



38 **Arcadio Gil**  
Consejero delegado  
LaSBA

## Comercio y Ciudad, lema de la Conferencia del ICSC en Barcelona

*Barcelona será la ciudad anfitriona que del 22 al 24 de abril acoga a los más de 600 profesionales de la industria de los centros comerciales que se esperan acudan a la Conferencia europea del ICSC. Según Arcadio Gil, consejero delegado de LaSBA y organizador junto con Gerard Groener, CEO de Corio, de los contenidos y logística de la reunión, “el tema crucial que vamos a tratar en profundidad es la relación que existe entre el comercio y la ciudad”.*

El atractivo tema de los centros comerciales nos ha robado el corazón a mucha gente, porque se mezcla el comercio con el inmobiliario y con el consumidor, asegura Arcadio Gil, un ingeniero de Caminos que empezó de forma casual en el mundo de los centros comerciales a raíz de la construcción de La Vaguada y que ahora se siente totalmente seducido por la perfecta combinación que de él emana. “Como decía el que fuera el presidente del ICSC Europa, el señor Jean Luis Solal y maestro de toda una generación de profesionales, en esta industria confluyen capacidades, conocimientos y técnicas aplicadas a la construcción, a la distribución, a la sociología y al marketing”.

### ¿Qué objetivos tiene la reunión del International Council of Shopping Centres (ICSC) en Barcelona del 22 al 24 de Abril?

El ICSC organiza este Congreso anual desde hace mucho tiempo, y ya se ha convertido en una de las citas ineludibles para la industria de los centros comerciales. La Conferencia de Barcelona gira en torno a dos temas: la realidad económica que vivimos y el papel del comercio moderno en la ciudad. Es muy importante hacer una descripción de cómo la ciudad vive del comercio y viceversa porque, en algunos países del Sur de Europa, mucha gente piensa que los centros comerciales han dado la espalda a la ciudad.

### ¿Qué significado tiene que España sea el país anfitrión de esta importante cita?

Durante muchos años, España ha sido el destino número uno para promotores e inversores europeos de centros comerciales, y hoy desgraciadamente no es así. Nuestro país se incorporó tarde al mundo de los centros comerciales, pero nuestra industria ha tenido un desarrollo espléndido y ha sabido beneficiarse del crecimiento de la población, del consumo y de la economía. Desde que en 1999 se celebrase la Conferencia en Madrid han cambiado mucho las cosas y, por tanto, me parece muy importante que España albergue nuevamente una Conferencia europea. Desde la AECC y desde el sector en general, hemos luchado mucho porque el encuentro se celebrase en nuestro país y en concreto en Barcelona, una ciudad clave en el mapa del sector y del turismo, en Europa y en el mundo.

**“La industria española de los centros comerciales cada vez es más internacional, ha demostrado que crea empleo y oportunidades y es de calidad e innovación”**

### ¿Qué implicación tiene en la celebración de este evento?

Por mandato de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC) he sido representante en el Consejo Europeo del ICSC. Desde hace años, Antonio de la Peña, Maite Palomino, Luis Casanovas y yo mismo, hemos estado defendiendo en el ICSC que la conferencia se celebrara en Barcelona. Una vez que así se decidió, el ICSC, en consenso con la AECC, buscó un equipo organizador de la conferencia. Por eso, me pidieron entonces que fuera el vicepresidente de la Conferencia para que junto con Gerard Groener, el CEO de Corio en Holanda, dirigiéramos el equipo que preparara la reunión, desde el punto de vista de contenidos. Y que, junto a un equipo de profesionales locales, como Maite Palomino, Carlos Casanovas, Santiago Pagés, Yolanda Bassat, Jos Galán ó Josep María Colomer, aseguráramos la organización logística, de soporte e integración local, y de buena relación institucional con la ciudad.

### ¿Qué programa han preparado?

El programa pretende desarrollar al máximo el tema del "Retail and the City", de ahí que durante el primer y segundo día, contemos con testimonios de profesionales y perso-

nas de la Administración para hablar de esta cuestión. Somos conscientes de que en un escenario como en el que estamos no podemos dejar de hablar de la situación económica general y tampoco dejar de analizar cómo los centros comerciales están sabiendo responder a este entorno. Sin embargo, el tema crucial que vamos a tratar en profundidad es la relación que existe entre el comercio y la ciudad en los distintos países, prestando especial atención a aquellas tendencias que ya se están viendo en mercados avanzados, y que van a ser las que se desarrollen en el futuro. Estas tendencias del futuro pasan por integrar más intensamente aún el comercio y el centro comercial en el corazón de las ciudades, puesto que yo estoy convencido de que el comercio va a ayudar a construir y regenerar las ciudades. A su vez, las ciudades van a impulsar y a tutelar la promoción de centros comerciales con la ayuda de las administraciones e instituciones, por lo que no es casual que la Conferencia se celebre en Barcelona.

