

L'occasione determinata dalla candidatura e dalla successiva assegnazione di Expo 2015 a Milano rappresenta uno spunto interpretativo e progettuale al tema della filiera alimentare. L'Expo è un'Esposizione Universale di natura non commerciale organizzata dallo Stato vincita la partecipazione di altri Stati invitati dal Paese ospitante, tramite canali diplomatici. L'Expo viene realizzato in un sito appositamente attrezzato ed è un'occasione di incontro e condivisione di un'esperienza unica da parte di partecipanti e visitatori, attraverso la conoscenza e la sperimentazione innovativa del tema preposto.

L'Expo che si terrà a Milano dal 1 Maggio al 31 Ottobre 2015 tratta come temi i grandi problemi legati allo SVILUPPO SOSTENIBILE. Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita è lo slogan che include tutto ciò che riguarda l'alimentazione, dal problema della carenza di cibo per alcune zone del mondo a quello dell'educazione alimentare passando per le tematiche legate agli OGM. L'alimentazione è l'energia vitale del Pianeta necessaria per uno sviluppo sostenibile basato su un corretto e costante nutrimento del corpo, sul rispetto delle pratiche fondamentali di vita di ogni essere umano, sulla salute.

La genuinità e la diffusione di prodotti agro-alimentari è innanzi tutto una necessità sociale, oltre a rappresentare un importante valore economico. Centrale è il ruolo del territorio, in quanto la qualità e la genuinità del cibo vanno di pari passo con la tradizione consolidata nelle attività di coltivazione e di allevamento dei popoli e delle comunità locali, frutto d'esperienze millenarie sulle quali oggi si innestano forti innovazioni scientifiche e tecnologiche. Le istituzioni pubbliche, le imprese private, le associazioni umanitarie, le organizzazioni non governative, le rappresentanze dei consumatori e dei produttori promuovono, lungo l'intera filiera agro-alimentare, lo sviluppo dei sistemi economici e sociali di tutto il Pianeta.

L'Expo riconosce un ruolo centrale all'innovazione in tutta la filiera alimentare, affinché ognuna delle fasi produttive possa aggiungere valore, in termini di produttività, e di salvaguardia delle caratteristiche naturali di qualità, sapore ed elementi nutritivi. I principali settori di sviluppo di questo sottotema, riguarderanno in particolare: la produzione di base la prima trasformazione del prodotto agricolo il confezionamento la logistica e lo stoccaggio il trasporto e la distribuzione la vendita al dettaglio la preparazione degli alimenti e la ristorazione. L'Expo sarà un'occasione per presentare le sperimentazioni in corso, nella produzione, nel commercio e nella ristorazione di massa, finalizzate a innovare il trattamento degli alimenti, nella loro conservazione e nella loro commestibilità, conciliando la sicurezza con la preservazione dei principi nutritivi e delle proprietà organolettiche dei cibi e delle bevande.

**TIPOLOGIA DEI PRODOTTI DI VENDITA: FILIERA CORTA E IL KM. 0**

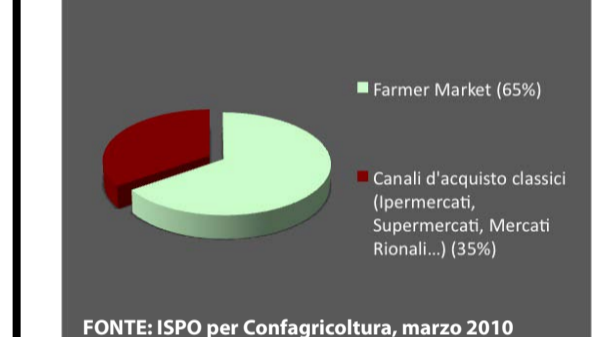
Come tipologia di prodotti di vendita si è optato per generi alimentari italiani biologici e a filiera corta, cioè quelle attività che diminuiscono il numero degli intermediari commerciali tra produttore e consumatore, riducendo il prezzo finale pur ottenendo un prodotto di elevata qualità. Tale scelta deriva da una tendenza riscontrata negli ultimi anni, acquisto di prodotti di alta qualità con un'attenzione al risparmio.



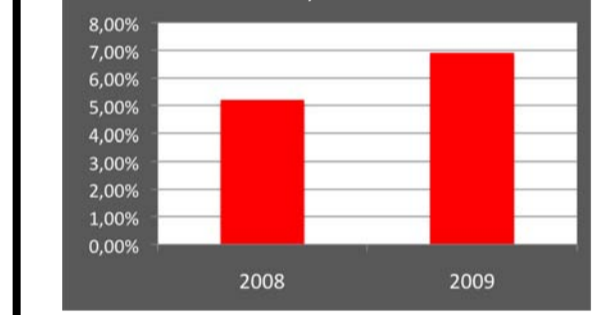
**INDAGINE CONOSCITIVA SUI CANALI D'ACQUISTO**



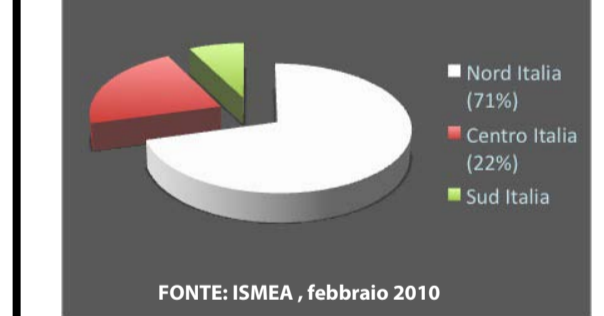
**PREVISIONE FUTURA SULLA SCELTA DEI CONSUMATORI SUI CANALI D'ACQUISTO**



**ACQUISTO PRODOTTI BIOLOGICI**



**MERCATO BIOLOGICO IN ITALIA**



Vi è il tentativo di offrire a un pubblico ampio cibi di alta qualità a prezzi sostenibili comunicando, al tempo stesso, i criteri produttivi, il volto e la storia di tanti produttori che costituiscono il valore aggiunto dell'eno-gastronomia italiana. Ciò è ampiamente sostenuto con forza da Slow Food, associazione internazionale fondata nel 1986 a Bra (CN), che ha come missione promuovere, diffondere e studiare la cultura del cibo. Una delle sue principali attività è sostenere e tutelare le piccole produzioni agroalimentari di eccellenza a rischio di estinzione e promuovere tecniche di lavorazione tradizionali.

**MULTIFUNZIONALITA'**

Il nuovo format enogastronomico proposto aspira ad avere un carattere di multifunzionalità, non limitandosi all'esclusiva vendita di generi alimentari come un comune supermercato: ma offrendo la possibilità di consumare sul posto cibi pronti, più comunemente definiti da asporto, e soprattutto di godere dei menù preparati al momento dai diversi ristoranti tematici presenti al suo interno.



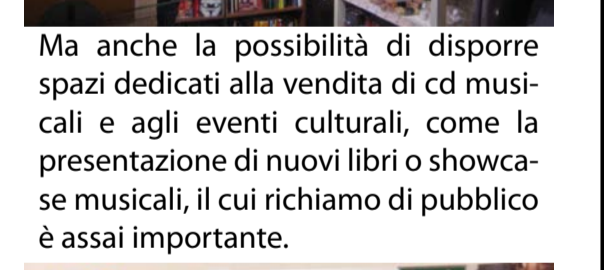
Oltre ad essere un mercato destinato alla vendita e alla ristorazione, il nuovo format si propone di essere un luogo dedicato alla didattica dove il consumatore, visitandolo, può compiere un percorso di avvicinamento e comprensione dei cibi e delle bevande di alta qualità.



Questa idea si può sintetizzare in una formula **comprare, mangiare e imparare.**



Un'ulteriore articolazione del concetto di multifunzionalità è la possibilità di abbinare l'offerta descritta in precedenza con catene distributive non alimentari, come per esempio La Feltrinelli o la Coop Librerie per quanto riguarda il campo dell'editoria.



**SOSTENIBILITA' ENERGETICA E AMBIENTALE**

Sostenibile è quella forma di sviluppo che risponde alle esigenze del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie. Da queste considerazioni nasce la necessità di un ripensamento radicale della logica costruttiva degli edifici, una trasformazione che includa tra gli obiettivi realizzare edifici energeticamente efficienti.



L'architettura bioclimatica è concepita in funzione delle caratteristiche dell'ambiente che la circonda e finalizzata al raggiungimento del confort ambientale interno, minimizzando i consumi energetici per la climatizzazione e limitando l'inquinamento dell'ambiente.



In altri termini attuando in maniera combinata le seguenti azioni:

- Riduzione del fabbisogno energetico, promuovere il risparmio di energia.
- Ottimizzazione degli impianti tecnici.
- Promozione dello sviluppo delle nuove fonti rinnovabili.

Questi principi sono alla base della progettazione degli edifici che ospitano il nuovo format enogastronomico. La sostenibilità ambientale oltre che nell'edificio si può ricercare ed ottenere anche in piccole semplici azioni come:

- L'utilizzo di sacchetti riutilizzabili o prodotti con materiale di origine vegetale.



- Impiego di carrelli e cestini per la spesa in plastica riciclata.



- Possibilità di acquistare da dei dispenser alimentari e detersivi sfusi, che ad oggi esistono solo confezionati.

**LOCALIZZAZIONE STRATEGICA**

Individuazione di un'area strategica per la realizzazione del progetto: insediamento preferibilmente all'interno della città consolidata e non lungo le arterie stradali, facilmente accessibile con il trasporto pubblico locale.



Quello che si vuole evitare è che il nuovo format genera apposti spostamenti con mezzo privato: deve invece assorbire i flussi pendolari generati da altre funzioni come quella residenziale e terziaria.



La struttura deve incoraggiare gli spostamenti pedonali e ciclabili, aumentando al massimo i fattori di sicurezza, comodità e gradevolezza.



Quest'argomento può essere visto come un'ulteriore forma di sostenibilità ambientale:

- possibile riuso efficiente di edifici esistenti dismessi o di scarso valore



- estensione del ciclo di vita delle infrastrutture.



Adiconsun, sostiene che la corsa sfrenata agli ipermercati non risponde più alle caratteristiche della domanda. Molte grandi catene transalpine oggi aprono molti più punti di medie dimensioni rispetto al passato.



**LA VOCAZIONE PUBBLICA DELLO SPAZIO COMMERCIALE**

La posizione all'interno della città e l'orario di apertura molto dilatato (tutti i giorni e aperture serali) fa in modo che l'insediamento commerciale assuma un ruolo d'interesse pubblico e civico, oltre che economico, producendo qualità urbana e servizio di vicinato per le comunità locali.



La prossimità è valore aggiunto che può contribuire in maniera determinante al miglioramento delle qualità della vita; creare le condizioni per degli scambi sociali, anche sfuggenti, o un'occasione per coltivare relazioni, tra persone che lavorano o abitano in quella determinata zona urbana.



Per i consumatori di oggi la proposta dell'integrazione non costituisce solo un fattore di maggiore efficienza dei processi di consumo ed acquisto, sia per aspetti di tipo logistico che sul piano cognitivo, ma rappresenta un elemento che fornisce una moderna risposta alla ricerca di forme di "shopping ricreativo" nello spazio pubblico, dove il prodotto commerciale si integra facilmente con il divertimento e l'intrattenimento, nella misura in cui le due dimensioni coesistono in virtù della gestione del proprio tempo da parte dell'acquirente.

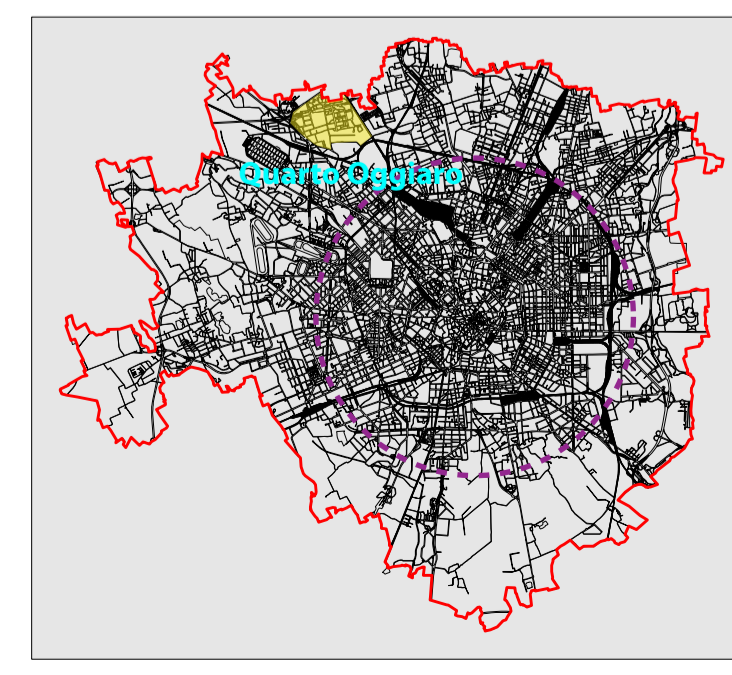


In tal modo lo shopping può essere percepito come una modalità di impiego del tempo libero cui si associano creatività e gratificazione. È dunque questa una visione che costituisce la tradizionale concezione di luogo del commercio per aprire le porte a pratiche di progettazione di moderni format commerciali che ne riconoscano i molteplici aspetti e ruoli all'interno della città (il commercio come servizio al territorio, come luogo di consumo e divertimento, come spazio di socializzazione ed aggregazione, come "nuova polarità urbana") nonché gli effetti sociali.



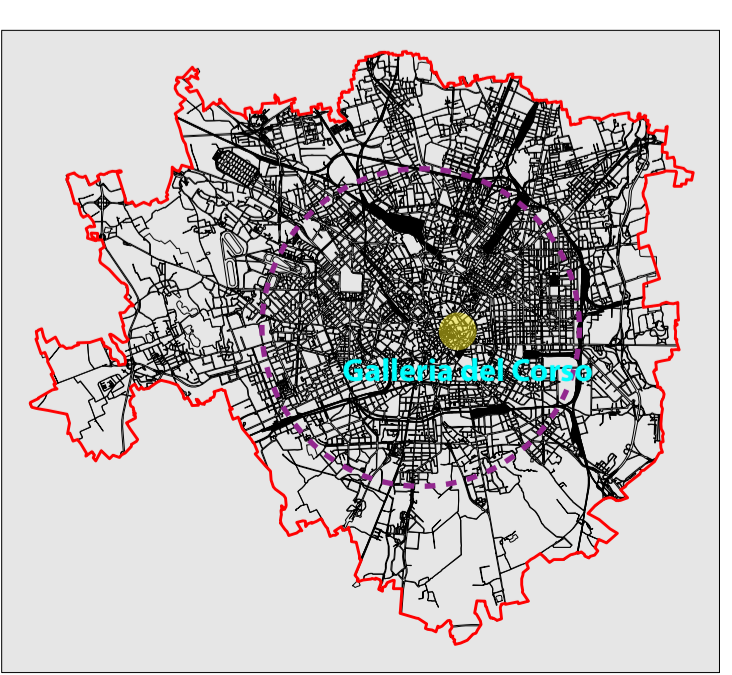
CASI DI STUDIO	CATEGORIE							
	Collocazione	Tipologia intervento	Inserimento dello spazio di vendita	Accessibilità	Superficie di vendita	Area parcheggi	Peculiarità del punto vendita	Buone pratiche progettuali
Stati Uniti d'America								
Balducci's, NYC, NY	Urbana	Recupero edificio esistente (ex spazio bancario)	Collocato in un edificio a se stante	Le fermate del metro e degli autobus sono adiacenti all'edificio	4.877 m <sup>2</sup> disposti su un unico piano di vendita	Non è stata prevista nessuna superficie destinata ai parcheggi	Vendita di prodotti di alta qualità	Intervento impiantistico non invasivo, arredo high-tech
H. Teeter, Charlotte, NC	Urbana	Ristrutturazione spazio di vendita in disuso	Collocato in un complesso plurifunzionale (residenziale-terziario-commerciale)	La fermata dell'autobus è adiacente al complesso	5.486 m <sup>2</sup> disposti su un unico piano di vendita	Parcheggi a raso (5.486 m <sup>2</sup> )	Ambiente fresco e giovanile, superfici traslucide	Attento studio degli spazi di vendita, design innovativo, illuminazione naturale
Whole Foods, NYC, NY	Urbana	Ex-novo	Collocato in un complesso plurifunzionale (residenziale-terziario-commerciale)	Le fermate del metro e degli autobus sono adiacenti all'edificio	17.983 m <sup>2</sup> disposti su due piani di vendita	Non è stata prevista nessuna superficie destinata ai parcheggi	Orario di apertura (08:00-23:00), vendita di prodotti biologici	Format di vendita plurifunzionale ampia area per il ristoro
Whole Foods, Oakland, CA	Urbana	Recupero edificio esistente (ex concessionario di automobili)	Collocato in un edificio a se stante	La fermata dell'autobus è in prossimità dell'edificio	15.240 m <sup>2</sup> disposti su un unico piano di vendita	n° 200 posti auto a raso	Orario di apertura (08:00-22:00), vendita di prodotti biologici	Rispetto delle caratteristiche estetiche dell'edificio dismesso, pianta libera
Europa								
A. Heijn, Zaanstad, Olanda	Urbana	Ex-novo	Collocato in un spazio plurifunzionale (commerciale-ricreativo)	La fermata dell'autobus è adiacente allo spazio commerciale	1.500 m <sup>2</sup> disposti su un unico piano di vendita	n° 120 posti auto a raso	Luogo di aggregazione sociale, vincitore di numerosi riconoscimenti	Uso dello spazio sottostante al viadotto, valorizzazione del luogo
Mercator, Lubiana, Slovenia	Urbana	Recupero edificio esistente (ex mattatoio)	Collocato in un edificio a se stante	Non è presente alcuna stazione adiacente allo spazio di vendita	4.000 m <sup>2</sup> disposti su un unico piano di vendita	n° 50 posti auto a raso	Ambiente fresco che punta alla clientela giovanile	Budget ridotto, peculiarità degli ornamenti posti in facciata
Mpreis, Matri, Austria	Suburbana	Ex-novo	Collocato in un edificio a se stante	La fermata dell'autobus è adiacente al punto di vendita	1.567 m <sup>2</sup> disposti su un unico piano di vendita	4.400 m <sup>2</sup> di superficie posti auto a raso	La forma rieccheggia una navicella spaziale adagiata sul terreno, superfici traslucide	Rapporto con il contesto, tetto giardino, ampie vetrate
N&F, Thening, Austria	Urbana	Ex-novo	Collocato in un edificio a se stante	La fermata dell'autobus è adiacente al punto di vendita	439 m <sup>2</sup> disposti su un unico piano di vendita	n° 32 posti auto a raso	Design minimale, uso di carrelli e materiali plastici riciclati	Edificio eco-sostenibile, studio bio-climatico, impianto fotovoltaico.
Italia								
Auchan, Nola (NA)	Suburbana	Ex-novo	Collocato in un complesso plurifunzionale (residenziale-terziario-commerciale)	Viene offerto un servizio di collegamento con la città di Nola	13.500 m <sup>2</sup> disposti su un unico piano di vendita	n° 8000 posti auto a raso	centro plurifunzionale super luogo di ritrovo piazza=agorà	Rapporto con la morfologia e le attività, relazione natura reale e artificiale
Carrefour, Belpasso (CT)	Suburbana	Ex-novo	Collocato in un aggregato commerciale	Viene offerto un servizio di collegamento con la città di Catania	18.500 m <sup>2</sup> disposti su un unico piano di vendita	n° 8000 posti auto a raso e in un autosilo	centro polifunzionale, luogo di ritrovo, valorizzazione del contesto	Rapporto con la morfologia esistente, rapporto contesto-vetro-acqua
Eataly, Torino (TO)	Urbana	Recupero edificio esistente (ex Carpano)	Collocato in un complesso plurifunzionale (residenziale-terziario-commerciale)	La fermata dell'autobus è adiacente al complesso	11.000 m <sup>2</sup> disposti su due piani di vendita	n° 535 posti auto a raso	Orario di apertura (09:00-22:00), vendita di prodotti di alta qualità.	Intervento conservativo, valorizzazione preesistenze mix vendita e ristorazione
Simply Sma, Milano (MI)	Urbana	Ristrutturazione spazio di vendita	Collocato in un edificio a se stante	La fermata dell'autobus è adiacente al supermercato	2.500 m <sup>2</sup> disposti su due piani di vendita	n° 115 posti auto a raso	Supermercato ecosostenibile ed eco attento, vendita prodotti sfusi	Risparmio energetico materiali riciclati impianto fotovoltaico

LINEE GUIDA PROGETTUALI



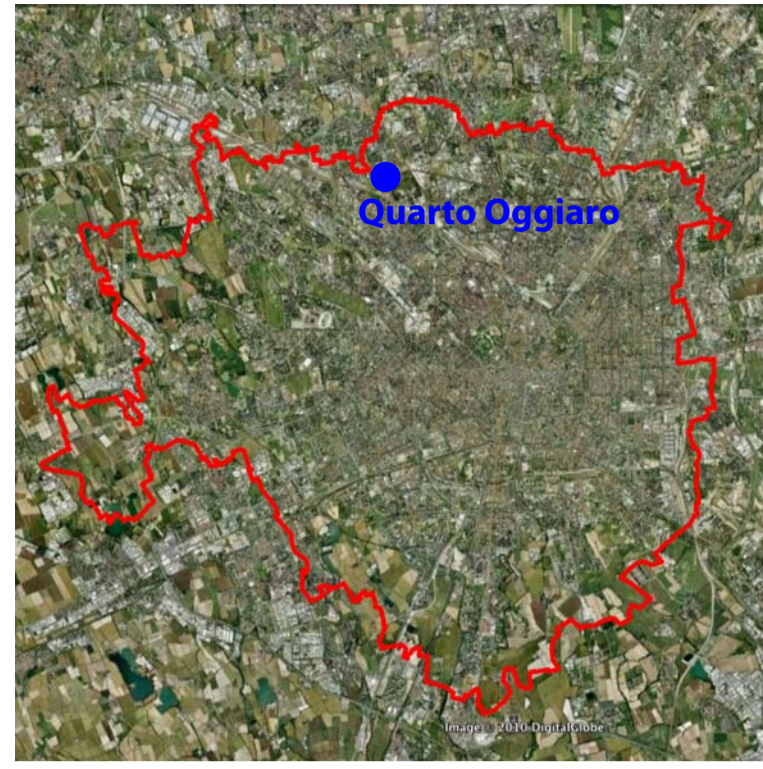
**AMBITI PROGETTUALI NEL TESSUTO URBANO DI MILANO**

Dopo aver individuato le linee guida progettuali per un nuovo format enogastronomico, ho provato ad applicarle al tessuto urbano milanese, individuando due possibili ambiti di localizzazione: un nucleo storico centrale e una zona periferica. La selezione è ricaduta, per quanto riguarda il primo caso, sul centro storico di Milano, all'incrocio dell'asse di C.so Vittorio Emanuele; per il secondo ambito si è focalizzata l'attenzione sul quartiere di Quarto Oggiaro. Il nucleo storico di Milano, a partire dalla fine degli anni novanta, ha vissuto una notevole trasformazione: a causa degli affitti molto alti, le residenze hanno lasciato il posto agli uffici, con il conseguente spopolamento di questa parte di città dopo l'orario di chiusura degli esercizi commerciali e terziari. A seguito di questo si è assistito anche alla chiusura di molte attività culturali come cinema e teatri. Localizzando qui il nuovo format enogastronomico penso sia un intervento che possa rivitalizzare il quartiere, sollecitando le persone che lavorano e che fanno acquisti, ad intrattenersi e a non spostarsi in altre zone della città. Quarto Oggiaro è notoriamente un quartiere con esteso degrado sociale a causa degli episodi di microcriminalità e la difficile integrazione multietnica. Attualmente è oggetto del Programma di Recupero Urbano (PRU) Palazzi - Quarto Oggiaro. Il mio intento è quello di fornire un servizio di interesse pubblico in grado di riqualificare il quartiere. Il passo successivo è stato l'individuazione dei contenitori dove collocare l'intervento: per il primo ambito ho scelto lo spazio dell'ex multisala Excelsior-Mignone nella Galleria del Corso, ormai dismessa dal 2007; per il secondo ambito il mercato coperto di via Traversi a Quarto Oggiaro, con l'intento di potenziare la sua offerta commerciale.



