

PAMBIANCO MAGAZINE

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA MODA E DEL LUSSO

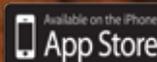
MOSCA VUOLE IL FAST FASHION
Appello ai big: "Trasferitevi in Russia"

ZANINI, LO STILISTA NAVIGATORE
Dopo Schiaparelli, col vento in poppa

DESIGN À-PORTER
La moda sfila con il Mobile

VOGLIA DI OPENING
PROSPETTIVA RETAIL

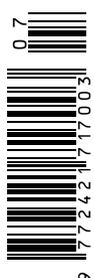
COVER BY ARDUINO CANTAFORA



ANNO XII - N°7 10 MAGGIO 2016 - 5 EURO

Poste Italiane - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Roserfo per la restituzione al mittente previo pagamento resi

ISSN 2421-7174



9 477242 1717003



AL VIA IMPONENTI PROGETTI COMMERCIALI

I CANTIERI di Milano

La città è il simbolo della ritrovata spinta retail. Le nuove iniziative, questa volta, non riguardano solo le centrali vie dello shopping. Ma puntano sull'hinterland.

di Milena Bello

M

ilano caput mundi. Almeno, del mondo del retail. Il capoluogo lombardo, infatti, sta attirando quasi tutte le attenzioni (e gli investimenti) dedicati alle grandi opere commerciali. Così, complice

l'effetto Expo, l'antica Mediolanum sta vivendo una nuova primavera commerciale con nuovi e imponenti progetti in cantiere sui quali, in molti casi si alzerà il sipario nei prossimi mesi. La grande novità è che il fermento sta contagiando non solo il centro della città, cambiandone il volto, ma anche l'hinterland che da tempo viveva in un limbo di immobilismo.

OLTRE IL QUADRILATERO

Per i big del lusso internazionale, il Quadrilatero resta un evergreen. Per Cushman & Wakefield, gli affitti dei negozi in via Montenapoleone a Milano hanno registrato l'incremento maggiore nel 2015 tra tutte le street del lusso in Europa: +41,2% rispetto all'anno precedente. "I prezzi - ha commentato **Roberto Ventre** di Cbre Italia, società specializzata nella consulenza immobiliare - sono in netto rialzo in certi spazi retail di prestigio, e gli investitori credono molto nelle high street milanesi sia come investimento sia come valorizzazione degli edifici". "Montenapoleone - ha aggiunto **Antonella Mastrototaro** di **18 Montenapoleone**, società specializzata nella consulenza e ricerca per lo sviluppo



Un rendering di Westfield Milano, il mega centro in programma per il 2019.

In apertura, il progetto dello shopping district di Citylife

retail high street - si conferma la meta più ambita con valutazioni che si aggirano sugli 11-12mila euro al metro quadrato contro una media di 8-9mila, seguite poi da via sant'Andrea e via Verri. Il problema è che la domanda supera di molto l'offerta. Al momento, i giochi sono fatti e le poche location disponibili sono state già occupate (tra le ultime, l'ex negozio di Ralph Lauren dove dovrebbe insediarsi Dolce & Gabbana, ndr). Però ci sono movimenti interessanti anche in alcune vie per ora meno battute, prima tra tutte via Bagutta dove sarà svelato il nuovo volto di **Palazzo Reina**. Storica struttura davanti a via Baguttino, dopo anni di abbandono il palazzo è stato ceduto nel 2014, nell'ambito della trattativa di vendita di immobili comunali condotta attraverso Bnp Paribas Reim, al gruppo L.S.G.I. (Società generale immobiliare Italia). I lavori sui 5mila metri quadrati, a cui si aggiungono gli 800 metri di giardino e corte interna, sono in corso e dovrebbero concludersi a settembre, modulando lo spazio in cinque unità di cui una dedicata a showroom e una ad ufficio.

Poche centinaia di metri più in là anche la **Galleria Manzoni** si candida a diventare una alternativa al Quadrilatero del lusso. Gli attori sono **Prelios Sgr** e **Stam Europe** che hanno siglato un accordo per la co-gestione della struttura, un restyling da poco meno di 20 milioni di euro, due anni di lavori e 10mila metri quadrati di asset. "L'obiettivo del fondo - si legge nella nota - è fare della Galleria Manzoni la porta di ingresso del Quadrilatero della moda, restituendone il lustro di una volta senza rinunciare alla storica vocazione con uno spazio dedicato al ricordo del cinema attraverso la realizzazione di uno spazio culturale all'interno della Galleria". Il piano prevede il mantenimento del Teatro Manzoni e una serie di negozi dedicati a "brand del lusso in linea con il target della zona", aggiunge la nota.



L'itinerario dei nuovi progetti dello shopping si estende anche a piazza **Cordusio**. Per decenni è stato il crocevia di banche e assicurazioni a un passo dal tempio della finanza, ora diventerà l'arena dello shopping. Qui sono stati messi in vendita due storici edifici: l'ex palazzo delle **Poste** andato a **Blackstone** per 132 milioni di euro, e **Palazzo Broggi**, ex sede Unicredit, passata ai cinesi di **Fosun** per 345 milioni. Del secondo si è parlato di una possibile ricon-

versione in albergo e tra i pretendenti ci sarebbero la catena Hilton (Waldorf Astoria) e la Shangri-La di Hong Kong. Del primo, invece, si sa che il fondo ha messo sul piatto un investimento di 20 milioni di euro per trasformarlo in un complesso con negozi al piano terra e uffici nei piani elevati. I lavori dovrebbero terminare a luglio del 2017. A breve ci sarà un altro palazzo sul mercato, quello delle **Generali** che si trasferiranno nella torre dell'archistar Zaha

