

SETTIMO CIELO RETAIL PARK

Chiude a tempi record il cantiere per estendere di 26.000 metri quadri l'area commerciale di Settimo Cielo Retail Park, il centro commerciale di Settimo Torinese che ora punta ad attirare un nuovo pubblico grazie a un format unico nel suo genere.

Alle porte di un Comune come Settimo Torinese, modello tra gli hinterland delle città italiane, è stato inaugurato quello che oggi è il parco commerciale più grande d'Italia: 62 punti vendita, 850 impiegati, 9 milioni di visitatori attesi sono numeri che dimostrano quanto il tandem Torino-Milano sia una delle aree economiche più produttive e strategiche del Nord Italia e del Paese.

Si è chiuso a tempi record il cantiere per l'ampliamento di Settimo Cielo Retail Park, che ora può fregiarsi del titolo di parco commerciale più grande d'Italia. Ai 43.000 metri quadrati di area commerciale già esistente, infatti, se ne sono aggiunti 26.000, per un totale di 69.000 mq dedicati allo shopping, a pochi chilometri dal centro di Torino: ad aumentare di conseguenza è anche il numero di persone occupate nel parco commerciale, con 600 nuovi posti di

lavoro creati. A ottobre 2017, il parco commerciale inaugurato nel 2011 alle porte del capoluogo piemontese aveva avviato la seconda fase di sviluppo, con i lavori di ampliamento del complesso che si sono appena conclusi, nel pieno rispetto delle tempistiche previste: un'operazione di circa 40 milioni di euro.

La Proprietà immobiliare è la Settimo Sviluppo Spa, mentre la realizzazione dei nuovi spazi è stata eseguita da Building spa con la progettazione a cura di Building Engineering e Boffa Petrone & Partners.

La società promotrice dell'ampliamento è Promocentro Italia Srl mentre la commercializzazione della nuova area è stata affidata a Cushman & Wakefield, società responsabile della gestione del parco commerciale.

L'ampliamento del Retail Park Settimo





SCHEDA TECNICA

Ubicazione: Nichelino/Vinovo
Committente: Settimo Sviluppo spa
Superficie: GLA 70.000 mq
Data: apertura Novembre 2011; ampliamento Maggio 2019
Progetto architettonico e costruzione: Gruppo Building
Commercializzazione e gestione: Cushman & Wakefield

Cielo, con le aree identificate come "subambiti E e A2", si colloca come naturale completamento di un percorso iniziato nel lontano 2008 con la costruzione degli edifici che ora accolgono una serie di negozi con brand leader. L'ampliamento, quindi, ha come idea progettuale primaria quella di dar vita a un proseguimento della "passeggiata" fra le attività commerciali.

Dal piazzale, che ora accoglie gli edifici i cui marchi di punta sono Decathlon e Conforama, si prosegue verso le nuove costruzioni.

Questo intervento è stato concepito per realizzare uno spazio cosiddetto "a corte chiusa", dove tutto si svolge cioè all'interno del ferro di cavallo costituito dagli edifici. Anche questi nuovi edifici seguono la tendenza moderna nel creare una galleria commerciale en plein air, piuttosto che una mall coperta. Gli

edifici hanno le facciate principali rivolte verso la corte interna, che ospita anche il parcheggio delle auto.

La scelta della tipologia a corte è stata dettata dalla volontà di offrire a tutti i negozi che vi si affacciano la medesima visibilità nei confronti degli avventori. In quest'ottica si colloca anche l'edificio centrale.

Quest'ultimo, realizzato con una tipologia costruttiva in cemento armato in opera – a differenza degli altri due edifici che presentano una struttura in cemento armato precompresso – si configura come baricentrico rispetto al parcheggio stesso, che è stato volutamente progettato con una altezza inferiore e con un'alta percentuale di superficie vetrata per non precludere il concetto di visibilità precedentemente accennato.

Sul piazzale della corte interna sono

state create tre zone studiate per essere fruite diversamente: la prima vede un grosso spazio pedonale prospiciente il resto del retail park in cui si può sostare; la seconda è collocata allo spigolo dell'edificio a L, ed è destinata ad ospitare attività all'aperto, sia estive sia invernali, quali ad esempio una pista di pattinaggio su ghiaccio o piccoli mercatini temporanei; la terza è una grossa area, coperta da una struttura metallica, in fronte all'edificio centrale, dove, attraverso l'uso di container da trasporto merci rifunzionalizzati, si è creata una ambientazione post-industriale.

Il tutto è completato da una serie di chioschi, anch'essi con superfici ampiamente vetrate, che ospitano parte del servizio di somministrazione del retail park.

I rimanenti esercizi di somministrazione sono collocati nell'area Food Court, identificata da una copertura in legno lamellare, che consente la consumazione anche all'esterno fornendo ombreggiamento e riparo dalle intemperie. Tali esercizi godono di fronti vetrati a bow-window caratterizzati da un movimento architettonico differente per ognuno. All'interno della piazzetta si trovano altri chioschi, anch'essi caratterizzati da ampie superfici vetrate, sempre in nome del concetto di permeabilità alla vista precedentemente richiamato. I parcheggi sono stati realizzati con quadrotte ospitanti il verde all'interno, ad eccezione delle corsie e dei parcheggi per le persone con disabilità. In queste aree si può trovare altresì un'area con torrette aventi funzione di ricarica elettrica per i veicoli e un'area destinata agli animali.