### ¿Qué asistencia esperan?

La asistencia refleja sin duda los momentos económicos que vivimos. Está previsto que acudan unos 600 profesionales.

## Reflexiones sobre algunos temas puntuales

**Promoción.** En España podemos distinguir dos tipos de promoción: la promoción de proyectos cuyas obras ya están iniciadas y los proyectos que aún no han arrancado. En el primer caso nos encontramos que, en general, las obras avanzan más lentamente, con ciertas dificultades para terminar su comercialización y con los problemas de financiación que tienen los operadores para abrir sus tiendas. En la promoción de proyectos cuyas obras no han arrancado, la situación es peor: muchos proyectos se paralizan o incluso se cancelan por falta de recursos. Hemos vivido una etapa en que las licencias eran en muchos casos el factor de limitación de los nuevos proyectos, hoy sin duda, es la financiación.

**Consumo.** El consumo va a sufrir mucho en los próximos meses, lo que estamos viviendo es sólo el comienzo. La disminución del consumo es una consecuencia inmediata del paro, cuyo efecto se dilata en el tiempo por muchos factores: las expectativas de evolución del propio paro, la disminución de los subsidios... El comportamiento del consumo va varios 4-5 meses detrás del desempleo.

**Operadores.** Cuando terminemos esta etapa, se podrá observar en primer lugar la concentración de operado-

res que se habrá producido en cada uno de los sectores. Muchos desaparecerán, y cuanto más sufra el sector en concreto, más fuerte será este proceso. La segunda característica que vamos a observar es una menor internacionalización. Las enseñas españolas, de moda, restauración... que salían al exterior y las europeas que venían a España van a frenar sus planes de expansión internacional. Además, la crisis obligará a que muchas de estas cadenas que no tengan un tamaño suficiente, cierren establecimientos.

**La Directiva Bolkestein.** Precisamente, en una de las sesiones de la Conferencia de Barcelona vamos a hablar de la Directiva de Servicios y de cómo se está trasladando a los distintos países europeos. En España tenemos una situación peculiar y tardaremos más en adaptarnos, porque las 17 comunidades autónomas tienen que trasladar la normativa europea a sus respectivas legislaciones internas. Además, la Directiva Bolkestein no conseguirá probablemente todo lo que algunos esperan porque no va a poder impedir que algunos Gobiernos autonómicos sustituyan las anteriores trabas en la concesión de licencias por otras de carácter urbanístico o medioambiental.



■ Arcadio Gil fue Presidente del Jurado en la entrega de los Premios Europeos del ICSC de 2003.

## Su trayectoria antes de llegar a LaSBA

Así narra Arcadio Gil su dilatada trayectoria profesional. "Mi desarrollo profesional ha estado ligado a esta pasión desde la consultoría. He tenido el privilegio de colaborar con nuestros clientes en sitios diferentes, con proyectos de distinto tamaño... De cada una de estas experiencias he podido recopilar algún tipo de enseñanza, un bagaje que he puesto a disposición de nuevos clientes para no volver a cometer los mismos errores.

Este sector lo cambia todo constantemente. Lo que dábamos por válido hace 10 años hoy corre el riesgo de no valer nada. Esta circunstancia te exige una puesta al día permanente, un interés por analizar nuevas tendencias, formatos, y patrones.

En LaSBA intentamos estar al corriente de los últimos formatos y tendencias para ponerlos al servicio de nuestros clientes promotores e inversores. El objetivo es que tengan en sus manos ese conjunto de conocimientos que les permita tomar las decisiones estratégicas adecuadas desde el inicio, como el tipo de centro, ubicación, operadores, etc.

Tenemos oficinas en España y Portugal, preferimos ser prudentes porque aunque hay tendencias que son comunes, desde los comerciantes a las técnicas de construcción. Pero cada caso es cada caso: las leyes son distintas y el consumidor también.

Estoy muy orgulloso de los años que pasé en la Sociedad de Centros Comerciales con el señor **Jean Luis Solal**, impulsor de La Vaguada. Luego pusimos en marcha e hicimos crecer una empresa de consultoría, Laese, que finalmente decidimos integrar en **Jones Lang LaSalle**. Allí estuve tres años, hasta que me vine a LaSBA. Al final, tanto en la etapa de **Laese**, como en la de Jones Lang LaSalle, como en esta de LaSBA creo que el tipo de desarrollo profesional ha estado inspirado por los mismos principios y la misma pasión, y dirigido a los mismos fines de servicio al cliente".

Los objetivos que se ha marcado el ICSC en este sentido son menos ambiciosos que en otras ediciones, de la misma manera que el presupuesto económico con el que ha contado ha sido menor. En otro momento, una ciudad como Barcelona y los temas que vamos a tratar hubiese atraído a más personas.

