



# GUIDA DEI PROGETTI IMMOBILIARI RETAIL IN ITALIA 2025

Scopri i progetti più importanti presentati a MAPIC Italy.

# INDICE

---

## ARCUS REAL ESTATE

• Roma Outlet Village	3
• Sicilia Outlet Village	4
• Torino Outlet Village	5

## CBRE

• Centro Commerciale Le Befane	6
• Gran Shopping Mongolfiera Molfetta	7
• The Medelan	8
• Centro Commerciale Messina	9
• Orefici 15	10
• Parma Promenade	11

## DILS

• Galleria Alberto Sordi	12
• Porta Vittoria	13
• The Medelan	14

## EUROCOMMERCIAL

• Collestrada	15
• I Gigli	16

## KLEPIERRE

• Le Gru	17
• Romagna Shopping Valley	18

## NHOOD

• Ca' Mestre	19
• Restyling Food Court Neapolis	20
• Restyling del Primo Piano del CC di Rescaldina	21

## PROMOS

• Brenner Outlet	22
• Area Commerciale Valmontone	23

## RUSTIONI&PARTNERS

• Manifattura Tabacchi Verona	24
-------------------------------	----

## SAVILLS

• BIM	25
• ChorusLife	26
• Leccio Outlet	27
• Manifattura Tabacchi	28
• CC Tanit	29

## SONAE SIERRA

• Centro Commerciale Le Terrazze	30
• Gli Orsi	31

## SVICOM

• Centro Marche	32
• Fidelis Andria	33
• Parma Promenade	34
• Scalo Nizza	35

---

## PROGETTI SVILUPPATI PER IMMOBILI RETAIL

### CUSHMAN & WAKEFIELD

• Fiumaranuova	37
• NORMAL, shopping centre 'il Centro' Arese (MI)	38
• Store Pop Mart - Via Del Corso 11, Rome	39



### Roma Outlet Village

#### TIPOLOGIA DI PROGETTO

New

#### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

#### PRESENTATO DA

Arcus Real Estate Srl

[www.arcusrealestate.com](http://www.arcusrealestate.com)

#### DOVE/QUANDO?

- | Città: Roma (Sant'Oreste)
- | Regione: Lazio
- | Sviluppatore/i: Westi S.r.l. (Part of Odissea Group)
- | Management: Arcus Real Estate (Stilo Immobiliare e Finanziaria Spa, holding Percassi Group)
- | Proprietà/ Investitore/i: Westi S.r.l. (Part of Odissea Group)
- | Architect(s): Studio De8
- | Data di apertura: autunno 2026
- | Totale GLA: 21.000 m<sup>2</sup> Fase 1 + 11.000 m<sup>2</sup> Fase 2
- | N° di brands/stores: circa 90 Fase 1 e circa 140 con fase 2
- | Bacino di utenza: 6,8 Mln abitanti nei 120 minuti.

#### D E S C R I Z I O N E

Situato strategicamente lungo l'autostrada A1, Roma Outlet Village è il nuovo Outlet Village a nord della capitale. L'apertura è prevista per la seconda metà del 2026 e includerà 90 negozi nella Fase 1, con un'espansione fino a 150 a completamento. Progettato con eleganza italiana, il Village integrerà marchi internazionali di moda e lifestyle con servizi di ospitalità e accoglienza di alto livello. Grazie a un forte richiamo turistico e a un ampio bacino metropolitano, contribuirà a posizionare Roma come un hub chiave per il retail outlet di lusso nell'Europa meridionale.

#### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Digital Native Vertical Brands • Restaurant and F&B chains



### Sicilia Outlet Village

#### TIPOLOGIA DI PROGETTO

Existing / New Development (already open, ongoing leasing)

#### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

#### PRESENTATO DA

Arcus Real Estate Srl

[www.arcusrealestate.com](http://www.arcusrealestate.com)

#### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Enna**
- | Regione: **Sicilia**
- | Sviluppatore/i: **Westi S.r.l. (Part of Odissea Group)**
- | Management: **Arcus Real Estate (Stilo Immobiliare e Finanziaria Spa, holding Percassi Group)**
- | Proprietà/ Investitore/i: **Westi S.r.l. (Part of Odissea Group)**
- | Architect(s): **Studio De8**
- | Data di apertura: **2010**
- | Totale GLA: **36.000 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **170**
- | Bacino di utenza: **5 milioni di residenti nei 90 minuti**

#### D E S C R I Z I O N E

Inaugurato nel 2010 e posizionato strategicamente nel cuore della Sicilia, sull'autostrada tra Palermo e Catania, Sicilia Outlet Village è il primo e unico villaggio outlet in Sicilia. Con il suo stile architettonico barocco siciliano, è la principale "shopping destination" dell'isola sia per la popolazione locale che per i turisti. E' stato di recente oggetto di un'espansione di 6.000 m<sup>2</sup> e, con l'inaugurazione della nuova Fase 3, ora offre oltre 170 negozi dei migliori brand designer italiani e internazionali su un'area complessiva di 36.000 m<sup>2</sup>. Il Village offre marchi premium come Armani, Polo Ralph Lauren, Hogan, Tod's, Dolce & Gabbana, Michael Kors, Hugo Boss, Ermano Scervino, Nike, Adidas, Lacoste, Pinko e molti altri.

#### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Digital Native Vertical Brands • Restaurant and F&B chains



### Torino Outlet Village

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Extension

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Arcus Real Estate Srl  
[www.arcusrealestate.com](http://www.arcusrealestate.com)

#### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Torino**
- | Regione: **Piemonte**
- | Sviluppatore/i: **Westi S.r.l. (Part of Odissea Group)**
- | Management: **Arcus Real Estate (Stilo Immobiliare e Finanziaria Spa, holding Percassi Group)**
- | Proprietà/Investitore/i: **Torino Fashion Village srl**
- | Architect(s): **Claudio Silvestrin Architects**
- | Data di apertura: **2017**
- | Totale GLA: **32.000 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **Approx. 140**
- | Bacino di utenza: **4.5 milioni nei 90 minuti**

#### D E S C R I Z I O N E

Torino Outlet Village, Outlet Village progettato dall'archistar Claudio Silvestrin, è una "shopping destination" di riferimento per il Nord Italia e per la regione transfrontaliera con Francia e Svizzera. Con circa 140 boutique che offrono marchi internazionali di moda e lifestyle, il Village combina un'architettura minimalista con un'esperienza di shopping e ospitalità di alto livello.

Facilmente raggiungibile da Torino e da Milano e dai principali aeroporti, beneficia di un ampio bacino d'utenza internazionale.

Le iniziative di sostenibilità includono progettazione a basso consumo energetico, stazioni di ricarica per veicoli elettrici e operazioni eco-compatibili.

#### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Digital Native Vertical Brands • Restaurant and F&B chains

## RIVIERA DEL GUSTO



## Centro Commerciale Le Befane

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Progetto Food Court

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
CBRE  
[www.cbre.it](http://www.cbre.it)

**DOVE/QUANDO?**

- | Città: Rimini
- | Regione: Emilia Romagna
- | Sviluppatore/i: Idea Srl (Coopsette Scarl)
- | Proprietà/Investitore/i: Union Investment
- | Architect(s): Studio T.I. Rimini  
e Design International London
- | Data di apertura: 2005
- | Totale GLA: 51.959m<sup>2</sup>
- | N° di brands/stores: 126
- | Bacino di utenza: 405.000 in 30'

**D E S C R I Z I O N E**

Il centro commerciale Le Befane ha in programma un importante progetto di restyling della propria food court, che porterà alla nascita de "La Riviera del Gusto", un nuovo spazio rinnovato nell'identità, nell'offerta e nell'esperienza per i visitatori. Il progetto prevederà un intervento completo: la food court si amplierà (1 una unità F&B e 1 nuova unità di servizi) e cambierà look, ampliando le aree di seduta e introdotto nuovi elementi di servizio e intrattenimento. Anche le aree comuni saranno completamente rinnovate con nuove finiture, materiali e soluzioni di arredo, in linea con un design più moderno e accogliente, insieme a un aumento complessivo dei posti a sedere.

