

CORSALIS IN ITALIA PER I NUOVI MODELLI DI CONSUMO

Fabio Coppo,
co-fondatore, a MAG:
«Le attività logistiche
hanno sempre più bisogno
di locali in città, nelle
zone residenziali e di alto
consumo»

di claudia la via



FABIO COPPO

Una società immobiliare dedicata alla logistica last mile e alla distribuzione metropolitana, con l'obiettivo di trasformare la logistica urbana in un settore strategico per i grandi gruppi della distribuzione, che possono pianificare una presenza capillare grazie a un patrimonio immobiliare in affitto in ambito cittadino. Si

chiama Corsalis, è nata in Francia dall'idea di due soci, **Rémi Goleger** e **Fabio Coppo**, ed è da poco sbarcata in Italia anche con l'intenzione di contribuire alla crescita di un nuovo settore d'investimento interessante per grandi player, che possono puntare su immobili già a reddito in posizioni strategiche e altamente remunerative. «Lavoriamo soprattutto su immobili e locali esistenti in città, per rinnovarli e trasformarli in siti adatti ai bisogni emergenti dati dai nuovi modelli di consumo, ovviamente in primis l'e-commerce e il cosiddetto fast-delivery» spiega a MAG Fabio Coppo, managing director e co-fondatore di Corsalis, che sottolinea come però qualsiasi progetto debba anche adattarsi a un tessuto urbano denso e residenziale, dove i bisogni di logistica urbana sono più forti.

Qual è la situazione di questo mercato e quanto sta crescendo?

La logistica è "urbana" da ormai molti decenni. Ogni giorno centinaia di tonnellate di prodotti entrano nelle città per rifornire negozi, mercati e artigiani.

La novità è che i consumatori si stanno sempre più orientando verso una logica di acquisto e di consumo multicanale (online e offline), che rispetto a prima ha generato un bisogno di arrivare con i prodotti sempre più vicino al consumatore, anche a casa sua, e con tempi di consegna sempre più "immediati". Ma la logistica urbana non si limita più solo al cosiddetto quick delivery: anche la "reverse-logistic", ossia la logistica dei "resi", con l'aumento dell'e-commerce, o la logistica di servizio fanno parte di questo mercato. Questi settori sono in crescita esponenziale in tutta Europa, e anche in Italia il trend è in crescita, come confermano i dati dell'ultimo Osservatorio eCommerce B2c del Politecnico di Milano, secondo cui nel 2021 gli acquisti online valevano 39,4 miliardi di euro (+21% rispetto al 2020).

Cosa cambia rispetto a prima?

Cambia che adesso tutte queste tipologie di attività logistiche hanno sempre più bisogno di locali in città, nelle zone residenziali e di alto consumo, in cui svolgere attività "industriali", in condizioni di sicurezza e comfort per i lavoratori, senza impatti negativi per il vicinato e gli abitanti dei quartieri e utilizzando soluzioni di trasporto green.

Che prospettive di crescita vedete per l'Italia nei prossimi due anni?

L'Italia presenta caratteristiche e abitudini di consumo un po'

differenti dal resto dell'Europa, soprattutto nelle città di media dimensione. Ma se guardiamo a città metropolitane come Milano, Roma, Napoli, Torino, Bologna o a quelle con strutture urbanistiche particolari - penso a Genova e Firenze - credo che il consumo seguirà lo stesso trend delle capitali europee, come Londra o Parigi, in cui tutta una serie di prodotti - migrerà dall'acquisto in negozio all'acquisto online. A questo si aggiungerà la diffusione di servizi di sharing di bici e monopattini che farà crescere il bisogno di soluzioni immobiliari solide per tutti questi usi. Il nostro obiettivo è realizzare almeno due o tre progetti per ognuna delle prime 10 città italiane.

Avete portato avanti accordi strategici sul territorio?

