

LO STADIO: ORIGINI

*Fin dalle sfide dei gladiatori nel Colosseo, lo **STADIO** è sempre stato un simbolo di intrattenimento che si fa cultura, il «**panem et circenses**» che si sostituisce alla politica. E oggi, nonostante l'evoluzione del design e della tecnica che li rendono tra le **infrastrutture più affascinanti e complesse**, il loro valore simbolico è rimasto invariato.*

LO STADIO: ORIGINI

Luogo di ritrovo (**POLITICA**)

Introduzione di Sport regolamentati dal XIX sec. (**COMPETIZIONE**)

Riqualificazione Urbana e
Generazione di Nuovi Ricavi
(**REAL ESTATE & BUSINESS**)

DOVE SIAMO ADESSO?

L'epoca in cui le società di calcio erano dedite esclusivamente al piacere di offrire uno spettacolo a tifosi e spettatori appartiene al passato. Nel calcio moderno le nuove priorità sono divenute la **massimizzazione del profitto** attraverso la ricerca dell'equilibrio finanziario, la diversificazione delle entrate, lo sviluppo degli investimenti.



Stadio

stádio = *lat.* STADIUM dal *gr.* STADION alterato per assimilazione regressiva del suono dentale dal più antico SPADION rimasto nel dialetto dorico: dalla *rad.* SPA-*stendere*, ond'anche il *gr.* spàô *io tiro*, *trappo*, il *lat.* spātium *spazio*, e il *ted.* spannen *distendere* (v. *Spanna*, *Spazio*). Del cambiamento della *sp* in *st* si ha sempio anche alla voce *Studio*].

Estensione determinata di 600 piedi greci o 625 romani, ossia 125 passi geometrici; *metonimic*. Il luogo talora cinto i un anfiteatro, di portici, di colonne, ove in Grecia si correva a gara, il quale a Olimpia era appunto della lunghezza i uno stadio; *fig.* Periodo di tempo, riferito specialmente a malattie.



LO STADIO: LO STATO ATTUALE

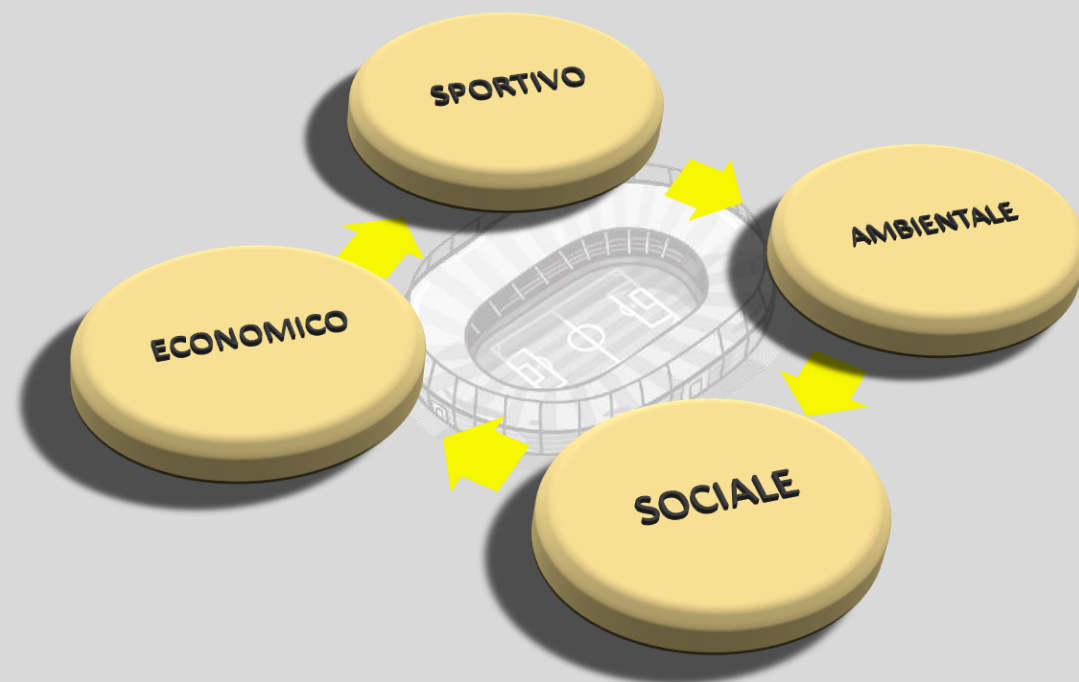
STATO DEGLI STADI: obsoleto, non sicuro, non di proprietà del Club, non dedicato al calcio, ego del progettista

