

IMMAGINE RINNOVATA. LO SCOPO ERA ANCHE QUELLO DI OTTIMIZZARE IL CONSUMO ENERGETICO

Centro Acquisti Le Piramidi: breve profilo di un restyling

Roberto Pacifico

Centro Acquisti Le Piramidi, inaugurato a metà novembre 1991, punto di riferimento storico per lo shopping veneto, ha permesso lo sviluppo, intorno al proprio nucleo, di un grande polo commerciale, unico rispetto alla concorrenza: le 140 attività presenti, fra negozi e ristorazione,

- 1. Obiettivo della ristrutturazione: ricreare uno spazio con i caratteri e la qualità di una strada del centro urbano**
- 2. I dati provvisori per i primi mesi del 2009 indicano un incremento dell'affluenza pari al 4%**

hanno attratto nel corso degli anni in tutta l'area circostante insegne come EuroBrico o il multisala Warner Village, che tra tante posizioni ha scelto proprio questa per la sua seconda apertura in Veneto. Fra le nuove aperture registrate negli ultimi mesi, ricordiamo Rossopomodoro e For Fun, Oviessa, Frau, Gamestop e Stroili Oro, e quelle in prossima apertura di Thun e Celio. Consapevole dei risultati raggiun-

ti il Centro Acquisti Le Piramidi ha confermato la sua vocazione al rinnovamento attraverso un'importante scelta strategica che lo rilanciasse nel nuovo millennio, dopo quindici anni di attività: un'operazione di restyling e di rinnovo di tutte le strutture. Progetto ambizioso la cui realizzazione è stata possibile grazie alla condivisione e alla capacità decisionale mostrate dai 140 diversi proprietari, cui fanno capo le attività commerciali del centro.

Gli organi di rappresentanza del condominio e del centro commerciale hanno proposto, gestito e approvato il progetto con il supporto di Cogest Italia, la società di gestione. Ogni singolo punto di vendita ha contribuito in quota parte a sostenere i costi di tali opere evidenziando spirito di appartenenza e di collaborazione e dimostrando lungimiranza e una ferma volontà di mantenere il centro al passo con i tempi, per essere in grado di offrire sempre di più ai propri clienti.

OBIETTIVI GENERALI

Sono sostanzialmente 7 gli obiettivi generali che hanno guidato:

- Rendere l'ambiente più moderno, luminoso e accogliente per creare un luogo d'incontro e di socializzazione
- Incrementare la visibilità dei punti di vendita
- Rinnovare l'immagine della galleria
- Migliorare il servizio alla clientela
- Comunicare in modo più diretto il posizionamento del centro



Centro Acquisti Le Piramidi

Ubicazione (Comune)	Torri di Quartesolo (Vi)
Società promotrice	La Policentro
Proprietà	Immobiliare Policentrotorri spa, Diffusa
Gestione	Cogest Italia
Commercializzazione	La Policentro spa
Progettista	Studio Cotefa, Pga-Pollo Grabowski Architetti Associati (restyling)
Area d'attrazione (mio abitanti)	2,3
Attività presenti	140
Medie superfici	9 (Benetton, La Feltrinelli, Marco Polo Expert, Ovs, Ovvio, Pittarello, Sisley, Smart, Sportler)
Principali esercizi di ristorazione	McDonald's, Rossopomodoro
Entertainment	For Fun (sala giochi e bowling), Casablanca (sala giochi), Baby Sport (kiddie rides)
Ancora alimentare	Ipersimply (3.700 mq)
Superficie totale dell'area (mq)	100.000
Gla (mq)	43.800
Livelli	1
Posti auto	2.700
Accessi	8
Sito web	www.centrolepiramidi.it

Fonte: Cogest Italia

commerciale

- Rinnovare gli impianti tecnologici e di sicurezza
- Ottimizzare il consumo energetico

Dal concorso d'idee lanciato nel

2006 tra diversi studi di architettura, è stato individuato lo Studio Pga (Pollo Grabowski Architetti Associati di Torino,) cui è stato affidato lo sviluppo del progetto di restyling degli spazi interni.