### Ponentes de primer nivel

#### ¿Qué personalidades van a ocupar la tribuna de oradores?

Para mí una de las personalidades más interesantes será la presencia de Alexander Otto, el CEO de ECE, el mayor promotor y gestor de centros comerciales de origen alemán, que ha crecido en todo el centro y este de Europa, y que acaba de anunciar la compra de una participación mayoritaria en un gran promotor y gestor de centros comerciales en Estados Unidos. Alexander Otto, que no se prodiga mucho en público, nos dará su particular visión sobre la relación comercio-ciudad, respaldado por el excelente funcionamiento que tienen los centros comerciales desarrollados por ECE en el interior de las ciudades.

También hay que mencionar a Jeremy Rifkin, analista y presidente de la Fundación de Tendencias Económicas, que va a analizar el aspecto psicológico del consumidor y de qué manera está afectando el contexto económico a las tendencias del consumo.

El repaso de la economía en general estará en manos de Norbert Walter. El economista jefe del Deutsche Bank explicará las posibles consecuencias que los últimos acontecimientos económicos pueden tener en el sector inmobiliario en general, y en el comercio y consumo, en particular. Por último, yo también destacaré a Howard Saunder, un estudioso del comercio y la distribución, que repasará las últimas tendencias en la distribución por sectores.

#### Algunos enunciados del programa tienen carta de naturaleza propia por sí mismos, por ejemplo, las nuevas fórmulas para vender y sobrevivir en el nuevo contexto económico.

Hoy el consumidor está cambiando y, por tanto, la distribución tiene que saber responder con eficacia. Estamos asistiendo a cambios cuyo impacto ni nosotros mismos, los analistas y profesionales del sector, sabemos medir bien, ya no sólo en los próximos meses, sino incluso cuando la economía se recupere. Porque, aún cuando el empleo y el consumo se recuperen, el consumidor ya no va a ser el mismo. El tema más interesante por tanto aquí es ver de qué manera esta etapa va a marcar cambios en las tendencias del consumidor y en la distribución del futuro. Por ejemplo, ¿Qué está pasando con el discount, con el tema de la moda low cost, cómo están respondiendo Zara, Primark, etc...? Nada volverá a ser igual...

### Y en medio de esta tormenta financiera, ¿Dónde está el dinero?

El sector está a la espera de que las circunstancias cambien y la financiación vuelva, sino a un estado como el que hemos disfrutado, sí a uno normal. Todas las empresas paneuropeas del sector, como ECE, Redevco, Corio, Sonae Sierra... son cada vez mayores y son las que podrán dar testimonio en la conferencia de cómo la situación financiera afecta en cada país.

### Una industria internacional e innovadora

#### ¿Cómo ve la industria española de los centros comerciales?

Desde mi punto de vista, la industria española de los centros comerciales se define por tres características: cada vez es más internacional, ha demostrado que crea empleo y oportunidades, y es una industria de calidad e innovación. En primer lugar, si analizas la evolución de nuestro sector en los últimos 10 años, lo que más llama la atención es su radical internacionalización. Por fortuna, esta internacionalización no sólo se ha producido porque promotores, inversores, consultores, arquitectos, abogados, empresas de gestión hayan venido a España, sino también porque algunas de las compañías españolas se han convertido en jugadores internacionales. Ahí están los casos de Neinver, cuyo consejero delegado

### “Hay que integrar más aún el comercio y el centro comercial en las ciudades”

también intervendrá en una ponencia; o Chamartín, o Metrovacesa, o Riofisa. Al margen de los promotores, también están consultores como L-35, que está desarrollando una sólida plataforma internacional de Arquitectura.

En segundo lugar, nuestra industria genera oportunidades y empleo. Y por último, un tercer factor que señalaría de nuestra industria es la calidad e innovación, como lo demuestran las recientes inauguraciones de Islazul (Madrid), Plaza Imperial (Zaragoza) o los centros desarrollados por Riofisa, que aunque hoy está como empresa en una situación peculiar, han sido reconocidos a nivel internacional.

En los últimos 10 años, nuestra industria ha sido capaz de mantener unos ritmos de producción espléndidos, y además con un nivel medio de calidad óptima. Además, ha sabido aprovechar la buena situación económica y las facilidades financieras del momento para promover productos que han sido muy buenos éxitos comerciales. La innovación en el diseño, en la arquitectura y en las técnicas de desarrollo, ha aportado nuevos conceptos que han situado a España en la primera línea europea. De ahí que sean especialmente valoradas por los extranjeros que vienen al Congreso las visitas a los centros comerciales que contempla nuestro programa en Madrid, Zaragoza o Barcelona.

