

Indice Cartella Stampa

- **Chi siamo** pag. 2
- **La nostra storia** pag. 3
- **Modello di Business** pag. 4
- **Ceetrus in Italia** pag. 5
- **I progetti di sviluppo in Italia** pag. 6
- **Centro Commerciale Rescaldina** pag. 7
- **Centro Commerciale Belpò (San Rocco al Porto)** pag. 8
- **Centro Commerciale Cagliari Marconi** pag. 9
- **Merlata Mall** pag. 10
- **Ceetrus nel Mondo** pag. 11
- **Responsabilità Sociale** pag. 12-13
- **Scheda General Manager** pag. 14
- **Scheda riassuntiva** pag. 15

CHI SIAMO

Ceetrus è l'acronimo delle parole **city**, "città", intesa come il palcoscenico delle attività dell'azienda; **see**, "vedere", l'azione di ascolto e osservazione dei bisogni dei cittadini per fornire soluzioni innovative alle loro necessità; **trust**, "fiducia", l'affidabilità generata da un marchio consolidato; e **us**, "noi", che siamo tutti insieme in continua co-costruzione.

La combinazione di queste parole racchiude la filosofia aziendale che incarna l'evoluzione di Ceetrus segnando il passaggio da società commerciale del Real Estate ad incubatore di proposte immobiliari a 360°.

Nel panorama del settore dell'immobiliare commerciale, Ceetrus è una realtà consolidata con un forte know-how accumulato in oltre 40 anni di attività sul mercato. Presente in 10 Paesi con 295 Centri Commerciali ogni anno registra una media di oltre un miliardo di visitatori.

Le attività di Ceetrus spaziano dalla progettazione, promozione, commercializzazione, fino alla consulenza e gestione di Centri Commerciali e Retail Park sia di proprietà che per conto di terzi.

La società nasce nel 2003 con il nome di Gallerie Commerciali Italia, filiale italiana di Immochan, costola immobiliare della Holding Auchan di proprietà della famiglia Mulliez. Nel 2018 cambia nome e posizionamento diventando **Ceetrus**: un Global Urban Player che opera nel settore immobiliare, sviluppando spazi abitativi e luoghi di vita sostenibili e smart per i cittadini di domani, all'interno dei quali negozi, abitazioni e infrastrutture urbane sviluppano legami sociali che animeranno le città del futuro. Con lo slogan "con i Cittadini, per i Cittadini" (*with Citizens for Citizens*) l'azienda sottolinea il proprio impegno ad essere un player al servizio dei propri utenti.

Per rispondere alle esigenze di cambiamento del mercato Ceetrus Italy S.p.A. ha dato vita a due società, **RES** (Real Estate Strategist) e **Emotional Food** che rispettivamente si occupano di consulenza immobiliare per conto terzi e creazione di format nel campo della ristorazione, che si adattano alle peculiarità di ogni singolo Centro Commerciale. È il cambiamento, la capacità di cogliere le aspettative dei cittadini del futuro e renderli sempre più interconnessi ad animare tutte le scelte strategiche alla base del core business di Ceetrus: progettare con i cittadini, per i cittadini, le città del futuro.

LA NOSTRA STORIA

1976

Nasce **Immochan**, come costola immobiliare della Holding **Auchan** di proprietà della famiglia **Mulliez**.

1981-1999

L'azienda inizia la sua espansione nel mondo: nel 1981 approda in **Spagna**, nel 1989 in **Italia**, nel 1996 in **Francia** e nel 1999 in **Cina** e **Taiwan**.

1997

Immochan compie il suo primo passo importante in Italia, firmando la partnership con **La Rinascente**.

2000-2007

Dal 2000 l'azienda apre attività commerciali in **Russia** (2002), **Ungheria** (2005), **Portogallo**, **Polonia** (2006) e **Ucraina** (2007).