**COSA CERCHIAMO**

- Fashion & lifestyle retailers • Restaurant and F&B chains
- Leisure concepts

# CBRE



## Gran Shopping Mongolfiera Molfetta

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

Restyling

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

### PRESENTATO DA

CBRE

[www.cbre.it](http://www.cbre.it)

### DOVE/QUANDO?

| Città: **Molfetta**

| Regione: **Puglia**

| Data di apertura: **2008**

| Totale GLA: **36.121m<sup>2</sup>**

| N° di brands/stores: **110**

| Bacino di utenza: **683.731 in 30'**

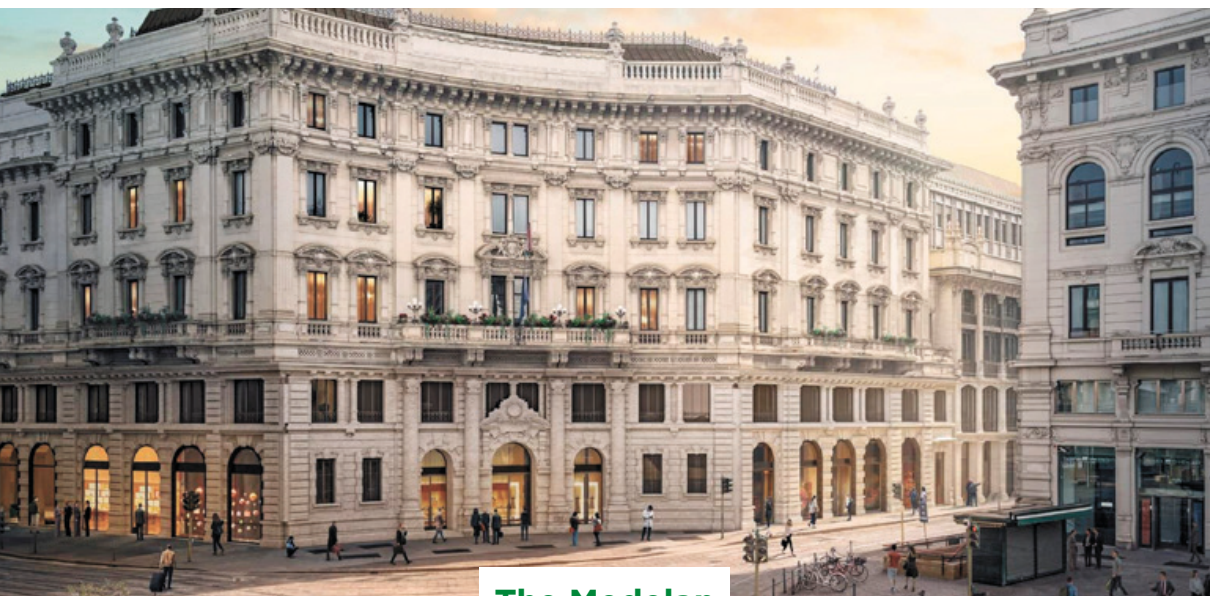
### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Restaurant and F&B chains  
• Leisure concepts

## D E S C R I Z I O N E

CBRE ha completato il restyling del Gran Shopping Molfetta, consolidando ulteriormente il posizionamento del centro commerciale. L'intervento ha interessato un ripensamento complessivo degli spazi interni, caratterizzati ora da un design contemporaneo, un maggior focus sulla sostenibilità e l'introduzione di elementi naturali lungo la galleria. Il centro presenta oggi un'immagine più curata e armoniosa grazie al rinnovo dell'illuminazione e delle palette cromatiche delle pareti. La food court è stata resa più ampia e accogliente attraverso la rimozione delle barriere fisiche, mentre nuove aree relax offrono sedute confortevoli e punti di ricarica per dispositivi mobili. Il progetto si completa con un sistema di wayfinding completamente aggiornato, concepito per ottimizzare orientamento, leggibilità e sicurezza, e con una riorganizzazione dei flussi del parcheggio che contribuisce a migliorare in modo significativo l'esperienza complessiva dei visitatori. Grande attenzione anche alla sicurezza: il centro infatti ha implementato il sistema di videosorveglianza interna ed esterna e rinnovato l'intero impianto di allarme dell'immobile, per garantire massimi livelli di controllo e sicurezza.

# CBRE



## The Medelan

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Refurbished

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
CBRE  
[www.cbre.it](http://www.cbre.it)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Milano**
- | Regione: **Lombardia**
- | Proprietà/Investitore/i: **Fondo Broggi**
- | Totale GLA: **2.400 m<sup>2</sup>**

### D E S C R I Z I O N E

The Medelan rappresenta un grandioso esempio di architettura Art Nouveau, all'interno del quale trovano la loro migliore espressione spazi rinnovati ed esclusivi, dotati delle certificazioni più ambite e destinati a retailer ed aziende di primario standing. Le unità commerciali disponibili, con vetrine che affacciano su Via Tommaso Grossi, si sviluppano su tre livelli (piano terra, primo ed interrato) e si caratterizzano per la grande flessibilità che consente di soddisfare svariate esigenze di dimensionamento.

The Medelan si impone come protagonista su Piazza Cordusio, grazie a una posizione privilegiata e altamente strategica lungo uno dei principali assi pedonali che conducono al cuore storico di Milano. A pochi passi dal Duomo e dal Castello Sforzesco, e nelle immediate vicinanze del Teatro alla Scala, l'immobile è immerso in uno dei contesti più iconici della città, circondato da destinazioni simbolo dello shopping milanese come la Galleria Vittorio Emanuele II e il rinomato Quadrilatero della Moda

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Leisure concepts

# CBRE



## Centro Commerciale Messina

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

New

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

### PRESENTATO DA

CBRE

[www.cbre.it](http://www.cbre.it)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Messina**
- | Regione: **Sicilia**
- | Sviluppatore/i: **ImmobiliarEuropeaSpa**
- | Proprietà/Investitore/i: **ImmobiliarEuropea**
- | Architect(s): **Rossetti Engineering Srl**
- | Data di apertura: **2028**
- | Totale GLA: **34.417 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **95**
- | Bacino di utenza: **285.000 in 30'**

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Restaurant and F&B chains  
 • Leisure concepts ESG service providers (Solar panel),  
 BREEAM Certification

## D E S C R I Z I O N E

Il Centro Commerciale sarà il punto di riferimento del Messinese. L'unica struttura moderna della zona, per la spesa quotidiana e l'intrattenimento e, grazie anche all'ottima viabilità, richiamerà clienti da un bacino dove vivono oltre 285.000 persone. Il cliente vivrà un'esperienza completa di shopping e intrattenimento, con i migliori marchi nazionali e internazionali e disporrà di un'ampia e diversificata offerta ristorativa. Un centro commerciale moderno, con orari di apertura prolungati, una novità dal forte impatto rispetto al commercio tradizionale presente a Messina.

Il centro commerciale è un investimento strategico di ImmobiliareEuropea, un'operazione di rigenerazione urbana che rivoluzionerà il comparto sud della città di Messina, oggi area di sviluppo. Questo progetto creerà un impatto sociale positivo e significativo, sia direttamente attraverso l'occupazione, sia indirettamente attraverso le attività economiche coinvolte.

# CBRE



## Orefici 15

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Refurbished

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
CBRE  
[www.cbre.it](http://www.cbre.it)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Milano**
- | Regione: **Lombardia**
- | Proprietà/Investitore/i: **KryalosSGR**
- | Totalz GLA: **1.000m<sup>2</sup>**

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Leisure concepts

## D E S C R I Z I O N E

CBRE è incaricata della commercializzazione degli spazi di Orefici 15, un edificio storico recentemente riqualificato, che coniuga fascino architettonico e funzionalità contemporanea, pensato per accogliere brand che vogliono esprimere la propria identità nel cuore pulsante della città.

