



## REPOSICIONAMENTO

# Ginásio 'tonifica' Picoas Plaza

**Fitness Hut é âncora para aumentar as vendas do centro comercial**

O desporto faz bem e não é só ao corpo e à mente. A Retailgeste, por exemplo, aposta no Fitness Hut, aberto no final de março, para tonificar a performance do centro comercial Picoas Plaza, que nos últimos anos vinha exibindo uma acentuada baixa de forma nas vendas.

Em vez da moda e acessórios para bolsas mais recheadas, que se viria a revelar uma opção desadequada para enfrentar a crise económica, aquela empresa do grupo Chamartín propõe agora uma oferta claramente assente no desporto e nos produtos associados a esta atividade, mas passando também pela ampliação e reformulação da área de restauração situada no pátio (pretende-se maior conforto nos dias de inverno), sem esquecer a ligação à cultura (sobretudo por via da

Bertrand). É tal a "pedalada" trazida pelo ginásio *premium low-cost* de 1800 m<sup>2</sup> (num total de 4600 m<sup>2</sup>) que o objetivo para 2014 não é menos do que um aumento de 40% nas vendas e de 80% no tráfego de frequentadores.

Ainda as obras não estavam iniciadas e já o novo estabelecimento da cadeia Fitness Hut — o terceiro na cidade de Lisboa — tinha 5000 pré-inscrições, 3500 das quais estavam concretizadas aquando da abertura.

"Estimamos ter 1500 utentes diários quando o ginásio estiver em velocidade de cruzeiro", congratula-se Juan Ferreira, diretor de marketing da Retailgeste, a propósito da âncora do plano de revitalização do Picoas Plaza, estatuto devido pelo fluxo de tráfego que gera, desde já, e pelo impulso deci-

vo nas negociações com atuais e futuros lojistas.

A reformulação do centro tornou-se necessária perante o cada vez mais fraco desempenho comercial do espaço. Apesar da zona nobre em que se insere e da mais-valia do con-

**O ginásio tem 3500 inscritos. Em velocidade de cruzeiro, o Fitness Hut poderá atrair diariamente ao shopping cerca de 1500 pessoas, estima a Chamartín**

vidativo pátio que lhe dá um ar de comércio de rua, as contas mais recentes não batiam certo com as expectativas aquando

da abertura do Picoas Plaza, em 2006.

Porque mais vale estar na moda do que depender da moda mais ou menos elitista, a entidade gestora do centro comercial sentiu necessidade de trocar aquele sector muito específico por um ginásio capaz de trazer mais pessoas, oferecendo-lhes um leque alargado de serviços de conveniência e de compra por impulso.

"Esta renovação, de que o Fitness Hut é apenas o primeiro sinal, assenta numa oferta de tudo o que sejam produtos associados ao desporto (desde suplementos alimentares a vestuário), ao bem-estar, à saúde, sem esquecer a cultura. Mas passa, igualmente, por assumir que estamos numa zona residencial densa, também com uma componente de trabalho

bastante ampla, e portanto o objetivo é tornarmos o centro muito mais diário, não de destino, mas de conveniência", resume Juan Ferreira.

**Atual ocupação do centro é de 70%**

O Fitness Hut absorve 40% dos atuais 70% da taxa de ocupação do centro comercial. E o objetivo é que até ao final deste ano a ocupação do shopping suba até aos 80%. Para 2015, a meta está fixada em cerca de 95%.

"Queremos que as pessoas possam vir cá, durante a semana, passar algum tempo com os amigos quando saem do trabalho ou do ginásio, tomar algo, jantar ou comprar um livro, e que possam vir cá também ao fim de semana com a família para usufruir desta praça úni-

**Segundo Juan Ferreira, diretor de marketing da Retailgeste, o ginásio ocupa 40% da taxa de ocupação do centro**

FOTO ALBERTO FRIAS



ca nesta área de Lisboa, que é nobre, mas que acaba por ser também algo densa urbanisticamente", sugere o responsável da Retailgeste.

"Estamos com excelentes expectativas e muitos interessados", garante Juan Ferreira, reconhecendo a importância do ginásio para a adesão de novas marcas para as 32 lojas do centro.

A reformulação estratégica da oferta do Picoas Plaza passou por uma fase de "desocupação induzida" de boa parte das lojas resistentes, processo que teve o seu ponto alto em 2013, com 20% de redução na taxa de ocupação, a acrescentar a um movimento de fecho progressivo que já vinha de anos anteriores.

JORGE A. FERREIRA  
economia@expresso.imprensa.pt