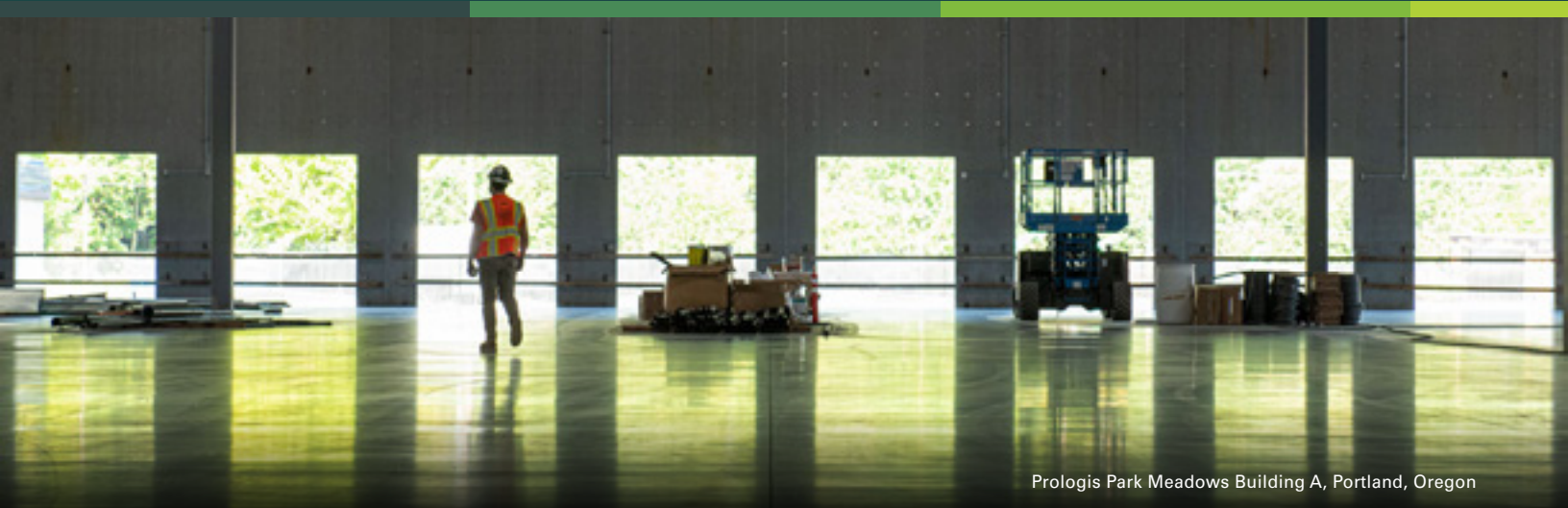


Settore immobiliare logistico – pro e contro della conversione del retail



Prologis Park Meadows Building A, Portland, Oregon

La crisi accelera il cambiamento. Il COVID-19 ha concentrato in meno di cinque mesi più di cinque anni di evoluzione del panorama del settore retail. La richiesta di immobili per la logistica di elevata qualità è in aumento, grazie all'adozione accelerata dell'e-commerce e all'incremento negli inventari "just in case". D'altra parte, le sfide sono diventate più marcate per il settore immobiliare retail. Nell'insieme, questi cambiamenti hanno spinto i proprietari del settore retail a valutare l'opportunità di convertire gli spazi retail per la distribuzione. Prologis Research ha analizzato questa tendenza per misurarne le potenziali implicazioni per il proprio settore.

