New Business Media srl - via Eritrea, 21 - 20157 Milano - Anno XXVI Luglio-Agosto 2019 - MENSILE - N.281- P.I.12/07/2019

€ 12,00

MARK UP

IL MARKETING E IL RETAIL

L'ITALIA DELLE ECCELLENZE

www.markup.it

90281>
9 771122 887008

Tiratura: 22.000

MARK UP

Mensile

Data 08-2019
Pagina 2/3
Foglio 1 / 2

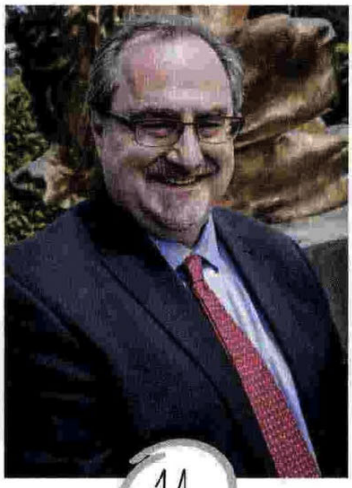
SOMMARIO

.pinionisti
.ziende
.nnovazione
.torie
.arketing
.ercati
.eal estate
.sservatori

OPINIONISTI

4 **Claudio Gradara,** Il ruolo responsabile della Dmo; **Mariano Bella,** Ciao aritmetica, ciao!
6 **Daniele Cazzani,** Il nuovo lusso è l'esperienza; **Alessando Paciello,** Ampliare il cerchio con una visione

10
#ALFEMMINILE
Sfide e obiettivi per il vino italiano all'estero, ne parliamo con Francesca Benini, direttrice commerciale e marketing di Cantine Riunite & Civ



14
TAKEACTION
Adriano De Zordi, consigliere delegato di Bennet ci parla di come l'ipermercato si sia trasformato per incontrare al meglio i nuovi modelli di consumo che passano anche dall'eCommerce

18
L'IDEA
Meltec, giovane azienda di Parma, è al lavoro su uno sciroppo viscoso derivato da ceci e mais che permette di ridurre l'utilizzo di zuccheri in gelati, barrette, granole e farciture

42
COVERSTORY
Mark Up in viaggio nei siti industriali delle eccellenze nazionali che portano in tutto il mondo il brand del Made in Italy. Ambiente, qualità e capacità produttiva nel mirino

162186

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Sommario

3

08 #CULTURA

MARKETING&CONSUMI

22 Agire senza perdere la capacità di riflettere

24 Vegani e flexitariani salveranno il mondo?

26 Innovare con l'edilizia 2.0

30 Come la gdo declina la customer experience instore

36 Il digital advertising oltre il tradizionale

38 La people strategy per le risorse umane

PHARMALAB

54 Farmacia e finanza come gestire il credito

58 iBlue, kit fai-da-te che misura l'ossidazione

60 Unifarco: la farmacia vincente è interdipendente

62 Essity: ai farmacisti offriamo progetti personalizzati

PROTAGONISTI&STRATEGIE

66 Abbattuti i tempi analitici imprese always-on

68 Il ruolo del pesce nei piatti ready-to-eat

71 Il Molise alimentare mette l'export nella rete

72 Olio Zucchi, un sistema sostenibile a tutto tondo

74 Spuma di Sciampagna, il profumo della tradizione

76 Il food nell'era Neanderthal: imprese chiamate ad evolversi

78 Orogel si affida alla forza del welfare

80 Formazione, favorire l'incontro con l'impresa

QUADERNI

86 Detox, un aiuto al corpo e uno al biologico

92 Per la gdo la ricorrenza è principalmente dolce

RETAIL REAL ESTATE

98 #mese_in_Review

100 La strategia di re-development di Multi

102 GranRoma, quartierale ma... extra urbano

104 Parco Corolla, storia di uno sviluppo decennale

106 CityLife Shopping District: tra musica, design e sport

108 Refurbishment, l'occasione per cambiare posizionamento

111 Original Marines, dinamico con brio ed eCommerce

281

162186

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Tiratura: 22.000

MARK UP

Mensile

Data 08-2019
Pagina 97
Foglio 1

MARK UP

Mauro Scolamiero è il nuovo responsabile marketing & comunicazioni in Italia di Cbre. In precedenza ha occupato il ruolo di direttore marketing di Uci Cinemas, dove ha gestito le attività di branding, comunicazione, Crm&loyalty e digital

