

## LA NUOVA PIAZZA DELLA MILANO DEL FUTURO

Si chiama **Merlata Bloom**, progettata da Jorge Beroiz per conto di **Nhood Services**, ed è uno dei più significativi sviluppi immobiliari green d'Europa fra campi sportivi open air, store esperienziali e cinema d'avanguardia

di Vincenzo Petraglia

**È** uno dei più significativi sviluppi immobiliari europei e il più grande lifestyle center della città di Milano, che in vista delle Olimpiadi 2026 si sta arricchendo di nuovi gioielli urbanistici e architettonici. Si chiama **Merlata Bloom** e sta prendendo forma (verrà completato nella primavera del 2023) tra campi sportivi open air, format esperienziali, fresh market e cinema di ultima generazione. Un progetto molto innovativo a firma di Jorge Beroiz, *principal* del prestigioso studio internazionale di architettura CallisonRktl, per conto di **Nhood Services Italia**, fra i principali player dell'industria immobiliare italiana che affianca clienti e partner con un'offerta completa di servizi immobiliari relativi ad ogni aspetto delle strategie real estate (sviluppo, gestione patrimoniale, commercializzazione e promozione), impegnata peraltro su diversi progetti di rigenerazione urbana. Un mall di nuova concezione, con più di un terzo della superficie destinata al leisure e all'intrattenimento, che rappresenta un elemento di congiunzione strategico nel cuore dell'area a nord-ovest del capoluogo lombardo che abbraccia Cascina Merlata, il nuovo quartiere residenziale con le torri UpTown di Euromilano, e la nuova Silicon Valley italiana, l'area che, dopo l'esperienza di Expo 2015, ospita Mind



MERLATA BLOOM, NELL'AREA NORD-EST DI MILANO, È UN HUB DI 80MILA METRI QUADRI, DI CUI 20MILA DESTINATI A LEISURE E CULTURA

con Human Technopole, l'Ospedale Galeazzi e presto anche il campus dell'Università degli studi di Milano. Un hub da 80mila metri quadri, di cui 20mila destinati al leisure, all'intrattenimento, alla cultura, inclusa quella gastronomica e dello sport, in linea con la missione di **Nhood**, che è creare luoghi di vita con servizi progettati per le persone e il loro benessere. Uno spazio di nuova concezione all'interno del quale già oltre il 60% della superficie commerciale disponibile, disposta su tre piani esperienziali, è stata assegnata a importanti insegne del mondo fashion, gaming, entertainment, sport, leisure e food. «**Merlata Bloom** Milano», spiega

Anand Remtolla, head of New projects **Nhood Services**, «è innovativo su tanti aspetti, incluso quello commerciale, che proietta l'intero building in una dimensione nuova rispetto ai mall di vecchia concezione. Non solo per il layout scelto, che con i suoi spazi aperti e indoor, green, illuminati dalla luce naturale, dialoga in modo osmotico con il parco circostante e accoglie i visitatori in uno spazio da vivere ben oltre il tempo dello shopping. Il centro sarà innovativo anche per i format scelti dagli oltre 150 brand premium e 40 food concept che condividono con noi la percezione di questa nuova piazza di Milano come su *high-street* e che qui risiederanno, rendendo **Merlata Bloom** una destinazione al pari di una via del centro città». Fra questi, Esselunga, che sarà presente con un superstore con ingresso diretto dall'interno del building, Decathlon, con uno store esperienziale con campi sportivi sul rooftop, con una parete di arrampicata indoor e con i suoi uffici. E poi Game7Athletics, Portobello, Calvin Klein, Tommy Hilfiger e svariati altri...



DA SINISTRA, ANAND REMTOLLA, SIMONA PORTIGLIOTTI E JORGE BEROIZ

Continua a leggere