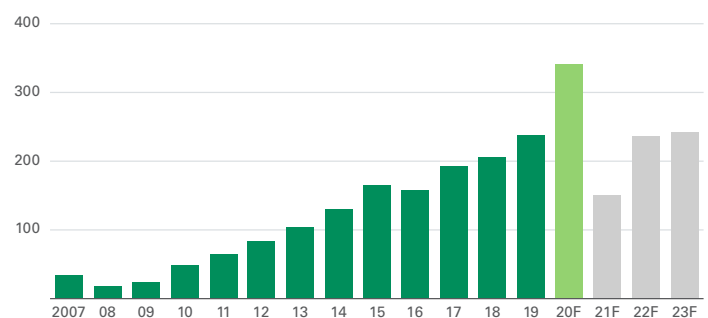
Introduzione

Gli acquisti online stanno generando una significativa domanda nel settore immobiliare logistico. Il COVID-19 ha concentrato in soli cinque mesi la crescita delle vendite online prevista per i prossimi 5 anni. Un settore quello dell'e-commerce che era già in rapida crescita ha subito una drastica accelerazione e sta per raggiungere i 340 miliardi di dollari a livello globale nel 2020.¹ Questa crescita genera una notevole richiesta nel settore immobiliare logistico, dato che l'e-commerce richiede uno spazio circa 3 volte superiore rispetto alla distribuzione tradizionale.² Si stima che la quota di beni venduti online negli Stati Uniti corrisponderà a più del 25% entro il 2024.³ Un incremento che richiederà ai retailer multicanale di effettuare nuovi e consistenti investimenti nelle loro catene di approvvigionamento, compresa una nuova logistica inversa per gestire i volumi dei resi. Il riorientamento del settore immobiliare retail comincia a configurarsi come un modo per affrontare questo significativo aumento previsto della richiesta.

Gli ostacoli nel settore immobiliare retail hanno spinto i proprietari verso opportunità di conversione. Storicamente, esiste un ampio divario tra le caratteristiche che rendono un sito ideale per la logistica rispetto al retail. Allo stesso tempo, l'aumento dei requisiti Ultimo Miglio® ha causato un aumento sostanziale nei prezzi di

CRESCITA ANNUALE DELLE VENDITE DI E-COMMERCE, GLOBALE

\$, miliardi



Nota: Globale si riferisce ai paesi in cui Prologis ha una presenza operativa, esclusi Singapore e Canada dove i dati non sono disponibili e Prologis ha un'esposizione commerciale relativamente bassa.

Fonte: U.S. Census Bureau, Euromonitor

locazione di spazi per la logistica.

I proprietari di spazi retail stanno effettuando adeguate verifiche su una serie di possibilità per la creazione di valore, inclusa la conversione alla logistica, o ad altre finalità d'uso, principalmente unità abitative multifamiliari.

ASPETTI PRINCIPALI

→ **Le conversioni del retail sono complesse.** Prologis ha esaminato molti potenziali candidati alla conversione di tipologia e dimensioni diverse e operanti su diversi mercati. Poiché le sfide sono molte e varie, bisogna tener conto di quattro aspetti principali:

1. **Economico**, compresa la rilocalizzazione degli spazi come retail; altre destinazioni d'uso più redditizie e migliori, compresi gli appartamenti; una base dei costi elevati per il settore della logistica rispetto anche alla frequente presenza di sottomercati alternativi e competitivi a livello locale.
2. **Politico**, compresa la destinazione d'uso con restrizioni e autorizzazioni; l'opposizione da parte delle comunità locali; problemi associati a destinazioni d'uso specifiche, compresa la percezione di una perdita di entrate fiscali sulle vendite.
3. **Fisico**, compresa la scarsa riconfigurabilità delle strutture esistenti, layout/configurazione dei siti non funzionali alla logistica e siti considerati troppo piccoli.
4. **Legale**, compresi gli accordi di servitù reciproca (REA), le limitazioni imposte dalla co-locazione e le trattative multilaterali che impediscono o dilatano le tempistiche per la riqualificazione del settore in chiave logistica.

→ **Le conversioni cambiano a seconda della tipologia di retail.**

- La conversione dei centri commerciali al chiuso sarà probabilmente uno dei progetti di ri-abilitazione più complessi e duraturi dei prossimi anni. Tuttavia, l'eccesso di offerta dei centri commerciali e la pressione a cui sono soggetti questi retailer suggerisce che le conversioni saranno più comuni rispetto ad altre categorie (sebbene le dimensioni ridotte

dell'attività dei centri commerciali risulteranno probabilmente in una scarsa percentuale di nuove strutture logistiche).

