

NRW bezoekt Rome en Napels

Dansen op de wankеле winkelvulkaan Vesuvius

DOOR HANS VAN TELLINGEN*

De Nederlandse Raad van Winkelcentra heeft in september 2009 een aantal winkelcentra in Rome en Napels bezocht. In Italië. Het land van cultuur, traditie, goede smaak en service. Om met het laatste te beginnen: in elke winkel word je welkom geheten. En voel je je gewaardeerd als klant. Hoe anders dan in Nederland, waar de gemiddelde winkelbediende (als hij/zij je al aankijkt) je welkom heet met een 'boerenkinkelblik'. Tot zover (voor nu) de verschillen. Want, hoe raar het ook klinkt: ik heb geconstateerd dat Italië en Nederland wel iets met elkaar gemeen hebben. In ieder geval daar waar het winkelvastgoed betreft. Het aandeel zelfstandige winkeliers is in beide landen nog vrij hoog. En de belangrijkste winkelgebieden zijn nog steeds de winkelstraten (in binnensteden) en veel minder de planmatig ontwikkelde centra. Maar (en nu houdt de vergelijking op), daar waar Nederland de afgelopen vijf decennia is volgeplempt met kleine 'middle of the road' centra, die door de DPO-methodologie (waar bijvoorbeeld oud DDR-dictator Erich Honecker trots op zou zijn geweest) tot stand zijn gekomen, is Italië er wel in geslaagd om een aantal echte malls (met een dak erop) van rond de 100.000 m² te ontwikkelen. Maar: pas in de laatste jaren. En.... over het algemeen behoren deze niet tot de beste in zijn soort. In Europa heb ik veel mooier en beter gezien. De centra in Rome bijvoorbeeld bleven bij mij niet echt 'hangen'. Op de 'Van Tellingens-meetlat' krijgen zij het predikaat 'matig' tot 'aardig'. De twee centra in (of eigenlijk: net buiten) Napels hebben op mij echter wel een onuitwisbare indruk achtergelaten. Eén een zeer positieve (Campania, van Còrio) en één een zeer negatieve (Vulcano Bueno, gemodelleerd naar de beroemde buurman Vesuvius).

Ik begin echter met de bezochte centra in Rome en directe omgeving. Algemeen zijn deze als 'fors' te bestempelen. De bezochte centra (vier malls en een retailpark) zijn allen in de periode 2005-2008 opgeleverd. De leegstand in vrijwel elk project is heel hoog. En het is de vraag of dat alleen aan de recessie is te wijten in dit vergrijzende en qua bevolking fors krimpende land.

VIJF CENTRA IN ROME De twee malls (moeilijk te beoordelen, daar het bliksembezoeken betrof) aan de 'goede kant van mijn meetlat' zijn Roma Est (gedeeltelijk in bezit van ING) en Parco Leonardo. Het laatstgenoemde centrum is zelfs zeer interessant daar dit een onderdeel van een omvangrijke gebiedsontwikkeling betreft. Met woningen, kantoren, winkels

en leisure. Het gebied is redelijk spectaculair ontwikkeld. Maar oogt nog wel leeg. Het is geen spookstad, zoals je die in Spanje aantreft (enorme 'new towns' met soms 80% leegstand), maar de recessie doet het gebied geen goed.

De twee andere malls zijn duidelijk minder geslaagd. Porta di Roma is ronduit saai en heeft een Duitse 'jaren tachtig'-uitstraling. Euroma2 is 'te kitsch' om waar te zijn. En ziet er meer uit als een nagemaakt winkelcentrum uit Las Vegas (alwaar centra vaak weer op goedkope, maar soms prettig 'over the top'-wijze zijn gemodelleerd naar Romeinse traditie). 'Fake in het kwadraat' dus. Hoewel een winkelcentrum mijns inziens



wel een beetje kitsch mag zijn of zelfs moet zijn, is Euroma2 te veel van het goede. Klatergoud ten top.

Wel aardig was het retailpark Market Da Vinci. Tegenover het Parco Leonardo gelegen en onderdeel van de genoemde gebiedsontwikkeling. Waar ik geen groot fan ben van de uit de grond gestampte retailparkontwikkelingen van snelle ontwikkelaars (ik noem geen namen), moet ik zeggen dat Market Da Vinci alleraardigst is. Ruim. Open. Prettig. Inventief (het heet niet voor niets Da Vinci). En functioneel.

DANSEN OP DE WANKELE WINKELVULKAAN VESUVIUS
Het winkelcentrum vlak buiten Napels is officieel genaamd



van der kamp



Uit de brand

De laatste jaren zijn er regelmatig branden in winkelcentra opgetreden. Ik heb er geen onderzoek aan gewijd, en misschien is brand in een paar winkelcentra per jaar wel een normaal gemiddelde, maar in mijn perceptie is het de laatste tijd schering en inslag. Tegelijkertijd zie ik dat overal verscherpte brandveiligheidseisen worden opgelegd, zoals het aanleggen van sprinklerinstallaties. Deze tendens is goed merkbaar sinds de vuurwerkramp en de brand in Volendam.

Brand levert interessante juridische vragen op. In de eerste plaats is natuurlijk altijd aan de orde wie er aansprakelijk is. De eerste dagen na een brand is het een komen en gaan van brandschade experts. Als de eerste rook is verdwenen komt de vraag hoe het zit met de huurovereenkomsten.

