



MARKUP REAL ESTATE

luglio  
2014

Riqualificazione

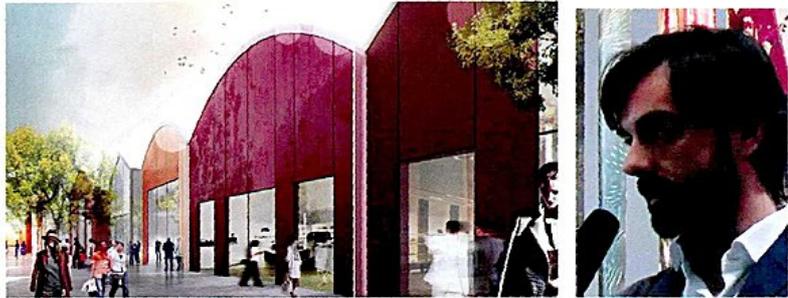
L'innovazione e l'emergere di nuovi format  
sono i segnali più evidenti della nuova  
vitalità del comparto commerciale in Italia

di Donatella Bollani  
twitter @damallac



# Rigenerazione urbana nuovo task dell'immobiliare

104



## Scalo Milano, HUB locale, ma esportabile

Filippo Maffioli,  
Sales and  
Marketing  
Director, Promos

→ Da sempre l'immobiliare commerciale è una delle componenti fondamentali dell'ambiente urbano. La ritrovata vivacità del mercato italiano si intreccia con la riscoperta delle aree urbane e metropolitane come luogo di elezione e sviluppo di nuovi spazi retail. In occasione di Eire, la fiera del Real Estate che si è tenuta a Milano dal 24 al 26 giugno scorsi, alcune delle principali realtà del settore si sono confrontate sul leitmotiv della decima edizione: la rigenerazione urbana. Un argomento strettamente legato a una tendenza che mira a individuare nuove aree nelle città nell'ottica di sviluppare aggregati commerciali capaci di attrarre gli investimenti di operatori nazionali e internazionali.

Di questo tema si è occupato il convegno "L'immobiliare commerciale e le città: 2014 e oltre", promosso da CNCC (Consiglio nazionale dei Centri commerciali), in collaborazione con Eire. L'innovazione e l'emergere di nuovi format sono i segnali più evidenti della nuova vitalità dell'immobiliare commerciale in Italia.

**Due recenti progetti**, con caratteristiche innovative, sono stati discus-

Scalo Milano sarà un City Style, concept che identifica uno spazio commerciale di nuova concezione, totalmente inedito. Si configurerà come un sistema distributivo nuovo, immediato e al servizio delle imprese, capace di offrire il meglio di moda, design ed enogastronomia di alto livello. Il concept architettonico fortemente innovativo si ispira ad un ambiente urbano in cui gli edifici prendono ispirazione dall'immagine della fabbrica, simbolo di produttività e icona dell'imprenditorialità milanese dell'ultimo secolo, e la ripropongono in chiave moderna. Nonostante la sua forte integrazione fisica e culturale con il tessuto urbano della città questo format è stato pensato per essere riproposto in ambiti internazionali quali il continente asiatico ma anche la Russia e il Nord Africa, in particolare la Turchia. Milano è un brand che possiede un buon posizionamento ed è in grado di attrarre interesse negli investitori internazionali.

**Il nuovo City Style** a soli 25 minuti di auto dal centro della città sarà raggiungibile con la ss 412 Val Tidone, da via Ripamonti o dalla tangenziale Ovest (A50). La stazione Locate di Triulzi del passante suburbano S13, con accesso diretto sull'area, garantirà un costante collegamento con la rete metropolitana, il centro di Milano e l'intera Città e Regione. Scalo Milano, 60.000 mq di estensione e 300 unità commerciali, propone un concept di retail del tutto diverso da quello tradizionale. Qui contenuto e contenitore divengono lo spazio in cui presentare in anteprima le novità del mercato: una sorta di City HUB dell'innovazione, entro cui ricerca, esplorazione ed habitat divengono anteprima della città che verrà. Oltre il 15% dei brand presenti saranno nuovi per il mercato italiano. Il progetto è stato sviluppato dagli architetti dello studio Metrogramma, cui è stata affidata la direzione artistica delle facciate e dell'arredo urbano, e dallo studio Cotefa che ne ha curato l'impianto strutturale.