Il prestigioso negozio si sviluppa su tre livelli (-1, 0, 1) con spazi flessibili e personalizzabili per una superficie complessiva di circa 1.000 mq.

Orefici 15 gode di una visibilità eccezionale e di un flusso pedonale costante durante tutto l'anno.

Via Orefici rappresenta infatti una delle arterie pedonali più frequentate del centro, punto di connessione naturale tra Piazza Cordusio e Piazza Duomo. L'area è oggi protagonista di un'importante riqualificazione urbana che interessa Piazza Cordusio e le vie limitrofe, con il recupero dell'assetto storico della piazza, l'ampliamento degli spazi pedonali, la riorganizzazione della viabilità e la valorizzazione dello spazio pubblico, rafforzando il suo ruolo di snodo strategico per lo shopping, la moda e il design milanese.

# CBRE



## Parma Promenade

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Strategiadi Rilancio

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
CBRE  
[www.cbre.it](http://www.cbre.it)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Parma**
- | Regione: **Emilia Romagna**
- | Sviluppatore/i: **Parma Promenade Opco**
- | Proprietà/Investitore/i: **Eurofund Group e Signal Capital Partners**
- | Architect(s): **Broadway Malyan & MYGG**
- | Data di apertura: **2013**
- | Totale GLA: **43.775m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **75**
- | Bacino di utenza: **450.000 in 30'**

### D E S C R I Z I O N E

Il centro Parma Promenade sta vivendo un profondo processo di rinnovamento a 360 gradi, volto a trasformarlo in una destinazione contemporanea capace di coniugare shopping, intrattenimento e tempo libero. Il centro è oggi oggetto di un'importante riqualificazione architettonica e funzionale, che porterà alla creazione del primo shopping resort in Italia.

CBRE sta guidando la strategia di rilancio del centro, sviluppando un piano di comunicazione totalmente nuovo –offline e digitale –e definendo una nuova identità visiva e narrativa, progettata per intercettare un pubblico più ampio e contemporaneo, in linea con il posizionamento aspirazionale del progetto. Questo percorso culminerà in un evento di lancio di forte impatto, pensato per sancire ufficialmente la rinascita di Parma Promenade e rafforzarne l'attrattività sia per la comunità locale sia per i visitatori dell'area emiliana.

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers
- Restaurant and F&B chains
- Leisure concepts
- People services



## Galleria Alberto Sordi

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Riqualificazione

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Dils, Savills

[www.galleriaalbertosordi.com](http://www.galleriaalbertosordi.com)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Roma**
- | Regione: **Lazio**
- | Sviluppatore/i: **Prelios Sgr**
- | Proprietà/Investitore/i: **Fondo Megas**
- | Architect(s): **L22**
- | Data di apertura: **già attiva**
- | Totale GLA: **10.789 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **15**

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers
- Home & Design retailers
- High Tech retailers
- Digital Native Vertical Brands
- Servizi alla persona

### D E S C R I Z I O N E

Galleria Alberto Sordi è unica per storia, collocazione e caratteristiche fisiche. Grazie all'importante progetto di riqualificazione appena concluso, è ritornata a splendere ed essere una delle retail destination più rinomate della capitale.

Il progetto ha previsto un restauro conservativo delle facciate, nuovi arredi e un'illuminazione che dona alla Galleria uno splendore mai visto.

Il tratto centrale lungo il quale si collocano le attività commerciali è impreziosito da fregi di prestigio, legno di castagno, pavimentazioni di parquet e pregiati marmi policromi.

L'estetica non prevale sulla funzionalità: Galleria Alberto Sordi conserva il suo originale carisma coniugandolo con innovazione e comfort ambientale.

Con oltre 9 milioni di presenze all'anno, Galleria Alberto Sordi è una destinazione commerciale tra le più rinomate della Capitale.

In questo grande museo a cielo aperto, Galleria Alberto Sordi è una tappa obbligata.



## Porta Vittoria

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Riqualificazione

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Dils, Rustioni & Partners

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Milano**
- | Regione: **Lombardia**
- | Owner(s)/Developer(s): **Prelios SGR SpA – Fondo Niche**
- | Design Project(s): **Design International**
- | Data di apertura: **Q3/Q4 2026**
- | Totale GLA: **12.000m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **27**

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers • Home & Design retailers
- High Tech retailers • Digital Native Vertical Brands
- Servizi alla persona

### D E S C R I Z I O N E

Porta Vittoria è una nuova destinazione retail contemporanea nel cuore di uno dei quartieri più dinamici e in trasformazione di Milano. Il progetto propone spazi commerciali moderni pensati per servire una comunità residenziale vivace e attrarre visitatori dall'area urbana circostante.

Inserite in un contesto mixed-use, le unità retail godono di grande visibilità, ampie vetrine e di un naturale flusso di residenti e visitatori durante tutta la giornata. Il layout favorisce la percorrenza pedonale, creando un ambiente accogliente e facilmente accessibile per negozi, servizi e attività di quartiere.

Unendo architettura contemporanea e funzionalità, Porta Vittoria offre spazi flessibili, supportati da accessi comodi e parcheggi all'interno del complesso, garantendo comfort sia agli operatori sia ai clienti. In questo quartiere in rapida evoluzione, Porta Vittoria rappresenta un'interessante opportunità all'interno di uno dei nuovi poli emergenti di Milano.



## The Medelan

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Ristrutturazione

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail / Office / Leisure

**PRESENTATO DA**  
Dils  
[www.themedelan.com](http://www.themedelan.com)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Milano**
- | Regione: **Lombardia**
- | Sviluppatore/i: **PAREF**
- | Proprietà/Investitore/i: **Fidelidade**
- | Architect(s): **Genius Loci Architettura**
- | Totale GLA: **14.900m<sup>2</sup>**
- | Bacino di utenza: **Centro storico di Milano**

### D E S C R I Z I O N E

L'immobile che occupa l'intero isolato era originariamente composto da tre corpi di fabbrica la cui unione ha dato vita a The Medelan, che ospita al suo interno ca. 14.900 mq di superficie Retail, di cui 2 medie superfici fronte Piazza Cordusio, 4 medie con affaccio su Via Tommaso Grossi e 2 unità su Via Santa Margherita.

Nella terrazza all'ultimo piano, con vista panoramica sulla città, è presente lo spazio per la ristorazione, sotto l'insegna "Horto".

E' presente al piano interrato un affascinante spazio Speakeasy, con ingresso indipendente direttamente dal piano terra.

### COSA CERCHIAMO

- Operatori Fashion & lifestyle • Beauty • Design
- Intrattenimento

# EUROCOMMERCIAL



## Collestrada

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

Rilancio del mall, riorganizzazione delle medie a grandi superfici

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

### PRESENTATO DA

Eurocommercial

[www.eurocommercialproperties.com](http://www.eurocommercialproperties.com)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Perugia**
- | Regione: **Umbria**
- | Sviluppatore/i: **ECP Collestrada srl**
- | Proprietà/ Investitore/i: **ECP Collestrada srl**
- | Data di apertura: **2026**
- | Totale GLA: **22.000m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **7**
- | Bacino di utenza: **494.000**

### D E S C R I Z I O N E

La prima fase del progetto ha visto come protagonista l'ipermercato, che si è ridimensionato ed è stato oggetto di un restyling completo, concluso a marzo 2025.

Un mese dopo, negli spazi recuperati grazie alla riduzione dell'ipermercato, MediaWorld ha inaugurato un nuovo punto vendita di dimensioni più contenute, in linea con il proprio ultimo format.