Vroeger gold: als het gehuurde 'geheel en al is vergaan', is de huurovereenkomst van rechtswege vervallen. Sinds 2003 ligt het wat anders. Nu moet de ontbinding worden ingeroepen door één van beide partijen. Bovendien is ontbinding niet altijd gerechtvaardigd. Er staat namelijk in de wet dat er alleen kan worden ontbonden als de verhuurder niet verplicht is het 'gebrek' te herstellen. En wanneer is dat het geval? Als herstel 'onmogelijk' is of als het 'uitgaven vereist die redelijkerwijs niet van verhuurder kunnen worden gevergd', zo vermeldt de wet.

Deze 'nieuwe' wetgeving heeft recentelijk voor verrassende rechtspraak gezorgd. In december 2008 brandde een C 1000 supermarkt in Leiderdorp uit. Twee dagen na de brand ontbindt de verhuurder de huurovereenkomst. C 1000 legt zich daar echter niet bij neer en vordert in kort geding herstel. Dit wordt toegewezen. Inmiddels heeft ook in september de bodemrechter geoordeeld en in oktober het gerechtshof. In alle gevallen wordt overwogen dat herstel mogelijk is en dat dit van de verhuurder kan worden gevergd omdat de verzekering nagenoeg de gehele herbouw zou vergoeden.

Feitelijk concluderen deze rechters dus dat op de verhuurder een herbouwplicht rust en dat de brand geen rechtvaardiging vormt voor ontbinding van de huurovereenkomst.

Wat ongetwijfeld heeft meegespeeld, is dat de betreffende verhuurder tot exploitatie van een AH wilde overgaan, en niet rouwig was om de huur met C 1000 te ontbinden. De brand kwam hem met andere woorden goed uit. Dergelijk opportunisme valt meestal niet goed bij rechters.

Interessant was ook de oorzaak van het débâcle: brandstichting in de winkelwagentjes die buiten tegen de gevel stonden geparkeerd. Deze bestaan uit brandbare kunststof! De verhuurder voerde aan dat de huurder aansprakelijk was voor het ontstaan van de brand. Dit wordt van de hand gewezen. Geoordeeld wordt dat het gebruikelijk is dat winkelwagentjes buiten worden gestald, en dat dit geen aansprakelijkheid van de huurder oplevert.

Dit is niet zo'n feestelijk onderwerp voor deze decembermaand geworden. Misschien dat deze column bijdraagt aan de alertheid en dat één van u lezers nog een extra maatregel neemt waarmee een brand bijvoorbeeld met oud en nieuw wordt voorkomen. Dat is dan mijn kerstbijdrage!

SONJA VAN DER KAMP

PARTNER BIJ BOEKEL DE NERÉE ADVOCATEN, NOTARISSSEN
EN BELASTINGADVISEURS TE AMSTERDAM | T 020 795 32 44

'Vulcano Bueno'. De 'goede vulkaan' dus. Maar je zou het beter de uitgebluste vulkaan kunnen noemen. Daar waar de buurman, de echte vulkaan Vesuvius, nog altijd rookt en wel weer eens zal uitbarsten, is het winkelcentrum (uit 2007) 'slappe hap'. Een 'architect driven'-centrum. Het ontwerp is belangrijker dan de consument. Met geen greintje franje. Bewust onafgewerkt. Ik durf de stelling aan dat een beroemde architect (in dit geval Renzo Piano, ondermeer bekend van het wanstaltige Centre Pompidou in Parijs, het alleraardigste NEMO in Amsterdam en de herinrichting van de Potsdamer Platz) maar beter niet een winkelcentrum kan ontwerpen. Een dergelijke grote naam denkt alleen in kille, technocratische en autoritaire creaties. En heeft geen enkel gevoel voor de consument. Die zich 'thuis' moet voelen in een (inderdaad) knusse, soms zelfs enigszins kneuterige en misschien zelfs ietwat kitscherige omgeving.

Vulcano Bueno is rond, net als de echte vulkaan. Aan de buitenkant oogt het ook als een minivulkaan (al zal er niemand zijn die er een winkelcentrum in ziet). Aan de binnenkant oogt het als een grote sportkantine. Met een enorm open binnenplein met een onbedaarlijke hoop rommel. Een slordige branchering (je weet niet waar 'jouw winkel' te vinden is). Geen goede zichtlijnen. En een kleurstelling die je in een peuterspeelzaal kunt verwachten. Kanariegeel. Knaloranje. Kobaltblauw. Jammer.

CAMPANIA, EEN GESLAAGD CÓRIO-WINKELCENTRUM
Campania (ook opgeleverd in 2007) is de reis naar Napels echter meer dan waard. Dit door Cório aangekochte centrum is tijdens de ontwikkeling nog van ontwerp veranderd. De ontwerpfouten zijn er door Cório uitgehaald. Het resultaat mag er zijn. En is des te opmerkelijker gezien de valse start van het centrum. Het winkelcentrum kent een heldere routing. En een 'topbranchering'. Elk segment heeft een eigen 'kleur'. En ondanks het feit dat je af en toe een bochtje omgaat, is het duidelijk wat de volgende winkels bieden. Een geslaagde mix van openheid en intimiteit. Van ruimte en sfeer. Cório mag met reden trots zijn op dit winkelcentrum. Napels heeft er een juweeltje bij. Het gezegde luidt dat een mens pas mag sterven als hij of zij Napels heeft gezien. Ik wil er aan toevoegen dat Campania dan niet overgeslagen mag worden tijdens dit bezoek.

(*) DRS. HANS P. VAN TELLINGEN IS ALGEMEEN DIRECTEUR VAN STRABO BV, MARKTONDERZOEK EN VASTGOEDINFORMATIE, WWW.STRABO.NL.
REACTIES?: VANTELLINGEN@STRABO.NL.