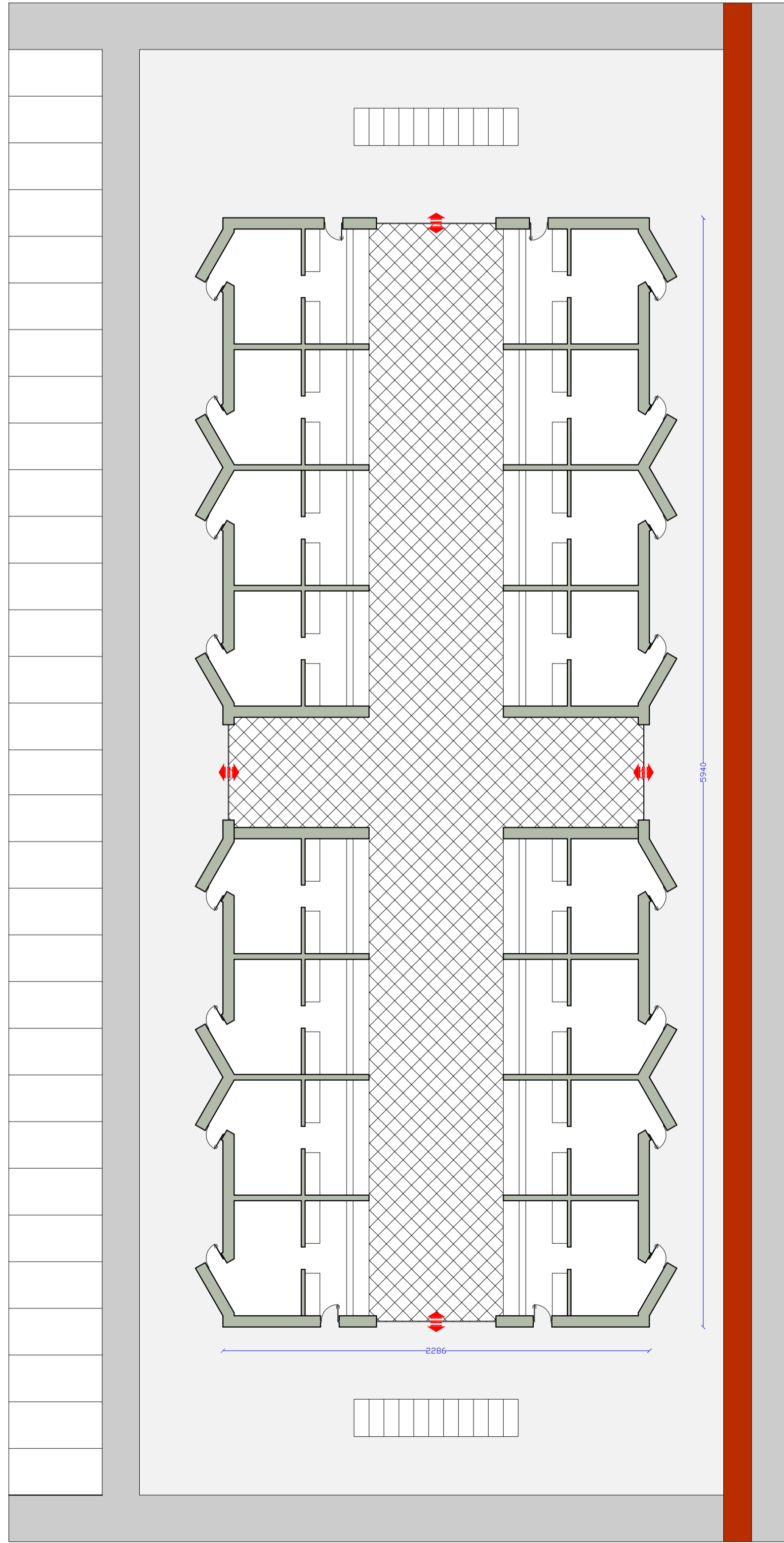


Localizzazione e descrizione:  
**QUARTO OGGIARO**



Quarto Oggiaro è un quartiere periferico di Milano collocato a nord ovest, sviluppatosi negli anni cinquanta per far fronte all'incremento demografico della città, a seguito della grande immigrazione dal Sud Italia. Nel 1954 furono realizzate le prime residenze sociali, e grazie agli sviluppi seguenti, in breve tempo, questa zona divenne uno dei più grandi quartieri di edilizia residenziale pubblica di Milano. Oltre alla funzione residenziale, il quartiere si è dotato di una serie di servizi nell'ambito dell'intervento, tra cui il mercato comunale coperto, collocato all'incrocio tra via Traversi e via Trilussa.

Il mercato comunale coperto (su area pubblica) ha una pianta rettangolare e occupa una superficie di 671 mq. L'edificio è orientato secondo la direzione nord-sud e il percorso principale si sviluppa in questo senso. E' previsto anche un percorso secondario, perpendicolare a quello principale. Sono presenti quattro accessi, per favorire la massima accessibilità al quartiere. Le aree di vendita si sviluppano lungo il percorso principale e sono dotate di un accesso privato per il carico e scarico della merce. L'edificio è realizzato con struttura portante in cemento armato e rivestimento in mattoni faccia a vista. La copertura è caratterizzata da una serie di aperture che permettono l'illuminazione naturale dall'alto. Il mercato risponde alla richiesta di prossimità di beni alimentari per i residenti nel quartiere.

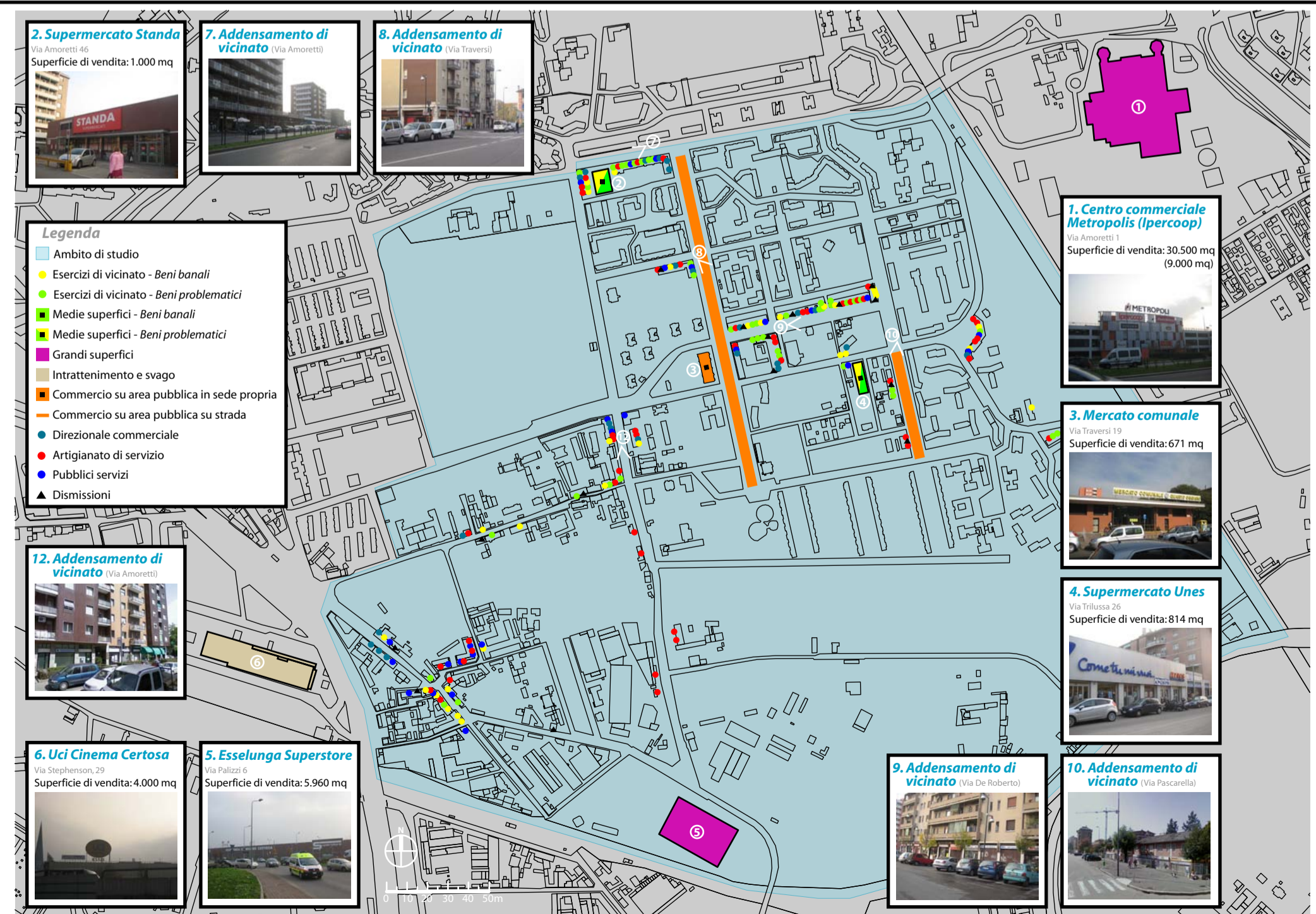


PIANO TERRA SCALA 1:200

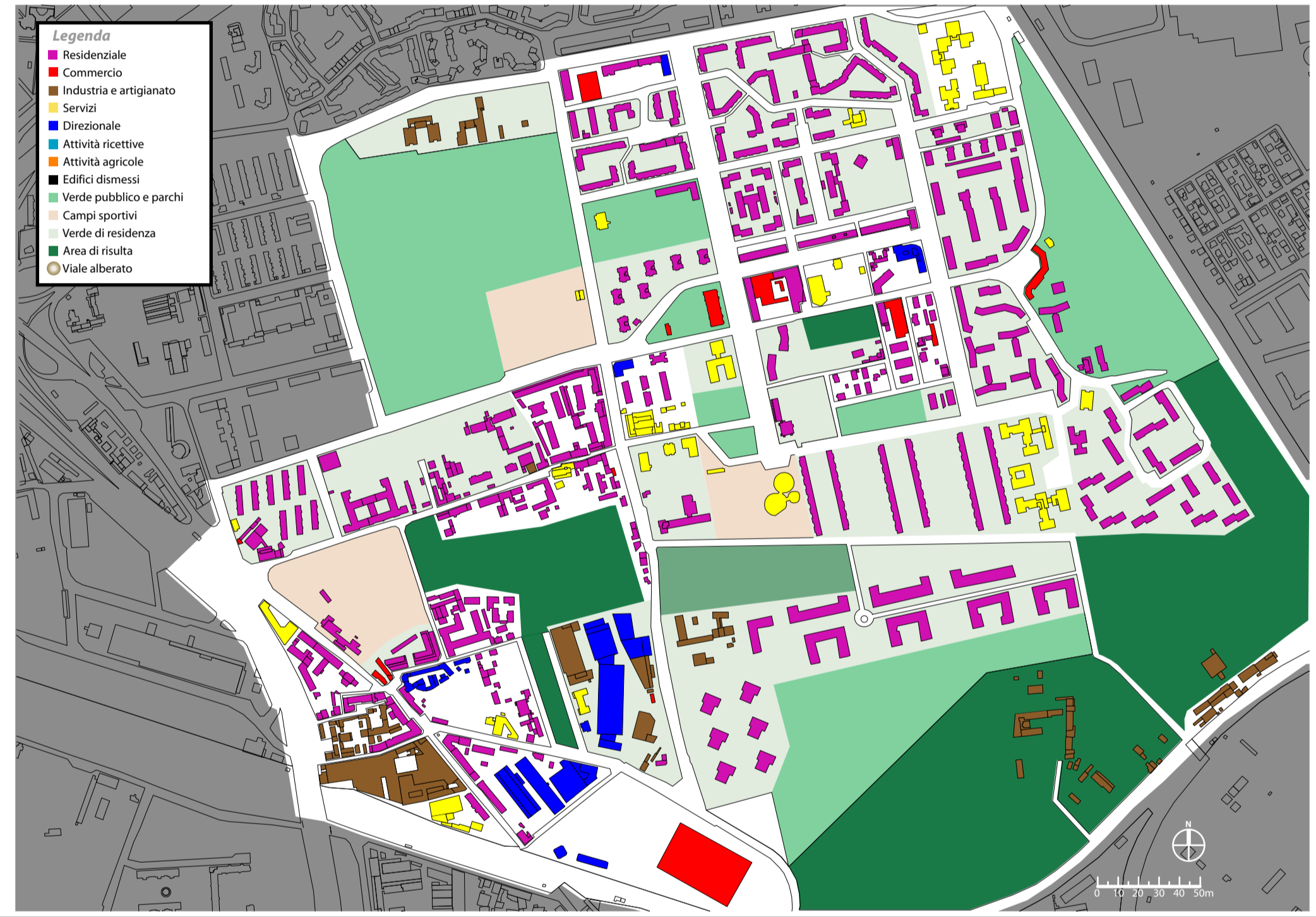
GALLERIA FOTOGRAFICA MERCATO COMUNALE COPERTO DI QUARTO OGGIARO



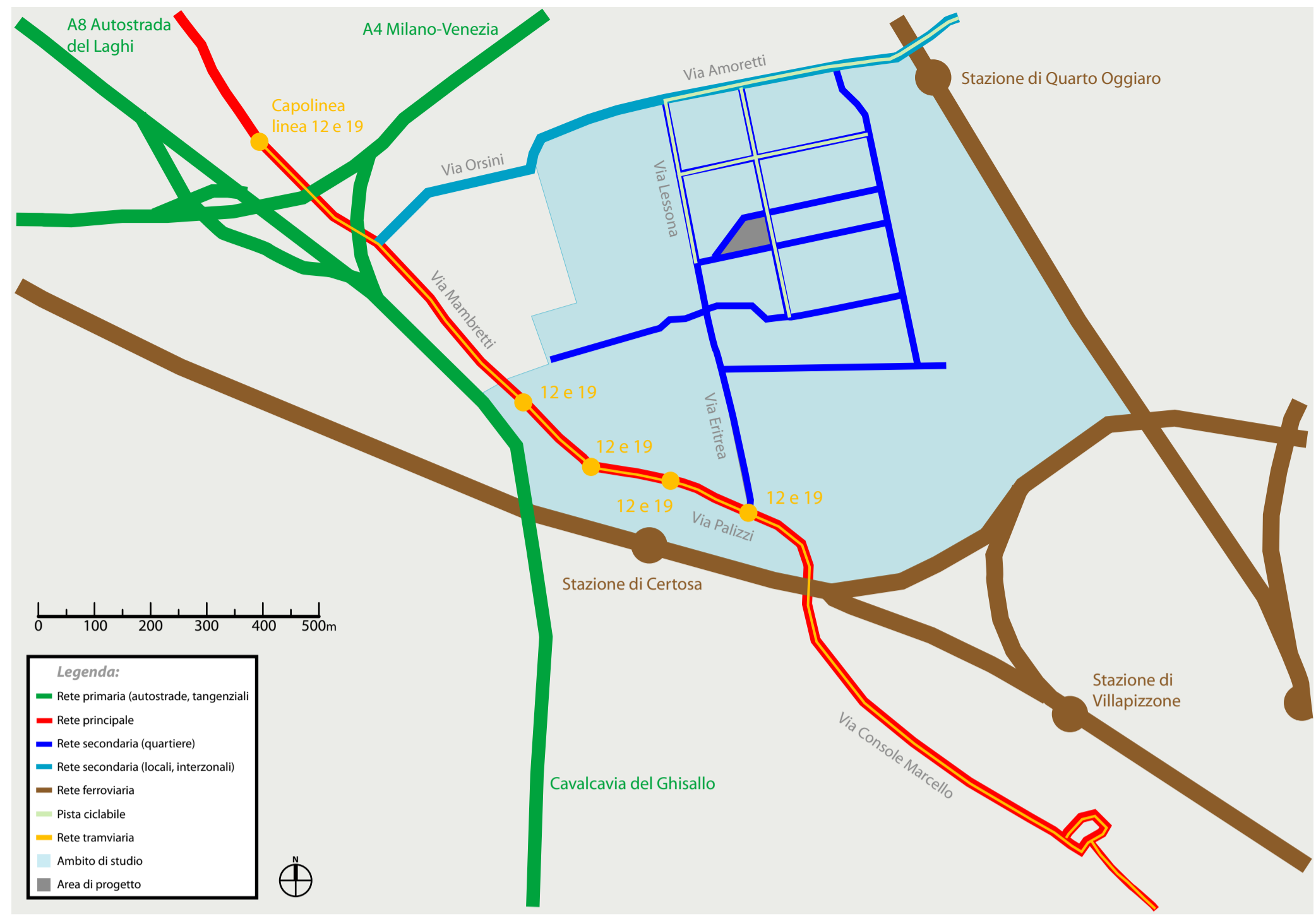
GEOGRAFIA DELL'OFFERTA COMMERCIALE



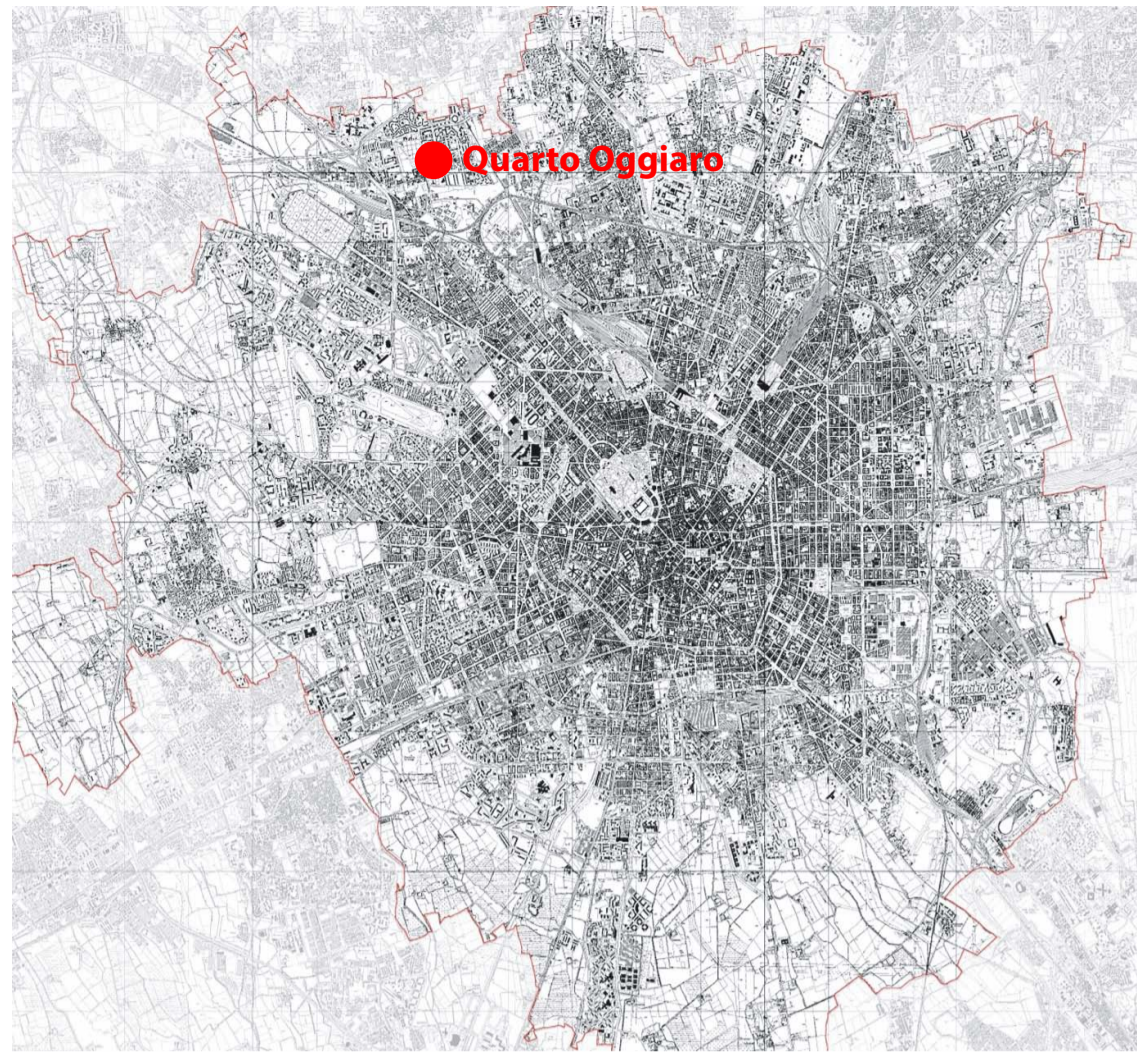
ANALISI DEL TESSUTO URBANO



ACCESSIBILITA'







**INQUADRAMENTO COMUNALE**



**IMMAGINE SATELLITARE**

**DESCRIZIONE PROGETTO:**

Dalle analisi compiute, (studio dell'accessibilità, analisi del tessuto urbano e geografia dell'offerta commerciale), è emerso un quartiere principalmente a carattere residenziale, ben collegato agli svincoli autostradali e agli assi viari comunali, servito dalle Ferrovie Nord e dalla rete del trasporto pubblico (tram), con una sufficiente offerta commerciale.