Zara, trasferitasi e ampliata adottando il suo concept più recente, ha inaugurato a settembre 2025 il suo unico punto vendita nella Regione; H&M ha invece aperto il nuovo negozio a novembre 2025 nell'unità precedentemente occupata da Zara. Nel complesso, il progetto ha rafforzato l'attrattività del centro commerciale Collestrada come destinazione di riferimento, anche in vista della prossima apertura di Primark (anch'essa unica nella Regione), prevista entro la fine dell'anno.

## EUROCOMMERCIAL



## I Gigli

## TIPOLOGIA DI PROGETTO

Riqualificazione delle superfici conseguente all'uscita dell'Ipermercato Panorama

## TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

## PRESENTATO DA

Eurocommercial

[www.eurocommercialproperties.com](http://www.eurocommercialproperties.com)

## DOVE/QUANDO?

- | Città: **Campi Bisenzio (FI)**
- | Regione: **Toscana**
- | Sviluppatore/i: **Immobiliare 2011 srl**
- | Proprietà/Investitore/i: **Immobiliare 2011 srl**
- | Data di apertura: **Ottobre 2026**
- | Totale GLA: **17.800 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **9**
- | Bacino di utenza: **1,1 Mln**

## DESCRIZIONE

Gli spazi liberati dall'ipermercato Panorama sono stati riorganizzati con l'introduzione di due megastore. Zara si è trasferita in un'unità di maggiore dimensione, dove ha inaugurato il nuovo punto vendita in data 19 settembre 2025, adottando il proprio ultimo concept. È inoltre previsto l'arrivo di Lefties, che realizzerà la sua prima apertura in Toscana.

L'operazione ha l'obiettivo di incrementare l'attrattività e la profittabilità del centro commerciale, anche attraverso la riconversione dell'unità precedentemente occupata da Zara e la rimodulazione delle unità del Retail Park. In tale ambito è prevista la reintroduzione di uno specialista dell'alimentare in sostituzione dei negozi Scarpe & Scarpe e Roadhouse Grill, che saranno trasferiti in altre ubicazioni.



## Le Gru

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Extension

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Klepierre  
[le-gru.klepierre.it](http://le-gru.klepierre.it)

### DOVE/QUANDO?

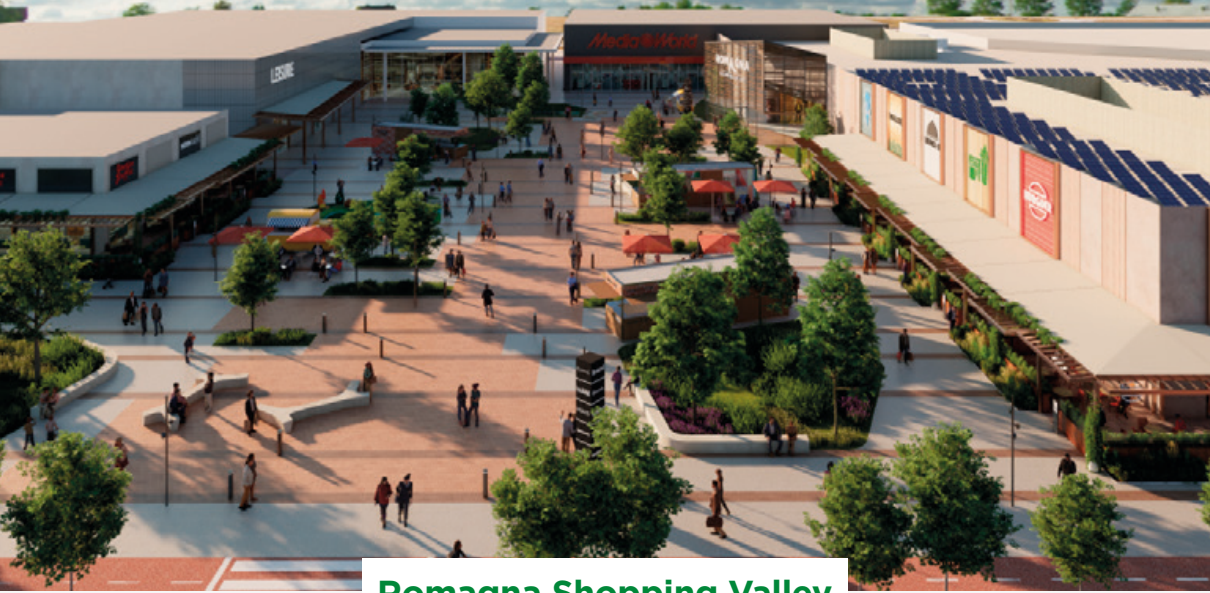
- | Città: **Torino**
- | Regione: **Piemonte**
- | Proprietà/ Investitore/i: **Klepierre S.A.**
- | Architect(s): **H2G**
- | Data di apertura: **2027**
- | Totale GLA: **75.000m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **150**
- | Bacino di utenza: **1,7 Mln**

### D E S C R I Z I O N E

Il progetto di ampliamento rappresenta l'ultima fase di un percorso di sviluppo volto a consolidare la posizione di Le Gru come principale Centro Commerciale della regione. L'intervento si articola attorno a tre obiettivi strategici: definire un percorso cliente lineare e intuitivo; realizzare una Food Court contemporanea, completa e orientata all'esperienza; offrire spazi iconici per i brand più rilevanti, con un tenant mix equilibrato e attrattivo. Il progetto è sviluppato secondo principi di sostenibilità, riduzione dell'impatto ambientale ed efficienza energetica.

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers • Restaurant and F&B chains  
• Leisure concepts • People services



## Romagna Shopping Valley

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

Extension

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

### PRESENTATO DA

Klepierre

[romagna-shoppingvalley.klepierre.it/](http://romagna-shoppingvalley.klepierre.it/)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Savignano sul Rubicone**
- | Regione: **Emilia Romagna**
- | Proprietà/ Investitore/i: **Klepierre S.A.**
- | Architect(s): **L35**
- | Data di apertura: **2027**
- | Totale GLA: **72.000m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **90**
- | Bacino di utenza: **530.000 abitanti**

### D E S C R I Z I O N E

Il progetto di Extension rappresenta l'ultimo passo di un percorso di evoluzione volto a rafforzare ulteriormente il posizionamento del centro. L'intervento prevede la riconfigurazione di una porzione esistente e la realizzazione di una nuova estensione di 6.700 mq di GLA, pensata per valorizzare l'offerta complessiva. L'obiettivo è accogliere brand attrattivi e ampliare l'offerta di ristorazione, oggi sottodimensionata, sostenendo la crescita di footfall e performance. Cuore del progetto è la nuova piazza esterna, in connessione con il cinema UCI, che darà vita a un polo dedicato al food e a una relazione più fluida tra il centro e l'area leisure.

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Restaurant and F&B chains  
• Leisure concepts • People services



## Ca' Mestre

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

Property e Leasing Management

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

### PRESENTATO DA

Nhood  
nhood.it

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Mestre, Venezia**
- | Regione: **Veneto**
- | Sviluppatore/i: **Nhood**
- | Proprietà/Investitore/i: **Commerz Real Investmentgesellschaft GmbH**
- | Totale GLA: **13.817m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **10**
- | Bacino di utenza: **420.000 persone entro i 30 minuti**

### D E S C R I Z I O N E

Nato come Grandi Magazzini Coin, il centro è divenuto nel 1996 il Centro Le Barche, punto di riferimento per lo shopping a Mestre. Dopo un importante restyling avvenuto tra il 2022 e il 2024, il 6 giugno 2024 ha inaugurato con il nuovo nome Ca' Mestre. Il Centro Commerciale oggi si estende su un'area di 13.817 mq, ospita lo storico negozio Coin e un supermercato Pam. L'immobile rappresenta un punto di riferimento per i residenti delle aree circostanti ed è situato in una zona strategica a due passi dal Centro, ben collegata con linee di tram e autobus. Da dicembre 2025, Nhood gestisce e commercializza gli spazi del Centro su incarico della proprietà Commerz Real, mettendo a disposizione la propria esperienza gestionale e consulenziale con un nuovo partner internazionale.