2003

Anno della nascita della filiale italiana chiamata **Gallerie Commerciali Italia S.p.A.**, oggi **Ceetrus Italy S.p.A.**

2010

Si sviluppa l'attività commerciale in **Romania** (2012), **Lussemburgo** (2016) e in **Vietnam** (2017).

2016

Viene scritta la **Vision 2030 "We link people by creating sustainable, smart and lively places to brighten up everyday life"** esprime il rinnovato interesse verso tutto ciò che è al servizio delle persone e a favore delle connessioni tra i cittadini, con l'obiettivo di creare luoghi di relazione, smart e sostenibili, che possano migliorare la vita di ogni giorno.

2018

Gallerie Commerciali Italia S.p.A. diventa **Ceetrus Italy S.p.A.** Il nuovo nome è affiancato dal payoff: **with Citizens for Citizens**.

2019

Ceetrus cambia l'assetto organizzativo e nasce il portfolio **Italia e Lussemburgo** guidato dal General Manager **Marco Balducci**.

MODELLO DI BUSINESS

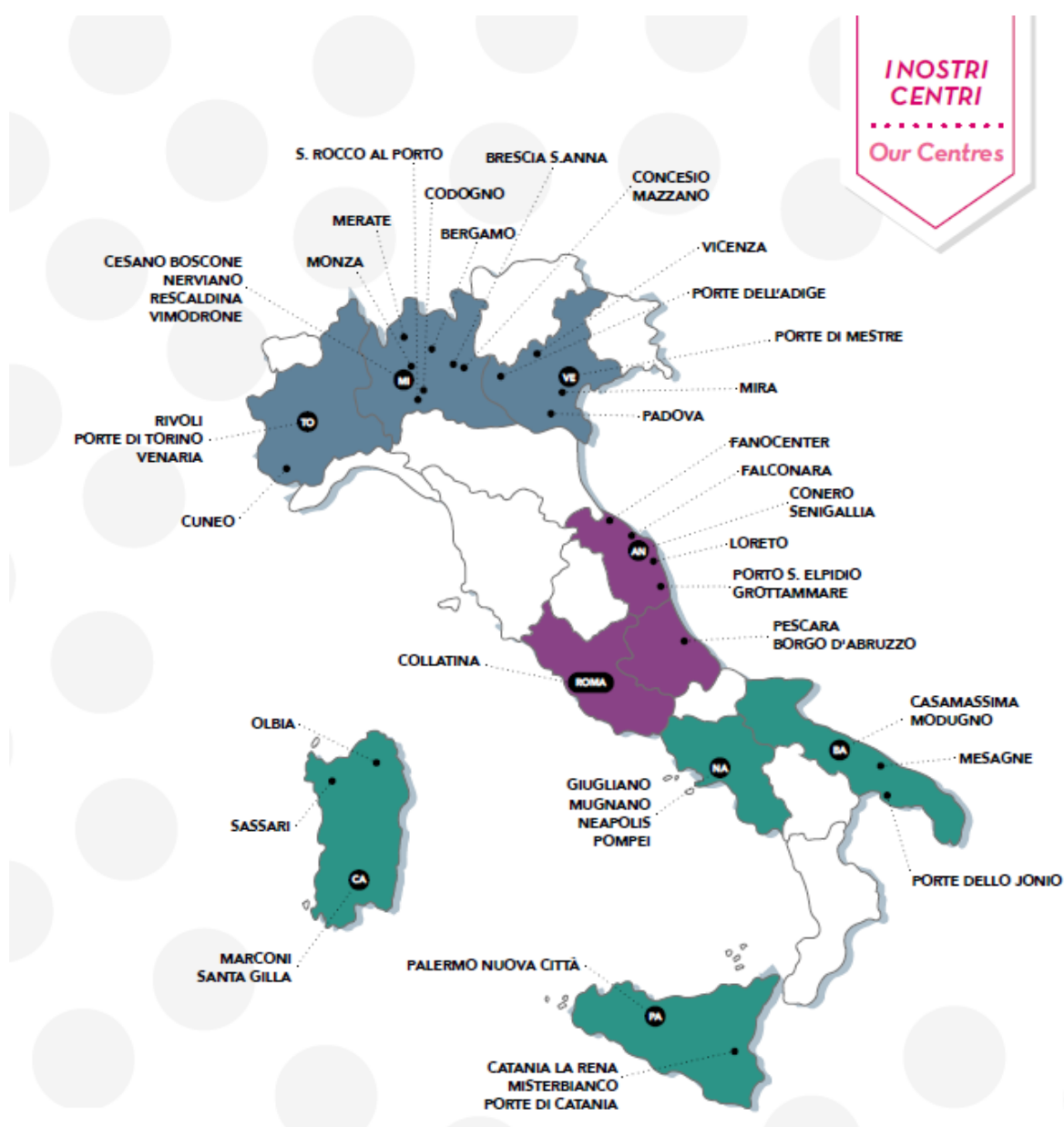
Negli anni la trasformazione di **Ceetrus** è andata di pari passo con l'identificazione di una nuova concezione degli spazi commerciali che rispecchia l'evolversi di quelli urbani e delle necessità dei cittadini. Per Ceetrus è fondamentale costruire e animare luoghi ad uso misto che comprendano abitazioni, uffici, strutture ricettive, infrastrutture urbane, centri per il tempo libero, il divertimento, la cultura e la salute. Dagli anni della sua trasformazione, l'azienda ha sviluppato una particolare attenzione alla realizzazione di progetti innovativi e sostenibili, con l'obiettivo di creare nuovi posti di lavoro e disegnare le città del futuro in cui gli abitanti possano vivere in armonia con il contesto urbano. Nel tempo la società si è evoluta, e con essa l'azienda: tanto che nel 2016 ha dato inizio alla sua trasformazione per essere più vicina ai propri stakeholder progettando spazi che rispondono sempre di più alle problematiche sociali e ambientali. Da allora, l'azienda ha lavorato costantemente al proprio cambiamento e dal 2017 sono state realizzate azioni concrete che l'hanno traghettata verso il nuovo corso.

