

Los titanes sacuden el retail de Bilbao y abren nuevos ejes 'prime'

La apertura de una macrotienda de Zara la semana pasada y la llegada inminente del gigante irlandés Primark han vuelto a reactivar el sector retail en la capital vizcaína, donde hay cada vez más vida más allá de Gran Vía.

I.P. Gestal
22 may 2018 - 04:54



Nuevos ejes, nuevos operadores. Con los precios disparados y escasez de oferta en polos como Málaga y Valencia, Bilbao ha vuelto al centro de la actualidad del sector del retail. La capital vizcaína ha comenzado a diversificar su tejido comercial más allá de la histórica Gran Vía, dando lugar a nuevos ejes comerciales hechos a medida de las marcas *prime*. Pero no sólo de firmas vive Bilbao: dos titanes de la distribución también han puesto este año sus ojos en la ciudad vasca: **Zara, que abrió la semana pasada su nueva macrotienda en la ciudad**, y Primark, que ultima la apertura de su primera tienda a pie de calle.

“Bilbao es una ciudad que siempre se ha comportado de forma solvente desde el punto de vista del retail, por su economía local y por formar parte del top ten de ciudades más demandadas por parte de las firmas del sector”, apunta Ignacio Acha, director de retail *high streets* de Cushman & Wakefield. “En época de crisis es una ciudad que ha aguantado mejor que otras del Levante y el sur de España”, añade.

“Igual que ocurre en otras ciudades españolas, **Bilbao está sufriendo cambios en su estructura comercial**”, explica Javier Pastor, director nacional de la consultora inmobiliaria Ascana. “El *mix* comercial se ha ido afinando más y las marcas han ido escogiendo su zona”, apunta.

Gran Vía tiene unos precios inferiores a los de Málaga, y su atractivo se extiende más allá del tramo tradicional

“Son tiempos de transformación en los ejes *prime* de Bilbao”, resumen desde CBRE. “En 2017 hemos vivido un marcado incremento de la demanda por parte del sector de restauración que ha absorbido cuota a los protagonistas más recurrentes: la moda y los complementos”, apuntan Rosa Madrid directora nacional de *high street* de CBRE y Javier Solaun, de CBRE Bilbao.

Uno de esos ejes comerciales que ha ganado atractivo en los últimos años es el cruce entre Marqués del Puerto, ElCano y Rodríguez Arias, sostiene Pastor. En esta área, los locales comerciales de alrededor de cien metros cuadrados rondan los 12.000 euros al año, frente a los 20.000 euros a los que puede llegar en el mejor tramo de Gran Vía. La calle Rodríguez Arias es otro de los focos de retail, con marcas como Adolfo Domínguez, Subduded, Ikks, Adolfo Domínguez y Purificación García.

Otro de los factores que está transformando el retail de la ciudad es la transformación de la Estación de Abando, junto a la Plaza Circular, **la llegada del AVE con el consiguiente aumento de viajeros y el soterramiento de la estación con la construcción de una gran plaza peatonal** que “va a cambiar los tránsitos desde la zonas altas de la ciudad hacia el centro”, apuntan en CBRE. “Nuevas implantaciones en la calle Navarra como o en Hurtado de Amezaga no hacen sino anunciar un fortalecimiento de las calles perpendiculares a la Gran Vía”, añaden.

H&M acaba de cerrar su única tienda en el centro, Zara ha reabierto su 'flagship' y Primark ultima su entrada

A eso se suma el reciente anuncio de la semipeatonalización de un espacio entre la ciudad antigua y la calle Ercilla a través de las calles Navarra, Plaza Circular, Gran Vía y Plaza Moyua que, según la consultora “anticipa un recorrido propicio para el desarrollo de unidades retail.

Es precisamente en la Plaza Circular, en el número 1 de Gran Vía, donde se ubicará Primark, que ocupará seis plantas de la sede de BBVA. Por otro lado, todavía está por ver quién ocupará la tienda que dejó libre H&M en Moyua, la principal del grupo en la ciudad, que echó el cierre el pasado abril. La empresa, que está reorganizando su red de tiendas a escala global, se queda así sin tiendas a pie de calle en Bilbao.

Por su parte, **Gran Vía mantiene su atractivo, con precios “no tan desorbitados como los de Málaga**, donde hay una única calle comercial, muy pequeña y controlada por sólo dos familias”, subraya Pastor.



“La apertura de los *flagships* de Zara en Gran y Primark en Gran Vía 1 supone una reconfiguración de la espina dorsal de la zona *prime* de Bilbao más centrada en este tramo de Gran Vía”, destacan desde CBRE.

La calle bilbaína ha ido ampliándose, atrayendo a más retailers a nuevos tramos. Si bien antes el retail se concentraba entre El Corte Inglés y la Plaza Moyua, la llegada de nuevos operadores más *premium* en la parte alta ha dinamizado también esa zona y abierto las posibilidades para las marcas de moda.

Firmas como Zadig&Voltaire y Hugo Boss operan en este tramo, donde se han instalado recientemente Cos, la cadena *premium* del grupo H&M, y Scalpers, que abrió en esa zona su mayor tienda del mundo.

La semipeatonalización de un espacio entre la ciudad antigua y la calle Ercilla ha contribuido a reordenar los ejes del real

Zara, por su parte, acaba de reabrir su *flagship store* en el número 23, tras echar el cierre a los puntos de venta que tenía en ElCano y el Casco Viejo. Por su parte, el grupo ha reconvertido su tienda frente a El Corte Inglés en una tienda de Zara Home. El nuevo *flagship*, de 5.000 metros cuadrados, tiene una longitud de 95 metros en planta baja, la más larga de todas las tiendas de Zara en el mundo.

“La reordenación de espacios del grupo Inditex con los cierres del resto de tiendas Zara y la reubicación de otras enseñas del grupo sumado al movimiento de H&M suponen un cambio sustancial en el *mix* y ubicaciones de algunas de las principales marcas retail”, destacan desde CBRE.

Gran Vía se encuentra justo por detrás en el ranking de las calles Colón de Valencia y Tetuán, de Sevilla, y gran distancia de Marqués de Larios, en Málaga, que llegó a los 1.920 euros anuales por metro cuadrado el año pasado.



Según el estudio *Main Streets Accross the World*, elaborado por Cushman&Wakefield, **las rentas de un local comercial en Gran Vía se situaron el año pasado en 1.500 euros por metro cuadrado al año**, en línea con el año anterior.

“Bilbao tiene varias arterias, pero su principal eje comercial es la Gran Vía; las transformaciones urbanísticas y los cambios de uso que ha habido en la ciudad han convertido al sector retail en alternativa a los bancos y a las oficinas, y esto ha convertido la calle en un enclave muy interesante desde el punto de vista de retail, con una oferta comercial mucho mejor”, señala Acha.