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Digital Native Vertical Brands • Restaurant and F&B chains • Leisure concepts • People services



## Restyling Food Court Neapolis

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Refurbishment

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Nhood  
nhood.it

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Napoli**
- | Regione: **Campania**
- | Sviluppatore/i: **Nhood**
- | Proprietà/Investitore/i: **Ceetrus**
- | Architect(s): **BBA-Architetti & Partners**
- | Data di apertura: **Q4 2026**
- | Totale GLA: **23.000m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **71**
- | Bacino di utenza: **1,9 Mln persone entro i 30 minuti**

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers • Sport Services  
• Restaurant and F&B chains • Leisure concepts  
• People services

### D E S C R I Z I O N E

Il Centro Commerciale Neapolis da sedici anni è il punto di riferimento per la Campania con i suoi 71 punti vendita e spazi aperti alle associazioni locali. Il progetto di riqualificazione nasce con l'obiettivo di rinnovare profondamente l'esperienza di visita e rafforzare il posizionamento del mall come polo di riferimento per shopping, tempo libero e socialità. L'intervento cardine della trasformazione è la realizzazione di una nuova food court, concepita come spazio moderno, accogliente e ricco di proposte gastronomiche diversificate. Il progetto mira introdurre un mix equilibrato di brand nazionali e internazionali, format innovativi, cucina regionale e proposte healthy, creando un ambiente capace di attrarre target differenti durante tutto l'arco della giornata. L'area sarà progettata come una vera piazza centrale, con spazi luminosi, superfici funzionali, arredi contemporanei e un'offerta coordinata che favorisca la permanenza e la condivisione. La nuova food court rappresenta quindi un investimento strategico per la crescita del Neapolis, valorizzandone l'identità e rafforzandone la competitività nel mercato retail locale.



CENTRO COMMERCIALE  
**RESCALDINA**



## Restyling del Primo Piano del CC di Rescaldina

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

Refurbishment

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail/Leisure

### PRESENTATO DA

**Nhood**  
nhood.it

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Rescaldina, Milano**
- | Regione: **Lombardia**
- | Sviluppatore/i: **Nhood**
- | Proprietà/Investitore/i: **Ceetrus e ImmobiliareEuropea**
- | Architect(s): **Rossetti Engineering**
- | Data di apertura: **Q4 2026**
- | Totale GLA: **11.000m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **20 nuovi negozi**
- | Bacino di utenza: **1,3 Mln persone entro i 30 minuti**

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers • Sport Services  
• Restaurant and F&B chains • Leisure concepts  
• People services

## D E S C R I Z I O N E

Il Centro Commerciale di Rescaldina è da oltre vent'anni un punto di riferimento per la Lombardia nord-occidentale, con i suoi 80 punti vendita e spazi aperti alle associazioni locali. Con il nuovo progetto di restyling, il centro si arricchirà di altri 20 negozi, offrendo un'esperienza ancora più completa. La ristrutturazione del primo piano interesserà 11000m<sup>2</sup> di GLA, focalizzandosi su quattro aree principali:

- Food Court di oltre 1500m<sup>2</sup> con spazi Leisure annessi;
- Servizi & Salute;
- Palestra & Sport, inclusi spazi dedicati a Decathlon;
- Moda.

Il risultato sarà una fusione unica di shopping, benessere e divertimento, con particolare attenzione alla sostenibilità sociale e ambientale. Il centro è inoltre certificato BREEAM In-Use, a conferma del suo impegno verso pratiche sostenibili e di qualità.



## Brenner Outlet

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Refurbishment

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
**PROMOS**  
[www.promosgroup.it](http://www.promosgroup.it)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Brennero (BZ)**
- | Regione: **Trentino Alto Adige**
- | Sviluppatore/i: **PROMOS**
- | Proprietà/Investitore/i: **Invesco Real Estate**
- | Architect(s): **Lombardini 22 Spa**
- | Data di apertura: **2027**
- | Totale GLA: **2.400m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **10**
- | Bacino di utenza: **1,2 Mln abitanti nei 60' auto, 6 Mln abitanti nei 120' auto e 20 Mln di presenze turistiche**

### D E S C R I Z I O N E

Aperto nel 2007 e posizionato in zona strategica, al confine alpino tra Italia e Austria e sulla via più trafficata tra Italia e Germania, il Brenner Outlet accoglie, su una superficie di 16mila mq, 70 punti vendita. Nel 2023 il Centro ha conseguito la certificazione Breeam in use (BIU). A Fine 2025 è stata inaugurata la nuova Food Court che su 1.400mq ospita 4 tra bar e ristoranti.

La seconda fase del progetto comprende la realizzazione di una Premium Plaza da 2.400mq dove nasceranno 10 nuovi store di brand "alto di gamma".

Uno sviluppo che prevede anche la riprogettazione di diverse aree che terranno conto dei fattori ESG, dall'inserimento di pannelli solari ed illuminazione a led per il risparmio energetico, al recupero delle acque piovane fino alla creazione di un'area per la ricarica di auto elettriche tra le più grandi d'Italia.

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers



## Area Commerciale Valmontone

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

New

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

### PRESENTATO DA

PROMOS

[www.promosgroup.it](http://www.promosgroup.it)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Valmontone (RM)**
- | Regione: **Lazio**
- | Sviluppatore/i: **PROMOS**
- | Proprietà/ Investitore /i: **PROMOS Development Srl**
- | Data di apertura: **2026/2027**
- | Totale GLA: **15.600m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **10**
- | Bacino di utenza: **7 Mln abitanti nei 90' auto e 20 Mln turisti**

### D E S C R I Z I O N E

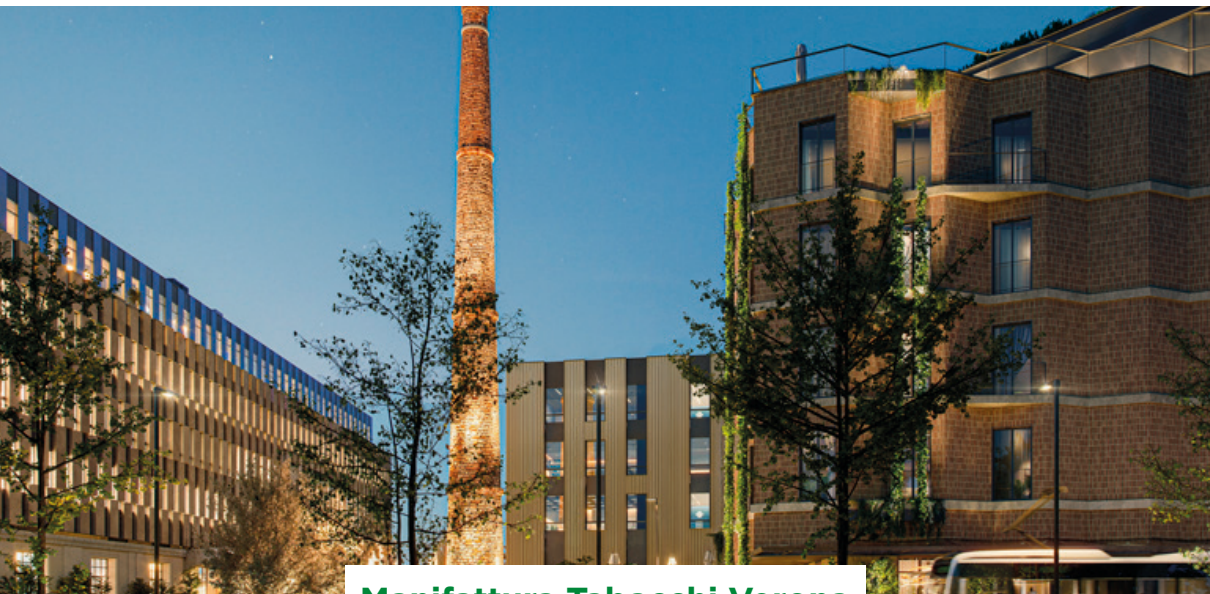
La nuova Area Commerciale Valmontone sorge su un'area di 60.000 mq, in una posizione strategica a ridosso dell'Autostrada A1 Roma/Napoli, contribuendo a trasformare la zona in uno dei poli commerciali integrati più rilevanti del Centro-Sud Italia.