Tra le sfide che caratterizzano la nuova impostazione societaria, Ceetrus, in partnership con Catalic, ha deciso di dare vita a spazi di **co-working** – un fenomeno in costante espansione ed evoluzione – destinati ad aziende, associazioni e professionisti, in una cornice mai sfruttata prima in Italia: il Centro Commerciale. Nella stessa direzione vanno altre attività sulle quali sta lavorando la società: studio di servizi e collaborazioni riguardanti il mondo della salute e della sanità, partnership sulla realizzazione di **co-housing**, soluzioni abitative che privilegino uno stile di vita collaborativo in grado di garantire una migliore qualità della vita, la condivisione di spazi e l'ottimizzazione dei rapporti di buon vicinato.

Per fornire un servizio a 360° nel settore immobiliare, Ceetrus ha fondato **RES** (Real Estate Strategist), di cui detiene il 100% delle quote, struttura che fornisce servizi di consulenza a società terze che hanno bisogno di identificare il proprio posizionamento strategico e di crescere nell'ambito del Real Estate. Con lo stesso principio è stata creata anche **Emotional Food**, per dar vita a format di ristorazione innovativi, flessibili e fortemente caratterizzati che rispondano alle diverse esigenze dei diversi centri progettati o gestiti. Con questa iniziativa, Ceetrus, in partnership con società specializzate nel settore della ristorazione, ha già realizzato due progetti specifici: Officine Italia presso il centro commerciale Porte di Mestre e DeguStazione presso Fanocenter.

CEETRUS IN ITALIA

La filiale italiana del Gruppo, **Ceetrus Italy S.p.A.**, è presente sul territorio con **47 Centri Commerciali** e **5 Retail Park** per un totale di **630.000** metri quadrati di superficie affittabile (GLA) e **2.300** negozi partner che ogni anno registrano una media di oltre **185 milioni** di visitatori. In Italia Ceetrus conta **150** collaboratori ed ha generato **15 mila** posti di lavoro tra punti vendita e indotto, con un fatturato annuo di **103 milioni** di Euro ed un valore patrimoniale di **880 milioni** di Euro.



