

Merlata Bloom, apre a Milano un centro commerciale da 400 milioni di euro

Real estate

Ceetrus, ImmobiliareEuropa e Sal inaugurano un mall improntato alla sostenibilità

In 70mila mq, 210 negozi e ristoranti, con ritorni pari a canoni di 32-33 milioni

Paola Dezza

È l'anello di connessione tra due dei più importanti progetti di rigenerazione urbana di Milano, Mind e Uptown, e ricuce in chiave sostenibile la trasformazione del quadrante nord ovest della città.

Un centro commerciale di ultima generazione che sposa iconicità del progetto architettonico, sostenibilità ambientale e fruibilità del pubblico.

Merlata Bloom verrà inaugurato mercoledì 15 novembre a Milano e regalerà alla città il primo centro commerciale urbano con 70mila metri quadrati di retail che guarda a un mix innovativo di funzioni. Saranno, infatti, 210 gli spazi commerciali tra cui 43 innovativi concept Food & Beverage e due ancora importanti come Esselunga (5.900 mq) e Decathlon, che qui porterà uffici e due piani di store, ma anche servizi tra i quali Dental Pro e la clinica beauty Juneco. Tra i brand premium che hanno scelto di aprire qui un

punto vendita ci sono, per esempio, Calvin Klein, Hugo Boss, Napapijri, Timberland, Tommy Hilfiger, North Sails e Under Armour.

Il progetto è stato realizzato da Merlata Mall Spa, joint venture tra il gruppo Ceetrus (che ne detiene il 49,9%), ImmobiliareEuropa (circa 32%) e SAL Service di Carlo Salvini (18%), e commercializzato da Nhood Services Italy sin dalla fase progettuale.

L'area è stata acquistata nel 2019 da Euromilano per un controvalore di 81 milioni di euro, dopo che l'investitore arabo Fawaz Abdul Aziz al Hokair aveva abbandonato il progetto. Ottenuta a fine 2020 l'autorizzazione alla variante da parte del Comune e della Regione Lombardia, sono partiti i lavori per realizzare l'opera, finalizzata a servire un bacino di utenti importante che nella zona vive e lavora. L'investimento complessivo (acquisto dell'area compreso) vale oltre 400 milioni di euro e ne fa un mall unico a livello europeo.

Lavori in tempi record

«Siamo partiti in piena pandemia – dice Marco Balducci, direttore generale di Nhood – dovendo far fronte prima al Covid e poi alle conseguenze della guerra in Ucraina, tra cui il rincaro delle materie prime.

L'asset consumerà il 24% in meno rispetto allo standard nZEB e sarà gas-free grazie al teleriscaldamento

Ma abbiamo realizzato un complesso che guarda al futuro, con un mix di prodotto che vede una forte diminuzione del fast retail, oggi al 30% rispetto a una media del 50%, per riequilibrare la composizione tra servizi, moda e ristorazione».

«Grazie ai tempi brevi per la concessione della variante abbiamo terminato i lavori in soli tre anni» aggiunge Sergio Zuncheddu, presidente di ImmobiliareEuropa, che ha sviluppato il progetto immobiliare.

E aggiunge Balducci: «Sono fiero che sia stato possibile realizzare un complesso a impatto quasi zero ed economicamente redditizio. Il budget di partenza si basava su canoni pari a 26 milioni di euro, saremo a regime invece intorno a 32-33 milioni di euro».

Il focus è stato la sostenibilità. «Siamo un pianeta fragile, pertanto la linea della sostenibilità dovrà essere la cifra distintiva di ogni nuovo progetto», sottolinea Zuncheddu.

Immobile green

Il complesso, per il quale in fase di costruzione sono stati utilizzati in media il 35% di materiali riciclati, punta ad avere la certificazione BreCam. Coperto da 5mila mq di pannelli fotovoltaici, l'edificio vanta un alto grado di efficienza energetica, tanto che l'asset consumerà il 24% in meno rispetto allo standard nZEB, sarà completamente gas-free grazie al collegamento alla rete di teleriscaldamento A2A di Milano Ovest, mentre pozzi geotermici per le pompe di calore raffrescheranno in estate



Milano. Il progetto del nuovo centro commerciale

l'edificio. «Grazie a tutti questi elementi, l'edificio riesce ad evitare un'elevata quantità di emissioni di CO₂. Si stima infatti che circa 9.400 tonnellate di CO₂ saranno risparmiate da oggi al 2050 rispetto ai limiti imposti dagli Accordi di Parigi del 2015, e la proprietà sta lavorando su obiettivi ancora più ambiziosi», dice alla società. Il progetto ha cercato di minimizzare l'impatto ambientale dello sviluppo con l'utilizzo di vetro e legno e di ridurre i consumi idrici anche grazie alla presenza di una superficie di oltre 5.000 mq in copertura che permetterà di raccogliere e riutilizzare l'acqua piovana.

Integrato nel quartiere

Merlata Bloom Milano avrà come bacino di utenza i primi residenti del nuovo distretto – circa 7mila (2.500 famiglie) – oltre allo storico quartiere del Gallaratese-Rho, fino ad arrivare a oltre 3,6 milioni di possibili clienti.

L'edificio è stato progettato da CallisonRTKL (CRTKL), mentre il progetto comunale ed esecutivo è stato realizzato da Rossetti Engineering, società che fa parte del gruppo ImmobiliareEuropa.

Il momento del mercato immobiliare è abbastanza critico e vede uno stop da parte degli investitori. «In questa fase interlocutoria di mercato vale la pena interrogarsi su un punto come l'impatto sul pianeta, dato che il real estate è un attore importante di questa dinamica – dice Balducci –. Non solo. Una seconda riflessione dovrebbe toccare il tema del residenziale, perché in molte città europee il prezzo di primo accesso per single o giovani famiglie è sempre più elevato».

Tornando al progetto, sono state più di 3mila le maestranze impiegate nelle fasi di cantiere. A pieno regime, Merlata Bloom Milano avrà un impatto economico positivo rilevante sulla comunità locale, a partire dalle previsioni di occupazione che, tra collaboratori diretti e indiretti, porterà a circa 2mila nuovi posti di lavoro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN NUMERI

400

I milioni di investimento
È il capitale impiegato per acquistare l'area e sviluppare il mall di ultima generazione

3.000

Il personale
Persone impegnate nella realizzazione del complesso che si trova a unire lo sviluppo Uptown di Euromilano al progetto Mind di Lendlease

210

I negozi e ristoranti
In una superficie di 70mila metri quadrati trovano spazio 210 negozi e spazi food, con brand premium, oltre a servizi

35%

Materiali riciclati
È la percentuale di materiali riciclati utilizzati per la realizzazione in fase di costruzione