

## A&F Focus Real estate

Il caso

# Giardini, servizi e bellezza “Così la rinascita a Milano”

MILANO

**Nhood** è la capofila dell'operazione che trasformerà piazzale Loreto da zona trafficata in un luogo verde capace di integrare cultura e utilità

“**O**rmai non è una questione di opportunità, ma di necessità. Non vediamo un futuro per l'immobiliare senza impronta sostenibile. Lo richiede la domanda di consumatori e aziende, lo impone l'evoluzione normativa, ma soprattutto il senso di responsabilità che avvertiamo come operatori economici».

Marco Balducci, amministratore delegato di **Nhood** Italia, indica così la visione di mercato della società specializzata nella riqualificazione urbana e nell'immobiliare commerciale. Una realtà che attualmente opera in circa 50 asset tra centri e parchi commerciali, con un fair value asset di 2 miliardi di euro solo nel nostro Paese (arrivano a 8 miliardi con i quasi 300 asset dislocati in 10 mercati europei).

La denominazione attuale è stata assunta a inizio anno, a valle della fusione tra **Ceetrus** e Nodi, due società del gruppo Afm, al quale fanno capo, tra gli altri, aziende come Decathlon, Leroy Merlin e Bricoman.

### LA SPINTA DELLA PANDEMIA

La stagione pandemica sta accelerando i cambiamenti che da tempo covavano nel mercato. «Nella drammaticità della situazione sono venute a galla nuove esigenze fino a poco fa poco avvertite – racconta Balducci – Da qui la necessità anche per noi operatori di ripensare il nostro ruolo nell'immobiliare, in modo da trasformare gli spazi e i quartieri in luoghi di vita a uso misto (abitazione e lavoro), sostenibili e accoglienti, a disposizione di tutti i cittadini». Necessità che si sposano con la bussola della sostenibilità, che **Nhood** – attiva in filoni di business che vanno dall'asset al property management, dalla data analysis alla consulenza per terzi – declina in quattro filoni. I primi due sono il benessere dei colla-

boratori, che possono contare su un welfare avanzato per favorire parità di condizioni tra i generi, e quello delle persone che vanno ad abitare o lavorare negli immobili oggetto di trasformazione, puntando sulla animazione, efficienza ed inclusività degli ambienti.

Quindi la lotta ai cambiamenti climatici con l'adozione di politiche aziendali orientate a ridurre le emissioni inquinanti nell'ambiente e a produrre energia da fonti rinnovabili. Infine l'attenzione alle comunità e ai territori oggetto degli interventi. «Ogni lavoro è preceduto da una lunga fase di studio e quindi di confronto con le persone che abitano o frequentano i luoghi sui quali andremo a operare. È una fase di ascolto dei territori non sempre facile, ma indispensabile per realizzare progetti condivisi».

Principi che trovano applicazione nel progetto che ha da poco vinto il bando del Comune di Milano per riqualificare Piazzale Loreto. **Nhood** è infatti la capofila di Loc – Loreto Open Community, che trasformerà la piazza meneghina, oggi principalmente snodo grigio del traffico urbano, in un luogo verde capace di integrare cultura, utilità per i cittadini e il mondo dei servizi, bellezza dal punto di vista estetico e sostenibilità ecologica. «Le popolazioni interessate – residenti, commercianti e cittadini – e i rappresentanti delle associazioni dei quartieri sono stati coinvolti dalla fase pre-progettuale e il loro coinvolgimento sarà garantito anche nelle fasi di co-progettazione e di realizzazione, grazie a visite guidate e attività, online e in loco. Le abbiamo invitate a partecipare collettivamente a questa trasformazione attraverso una chiamata già aperta sul nostro sito».

### LA TRASFORMAZIONE

Il progetto è stato presentato con un'installazione green tra le più apprezzate nel recente Supersalone di Milano. L'installazione, intitolata “Let's Break it Up!”, realizzata dallo studio di consulenza paesaggistica Land, ha colto il cuore e il simbolo di quella che sarà la Foresta Urbana nella parte centrale della piazza, dove saranno piantumati alberi che contribuiranno alla riduzione dell'inquinamento, oltre ad aree verdi e superfici d'acqua che andranno a ridurre l'effetto isola di calore.

Inoltre **Nhood**, grazie alla partnership con Forestami, donerà i 500 alberi della futura piazzale Loreto e ne acquisterà ulteriori 500 che saranno piantumati lungo le strade attorno alla piazza accogliendo le proposte delle associazioni di zona coinvolte.

Un impatto green e sociale che, assicura l'ad di **Nhood** Italia, insieme alle altre caratteristiche del progetto, produrrà valore anche sul fronte economico. «Secondo quanto certificato da una società terza specializzata, il progetto produrrà un valore sociale pari a quattro volte il valore dell'investimento iniziale (60 milioni di investimento producono circa 250 milioni di valore sociale Sroi: Social return on investment, ndr) tra accrescimento di prezzo degli immobili circostanti, benessere delle persone derivante



Superficie 47 %

da una migliore viabilità e l'atteso incremento dei consumi legato al piacere di frequentare un luogo più sostenibile del passato». I cantieri apriranno nel 2023, con chiusura due anni dopo. - **I.d.o.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2

MILIARDI

Il fair value dei 50 asset di **Nhood** Italia, tra centri e parchi commerciali

250

MILIONI

160 milioni di investimento producono circa 250 milioni di valore sociale

Il personaggio



**Marco Balducci**  
ad di **Nhood** Italia