I PROGETTI DI SVILUPPO IN ITALIA

Per rispondere alle nuove esigenze di fruizione degli spazi tradizionalmente deputati allo shopping e nell'ottica di superare la dimensione tradizionale dello spazio commerciale trasformandolo in luogo di incontro e di servizi per il cittadino, in linea con la nuova filosofia aziendale, **Ceetrus Italy S.p.A** è impegnata ad investire massicciamente su progetti che prevedono l'ampliamento e un ripensamento radicale di queste strutture.

Valorizzazione dei propri asset e miglioramento dell'attrattività dei siti sono le parole d'ordine che caratterizzano l'attività della società costantemente impegnata ad offrire ai propri partner e clienti servizi su misura ed esperienze innovative.

I Centri Commerciali di **Rescaldina**, **Belpò** e **Cagliari Marconi** sono oggetto di importanti interventi di restyling che comportano un aumento delle dimensioni non solo per ospitare una maggior offerta di shopping, ma specialmente per accogliere iniziative di intrattenimento interattive e innovative e tutte quelle attività che valorizzino il territorio e i suoi cittadini.

Merlata Mall costituisce un capitolo a sé: un progetto acquisito nell'estate 2019 su cui Ceetrus concentrerà investimenti considerevoli in funzione del suo valore strategico, grazie alla sua posizione e al contesto urbano che si sta sviluppando nei suoi dintorni sarà uno dei progetti più appetibili in assoluto nel nord Italia, con un'attrattiva non solo di prossimità, ma a livello regionale. Questo Mall incarna perfettamente la *mission* aziendale: creare luoghi di vita che favoriscano la connessione tra le persone, forniscano spazi di espressione e promozione per le associazioni del territorio e rispondano a eventuali bisogni non soddisfatti dalle aree cittadine.

Tutti gli interventi, sia di riqualificazione che di costruzione di strutture ex novo, sono caratterizzati dall'attenzione che Ceetrus pone agli aspetti di sostenibilità ambientale per incrementare l'efficienza energetica, ridurre le emissioni e migliorare il comfort degli spazi.

CENTRO COMMERCIALE RESCALDINA

La posizione strategica

Il **Centro Commerciale Rescaldina** serve la zona occidentale della **Lombardia**, si trova nel comune di Rescaldina, circondato dagli insediamenti di Cerro Maggiore e di Legnano. Il bacino di attrazione si estende a **1.391.509** abitanti e **450 mila** famiglie.

La posizione è strategica, in quanto in questa area geografica i livelli di reddito pro capite sono superiori alla media del Paese (+25% circa).

La struttura si sviluppa su **due livelli** per un totale complessivo di **79 unità commerciali**, all'interno si trovano un Ipermercato, un distributore di carburante discount e servizi del mondo della salute che ne arricchiscono l'attrattività. L'attuale ratio ingressi/mq è superiore dell'**80%** rispetto alla media nazionale (rif. Studio del potenziale Urbistat 2014).

Il progetto di ampliamento

Attualmente si sta lavorando ad una nuova offerta di shopping e di entertainment secondo un concept che lo renderà maggiormente fruibile da parte di un pubblico più ampio che va dalle famiglie, ai bambini, ragazzi, anziani e turisti. La fase di ampliamento terminerà nel 2021.

