

WARMING UP SARCA!

Il restyling del Centro Sarca mette al centro le persone e le accoglie come in una nuova casa: inclusiva, calda, ben nutrita e sostenibile.



CENTRO SARCA

IL RESTYLING



Proprietario

IGD SIIQ SPA
IGD Management S.r.l.

Progetto architettonico e impiantistico

L22

Wayfinding & signage

Fud brand making factory

Località

Sesto San Giovanni, Milano, Italia

Dimensioni

Superficie complessiva: 91.640 mq
Area riqualificata: 52.763 mq
GLA totale dopo il restyling: 34.773 mq
Superficie piazze: 5.670 mq
Superficie mall: 2.215 mq
Superficie lobby parcheggi: 2.040 mq
Parcheggio copertura e pensilina: 10.380 mq

Numero tenant nel 2016

Ipermercato e 82 tenant

Apertura del Centro

2003

Inizio lavori di restyling

2013

Fine lavori di restyling

Dicembre 2015

Certificazioni energetiche

UNI EN ISO 14001
BREEAM

Fotografie

Dario Tettamanzi

Abstract



Aperto nel 2003 dove fino ad alcuni anni prima era presente una fabbrica metalmeccanica, il Centro Sarca è uno dei primi progetti di shopping mall in Italia fondato su una **rigenerazione urbana**. È inserito in una delle zone più densamente popolate dell' hinterland milanese (Sesto San Giovanni) ed è un rilevante punto di riferimento dello shopping e dell'intrattenimento serale. Il suo **restyling** - al contempo **strutturale, architettonico e commerciale** - è dovuto alla volontà, da parte di IGD - proprietario e gestore del Centro - di rinnovare l'immagine di un suo asset essenziale e amplificarne il già solido radicamento nel territorio circostante.

Iniziati nel 2013 e terminati nel 2015, i lavori hanno restituito ai visitatori un Centro Commerciale con una nuova vocazione: da Centro di periferia a Centro urbano, raggiungibile ora comodamente anche a piedi, in bicicletta e metropolitana.

Il progetto realizzato da **L22** ha fornito al Centro Sarca nuovi colori, forme, luci e materiali dal carattere più naturale e accattivante, nell'idea di migliorare la shopping experience e il benessere di clienti e visitatori. L'ottenimento della **certificazione BREEAM** testimonia questo impegno, al pari del focus sulla sostenibilità ambientale.

Anche in virtù del rinnovamento di merchandising e tenant mix, che ha reso possibile il raggiungimento della full occupancy, sono significativi i risultati ottenuti al termine dei lavori, con una crescita dell'apprezzamento dei visitatori in termini di accessi e di tenant sales.

Le motivazioni del restyling

Il Centro Sarca è stato inaugurato nel 2003 ed acquisito nel 2006 (escluso l'ipermercato) da IGD, che ne ha da allora mantenuto anche la gestione. Gli anni dal 2009 al 2013 sono stati i più complessi per il Centro, che ha risentito tanto del calo generalizzato dei consumi quanto dell'apertura di numerosi competitor nel bacino di riferimento.

Per questa ragione, nel 2013, IGD ha deciso di iniziare i lavori di restyling per rinnovare tanto la struttura quanto l'offerta commerciale, impostando il nuovo progetto seguendo il filone di EXPO 2015, con un focus particolare sui temi della **sostenibilità**, dell'**alimentazione** e dell'**ambiente**.