- Per i centri commerciali all'aperto, le conversioni alla logistica saranno probabilmente ridotte a causa della migliore condizione dei retailer di questa categoria e delle barriere specifiche del sito, tra cui le piccole dimensioni, la configurazione e la destinazione d'uso non funzionale alla logistica.
 - Il retail indipendente costituisce la più ampia categoria negli Stati Uniti e, sebbene le conversioni possano essere rare a causa delle dimensioni e dell'ubicazione dei siti, dovrebbe comunque rivelarsi la maggiore fonte di conversioni. Le strutture collocate alla periferia dei complessi commerciali saranno le più facili da convertire.
- **A scala ridotta.** Le conversioni dal retail alla logistica potrebbero ammontare a circa 400.000-900.000 m² all'anno (circa 4 milioni-9 milioni di m² nel prossimo decennio). Ciò equivale a:
- <5% delle strutture Ultimo Miglio® che ammontano a circa 140-185 milioni di m² nei 25 principali mercati statunitensi
 - <1% delle strutture immobiliari logistiche esistenti, che equivale a circa 930 milioni di m² nei primi 25 mercati degli Stati Uniti
 - <3% della costruzione di nuovi immobili logistici registrata di solito annualmente, circa 23 milioni-25 milioni di m² nei 25 principali mercati statunitensi
 - <10% dello spazio logistico necessario per soddisfare la richiesta incrementale che prevediamo in seguito all'accelerazione delle tendenze strutturali legata al COVID-19.

La conversione da retail a logistica

Ogni sito retail deve affrontare quattro sfide principali nella conversione alla logistica. Analizzando i siti retail e le opportunità offerte, abbiamo individuato numerose sfide per le conversioni da retail a logistica:

1. **Economiche.** L'economia è il fattore maggiormente limitante per le conversioni. Poiché il COVID-19 ha colpito duramente il settore retail, è probabile che la nuova destinazione d'uso di questi spazi sia proprio un nuovo retailer. Questo è particolarmente vero per i siti di medie e piccole dimensioni, che hanno una percentuale più elevata di clienti con esigenze quotidiane di base. Al contrario, le sfide per i retailer all'interno dei centri commerciali sono maggiori, ma con importanti differenze tra centri commerciali di elevata e di bassa qualità. Man mano che la conversione dal retail diventa più fattibile, altre destinazioni d'uso valutano abitualmente il sito ad un valore maggiore rispetto alla logistica. Queste altre destinazioni d'uso possono superare le opportunità offerte dalla logistica, e includono conversioni in altre strutture retail, appartamenti monofamiliari e multifamiliari, usi interni come le scienze naturali, hotel, università e usi comunitari e municipali. Anche se il proprietario di un negozio retail propende per la conversione alla logistica, i riqualificatori devono confrontarsi con una nuova base elevata. Molti siti sono situati vicino ai sottomercati logistici esistenti (ad es. a circa 3-8 km). Tali sottomercati possono essere ben consolidati con una massa critica di offerte di spazi logistici, sono molto competitivi dal punto di vista dei costi (affitto) e progettati per gestire catene di approvvigionamento più grandi e più efficienti, modalità di trasporto e fabbisogno di manodopera. Questo prezzo può implicare un costo totale, e soprattutto una base fondiaria difficile da eguagliare per il sito di riqualificazione del retail.

2. **Politica.** I comuni in mercati di primaria importanza sono spesso riluttanti ad assicurare un cambio di destinazione d'uso alla logistica. Questo può rappresentare una minaccia per le perdite di gettito fiscale, il che limita l'opportunità. Anche le comunità locali sono spesso contrarie. Anche nel caso di comuni che sostengono la riqualificazione, le complessità associate al cambio di destinazione d'uso e allo sblocco dei vincoli di locazione possono richiedere anni. Le sfide sono particolarmente significative per le strutture di piccole e medie dimensioni (<46.000 m²), dove i siti retail tendono ad essere nelle immediate vicinanze di quelli residenziali.
3. **Fisica.** Non tutti i siti retail sono adatti alla logistica. Le dimensioni minime sono tipicamente di 32.000-40.000 m² (siti più piccoli sono possibili ma rari e spesso non redditizi da riqualificare). Questo elimina, ad esempio, gli strip mall e la maggior parte dei neighborhood center. I community center sono più grandi, ma possono essere lunghi e stretti (per massimizzare lo spazio del fronte stradale), il che inibisce la potenziale conversione alla logistica, richiedendo parcheggi per camion più ampi e flessibilità di carico. I power center e i community center più grandi possono essere convertiti, ma solo per una completa riqualificazione. Una parziale riqualificazione di ipermercati/anchor store di solito indica uno scenario in cui i compromessi operativi mettono in ombra i vantaggi finanziari. Le conversioni degli anchor store sono possibili, ma solo nel caso dei centri commerciali che occupano di solito una superficie di circa 46.000-93.000 m² o più e che sono solitamente progettati per una maggiore flessibilità.
4. **Legale.** Anche quando le circostanze permettono le trasformazioni da retail a logistica, la conversione effettiva a prezzi ragionevoli può richiedere molto tempo e stratificarsi. Molti infatti sono i portatori di interesse. Per i siti in difficoltà questo significa trattative con azionisti e creditori. Nel caso dei centri commerciali, i terreni sono spesso

