interesseranno Campo Grande. Investiremo nella galleria del centro Europa e a breve il piano per la riqualificazione dell'offerta per Via Mantova».

La leva degli asset incagliati ed i centri commerciali da «svecchiare» non è l'unica strada intrapresa Promos: «Stiamo valutando anche i mercati esteri, il nostro modello di business si adatta particolarmente al mercato tedesco: stiamo dialogando per lo sviluppo di due progetti a Francoforte». Promos è pronta a conquistare, con la formula outlet, la terra tedesca. //



La famiglia Maffioli. Da sinistra Filippo, il presidente Carlo e Tomaso



Le Vele. La nuova «food court»



Il progetto a Desenzano. Ecco come diventerà il centro commerciale Le Vele

«Unire le forze per fare di Brescia una capitale della solidarietà»

L'appello

BRESCIA. Creare una community di imprenditori illuminati per fare diventare Brescia, non solo capitale della cultura, ma anche della solidarietà. L'appello arriva dal presidente Carlo Maffioli: «È un sogno che cullo da tempo. L'obiettivo è creare un comitato, una community di lavoro in grado di dare risposte a esigenze ai

progetti di solidarietà che emergono dal nostro territorio». Maffioli è stato tra i promotori dell'iniziativa che nel 2020 ha coinvolto l'outlet di Valmontone: «Durante la pandemia abbiamo realizzato il centro drive-in vaccinale più grande del Lazio: il fondo tedesco, proprietario del centro ha investito 100 mila euro, ma l'esperienza è stata subito replicata in Germania. Un'idea figlio di un progetto con radici bresciane ed ispirato al cen-

tro di via Morelli creato da «aiutiAMO Brescia». Promos oggi è impegnata nel rispetto dei requisiti Esg (environmental, social and governance), «criteri che seguono personalmente», dichiara Maffioli. Lo scorso dicembre abbiamo erogato un extra bonus di 500 euro a tutti i dipendenti per combattere il caro bollette, mentre presto ci trasferiremo nella nuova sede di via San Zeno a Brescia: il quartier generale sarà dotato di locali cucina per i dipendenti e di un'area per l'accoglienza dei figli dei dipendenti. L'edificio sarà ecosostenibile con impianto fotovoltaico sul tetto. //

NEWS

Promos: al via nuovi progetti nel 2023. Stanziati 20 mln

di E.I. 24 Gennaio 2023



Promos chiude il 2022 superando a doppia cifra i valori del 2019 con un portfolio di 8 strutture in gestione (erano 3 nel 2019), 800 stores under management (+80% rispetto al 2019) e 200.000mq di GLA (+140% sul 2019).

Un anno che ha portato all'ingresso in portfolio di nuove strutture (Outlet Center Brenner, Parco Commerciale Campo Grande e Complesso Commerciale Via Mantova), all'aumento dei contratti di affitto per un totale di 100 (+80% rispetto al 2019) e a un aumento di visite nei centri gestiti che negli ultimi 12 mesi ha raggiunto i 20 milioni di footfall.

Rispetto alle attività di leasing, l'occupancy complessiva degli asset gestiti è cresciuta ed è attualmente pari al 97%. I nuovi brand all'interno del portfolio sono stati 20.

Potenziata anche l'offerta food&beverage con l'ingresso di 4 nuove insegne, sia di catene internazionali sia di operatori locali, per un mix&match assolutamente premiante.

Sono in pipeline 3 nuovi progetti che andranno a creare nuove Food Court all'interno degli asset in portfolio per un totale di 6.300 mq che ospiteranno 30 tra nuovi bar e ristoranti.

Le prime settimane del 2023, grazie ai saldi, stanno facendo registrare valori positivi con un incremento delle vendite superiore rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per la maggior parte delle insegne. Le strutture in gestione registrano crescite a doppia cifra sia per vendite (+37% vs 2022) che per footfall (+13% vs 2022).

Anche sul territorio le strutture confermano un incremento rispetto al 2022 con un tasso di conversione più elevato: nonostante un flusso in lieve diminuzione, aumentano gli acquisti a fronte delle visite.

Gli asset in capo a Promos nella provincia di Brescia tornano ai livelli 2019 raggiungendo un footfall di 12 milioni di visitatori l'anno e mantenendo un'occupancy del 95%.

Nei prossimi 2 anni si assisterà a rivalorizzazioni commerciali che renderanno maggiormente attrattive le strutture e contribuiranno a rilanciarle sul mercato. Un esempio ne è l'investimento da 20 milioni di euro dedicato al più importante progetto di sviluppo in pipeline per il prossimo biennio 2023/2024: il restyling del Complesso Commerciale Le Vele che sarà rimodernizzato, ampliato e reso open air.

