



A partir de hoje Setúbal já tem um centro comercial

Abre hoje ao público o primeiro centro comercial da cidade sadina, e o primeiro equipamento do género construído em Portugal no espaço de quase três anos. Falamos do novo Alegro Setúbal

Susana Correia

Quase três anos depois desde a última inauguração de um centro comercial em Portugal, a Immochan abre hoje as portas do Alegro Setúbal, que veio reforçar a oferta comercial da cidade com 115 lojas em três pisos, dando nova vida à antiga Galeria Comercial do hipermercado Jumbo local, em operação há cerca de vinte anos.

O novo Alegro Setúbal abre as suas portas com praticamente toda a área comercial (27.000 m²) arrendada. Entre as principais âncoras de atração, com áreas médias de venda de 2.000 m², incluem-se as novas lojas da Zara, H&M (com um conceito completo que inclui a H&M Home, recentemente chegada a Portugal), a primeira Mango Mega Store de

Portugal, a FNAC, um multiplex de nove salas Cinema City, um ginásio Fitness Hut, a Box, Lefties e, como não poderia faltar, o remodelado hipermercado Jumbo (16.000 m²).

“Um centro comercial de última geração”, nas palavras do diretor-geral da Immochan Portugal, Mário Costa, o Alegro Setúbal foi projetado pelo arquiteto português Mário Suares, e é o terceiro centro comercial da marca Alegro no nosso país, depois de Alfragide e Castelo Branco. Materializando uma tendência cada vez mais forte nesta indústria - o retailment - este pretende ser muito mais que um local de passagem para compras. Por isso, conta Mário Costa, “detém uma oferta de lazer, cultura e entretenimento única, que inclui vários parques infantis, campo desportivo, uma parede de escalada,



Abre hoje o centro comercial Alegro em Setúbal

um vasto jardim com máquinas para ginástica e um amplo terraço sobre a baía de Setúbal e virado para a serra da Arrábida. E proporciona diversas experiências digitais interativas”, algo que, a seu ver, “vai atrair a população da região de Setúbal e também os habitantes a sul da região”.

Para tornar possível esta obra e cumprir o objetivo inicial de a inau-

gurar no final de 2014, Immochan teve de dispensar 110 milhões de euros numa altura em que a crise estava no seu auge. Mas, para o diretor-geral da empresa desde logo ficou claro que este seria “um investimento seguríssimo”, uma vez que “Setúbal esperava há muito tempo por um shopping” e, a sul, “não há até ao Algarve uma oferta assim”.

Estando investidora no mercado português, para encaixar o capital necessário para a concretização de novos projetos o braço imobiliário do grupo Auchan traçou uma estratégia que passa pela alienação de participações nos seus ativos. Na passada semana foi anunciada a venda de 50% do Alegro Alfragide ao Alasca Permanent Fund Corporation (APFC), entidade pública do Estado americano do Alaska. Um negócio semelhante envolvendo o Jumbo de Setúbal é algo que pode vir a acontecer no futuro, reconhecendo a Immochan. “Estamos à procura de parceiros, novos acionistas, para entrar no capital dos shoppings e vamos negociar centro a centro, sempre que no máximo abdicaremos de 50% do capital. Vender tudo nunca”, garante Mário Costa.