



23 et 24 mai 2018 – MiCo – Milano Congressi à Milan

Communiqué de presse

PREMIER MAPIC F&B ET TROISIEME MAPIC ITALY : DOUBLE SUCCES A MILAN

Paris/Milan, 28 mai 2018 – Le MAPIC Food & Beverage et le MAPIC Italy ont accueilli plus de 2000 participants de 49 pays les 23 et 24 mai derniers au Milano Congressi (MiCo) de Milan. Les chiffres confirment le succès de ces deux événements avec un espace d'exposition agrandi, 82 stands et plus de 800 représentants d'enseignes nationales et internationales venus promouvoir 180 marques.

« Le MAPIC Italy conforte sa position de leader de l'immobilier commercial en Italie. Le moment était idéal pour lancer un MAPIC dédié au secteur du 'food and beverage'. Un cinquième de la fréquentation des établissements de bouche s'effectue dans des espaces commerciaux et ce taux progresse, ce qui doit retenir toute notre attention. Lors de cette première édition du MAPIC F&B, j'ai pu constater avec plaisir un vrai brassage entre enseignes, promoteurs et master franchises qui donne un aperçu de ce que seront les concepts F&B leaders de demain à travers le monde », confie Nathalie Depetro, directrice du MAPIC.

MAPIC Food & Beverage 2018

À l'inverse du MAPIC de Cannes, ce sont les enseignes de F&B internationales qui ont joué le rôle d'exposants, laissant la casquette de visiteur aux professionnels de l'immobilier. Dès sa première année d'existence, le MAPIC Food & Beverage affichait complet du côté des exposants avec des enseignes italiennes et internationales telles que Delifrance, Foodation, Rinaldini Pastry, Caffè Napoli, Dante's, Wok to Walk et Nordsee. Parmi les enseignes venues comme visiteurs, on peut citer notamment Jamie Oliver Group, Café Rouge, Five Guys, Starbucks et KFC.

Du côté des professionnels de l'immobilier, les enseignes ont pu rencontrer des partenaires locaux bien implantés sur leurs territoires tels que Amrest, Azadea, Blackwood, Harper Dennis Hobbs, Civitano, Multifranchicias, Valiram Group, East West Hospitality Group, CAA Global Brands, en quête de nouveaux concepts d'enseignes. Sans oublier les propriétaires et investisseurs comme Union Investment, Westfield, INTU, United Developers/Place Vendome, Iran Mall, Allied Investments and Housing Private Limited, CP Group, Capitaland, Capital Holdings et Inmuebles Panamericana S.A. en quête de nouveaux concepts d'enseignes.

« Aujourd'hui, les masterfranchises sont conviées aux tours de table où les décisions sont prises, ce qui était impensable il y a encore quelques années », affirme Jakub Bilik,

Regional Development Director and International RE Excellence chez Armrest. « Désormais, les propriétaires et promoteurs nous intègrent dès le début des projets car nous avons à la fois la connaissance du secteur et le retour des clients ce qui est un atout considérable. »

Le MAPIC Food & Beverage a également accueilli des opérateurs de transport tels que les aéroports de London Stansted, Manchester, Genève, Rome, Milan, SNCF Gares & Connexions et Grandi Stazioni. Richard Cross, *Head of Retail*, London Stansted Airport, a déclaré lors d'une conférence que « le voyage fait rêver, et d'autant plus avec une offre de restauration de qualité. Les aéroports intimident peut-être les enseignes, c'est pourquoi nous redoublons d'idées pour en attirer de nouvelles dans nos espaces. À Stansted, par exemple, nous lançons un concept d'espace de street food dans lequel une quinzaine d'enseignes pourront promouvoir leur marque à tous les voyageurs. »

Lors de la conférence phare « La restauration, clé de la fréquentation : les recettes pour générer du trafic dans les destinations de shopping » (Food as a Key Driver: How to Use Food to Increase Traffic and Revenues in Shopping Destinations?), les conférenciers se sont accordés à dire que les concepts de 'food & beverage' sont de plus en plus la pierre angulaire des espaces commerciaux. Pour Sam Sethi, de la société Insite Food, l'enjeu est clair : « il est essentiel de créer une véritable communauté autour de la restauration. S'agissant des centres commerciaux, le 'food & beverage' se doit d'offrir une véritable expérience alliant animation et ambiance pour établir avec les clients un lien émotionnel dont ces derniers se souviendront et qui les amènera à revenir. »

MAPIC Italy 2018

Le MAPIC Italy a accueilli des acteurs majeurs de l'immobilier tels que CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Aedes, Ece, Eurocommercial, IGD, Svicom, Sonae Sierra, Klépierre, Falcon Malls et Westfield. Outre les sociétés italiennes, le salon a réuni des enseignes et des promoteurs internationaux qui ont témoigné un fort intérêt pour l'Italie.

Francesco Zhou, directeur du développement du géant chinois du smartphone Xiaomi, a choisi le MAPIC Italy pour annoncer l'implantation de l'enseigne sur le marché italien : « Nous observons l'Italie depuis un moment car son marché offre un potentiel considérable. Notre stratégie vise à étendre notre position dans toute l'Europe, en ouvrant d'abord des boutiques physiques en Italie, puis en Espagne et en France. Le 26 mai prochain, nous inaugurerons notre premier point de vente italien à Milan ».