POCHI SERVIZI E DI BASSA QUALITÀ: sia a livello corporate che per i tifosi

**COSTRUIRE UN NUOVO STADIO
CONSENTE AL CLUB DI:**

- **AUMENTARE E DIFFERENZIARE**
l'offerta per i partner del Club
- **UTILIZZARE 7/24** la struttura per
eventi no match day
- **SPAZIARE ASSET DI ALLOCATION**
per nuovi target di investitori

DIVERSIFICAZIONE DELL'OFFERTA



NEW STADIUM EFFECT

Cosa significa progettare uno STADIO, inserire una struttura così forte nel contesto urbano?



Preparare la città ad accogliere una struttura che necessita di una rete viaria e parcheggi al fine di non andare nel caos ogni volta che c'è una partita



Inserire un contenitore, che certamente è il più capiente della città, che nel giorno del match day deve potersi caricare e scaricare nel più breve tempo possibile (anche se l'obiettivo resta quello di ottenere una permanenza più lunga)



Trovare quelle funzioni che permettano di utilizzare queste architetture 7gg su 7

Il «Nuovo Stadio» può comportare una significativa crescita in termini di audience e di match day revenues

I casi degli stadi di proprietà hanno mostrato come un Club, investendo in una propria infrastruttura può raggiungere:

+66%
REVENUES

+51%
ATTENDANCE

NEW STADIUM EFFECT: SVILUPPO

IDEA: Definizione degli obiettivi e del concept di progetto

DEFINIZIONE: Descrivere ciò che il risultato del progetto dovrebbe essere in grado di raggiungere (funzioni/prestazioni)

PROGETTAZIONE: definizione di come la soluzione progettuale soddisfa i requisiti richiesti

PREPARAZIONE: Definire come rendere il risultato del progetto

REALIZZAZIONE: Realizzazione effettiva del risultato del progetto

FUNZIONAMENTO: Sostenere il risultato del progetto



Non esiste una formula o un modello di stadio che vada sempre bene: il progetto architettonico deve tenere conto, oltre al contesto urbano anche di tutte le esigenze e caratteristiche che sorgono dalle indagini socio economiche, e che nascono dalle varie analisi che danno come risultato la sostenibilità sociale ed economica dell'intervento «STADIO».

NEW STADIUM EFFECT: SVILUPPO

Considerare lo **STADIO** come
un **IMMOBILE**

Realizzare **aree moderne**
che, oltre a fornire un'ulteriore
contribuzione al match day ed a
favorire una **redditizia**
permanenza nell'impianto
oltre il puro e semplice evento
sportivo, possono rappresentare
un motivo di frequentazione su
base continua, sino a
raggiungere l'auspicato **utilizzo**
7 gg su 7.