Al piano terra l'**Ipermercato** sarà interamente ristrutturato con una formula più razionale e fruibile. Al primo piano si aggiungeranno nuove medie superfici con insegne fashion primarie. Una grande **Food Court** si affaccerà sull'area eventi e sulla terrazza esterna. Il Centro avrà orari di apertura estesi e accessi indipendenti e, grazie ai nuovi parcheggi interrati, disporrà di ulteriori **1.300 posti auto**. La natura e il territorio orienteranno la tematizzazione dell'ampliamento mentre i nuovi spazi dedicati all'intrattenimento saranno il palcoscenico di iniziative ludiche e interattive innovative, che rinforzeranno lo storico legame tra il Centro e i suoi visitatori. Il progetto di ampliamento rispetta il territorio e "ascolta" i suoi abitanti, puntando sui seguenti aspetti: sistemi di riduzione e ottimizzazione dei consumi, energie da fonti rinnovabili, invarianza idraulica, architettura integrata con il territorio e il sistema del verde. Allo studio vi sono inoltre incentivi alla mobilità dolce e sistemi di trasporto sostenibili e condivisi e un progetto di fattoria urbana sulla copertura dell'ampliamento.

I numeri

- **100 milioni** di Euro di investimento, di cui 20 a favore del territorio
- **25.650** mq di superficie in ampliamento
- **80** negozi in fase di ampliamento con servizi e offerta di ristorazione
- **1** Ipermercato
- **4.300** posti auto
- **300** nuovi posti di lavoro oltre all'indotto
- Bacino di attrazione di **1.391.509** abitanti e **450 mila** famiglie

CENTRO COMMERCIALE BELPÒ (SAN ROCCO AL PORTO)

La posizione strategica

Il **Centro Commerciale Belpò** si trova a San Rocco al Porto, in territorio lodigiano al confine con l'Emilia Romagna e a breve distanza dalla città di **Piacenza**, raggiungibile tramite l'autostrada **A1**. Può contare su un'ottima viabilità, essendo collocato su una importante strada di collegamento.

Questa posizione strategica ha fatto in modo che il Centro diventasse negli anni il polo di riferimento per i piacentini, contando su un bacino di attrazione di **217.062** abitanti.

Il progetto di ampliamento

La struttura su due livelli è stata inaugurata nel 1992 e ristrutturata una prima volta nel 2004. Nel 2019 sono terminati i nuovi lavori di ampliamento che, migliorando ulteriormente la personalità e l'attrattività del Centro, ne hanno rafforzato il posizionamento come il punto di riferimento preferito da lodigiani e piacentini. I lavori hanno interessato diverse aree. La **Galleria** al piano terra è stata ampliata così da creare un doppio mall con negozi, medie superfici e una **Food Court** con una piazza dedicata agli eventi, mentre il primo piano amplierà i servizi ai cittadini che già offre, con l'aggiunta di un centro diagnostico, di altri servizi del mondo della salute e di uno spazio di **co-working**. All'esterno, un parco commerciale di oltre 6.500 mq completerà l'offerta di shopping creando un polo commerciale di forte attrattività.

Al primo piano, in un'area di 600 metri quadrati, sorge **Link Now**, il primo spazio **co-working** situato in un Centro Commerciale in Italia. Uno spazio pensato per professionisti, che disporrà di connessioni di rete ad alta velocità, un'ampia sala riunioni dotata di tutte le attrezzature prenotabile per un'ora o per un giorno, aree di lavoro open space e uffici chiusi. Inoltre, saranno disponibili spazi funzionali comuni (link zone), servizi di segreteria, spazio lettura e zona relax.

I numeri

- La Galleria passerà da **7.000** mq a **12.000** mq
- Il nuovo Parco sorgerà su un'area di **6.756** mq
- L'Ipermercato avrà una superficie di **10.076** mq
- Il numero di negozi passerà da **38** a **63**
- Il numero di posti auto passerà da **2.000** a **3.000**
- **600** mq di spazio co-working
- Bacino di attrazione di **217.062** abitanti

CENTRO COMMERCIALE CAGLIARI MARCONI

La posizione strategica

Il **Centro Commerciale Cagliari Marconi**, situato nel cuore della città, oggi offre ai cittadini uno spazio comodo e confortevole, da sempre legato al territorio e ai suoi valori. La sua posizione strategica, a pochi minuti di macchina dal centro città, unita alla presenza attuale di oltre **1.600 posti auto** e di una fermata della metropolitana adiacente alla struttura, rendono il Centro una destinazione privilegiata per i cagliaritari e per gli abitanti dei comuni limitrofi, che formano un bacino di attrazione di **385.000 abitanti** entro i 25 minuti di percorrenza. La posizione strategica, il forte radicamento nel territorio e il nuovo progetto di ampliamento sono i punti di forza di questo Centro, che al momento ospita un **Ipermercato** e **45 negozi** con tutte le principali categorie merceologiche, nonché strutture dedicate ai servizi per la salute.