Il mercato coperto di via Traversi è un elemento caratterizzante il quartiere, nonostante il suo aspetto degradato, con presenza di alcuni parcheggi riservati e un vicino parco comunale. Visto l'attuale stato di progressivo degrado, ho pensato di demolire la vecchia struttura, ampliandola. Il nuovo intervento di pianta rettangolare, occupa, infatti, come ingombro lo stesso del mercato coperto attuale e parte di quello dei parcheggi. I posti auto sono collocati nell'interrato.

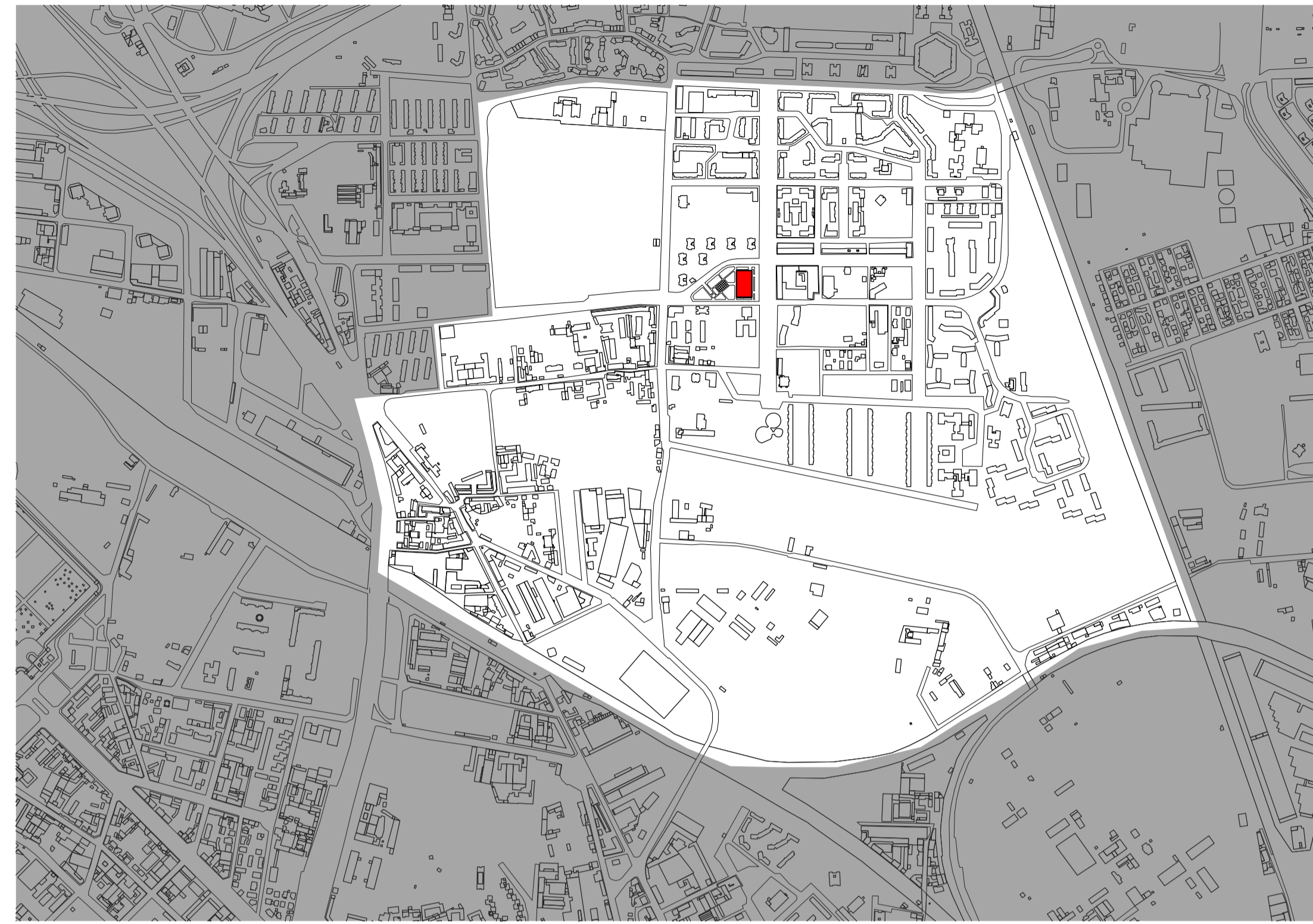
Dal punto di vista funzionale ho mantenuto e recuperato il tipico sistema di vendita a schiera dei mercati rionali, dove ogni attività ha la sua cassa dedicata di pagamento, e l'ho arricchito inserendo corner tematici per la ristorazione tematica ( l'isola dei "primi" e "secondi" e caffetteria).

I box di vendita presenti sono: carne, gastronomia, pesce e panetteria e pasticceria. Ho collocato gli accessi sui due lati lunghi: uno centrale verso il parco e due su via Traversi, dove si è pensato anche ad un parcheggio per le biciclette, data la presenza della pista ciclabile esistente.

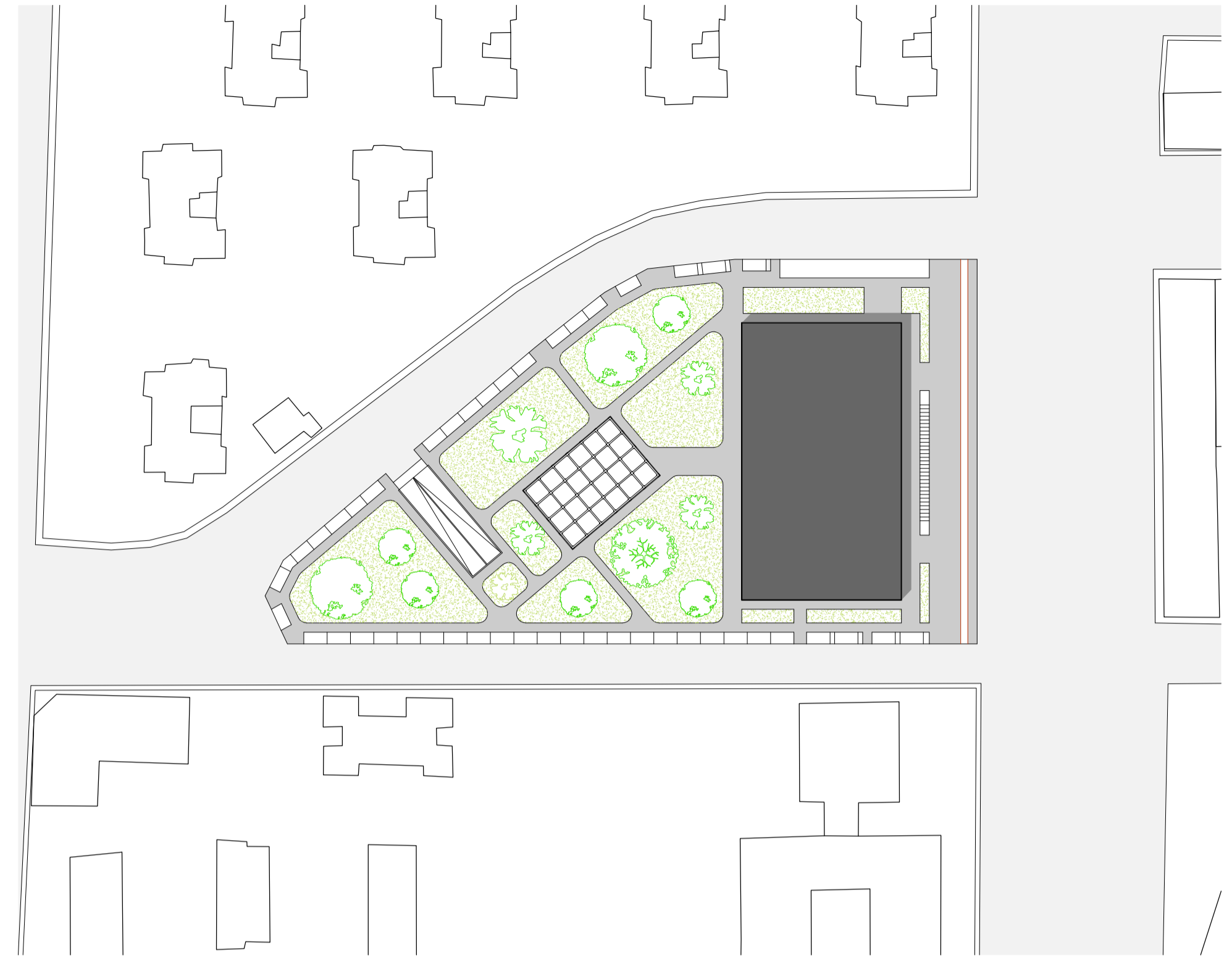
La struttura del nuovo edificio è in cemento armato con ampie pareti vetrate che permettono un'illuminazione naturale, a favore del risparmio energetico, e il collegamento visuale con l'esterno, soprattutto con il parco. L'intervento prevede, inoltre una riqualificazione dell'area esterna, arricchita con elementi di arredo urbano, in modo tale da favorire, durante la bella stagione, il consumo dei cibi comprati all'interno dell'edificio. I magazzini sono localizzati nel piano interrato e collegati al mercato con montacarichi. Vi è un accesso riservato per il carico scarico.

**DATI PROGETTO:**

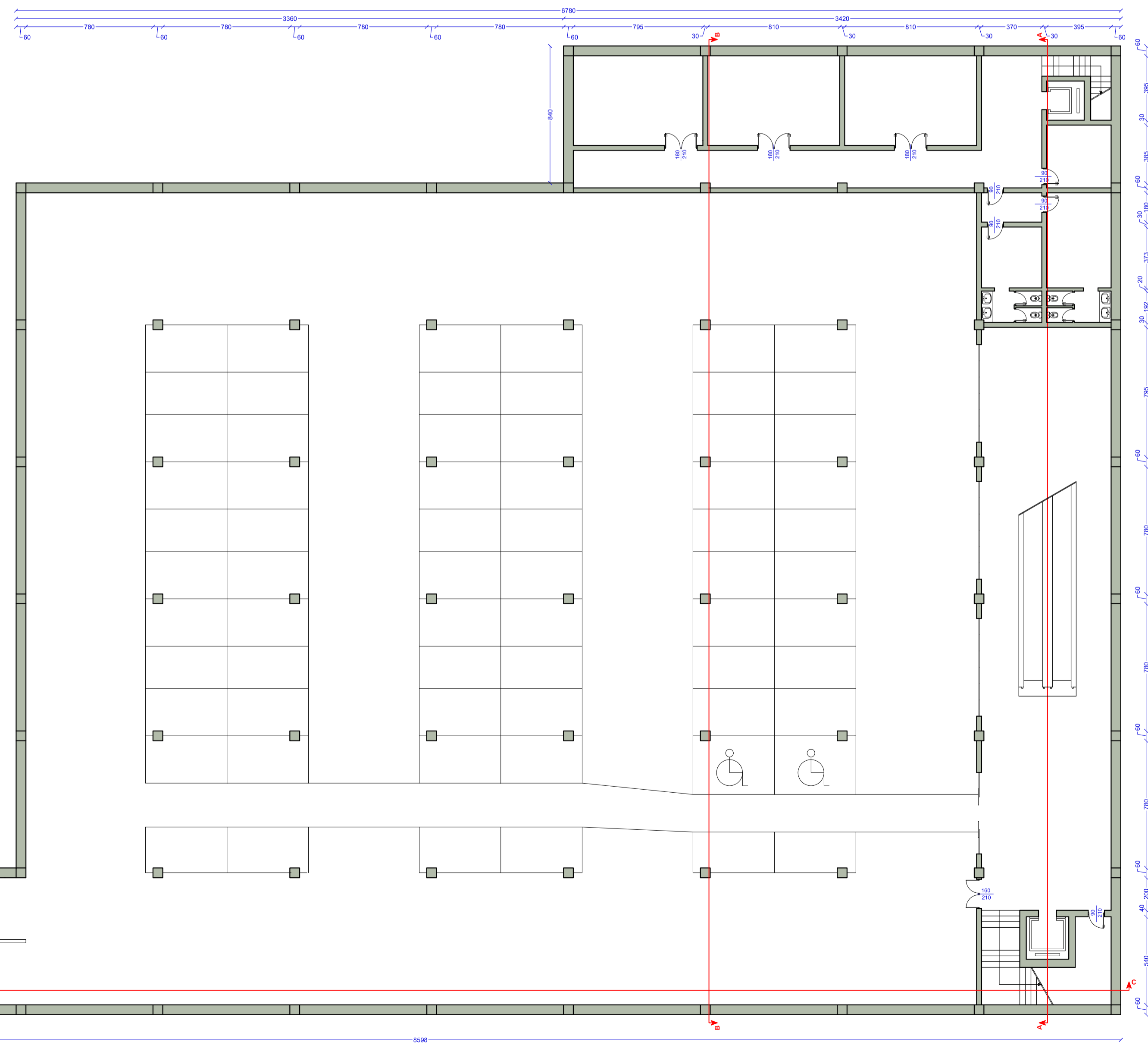
- Superficie area lotto: 9776 mq
- Superficie edificio: 2032 mq
- Superficie area di vendita e di somministrazione: 1356 mq
- Superficie area di somministrazione esterna: 201 mq
- Superficie area parcheggio: 2908 mq
- n° stalli parcheggi: 66