STUDIO DEL CONCEPT

L'idea forte del progetto è stata quella di creare uno spazio con i caratteri e la qualità di una strada di un centro urbano, sulla quale si affacciano i negozi.

Le scelte formali nel disegno della pavimentazione richiamano i marciapiedi in pietra delle città storiche e la fascia centrale di colore chiaro permette la riflessione della luce.

■ Illuminazione

Uno dei passaggi fondamentali per definire il progetto. L'obiettivo era di evidenziare le vetrine creando un ambiente e una luce di qualità simile a quella naturale, come se il visitatore si trovasse in una piazza. Proprio a questo scopo sono stati progettati i corpi illuminanti e sono stati scelti materiali con ben determinate caratteristiche di riflessione della luce e d'impatto cromatico.

Nello sviluppo del concept si è prestata attenzione a rendere confortevole la presenza dei visitatori anche nei periodi e nelle ore di forte affluenza. Questo ha richiesto particolare cura nello studio della sezione della galleria. Le diverse zone, quella centrale e quelle laterali, sono differenziate nell'altezza in funzione delle caratteristiche specifiche del flusso di persone. L'area della galleria prossima alle vetrine ha pavimento più scuro, soffitto più basso e un segno di luce che accentua la luminosità degli spazi di vendita. Nella porzione centrale, che garantisce il flusso continuo degli utenti, si concentra la zona di maggiore luminosità e le superfici, pavimento e soffitto, hanno un'elevata riflessione.

■ Arredi: sedute modulari

Il progetto ha coinvolto tutti gli elementi che danno carattere all'immagine del centro ed entrano in rapporto con il cliente/visitatore: superfici dei pavimenti e dei soffitti, illuminazione, arredi, verde, grafica istituzionale, segnaletica e spazi di servizio frequentati dai clienti, bagni.

La distribuzione degli arredi è funzionale alla fruizione del centro in una prospettiva che supera il semplice acquisto per dare al cliente il

Punti di vendita esterni a Le Piramidi

Eurobrico	Fai da te
Puerto Ventura	Pub/pizzeria
Warner Village	Multisala
Crazy Bull	Disco bar
Divani&Divani	Arredamento
Gate One	Abbigliamento
Dinosauro	Abbigliamento e mobili
Zenith Store	Pelletteria/borse
L'Affare È	Supermercato Gruppo Rossetto
My Air	Compagnia aerea
Mercato dell'Usato	
Paola Danze	Scuola e sala da ballo
Poltrone e Sofà	Arredamento
Bellan & Giardina	Concessionaria moto Bmw
Centro Stock Italia	Arredamento
Ovvio	Magazzino ritiro merce
Rooster	Birreria
Dondi Salotti	Arredamento
Gallery	Disco bar
Moto Planet	Concessionaria moto
Smart Centre	Concessionaria auto Smart
Hotel Piramidi	Hotel

Fonte: Cogest Italia

piacere del soggiorno, dell'incontro e della contemplazione degli oggetti esposti dai punti di vendita. Elemento distintivo del progetto sono le sedute modulari curve in polietilene colorato specificamente disegnate da Pga Associati e prodotte con il sistema dello stampaggio rotazionale in esclusiva per Le Piramidi.

■ Tempi di realizzazione

Altro elemento importante è stato la realizzazione dell'intervento in tempi limitati, proseguendo l'attività del centro nel periodo del cantiere in condizioni di assoluta sicurezza, e garantendo un elevato gra-

do di facilità e accessibilità negli interventi di manutenzione degli impianti, e quindi di affidabilità complessiva degli stessi.