Il progetto di ampliamento

Il Centro si consoliderà come il nuovo salotto di Cagliari. Sarà interessato da un ampliamento che porterà la SLP complessiva da circa 27.000 mq a **39.000 mq** e comporterà la redistribuzione delle superfici su **2 piani** anziché 3. È inoltre previsto un ampliamento del parcheggio posto davanti all'ingresso principale del Centro Commerciale: all'attuale piano terra andrà ad aggiungersi un 2° piano, che porterà la capienza da 1.635 posti auto a circa **2.000**. L'intero Centro Commerciale sarà interessato anche da un complessivo intervento di restyling, che riguarderà le facciate della Galleria Commerciale nonché la parte interna del Mall, con l'inserimento di lucernari ed asole e la realizzazione di una **Food Court** di ampie dimensioni.

Il risultato rivoluzionerà gli equilibri commerciali dell'area e farà assumere al Centro un ruolo di primo piano nella catchment area.

I numeri

- Ampliamento SLP complessiva da **27.000** mq a **39.000** mq
- La Galleria passerà da **10.270** mq a **19.500** mq
- L'Ipermercato avrà una superficie di **7.762** mq
- Il numero di negozi passerà da **45** a **100**
- Il numero di posti auto passerà da **1.635** a **2.000**
- Bacino di attrazione di **385.000** abitanti

MERLATA MALL

Il progetto

Tra Milano e Rho, nell'area dell'Expo, sta nascendo **Merlata Mall**.

Il progetto si svilupperà su una superficie di circa **72.500 mq** e sarà costituito da **due edifici** collegati tra loro: il corpo principale ospiterà una **Food Court Emozionale** e una zona commerciale, mentre il secondo edificio sarà deputato al tempo libero e al divertimento e conterrà un'area dedicata allo shopping alimentare e servizi del mondo della salute.

Il nuovo polo avrà una vocazione non solo commerciale, ma rappresenterà il cuore pulsante del complesso residenziale, ospitando intrattenimento, arte, cultura e servizi per i cittadini. Si aprirà verso l'esterno con un **parco attrezzato** in completa osmosi con le abitazioni circostanti e sarà servito sia dalla metropolitana che dalla rete ferroviaria.

La posizione strategica

Il sito è al centro di un'area in rapido sviluppo: è ben collegato con **MIND**, il nuovo distretto dell'innovazione posto nell'ex area **EXPO**, è collegato a **Rho Fiera** e molto vicino al quartiere **Stephenson**, che diventerà sede dell'**Università Statale** e ospiterà la nuova base dell'**Ospedale Galeazzi**.

I numeri

- **4** piani di cui 2 destinati allo shopping
- **+190** negozi e servizi
- **1** supermercato
- **21** medie superfici
- **35** ristoranti e bar
- **+20.000 mq** piazze e gallerie pubbliche
- **1** area indoor/intrattenimento
- **1** cinema multisala
- **+65.000** mq superficie edificabile
- **4000** posti e parcheggi
- Accesso diretto alle autostrade
- Fermate metropolitana M1 e passante ferroviario

CEETRUS NEL MONDO

Con oltre **900** addetti, Ceetrus è presente in tutto il mondo: i suoi **295** Centri Commerciali con **10.700** negozi partner situati in **10** Paesi sono visitati annualmente da una media di **1 miliardo** di utenti. La società ha un valore patrimoniale di **8 miliardi** di Euro e un fatturato annuo di **567 milioni** di Euro.