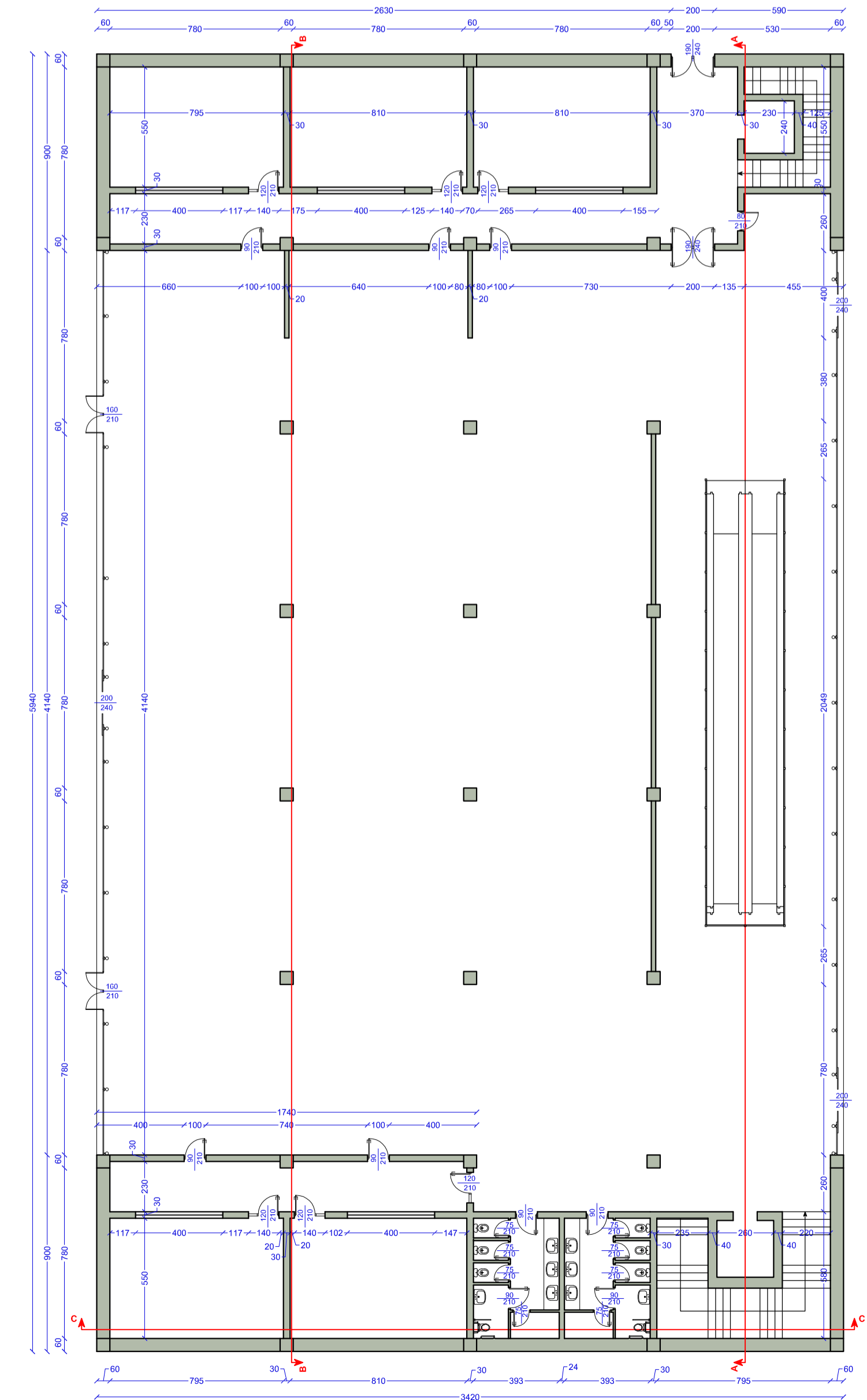
**INQUADRAMENTO LOCALE SCALA 1:10000**



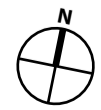
**PLANIVOLUMETRICO SCALA 1:1000**



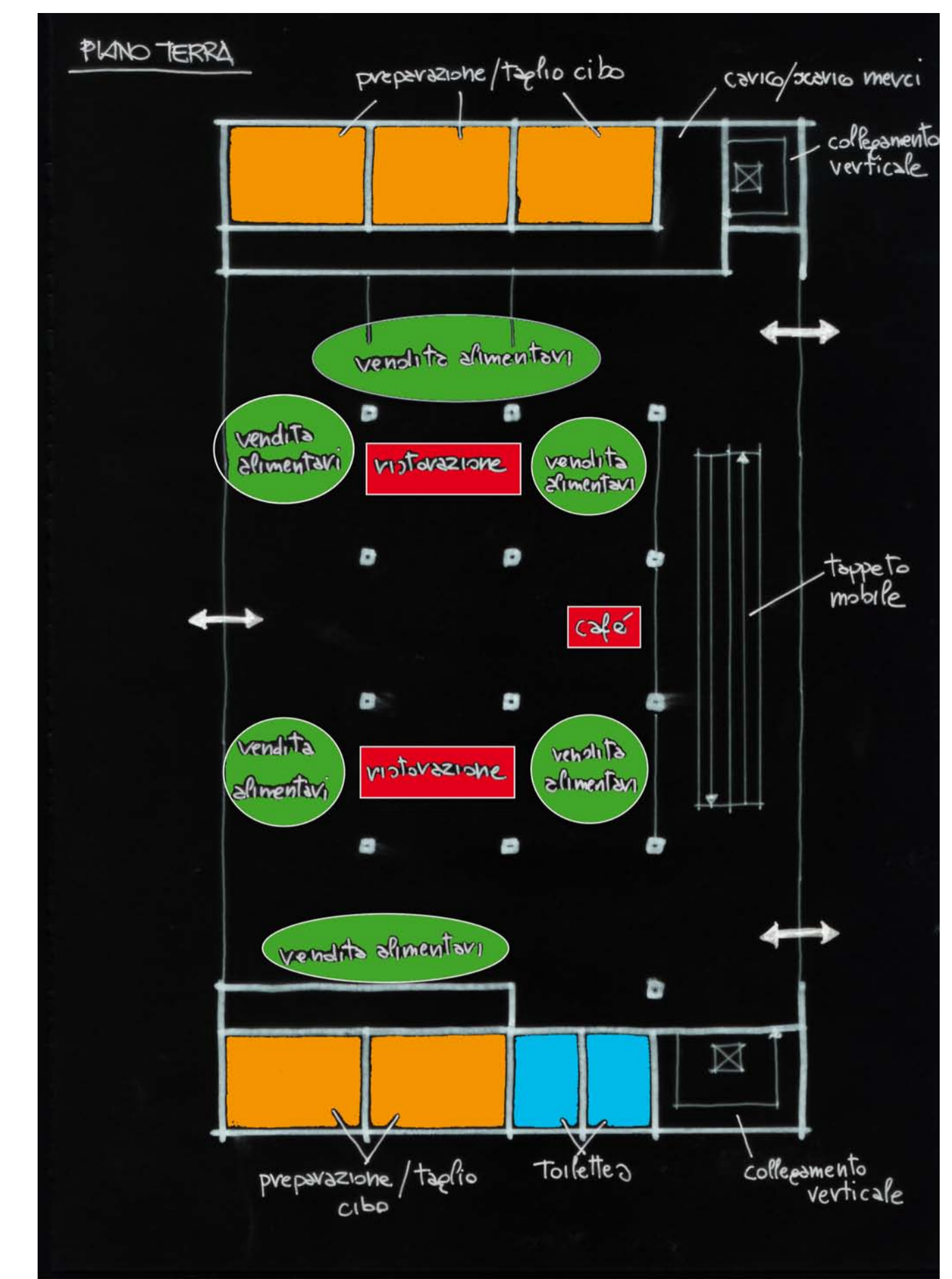
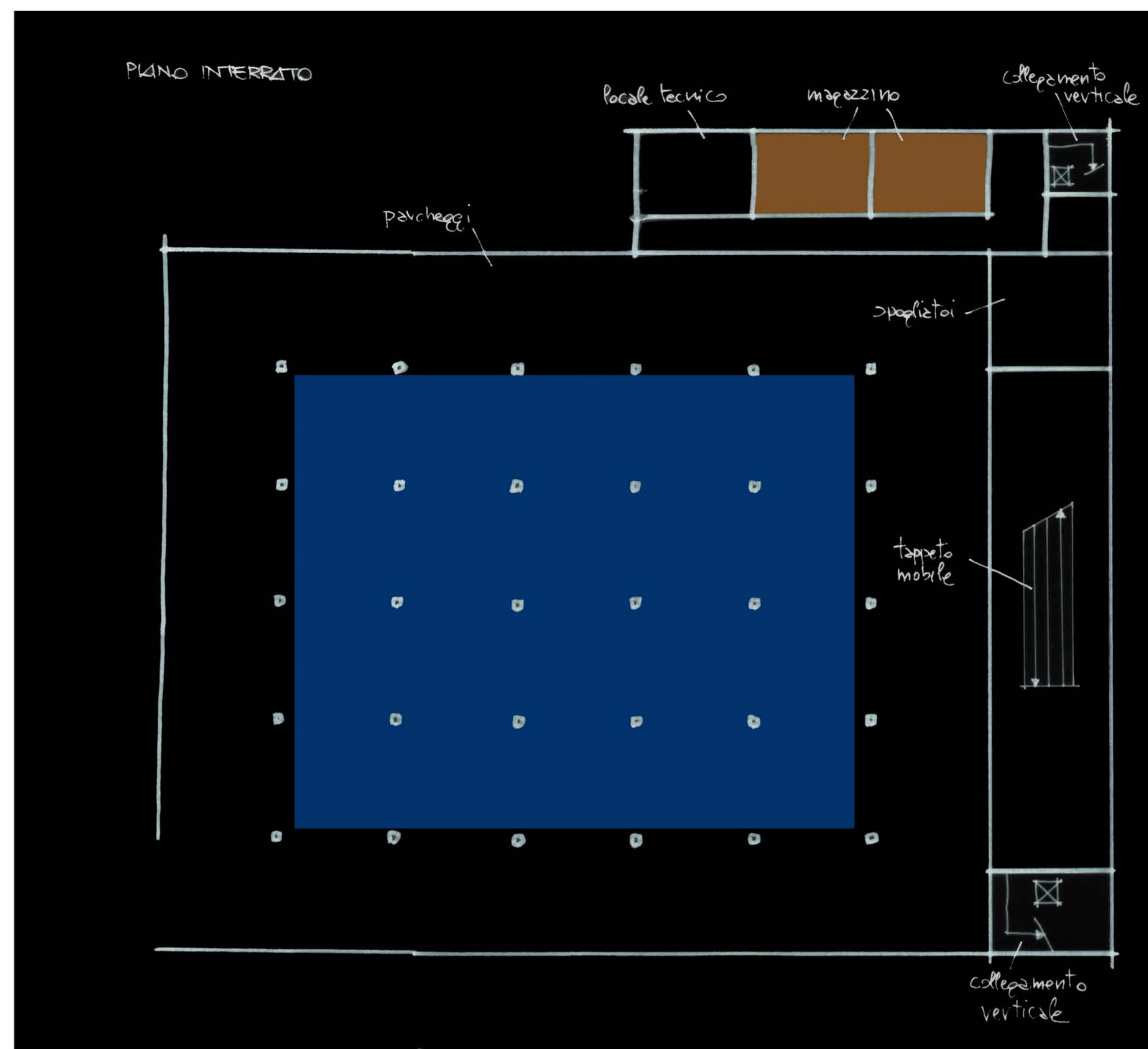
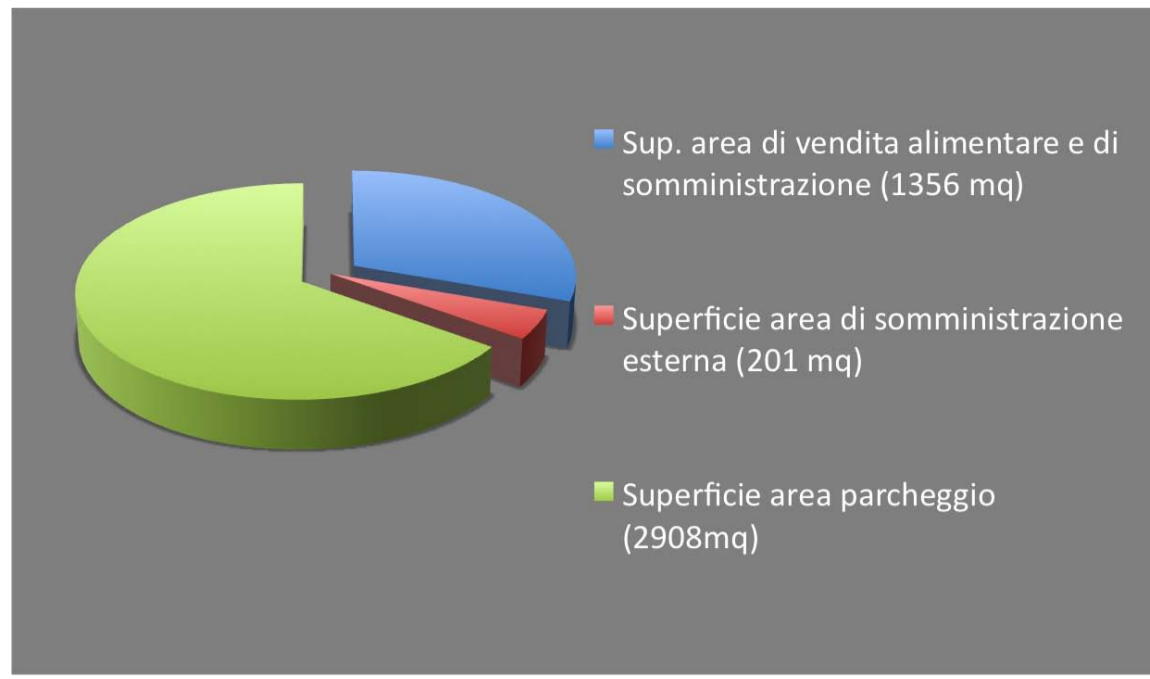
**PIANO INTERRATO**



**PIANO TERRA**

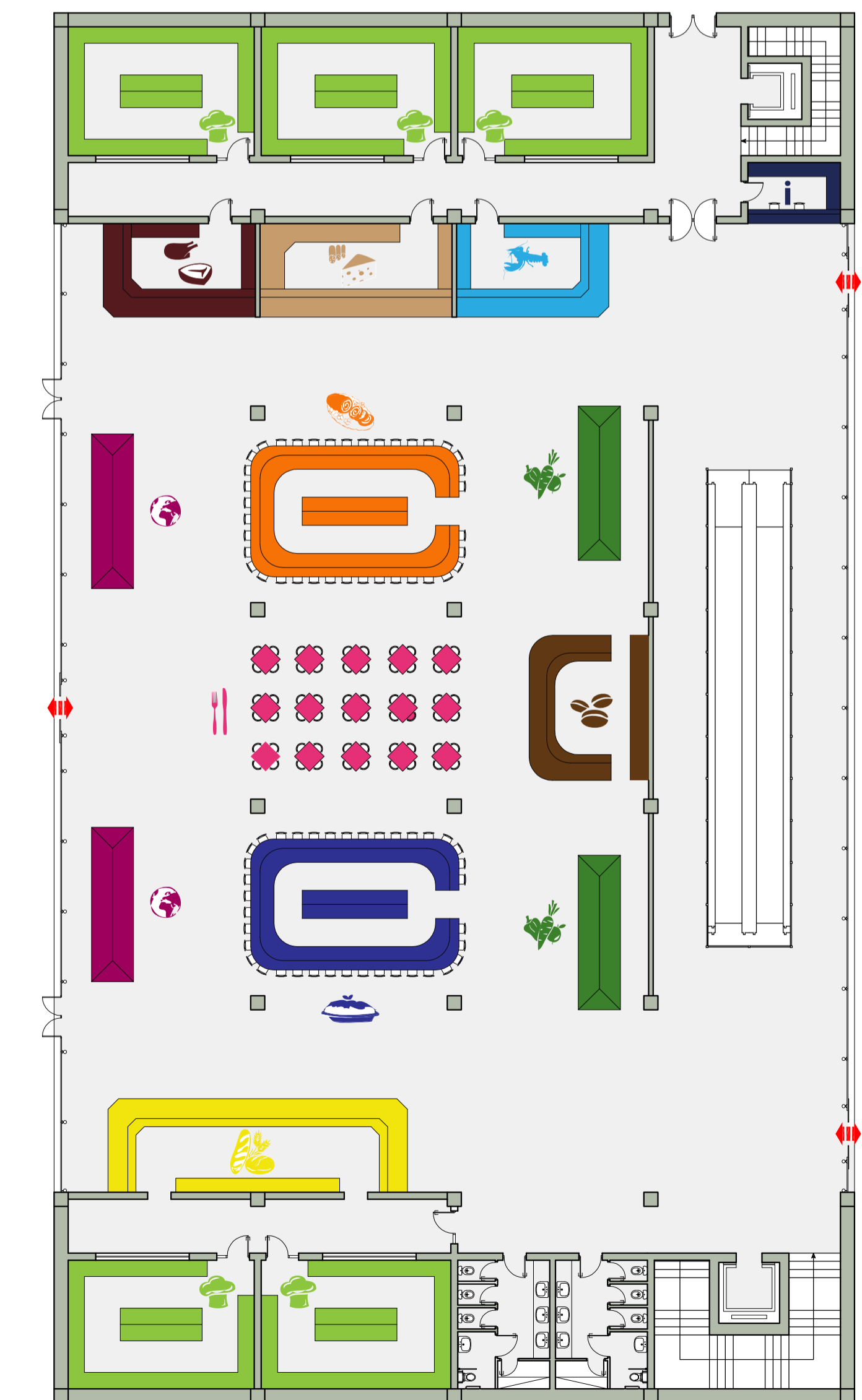




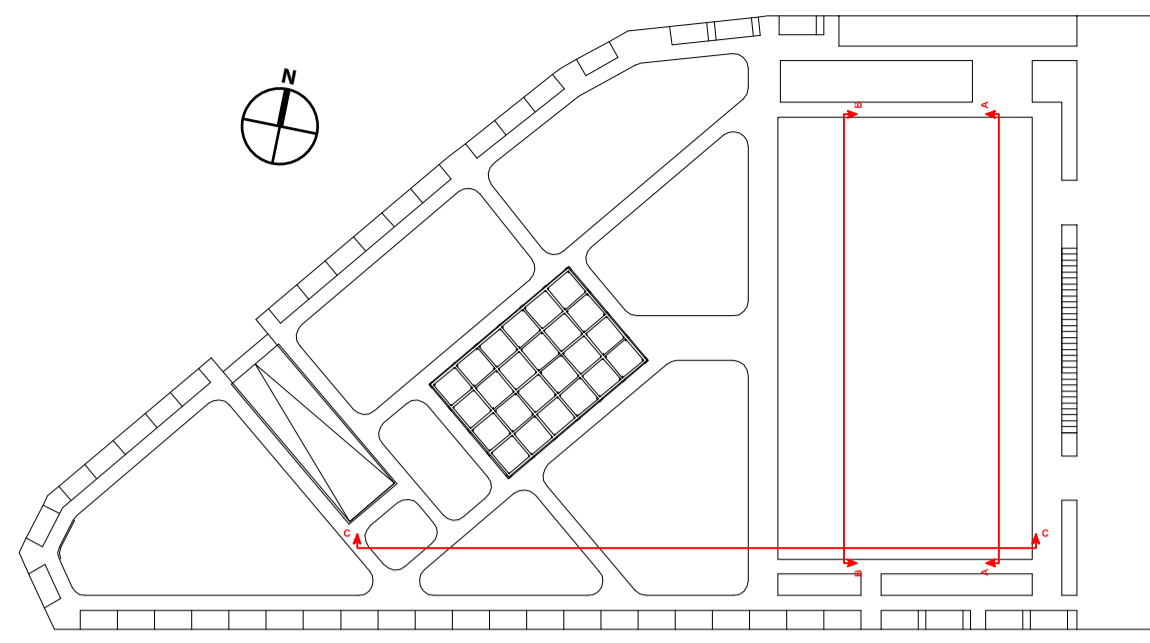


**LEGENDA:**

- |  |                               |  |                                 |  |                       |
|--|-------------------------------|--|---------------------------------|--|-----------------------|
|  | Mercato Prodotti Regionali    |  | Caffetteria                     |  | Celle Frigorifere     |
|  | Mercato Frutta e Verdura      |  | Area Ristoro                    |  | Spogliatoio Maschile  |
|  | Corner Pescheria              |  | Ristorante Tematico "I Primi"   |  | Spogliatoio Femminile |
|  | Corner Macelleria             |  | Ristorante Tematico "I Secondi" |  | Locale Tecnico        |
|  | Corner Gastronomia            |  | Taglio e Preparazione cibo      |  | Magazzini             |
|  | Corner Panetteria-Pasticceria |  | Info Point                      |  | Parcheggio            |