controllati da più proprietari. Le disposizioni sulla locazione, compresi i REA e le clausole di co-locazione, danno diritti agli utenti esistenti che possono impedire il cambio di destinazione d'uso. Le opinioni delle parti interessate sull'opportunità di una conversione alla logistica variano notevolmente ed è quindi probabile che il processo duri diversi anni.

In sintesi, i tassi di conversione dal retail alla logistica saranno bassi e i tempi saranno lunghi. Il tasso di conversione sarà probabilmente più attivo tra i centri commerciali, dove l'offerta è più elevata e il passaggio all'online è stato più dirompente. La conversione di strutture più piccole è possibile, ma sarà relativamente rara a causa degli usi competitivi (retail o meno), delle sfide poste dal sito e delle preferenze della comunità locale.

Valutazione della tendenza alla conversione dal retail alla logistica

Secondo le nostre stime, la nuova fornitura incrementale per la logistica derivante dalle conversioni del retail sarà di 400.000-900.000 m² all'anno nel prossimo decennio. Per valutare accuratamente la tendenza alla conversione dal retail alla logistica, è necessaria una revisione dettagliata per ogni categoria retail. La nostra analisi riguarda i centri commerciali, i power center, i community center, i neighborhood center e gli strip retail.

Cumulativamente, negli Stati Uniti queste strutture equivalgono a circa 697 milioni di m².⁴ Per i siti che saranno completamente ricostruiti, i rapporti di copertura potranno essere aumentati (dal medio-alto -20% al basso-medio -30%, o un aumento di 1,1-1,2). Dal punto di vista della tempistica, questa tendenza è ancora agli inizi e probabilmente aumenterà lentamente, dato che la nuova destinazione d'uso/autorizzazioni e il riorientamento dei progetti su larga scala si protrarrà per anni. La nostra analisi si concentra solo sui mercati Prologis (i primi 25 mercati statunitensi). In definitiva, si stima che nel corso del prossimo decennio circa 4 milioni-9 milioni di m² saranno convertiti alla logistica. La nostra stima si basa sulla seguente valutazione per categoria retail:

Riqualificazione completa del centro commerciale. Essendo la categoria che si trova in maggiore difficoltà a causa della spesa online e delle pressioni sui retailer, ci aspettiamo che le opportunità di conversione siano per i centri commerciali le più alte. Per la maggior parte, i centri commerciali di Classe A e Classe B rimangono redditizi come settore immobiliare retail ed è quindi improbabile che si verifichino riqualificazioni complete. I centri commerciali di Classe C e Classe D devono affrontare sfide maggiori (ad es, vendite <500\$/30 cm con i proprietari che devono affrontare pesanti costi di rilocazione, spesso per gli affittuari più deboli) ed esistono opportunità di riqualificazione completa. Dei circa 1.200 centri commerciali negli Stati Uniti, il 33% si trova nei mercati Prologis (40% su base NRA) e meno

VALUTAZIONE DEI CENTRI COMMERCIALI (RIQUAL. COMPLETA)

NRA totali centro commerciale, m ²	100.000
Azioni nei mercati Prologis	40%
Azioni di Classe C e D	15%
Conversione alla logistica	10-20%
Aumento della copertura	1,1-1,2x
Fornitura logistica, m²	650-1.400

Fonte: i dati relativi al retail provengono da ICSC. I tassi di conversione provengono da Prologis. I dati relativi alla classe del centro commerciale provengono da Green Street Advisors e dai documenti aziendali.

del 25% nei mercati Last Touch® (ulitmo miglio) (20% su base NRA). Di questi centri commerciali nei 25 mercati principali, la Classe C e la Classe D rappresentano un universo potenziale di 60 centri commerciali che comprendono 5.500-6.000 m². La nostra analisi di questi centri commerciali suggerisce che la logistica non sarà un'opzione di riqualificazione primaria. Stimiamo che il 10-20% dei centri commerciali di Classe C e D, per un **totale di circa 1.000 m² (650-1.400 m²)**, potrebbe essere completamente riqualificato per uso logistico.