DIVERSIFICAZIONE DEI RICAVI E DEI SERVIZI

BUSINESS
CENTER

MUSEUM

FOOD &
BEVERAGE

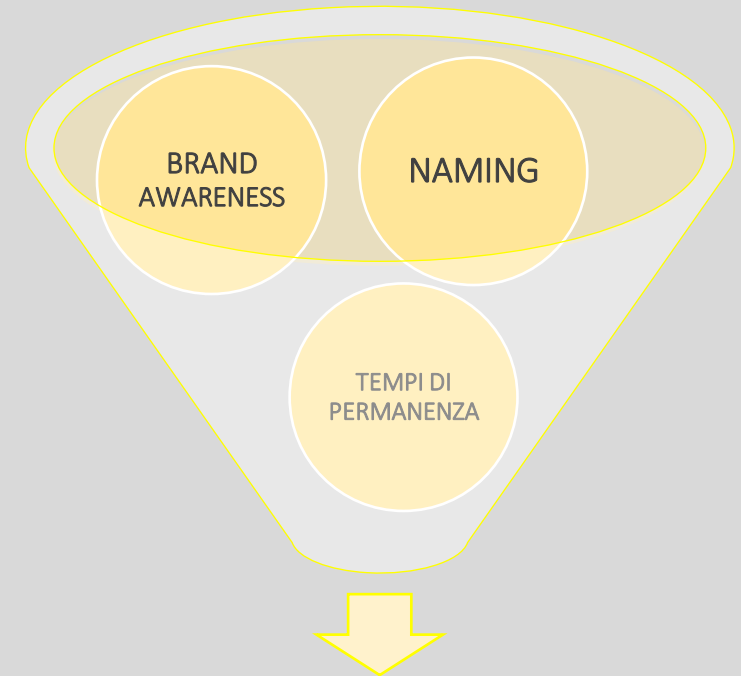
EVENT

MEDICAL
CENTER

NEW STADIUM EFFECT

Stadi di **PROPRIETA'**: oltre al valore della struttura

1. **INVESTIMENTO**: investimento immobiliare importante per il patrimonio finanziario del Club
2. **FONTE DI RICAVI**: una fonte ricavi che prescinda dai risultati sportivi
3. **DIVERSIFICAZIONE**: un elemento che permetta al Club di diversificare la propria attività dal solo campo sportivo
4. **CONNOTAZIONE**: un biglietto da visita per la città e per la brand identity
5. **ABBATTIMENTO COSTI**: notevole taglio di costi di gestione



STADIO DI PROPRIETA':

