

| DOSSIÊ DOSSIER

Alegro Setúbal is the first post-Troika shopping centre

Open less than two weeks, Alegro Setúbal is the first shopping centre inaugurated in Portugal in almost three years and in the post-Troika period and, with a 96% GLA take-up rate, the gamble is already paying off.

Alegro Setúbal é o primeiro shopping pós-Troika

Aberto há menos de duas semanas, Alegro Setúbal é o primeiro shopping inaugurado em Portugal em quase três anos e no pós-Troika e, como confirma a ocupação de 96% da sua ABL, é já uma aposta vencedora.



Alegro Setúbal

Promovido pela Immochan este era um projeto há muito esperado, até porque se trata do primeiro grande centro comercial a nascer na cidade de Setúbal, uma das mais populosas do país. Envolvendo um investimento de 110 milhões de euros, abriu oficialmente portas a 12 de novembro

Lançado em contraciclo, em pleno epicentro da crise em Portugal, o diretor-geral do braço imobiliário do grupo Auchan em Portugal, Mário Costa, sempre o considerou um "investimento seguríssimo". Até porque "Setúbal esperava há muito tempo por um shopping" e, a sul, "não há até ao Algarve uma oferta assim". Com a vantagem que abriu portas "numa época em que a retoma se começa a sentir, trazendo uma nova oferta para a população, nomeadamente a nível de lazer".

Developed by Immochan, this is a project that has been eagerly awaited for some time, because it is the first large shopping centre to have arisen in Setúbal, one of the most populated cities in the country. Involving a 110 million euros investment, it officially opened its doors on November 12th.

Launched in the downturn, right in the epicentre of the crisis in Portugal, Mário Costa, CEO of Auchan Group's real estate branch in Portugal, says he always considered it to be a "very secure investment." Because "Setúbal had been waiting to have a shopping centre for a long time" and, in the south, "there's nothing like it between there and the Algarve." With the advantage that it has opened its doors "at a time when the recovery is already starting to be felt, bringing a new offer to the population, particularly in terms of leisure."



“Um centro comercial de última geração”

“Posicionando-se como um centro comercial de última geração”, o Alegro Setúbal foi desenvolvido a partir da galeria comercial do hipermercado Jumbo local. Criando ali um novo centro comercial de três pisos, com 115 lojas e nove salas de cinema, o projeto de reconversão, assinado pelo arquiteto português Mário Sua Kay, procurou também promover a fruição do lazer ao ar livre e o contacto com o exterior.

No que toca à oferta comercial, o centro conta com uma Área Bruta Locável (ABL) de 27.000 m², dos quais 96% colocados à data da inauguração. Ao todo, são nove as lojas âncora, com áreas médias de 2.000 m² e ocupadas por insígnias como a Zara, H&M, Mango Mega Store (a primeira em Portugal), FNAC, o multiplex Cinema City, o ginásio Fitness Hut, o hipermercado Jumbo (agora remodelado), Box e Lefties.

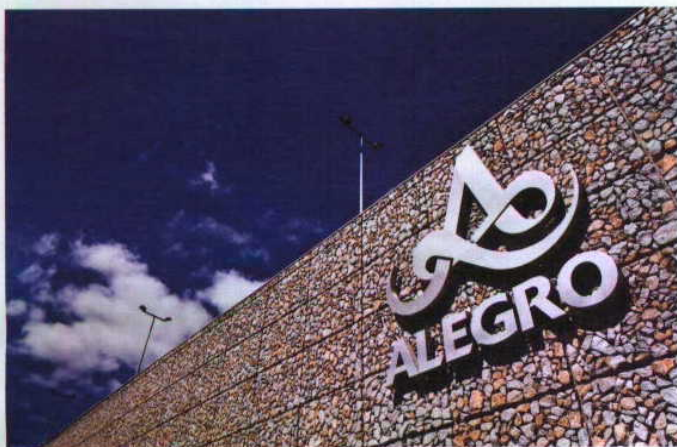
Investimento em Portugal é para continuar

O investimento da Immochan em Portugal vai prosseguir nos próximos anos, garantiu Mário Costa. Já “para 2016 temos prevista a segunda fase da Galeria Comercial Jumbo de Famalicão, um projeto que terá um investimento de oito milhões de euros e que se pretende que venha a ter o conceito de retail park”. E, para 2017 está planeado “o arranque da construção de um novo Alegro” revelou.

Entretanto, e com vista a encaixar capital para “potenciar novos projetos”, a empresa liderada por Mário Costa poderá em breve avançar com a venda de parte dos centros comerciais que desenvolveu e detém em Portugal. “Estamos à procura de parceiros, novos acionistas, para entrar no capital dos shoppings e vamos negociar centro a centro, sendo que no máximo abdicaremos de 50% do capital. Vender tudo nunca”, disse Mário Costa, em declarações à imprensa.

O primeiro negócio foi entretanto anunciado: a venda de 50% do Alegro Alfragide ao Alaska Permanent Fund Corporation, dos EUA. Avaliada em 280 milhões de euros, esta operação envolveu também a aquisição do Zenia Boulevard, em Espanha.

Além dos centros comerciais Alegro Alfragide e Alegro Setúbal, a Immochan é também a proprietária do Alegro Castelo Branco, todos fruto da reconversão das galerias comerciais dos hipermercados Jumbo locais.



“A state-of-the-art shopping centre”

“Positioned as a state-of-the-art shopping centre”, Alegro Setúbal was developed from a shopping gallery belonging to the local Jumbo hypermarket. Creating here a new three-floor shopping centre, with 115 shops and nine cinemas, the reconversion project, designed by Portuguese architect Mário Sua Kay, also sought to promote open-air leisure and contact with the outside.

Regarding commercial offer, the centre boasts a Gross Land Area (GLA) of 27,000m², of which 96% had been rented out by the inauguration date. All told, there are nine anchor shops, with average areas of 2,000m² and occupied by brands such as Zara, H&M, Mango Mega Store (the first in Portugal), FNAC, Cinema City multiplex, Jumbo hypermarket (now refurbished), Box and Lefties.

Investment in Portugal set to continue

Immochan’s investment in Portugal will proceed in the coming years, says Mário Costa. “For 2016 we’re planning the second phase of the Galeria Comercial Jumbo (Jumbo Shopping Gallery) at Famalicão, a project that will have an investment of eight million euros and will have a retail park concept”. And, for 2017 “work will start on building a new Alegro”, he reveals.

Meanwhile, and with a view to netting capital in order to “fund new projects”, the company headed by Mário Costa could soon advance with the sale of part of its shopping centres that it has developed and holds in Portugal. “We’re looking for partners, new shareholders, to invest capital in the centres and we’ll be negotiating each centre at a time, with the maximum share we’ll sell standing at 50% of the capital. We’ll never sell up”, says Mário Costa, in statements to the press.

The first deal has been already announced: the sale of 50% of Alegro Alfragide to the Alaska Permanent Fund Corporation, USA. Valued at € 280 million, this transaction also involved the acquisition of the Zenia Boulevard, a shopping in the spanish city of Alicante.

Apart from the Alegro Alfragide and Alegro Setúbal shopping centres, Immochan also owns Alegro Castelo Branco, all of which resulted from refurbishing and expanding shopping galleries belonging to local Jumbo hypermarkets.

Leia a versão integral deste artigo em exclusivo na edição online
See the full version of this article in our on-line edition