La Fase 1 è già completata e segna l'avvio del progetto, con l'apertura di McDonald's a fine 2025 e di un supermercato prevista nel 2026. La Fase 2 prevede ulteriori 12.600 mq di nuove superfici (apertura nella prima metà del 2027).

L'intervento complessivo, oltre 15.000 mq, ospiterà medie superfici GDO, food, fashion e arredo, con un tenant mix complementare per valorizzare e potenziare l'offerta e l'attrattività del territorio.

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers



## Manifattura Tabacchi Verona

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

Rigenerazione Urbana

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail, food & beverage, tempo libero, uffici e hotel

### PRESENTATO DA

Rustioni&Partners

[www.rustioni-partners.com](http://www.rustioni-partners.com)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Verona**
- | Regione: **Veneto**
- | Sviluppatore/i: **VR.RE Srl**
- | Proprietà/Investitore/i: **Supernova**
- | Architect(s): **Snøhetta**
- | Data di apertura: **2028**
- | Totale GLA: **40.000m<sup>2</sup>**
- | N° di posti auto: **900**
- | N° di brands/stores: **22**
- | Bacino di utenza: **724.000 abitanti entro 30 minuti in auto**

### D E S C R I Z I O N E

Situata in posizione strategica, Manifattura Tabacchi rappresenta il punto di connessione tra la porta sud di Verona, Veronafiere e la riqualificazione dell'ex scalo ferroviario. La mobilità dolce è al centro dell'iniziativa, con percorsi pedonali e ciclabili interni che si snodano attraverso un sistema di piazze, tra cui la simbolica Piazza della Ciminiera, un ponte pedonale e una piazza pubblica a sud del sito che collegherà Manifattura Tabacchi a Veronafiere, oltre alla fermata prevista su Viale del Lavoro come parte della nuova linea filoviaria cittadina. Il progetto prevede edifici ad alta efficienza energetica anche grazie all'utilizzo di tecnologie basate su energie rinnovabili, in linea con i più elevati standard di certificazione LEED.

### COSA CERCHIAMO

Corporate offices/headquarters for companies

- Supermarket • Retailers • Food & beverage
- People services shops



## BiM

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Refurbishment

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Savills, CBRE  
[bim-milano.com](http://bim-milano.com)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Milano**
- | Regione: **Lombardia**
- | Proprietà/Investitore/i: **Aermont Capital, Kervis SGR**
- | Totale GLA: **3.400m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **12**
- | Bacino di utenza: **Bicocca**

### D E S C R I Z I O N E

BiM, Dove Bicocca Incontra Milano, è un importante progetto di rigenerazione urbana di un intero isolato; firmato da Piuarch e Antonio Perazzi, è finalizzato alla riqualificazione in una logica di 'retrofitting' degli edifici con un'area di oltre 50.000 m<sup>2</sup> a destinazione direzionale, retail, spazi verdi e giardino. Si propone come modello di riqualificazione autenticamente sostenibile, trasformando gli spazi in Classe A e rispondendo ai più alti requisiti di ESG e sostenibilità. Gli spazi in Pirelli 10 sono aperti al pubblico mentre l'intervento su Innovazione 3 si concluderà a gennaio 2027.

### COSA CERCHIAMO

- Restaurant and F&B chains • Leisure concepts
- People services



## ChorusLife

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
New

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail/Leisure

**PRESENTATO DA**  
Savills  
[choruslife.com](http://choruslife.com)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Bergamo**
- | Regione: **Lombardia**
- | Sviluppatore/i: **Costim**
- | Proprietà/Investitore/i: **ChorusLife S.p.A., Polifin Group**
- | Architect(s): **Joseph Di Pasquale**
- | Data di apertura: **Ottobre 2025**
- | Totale GLA: **10.000 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **30**
- | Bacino di utenza: **2,5 Mln**

### D E S C R I Z I O N E

ChorusLife è un progetto innovativo di rigenerazione urbana che unisce benessere, intrattenimento e qualità della vita in un ambiente connesso, moderno, sostenibile, ma fortemente connotato alle eccellenze del suo territorio. Un nuovo polo urbano a pochi minuti dal centro, un sistema di servizi dedicato a cittadini, residenti, visitatori e professionisti: 10 000 m<sup>2</sup> di retail, Hotel 4\* Superior con ristorante rooftop panoramico, aree F&B, un'Arena da 6500 posti per eventi e grandi spettacoli dal vivo, residenze di pregio e una wellness spa di 9 000 m<sup>2</sup>.

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers • Restaurant and F&B chains
- Leisure concepts • People services • Events



## Leccio Outlet

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Refurbishment

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Savills

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Reggello (FI) - Fraz. Leccio**
- | Regione: **Toscana**
- | Proprietà/Investitore/i: **Holding 1 S.r.l. (ANAV Investment Group)**
- | Architect(s): **Joseph Di Pasquale**
- | Totale GLA: **6.752 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **19**
- | Bacino di utenza: **Toscana**

### D E S C R I Z I O N E

Leccio Outlet rappresenta una rinomata destinazione per lo shopping di lusso. Grazie alla sua location in un'area caratterizzata dalla fortissima concentrazione di marchi di alta moda, è oggi meta di milioni di visitatori, con una forte componente turistica internazionale di alto livello.

L'asset sarà oggetto di un intervento di riqualificazione volto a migliorare la connettività con le altre componenti retail presenti nell'area ed a rendere più piacevole e completa l'esperienza di visita. Il progetto vedrà la realizzazione di nuovi negozi, l'upgrade delle aree comuni e la creazione di percorsi protetti. E' previsto inoltre il potenziamento del F&B, per creare un punto di forte attrazione per i tutti i visitatori del comparto

### COSA CERCHIAMO

Food&Beverage • Fashion e Beni per la Persona.



## Manifattura Tabacchi

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Extension/Refurbishment

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail/Residential

**PRESENTATO DA**  
Savills

[www.manifatturatabacchi.com](http://www.manifatturatabacchi.com)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Firenze**
- | Regione: **Toscana**
- | Proprietà/Investitore/i: **Aermont & CDP**
- | Totale GLA: **11.300m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **30**

### D E S C R I Z I O N E

Il progetto di riqualificazione prevede la trasformazione dell'area industriale storica fiorentina entro il 2028: 16 edifici - ca. 110 000 m<sup>2</sup> - saranno destinati a uffici e negozi all'avanguardia, spazi dedicati alla formazione, residenze di design, luoghi di cultura e parchi pubblici. Un nuovo quartiere creativo, connesso a livello globale e proiettato verso il futuro. 11300m<sup>2</sup> dedicati a boutique e ristoranti, fondamentali al tessuto urbano, abitato da studenti di Polimoda e da lavoratori dei diversi headquarters, tra cui Synlab ed EY, oltre ai futuri residenti e visitatori.

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers • Leisure concepts
- People services • Pop up & temporary stores



## CC Tanit

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Refurbishment

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Savills

[www.galleriatanit.it](http://www.galleriatanit.it)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Sassari**
- | Regione: **Sardegna**
- | Sviluppatore/i: **Sonae Sierra**
- | Proprietà/ Investitore/i: **BPER Banca**
- | Totale GLA: **22.000 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **35**
- | Bacino di utenza: **Sassari**

### D E S C R I Z I O N E

Il Centro Commerciale Tanit è stato oggetto di un importante intervento di restyling che ha previsto la ristrutturazione e rimodulazione di -2.000 m<sup>2</sup> al primo piano. L'obiettivo è stato razionalizzare i flussi di traffico nella galleria, creare una nuova e moderna food court e consentire l'inserimento di una media superficie. Al termine dei lavori, la galleria risulta ammodernata e arricchita con nuovi negozi, ristoranti e servizi. La nuova piazza ospita una food court con sedute confortevoli, pensata come luogo di aggregazione per studiare, lavorare o concedersi una pausa.