la sfida si gioca sul tavolo dei servizi

STADIO EUGANEO



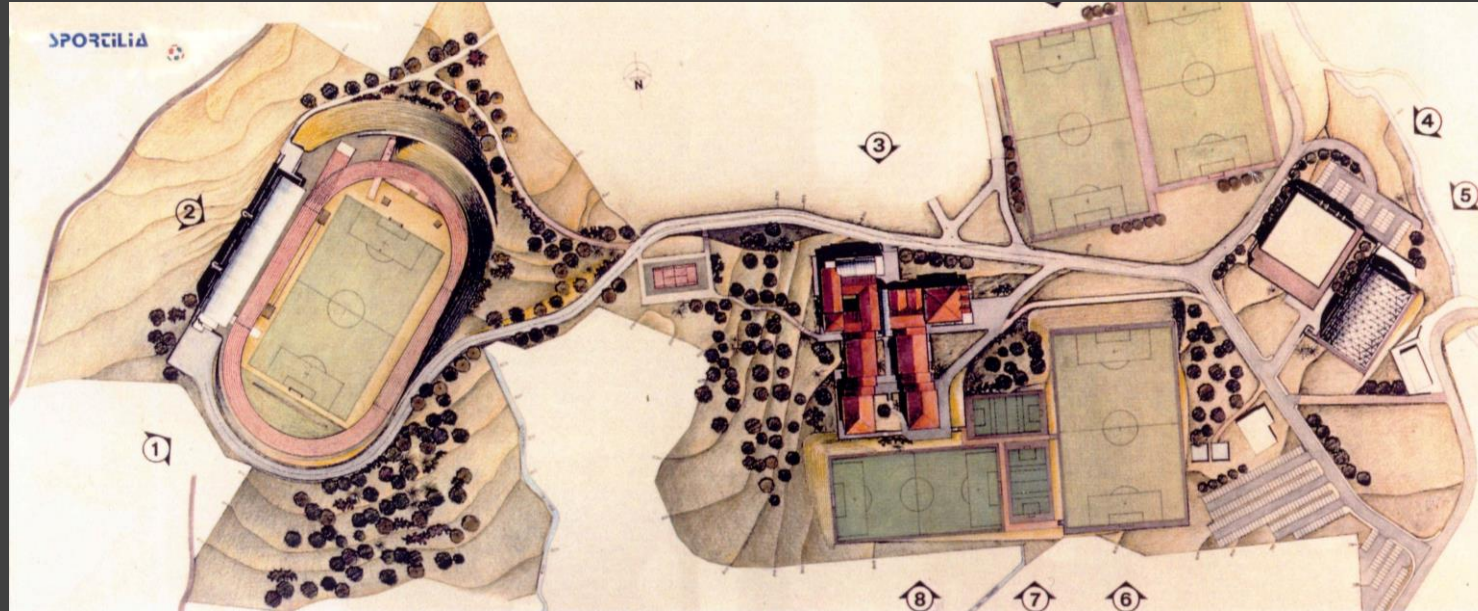
Cliente: CONSORZIO
PADOVA CALCIO

Capacità: 40.000 posti

Task: Architectural Design

GAU ARENA

SPORTILIA



Cliente: COMUNE DI
SALO'

Capacità: 5.000 posti

Task: Architectural Design
– General Coordination

JUVENTUS STADIUM



Cliente: FC JUVENTUS spa

Capacità: 32.000 posti

Task: Architectural Design
– General coordination

JUVENTUS TRAINING CENTER



Cliente: FC JUVENTUS spa

Task: Architectural Design
– General coordination

GAU ARENA

US PALERMO STADIUM



Cliente: US CITTA' DI
PALERMO

Capacità: 35.000 posti

Task: Architectural Design

GAU ARENA

RESTYLING DALL'ARA



Cliente: BOLOGNA FC

Capacità: 30.000 posti

Task: Architectural Design
– general Coordination

GAU ARENA

BOLOGNA TRAINING CENTER



Cliente: BOLOGNA FC

Task: Architectural Design
– general Coordination

HNK RIJEKA STADIUM



Cliente: NHK RIJEKA

Capacità: 15.000 posti

Task: Architectural Design
– general Coordination

CASE HISTORY: IL NUOVO DALL'ARA

1925 – L'AREA PRIMA DELLA COSTRUZIONE



1926 – LO STADIO ULTIMATO



1929 – COSTRUZIONE TORRE MARATONA



ITALIA 90 - OGGI



CASE HISTORY: IL NUOVO DALL'ARA

NUOVI SPOGLIATOI



TORRE MARATONA



NUOVE AREE HOSPITALITY



CASE HISTORY: IL NUOVO DALL'ARA

I NOSTRI **OBIETTIVI**:

LO STADIO NEL MONUMENTO: Demolizione di gran parte della struttura di ferro. Rilettura dell'originario paramento murario in cotto a vista.