Interventi su verde, viabilità e parcheggi per il Parco Commerciale Campo Grande mentre al Centro Commerciale Europa saranno apportate migliorie a galleria, arredo e illuminazione. Sarà invece presentato a breve il piano per la riqualificazione e rivisitazione dell'offerta commerciale per Via Mantova.

Anche gli altri asset in portfolio saranno oggetto di sviluppo a partire dal 2023 e negli anni a seguire: 100 mila i mq oggetto di intervento che si concretizzeranno in Valmontone Outlet (creazione di una Premium Plaza che ospiterà 20 nuovi stores alto di gamma; Mondovino Outlet Village (realizzazione di una food court che accoglierà 6 nuovi brand di ristorazione); Outlet Center Brenner (completa ristrutturazione, ampliamento e riposizionamento con l'inserimento di una Premium Plaza per 10 nuovi stores e una food court).

Carlo Maffioli, Presidente Promos: "Il 2022 è stato l'anno che ha consolidato il nuovo corso della nostra azienda, rafforzandone il posizionamento come leader di mercato nel settore Outlet e accrescendone il valore. Dopo oltre 30 anni, pur mantenendo la nostra identità, abbiamo scelto di intraprendere un nuovo percorso che è oggi più orientato al recupero di strutture non più performanti. In partnership con banche e fondi internazionali, quindi, lavoriamo ed investiamo su asset strategici che necessitano di nuova linfa. Nonostante ciò, oggi Promos continua orgogliosamente ad essere una Family Company e non cambierà. Perché il nostro know how e la nostra visione imprenditoriale volta alla cultura del fare, uniti ai nostri valori ci stanno premiando e siamo certi che continueranno a farlo".

TAG

promos

COMMENTI

NOTIZIE DELLA STESSA CATEGORIA



25 Gennaio 2023 | di Maurizio Cannone, direttore Monitor

Euronext Growth Milan, il tramonto della Borsa

È triste pensare alla Borsa di Piazza Affari del passato. Andando indietro nel tempo, negli anni Ottanta del secolo scorso



24 Gennaio 2023 | di red

Yard Reas: Andrea Radice nominato COO

Andrea Radice è il nuovo COO di Yard Reas. Laureato in Architettura presso il Politecnico di Milano, Radice ha una consolidata



24 Gennaio 2023 | di E.I.

Ance Lombardia: elezioni regionali, necessario dare attenzione al settore costruzioni

Il Presidente di ANCE Lombardia, Tiziano Pavoni, insieme al Consiglio Generale dell'Associazione regionale



24 Gennaio 2023 | di E.I.

Federated Innovation @MIND: nuovi sviluppi per l'area Construction Tech

Ideare e sviluppare progetti nel settore delle costruzioni con l'obiettivo di migliorare la sostenibilità, le condizioni



24 Gennaio 2023 | di red

GDO: in Italia fatturato +10,9% a dicembre. Mix del carrello -1% causa caro prezzi

Aumenta il fatturato della distribuzione totale in Italia nel mese di dicembre 2022. L'incremento, rispetto allo stesso



24 Gennaio 2023 | di red

Europa Investimenti con BCC Bergamasca e Orobica per cessione portafoglio crediti

BCC Bergamasca e Orobica ha ceduto un portafoglio di crediti prevalentemente UTP del valore di circa 15 milioni di GBV al

ULTIME NOTIZIE

25/1/2023 **Euronext Growth Milan, il tramonto della Borsa**24/1/2023 **Yard Reas: Andrea Radice nominato COO**24/1/2023 **Ance Lombardia: elezioni regionali, necessario dare attenzione al settore costruzioni**24/1/2023 **Promos: al via nuovi progetti nel 2023. Stanziati 20 mln**24/1/2023 **Federated Innovation @MIND: nuovi sviluppi per l'area Construction Tech**24/1/2023 **GDO: in Italia fatturato +10,9% a dicembre. Mix del carrello -1% causa caro prezzi**24/1/2023 **Europa Investimenti con BCC Bergamasca e Orobica per cessione portafoglio crediti UTP**24/1/2023 **Bari: H1 2022, valori immobiliari +3,8% (Report)**24/1/2023 **RE/MAX Italia, Roma: H1 2022, prezzi in aumento. In calo i tempi di vendita**24/1/2023 **Nasce CBRE GWS Academy: dal reclutamento all'alta formazione in azienda**

PUBBLICAZIONI NEWS VIDEO EVENTI

**REview Web Edition 20 - 27 Gennaio**

RE ITALY 26 Gennaio 2023: è tempo di scegliere Salis SFRE: la logistica punta alla sostenibilità Montosi, Savills Italia: nel 2023 investiremo sulla residenziale Nhood Italy, nuova piazza Loreto.