MAPIC ARRIVA NEL DESIGN DISTRICT

Anche la Francia mette gli occhi su Milano. Il 24 e 25 maggio si terrà la prima edizione di Mopic Italy, il salone sul real estate dedicato esclusivamente al mercato italiano e organizzato da Reed Midem, la società cui fa capo il salone principe del mondo immobiliare retail, il Mopic di Cannes. Una decisione che si lega anche alla storica importanza dell'Italia, seconda nazione presente al salone principale dopo quella francese. "Grazie alla ripresa del mercato italiano intervenuta negli ultimi due anni, oggi investitori e retailers dimostrano un grande interesse per il real estate italiano", ha spiegato Nathalie Depetro, direttrice del Mopic e di Mopic Italy. Alla due giorni, ospitata negli spazi del SuperStudio Più e che promette di essere un Deal making event, una piattaforma che metterà concretamente in contatto domanda e offerta, saranno presenti più di 250 retailer italiani e stranieri di 160 gruppi (di cui un quarto dedicati al mondo dell'abbigliamento). Gli organizzatori si attendono oltre 800 visitatori.

Hadid a Citylife. Secondo indiscrezioni, la società ha presentato in Comune un piano provvisorio per un mall commerciale nell'edificio di piazza Cordusio.

Nel risiko dei nuovi luoghi dello shopping, ecco che spunta anche **Citylife**. Nel 2017 è prevista l'inaugurazione dell'area commerciale sotto le tre celebri torri. Con i 32mila metri quadrati di superficie commerciale e un centinaio di negozi dedicati al segmento premium, punta a essere il più grande distretto urbano dedicato allo shopping in Italia. "Citylife può replicare l'andamento di Porta Nuova - ha aggiunto Ventre - e conferma il fermento attorno a Milano". Punta invece su Brera **Roberto Orlandinotti**, dell'agenzia di intermediazione immobiliare **Orlandinotti Re**. "Sono convinto che Brera resti l'area ideale per le piccole e medie etichette di moda e cosmesi. Le location sono di qualità e i prezzi sono rimasti stabili e molto al di sotto del Quadrilatero. Siamo sui 1.500 euro a metro quadrato. Qui non ci sono grandi spazi ma per alcuni brand è un punto di forza".

L'HINTERLAND VA DI MODA

La primavera di Milano contagia anche l'hinterland. Qui stanno per venire alla luce importanti progetti retail annunciati anni fa, e promettono di ridisegnare le vie dello shopping fuori città. Primo tra tutti in ordine cronologico è **Il Centro**, il mega spazio commerciale di Arese (vedere box in pagina) inaugurato a metà aprile sugli spazi di quello che fu lo storico stabilimento dell'Alfa Romeo. Già qualche mese prima dal taglio del nastro, su internet e sui social si è sviluppata una vera e propria frenesia. Un entusiasmo dettato anche dalla notizia dello sbarco italiano in questo centro di nomi come Primark e Lego.

Il prossimo ottobre sarà la volta poi di **Scalo Milano**, la cittadella dello shopping del gruppo **Lonati** e di **Promos**. Il cantiere nel comune di Locate Triulzi (Milano) è aperto dal 2014 e un primo opening era inizialmente previsto in occasione di Expo, salvo poi posticipare il tutto di un anno.

AD ARESE IL CENTRO DEI RECORD



È stato definito il centro dei record, e le code di auto fino a 10 chilometri nel primo weekend di apertura l'hanno in qualche modo confermato. Si tratta de **Il Centro**, lo shopping center nato da un'idea di Marco Brunelli, patron del gruppo **Finiper**, che 15 anni fa ha acquisito il complesso dell'ex Alfa Romeo di Arese, alle porte di Milano. Con una superficie di 120mila metri quadrati (di cui 93mila commerciali) suddivisi tra due piani, il nuovo progetto si è conquistato il primato della più grande galleria commerciale in Italia (per ora) e tra le maggiori d'Europa. I numeri parlano di 200 negozi, molti dei quali sbarcano per la prima volta in una struttura simili, alcuni sono addirittura all'esordio assoluto in Italia (Primark e Lego). Per quest'operazione, l'investimento ha raggiunto "circa 400 milioni di euro, di cui il 50% da patrimonio di Finiper e il restante 50% derivante da accordi con banche e istituti finanziari", ha dichiarato a **Pambianco Magazine** **Francesco Ioppi** direttore real estate del Gruppo Finiper. Il progetto potrebbe poi ampliarsi in futuro. "La proprietà di 2 milioni di metri quadrati, al momento è sfruttata solo al 40% - ha aggiunto -. Cosa si andrà a realizzare? Non ci sono al momento precisi progetti, ma di certo si andranno a sviluppare attività coerenti con la struttura".

La struttura ospiterà a regime 300 negozi e botteghe su una superficie commerciale lorda di 60mila metri quadrati suddivisi tra design district (40 unità) mentre 5mila metri quadrati saranno dedicati all'offerta food e 37mila al fashion.

Bisognerà poi aspettare il 2019 per l'opening di **Westfield Milano**, il progetto firmato dal gruppo Westfield (che ha come partner il gruppo **Percassi**) a Segrate. I numeri parlano di un progetto da capogiro (e che è già in ritardo sulla tabella di marcia: i lavori inizieranno tra fine 2016 e inizio 2017). Punta di diamante sarà il department store francese **Galeries Lafayette** che aprirà proprio qui la sua prima sede italiana con una superficie di vendita di 18mila metri quadri distribuiti su quattro piani. Le stime prevedono vendite superiori a un miliardo di euro. Ma, allora, forse il panorama dello shopping sarà cambiato di nuovo.



Roberto Orlandinotti



Antonella Mastrototaro



Roberto Ventre