Riqualificazione degli anchor store dei centri commerciali. Per i centri commerciali di Classe A e Classe B, è possibile effettuare la riqualificazione degli anchor store (generalmente impronte di 390-490 kg/m²). Stimiamo che ci saranno 60-110 centri commerciali con una riqualificazione degli anchor store tra i circa 400 centri commerciali nei mercati di Prologis. Su circa 200 centri commerciali di Classe A, stimiamo che 1 su 20 potrebbe avere una conversione da anchor store a logistica. Dei quasi 150 centri commerciali di Classe B, stimiamo che 1 su 5 possa avere una conversione da anchor store a logistica. Dei circa 50 centri commerciali di Classe C, molti (50% o più) possono avere una conversione da anchor store a logistica nei nostri mercati. Nel complesso, ciò equivale a **85 conversioni da retail a logistica e circa 740 m² di nuova fornitura** (550-1.000 m², supponendo un anchor store per ogni centro commerciale e anchor store di 9.300 m²). Questa stima è più sensibile alle ipotesi avanzate riguardo ai centri commerciali di classe A; spostando il tasso di conversione degli anchor store a 1 su 5 centri commerciali, un tasso molto alto visti gli usi alternativi, aumenta la superficie quadrata di riqualificazione di soli 270 m².

VALUTAZIONE DELLA CONVERSIONE DEGLI ANCHOR STORE DEI CENTRI COMMERCIALI

Conteggio totale dei centri commerciali, #	1,172
Azioni nei mercati Prologis	33%
Azioni di Classe A e B	82%
Conversione alla logistica	10-20%
Azioni di Classe C	50%
Conversione alla logistica	15-25%
Centri commerciali con riqualificazione degli anchor store	60-110
Fornitura logistica, m²	550-1.000
(490 kg/m ² per ogni anchor store)	

Fonte: i dati relativi al retail provengono da ICSC. I tassi di conversione provengono da Prologis. I dati relativi alla classe del centro commerciale provengono da Green Street Advisors e dai documenti aziendali.

Il riutilizzo degli anchor store dei centri commerciali è limitato da specifiche edilizie insufficienti per gli usi logistici. I centri commerciali di classe B e C hanno spesso altezze libere inferiori, spaziatrice delle colonne inefficiente, capacità limitata per le porte di banchina e capacità di carico ridotta sulle solette rispetto alle moderne strutture logistiche.

Queste specifiche pongono sfide e riflessioni sui costi per il riutilizzo adattivo. Poiché alcuni clienti possono accettare compromessi e accontentarsi di specifiche di qualità C sulla base di una tempistica o di un'esigenza di ubicazione, le strutture moderne nelle vicinanze saranno prese in considerazione a lungo termine.

Il retail indipendente sarà un'altra fonte di opportunità. La categoria più ampia di retail è costituita dalle strutture autonome. Anche se la nostra esperienza ci dice che la conversione del retail indipendente avverrà raramente, le opportunità esistono. Inoltre, la portata della categoria suggerisce che potrebbe essere la principale fonte di strutture

potenzialmente interessate alla conversione, sebbene siano fattibili solo i siti più grandi (ad es. più grandi di 24.000-32.000 m²). Nonostante le sfide alla conversione siano molteplici, tra cui la destinazione d'uso e la vicinanza a prodotti logistici esistenti, questi progetti affrontano meno problemi rispetto ad altre forme di retail, come i REA e le clausole di co-locazione. Prologis ha già convertito diverse strutture ad uso dei nostri clienti, in mercati che vanno da New York a Los Angeles. Stimiamo che la tendenza complessiva potrebbe ammontare a circa 4.000 m² nel prossimo decennio (2.000-6.000 m²).

VALUTAZIONE DELLA CONVERSIONE INDIPENDENTE

NRA totali del retail indipendente, m ²	1.000.000
Azioni nei mercati Prologis	40%
Conversione alla logistica	0.5-1.5%
Fornitura logistica, m²	2.000-6.000

Fonte: documenti aziendali. I dati relativi al retail provengono da ICSC. I tassi di conversione provengono da Prologis.

La riqualificazione di altri centri commerciali avverrà raramente.