QUOTAZIONI

REAL ESTATE QUOTAZIONI

	VAR, %	QUOT. €	CAPITALIZ. €	SCAMBI €
	▼▼▼	2.8000	203.491.761	0.000
	▼▼▼	5.7400	152.286.861	0.218
	▼	0.2900	81.376.108	0.277
	▼▼	0.7200	34.356.740	0.097
	▼▼▼	0.0800	63.013.188	0.016
	▲	62.3500	5.999.913.086	0.021
	▲	1.4920	397.785.253	0.479
	▼▼▼	2.1000	12.783.750	0.001
	▲▲▲	1.2200	73.609.391	0.748
	▼	57.8000	11.160.711.820	0.093
	▲	4.4000	44.850.605	0.000
	▲	3.4500	381.782.984	1.031
	▼	29.0000	1.160.000.000	0.148
	▲▲	3.4200	37.664.645	0.101
	▲	0.3170	10.147.049	0.002
	▲	0.1240	223.304.685	0.051

Powered by Traderlink

NEWSLETTER

Registri gratis per rimanere aggiornato

TWITTER

Tweets from @MonitorImmobil

Monitor Immobiliare @MonitorImmobil · 25m

Euronext Growth Milan, il tramonto della Borsa



monitorimmobiliare.it
Euronext Growth Milan, il tramonto della Borsa
#immobiliare #realestate

Monitor Immobiliare @MonitorImmobil · Jan 23

È online REview, il settimanale del Real Estate e dell'Asset Management

SOCIAL

Subscribe to RSS	5.732 followers	4.596 Fan
912690 visualizzazioni	30.416 visualizzazioni	16.595 collegamenti

EVENTI REAL ESTATE

GENNAIO 2023						
DO	LU	MA	ME	GI	VE	SA
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Fimaa, 25 gennaio: 5° Convegno sulla Mediazione creditizia

25/01/2023



a Roma

RE ITALY WINTER FORUM, 26 gennaio: L'anno della selezione

26/01/2023



a Milano

CHI SIAMO

Redazione

Contattaci

Cookie

ABBONAMENTI

Tariffe e servizi

Privacy e Policy

LINK DIRETTI

Accedi

NEWSLETTER

Registri gratis per rimanere aggiornato

Iscriviti

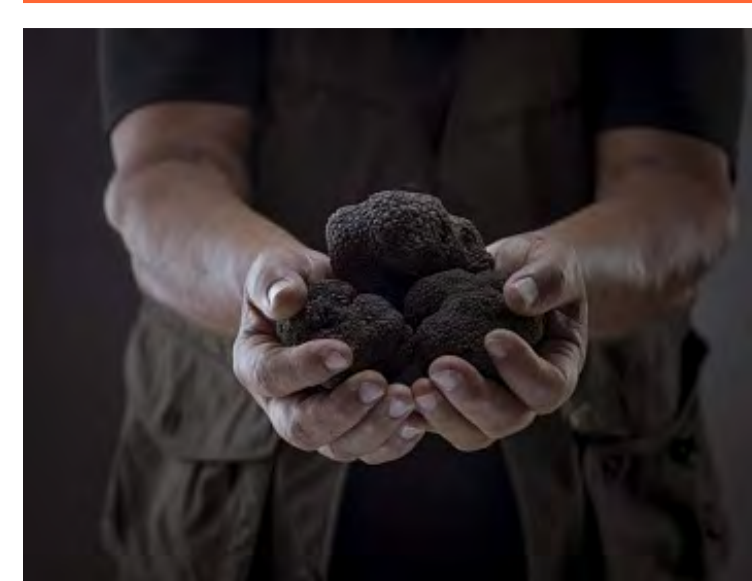
MONITOR IMMOBILIARE

Monitorimmobiliare.it è un'iniziativa di Giornalisti Associati Srl, service editoriale fondato nel 2000. E' la più accreditata testata di informazione online specializzata nel settore del Real Estate.



