

Inaugurato Settimo Cielo Retail Park a Settimo Torinese



01/12/2011 -

Aprire oggi al pubblico Settimo Cielo Retail Park (nella foto un rendering del progetto), il nuovo polo per lo shopping dall'area metropolitana di Torino.

L'inaugurazione riguarda la prima fase del progetto.

Ovvero tre compendi immobiliari con area di parcheggi e collegamenti pedonali, nei quali si troveranno dieci operatori: Decathlon (abbigliamento e attrezzature sportive), Piazza Italia (abbigliamento), Pittarello (calzature), Self (fai-da-te), Nat & Bio (supermercato bio), Jysk e Casa (articoli casa), Shopping World (abbigliamento), Mishi Mishi (ristorazione) e BlueSky (bar).

Grazie alla posizione strategica e agli accessi tanto alle autostrade A4 Torino-Milano e A5 Torino-Aosta quanto alla tangenziale nord del capoluogo piemontese, Settimo Cielo ha un potenziale di attrazione di un milione e mezzo di residenti.

L'intero complesso fa capo a due investitori, Settimo Sviluppo spa ed Euroedes Spa.

Progettazione e realizzazione del progetto sono opera di Building Engineering e Building Costruzioni Edili.

Promocentro Italia spa è responsabile della promozione, mentre la selezione delle insegne, tanto per il parco in apertura quanto per le fasi successive, è stata affidata a Mall System srl.

Settimo Cielo godrà di una regia unica per la gestione delle attività promozionali e dei servizi tecnici, che saranno coordinati da Cogest Italia srl.

Il complesso si caratterizza per la scelta di tecnologie costruttive "green": ogni edificio è collegato alla rete del teleriscaldamento cittadino ed è dotato di un sistema di riscaldamento geotermico, di solare termico per la produzione e lo stoccaggio dell'acqua calda e di fotovoltaico per le aree comuni. Anche l'impianto a led per l'illuminazione dei parcheggi e il sistema di drenaggio e accumulo dell'acqua piovana sono stati studiati per ridurre al minimo i consumi e l'impatto ambientale.

Non solo.

L'investimento iniziale in tecnologie e materiali si traduce in un significativo abbattimento dei costi di esercizio, che riguarda tanto i costi indiretti quanto quelli diretti.

Solo a livello di consumi energetici, il risparmio è stimato intorno al 25-30%: "Quando questa impresa è partita, nel settembre 2008, il nostro intento era operare in un'una realtà metropolitana in forte cambiamento" ha dichiarato Lino Guatteo, presidente di Promocentro Italia.

"Torino era in crisi di reddito e in caduta dei consumi da qualche anno.

Secondo gli analisti, nel 2008 i consumi del capoluogo piemontese erano scesi ai livelli del 2005, un calo che avrebbe richiesto diversi anni per essere recuperato.

Nonostante questo, abbiamo creduto nell'operazione, essendo convinti che un progetto retail fortemente innovativo fosse la formula corretta per questo bacino. Gli operatori che hanno scelto di aprire nel nostro parco ci danno ragione".

"In cifre, la prima fase del parco commerciale ha richiesto un investimento di 80 milioni di euro, di cui 25 milioni destinati a infrastrutture realizzate per il territorio" dichiara Pietro Boffa, Presidente di Settimo Sviluppo.

"Entro la fine del 2012, il parco commerciale sarà completato da altri due edifici che nell'assetto definitivo ospiteranno, tra gli altri, due grandi superfici di arredo casa, un hamburger restaurant e una steak house.

E' prevista, a fine 2013, anche la realizzazione di un centro commerciale, con ipermercato, 5 medie superfici, alcuni negozi di vicinato, una ricca food court e un'ampia area ludico-ricreativa.

A regime l'investimento complessivo raggiungerà i 200 milioni di euro."