I lavori svolti

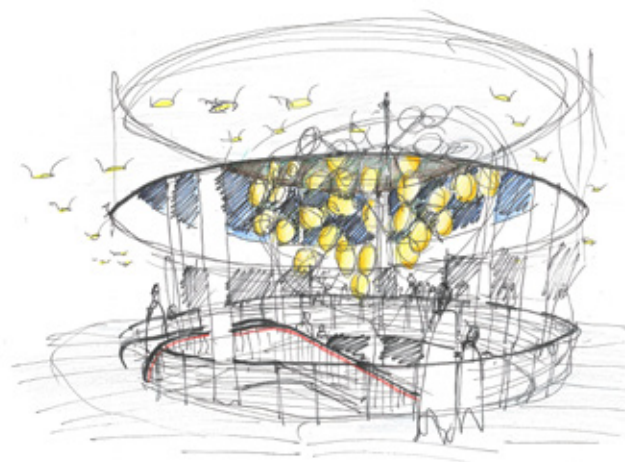
I lavori di restyling, il cui progetto è stato curato da L22, si sono articolati in **tre fasi**: la prima è iniziata nel mese di **agosto 2013** con la realizzazione delle nuove bussole al piano interrato -1, la seconda nel **2014-2015** con il completamento delle parti interne e la terza nel **quarto trimestre 2015** con il rifacimento della facciata esterna.

Da un punto di vista funzionale, i lavori realizzati hanno rimodulato una parte dello shopping mall, con l'obiettivo di favorire l'ingresso di nuovi operatori, creando spazi dove ospitare medie superfici attrattive, nuovi operatori della ristorazione e del commercio tradizionale. Si è inoltre focalizzata l'attenzione verso il cinema multisala, che aveva sofferto l'apertura di un importante competitor a breve distanza dal Centro. La scelta è stata quella di investire sul target 'famiglia', con interventi volti a migliorare la fruibilità complessiva della struttura.

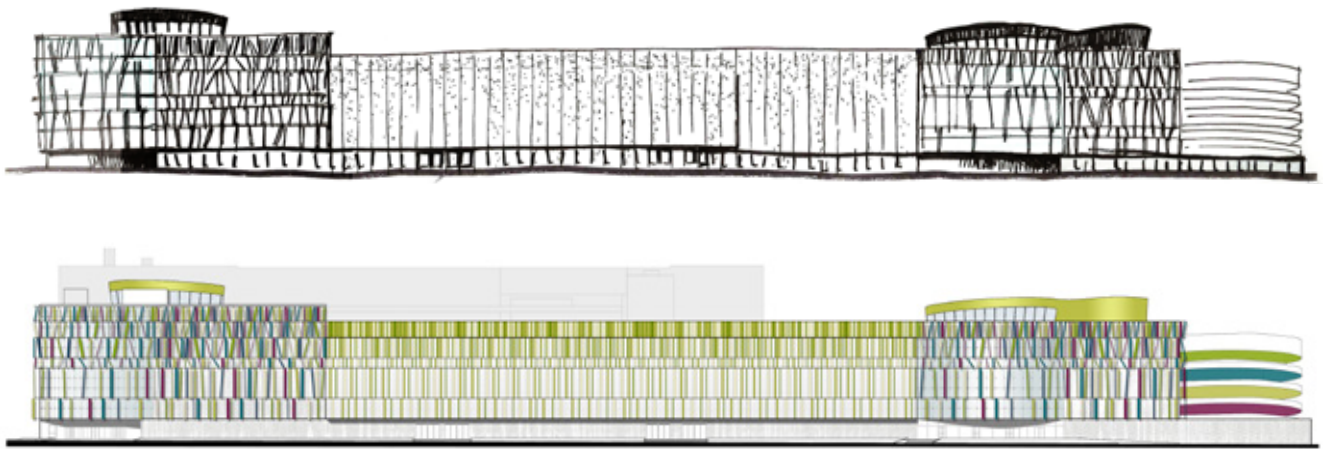
I Fase: Agosto 2013, piano interrato -1



II Fase: 2014 - 2015, gli interni



III Fase: quarto trimestre 2015, la facciata



I risultati raggiunti

La valutazione complessiva dei lavori svolti tiene conto di **3 fattori**:

- **L'INTERVENTO ARCHITETTONICO**
- **LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE**
- **GLI ANDAMENTI COMMERCIALI**



L'intervento architettonico

Il progetto di restyling si è articolato su alcuni concetti fondamentali: **trasformare la fascinazione tecnologica** del Centro, visibile nella durezza dei materiali che lo componevano e in una certa discontinuità delle sue forme, in una veste più domestica, naturalistica, biologica.