Ceetrus oggi si concentra sulla città del domani. Il processo di trasformazione dell'azienda ha dato vita a progetti che sono la concretizzazione della sua nuova identità. In stretto legame con tutti i diversi attori del territorio, Ceetrus co-costruisce soluzioni urbane globali che integrano abitazioni, uffici, spazi per il tempo libero, la cultura e i servizi.

In contemporanea alla progettazione di nuove realtà immobiliari, Ceetrus si adopera anche per incrementare l'attrattività dei suoi siti esistenti, con l'implementazione di nuove soluzioni per renderli luoghi da vivere, vivaci e innovativi.



RESPONSABILITÀ SOCIALE

La sostenibilità ambientale è al centro dell'attività di Ceetrus nella realizzazione di nuovi edifici e nelle riqualificazioni del territorio. Nel corso del 2019, la società ha ottenuto due certificazioni: il **protocollo "BREEAM in Use"**, uno strumento necessario per la valutazione della sostenibilità e gestione sostenibile di un asset esistente; il suo valore aggiunto risiede nella possibilità di ottenere una "fotografia" delle prestazioni attuali dell'edificio ed offrire l'opportunità di migliorare le caratteristiche e la qualità degli ambienti interni, con conseguente miglioramento di tutti gli aspetti immobiliari.

Il **protocollo "BREEAM RFO"** è invece un protocollo per la valutazione della sostenibilità ambientale dedicato agli interventi di Ristrutturazione e Fit-out rivolto a tutti gli edifici "non domestici". Lo schema consente di effettuare una valutazione dell'impatto dell'intervento di riqualificazione e si concentra sui temi del consumo energetico, delle risorse idriche, dell'impatto sull'ambiente circostante e sugli aspetti gestionali, confrontandoli con benchmark internazionali.

Il **Parco Commerciale Auchan di Casamassima (Bari)** ha ottenuto la certificazione **BREEAM in Use - Part 1, rating Good**, aggiudicandosi così il titolo di **primo immobile commerciale certificato BREEAM in Use in Puglia**. In questo modo è aumentata l'efficienza energetica e sono diminuite le emissioni e l'impatto ambientale degli edifici, migliorando il comfort degli spazi sia per i clienti della società, che la produttività dei collaboratori.

Anche il **Centro Commerciale Rescaldina (Milano)** vanta un primato: ha conquistato la certificazione **BREEAM International Refurbishment and Fit-out 2015: Retail, rating Good**, per il progetto di Restyling, con il titolo di **primo centro commerciale certificato BREEAM RFO in Italia**. In questo caso la riqualificazione si è concentrata sulla diminuzione del consumo energetico, su una migliore gestione delle risorse idriche e sull'impatto ambientale nel territorio.

Entrambi di proprietà di Ceetrus Italy S.p.A., Rescaldina e Casamassima fanno parte del progetto di certificazione intrapreso sugli asset nel rispetto dei target di sostenibilità del piano strategico aziendale.

I risultati raggiunti sono in linea con l'andamento del mercato, che vede gli ambiti di sostenibilità assumere un rilievo sempre maggiore.

Gli operatori Real Estate e gli utilizzatori degli immobili sono infatti sempre più sensibili a temi quali il comfort dell'ambiente interno, la riduzione dei consumi e l'impatto dell'immobile sull'ambiente circostante.

Protocollo "BREEAM IN USE"

Protocollo "BREEAM RFO"

Parco Commerciale Auchan (Casamassima, Bari)

Centro Commerciale Rescaldina (Milano)

Accordo sulla contrattazione di Il livello

Ceetrus DonaOre

Premio Valore

C-Value L'impegno dei collaboratori

Dal punto di vista delle politiche del personale, Ceetrus Italy ha firmato un nuovo contratto integrativo aziendale che prevede misure innovative "a misura" di dipendente: smart working, baby week, fondo dona ore, tutele di genere e centralità della formazione.