Siamo un operatore indipendente, ma spesso ci associamo a dei partner per realizzare i nostri progetti. In centro a Parigi, per esempio, abbiamo sviluppato un progetto in partnership con Altea, uno dei principali operatori immobiliari di Francia, e in Italia in questo momento abbiamo un progetto in corso a Roma con uno dei principali fondi logistici europei per sfruttare e mettere a reddito asset urbani in location strategiche.

Come operate sul mercato per ricercare gli immobili adatti e come gestite la relazione con il cliente?

Ricerchiamo locali che siano non più in uso, perché obsoleti o in zone che hanno mutato il loro appeal, e li acquistiamo. Ovviamente siamo alimentati dai broker e molto spesso questo tipo di locali è venduto off-market, per cui è molto importante avere un solido network. Proponiamo delle soluzioni immobiliari finite ed entriamo in contatto con i clienti solo una volta che il locale è completamente rinnovato e reso disponibile.

»»





FABIO COPPO

«ABBIAMO UN PROGETTO IN CORSO A ROMA CON UNO DEI PRINCIPALI FONDI LOGISTICI EUROPEI PER SFRUTTARE E METTERE A REDDITO ASSET URBANI IN LOCATION STRATEGICHE»

Chi è il vostro “cliente-tipo”?

Da una parte ci sono i retailer, che siano quick delivery, e-commerce o classici, che necessitano di punti di “smistamento” delle loro consegne finali, o i produttori che con l'e-commerce cercano di raggiungere direttamente il cliente finale ovunque e in tempi brevi. Dall'altra gli operatori logistici (che siano 3PL, ossia logistica conto terzi, o trasportatori), che cercano di accompagnare i loro clienti anche nelle città, come oggi già fanno sulla grande logistica, e tutti quegli operatori di nuovi usi e consumi urbani (monopattini, bici, preparazione di cibi).

Che potenzialità ha in ambito real estate questo mercato?

È un mercato potenzialmente enorme, anche considerato che la logistica sta diventando per le città, e ancora più per le zone metropolitane, indispensabile esattamente come le abitazioni, gli uffici, e il commercio. In Francia, per esempio, per ogni progetto di sviluppo immobiliare, o di riqualificazione, uno o più

spazi di logistica urbana sono imposti dalle amministrazioni. In questo contesto il mercato è in crescita e anche l'interesse di investitori privati e istituzionali, che trovano nella logistica urbana rendimenti che restano significativamente superiori agli investimenti in settori classici come le abitazioni e gli uffici, e in un contesto che resta urbano e quindi molto più semplice da apprezzare di un progetto logistico in zone industriali.

Avete già ricevuto interessanti richieste da parte di fondi o di investitori istituzionali nell'acquisto di spazi “messi a reddito”?

Sì, per ognuno dei nostri progetti riceviamo regolarmente proposte di acquisto sia in speculativo (non ancora affittati) sia a reddito. In Francia come in Italia, abbiamo già venduto i nostri primi progetti e in entrambi i casi abbiamo avuto un ottimo riscontro in termini di valorizzazione e di liquidità.

Perché oggi investire nella logistica urbana è uno dei principali trend immobiliari e anche uno dei più strategici per i grandi investitori e per i principali fondi?

Per i grandi investitori logistici, è ovviamente la naturale evoluzione del loro settore.

Per i fondi o per gli investitori generalisti, questo settore da un lato permette di ottenere ancora tassi di rendimento in linea con i target dei fondi value add o quelli più speculativi, a differenza della logistica classica che con il boom degli ultimi anni e la riduzione di progetti disponibili vista la scarsità di terreni, è oggi meno attrattiva.

Per i fondi con profili di rischio più prudenti, invece, è un modo per compensare e soprattutto ridurre il rischio di esposizione in operazioni legate a locali commerciali, un ambito che in questi anni di pandemia ha particolarmente sofferto. Tutti fattori che stanno significativamente potenziando l'interesse già diffuso per la logistica urbana da parte degli investitori. 📍