Poi, **agire sugli equilibri delle diverse parti** del Centro, sbilanciato sul grande peso dell'Ipermercato, e farne un attrattore funzionalmente più organico. Infine, **rinnovare il linguaggio** con cui il Centro parla **ai suoi visitatori** e **al tessuto urbano** in cui è immerso.

Sinteticamente: il progetto ha inteso riscaldare l'ambiente del Centro Sarca con nuovi colori, forme, luci e materiali dal carattere più naturale, giocoso, vivente e accattivante, migliorando la shopping experience e il benessere di clienti e visitatori.

Domesticità e **naturalità** si esprimono in ogni dettaglio dello spazio, interno ed esterno, dall'arredo alla scelta dei materiali al Wayfinding & Signage, fino alla nuova immagine coordinata.



L'intervento architettonico: la facciata

La facciata è una nuova **pelle sovrapposta**, uno spartito di elementi verticali colorati che ricompongono le diverse parti della facciata esistente, risolvendone la disomogeneità in un'unica immagine ben riconoscibile. La sequenza di lamelle, modulata in vari gradi di densità e rarefazione, è un vero e proprio **sipario**.

Vi si può anche vedere un richiamo a 'La Sequenza' di Fausto Melotti, collocata nel giardino del vicino Hangar Bicocca, con la quale condivide alcuni caratteri come l'idea di quinta teatrale, la modulazione ritmica, il rapporto tra tema e variazioni.

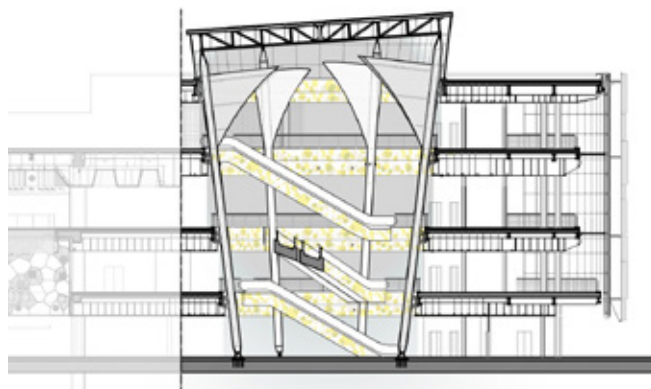
E una **variazione sensibile** è quella **tra il giorno e la notte**: alcune lamelle, in lamiera stirata, hanno una luce incorporata e **diventano lanterne luminose**, ridisegnando così l'immagine del Centro nelle ore notturne.

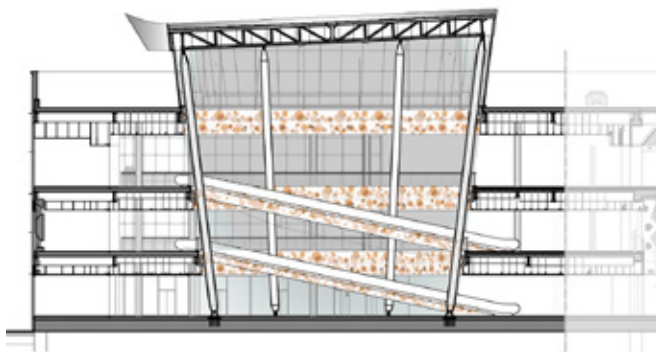


L'intervento architettonico: l'interno e l'esterno

Le gallerie e le piazze sono il fulcro dell'intervento per valorizzare i segmenti commerciali più prestigiosi, ripensati nella visibilità verticale tra i diversi livelli e nella varietà percettiva orizzontale dei percorsi.

