

# Apri CityLife Shopping District, il distretto commerciale più grande d'Italia

Foto©Martina Scaravati

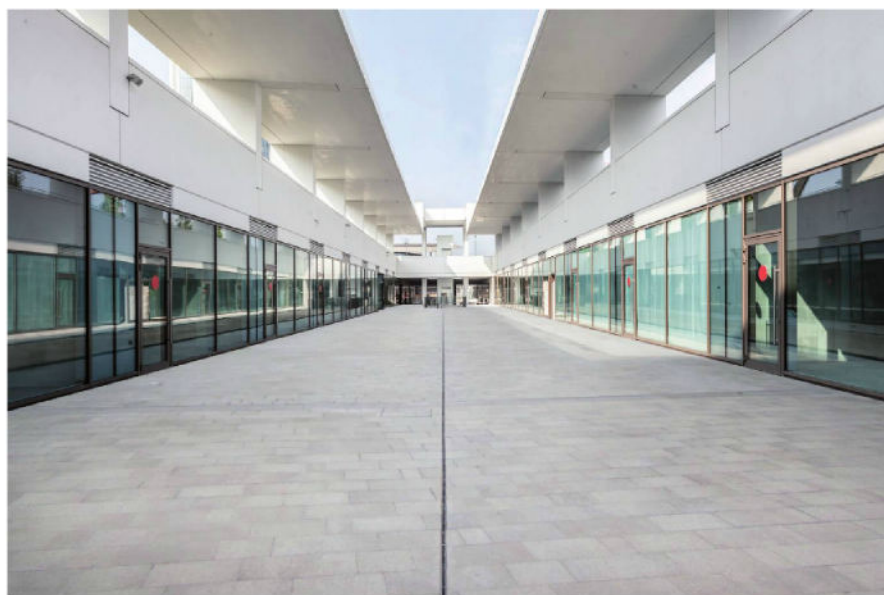
**H**a aperto le porte **CityLife Shopping District**, il distretto commerciale urbano più grande e innovativo in Italia, pronto ad accogliere i visitatori in un ambiente unico, con un'offerta commerciale distintiva e attrazioni per il tempo libero, il benessere e lo shopping: un nuovo mondo nel cuore di Milano. Anima pulsante di CityLife, lo Shopping District offre ad un bacino di utenza di 700.000 persone 100 unità dedicate allo shopping, alla ristorazione, ai servizi, al tempo libero e all'intrattenimento, accuratamente selezionate da Sonae Sierra in linea con il posizionamento premium e l'innovativo contesto in cui si inseriscono.

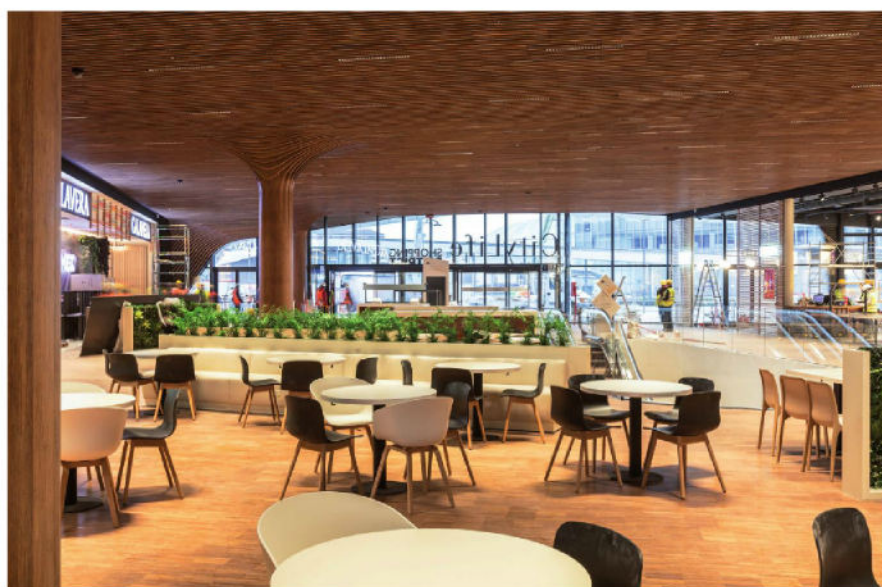
## Un'offerta commerciale eterogenea e di qualità

