



**CENTROS
COMERCIALES**

EL VALOR DE LA UNIÓN

AECC

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
CENTROS Y PARQUES COMERCIALES

N.º 230 | NOVIEMBRE 2022 | NOVEMBER 2022 | 16€

MAPIC, ANTE LOS NUEVOS RETOS DEL COMERCIO

MAPIC, FACING THE NEW BUSINESS CHALLENGES



**Propietarios y operadores, socios estratégicos en la
transformación de los centros comerciales**

Owners and operators are all strategic partners in transforming shopping centres

**“Ha sido un reto traer nuevas caras al salón”,
Francesco Pupillo, director de MAPIC**

“It has been a challenge to bring new faces to the trade fair”,
Francesco Pupillo, MAPIC director



ROMAN SCHWARZENECKER

secretario general del ACSP-Austrian Council of Shopping Places



El punto más importante y positivo al principio: ninguno de los 244 centros comerciales (centros comerciales y parques comerciales de más de 4,000 m²) en Austria ha cerrado desde el comienzo de la crisis (a pesar de la falta de subsidios públicos para los propietarios) y la tasa de desocupación no ha cambiado desde 2019 y se mantiene en 4,2%. Sin embargo, los confinamientos por coronavirus y la incertidumbre de los consumidores claramente han dejado su huella y los centros comerciales con un alto contenido de alimentación han tenido un rendimiento significativamente mejor que los centrados en la moda y la gastronomía. Con el aumento adicional del comercio electrónico, los fuertes aumentos de precios, los costes operativos explosivos, los contratos de arrendamiento que deben indexarse, las altas exigencias de los convenios colectivos, la crisis de Ucrania, los fallos en las cadenas de suministro y la falta general de empleados, la industria de los centros comerciales no se quedará sin desafíos en el futuro.

The most important and positive point at the beginning: none of the 244 shopping centres (shopping malls and retail parks bigger than 4,000 m²) in Austria has closed since the beginning of the crisis (despite the lack of public subsidies for landlords) and the vacancy rate has not changed since 2019 and remains at 4.2%. However, corona lockdowns and consumer uncertainty have clearly left their mark and shopping centres with a high food content have performed significantly better than shopping centres with a focus on fashion and gastronomy. With the further increase in e-commerce, the strong price increases, the exploding operating costs, the lease contracts that have to be indexed, the high collective agreement demands, the Ukraine crisis, the breakdowns of supply chains and the general lack of employees, the shopping centre industry will not run out of challenges in the future.



MICHELLE BUXTON

operating board member de REVO



La industria de centros comerciales del Reino Unido ha aprendido a adaptarse a entornos volátiles y a la incertidumbre económica mediante la aplicación e incorporación de un cambio en las estructuras de arrendamiento para crear flexibilidad y equilibrar el riesgo entre el propietario y el inquilino. Ahora que ya no es un concepto comercial puro, un centro comercial se ha convertido en un desarrollo de uso mixto con una mezcla de inquilinos mejorada y renovada. La tecnología y un enfoque en la sostenibilidad se ha integrado en todos los grupos de interés y cadenas de suministro siguiendo la demanda de experiencias fluidas y sin fricciones y de organizaciones responsables y orientadas a un propósito. Para abordar la sobreoferta de espacio y la pérdida de grandes almacenes ancla, se está aprovechando y ejecutando la reutilización, la reurbanización y la reinención con un enfoque en las ofertas residenciales o basadas en la experiencia. Con un aumento en la inversión del sector público, los lugares de compras con una mente abierta e inversores comprometidos a largo plazo están destinados a florecer. En resumen, un centro comercial ya no es un centro comercial, sino más bien una comunidad de uso mixto, residencial, *coworking*, experiencial y de creación de lugares de comunidad.

The UK Shopping Centre industry has learned to adapt to volatile environments and economic uncertainty through the application and incorporation of a change in lease structures to create the flexibility and balance the risk between the landlord and tenant. no longer a pure retail concept, a shopping centre has become mixed-use development with an enhanced and refreshed tenant mix. Technology and a focus on sustainability have been integrated into all stakeholder groups and supply chains following the demand for seamless and frictionless experiences and responsible, purpose-driven organisations. To address the oversupply of space and loss of department stores; repurposing, redevelopment and reinvention with a focus on experience-based and/or residential offerings are being harnessed and executed. With a rise in public sector investment in shopping places with an open mind and committed long-term investors are set to flourish. In short, a shopping centre is no longer a retail hub but more a mixed-use, residential, *coworking*, experiential and placemaking community.