### la scheda

- **Località** Locate di Triulzi (Mi)
- **Apertura** Estate 2015
- **Promozione e Commercializzazione** Promos
- **Team di progetto** Cotefa, ingegneri&architetti - Studio Metrogramma
- **Le dimensioni** 60.000 mq di superficie commerciale  
300 negozi  
4.000 posti auto
- **www.promosbrescia.it/scalo-milano-178.html**

### A livello di art direction

è un'operazione che può definirsi sartoriale. La scelta dei materiali è inusuale: le vetrate variamente riflettenti e colorate, gli acciai specchianti e i metalli cromati saranno le quinte urbane, elementi principali di un paesaggio commerciale dinamico e sempre sorprendente. Durante il giorno le facciate rifletteranno e assorbiranno i colori, dal verde degli alberi alle persone che vivranno Scalo Milano e la notte, una volta smaterializzato il corpo della città, esalteranno le luci delle vetrine e delle insegne; un caleidoscopio di colori e forme che troveranno la sublimazione nella piazza del food, luogo di sosta, landmark di ritrovo e momento di riflessione e osservazione.

luglio\_2014 105



MARK UP REAL ESTATE

luglio  
2014

Riqualificazione



Daniele Cabuli,  
Direttore  
Commerciale  
Gruppo IGD

## Porta a Mare, dialogo con il territorio

Porta sul mare della Toscana, Livorno e il suo porto costituiscono un luogo vitale, un punto d'incontro economico, culturale e sociale di grande valore per il sistema territoriale regionale. In quest'area dall'eterna vocazione industriale e portuale, a due passi dal centro storico, è nato un progetto di grandissime dimensioni - 110mila metri quadrati e 200 milioni di euro di investimento - e che si configura come la più importante operazione di riqualificazione di Livorno e uno dei più suggestivi waterfront in Italia. Un polo multifunzionale di cinque aree con destinazioni commerciali, residenziali, terziarie e ricettive, affiancato ad un porto turistico di nuova realizzazione. Il tutto all'interno di un paesaggio urbano unitario che integra i nuovi interventi alle preesistenze di interesse storico-monumentale.

**Porta a Mare**, negli obiettivi di progetto è il nuovo punto d'incontro tra chi arriva dal grande porto turistico e chi lavora per offrire prodotti e servizi, incontro tra chi ha scelto di abitare nel verde creato tra mare e città e chi dalla città arriva in cerca di divertimento, shopping o relax. Le aree del progetto, che ha visto all'opera un team ampio e con molteplici competenze, sono:

**Piazza Mazzini**: luogo storico e di notevole importanza turistica e commerciale di Livorno e situata nel cuore di Porta a Mare, sarà la sede di nuovi uffici, residenze e attività commerciali. Un polo multifunzionale che sorgerà sul lungomare, a due passi dal centro cittadino, di facile accesso sia in auto che con i principali mezzi di trasporto.

**Officine storiche**: un tempo il Cantiere Navale di Livorno. Anche quest'area è oggetto di una totale riqualificazione. Le nuove Officine ospiteranno residenze e attività commerciali in una cornice del tutto esclusiva. Un'opera unica all'interno di uno dei waterfront più belli in Italia.

**Molo mediceo**: adiacente al centro storico di Livorno e in un'area urbana, sarà l'anima del porto turistico. Bar, ristoranti, negozi, residenze e diversi servizi per la nautica da diporto renderanno questo spazio particolarmente suggestivo dando spazio a 800 posti barca.

**Area Lips**: all'interno del progetto di riqualificazione urbana dell'ex Porto Mediceo quest'area sarà un'ampia zona ricettiva alberghiera che offrirà centro congressi, albergo e fitness center.

si con particolare attenzione alla loro genesi, agli obiettivi e alla replicabilità in altri contesti di mercato. Il direttore commerciale e marketing di Promos, Filippo Maffioli, e il direttore commerciale IGD SIIQ, Daniele Cabuli, hanno presentato i format di Scalo Milano e di Porta a Mare, due concept differenti sviluppati con una grande attenzione al territorio.

**I due casi presentati**, seppure virtuosi, confermano che rimangono sullo sfondo, ancora irrisolte, alcune specificità tutte italiane che continuano a rendere difficili operazioni strategiche e

## Si tratta del principale intervento di riqualificazione a Livorno, caratterizzato dalle sue grandissime dimensioni

dimensionalmente significative in grado di riqualificare e dare nuovo senso ad ampie aree territoriali anche urbane. I tempi lunghissimi e incerti delle pubbliche amministrazioni consentono la realizzazione dei nuovi o rivisitati edifici per il commercio solo dopo molti anni dalla loro progettazione, rendendo in molti casi superato il format e comunque non più rispondente alle necessità degli investitori e del pubblico di consumatori.

Le tempistiche incerte minano, inoltre, la motivazione degli investitori esteri che si orientano solo su operazioni a breve termine e a basso rischio evitando di considerare il nostro Paese come strategico per i loro asset. ←

### la scheda

- **Località** Livorno
- **Promozione e Commercializzazione** Gruppo IGD
- **Team di progetto** Paolo Luochetta (Officine Storiche), Stefano Cobolli Gigli (Progettazione edilizia), Giuseppe Tartarini (Strutture), Uffici di progettazione IGD (Nives Romano, Project Manager; Laura Poggi, Lay Out commerciale) e CMB Carpi.
- **Le dimensioni**  
110.000 mq di superficie territoriale (20.600 mq commerciale, 14.700 mq residenze, 13.000 mq di terziario)
- **Aperture** Luglio/dicembre 2014