

REALESTATE 2018

Tecnologie



Scalo Milano, un nuovo hub PER MEETING E CONVEGNI

di

Roberto Pacifico - @RobertoPacific3

Non è frequente l'utilizzo di strutture congressuali nei centri commerciali. F-Hub a Scalo Milano si pone questo obiettivo, avendo tutte le principali caratteristiche di location e ampiezza di servizi

Uno dei temi attualmente più dibattuti nella comunità del retail real estate riguarda le nuove funzioni extra-commerciali degli shopping centre e delle strutture affini come i food e i lifestyle centre. I centri commerciali diventeranno sempre più spazi di vita, luoghi di utilità sociale e professionale, hub energetici e turistici. Non è così banale ricordare che uno shopping centre, per sua natura e

dimensione, si può prestare ad accogliere pubblici diversi rispetto alle tradizionali famiglie e gruppi che vanno al centro per fare la spesa e, sempre più spesso e volentieri, per passare il tempo, stare in compagnia, pranzare e cenare magari prima o dopo un film: ampi parcheggi gratuiti, facilità di accesso, spazi più ampi e moderni, con immediata disponibilità di negozi e locali. Scalo Milano, destinazione extra-

urbana per lo shopping, a 10 km da Milano, di comodo accesso, facilitato da un'ottima segnaletica stradale, ha 130 negozi monomarca (design/arredo, moda, calzature e accessori le categorie prevalenti) e una piazza con 14 ristoranti. Scalo Milano vuole essere anche un punto di riferimento nodale (un hub) nel campo dei servizi al turismo congressuale. F-Hub, in partnership con Campus Fandango

Club, l'agenzia di "event management", si inserisce in una più ampia visione di Gruppo Lonati per anticipare l'evoluzione del mercato: grazie a un ulteriore investimento di 5 milioni di euro, l'obiettivo è sviluppare una nuova area che porterà l'intera superficie a 35.000 mq, con 25 nuovi negozi. F-Hub è stato progettato e costruito per ospitare eventi di ogni tipo: convention, party, temporary store, giornate di formazione

REALESTATE 2018

Tecnologie



per i dipendenti, cocktail con gli investitori. “La location è personalizzabile e adattabile a ogni tipo di occasione -aggiunge Davide Lardera, amministratore delegato di Scalo Milano Outlet&More- grazie al dialogo fra i tre elementi che la compongono: il calore del legno, l’eleganza del vetro, la solidità del cemento”. “Questa nuova iniziativa di Scalo Milano -aggiunge Giorgio Kindinis, direttore generale di Explora- rappresenta un ulteriore passo nella consacrazione della Regione Lombardia e dell’area metropolitana di Milano come destinazione di turismo congressuale 4.0. La tecnologia è uno degli asset con cui [Explora](#) promuove il turismo lombardo e questa nuova location di Scalo Milano sa davvero sorprendere in questo

senso, con soluzioni innovative unite a una concezione degli spazi ispirata al benessere delle persone e dell’ambiente”. L’area comprende tre spazi principali: il foyer di ingresso con il banco ricezione, una sala che può ospitare circa 20 persone e lo spazio conferenze in grado di accogliere fino a 150 sedute in modalità platea. Si aggiungono i 7 schermi e il ledwall da 230 pollici distribuiti all’interno in dialogo con il mega ledwall sulla parete esterna, sopra l’ingresso della struttura: uno spazio di 12 metri di larghezza e 3 di altezza che può trasmettere video e grafiche in alta qualità. Tutti gli schermi comunicano in remoto tramite un sistema di digital signage. Anche le pareti esterne, rettangoli di vetro alti 4 metri e larghi 2, possono essere personalizzate. 📺

SCALO MILANO COMBINES SHOPPING WITH CONFERENCE SPACES

The use of congress facilities in shopping centres is not frequent. F-Hub at Scalo Milano sets itself this objective, as it has all the main characteristics of location and breadth of services. The new area includes three main spaces: the entrance foyer with reception desk, a hall that can accommodate about 20 people, and the conference space that can accommodate up to 150 seats in the stalls.

One of the issues that are currently most debated in the retail real estate community concerns the new extra-commercial functions of shopping centres and such similar facilities as Foc and Lifestyle Centres. Shopping centres will increasingly become ‘living spaces’, places of social and professional utility, energy and tourism hubs. It is not so trivial to remember that a shopping centre, by its nature and size, can lend itself to welcome different audiences than traditional families and groups who go to the centre to do their shopping and, more and more often, to pass their time, be amongst people, have lunch and dinner, maybe before or after a movie: wide and free parking areas, easy access, larger and more modern spaces, with immediate availability of shops and clubs.

Scalo Milano, an extra-urban destination for shopping, 10 km from Milan, with convenient access, facilitated by excellent road signs, has 130 single-brand shops (the main categories are design / furniture, fashion, footwear and accessories) and a square with 14 restaurants.

Scalo Milano also wants to be a nodal point of reference (a hub) in the domain of congress tourism services. **F-Hub**, in partnership with ‘Campus Fandango Club’ event management agency, is part of a wider vision planned by

Lonati Group to anticipate market developments: thanks to a further investment of 5 million Euros, its goal is to develop a new area thanks to which the entire surface will amount to 35,000 square metres, with 25 new stores. F-Hub has been designed and built to host events of all kinds: conventions, parties, temporary stores, training days for employees, cocktails with investors.

Davide Lardera, managing director of Scalo Milano Outlet & More, added: ‘The location is customizable and adaptable to every type of occasion, thanks to the dialogue between the three elements that compose it: warmth of wood, elegance of glass, solidity of cement’.

Giorgio Kindinis, general manager of [Explora](#), added: ‘This new initiative by Scalo Milano represents a further step in the path that will lead Lombardy Region and the metropolitan area of Milan to become a destination for 4.0 congress tourism. Technology is one of the assets with which [Explora](#) is promoting Lombard tourism and this new location of Scalo Milano can really surprise in this sense, with innovative solutions combined with a concept of spaces inspired by the wellbeing of both people and the environment’. The area includes three main spaces: the entrance foyer with reception desk, a hall that can accommodate about 20 people, and the conference space that can accommodate up to 150 seats in the stalls. In addition, there are 7 screens and a 230-inch LED wall distributed inside in dialogue with a mega LED wall on the external wall, above the entrance of the structure: a space of 12 metres in width and 3 in height that can transmit video and graphics in high quality. All screens communicate remotely thanks to a digital signage system. Even the external walls, glass rectangles 4 meters high and 2 wide, can be customized.