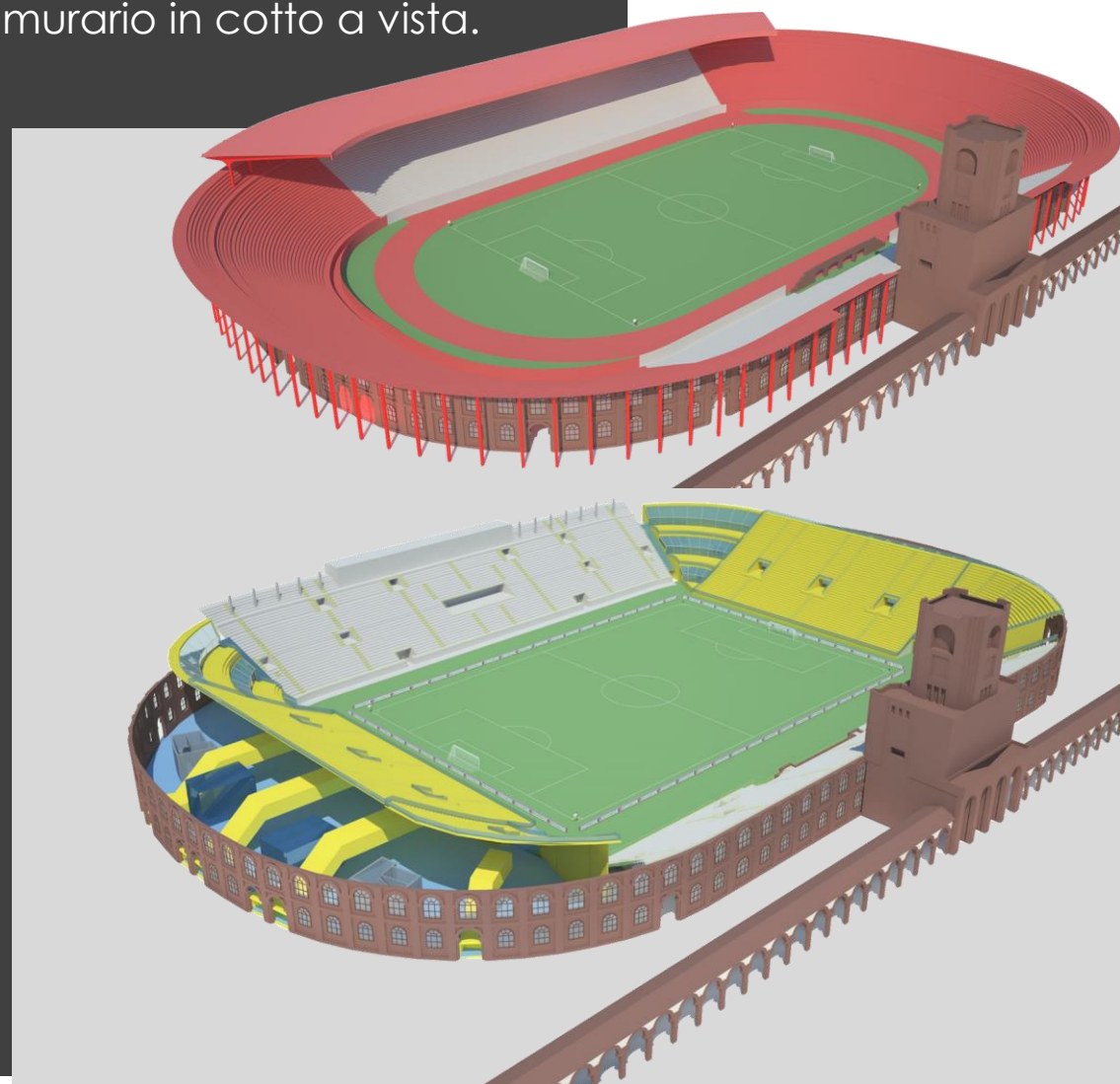
LO STADIO NELLO STADIO:

Nuova capienza 30.000 pax
divisi in 6 settori,
4 nuove tribune a 7,70 m dal campo
Nuovi corner/balconate esclusivi