Francesca Monteleone è il nuovo direttore di Vicolungo The Style Outlets. Dopo una esperienza in Italia nel business support, si è trasferita in Spagna dove ha maturato per Cbre Gestione Immobiliaria esperienze di assistant manager e shopping center manager

RETAIL REAL ESTATE

98 #mese_in_REview

100 RESTYLING/La strategia di "re-development" di Multi spiegata da Luca Maganuco

102 NUOVE APERTURE/Gran Roma (Gruppo Fresia) mira a diventare un attrattore dello shopping nel quadrante est della Capitale

104 RETAIL PARK/Parco Corolla, storia di uno sviluppo decennale

106 MARKETING/CityLife Shopping District, tra musica, design e sport

108 SERVIZI/Centri commerciali e refurbishment: si può cambiare modello

111 FRANCHISING&CATENE/Original Marines, intervista ad Antonio Di Vincenzo

Omar El Jarrah è direttore marketing & comunicazione di Neinver per l'Italia. Gestirà le attività di marketing dei due centri italiani (Vicolungo-No e Castel Guelfo-Bo) e la comunicazione aziendale (corporate) per il mercato locale

www.markup.it

Career update

162186

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Tiratura: 22.000

MARK UP

Mensile

Data 08-2019
Pagina 102/03
Foglio 1 / 2

MARKUP 281

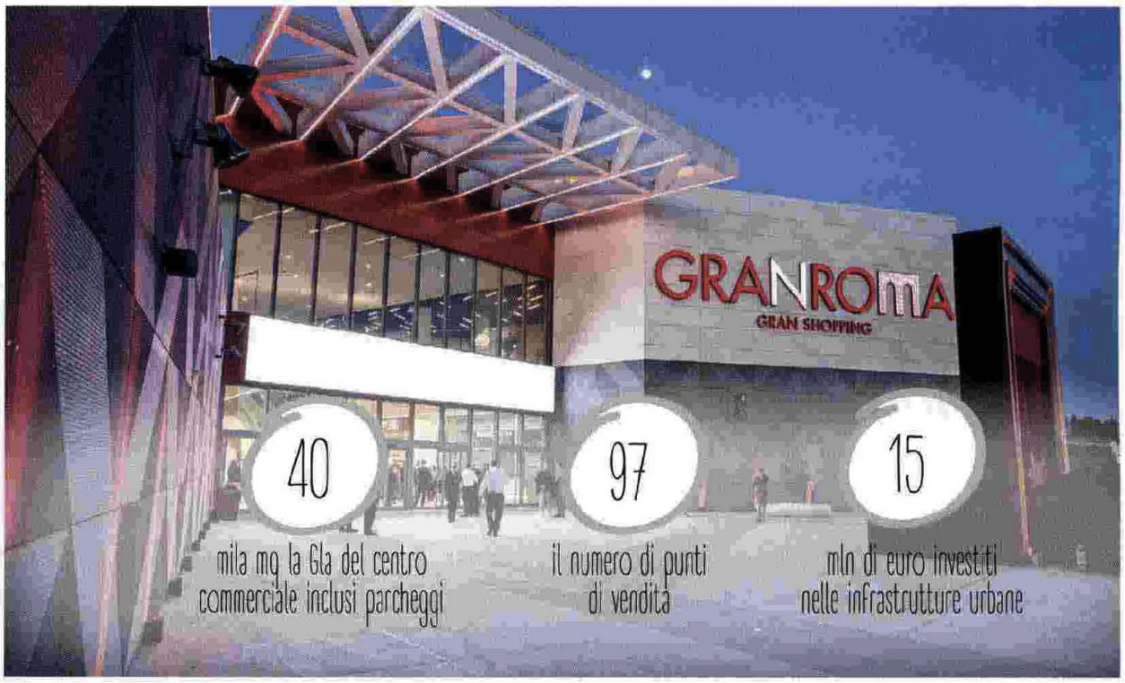
Retail Real Estate

102

GranRoma, quartierale ma... EXTRA URBANO

di
Leo Sorge

In soli 20 mesi il Gruppo Fresia ha allestito un'opera da 40 mila metri quadrati, che si propone per diventare centro pulsante dell'intero quadrante di Roma Est