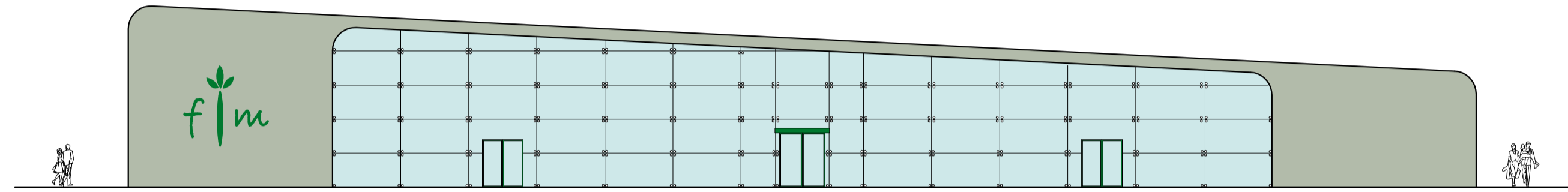




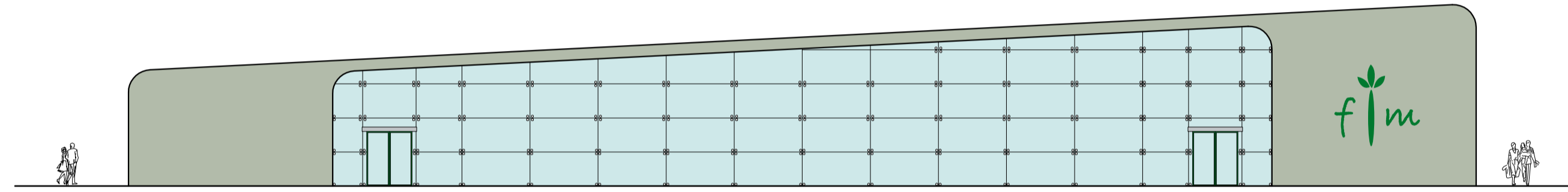
PROSPETTO SUD



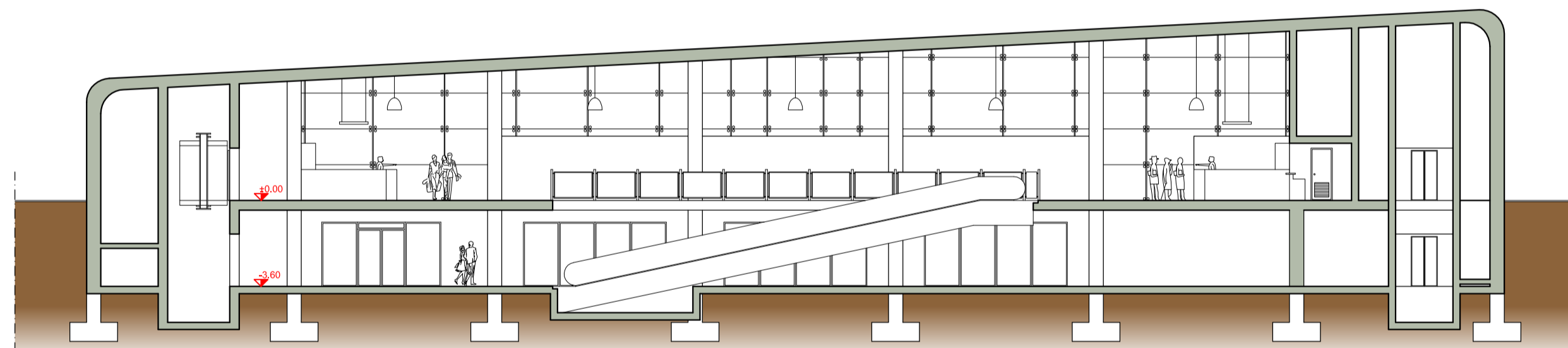
PROSPETTO NORD



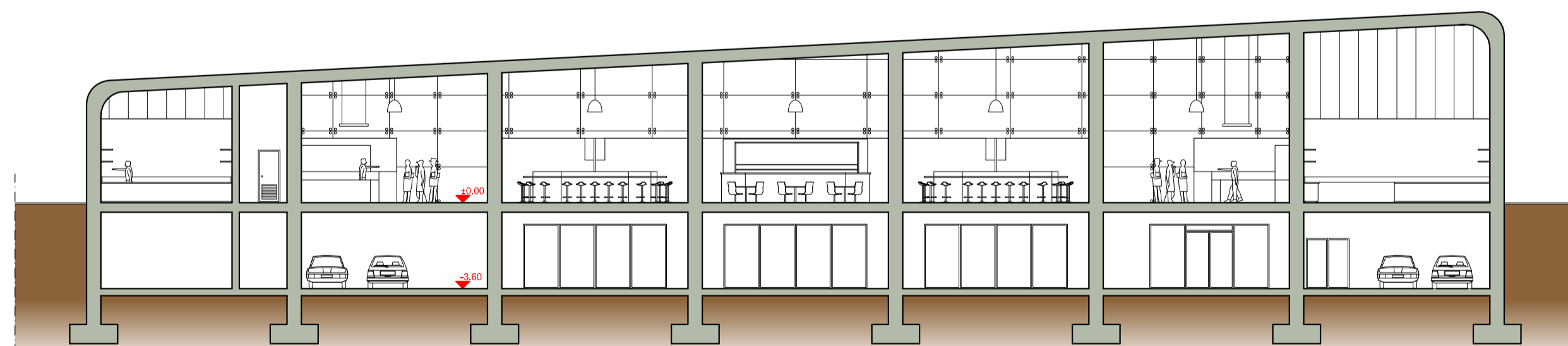
PROSPETTO OVEST



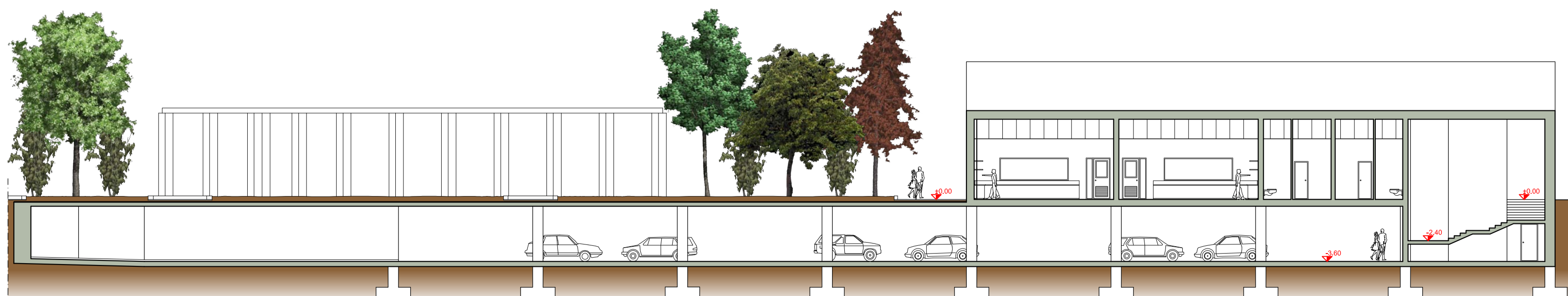
PROSPETTO EST



SEZIONE AA



SEZIONE BB

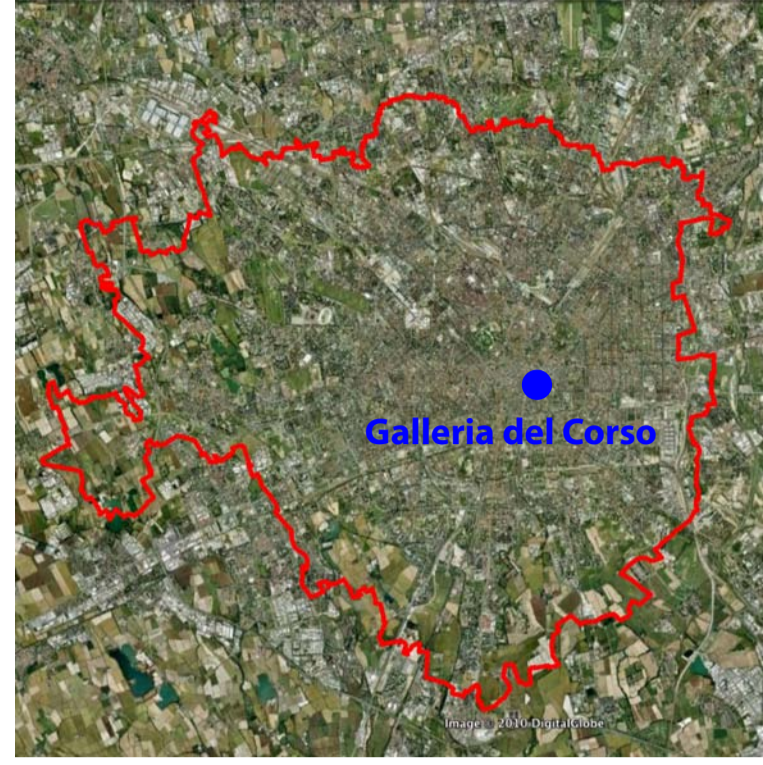


SEZIONE CC

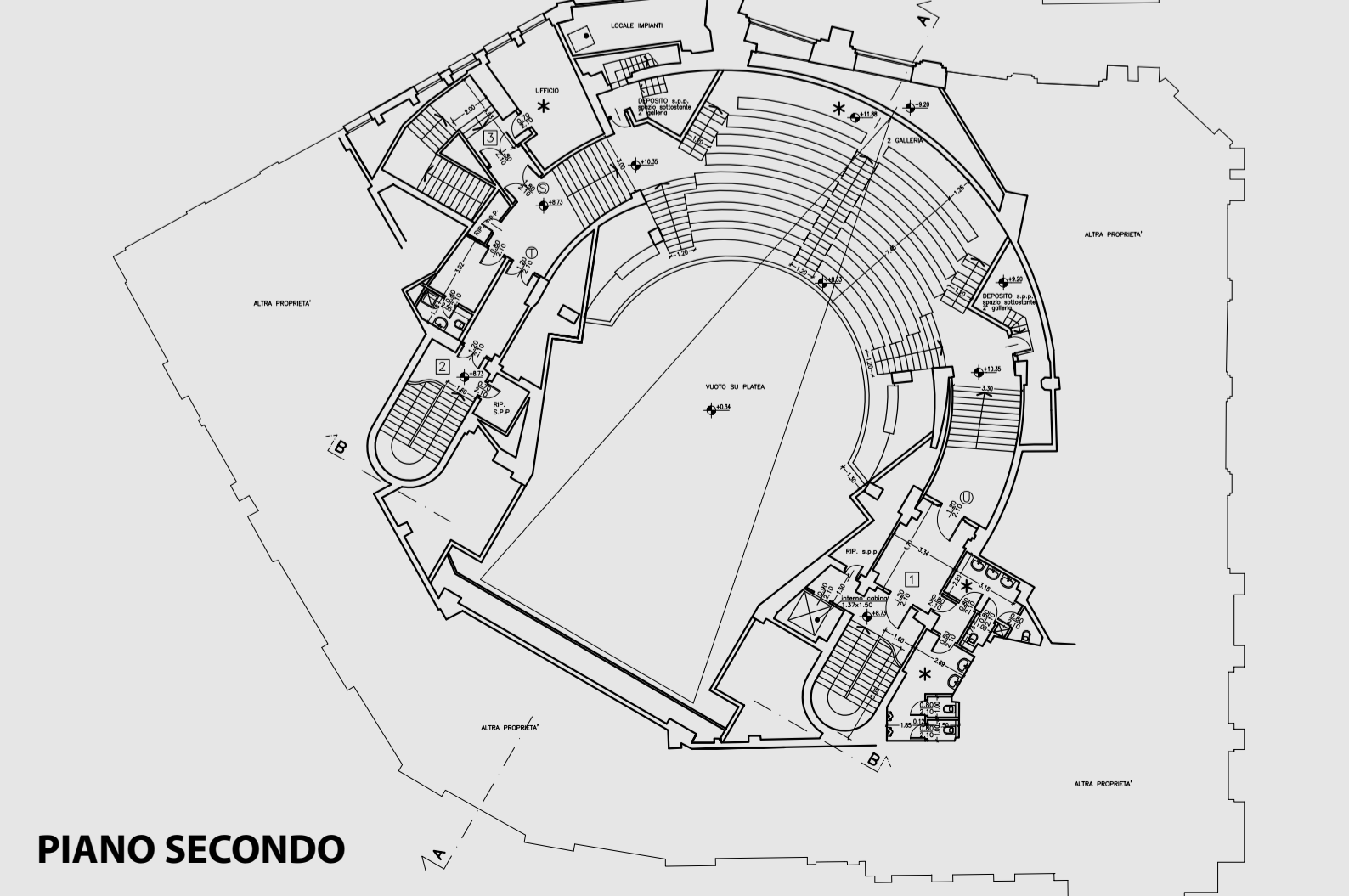
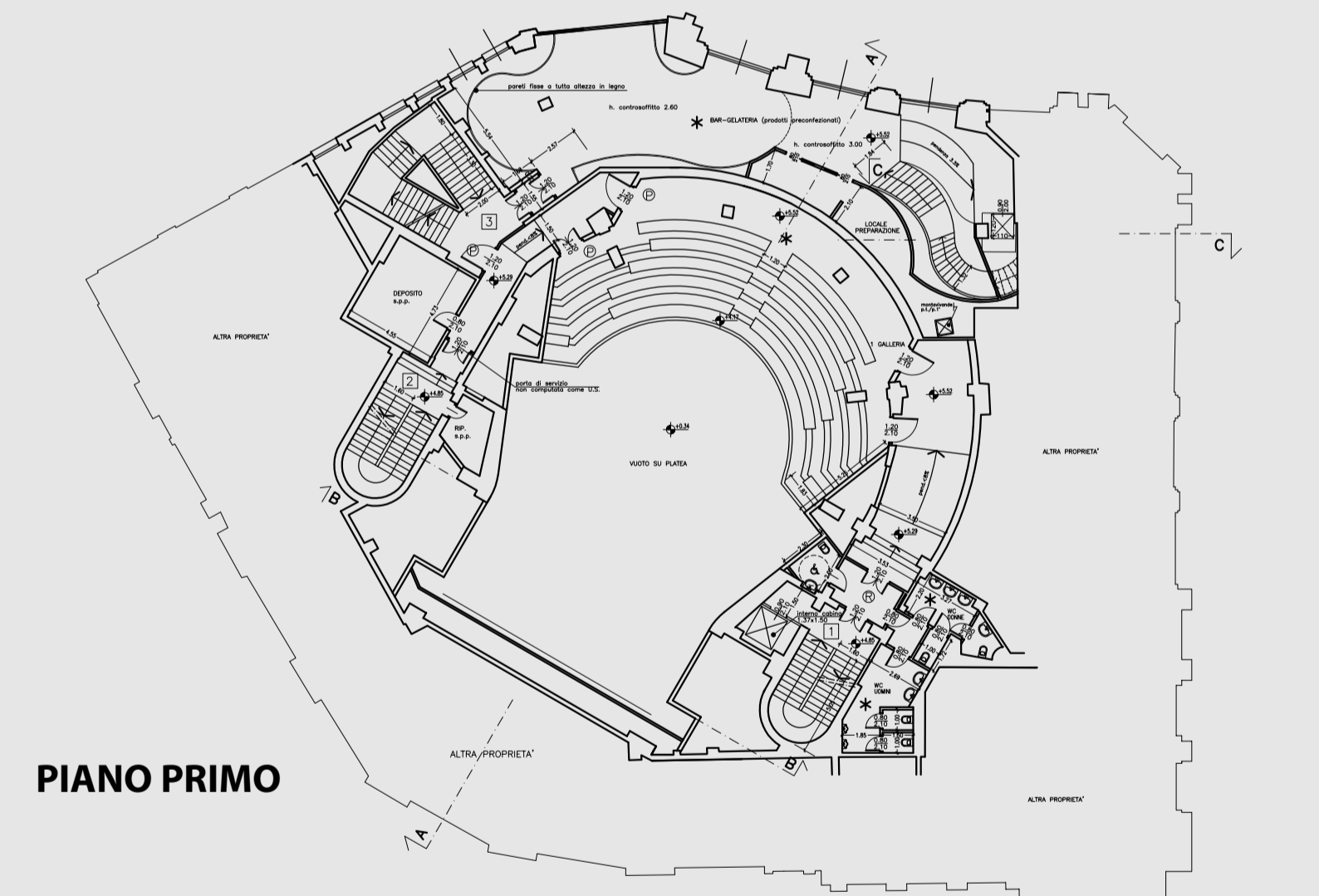
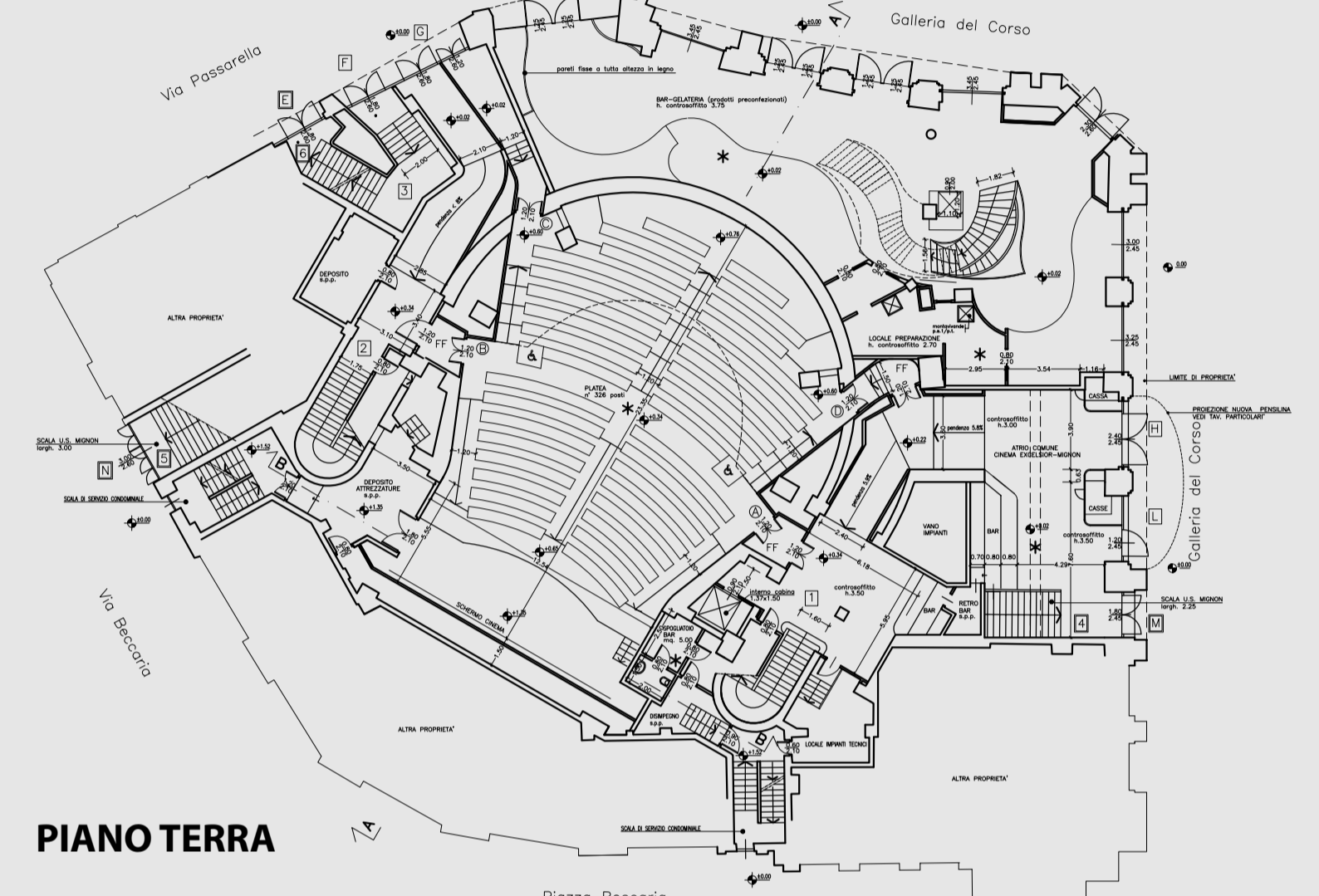
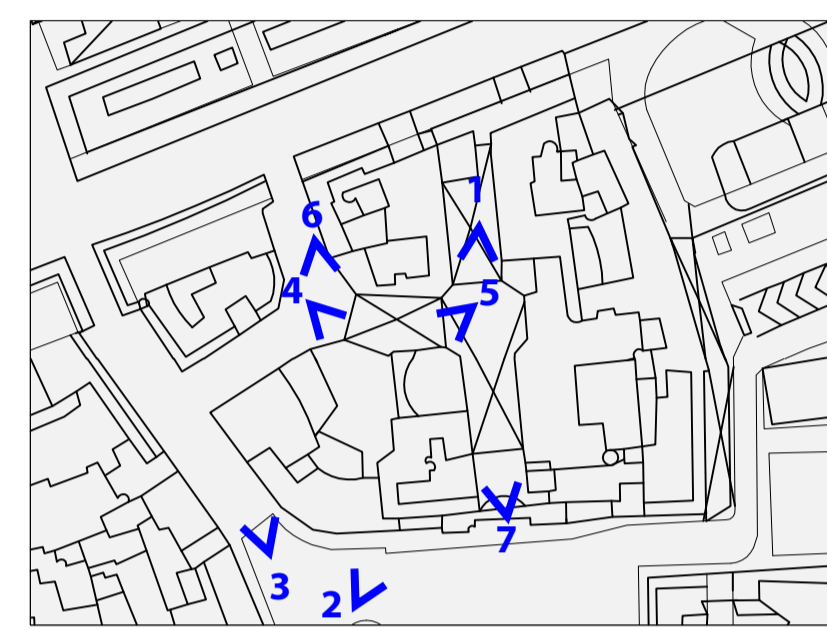




Localizzazione e descrizione:  
**GALLERIA DEL CORSO**

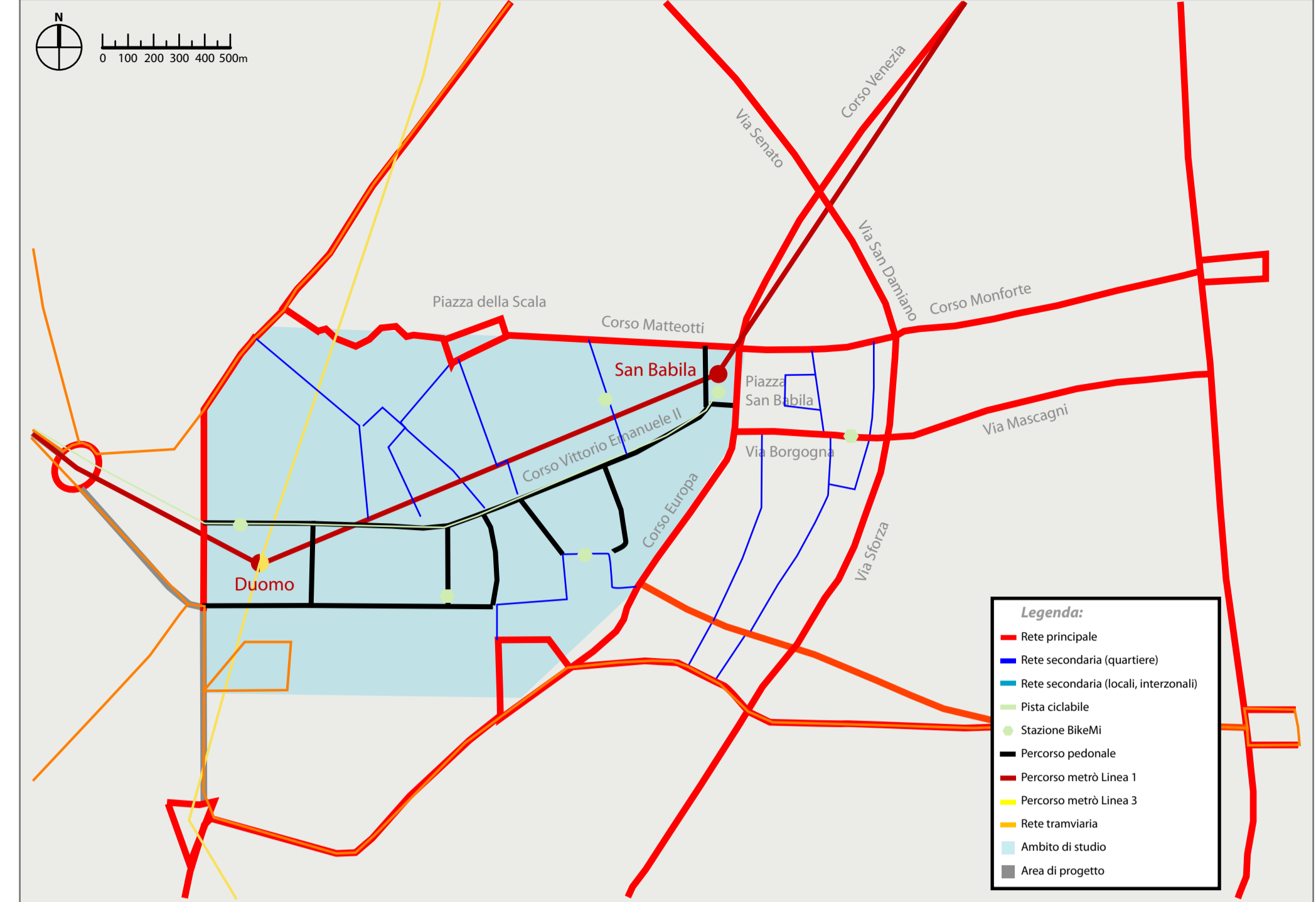


Il cinema Excelsior è stato inaugurato nel 1928, all'interno dell'imponente edificio della Galleria del Corso (costruita tra il 1926 e il 1930 da Pier Giulio Magistretti) di cui occupa una larga parte. Negli anni trenta l'ampio locale opta, per una programmazione mista di cinema e teatro di rivista. Colpito dai bombardamenti dell'autunno 1943, il locale chiude fino ai primi mesi del 1948 quando riapre in una prima fase come cinema solo. In seguito, forse per differenziarsi dalle numerose sale cinematografiche sorte nella zona di corso Vittorio Emanuele, l'Excelsior viene ulteriormente ristrutturato e riapre il 2 aprile 1949 come teatro e tale rimane per alcuni anni. Il 15 novembre 1945 la commissione provinciale della Prefettura di Milano approva la norma relativa alla costruzione di sale cinematografiche situate al di sotto del livello stradale: così nasce il cinema Mignon, ricavato da un magazzino blindato per pianoforti. Alla fine degli anni novanta, il cinema affronta la concorrenza dei Cineplex ristrutturandosi in multisala a due schermi (inglobando l'adiacente cinema Mignon). Il cinema Mignon, adiacente al cinema Excelsior e collocato in uno spazio sotterraneo entro la Galleria del Corso (via Vittorio Emanuele), apre nel 1947. L'Excelsior monosala chiude nel novembre 1998 e riapre nel settembre 1999. Nonostante gli investimenti fatti, la Multisala Excelsior chiude definitivamente nell'aprile 2007.