Il testo, che guarda ai concetti di "co", "care", "committed" e "innovative" contenuti nella nuova Visione aziendale 2030, introduce azioni finalizzate ad agevolare la conciliazione dei tempi di vita e lavoro: oltre alla flessibilità oraria, la disciplina sperimentale prevede novità come lo smart working e la baby week.

Per favorire la solidarietà tra colleghi la società si è dotata di un fondo interno, "Ceetrus DonaOre", che permette ai collaboratori di donare permessi retribuiti a favore di colleghi con gravi e accertati bisogni personali e familiari, pensando in particolare a chi si prende cura di figli affetti da gravi patologie mediche. Sulla stessa scia, l'azienda ha dato vita all'iniziativa Armadio Sostenibile, per mettere a disposizione dei colleghi giochi e abbigliamento per bambini.

Il meccanismo di retribuzione variabile è stato rivisto trasformando il premio progresso in "Premio Valore", in base a tre parametri connessi all'attività aziendale. L'erogazione massima, al raggiungimento di risultati eccezionali, può raggiungere il 25% della Retribuzione Annuale Lorda (RAL).

I collaboratori, inoltre, potranno decidere volontariamente se convertire l'erogazione derivante dal meccanismo di salario variabile nelle misure definite all'interno di un piano welfare che è stato aggiornato ed ampliato, anche grazie alla creazione di un portale dedicato a convenzioni ad hoc.

Le ambizioni di miglioramento della qualità della vita dei propri collaboratori da sempre costituiscono una sfida e un impegno che caratterizzano l'attività di Ceetrus. A questo scopo la società nel 2016 ha lanciato un progetto *di ascolto* che ha portato ad incrementare i piani individuali di formazione e sviluppo professionale delle risorse interne con iniziative di supporto ed empowerment per la crescita professionale, quali Talent Program e C-Academy.

Ogni anno nelle gallerie gestite da Ceetrus vengono gestite decine di **partnership con associazioni locali, con associazioni mediche e con Onlus** e volte favorire la prevenzione, la salute, la cultura dei cittadini, e a supporto di cause umanitarie, ambientali, di tutela del territorio e dei beni artistici.

I dipendenti di Ceetrus si considerano cittadini del mondo prima di essere dei lavoratori, per questo vivono in maniera molto sentita e concreta la responsabilità di studiare, insieme ai territori, come rendere gli asset gestiti luoghi sostenibili, innovativi e smart.

C-Value è il nome che i collaboratori dell'azienda hanno scelto per raccontare il proprio impegno nella RSI, un impegno che portano avanti come una promessa a loro stessi e alle generazioni di domani.

SCHEDA GENERAL MANAGER

Marco Balducci è oggi General Manager del portfolio Ceetrus Italy e Luxembourg, oltre a ricoprire le cariche di Chief Financial Officer e Head of Investment & Asset Management di Ceetrus Italy S.p.A.

Dal 2016 è responsabile delle divisioni Finance, Legal, Information Technology di Ceetrus Corporate, cariche che mantiene anche attualmente.

Tra il 2009 e il 2015 ha ricoperto diversi ruoli all'interno del gruppo Auchan, tra cui Legal Director, Deputy Director In Charge of the Group Corporate Matters e Group Legal Director.

In precedenza Balducci ha lavorato in Italia presso La Rinascente come Director in Charge of the Group Corporate Matters.

SCHEDA DI SINTESI

Società:	Ceetrus Italy S.p.A.
Sede Operativa:	Strada 8 - Palazzo N - 20089 Rozzano (MI)
Attività:	Ceetrus Italy S.p.A. è tra le società leader nel settore dell'immobiliare commerciale, una realtà consolidata con un forte know-how accumulato in oltre 40 anni di presenza sul mercato. Gestisce 47 Centri Commerciali e 5 Retail Park sul territorio italiano.
Fatturato:	103 milioni di €
Valore patrimoniale:	880 milioni di €
Collaboratori:	150
Posti di lavoro generati:	15 mila
Anno di fondazione:	2003
Sito Web:	www.ceetrus.it
Social network:	LinkedIn