I grandi aggregatori sono le tre piazze che compongono il Centro, più o meno aperte verso il cielo e la luce naturale e differenziate secondo temi naturalistici. Così, pilastri che diventano giganti steli di calle fino alla copertura disegnano un paesaggio fiabesco e primaverile nella **piazza A**;





un enorme grappolo d’uva (di cui ogni acino è una fonte di luce opalina) cala nel centro dell’invaso della **piazza B**, ed è la controparte autunnale.

La **piazza C**, rinnovata nell’organizzazione dei flussi e nella pavimentazione dal cui disegno emergono le sedute, è votata all’incontro e alla sosta. E questo è un tema centrale del progetto anche nelle gallerie, dove sono ricavati più ampi spazi di sospensione di quei flussi altrimenti indifferenziati, con salottini, forme di luce naturale, intervallati da forature esistenti tra i vari piani dotate di un’illuminazione a led che cattura e orienta l’attenzione del visitatore.

Il sistema organico di superfici e finiture inizia dalle lobby d’ingresso al piano interrato, dove le doghe di legno riciclato, i pattern bianchi e verdi di rivestimento sagomati in forme biologiche, la luce calda integrata, oltre che una nuova e incisiva segnaletica direzionale e grafica d’orientamento, introducono al Centro Commerciale garantendo una riconoscibilità e un’attrattività più decisa, un nuovo equilibrio nella fruizione degli spazi, un’atmosfera domestica, naturale e sostenibile.

Strategia che coinvolge anche le aree esterne, dove la risistemazione del verde, la piantumazione di specie autoctone, la realizzazione di una pista ciclabile collegata con il circuito presente in zona e l’installazione di rastrelliere coperte per biciclette concorrono a fare del Centro Sarca un polo d’attrazione dinamico, secondo un’idea di riappropriazione dello spazio pubblico che sia inclusiva, vitale, piacevole e calda.



La sostenibilità ambientale

L'attenzione alla sostenibilità ambientale nei lavori svolti al Centro Sarca si inserisce all'interno del percorso di sostenibilità che IGD ha intrapreso a partire dal 2010 e che, attraverso step successivi, ha permesso il raggiungimento di significativi risultati sulle tematiche ESG (Environmental, Social, Governance). **Una parte rilevante di questo impegno è stata rivolta agli interventi per migliorare l'impatto ambientale dei Centri Commerciali.** In questo contesto si pongono le attività svolte al Centro Sarca, che è stato interessato, nel corso del tempo, a un processo di adeguamento che, negli ultimi 3 anni, IGD ha deciso di certificare: nel 2013, infatti, **il Centro è stato certificato UNI EN ISO 14001 e nel giugno 2016 ha ottenuto la BREEAM.**

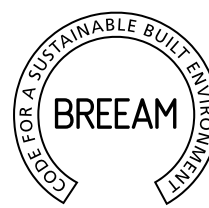
Attualmente è l'unico Centro Commerciale italiano ad avere entrambe le certificazioni. Con la ISO 14001 il Centro ha volontariamente certificato che il suo sistema di gestione ambientale è adeguato a tenere sotto controllo gli impatti delle proprie attività ed è tale da ricercare sistematicamente il miglioramento coerente, efficace e soprattutto sostenibile. Il Centro Sarca è stato il primo fra i centri IGD a essere certificato nel 2013. Obiettivo dell'azienda è certificare UNI EN ISO 14001 il 90% dei Centri Commerciali di proprietà entro il 2018.