CityLife Shopping District offre ai suoi visitatori la possibilità di conoscere numerosi nuovi brand per il mercato italiano, e ritrovarne altri già noti e apprezzati. Nel segmento dedicato alla casa e alla tecnologia trovano spazio, tra gli altri, il primo flagship store europeo di Huawei e i negozi per la casa HABITAT e Democracy Design. Tra le insegne di questa categoria, è presente un altro grande operatore della telefonia, R-store Apple Premium Reseller. Il segmento dedicato alla salute e al benessere vanta la prima apertura mondiale del salone Nashi Argan, dedicato alla cura dei capelli e della pelle, la prima clinica estetica Juneco e Drogerie Markt (DM), specializzato in cura della persona e della casa, cosmetica naturale e alimentazione bio. Numerosi e prestigiosi brand rappresentano il settore moda e accessori. Per quanto riguarda il segmento food, lo Shopping District ospita il debutto in Italia del ristorante Fresh Mex Calavera e lo steak restaurant Roadhouse Meatery (due nuovi ed esclusivi format della catena Roadhouse del gruppo Cremonini), e l'american bar East River – Brooklyn Brewery, che trovano spazio nella foodhall del mall coperto. Questa zona è caratterizzata da sorprendenti giochi architettonici frutto del genio di Zaha Hadid, e si apre direttamente sul verde del parco di CityLife.

CityLife Anteo rappresenta il cuore dell'offerta entertainment dello Shopping District. Posto all'interno del mall, offre una programmazione di altissima qualità con le sue 7 sale proiezione per una capienza complessiva di 1.200 posti.

**Armando Borghi, CEO di CityLife**, ha dichiarato: *"Siamo orgogliosi di poter annunciare l'apertura di CityLife Shopping District. Il più innovativo distretto commerciale italiano che con la sua offerta di food, fashion ed entertainment andrà ad integrarsi perfettamente con la parte residenziale e le torri*





uffici disegnate da tre straordinari architetti. CityLife rappresenta sempre più un esempio di come Milano ha saputo rigenerarsi ed offrire un nuovo modo di vivere la città”.

**José Maria Robles, Direttore Property Sierra Italia**, ha aggiunto: *“Il distretto commerciale di CityLife, oltre ad essere collocato in una location davvero suggestiva, è in grado di soddisfare il visitatore grazie ad un’ampia e selezionata scelta di insegne premium, riuscendo inoltre ad anticipare i trend del settore attraverso la presenza di operatori nuovi al mercato dei centri commerciali. Con un impegno costante nel tempo, CityLife Shopping District continuerà a distinguersi sul mercato e a sorprendere il cliente ad ogni sua visita attraverso un tenant mix sempre attuale e un’accurata offerta entertainment durante tutto l’anno”.*

### **Un progetto firmato dai più prestigiosi studi di architettura**

Il layout del progetto si sviluppa attraverso tre componenti architettoniche distinte: la galleria commerciale su tre livelli progettata da **Zaha Hadid Architects**; la Piazza Tre Torri progettata da One Works; ed infine una shopping street pedonale open-air progettata dall’**Arch. Mauro Galantino**, naturale e simbolica porta di accesso allo Shopping District dalla zona residenziale e dal resto della città. Un ulteriore elemento distintivo è il parco di CityLife, il secondo più grande di Milano, che si sviluppa intorno all’intero progetto su una superficie di circa 170.000 mq, ed offre ai visitatori un’area verde chiusa al traffico nella quale passeggiare, fare sport, giocare e ritrovare il contatto con la natura pur essendo in centro città. L’intero progetto è servito dalla nuova linea della Metropolitana linea Lilla (M5), con la fermata Tre Torri collocata nell’omonima Piazza, e dal trasporto pubblico di superficie. Saranno inoltre disponibili circa 1.500 posti auto per chi accederà allo Shopping District in macchina.