Lo stress sulla clientela dei power center, dei community center e dei neighborhood center è meno pronunciato rispetto ai centri commerciali. Nei mercati di Prologis, ci sono pochissimi esempi di retail center veramente sotto pressione con un'occupazione inferiore al 50%. Inoltre, la destinazione d'uso e le preferenze della comunità limitano la conversione alla logistica, data la posizione centrale di tali centri. Per i power center, anche i REA saranno un fattore limitante. Tra le strutture più piccole, la configurazione irregolare del sito e l'immediata vicinanza ai centri residenziali costituiranno una sfida. In tutti i casi, sono possibili usi immobiliari alternativi (come gli appartamenti).

Per quanto riguarda l'offerta potenziale proveniente dalle conversioni dal retail alla logistica, stimiamo che solo 464 m² (0-930) provengano da power center, circa 600 m² (0-1.200) da community center e meno di 460 m² da neighborhood center.

Gli strip center sono troppo piccoli per sostenere progetti logistici degni di nota. In totale, stimiamo che queste categorie possano generare 1.200 m² di conversioni da retail a industriale.

VALUTAZIONE DELLA CONVERSIONE DEI POWER CENTER

NRA totali dei power center, m ²	938.000
Azioni nei mercati Prologis	45%
Conversione alla logistica	0-2%
Fornitura logistica, m²	0-930

VALUTAZIONE DELLA CONVERSIONE DEI COMMUNITY CENTER

NRA totali dei community center, m ²	177.000
Azioni nei mercati Prologis	45%
Conversione alla logistica	0.0-1.5%
Fornitura logistica, m²	0-1.200

VALUTAZIONE DELLA CONVERSIONE DEI NEIGHBORHOOD CENTER

NRA totali dei neighborhood center, m ²	213.000
Azioni nei mercati Prologis	45%
Conversione alla logistica	0.0-0.5%
Fornitura logistica, m²	0-460

Fonte: documenti aziendali. I dati relativi al retail provengono da ICSC. I tassi di conversione provengono da Prologis.

TOTALE CONVERSIONI DAL RETAIL ALLA LOGISTICA

Riqualificazione del centro commerciale	650-1.400
Anchor store del centro commerciale	550-1.000
Retail indipendente	2.000-6.000
Power Centers	0-930
Community Centers	0-1.200
Neighborhood Centers	0-460
Totale, punto medio	77
Media annuale, Prossima decade	7.7

Fonte: documenti aziendali. I dati relativi al retail provengono da ICSC. I tassi di conversione provengono da Prologis.

Conclusioni

La tipologia di struttura influisce sulle opportunità di conversione.

Le conversioni sono probabilmente più marcate nel segmento dei centri commerciali, sebbene come categoria generale di dimensioni modeste, non si traduca in una nuova fornitura logistica significativa (ad es. circa 1.800 m² nel prossimo decennio nei mercati Prologis). Il retail è sostanzialmente più grande tra le strutture più piccole, con più di 460 milioni di m² per i power center, i community center e i neighborhood center (contro 102 milioni di m² per i centri commerciali). Tuttavia, il tasso di potenziali conversioni tra le strutture più piccole sarà probabilmente inferiore. In totale, stimiamo che le conversioni dal retail alla logistica ammonteranno a 7.000 m² di logistica nel prossimo decennio, ovvero 740 m² all'anno. Riteniamo che un intervallo di confidenza di 460-9.300 m², 460-930 m², sia una stima ragionevole.

La tendenza di conversione dal retail alla logistica richiederà molto tempo.

Anche quando strategia ed economia si allineano, le conversioni non avvengono rapidamente. Queste ultime tenderanno ad aumentare nel tempo. Gli accordi esistenti saranno un ostacolo a breve termine, con considerazioni che includono i REA e le clausole di co-locazione. Complessi gruppi di proprietà azionaria e di credito, oltre a considerazioni relative all'autorizzazione e all'approvazione, rappresentano ulteriori ostacoli e ritardi.