Fin dalla progettazione dei lavori di restyling, inoltre, IGD ha operato nell'ottica di ottenere la certificazione ambientale BREEAM e, nel mese di giugno 2016, il Centro Commerciale Sarca ha ottenuto questa certificazione, fra i primi a ottenerla in Italia su un Centro già in funzione. La BREEAM rappresenta uno degli standard internazionali più importanti e riconosciuti per la sostenibilità ambientale degli edifici e si caratterizza per la particolare attenzione verso il miglioramento complessivo del benessere di chi li frequenta: una certificazione che quindi ben si adatta all'obiettivo del restyling, ovvero quello di adeguare la struttura alle esigenze di un visitatore sempre più attento alle novità, alla funzionalità e al comfort, per il quale l'attenzione all'ambiente rappresenta un plus significativo. Nello specifico, al Centro Sarca la certificazione è stata raggiunta in virtù dell'attenzione alle istanze ambientali nella gestione del cantiere e negli interventi effettuati sia internamente che esternamente in occasione del restyling.

Queste le caratteristiche valutate positivamente dai certificatori BREEAM:

- ottimale gestione del cantiere, con differenziazione dei rifiuti prodotti e attenzione al loro smaltimento;
- impianto di illuminazione led, che ha permesso di incrementare significativamente i lux e abbattere il consumo energetico;
- inverter sulle scale mobili, che ne rallentano la velocità quando non sono utilizzate, con un risparmio fino al 40% in termini di consumi energetici;
- utilizzo di legno proveniente da materiale riciclato a copertura delle bussole di ingresso;
- attenzione all'accessibilità del Centro: realizzata pista ciclabile che si collega con il circuito presente in zona, inserite rastrelliere coperte per biciclette e installati software sui totem digitali presenti nel Centro riportanti gli orari in real time dei mezzi pubblici e la situazione della viabilità circostante;
- rifacimento del verde esterno, con la piantumazione di specie autoctone.

A testimonianza dell'impegno orientato a ridurre l'impatto ambientale complessivo del Centro, questi interventi hanno contribuito a ottenere, per il 2015 una diminuzione dei consumi elettrici del -2,3% sull'anno precedente e del -3,4% complessivamente rispetto al 2014.



Gli andamenti commerciali



Con il restyling IGD ha colto l'occasione di rivedere in un'ottica di **rinnovamento il tenant** e il **merchandising mix**, con l'obiettivo di cogliere le principali tendenze in fatto di shopping experience dei visitatori.

Per questa ragione ha lavorato per:

- introdurre **nuove insegne** rispetto alla fine del 2014. A giugno 2016 risultano 16 quelle nuove inserite, con una prevalenza di primari marchi a livello nazionale (oltre la metà con una GLA superiore ai 100 mq);
- raggiungere la **full occupancy**. Alla fine del primo semestre il Centro risulta interamente occupato;
- **rinnovare la ristorazione**. Sono state inserite insegne nuove (come 100 Montaditos, Roadhouse Grill, Pizzeria Spontini, Sushi Koi), nell'ottica di un'offerta varia e differenziata e in grado di incontrare il gusto e le esigenze di un pubblico che dimostra di gradire il nuovo tenant mix: +25,9% il risultato dei primi 6 mesi di questa categoria merceologica rispetto al semestre 2015 (+3,3% in omogeneo).

Contemporaneamente è stato lanciato un **programma di loyalty** tramite i totem digitali presenti nella struttura, che permette l'accesso a promozioni e a un concorso a premi in cui è possibile accumulare punti sia acquistando nei negozi sia frequentando il mall.

Per incrementare il tempo di permanenza nel Centro, sono stati inseriti servizi per ricaricare

gli smartphone e i tablet (cosiddetti "**Re-charge point**"), è stata potenziata la rete wi-fi e sono state progettate **aree relax con servizio di bookcrossing**.

Significativo e confortante rispetto all'impegno profuso è il trend di miglioramento dei fatturati degli operatori presenti: **+21,7% nei primi 6 mesi dell'anno** rispetto allo stesso periodo del 2015 a rete totale, **+5,6% in omogeneo**. Quest'ultimo dato testimonia come il lavoro svolto ha avuto effetti positivi anche sugli operatori precedentemente presenti in Galleria.