Un rendering del restyling previsto al Centro commerciale Le Vele gestito da Promos

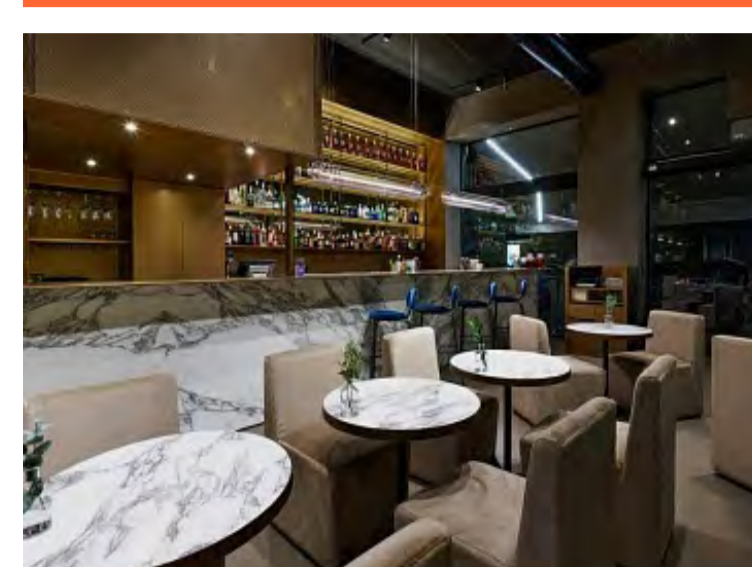
NOTIZIE DEL GIORNO



Il tartufo di Appennino Food Group nei panini De Santis



Longino & Cardenal, novità nel catalogo 2023: carne, caviale e brodi



Il Bar di Obicà apre in via Mercato con una cocktail list d'autore

Gibus, ricavi a 84 milioni nel 2022 nel design outdoor Horeca e non

NEWS

Promos archivia il 2022: 200mila mq fra outlet e centri commerciali

[Promos gestione immobiliare](#) - [Promos outlet](#) - [Promos centri commerciali](#)

- [I nuovi centri in gestione di Promos.](#)
- [Lavori in corso: restyling, premium plaza e nuove food court.](#)
- [Controtendenza bresciana.](#)
- [Una nuova strategia per Promos: rivitalizzare le strutture meno performanti.](#)

Un 2022 che si chiude in positivo - superando i livelli del 2019 - e un 2023 che si apre con molti nuovi progetti. Questo, in sintesi, l'andamento di Promos, specialista degli outlet, fondato nel 1990 da Carlo Maffioli e da lui diretto, come presidente, insieme ai figli e amministratori delegati Filippo e Tomaso.

I nuovi centri in gestione di Promos.

L'anno ha portato all'ingresso, nel portafoglio del gruppo lombardo, dell'outlet Brenner di Bolzano, del parco commerciale Campo Grande di Brescia e del complesso commerciale Via Mantova (Bs), nonché all'aumento dei contratti di affitto - sia nuovi che rinnovati - per un totale di 100 (+80% sul 2019). Le visite hanno totalizzato, sempre nei 12 mesi, i 20 milioni. Rispetto alle attività di leasing, il livello complessivo di locazione ha toccato il 97%, con 20 nuovi marchi come Patrizia Pepe, Lush, Hugo Boss, Flavio Castellani e Gap Kids. A questi si sommano quattro insegne della ristorazione, locale e internazionale. Tirando le somme Promos ha attualmente otto strutture in gestione, di cui quattro outlet, contro le tre del 2019, ben 800 negozi (+80% rispetto a tre anni fa) e 200.000 mq di Gla (+140).

Lavori in corso: restyling, premium plaza e nuove food court.

Veniamo alla pipeline per il 2023-2024 (e oltre), che prevede, come operazione chiave, il restyling, da 20 milioni di euro, del centro Le Vele di Desenzano del Garda (Brescia), oggi di 28mila mq, che sarà completamente rammodernato e ampliato. Da sommare gli interventi su verde, viabilità e parcheggi, al parco commerciale Campo Grande, mentre al centro commerciale Europa di Palazzolo (Bs) saranno apportate migliorie a galleria, arredo e illuminazione. Verrà inoltre presentata, a breve, la riqualificazione e rivisitazione dell'offerta del complesso commerciale Via Mantova. Anche altri asset in gestione saranno oggetto di sviluppo a partire da quest'anno, per un totale di 100mila mq di interventi: al Valmontone outlet di Roma sarà aperta una "premium plaza" con 20 nuovi marchi di fascia alta più 6 nuove attività ristorative (2024). A Bolzano Brenner saranno completati la ristrutturazione, l'ampliamento e il riposizionamento: anche qui sorgerà una nuova piazza con 10 tenant e una food court (anni 2023-2025). Da precisare che Promos, pioniera nell'integrazione fra alimentare e moda (è del 2015 l'apertura al Valmontone della prima area food all'interno di un outlet), sta realizzando tre nuovi progetti che andranno a creare altrettante ancora, per un totale di 6.300 mq con 30 insegne fra bar e ristoranti.