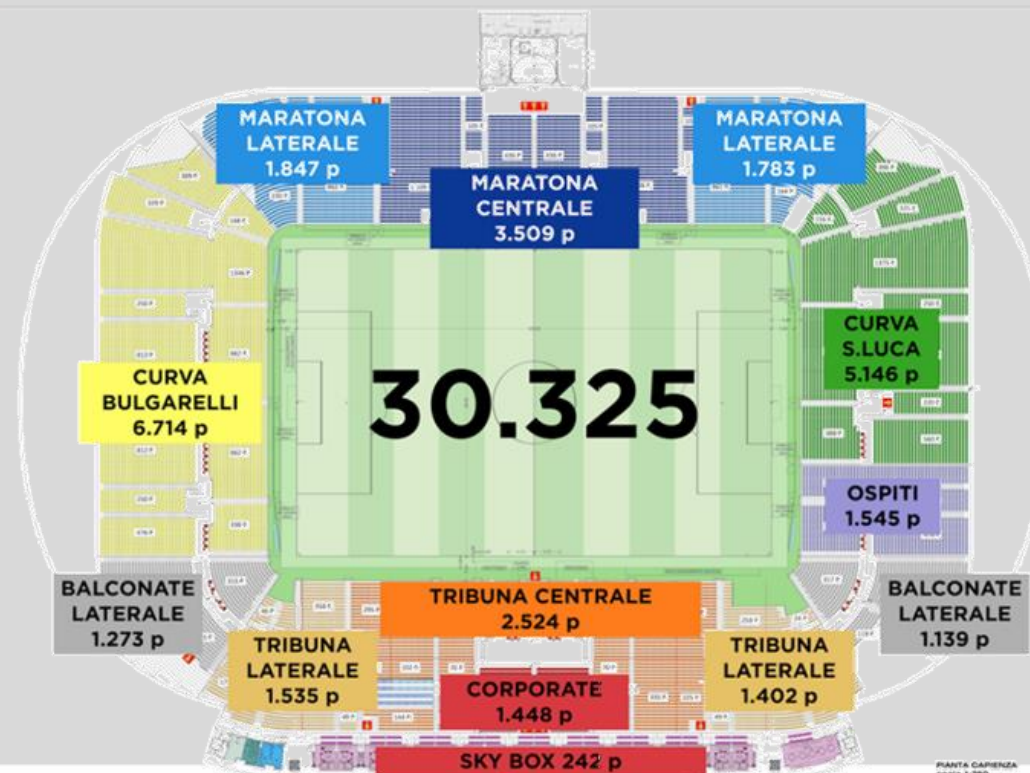
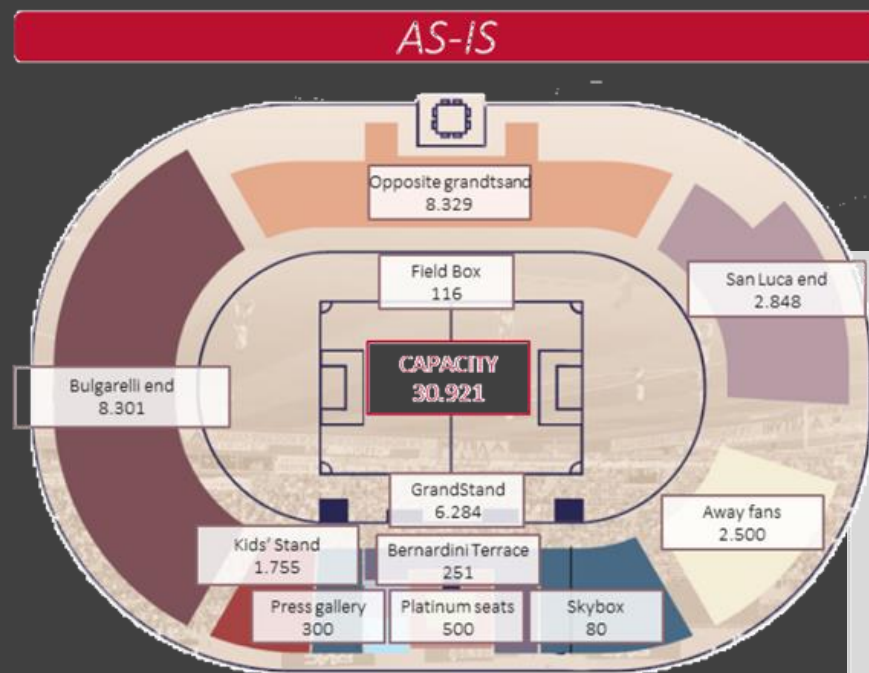
ACCESSIBILITA': tutti i settori dello stadio sono accessibili a persone diversamente abili

NUOVA COPERTURA: Tutti i posti sono Coperti (3 unghie/fasci di luce)
In prossimità della Torre Maratona è Stata progettata una copertura trasparente

SICUREZZA: Svuotamento dell'impianto in 5 min. «si esce da dove si entra».
G.O.S in posizione strategica



CASE HISTORY: IL NUOVO DALL'ARA



CASE HISTORY: IL NUOVO DALL'ARA

OGGI



DOMANI



Nell'ottica di **MASSIMIZZARE IL POTENZIALE**

DELL'IMPIANTO, i nuovi stadi diverranno una parte

importante della memoria collettiva di una città: un

simbolo ben radicato nel tessuto urbano, sociale ed

economico della comunità.

«**STADI 3.0**: templi che sanno trasmettere emozioni nel

pieno della passione, ma anche nel mistico silenzio del

giorno del riposo»

GRAZIE PER L'ATTENZIONE
