

EMPRESAS

IMOBILIÁRIO

Castro investe 20 milhões e converte ex-fábrica de leite em “smart park”

O grupo imobiliário bracarense que é o parceiro da Farfetch na promoção do Fuse Valley, em Matosinhos, vai transformar a antiga unidade da Lactogal neste concelho num centro empresarial, com cerca de 18 mil metros quadrados. E já tem nome.

RUI NEVES

ruineves@negocios.pt

Spark – Smart Park Matosinhos. Este é o nome do empreendimento que vai resultar da reabilitação de uma das primeiras unidades industriais da produtora de leite Lactogal, cuja construção decorreu entre 1964 e 1967, tendo sido descontinuada a partir de 2009. Esta carcaça industrial foi comprada pelo Castro Group, grupo que se dedica ao investimento imobiliário, e que vai converter aquela antiga fábrica num centro empresarial.

Sem querer detalhar muito o projeto, Paulo Castro, CEO do Castro Group, revelou ao Negócios que o investimento no Spark – Smart Park Matosinhos, localizado em Leça do Balio e que terá 18 mil metros quadrados, está estimado em aproximadamente 20 milhões de euros. Já o nome “Spark Matosinhos” pretende refletir o conceito idealizado para este complexo – “um edifício mais inteligente, voltado para as pessoas que o ocupam – ‘smart buildings’ – e que, simultaneamente, está conectado com o planeta”.

Por ora, o Castro Group avançou que o concurso de ideias – que tinha como objetivo “encontrar a a melhor solução arquitetónica para a adaptação dos edifícios existentes a novos usos destinados a escritórios e serviços, mantendo a sua arquitetura industrial” – contou com seis gabinetes de arquitetura nacionais, tendo o vencedor sido o Paulo Merlini Architects.

“Neste concurso tivemos propostas de grande qualidade, onde



O Spark - Smart Park Matosinhos, numa imagem da fase de concurso ganho pelo gabinete Paulo Merlini Architects.

o projeto apresentado pelo Paulo Merlini se destaca, uma vez que vai ao encontro daquilo que são os valores do grupo e dos projetos onde queremos deixar a nossa marca”, frisou Paulo Castro, realçando que no mesmo “foi privilegiada a reabilitação do existente e onde a nova construção surge enquadrada de forma harmoniosa”.

Intervenção pouco invasiva neste “gigante adormecido”
Já Paulo Merlini, fundador e CEO do gabinete da proposta selecionada, confidenciou que, “ainda que uma das diretrizes do concu-

so fosse a ampliação da área de construção para o dobro da original, procuramos que a nossa intervenção fosse o menos invasiva possível, dando destaque a este gigante adormecido”, enfatizou.

Segundo Paulo Castro, o gabinete escolhido “foi capaz de apresentar uma abordagem onde se destaca o cuidado pela idealização de espaços que conciliam a qualidade do trabalho com a qualidade de vida e bem-estar dos seus utilizadores”.

Simultaneamente, acrescentou o CEO do Castro Group, “encontraram na natureza o mote

para potenciar e dinamizar a zona envolvente através da criação de praças abertas à comunidade e de serviços que criam um ambiente fluido e sinérgico entre o interior e o exterior”.

Recorde-se que o Castro Group é o parceiro da Farfetch na promoção do Fuse Valley, o futuro vale tecnológico que também irá nascer em Matosinhos, nos próximos quatro anos, onde o grupo bracarense será o promotor de um total de 24 edifícios – entre outras valências, terá escritórios, apartamentos, um hotel e espaços para comércio e serviços. ■

“

Será um edifício mais inteligente, virado para as pessoas que o ocupam, e conectado com o planeta

PAULO CASTRO
CEO do Castro Group