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers • People services
- Beni per la casa



## Centro Commerciale Le Terrazze

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Centro Commerciale

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Sonae Sierra  
[www.le-terrazze.it](http://www.le-terrazze.it)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **La Spezia**
- | Regione: **Liguria**
- | Sviluppatore/i: **Sonae Sierra**
- | Proprietà/Investitore/i: **Le Terrazze Shopping Centre 1 - Talea**
- | Architect(s): **Sonae Sierra / Reify**
- | Data di apertura: **21 marzo 2012**
- | Totale GLA: **38.500 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **100**
- | Bacino di utenza: **301.325**

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Digital Native Vertical Brands • Restaurant and F&B chains • Leisure concepts • People services • Corporate offices/ ESG service providers (Solar panel, Electric car recharging...)

### D E S C R I Z I O N E

Il centro commerciale Le Terrazze, inaugurato nel 2012, si distingue per un'architettura innovativa in armonia con il paesaggio strettamente legato alla storia e alla particolare conformazione del territorio. Un centro unico nel suo genere nella regione Liguria, punta all'innovazione non solo in termini di design, ma anche di sostenibilità, gli arredi sono realizzati con materiali naturali come il legno e con l'utilizzo di illuminazione led a basso consumo. La terrazza si rivela come un'autentica oasi urbana, uno spazio accogliente nella cura degli spazi e la grande varietà di piante presenti nel giardino verticale, sottolineano un approccio ecologico.

Certificato BREEAM In-Use, con valutazioni "Excellent" sia per la Asset Performance sia per il Building Management, premia un modello di gestione ambientale solido e in costante miglioramento. Tra le principali azioni figurano la conversione completa dell'illuminazione interna delle aree comuni a tecnologia LED, la regolazione dei flussi idrici nei rubinetti e la riduzione dell'acqua utilizzata dagli sciacquoni nei bagni comuni.



## Gli Orsi

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

New / extension / refurbishment

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail / Hospitality / Office / Residential / Leisure

### PRESENTATO DA

Sonae Sierra  
[www.gliorsi.it](http://www.gliorsi.it)

### DOVE / QUANDO?

- | Città: **Biella**
- | Regione: **Piemonte**
- | Sviluppatore/i: **Sonae Sierra**
- | Data di apertura: **30 ottobre 2008**
- | Totale GLA: **41.200 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **105**
- | Bacino di utenza: **171.428**

### D E S C R I Z I O N E

Il centro commerciale Gli Orsi, inaugurato nel 2008, si distingue per un'architettura innovativa ispirata al patrimonio storico e culturale locale. Il nome richiama lo stemma araldico di Biella e il legame con il territorio, mentre il progetto rende omaggio alla natura e alla tradizione tessile.

Certificato BREEAM In-Use, il centro promuove sostenibilità ed efficienza energetica attraverso nuovi investimenti sulle pompe di calore elettriche, pannelli fotovoltaici e interventi di riduzione dei consumi idrici.

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Digital Native Vertical Brands • Restaurant and F&B chains • Leisure concepts • People services • Corporate offices • ESG service providers (Solar panel, Electric car recharging...) • Other



## Centro Marche

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Extension/Refurbishment

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail/Leisure

**PRESENTATO DA**  
Svicom S.p.a. Società Benefit

### DOVE/QUANDO?

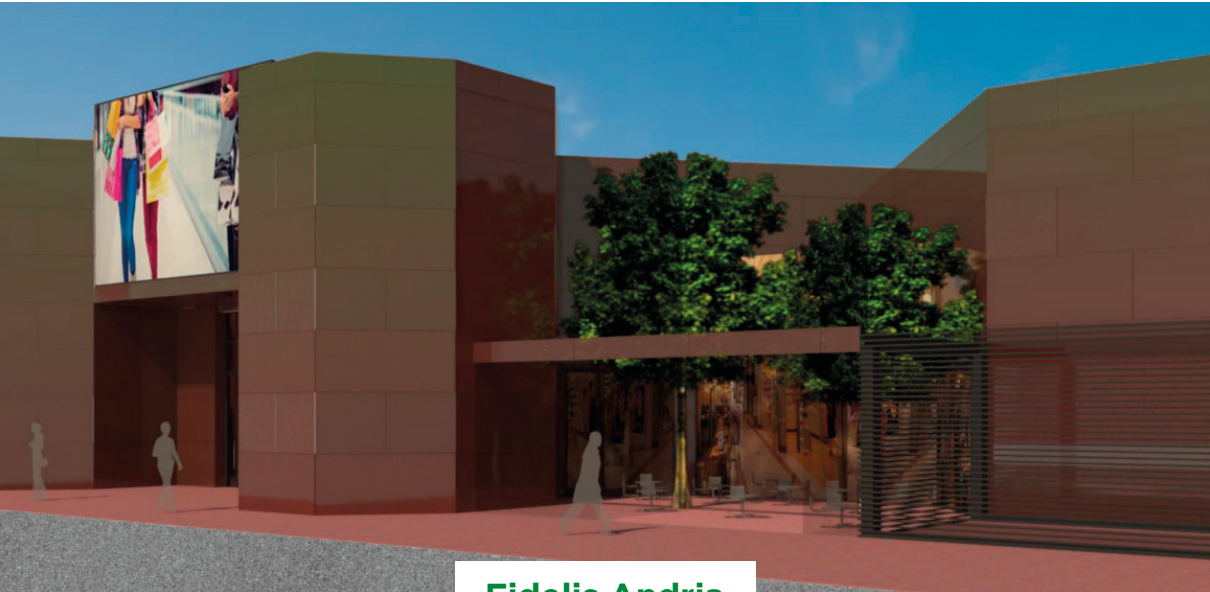
- | Città: **Camerano (AN)**
- | Regione: **Marche**
- | Sviluppatore/i: **Eurofund**
- | Proprietà/Investitore/i: **Frasers, Eurofund Retail Holdco I Sarl**
- | Architect(s): **BroadwayMalyan, Mygg**
- | Data di apertura: **4Q 2027**
- | Totale GLA: **34.111m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **72**
- | Bacino di utenza: **390.000 ab. (fino a 30')**

### D E S C R I Z I O N E

Centro Marche nasce dal refurbishment e ampliamento di Grotte Center per diventare l'unico Retail & Leisure Resort della regione, con una GLA totale di 34.111 mq. Accanto a brand già presenti come Decathlon, H&M, Calliope e Terranova, arriveranno nuovi tenant nei settori F&B, fashion e leisure, tra cui Primark con uno store di oltre 3.700 mq. Il Centro offrirà spazi all'aperto pensati per far vivere a ospiti e famiglie un'esperienza unica tra shopping, gastronomia e tempo libero.

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers • Restaurant and F&B chains
- Leisure concepts • People services



## Fidelis Andria

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Refurbishment

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail/Leisure

**PRESENTATO DA**  
Svicom S.p.a. Società Benefit

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Andria**
- | Regione: **Puglia**
- | Sviluppatore/i: **Cannillo Group**
- | Proprietà/Investitore/i: **Cannillo Group**
- | Architect(s): **Studio di architettura interno della proprietà**
- | Data di apertura: **4Q 2026**
- | Totale GLA: **12.000 m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **oltre 40**
- | Bacino di utenza: **594.000 ab. (fino a 30')**

### D E S C R I Z I O N E

Fidelis Andria nasce dal completo refurbishment del centro commerciale Mongolfiera Andria. Il nuovo Centro avvia un percorso di trasformazione per rafforzare il proprio ruolo sul territorio: nuovi accessi, promenade esterna e food court rinnovata, pensata per ampliare la fruizione serale con nuovi format dedicati a ristorazione e tempo libero. Con 9 nuove attività food e 7 medie superfici, CC Fidelis rinasce come innovativo retail park indoor di circa 12.000 mq di GLA.