Lo sviluppo del progetto è avvenuto attraverso uno scambio continuo di stimoli e idee. Come esempio di questo processo possiamo citare la riprogettazione di una delle piazze principali del centro. Un tempo occupata da un ricco giardino di piante grasse al quale gli operatori erano particolarmente affezionati: un Ficus Benjamin di otto metri di altezza svettava al centro dello spiazzo illuminato dall'alto. Tuttavia, i muri in blocchi di tufo e le staccionate in legno non erano



Il tratto di pavimento vicino alle vetrine è scuro; incrementa le luci dei negozi

compatibili con lo spirito del progetto e impedivano l'utilizzo razionale dello spazio. Nelle sedute di riunione, architetti e committenza hanno sviluppato per la piazza il disegno di un grande vaso in acciaio colorato che diviene piano di appoggio per i notebook dei clienti in un'area wi-fi. Il ficus e l'elemento naturale vegetale sono tornati a essere il simbolo dell'immagine contemporanea della piazza.

IL CANTIERE

Gli interventi del cantiere hanno riguardato principalmente la sostituzione dei pavimenti della galleria e dei controsoffitti, il rifacimento totale dell'illuminazione, la creazione di un grande schermo nella piazza centrale, il ridisegno di arredi e segnaletica e la ricostruzione dei bagni per il pubblico.

■ Pavimenti

La struttura del centro segue la maglia strutturale con la sua geometria e i suoi giunti di dilatazione. La scelta dei formati, differenziati tra fascia marciapiede e zona centrale, si è armonizzata con le caratteristiche del sottofondo e dei giunti presenti. Tutto il perimetro della nuova pavimentazione è stato bordato con un profilo in alluminio che risolve il problema dell'interfaccia con le vetrine: i diversi interventi effettuati nel tempo sui pavimenti dei punti di vendita hanno infatti richiesto una soluzione mediante giunti e scivoli scelti specificamente per ognuno dei circa 140 negozi. Le piastrelle di grès impiegate hanno elevate prestazioni di resistenza ai carichi e agli urti, anche per il transito di traffico di transpallet e muletti leggeri.

Le zone degli accessi sono state pavimentate con specifiche piastrelle antisdrucchiolevoli e zerbini realizzati con profili di alluminio estruso a incasso.

■ Controsoffitti

Il disegno del controsoffitto si armonizza con il profilo architettonico complessivo di pavimento e illuminazione.

I materiali utilizzati a soffitto sono differenziati nelle zone laterali (che

racchiudono gli impianti tecnici e devono essere quindi ispezionate spesso), e in quella centrale dove questi sono praticamente assenti. I controsoffitti della parte centrale sono stati realizzati con una tela tesa a elevate prestazioni tecniche e estetiche, composta da un tessuto sintetico bianco in Pvc di elevato potere riflettente, di peso contenuto e assolutamente sicura in caso di incendio. La resistenza indicata dal produttore è di 20 anni.

Il fissaggio del controsoffitto è ottenuto mediante appositi profili collegati alle pareti perimetrali e alle canaline tecniche specificamente progettate che ospitano i corpi illuminanti. La posa di tutti i controsoffitti è stata effettuata a secco. Le parti laterali sono state realizzate con pannelli alveolari in alluminio brevettati di particolare leggerezza, facilmente rimovibili e riposizionabili. Tutti i dettagli dei dispositivi di aggancio sono stati progettati per garantire facilità di manutenzione.

■ Illuminazione

Gli apparecchi illuminanti, progettati e realizzati appositamente per il centro, costituiscono la struttura portante del controsoffitto.

L'illuminazione è di tipo indiretto in modo da garantire una luce diffusa e morbida, riflessa dal ciellino bianco con un effetto simile all'illuminazione naturale. Con questa soluzione si raggiunge un'ottima luminosità senza togliere l'attenzione dalle vetrine e dai punti di vendita.

La canalina tecnica alloggia due file di lampade fluorescenti di ultima generazione, i cablaggi e gli starter.

In prossimità delle piazze o in corrispondenza degli allargamenti delle gallerie sono state collocate specchiature di soffitto circolari retro-illuminate con effetti di cambio di colore comandati da computer.

Il livello dei consumi elettrici non si è rivelato superiore a quello precedente l'intervento, con un livello d'illuminamento nettamente superiore sia qualitativamente sia quantitativamente.

Inoltre, con il nuovo impianto è possibile modulare l'accensione delle



canaline in funzione del livello di illuminamento esterno anche mediante la rilevazione con sensori.