Controtendenza bresciana.

In netta opposizione rispetto agli andamenti del territorio bresciano gli asset in capo a Promos (85mila mq formati da Le Vele, centro Europa, Campo Grande e Via Mantova) sono tornati ai livelli del 2019, raggiungendo un footfall superiore ai 12 milioni di visitatori e mantenendo un'occupazione del 95 per cento. Obbligatorio ricordare, in proposito, la crisi del Frecciarossa: 30mila mq, 120 insegne e un possibile restyling da parte del creditore, il Fondo Efesto. Il centro, in liquidazione dalla metà di dicembre, ha da poco perso anche il multisala Wizard e, da domenica 22 gennaio, il supermercato Italmark.

Una nuova strategia per Promos: rivitalizzare le strutture meno performanti.

"Il 2022 ha consolidato il nuovo corso della nostra azienda, rafforzandone il posizionamento come leader di mercato negli outlet e accrescendone il valore - osserva il presidente Maffioli - Dopo 32 anni, pur mantenendo la nostra identità, abbiamo scelto di intraprendere un nuovo percorso che è oggi più orientato al recupero di strutture che non risultano attuali. In partnership con banche e fondi internazionali, lavoriamo e investiamo su asset che, pur rimanendo strategici, necessitano di nuova linfa. Nonostante ciò, Promos continuerà a essere una "family company" totalmente italiana".

di Luca Salomone

Contenuti correlati



La riscossa del retail fisico fa bene a IGD Siiq: utile netto a 26,5 milioni di euro a giugno 2022



The Winesider, ecco l'app per automatizzare la gestione della cantina

NEWS | 30 Gennaio 2023 | STAMPA | EMAIL | CONDIVIDI

[PROMOS](#) | [CENTRI COMMERCIALI](#) | [IMMOBILIARE](#)

Ti è piaciuto l'articolo? Iscriviti alla newsletter e non perderti gli altri aggiornamenti.

[Avanti >](#)

ALTRI ARTICOLI



Il format Amore di Autogrill atterra all'aeroporto di Düsseldorf

Dopo l'inaugurazione dei punti vendita italiani nelle aree di sosta autostradale di Montepulciano e Badia al Pino, in Toscana, il format Amore - Do Eat Better di Autogrill atterra anche all'aeroporto di Düsseldorf. Si tratta del debutto aeroportuale per il concept gastronomico ispirato allo stile di vita italiano che si differenzia dagli altri per...



Impact food, a Roma apre il primo fast food sostenibile 100% vegetale

Un fast food che fa della sostenibilità e della riduzione dell'impatto ambientale la sua missione debutta a Roma. Si tratta di Impact food che, ai Parioli, inaugura il primo punto vendita di un'insegna che punta a svilupparsi in franchising e creare le basi per ampliare l'attività in più settori nei quali la cultura, la filosofia e i valori di del...



Passalacqua, da torrefattore a franchisor sulla scia dei Bar Mexico

Nel 75° anniversario di attività, la torrefazione Passalacqua riannoda i fili con la propria tradizione e rilancia il progetto di caffetteria a marchio Passalacqua family - coffee from Naples since 1948 in franchising. Un progetto che intende rinnovare l'intuizione pionieristica che nel 1952 ha portato alla nascita della catena dei Bar Mexico,...



Iffco Italia presenta Pristine, la nuova gamma di panne

Sette nuovi prodotti per soddisfare le esigenze dei professionisti e dei consumatori. Con la gamma Pristine, Iffco Italia ha presentato a Sigep (Il Salone internazionale della gelateria e pasticceria tenutosi a Rimini dal 21 al 25 gennaio) una nuova linea premium completa per tutti i gusti e le necessità: 4 prodotti per la categoria Whipping...



Bomaki sceglie la connessione UaniaBox per la business continuity

Connessione veloce e stabile per Bomaki che ha scelto la soluzione UaniaBox per i propri punti vendita così da abilitare la business continuity su tutto il network. Una decisione determinata dall'aumento di complessità delle operazioni di ordinazione e consegna (soprattutto tramite food delivery) che ha richiesto alla catena food retail nata nel...