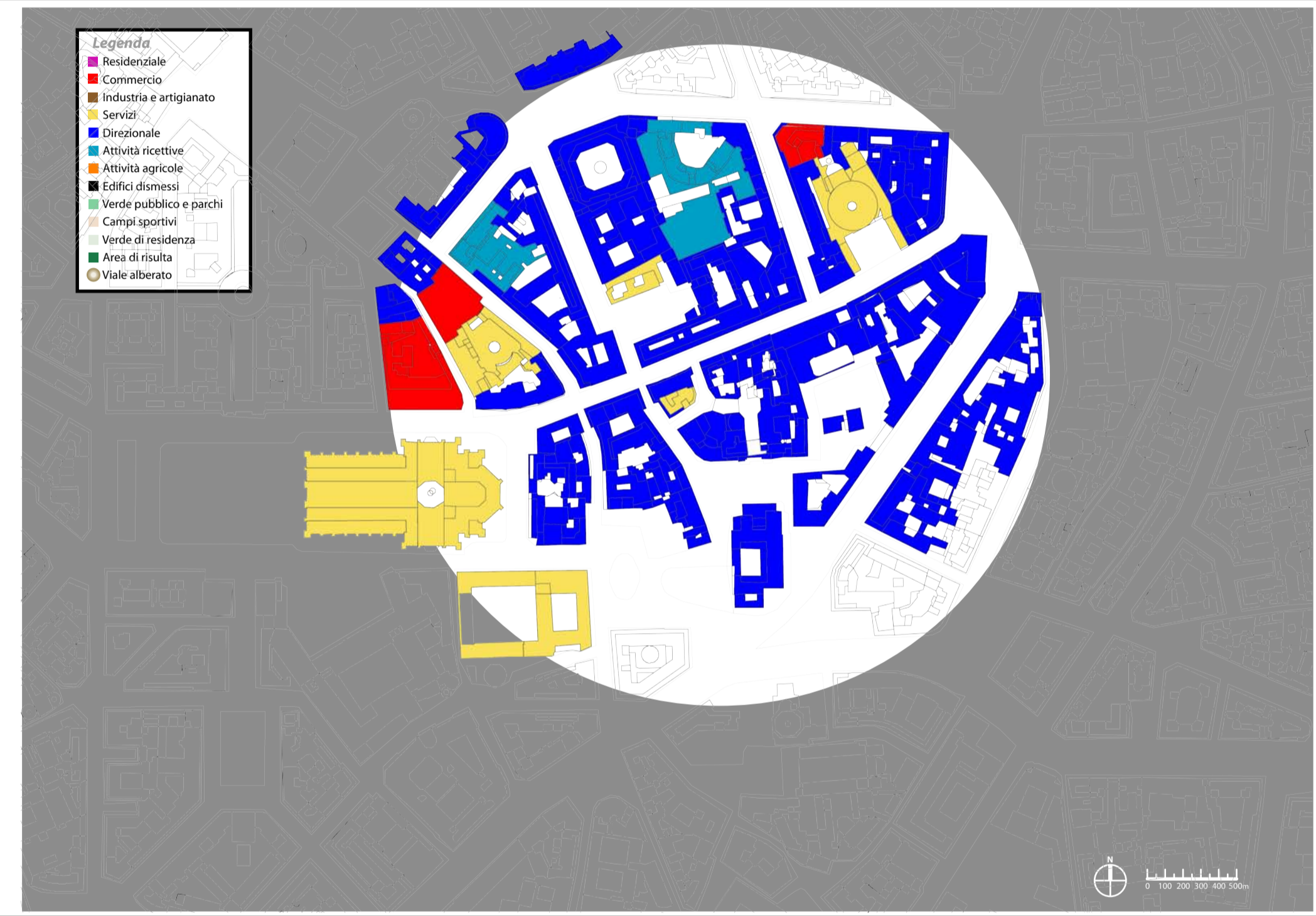


L'EX MULTISALA EXCELSIOR-MIGNON: STATO DI FATTO

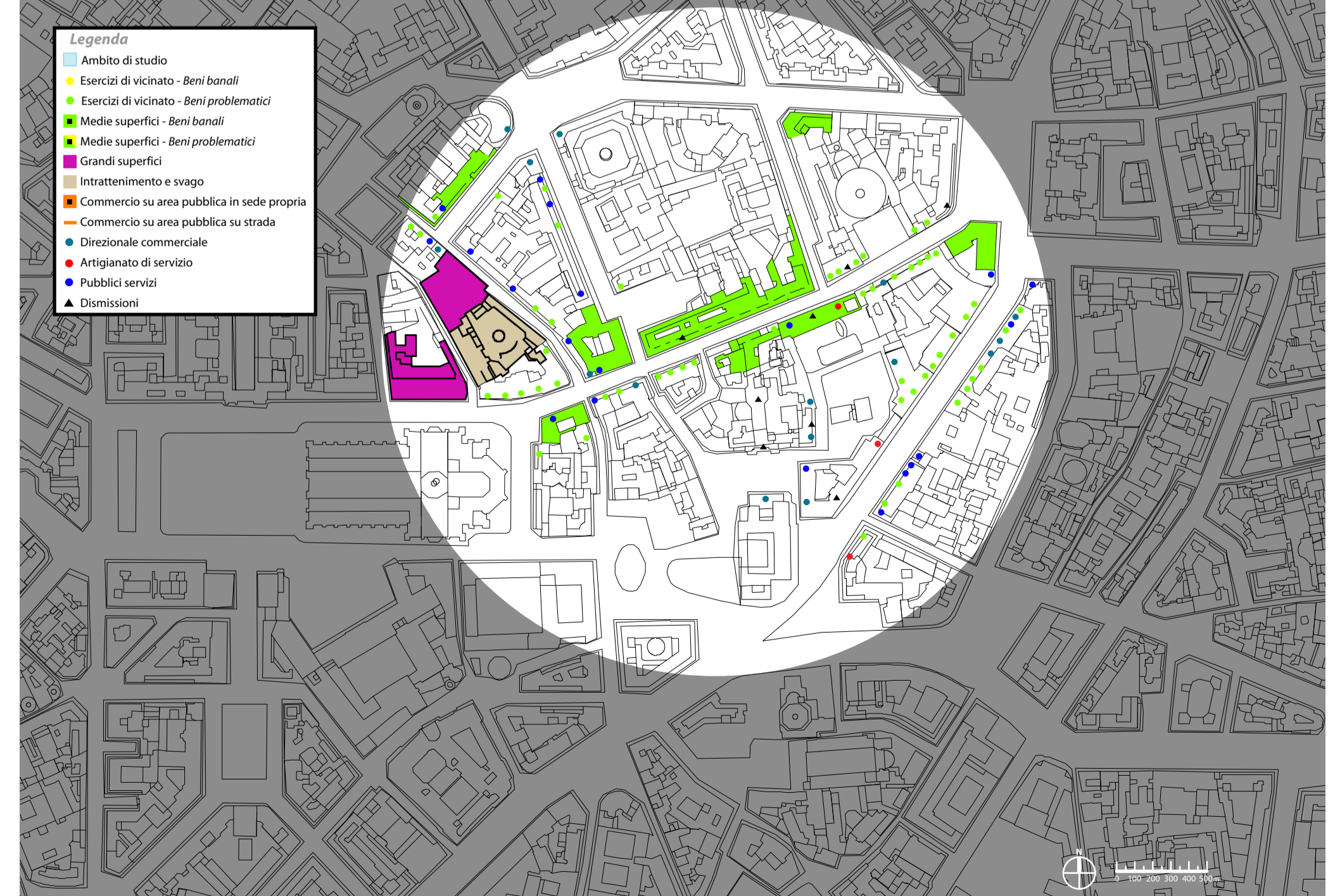
ACCESSIBILITÀ



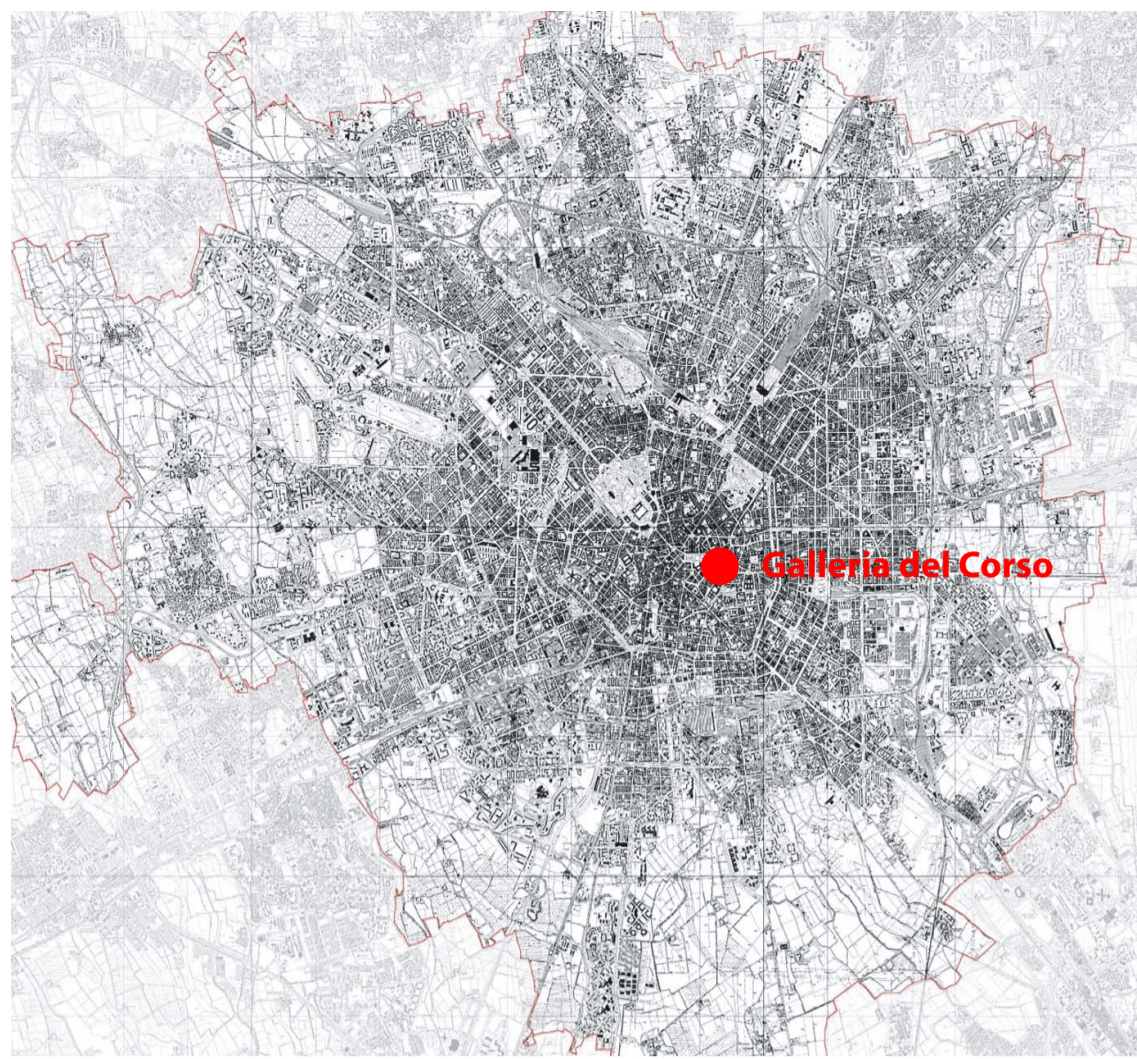
ANALISI DEL TESSUTO URBANO



GEOGRAFIA DELL'OFFERTA COMMERCIALE







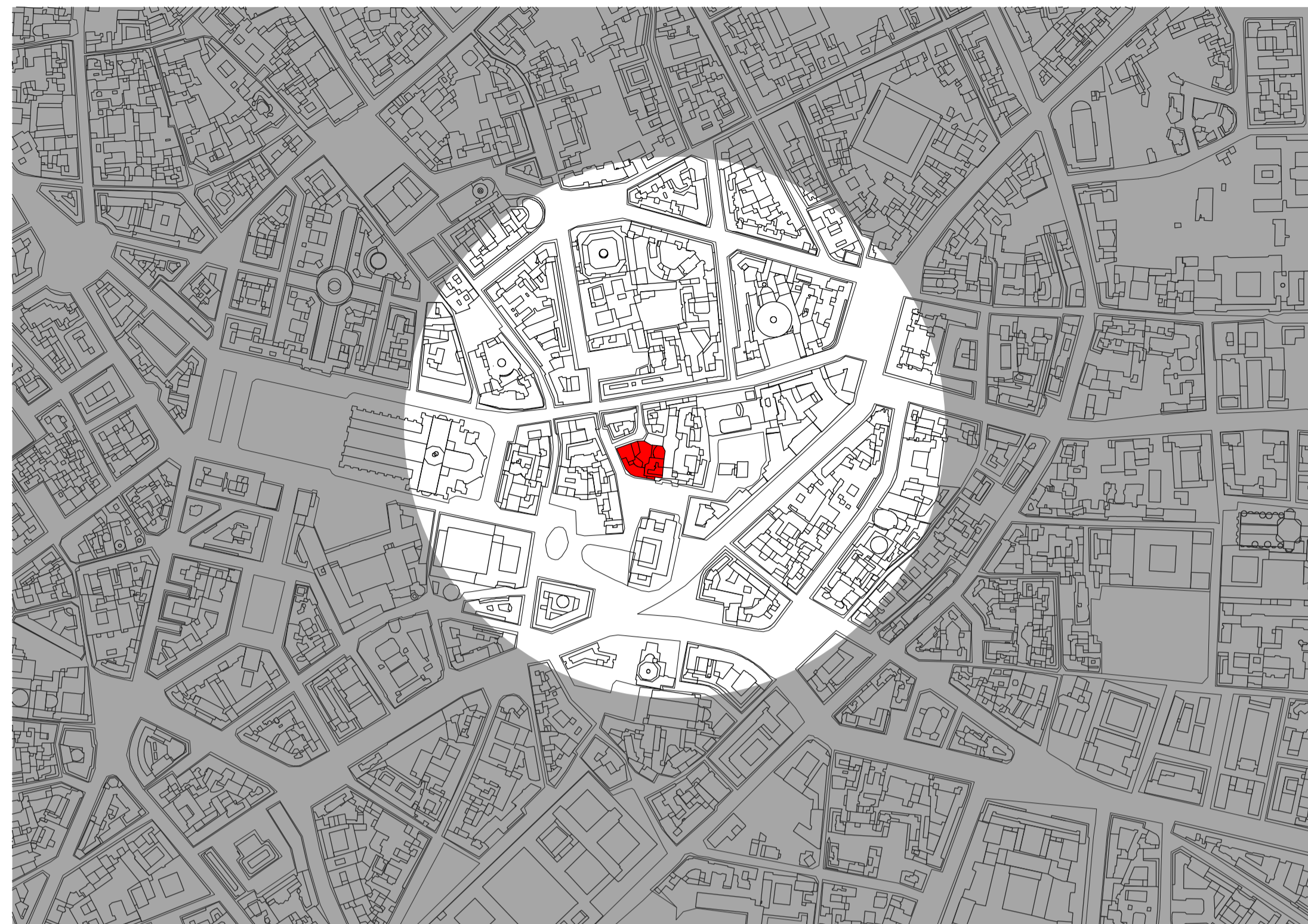
INQUADRAMENTO COMUNALE



IMMAGINE SATELLITARE

**DATI PROGETTO:**

- Superficie edificio: 1778 mq
- Superficie area di vendita e somministrazione: 2033 mq
- Superficie area di vendita alimentare: 1143 mq
- Superficie area di ristorazione: 535 mq
- Superficie area di vendita non alimentare (libreria): 225 mq
- Superficie area di vendita non alimentare (enoteca): 130 mq