Attraverso la lente delle metriche logistiche tradizionali, la tendenza dal retail alla logistica è probabilmente piccola:

- Con 140-185 milioni di m² di strutture Last Touch® (ultimo miglio) nei mercati Prologis, stimiamo che le **conversioni del retail ammonteranno a meno del 5% di questa categoria** (o solo lo 0,5% della crescita annuale nel prossimo decennio).
- Con 930 milioni di m² di stock logistici totali nei mercati Prologis, stimiamo che le **conversioni del retail ammonteranno allo 0,75% del totale nel prossimo decennio.**
- Con circa 23.000-24.000 m² di completamenti annuali nei mercati Prologis, stimiamo che le **conversioni del retail ammonteranno a meno del 3% (2,9%) dei completamenti annuali nel prossimo decennio.**
- Con un aumento di 70.000 m² della domanda incrementale di logistica dovuta al COVID-19, stimiamo che le **conversioni del retail comprenderanno solo il 5% dello spazio logistico necessario per soddisfare questa richiesta incrementale guidata da un aumento delle scorte (poiché i retailer rendono le catene di fornitura più resistenti) e da una maggiore adozione dell'e-commerce.**⁵

Endnotes

1. Euromonitor, Prologis Research
2. Prologis Research, archivi pubblici delle aziende
3. Euromonitor, Prologis Research
4. ICSC
5. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/covid-19-special-report-5-supply-chain-shifts-poised-generate>

Dichiarazioni previsionali

Il presente materiale non deve essere interpretato come un'offerta di vendita o sollecitazione di un'offerta di acquisto di un titolo. Non stiamo sollecitando alcuna azione basata su tale materiale, ma ha il solo scopo di informare i clienti Prologis.

Tale rapporto si basa, in parte, su informazioni pubbliche che consideriamo attendibili, ma non dichiariamo che siano accurate o complete, e non ci si dovrebbe basare su di esse in quanto tali. Non viene fornita alcuna dichiarazione in merito all'accuratezza o alla completezza delle informazioni qui contenute. Le opinioni espresse sono le nostre attuali opinioni a partire dalla data che appare sul presente rapporto. Prologis declina ogni responsabilità relativa a tale rapporto, incluse, senza limitazioni, dichiarazioni esplicite o implicite o garanzie per dichiarazioni, errori od omissioni contenuti o derivanti dal presente rapporto.

Tutte le stime, proiezioni o previsioni contenute nel presente rapporto sono da intendersi come dichiarazioni previsionali. Sebbene riteniamo che le aspettative in tali dichiarazioni previsionali siano ragionevoli, non possiamo fornire alcuna garanzia che qualsiasi dichiarazione previsionale si dimostri corretta. Tali stime sono soggette a rischi effettivi noti e sconosciuti, incertezze e altri fattori che potrebbero far sì che i risultati effettivi differiscano sostanzialmente da quelli previsti. Queste dichiarazioni previsionali si riferiscono solo alla data del presente rapporto. Decliniamo espressamente qualsiasi obbligo o impegno ad aggiornare o rivedere qualsivoglia dichiarazione previsionale contenuta nel presente documento per riflettere cambiamenti nelle nostre aspettative o qualsiasi cambiamento delle circostanze su cui tale dichiarazione si basa.

Nessuna parte del presente materiale può essere (i) copiata, fotocopiata o duplicata in qualsiasi forma con qualsiasi mezzo o (ii) ridistribuita senza il previo consenso scritto di Prologis.

A proposito di Prologis Research

Il dipartimento di Prologis Research studia le tendenze fondamentali e di investimento e le esigenze dei clienti Prologis per aiutare a identificare le opportunità ed evitare i rischi in quattro continenti. Il team contribuisce alle decisioni di investimento e alle iniziative strategiche a lungo termine, oltre a pubblicare white paper e altri rapporti di ricerca. Prologis pubblica ricerche sulle dinamiche di mercato che influenzano le attività dei clienti Prologis, compresi i problemi della catena di fornitura globale e gli sviluppi nel settore della logistica e immobiliare. Il team di ricerca dedicato di Prologis collabora con tutti i dipartimenti aziendali per guidare le strategie di ingresso nel mercato, di espansione, di acquisizione e di sviluppo di Prologis.

A proposito di Prologis

Prologis Inc. è il leader mondiale nel settore immobiliare logistico, con un focus sui mercati con elevata barriera d'ingresso e a elevata crescita. Al 30 giugno 2020, Prologis deteneva investimenti consolidati o in joint venture e progetti di sviluppo per un volume stimato di circa 89 milioni di metri quadrati in 19 paesi.

La società offre in locazione delle strutture di distribuzione moderne a oltre 5.500 clienti, operanti nei settori del b2b e Commercio/online fulfillment .