Lors de la conférence officielle du Conseil italien des centres commerciaux (CNCC), intitulée « Les futures étapes de l'immobilier commercial en Italie » (The Next Miles of the Italian Retail Real Estate), les trois plus grands cabinets internationaux de conseil (JLL, Cushman & Wakefield et CBRE) ont souligné que les centres commerciaux européens ont capté 50 % de l'investissement au cours du 1^{er} trimestre 2018. Selon les chiffres du cabinet JLL, en Italie le secteur a bénéficié de quelque 780 millions d'euros d'investissements depuis le début de l'année, soit plus du double qu'en 2017 pour la même période. Sont concernés 43 projets de développement, dont 16 d'ici fin 2021.

Commentant le débat sur la mort des centres commerciaux aux États-Unis, Joachim Sandberg, *Head of Italy & Southern Europe Region* chez Cushman & Wakefield, a souligné que la crise du marché américain n'a rien à voir avec la situation en Italie. Il a en outre insisté sur le fait que les centres commerciaux ne pâtissent pas nécessairement des ventes

en ligne. L'e-commerce complète l'offre hors ligne et pourrait bien, en réalité, prolonger la durée de vie de produits matures en redynamisant les ventes.

Seuls les acteurs capables de s'adapter aux nouvelles conditions du marché parviendront à relever avec succès les défis qui s'annoncent. C'est ainsi que Alessandro Mazzanti, CEO de CBRE, a partagé sa vision d'un avenir toujours plus marqué par la technologie, dans lequel nous pourrions essayer des vêtements à l'infini dans des cabines virtuelles et recevoir nos achats directement à la maison le jour même. La tendance sera, dans les années à venir, à la réduction de l'espace dédié aux hypermarchés dans les centres commerciaux.

Massimo Moretti, président du CNCC, a conclu : « *Le centre commercial est un concept qui est arrivé à maturité et qui doit apporter des réponses différentes de celles du passé. Les chiffres annoncent un marché robuste qui ne fléchit pas face à la menace du commerce en ligne et s'oriente vers le multicanal, avec des centres commerciaux qui deviennent de plus en plus des lieux de divertissement, d'échange, avec un sentiment d'appartenance* ».

Le MAPIC F&B 2019 (et le MAPIC Italy) se tiendront les 8 et 9 mai 2019 pendant le **Milano Food City 2019**. Le Milano Food City est un événement qui rassemblera des expositions culinaires, des événements de street food, des démonstrations de cuisine et des séances de dégustation, le tout orchestré par des chefs de renommée mondiale dans les endroits emblématiques de la ville. Son objectif est de réunir tous les habitants autour d'une expérience de restauration unique en son genre.

Pour une description détaillée des principaux concepts présentés lors du MAPIC Food & Beverage, cliquez [ici](#).

Pour télécharger des images du MAPIC Italy et MAPIC F&B, cliquez [ici](#).

Pour plus d'informations sur le MAPIC Food & Beverage, rendez-vous sur www.mapic-foodandbeverage.com

À propos de Reed MIDEM :

Fondée en 1963, Reed MIDEM organise des marchés professionnels et internationaux qui se sont imposés comme des plateformes incontournables pour les acteurs-clés des secteurs concernés. Ce sont les MIPTV, MIPDOC, MIPCOM, MIPJUNIOR à Cannes, MIP China à Hangzhou et MIP Cancun au Mexique pour la télévision et les contenus audiovisuels et numériques ; MIDEM à Cannes pour les professionnels de la musique ; Esports BAR à Cannes et à Miami pour l'industrie du esports ; MIPIM à Cannes, MIPIM UK à Londres, MIPIM Asia Summit à Hong Kong, MIPIM PropTech NYC à New York et MIPIM PropTech Europe à Paris pour le secteur de l'immobilier ; MAPIC à Cannes, MAPIC Russia à Moscou, MAPIC Italy à Milan, MAPIC China Summit à Shanghai, MAPIC India à Bombay et MAPIC Food & Beverage à Milan pour le secteur de l'implantation commerciale. www.reedmidem.com

À propos de Reed Exhibitions :

Reed MIDEM est une filiale de Reed Exhibitions, leader mondial dans l'organisation d'événements, avec plus de 500 événements dans 30 pays. En 2017, Reed Exhibitions a réuni plus de sept millions de professionnels actifs dans le monde entier, générant plusieurs milliards de dollars d'affaires. Aujourd'hui les événements de Reed Exhibitions ont lieu en Amérique, en Europe, au Moyen-Orient, en Asie Pacifique, en Afrique et sont organisés par 38 bureaux et agents implantés. Reed Exhibitions touche 43 secteurs industriels, au travers d'événements pour les professionnels et le grand public, et fait partie de RELX Group plc, leader mondial dans la diffusion d'informations. www.reedexpo.com

Pour plus d'informations, merci de contacter :

My-Lan CAO – Directrice presse

Tél. : +33 (0)1 79 71 95 44

mylan.cao@reedmidem.com

Jessica Whyte - Responsable presse

Tél. : +33 (0) 1 79 71 95 46

jessica.whyte@reedmidem.com