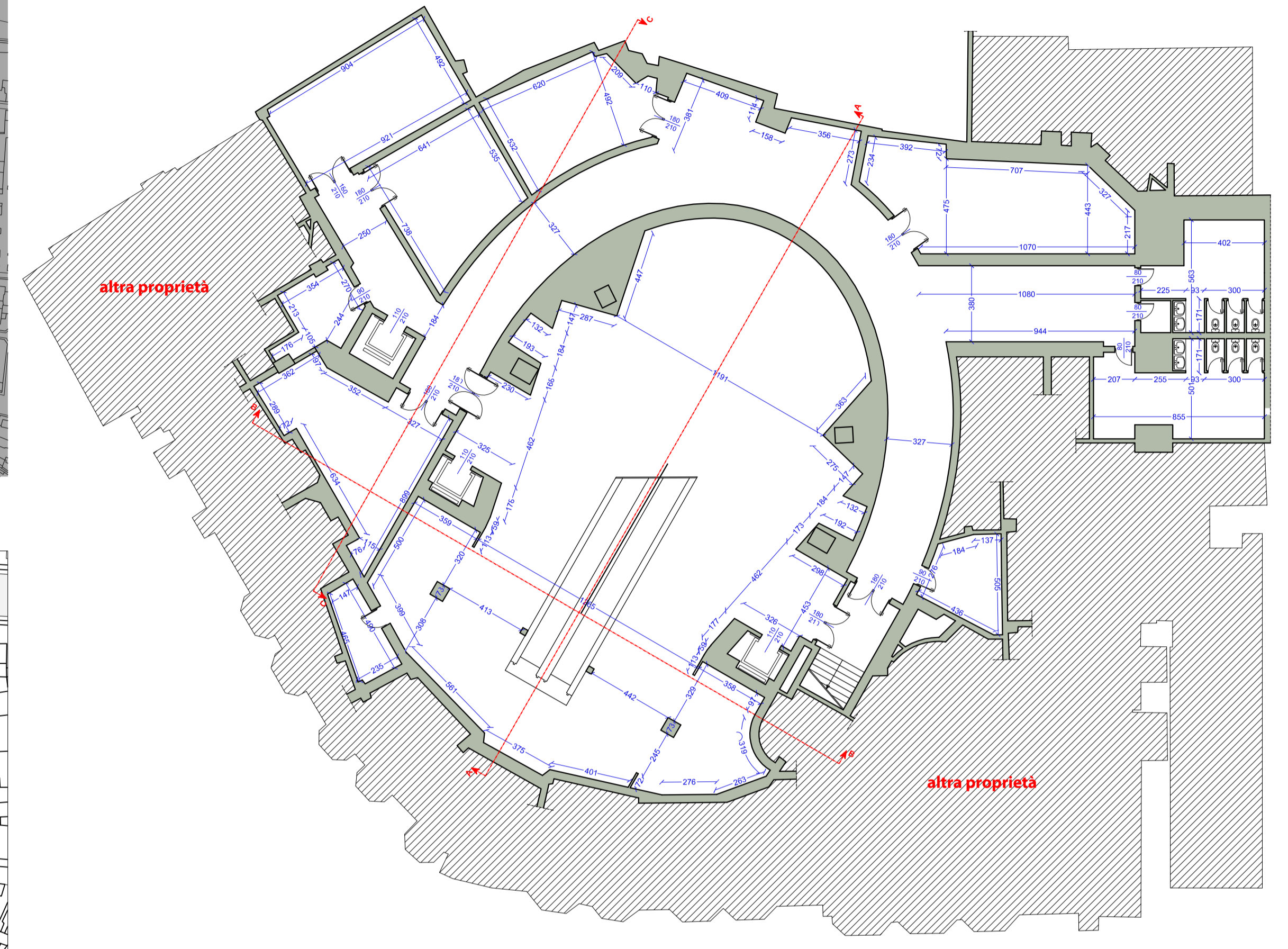
INQUADRAMENTO LOCALE SCALA 1:10000



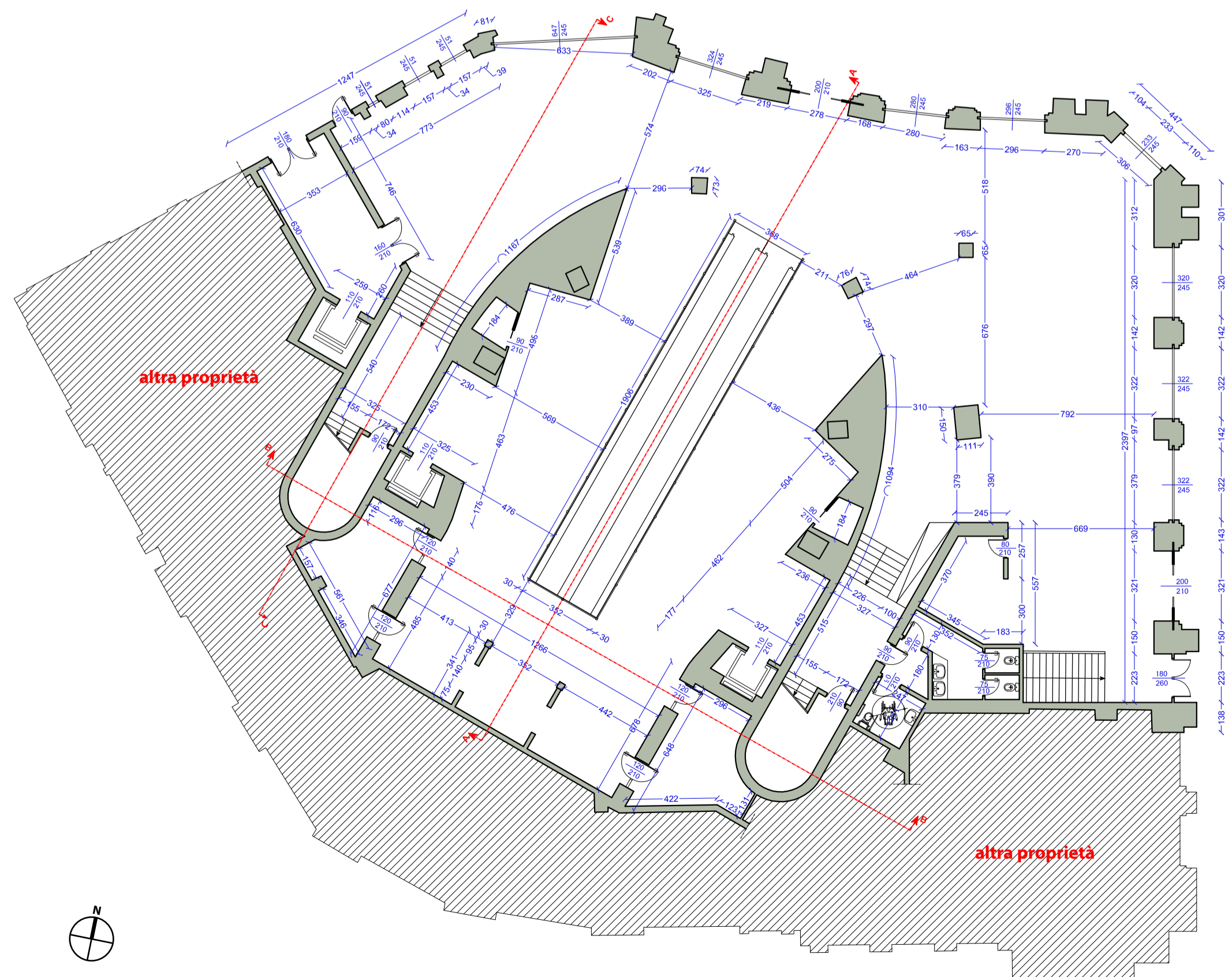
PLANIVOLUMETRICO SCALA 1:2000

**DESCRIZIONE PROGETTO:**

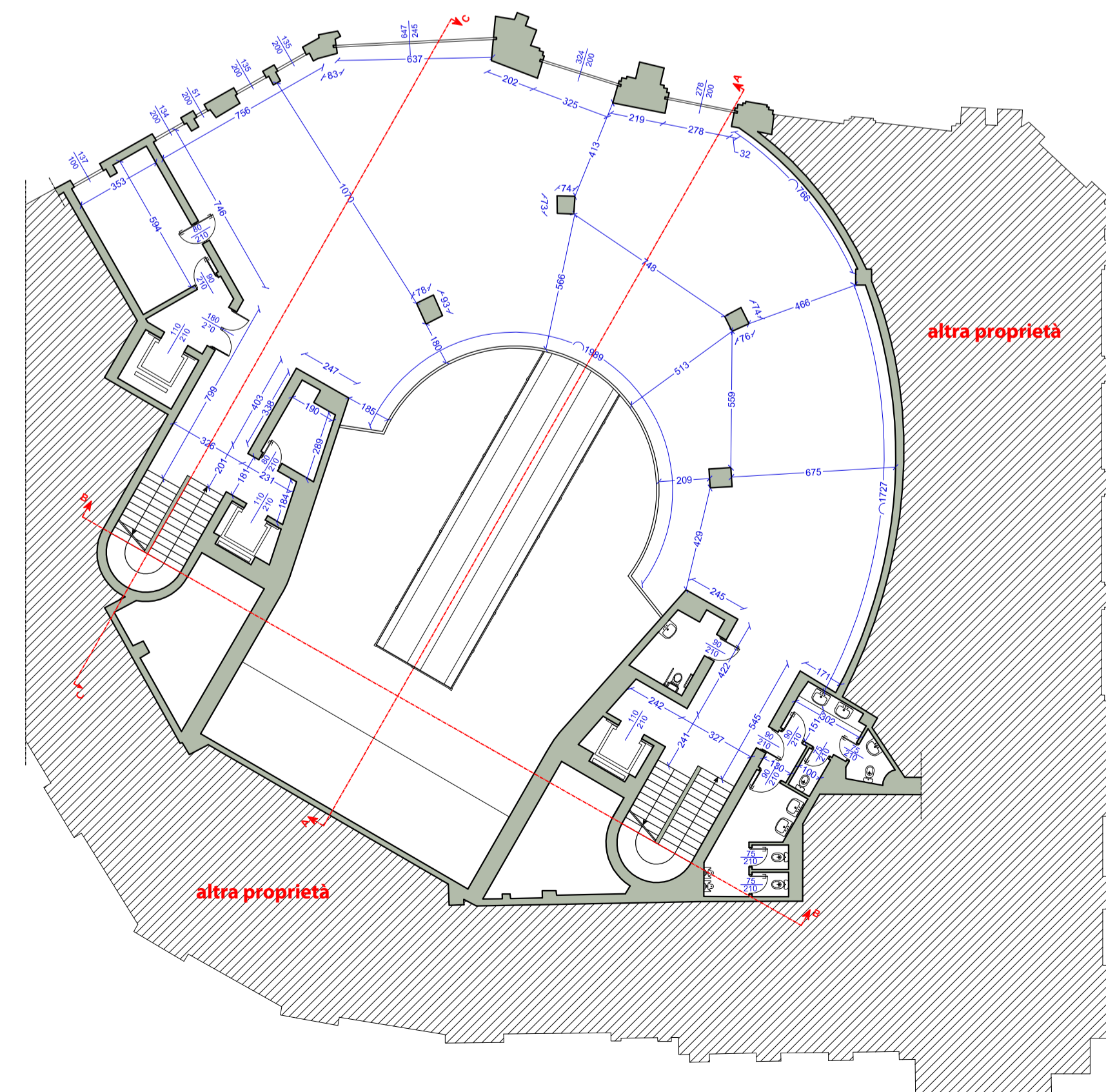
Dopo la dismissione dalla funzione di multisala cinematografica, l'edificio è stato acquisito da una società immobiliare italiana (Benistabili), che sta compiendo una ristrutturazione sull'immobile. Attualmente non è ancora stata decisa la destinazione funzionale che vi sarà inserita. Il Comune sta promuovendo la creazione di una rete commerciale tra Galleria del Corso, Piazza Missori, Via Larga (Comune), Piazza Fontana e Piazza Beccaria. Dalla mia analisi delle geografie dell'offerta, è emersa l'assenza di un format enogastronomico con vendita di beni alimentari di alta qualità nell'ambito di progetto. Considerando la stragrande maggioranza di attività terziarie e commerciali, presentianche nello stesso stabile, (studi notarili, di avvocati, una casa discografica (Sugar), una casa editrice e un centro estetico) ho pensato di collocarvi questo servizio integrato di prossimità. Nel rispetto delle linee guida individuate in precedenza, ho ampliato l'offerta di vendita con servizi di ristorazione ma anche vendita di altri beni non alimentari, come i libri. Tutta questa frammistione di funzioni ha lo scopo di incentivare le persone a trascorrere il proprio tempo libero, dopo il lavoro, in questo spazio. Il mio intervento si colloca in un'ottica di rispetto verso l'edificio esistente, mantenendo la galleria del cinema e le aperture, conservando gli ascensori e le scale negli stessi punti. L'accesso all'edificio è in Galleria del Corso. Il complesso commerciale si sviluppa su quattro livelli: al piano interrato è stato collocato lo spazio di vendita di beni alimentari di alta qualità, al piano terra vi è la compresenza tra una parte di vendita beni alimentari e i corner di somministrazione tematica (isola dei primi e dei secondi), al primo piano c'è la caffetteria-libreria e al secondo piano l'osteria con enoteca. Il collegamento tra piano interrato e piano terra è realizzato con un tappeto mobile. Le casse si trovano al piano terra. Nel piano interrato ci sono i magazzini. L'accesso carico e scarico si trova in Piazza Beccaria. La media struttura proposta, collocandosi in un'area urbana centrale (ZTL/Ecopass) con ingresso al pubblico affacciato direttamente su area pedonale, non richiede dotazioni di parcheggi pertinenziali o ad uso pubblico.



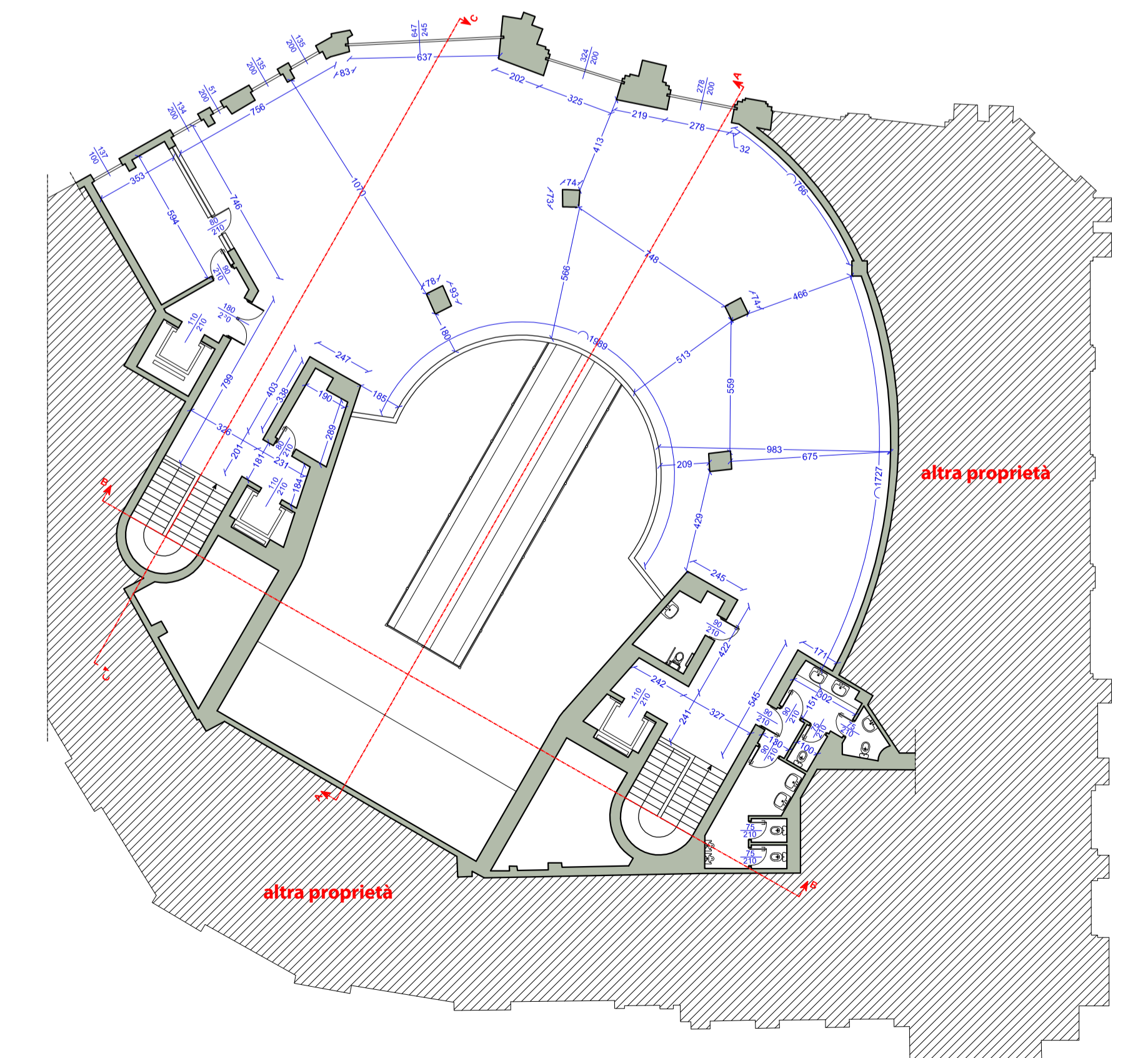
PIANO TERRA



PIANO TERRA



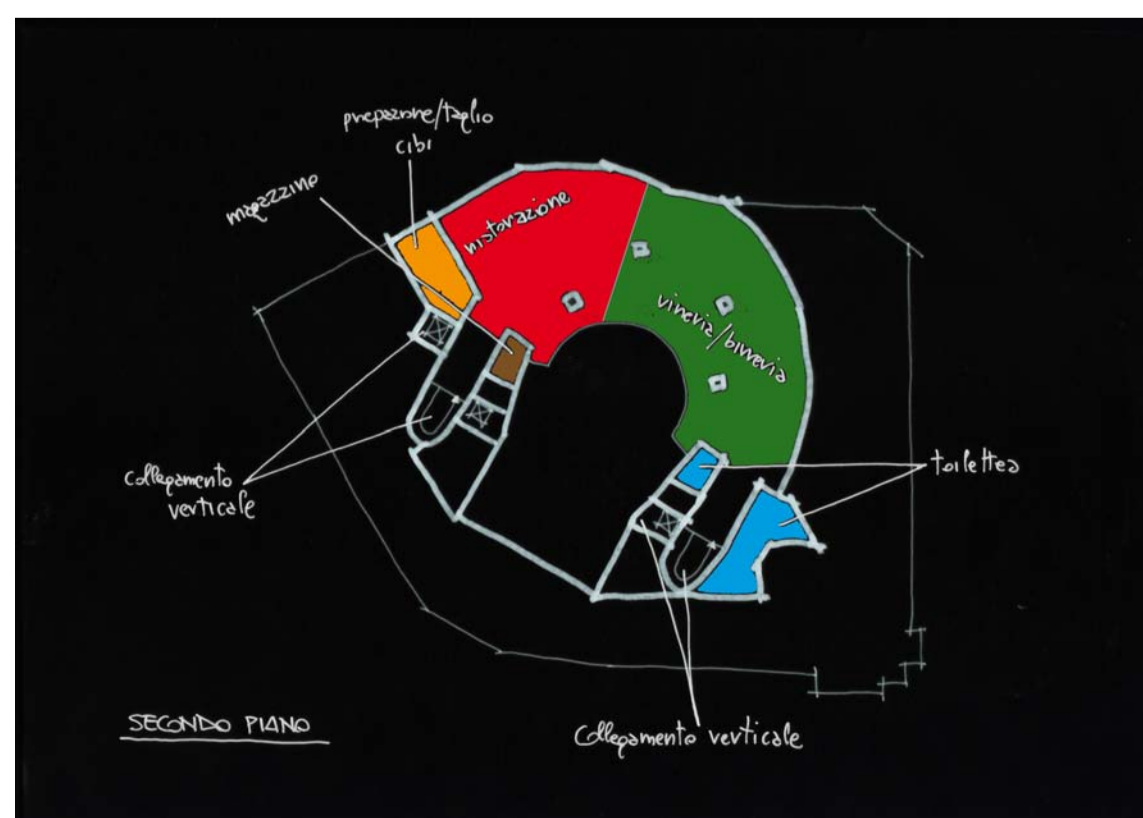
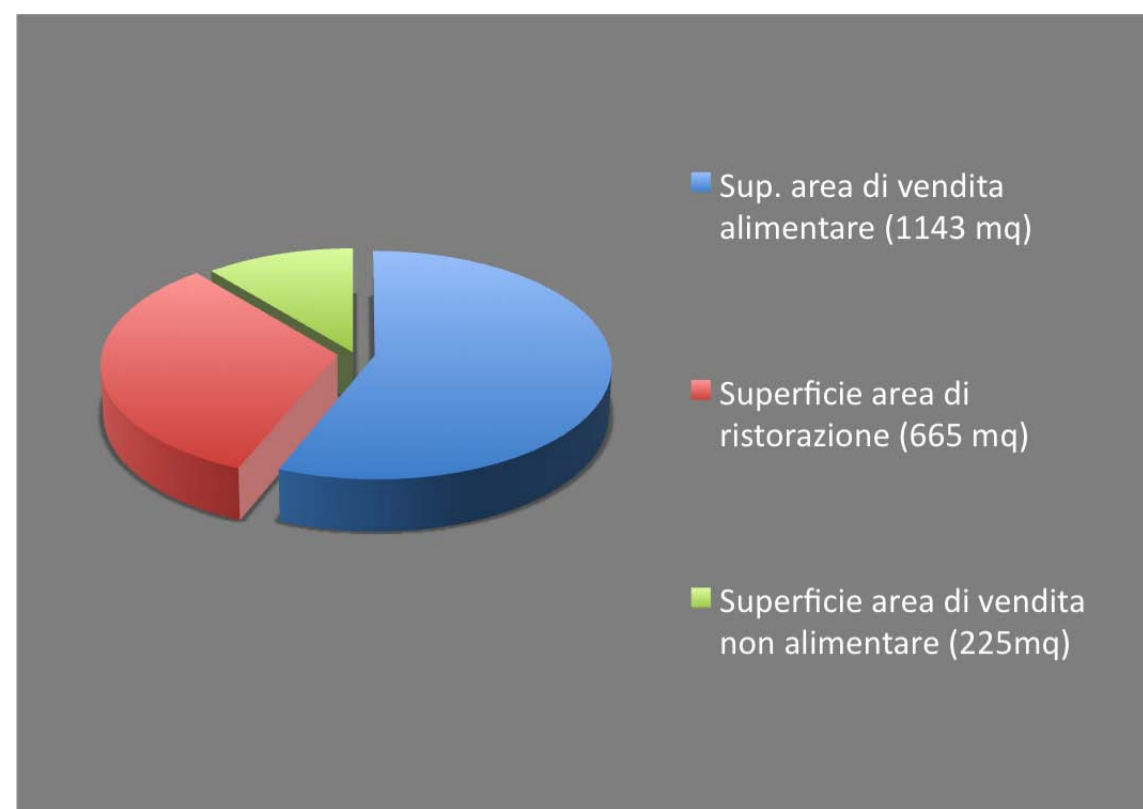
PRIMO PIANO



