

Press Release

Al centro commerciale Bariblu la più grande food court della Puglia

Di:Redazione

Data:

5 Dicembre 2023



Svicom annuncia che il **centro commerciale Bariblu** ha recentemente completato un'importantissima riqualificazione che lo ha trasformato in un luogo dove trascorrere momenti di svago, di relax e in cui vivere esperienze attive ed appaganti anche per il gusto.

Aperto nel 2007, e gestito dal 2009 da Svicom S.p.a società benefit, con i suoi 34.000 metri quadrati, 90 punti vendita e oltre 4 milioni di visitatori annui, il centro commerciale Bariblu, negli ultimi due anni, ha avviato l'ambizioso processo di riqualificazione curato da Global Mutual, Leucosia e Svicom Agency, società del gruppo Svicom spa società benefit, con l'obiettivo di rafforzare l'idea del centro commerciale come punto di aggregazione per la comunità e il territorio, completando l'offerta merceologica e portando il **centro commerciale al 100% di occupancy**.

Svicom riporta che in questo contesto nasce la **più grande food court della regione Puglia**, espressione del progetto di riqualificazione, che si sviluppa su una superficie di 1.500 metri quadrati ed ospita nove ristorazioni e una sala giochi, offrendo ai visitatori una vasta gamma di opzioni culinarie e opportunità di intrattenimento.

L'aggiunta di **nuovi brand** food porta il totale delle ristorazioni a quindici, posizionando Bariblu come il centro commerciale con la più ampia offerta food nella regione.

“La realizzazione del food village, con l’inserimento di nove punti di ristorazione e un locale per il tempo libero al piano terra di Bariblu – spiega **Davide Padoa architetto Design international** – ha una duplice funzione: da una parte serve come collegamento trasversale tra le due gallerie, con una forma a clessidra per facilitare i flussi e massimizzare la visibilità dei nuovi punti di ristoro, dall’altra serve per rallentare il tempo, permettere una sosta e gustare le delizie e la freschezza della cucina pugliese in un luogo autentico. Un luogo per famiglie e amici, per il pubblico locale ma anche per turisti, dove incontrarsi e condividere esperienze. Il futuro di Bariblu deve essere aperto, inclusivo, diversificato e sostenibile. Bariblu deve essere un luogo dove rilassarsi immergendosi nell’unicità di ogni nuovo ristorante che ha avuto la massima libertà di esprimere il proprio prodotto e la propria immagine, seppur in un contesto curato e fluido”.

“Inaugurato nel 2007, Bariblu ha attraversato diverse vicissitudini che durante la recente pandemia lo hanno portato a sfiorare il 30% di vacancy. L’inaugurazione del Food Village sancisce la fine di un vero e proprio processo di riposizionamento, che abbiamo portato a termine insieme alla proprietà e a tutto il nostro team di professionisti, con grande lungimiranza e con la precisa volontà di voler creare una vera e propria esperienza di socialità unica, che diventasse essa stessa un’ancora dell’asset, per affermare il centro come un luogo di incontro e di racconto. Il nuovo mix dell’offerta tra brand internazionali e locali, le aree comuni totalmente rinnovate e la fruibilità tra i due piani ne valorizzano gli spazi e al tempo stesso accolgono la clientela, che qui troverà la più ampia scelta gastronomica oggi disponibile in un centro commerciale di tutta la Regione Puglia”, commenta **Corrado Di Paolo – general manager di Svicom agency**, che aggiunge: “Al primo piano l’area food è stata migliorata e completata con l’ingresso di **McDonald’s** e con l’imminente apertura di **Roadhouse Grill**. Al piano terra, invece, si è deciso di intervenire a livello strutturale ed unire i due mall, creando un vero e proprio Food Village con nove ristoranti e una sala giochi, dove alle eccellenze del territorio come **Sandrino e Broz Burger** si affiancheranno brand nazionali come **La Piadineria, Billy Tacos, Chiquita Fruit e Pascucci**. Con un tasso di occupancy pieno del 100%, possiamo affermare che Bariblu oggi è senz’altro tra i centri leader dell’intera regione”.

“I centri commerciali – spiega **Angelo Rago asset/project management Leucosia – Re Ad** – si sono trasformati in veri e propri luoghi di intrattenimento e servizi, evidenziando una crescente centralità del settore food nella strategia complessiva di attrazione e successo. Nell’ambito di questa sfida di crescita e diversificazione, le food court sono diventate figure di spicco negli investimenti immobiliari, con interventi che comprendono sia il rinnovamento che l’espansione dei centri commerciali esistenti, mirando a preservarne il valore e le performance finanziarie. A Bariblu l’obiettivo primario è stato la creazione di una food court al piano terra, concepita come un’autentica eccellenza dedicata alla ristorazione. Questa iniziativa è stata fondamentale per configurare un’offerta diversificata, conferendo all’asset un elemento distintivo che avrebbe contribuito ad aumentare il tempo medio di permanenza dei visitatori. Il progetto, gestito con grande efficienza dal team, ha richiesto un investimento di circa 1,9 milioni di euro”.

“Bariblu, centro commerciale dal taglio fashion, – spiega **Federica Simone – direttrice del centro commerciale** – oggi si presenta alla clientela con un merchandising mix completo, una shopping destination che pone attenzione alle esigenze del consumatore proponendogli non solo un luogo dove fare acquisti ma anche un contenitore di esperienze, momenti di condivisione e buon cibo. Il food che diventa ulteriore ancora commerciale grazie ad eccellenze locali e nazionali, un’offerta studiata al fine di incontrare tutti i gusti dei nostri clienti”.

Svicom sottolinea che si tratta di un investimento in termini economici importante che, con l’ampliamento degli spazi nella galleria e i nuovi inserimenti della ristorazione, permetterà al centro commerciale di attirare un pubblico sempre più ampio e diversificato.