



IL BIG GLOBALE DELL'ARCHITETTURA

Populous disegna grandi arene iconiche e rivoluziona gli eventi

A dare una risposta a chi si interroga sulle opportunità di mercato in Italia per la progettazione di impianti sportivi arriva Populous, studio globale di architettura e design che crea luoghi di ritrovo iconici, come Tottenham Hotspur Stadium, Coca-Cola Arena a Dubai e O2 Arena a Londra. E che da settembre ha un ufficio a Milano.

Il colosso americano ha 21 uffici in quattro continenti e oltre 700 collaboratori, progetti per un valore da 40 miliardi di dollari e in Italia è guidato da Silvia Prandelli. «Oggi siamo in cinque, ma dal Regno Unito altre 15 persone lavorano su progetti italiani, entro il 2022 contiamo di arrivare a 20 unità investendo su chi conosce bene il mercato italiano e le sue evoluzioni, portando in dote il know how internazionale. Non siamo solo uno studio che progetta grandi stadi – dice Prandelli nel suo ruolo di principal Populous Italia – guardiamo a 360 gradi il mondo dell'intrattenimento, mettendo al centro le persone, dalla scala del quartiere nei piccoli centri al grande impianto. Arriviamo anche alla progettazione di eventi studiando come attirare le persone per far vivere loro delle esperienze uniche».

I clienti (al momento riservati per quanto riguarda il mercato italiano) sono privati e pubblici. Non c'è solo la "cattedrale" per il nuovo stadio di Milano, una delle due opzioni in lizza per la prossima casa di Inter e Milan. «Grande attenzione oggi si riscontra per la domanda di arene e palazzetti per la musica. A Manchester – racconta l'ingegner Prandelli – stiamo completando la Co-op Live Arena per Oak View Group che ha l'ambizione di introdurre una nuova generazione di luoghi che sposano tecnologia, sostenibilità e multifunzionalità». Musica, sport e intrattenimento insieme per rigenerare pezzi di città. «Sarà un'arena a basse emissioni di carbonio e a basso spreco, con l'obiettivo di inviare in discarica zero rifiuti operativi, sulla scia di quella che abbiamo ultimato a Seattle, la Climate Pledge Arena». Spazi inclusivi e luoghi ad alta sostenibilità: non mancano artisti come i Coldplay, per fare un esempio, che guardano con impegno al tema dell'ambiente, anche interrogandosi su come i fan raggiungano l'evento, ricorda Prandelli, e questo spinge developer, promotori e progettisti a

sperimentare nuove soluzioni.

Da Italia 90 a oggi pochi impianti sportivi sono stati aggiornati, la riqualificazione delle infrastrutture è ormai urgente. Al bisogno contingente si uniscono i finanziamenti del Pnrr e l'interessamento di investitori che guardano con interesse l'Italia. «Non ci sono ricette valide per tutte le situazioni – commenta Prandelli – ogni volta va ascoltato il territorio e soddisfatte le necessità locali. Le parole chiave restano sostenibilità e inclusività. Le sfide? Il binomio health and happiness, intervenendo già a livello di masterplanning e non solo sui singoli contenitori».

L'investimento nella ricerca paga anche il real estate: per il Tottenham, prima della riqualificazione il costo medio a persona a partita era tre sterline, poi è salito a 13. Si è puntato a una clientela diversificata con un birrifico artigianale per tutte le età, un ristorante con una stella Michelin o più in generale con percorsi accessibili per famiglie e persone fragili.

—P. Pic.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