Al termine dei lavori di restyling della galleria, anche Coop Lombardia, proprietaria dell'Ipermercato, ha rinnovato l'ancora alimentare nella struttura e nell'offerta.

Questi lavori, insieme a quelli della Galleria, perseguono il medesimo obiettivo: offrire un Centro Commerciale completamente rinnovato rispetto a soli 3 anni fa sia strutturalmente sia commercialmente, in grado di rispondere alle molteplici esigenze dei visitatori, di essere attrattivo nel bacino di riferimento sia per lo shopping sia per il tempo libero.



Prima del restyling



Dopo il restyling



Company profile

L22

L22 è il brand del gruppo Lombardini22 dedicato alla progettazione architettonica e ingegneristica per i grandi clienti internazionali e per i progetti di grande dimensione nei mercati Retail, Office, Hospitality e Data Center. Una realtà che ha saputo conquistarsi un posto di rilievo nel panorama dei progettisti italiani e che oggi opera anche all'estero, soprattutto nei paesi dell'area Mediterranea.

Nel campo dell'ingegneria è forte la specializzazione nel settore del risparmio energetico con forte attenzione alla progettazione del sistema edificio e ai processi di certificazione LEED e BREEAM.

Lombardini22, gruppo leader nello scenario italiano dell'architettura e dell'ingegneria, opera a livello internazionale attraverso tre brand: L22, specializzato nella progettazione architettonica e ingegneristica nei mercati Retail, Office, Hospitality e Data Center; DEGW, leader nella consulenza strategica sui modi di lavorare e sull'interazione fra spazio fisico e performance aziendale; FUD Brand Making Factory, dedicato al Physical Branding e al Communication Design. Lombardini22 è oggi un laboratorio che ospita più di 160 persone, un luogo di lavoro dinamico e creativo, che in Italia si posiziona al 4° posto nella classifica delle società di architettura in base al fatturato.



IGD SIIQ SPA

IGD è una delle principali società italiane nel settore immobiliare della grande distribuzione organizzata. Sviluppa e gestisce centri commerciali su tutto il territorio nazionale e vanta una presenza importante anche in Romania.

Lo stile di gestione si sviluppa in un'ottica di lungo periodo, tramite un'attenta attività commerciale e immobiliare, volta a mantenere elevata la qualità del patrimonio nel tempo e in grado di generare ricavi tramite attività prevalentemente locativa e non attraverso il trading. Quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana, IGD è stata la prima società a entrare nel regime SIIQ (Società di Investimento Immobiliare Quotata) nel nostro Paese. Attualmente, il patrimonio immobiliare di IGD, valutato circa 2.093,6 milioni di euro al 30 giugno 2016, in Italia comprende 25 tra ipermercati e supermercati, 21 tra gallerie commerciali e retail park, 1 city center, 2 terreni oggetto di sviluppo diretto, 1 immobile per trading e 6 ulteriori proprietà immobiliari. Dall'acquisizione di Winmarkt Magazine SA, nel 2008, il Gruppo può contare su 14 centri commerciali e un edificio a uso ufficio ubicati in 13 città rumene.



IGD SIIQ SPA

Sede Legale: Via Agro Pontino, 13 - 48100 Ravenna

Sede Operativa: Via Trattati Comunitari Europei

1957-2007, 13 - 40127 Bologna

Tel. +39 051 509111

Email: info@gruppoigd.it

www.gruppoigd.it

Contatti stampa

Claudia Contarini

claudia.contarini@gruppoigd.it

Tel. +39 051 509213

IMAGE BUILDING

Cristina Fossati, Federica Corbeddu

igd@imagebuilding.it

Tel. +39 02 89011300

L22

Via Lombardini, 22 - 20143 Milano

Tel. +39 0236596200

Email: info@l22.it

www.l22.it

Contatti stampa

Luisa Castiglioni

luisa@press-office.co

Tel. +39 346 33 13 804