## ICSC European Conference 22-24 Abril 2009 (Palacio de Congresos y Hotel Rey Juan Carlos de Barcelona)

### Miércoles 22 de Abril

#### Supervivencia y adaptación a los cambios económicos

- 09.00-12.00: Encuentro con las nuevas generaciones del sector
- 12.30-14.00: Criterios a tener en cuenta antes de acometer el diseño y construcción de un centro.
- 14.45-17.45: Sesiones:
  - 14.45: Una visión de la economía global. Prof. Dr. Norbert Walter
  - 16:30: Planificación urbana.
  - 17:00: Retail y ciudad.

### Jueves 23 de Abril

#### ¿Cuál es el negocio de la industria?

- 8:30-9:30: Talleres
- Estudio de regulaciones para crear un centro comercial sostenible
- El retail en la ciudad

- 9:45-12:00: Conferencias
- 9:45: Retail y Ciudad. Alexander Otto
- 11:00: Capear el temporal, ¿dónde está el dinero?;
- 13:45-16:15 Conferencias
- 13:45 El sueño europeo: Jeremy Rifkin
- 14:30: Tendencias crecientes.
- 15:30: Premios 2008. El mejor proyecto está basado en la revitalización de las ciudades.

### Viernes 24 de Abril

#### Centrarse hoy en Retail

- 9:00-9:30: Estudio de un caso: Desigual
- 9:30-10:30: Marcas creadoras y vanguardistas: Aftershock, Flexa, Game, Mango, entre otras.
- 12:00. Lo último en Retail en todo el mundo
- 13:00-13:15: Actualizaciones municipales
- 13:30: Visita a algunos Centros comerciales en Barcelona

## El ICSC busca la certificación medioambiental Breeam en los nuevos proyectos



■ El centro comercial italiano Freccia Rossa, propiedad de Sonae Sierra, cumple con las máximas europeas medioambientales.

42

El Parlamento Europeo es consciente del esfuerzo inversor que está haciendo la industria europea de los centros comerciales en el seno del **ICSC** para reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> y lograr la máxima eficiencia energética en sus complejos, según indican fuentes de la propia asociación internacional integrada por 75.000 miembros. Desde el ICSC se van dando pequeños pasos. Por ejemplo, tras evaluar diferentes certificados disponibles en el mercado, los miembros del ICSC han trabajado conjuntamente con el **BRE** (Building Research Establishment) para aplicar el método de evaluación medioambiental, (**Breeam**), en la promoción de nuevos centros comerciales en Europa.

### Una nueva versión del Breeam

Fruto de este trabajo conjunto, el año pasado se presentó una nueva versión del prestigioso Certificado Breeam (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) aplicado ahora a los centros comerciales. Desde 1990 hasta ahora, el organismo internacional BRE concedía este distintivo sólo a inmuebles residenciales y de oficinas. Ahora, también se ha convertido en un sello medioambiental muy codiciado por los promotores inmobiliarios europeos de centros comerciales.

El Breeam es un método de valoración medioambiental que cuantifica el comportamiento medioambiental de un inmueble desde distintos enfoques: política de gestión, salud y bienestar, transporte, consumo de agua... Los edificios

*Este sello medioambiental otorgado por el Building Research Establishment (BRE) es uno de los más codiciados entre los promotores europeos de centros comerciales integrados en el International Council of Shopping Centers (ICSC). La certificación europea Breeam cuantifica el comportamiento medioambiental de un inmueble comercial. Algunas compañías como Sonae Sierra, Redevco o ING Real Estate van abriendo el camino.*

reciben una puntuación que varía entre “suficiente”, “bien”, “muy bien” y “excelente”. Algunos promotores como Sonae Sierra, Redevco, Multi Development e ING Real Estate, ya lo están aplicando a sus proyectos.

Por otra parte, El ICSC también considera que la directiva **European Energy Performance of Buildings Directive (EPBD)** aprobada en 2002 sirve de marco para lograr que la industria de centros comerciales consiga sus objetivos. El director del ICSC en Europa, **Armiño Amies**, señala que “estamos progresando en la representación de los intereses de esta industria a nivel institucional. Sin embargo, a pesar del ambicioso programa establecido en el Plan de Recuperación Económica aprobado por el Parlamento europeo el pasado noviembre ha resultado difícil llegar a un acuerdo con los Estados miembros sobre cómo y qué iniciativas de nuestra industria se deben financiar”

Según **Jeremy Rifkin**, presidente de la Foundation on Economic Trends, asesor de la Unión Europea y ponente del Congreso Europeo del ICSC en Barcelona, los centros comerciales tienen el potencial de impulsar la creación y distribución de la energía verde. “En lugar de ser consumidores de energía, tienen el potencial, a través de la innovación, de convertirse en creadores de energía, suministrando a la red eléctrica el excedente energético generado por ellos con fuentes renovables”. Rifkin afirma que el mundo debe “reimaginar” la red eléctrica como una red de igual a igual, cuyos principios de diseño son idénticos a los de Internet.