



28deMaiode2003

Parceriaentre aSonaeImobiliáriae aMillerDevelopments

## **CoimbraRetailParkabreemNovembro**

- **13novaslojascom12.800m<sup>2</sup>deABL**
- **60%dototaldeABLjáestácomercializado**
- **Previsãode2,5milhõesdevisitas/ano**
- **Vendasestimadasde €35,2milhões/ano**

A Sonae Imobiliária e a Miller Developments vão inaugurar em Novembro próximo o Coimbra Retail Park, projecto promovido em parceria (50%/50%) por estas duas empresas e cuja construção se iniciou em Dezembro de 2002, representando um investimento de €14 milhões.

Localizado junto à estrada de Eiras, na zona natural de expansão da cidade, o Coimbra Retail Park irá disponibilizar 13 novas lojas com 12.800m<sup>2</sup> de área bruta locável (ABL), que se juntarão às lojas da Modelo Contínente já existentes no local, como são os casos da Modelo, do Autocenter, da Wortene e da Modalfa, unidades que hoje atraem 1,7 milhões de visitas/ano e totalizam 5.500m<sup>2</sup> de ABL.

Oferecendo 560 novos lugares de estacionamento, o empreendimento tem cerca de 60% do total da sua ABL já comercializada neste momento. As insígnias Mestre Maco (Bricolage), San Luis (Electrodomésticos), Multiópticas (Óptica) e a Loja do Gato Preto (Decoração) já confirmaram a sua presença no Coimbra Retail Park.

A complementariedade entre a oferta pré-existente e as novas insígnias constituirá por certo um importante factor de atracção para o público, permitindo aumentar para 2,5 milhões a estimativa do número de visitas/ano ao empreendimento.

O Coimbra Retail Park apresenta uma imagem inovadora, destacando-se o uso de painéis de cores claras com um forte tratamento de luz numa composição moderna, o que permite destacar cada uma das diferentes unidades que constituem este parque comercial.

Inserido numa área de influência com 174 mil habitantes a 20 minutos de distância, o Coimbra Retail Park deverá registar um volume de negócios anual de €35,2 milhões (retalho não-alimentar), sendo responsável pela criação de 120 empregos directos.

O Coimbra Retail Park é resultado da ‘joint-venture’ que a Sonae Imobiliária e a Miller Developments formaram em Abril de 1998 para o desenvolvimento de Retail Parks em Portugal e Espanha. Este será o segundo empreendimento da Sonae Imobiliária na cidade de Coimbra, dez anos após a inauguração do Coimbra Shopping, um centro que se tem revelado como o principal destino comercial e de lazer da cidade, com mais de 7,4 milhões de visitas em 2001.

Para além desta unidade em Coimbra, a Sonae Imobiliária e a Miller Developments têm em carteira os projectos Retail Park de Setúbal e da Maia.

Recorde-se que o Sintra Retail Park, primeiro empreendimento do género inaugurado em Portugal pela “joint-venture”, em Novembro de 2000, tem registado desde a sua abertura uma média de 108.000 visitas/mês, tendo apresentado, em 2002, um crescimento médio mensal de visitas de 19%, o que demonstra excelente aceitação de que este formato comercial beneficia em Portugal.

### **Um conceito com sucesso**

O Retail Park é um espaço constituído por diversas unidades comerciais de média dimensão, com áreas que variam entre os 500 e os 4000 m<sup>2</sup>. O seu principal benefício reside no facto de oferecer aos lojistas uma maior área de exposição dos produtos com custos significativamente inferiores aos de um centro comercial, com rendas bastante mais competitivas, satisfazendo em simultâneo as expectativas dos consumidores em termos de dimensão e variedade da oferta em ramos de actividade criteriosamente definidos.

Este conceito, que teve origem nos Estados Unidos – onde actualmente ocupa um espaço importante no leque de escolha dos consumidores – encontra a nível europeu a sua maior expressão no Reino Unido e na Alemanha, países que detêm cerca de 75% do mercado de Retail Parks. O restante encontra-se na Escandinávia, Europa do Norte e Central, com 20%, cabendo à Itália e Espanha os outros 5%.

O forte crescimento a que se tem assistido neste mercado deve-se sobretudo à variedade e complementaridade que caracteriza a oferta dos 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.