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers
- Restaurant and F&B chains
- Leisure concepts
- People services



## Parma Promenade

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
Refurbishment

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail/Leisure

**PRESENTATO DA**  
Svicom S.p.a. Società Benefit

[www.eurofundgroup.com/it/progetti/parma-promenade/](http://www.eurofundgroup.com/it/progetti/parma-promenade/)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Parma**
- | Regione: **Emilia Romagna**
- | Sviluppatore/i: **Eurofund**
- | Proprietà/Investitore/i: **Signal, Eurofund Retail Holdco I Sarl**
- | Architect(s): **Broadway Malyan, MYGG, Studio Zanlari**
- | Data di apertura: **4Q 2026**
- | Totale GLA: **43.885m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **75**
- | Bacino di utenza: **346.968 ab. (fino a 30')**

### D E S C R I Z I O N E

Parma Retail è un centro esistente, di circa 40.000 mq di GLA, che diventerà la prima "Promenade" all'aperto in Italia dedicata allo shopping e al leisure.

Il refurbishment punterà su sostenibilità, riduzione delle emissioni di CO2 ed efficientamento energetico.

Accanto a brand già presenti, arriveranno nuovi tenant come Primark, HalfPrice, JD Sport, Mango, Calliope, Normal, Legami, DoppioMalto e La Piadineria. Il piano terra sarà dedicato al retail, il primo piano al food & beverage, salute e fitness, con 15.000mq per leisure, indoor/outdoor e 9 campi da padel.

### COSA CERCHIAMO

- Fashion & lifestyle retailers
- Restaurant and F&B chains
- Leisure concepts



## Scalo Nizza

**TIPOLOGIA DI PROGETTO**  
New

**TIPOLOGIA DI ASSET**  
Retail

**PRESENTATO DA**  
Svicom S.p.a. Società Benefit

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Torino**
- | Regione: **Piemonte**
- | Sviluppatore/i: **Nova Coop**
- | Proprietà/Investitore/i: **Nova Coop**
- | Architect(s): **Nova Coop**
- | Data di apertura: **Maggio 2027**
- | Totale GLA: **10.000m<sup>2</sup>**
- | N° di brands/stores: **20**
- | Bacino di utenza: **1.075.000 ab. (fino a 30')**

### D E S C R I Z I O N E

Realizzato da Nova Coop, Scalo Nizza è il nuovo progetto di rigenerazione urbana dell'ex scalo ferroviario Vallino, nel centro di Torino, vicino alla Stazione di Porta Nuova. L'intervento riqualificherà oltre 32.000 mq con la presenza di residenze universitarie, aree ristorazioni e retail, servizi, spazi verdi, piazze pubbliche e nuovi collegamenti pedonali e ciclabili.

### COSA CERCHIAMO

Restaurant and F&B chains





## Fiumaranuova

### TYPE OF PROJECT

New/Extension/Refurbishment

### TYPE OF ASSET

Retail

### PRESENTED BY

Cushman & Wakefield

<https://www.cushmanwakefield.com/it-it/italy>

### DOVE/QUANDO?

- | Città: **Genova (GE)**
- | Regione: **Liguria**
- | Proprietà/ Investitore/i: **FIUMARANUOVA SRL**
- | Architect(s): **Cushman & Wakefield Project & Development Services Team**
- | Data di apertura: **2001**
- | Totale GLA: **41.000 m<sup>2</sup> circa di GLA totale Commerciale + 75.235 m<sup>2</sup> circa di Parcheggio**
- | N° di brands/stores: **oltre 120 negozi + cinema multisala + bowling + ristorazione**
- | Bacino di utenza: **Genova e Provincia**

### COSA CERCHIAMO

Fashion & lifestyle retailers • Digital Native Vertical Brands • Restaurant and F&B chains • People services • ESG service providers (Solar panel, Electric car recharging...)

### D E S C R I Z I O N E

Il Team Project & Development Services di Cushman & Wakefield dal 2019 affianca Fiumaranuova Srl con un approccio coordinato e multidisciplinare, supportando la Proprietà lungo l'intero ciclo di valorizzazione del Centro. Dalla definizione delle strategie di riqualificazione allo sviluppo di proposte ESG, dal pilotage dei brand al coordinamento progettuale e tecnico, il Team garantisce una visione complessiva e coerente. Un presidio costante che assicura qualità, controllo dei processi e capacità di adattamento ai nuovi contesti di mercato, rafforzando l'attrattività, la competitività e il ruolo del Centro sul territorio.



# Normal

## NORMAL, shopping centre 'il Centro' Arese (MI)

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

New

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

### PRESENTATO DA

C & W (U.K.) LLP Italy

[www.cushmanwakefield.com/it-it/italy](http://www.cushmanwakefield.com/it-it/italy)

### DOVE/QUANDO?

- | Città: Arese (Milano)
- | Regione: Lombardia
- | Inquilino: NORMAL
- | Data di apertura: 6 Maggio 2026
- | Totale GLA: 660m<sup>2</sup>
- | Bacino di utenza: Lombardia

### D E S C R I Z I O N E

NORMAL è un noto brand danese, nato nel 2013, focalizzato principalmente alla vendita di prodotti per la cura della persona e cosmetici di marca. Grazie ad un'importante piano di espansione, i negozi Normal sono oggi presenti con successo in dieci mercati europei con oltre 1,000 punti vendita.

C & W LLP è impegnata a rappresentare in esclusiva Normal nel loro piano di sviluppo sull'intera rete dei Centri Commerciali italiani. Grazie infatti alla profonda conoscenza del mercato Retail, C & W LLP ha portato Normal all'apertura di 15 punti vendita, tra cui il nuovo negozio sito all'interno del Centro Commerciale 'Il Centro' ad Arese e anche il loro primo flagship store su strada in Via Torino a Milano nel Dicembre 2025.

Il futuro Retail di Normal in Italia è ambizioso e concreto. Il target è di raggiungere l'apertura di 40 punti vendita entro la fine del 2026. C & W LLP è onorata di poterli assistere in questa missione.



## Store Pop Mart – Via Del Corso 11, Rome

### TIPOLOGIA DI PROGETTO

New

### TIPOLOGIA DI ASSET

Retail

### PRESENTATO DA

Cushman & Wakefield

[www.cushmanwakefield.com/it-it/italy](http://www.cushmanwakefield.com/it-it/italy)

### DOVE/QUANDO?

| Città: Roma

| Regione: Lazio

| Sviluppatore/i: POP MART ITALY S.R.L.

| Architect(s): Cushman & Wakefield Project & Development Services Team

| Data di apertura: 26 novembre 2025

| Totale GLA: 350m<sup>2</sup>

| Bacino di utenza: Roma / Lazio

### D E S C R I Z I O N E

Cushman & Wakefield ha supportato POP MART nell'apertura dello store in Via del Corso 511 a Roma. L'operazione ha coinvolto i team Retail e Project & Development Services, dalla ricerca della location alla progettazione e gestione dei lavori. Il negozio supera i 350 mq complessivi, con oltre 160 mq di area vendita su due livelli, in una posizione ad alta visibilità. Il progetto conferma l'approccio integrato della società nel retail real estate e la capacità di valorizzare brand internazionali in contesti urbani di prestigio.

### COSA CERCHIAMO

Retailtainment

**mapic**<sup>®</sup>  
Retail Leasing Hub **ITALY**

**27-28**  
**MAGGIO**  
**2026**

RHO  
FIERA  
MILANO

**10**<sup>a</sup>  
EDIZIONE

**LinkedIn**

Follow us on LinkedIn

**@MAPIC**