SECONDO PIANO

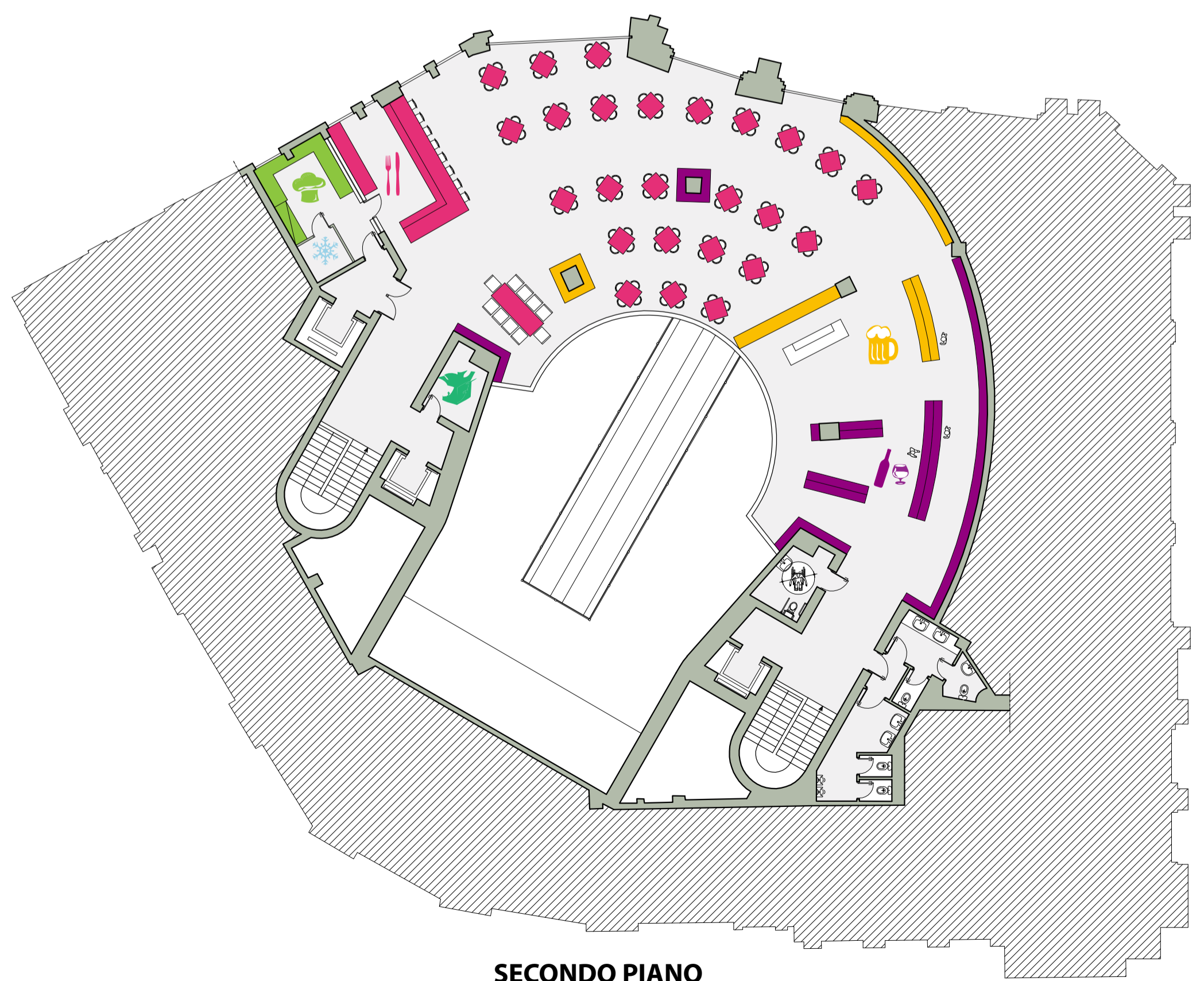
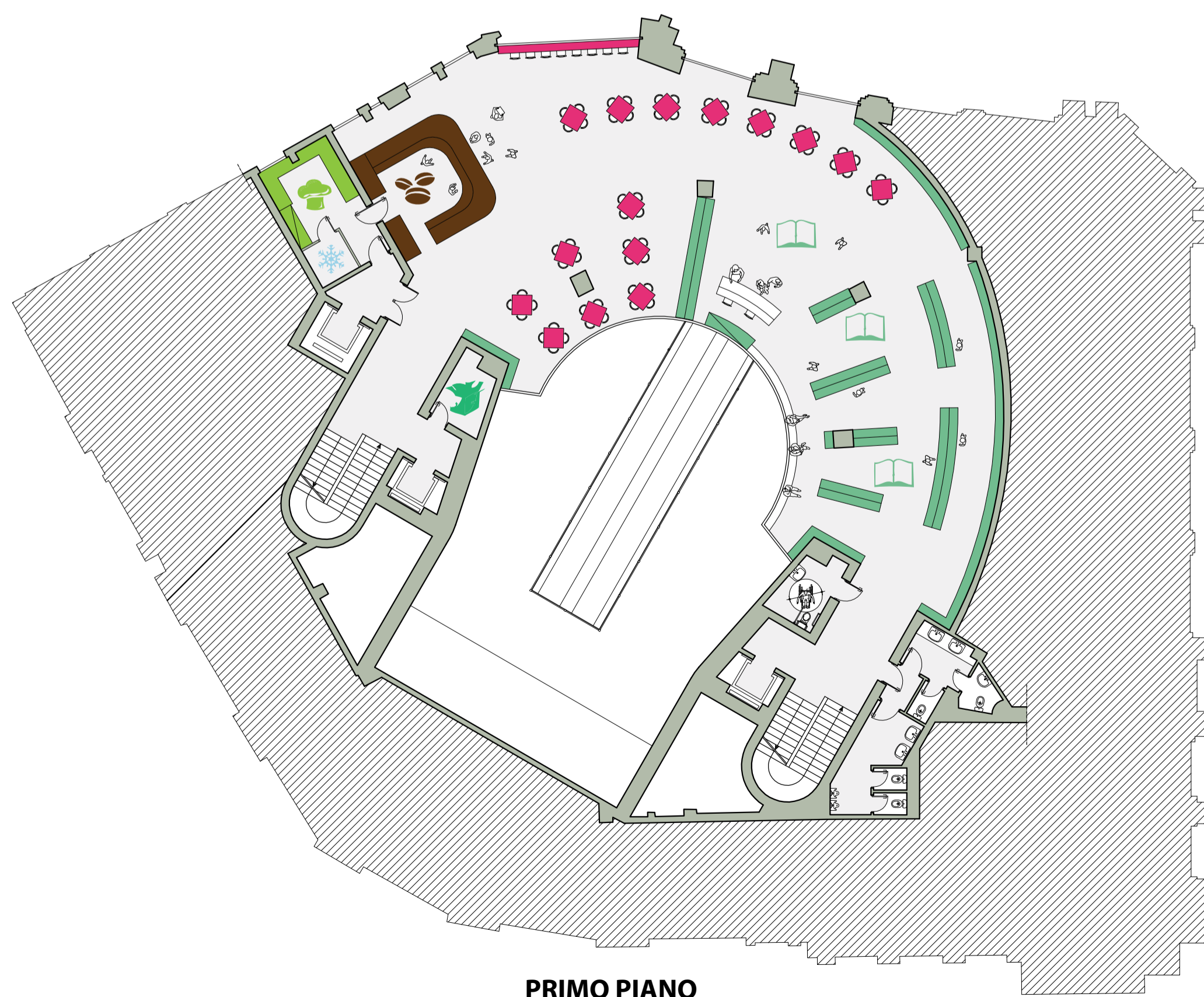
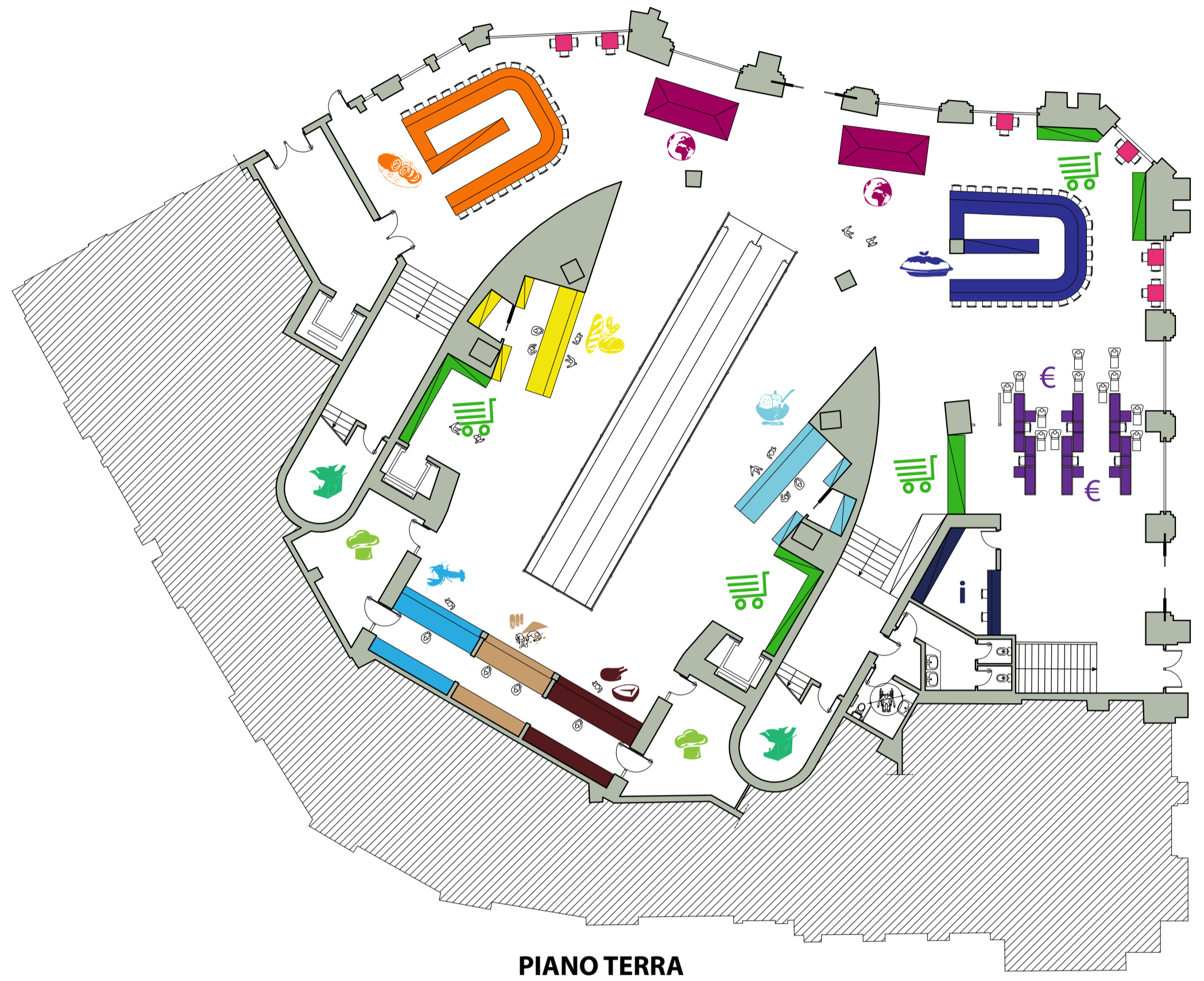
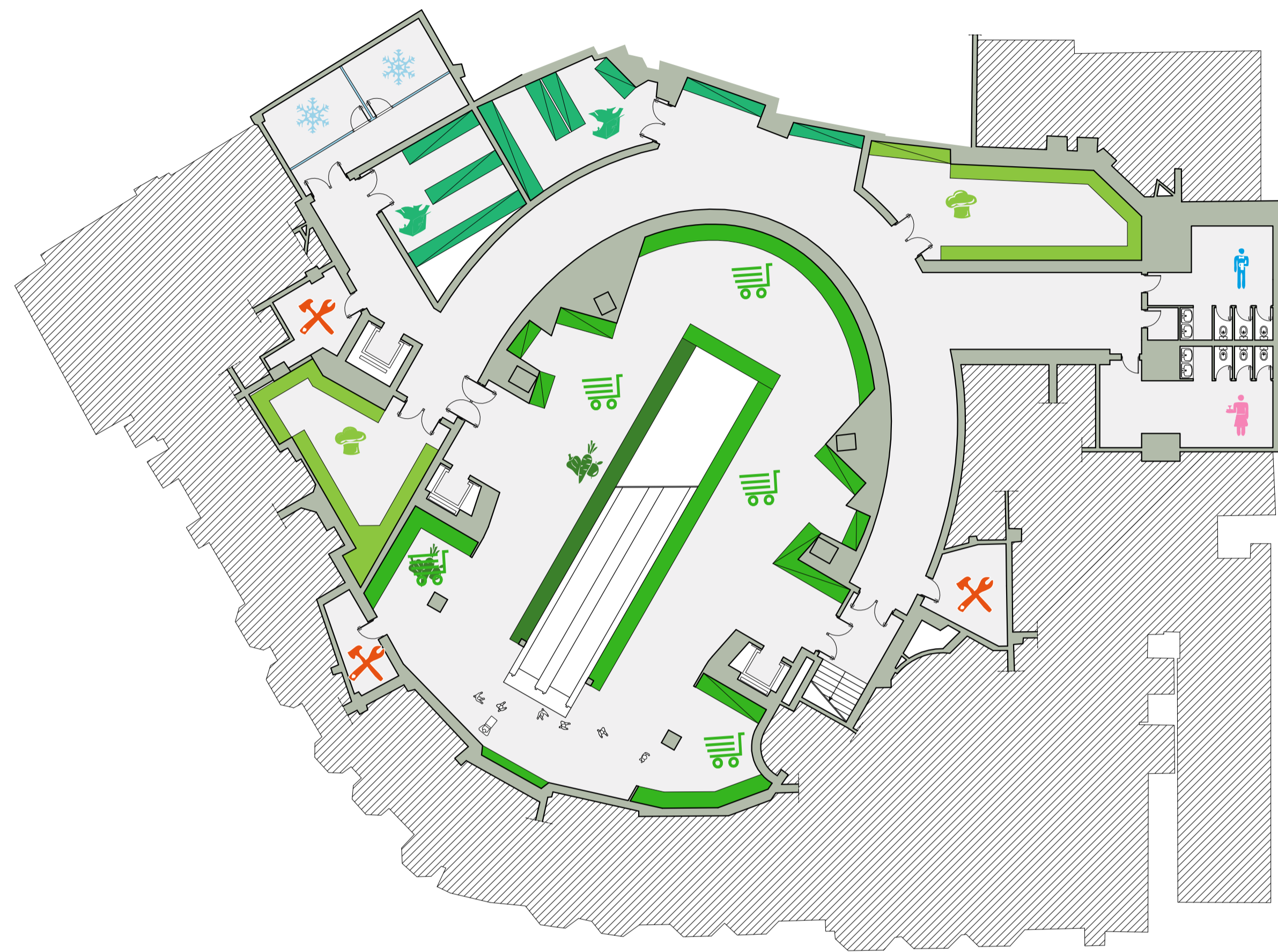






LEGENDA:

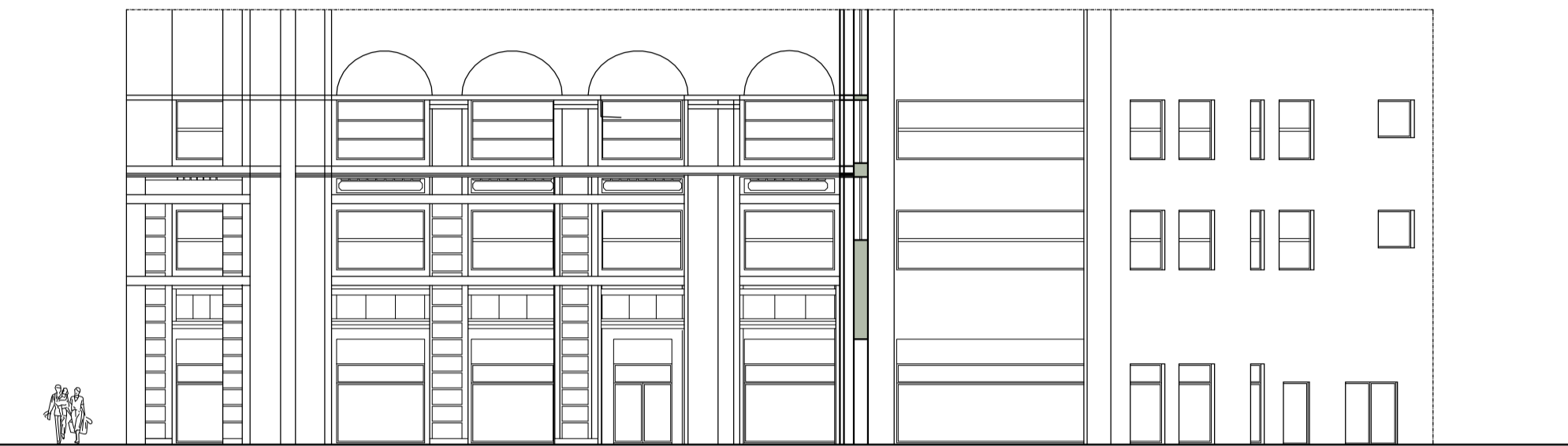
- Beni alimentari di alta qualità
- Taglio e Preparazione cibo
- Corner Macelleria
- Mercato Prodotti Regionali
- Libreria
- Magazzini
- Corner Gastronomia
- Mercato Frutta e Verdura
- Casse
- Locale Tecnico
- Corner Pescheria
- Corner Panetteria-Pasticceria
- Caffetteria
- Ristorante "I Secondi"
- Enoteca
- Spogliatoio Maschile
- Ristorante
- Enoteca
- Info Point
- Spogliatoio Femminile
- Ristorante Tematico "I Primi"
- Gelateria
- Celle Frigorifere



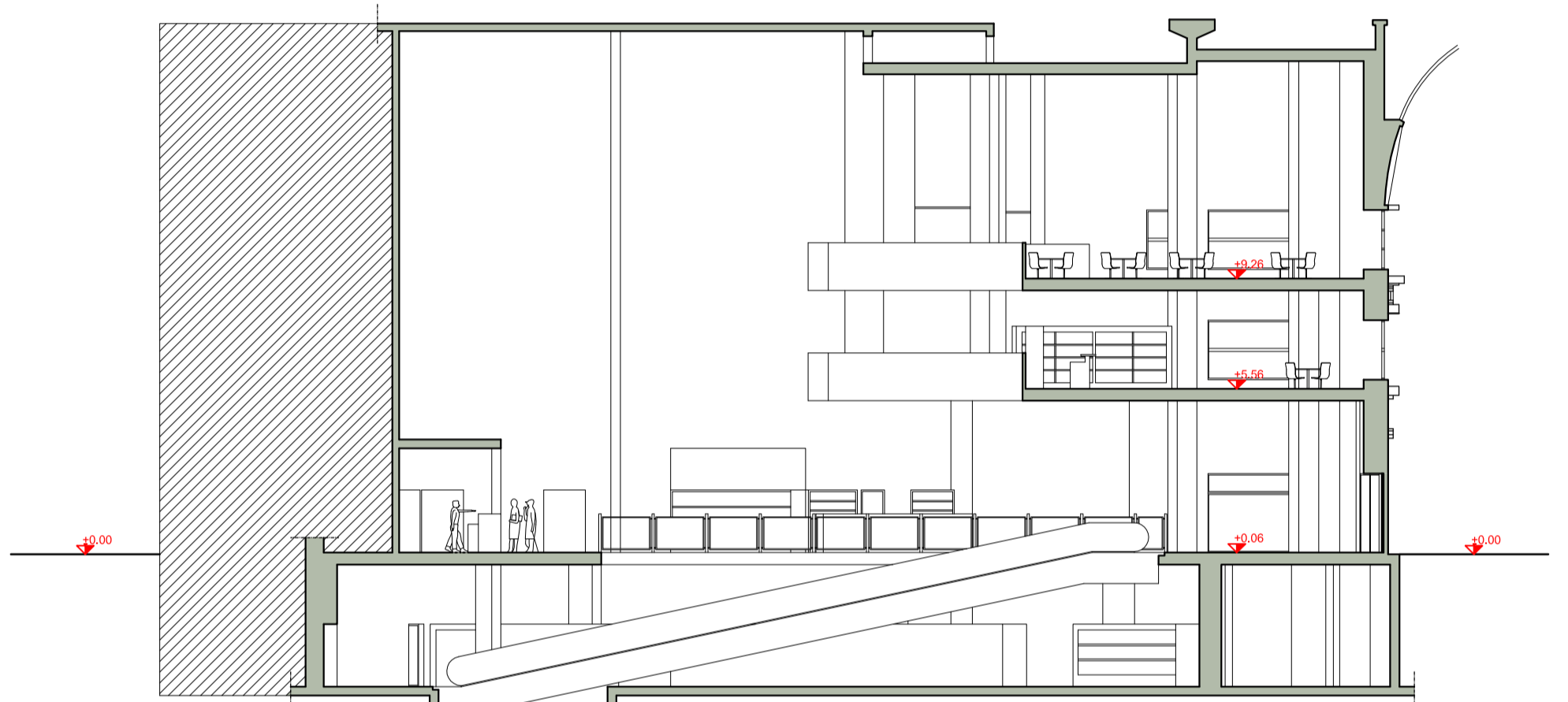




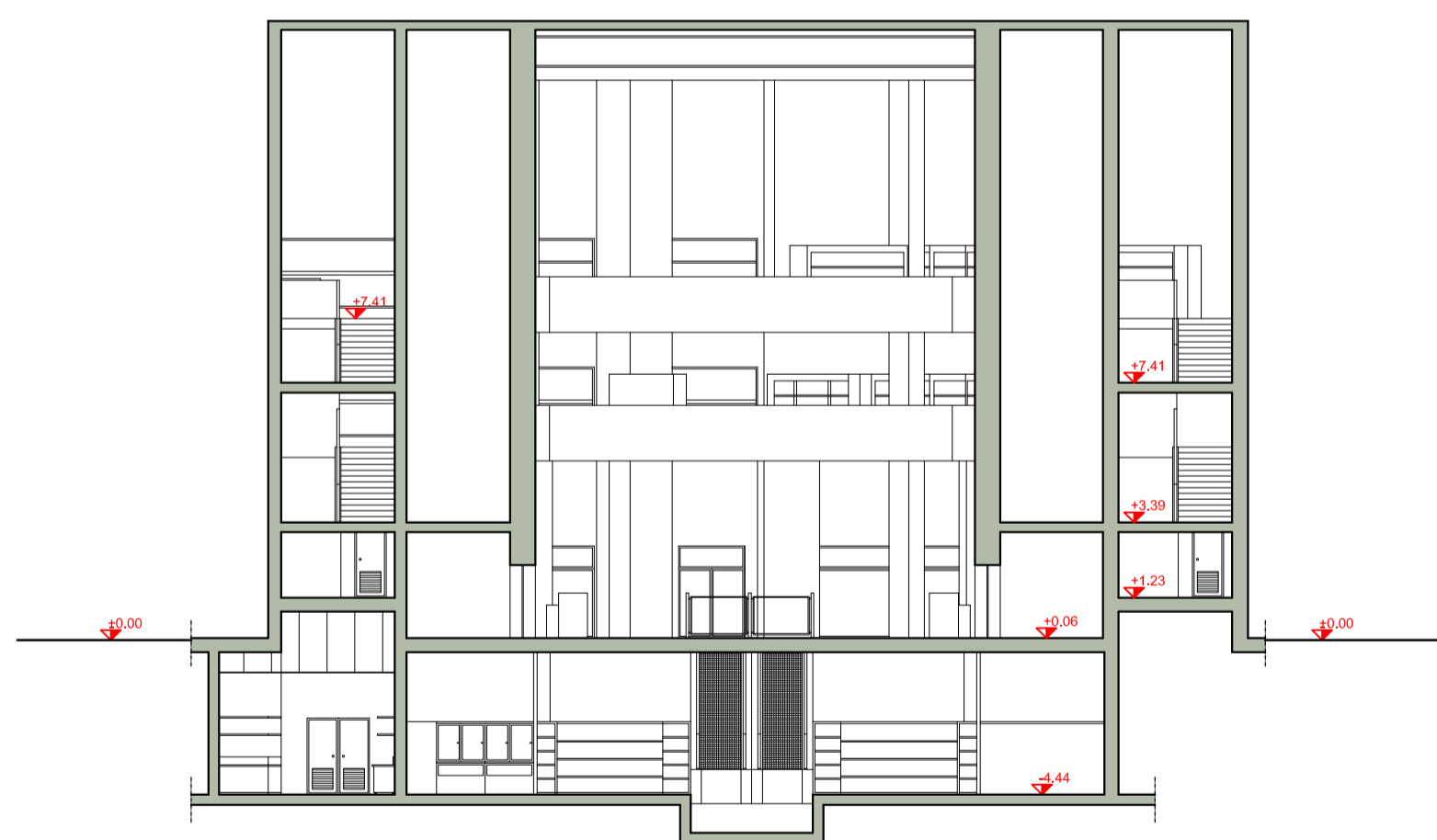
PROSPETTO LATERALE



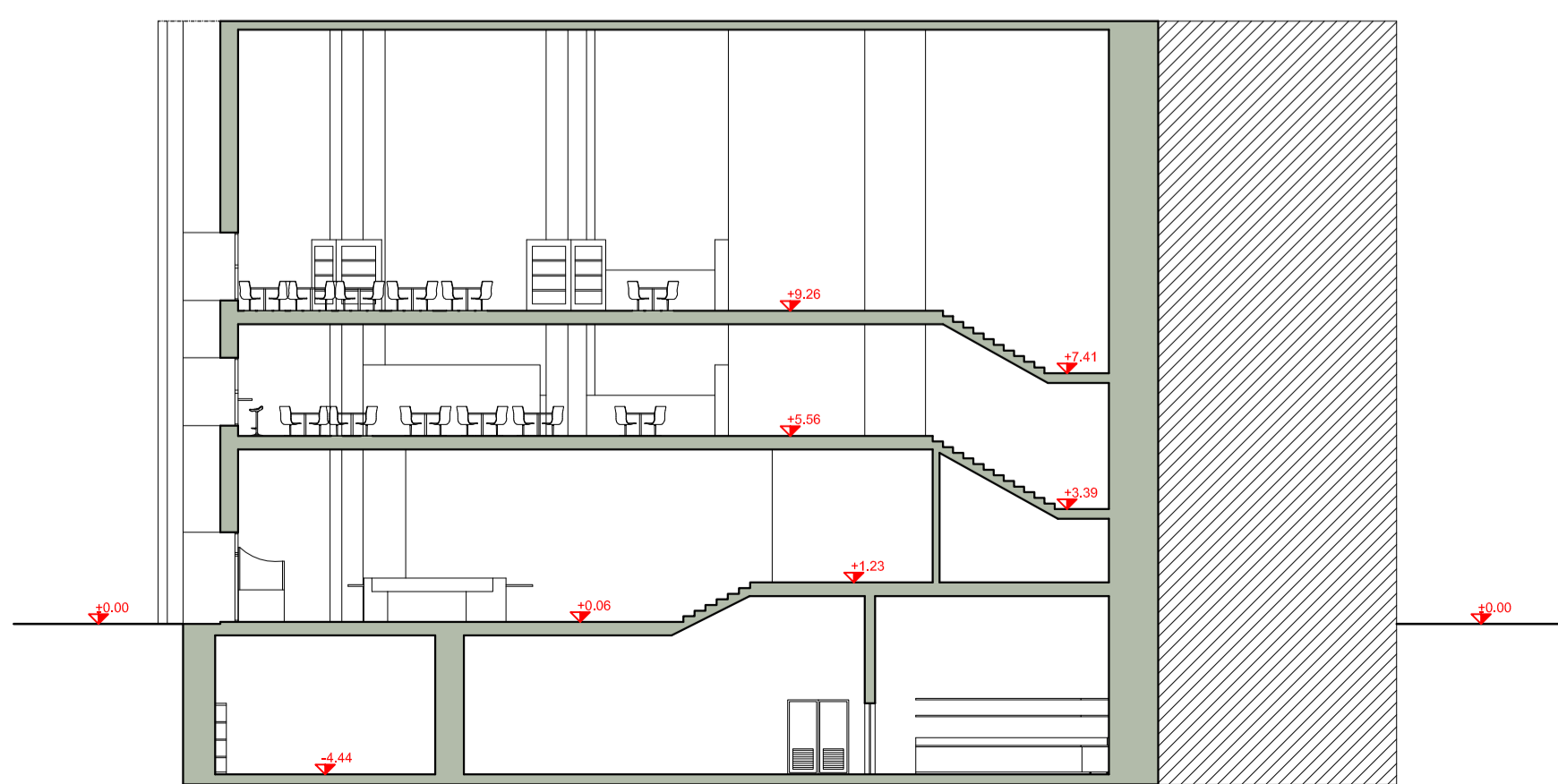
PROSPETTO FRONTALE



SEZIONE AA



SEZIONE BB



SEZIONE CC