Gli archi dell'Acquedotto Alessandrino, immortalati anche da Paolo Sorrentino nel film "La Grande Bellezza", spiccano come protagonisti nello scenario che si distende di fronte a chi guarda dalla terrazza panoramica del centro commerciale GranRoma. Situato nel quadrante est della Capitale, ideato, sviluppato e realizzato da Gruppo Fresia, ha aperto dopo soli 20 mesi dall'inizio dei lavori. "Abbiamo scelto il nome GranRoma per sottolineare la vicinanza al Gra, il Grande raccordo anulare di Roma", ha detto Elia Federici, Ad di Gruppo Fresia.
La Tenuta della Mistica è un'area molto verde sita al centro di un popoloso insieme di Municipi romani compresi tra Prenestina e Casilina. GranRoma è ospitata all'interno della tenuta: la superficie complessiva è di 40.000 mq, articolata su tre livelli: un parcheggio seminterrato da 1.100 posti gratuiti e due piani dedicati a shopping e ristorazione.
I circa 500 posti di lavoro creati serviranno una clientela prevista in oltre 5 milioni di presenze annue.

Gli spazi ospitano il primo Maisons du Monde della Capitale, uno degli store Zara più grandi nell'Italia dei centri commerciali (3.200 mq), e poi Cisalfa, H&M, Mediaworld, Scarpamondo. L'attrattore alimentare è Pam City, nuova insegna di Pam Panorama nella prossimità urbana che debutta in un centro molto fuori dal centro storico romano.

162186

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Burger King, Calavera Rapido, Roadhouse, Caffè Vergnano (foto sotto), fra le insegne più note. A destra Don Peppe, pizzeria napoletana

Risorse locali anche nel personale

Nei 500 dipendenti del centro commerciale GranRoma ce n'è anche un centinaio selezionati fra 4.000 giovani romani. Gruppo Fresia, con il contributo di Intesa San Paolo, ha coinvolto la Fondazione "Generation Italy" per sviluppare questo progetto.
L'obiettivo di "Generation Italy" è supportare i giovani nella formazione e nella ricerca del lavoro in sinergia con le aziende in cerca di nuove risorse.
I ragazzi hanno affrontato un corso intensivo di tre settimane al termine del quale hanno avuto accesso ai colloqui di assunzione dei negozi di GranRoma aderenti all'iniziativa. Cento di questi ragazzi, suddivisi in due successivi gruppi di 50 ciascuno, sono stati assunti.

Tra i ristoranti citiamo Calavera, il concept di cucina messicana, che raddoppia nella Capitale; gli hamburger di Burger King; la steakhouse Roadhouse Grill. Numerosi i food shops e i bar, impreziositi da Caffè Vergnano.
Molti altri esercizi, per un totale di 97 negozi e 10 punti ristoro tra bar e ristoranti, completano il centro.

Com'è ormai necessario, il centro si pone come punto di ritrovo per gli abitanti del quartiere e di tutta la zona circostante. Gli edifici sono in classe energetica A.
L'impianto fotovoltaico è di circa 450 kW. Sono disponibili tre colonnine di ricarica per veicoli elettrici.
"Grande importanza riveste lo spazio esterno, idoneo a manifestazioni di molti tipi", ci ha detto Letizia Cantini, Coo di Svicom, il property manager che insieme a Forum Estate Management ha affiancato Fresia: "confidiamo di sviluppare eventi anche di valorizzazione dell'agroalimentare locale, principalmente nei mesi estivi". La riqualificazione di una zona finora parzialmente attrezzata ha dato dunque origine a un centro polifunzionale dedicato all'agricoltura urbana, al benessere fisico e mentale, al divertimento e alla sostenibilità: è questa l'aspirazione della Tenuta della Mistica.

GranRoma presenta un Gla (superficie totale affittabile) di circa 31.000 metri quadri, una galleria di 9.000 metri quadri e un parcheggio interrato, per un totale di 40.000 mq. Le aree destinate al parcheggio sono presenti, oltre che al piano interrato, anche in aree esterne poste in aderenza al centro commerciale, per oltre 1.100 posti auto a servizio.

Oltre l'80% della superficie trattata è stata salvaguardata e destinata ad attività agricole e sociali. Gruppo Fresia ha inoltre investito 15 milioni di euro per i lavori alle infrastrutture urbane adiacenti all'area del centro commerciale, apportando un significativo miglioramento della viabilità della zona. Grazie al collegamento ipotizzato col parco Giovanni Palatucci, l'area può diventare il fulcro di un percorso integrato e fruibile dai quartieri circostanti di Prenestino-Centocelle, Tor Tre Teste e Torre Maura.

162186

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.