

Informação à Imprensa – 14 de Novembro de 2000

Inovador conceito de distribuição no mercado português

## **Sonae Imobiliária e**

### **Miller Developments inaugura o Sintra Retail Park**

- **Formato alternativo face aos centros comerciais que permite uma maior exposição dos produtos com custos de rendas inferiores;**
- **Investimento de 3,1 milhões de contos;**
- **Área de influência de 780 mil residentes representa um potencial de mercado superior a 440 milhões de contos;**
- **17.400m<sup>2</sup> de ABL, 12 unidades comerciais e 4 unidades de restauração**

A Sonae Imobiliária e a Miller Development inaugura o Sintra Retail Park, um projecto que introduz no mercado nacional um novo conceito de distribuição, que permite aos lojistas beneficiarem de um maior potencial de exposição dos produtos a custos significativamente inferiores em termos de rendas aos de um centro comercial.

Constituído exclusivamente por 12 unidades comerciais de média dimensão, com áreas que variam entre os 1000 e os 4000 m<sup>2</sup>, e 4 unidades de restauração, o Sintra Retail Park representa um investimento de 3,1 milhões de contos, contando com uma área de influência de 780 mil residentes, o que representa um potencial de mercado superior a 440 milhões de contos.

Com cerca de 17.400m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL), o complexo situa-se junto ao IC19 (onde passam diariamente cerca de 50 mil veículos), perto da Feira Nova, tirando partido de uma identidade própria conseguida através do design e arquitectura cuidadosos.

Interforma, Divani & Divani, Atlantis, A Loja do Gato Preto, Mr Bricolage, Galerias de Ocasão, 8&80, Pré-mamã, Shoe Center, Multiópticas, Rádio Popular e A Casarão os lojistas que integram o Sintra Retail Park, que estará ainda dotado com as unidades de restauração Vivenda do Camarão, Cascata, MacDonald's e Pizza Hut. O Sintra Retail Park detém

igualmente um parque de estacionamento gratuito com 650 lugares.

A par do Sintra Retail Park, a Sonae Imobiliária e a Miller Development já anunciaram o desenvolvimento de um novo projecto em Setúbal, o Setúbal Retail Park, cujo processo de licenciamento se encontra em curso.

Esta unidade ficará situada na Estrada Nacional 10, a três quilómetros do acesso da A2 à cidade de Setúbal, e contará com 20.000m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável, incluindo 17 unidades comerciais. Correspondendo a um investimento de 4,4 milhões de contos, este novo complexo deverá começar a ser construído no segundo semestre de 2001, estando prevista para 2002 a sua abertura ao público.

### **Conceito norte-americano com forte expansão na Europa**

Originário dos Estados Unidos – onde actualmente ocupa um espaço importante no leque de escolhas dos consumidores – o Retail Park tem conhecido um forte crescimento internacional, facto que se deve sobretudo à variedade e complementaridade da oferta que caracterizamos Retail Parks, numa combinação extremamente atractiva para o consumidor, assim como ao aumento generalizado do poder de compra, que tem dado espaço à aquisição dos produtos típicos de um Retail Park, como artigos para o lar, escritório, bricolage, electrodomésticos, electrónica de consumo, brinquedos, vestuário e calçado, artigos de desporto e acessórios para automóvel.

Tendo em conta que a localização e a visibilidade constituem dois factores críticos do sucesso dos Retail Parks, o aumento do número de pessoas com carro próprio foi outro dos motivos que levou à forte expansão deste conceito, permitindo a sua instalação sem qualquer inconveniente for a cidade, junto a um acessorodoviário.

Anível europeu, este formato encontra a sua maior expressão no Reino Unido e na Alemanha, países que detêm cerca de 75% do mercado de Retail Parks. Os outros projectos deste tipo encontram-se na Escandinávia, Europa do Norte e Central, com 20%, cabendo à Itália e Espanha cerca de 5%.

Em Portugal, a Sonae Imobiliária e a Miller Developments, formaram em Abril de 1998 uma

‘joint-venture’ para o desenvolvimento de ‘Retail Parks’ na Península Ibérica. Para tal contribuiu o facto de Portugal deter actualmente um grande potencial de crescimento para este formato comercial e um dos maiores crescimentos na taxa de consumo da Europa - que se prevê venha a crescer significativamente nos próximos três anos -, apesar de um aumento das exigências dos consumidores em termos de oferta e conveniência e um nível baixo de desemprego.

Nos últimos anos, tem-se assistido em Portugal à construção de algumas unidades comerciais de média superfície, nomeadamente na área do bricolage, artigos para o lar ou brinquedos, tratando-se no entanto de iniciativas isoladas, muito embora algumas marcas aproveitem a existência de grandes superfícies, nomeadamente de hipermercados, para se estabelecerem junto a estas. Os ‘Retail Parks’ – e a experiência portuguesa será disso também um bom exemplo – vêm ordenar e conjugar a oferta destas médias superfícies comerciais, até agora dispersa, concentrando-as num espaço próprio comum, com óbvias vantagens para retalhistas e consumidores.