La conformazione della canalina tecnica rende agevole la manutenzione che può essere effettuata senza intervenire sui controsoffitti e con una notevole rapidità d'intervento, sicurezza ed eliminando il rischio di deterioramento e insudiciamento dei controsoffitti.

Per le opere di restyling i progettisti hanno adottato un sistema flessibile a zone, che ha permesso a tutte le attività commerciali inserite nel centro di rispettare il consueto orario di apertura al pubblico, senza soffrire particolari disagi e senza ricorrere a giorni di chiusura straordinari.

Un'adeguata serie di opere provvisorie, utilizzate per compartimentare le aree interessate dalla ristrutturazione, ha permesso l'esecuzione dei lavori sia durante la chiusura sia durante l'orario di apertura del centro, salvaguardando in ogni momento la sicurezza dei clienti e l'efficienza delle attività commerciali.

Le affluenze dei clienti durante i mesi di cantiere non hanno registrato flessioni rispetto agli anni precedenti, anzi, si è riscontrato comunque un aumento dei visitatori, dato significativo se rapportato all'oggettiva situazione di minor appeal della galleria.

■ La comunicazione durante il restyling

Le attività di comunicazione e informazione hanno giocato un ruolo di primo piano fornendo informazioni di servizio (indicazione dei percorsi, delle uscite di emergenza e dei tratti di galleria inaccessibili) e



Le sedute modulari curve in polietilene colorato (in alto): uno degli elementi distintivi del nuovo progetto Le Piramidi

aggiornamenti relativi al processo di rinnovamento nell'architettura del centro.

Gli obiettivi della comunicazione si possono riassumere nei seguenti punti:

- Accogliere nel miglior modo possibile i propri visitatori
- Indicare chiaramente le aree coinvolte dai lavori e i percorsi alternativi
- Mascherare gli ingombri (tranne macchinari e materiali) legati ai cantieri posti all'interno della galleria
- Diminuire il disagio degli operatori commerciali e della clientela
- Informare e coinvolgere i visitatori sul work in progress (creando aspettativa e curiosità).

Destinatari della comunicazione anche gli operatori commerciali del centro, per sensibilizzarli sull'importanza dell'ammodernamento e

del miglioramento architettonico dell'ambiente.

■ L'evoluzione della comunicazione

Durante i lavori di restyling il format creativo utilizzato per la comunicazione esterna del centro, rappresentato da fumetti, è stato sfruttato e adattato per le esigenze di comunicazione interna legate ai lavori.

Alla fine dei lavori è stato lanciato il nuovo format grafico, essenziale e coerente ai codici colore e alla nuova immagine del centro acquisiti. I lavori più invasivi si sono conclusi alla fine del 2007 (mentre altri cantieri meno vistosi sono proseguiti fino ai primi mesi del 2009) e al momento della rimozione delle coperture si è subito capito quanto l'aumento della luminosità, il rinnovamento delle strutture e degli impianti avevano reso l'ambiente più accogliente e moderno, valorizzando il patrimonio immobiliare, a vantaggio anche e soprattutto dei locali inseriti nella galleria.

I dati tendenziali dei primi mesi dopo la conclusione dei lavori proiettano un incremento delle affluenze pari a circa +4,0%, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Un'indagine di mercato, partita a fine settembre, analizzerà la percezione della clientela. A questa seguiranno nuovi momenti di rilevazione, per un monitoraggio della soddisfazione della clientela nel medio periodo.

Il coinvolgimento degli operatori è stato totalmente condiviso e moltissimi punti di vendita in concomitanza con il restyling hanno attuato un rinnovamento della propria immagine. Oltre un terzo delle insegne ha realizzato negli ultimi due anni un restyling o una ristrutturazione completa del punto di vendita, un cambio insegna o un subentro. Ricordiamo in particolare i restyling di Sportler, Marcopolo Export e Ipersimply; nonché l'inserimento di alcuni format impattanti come McDonald's: il ristorante aperto a Le Piramidi è stato il secondo pilota italiano del nuovo format. ■