

PROTAGONISTI
PIUARCH

PIUARCH





© Filippo Avandero

Lo Studio Piuarch nasce nel 1996 su idea dei quattro soci fondatori: Francesco Fresa, Germán Fuenmayor, Gino Garbellini e Monica Tricario. Piuarch significa apertura: saper fare confluire approcci e punti di vista diversi in un unico progetto, creando una rete che si arricchisce dei contributi culturali e tecnici di professionisti e consulenti di diverse discipline. A oggi lo Studio – situato in un caratteristico cortile di Brera, ex sede di una tipografia – è composto da una quarantina tra architetti e ingegneri, provenienti da tutto il mondo. Un collettivo che si occupa di architettura, spaziando dal retail per la moda alla progettazione di edifici per uffici, dalla preparazione di piani urbanistici e interventi di recupero a spazi per la cultura. Fin dal primo progetto di case popolari realizzato a Sesto San Giovanni nel 2000, Piuarch ha dato origine a un «laboratorio di progettazione», emblematico di un nuovo «professionismo italiano» di fare architettura di qualità. Scevro da manie di protagonismo, lavorando con continuità e coerenza sia in Italia che all'estero, Piuarch si è confrontato con una vasta serie di temi e su diverse scale: con una particolare sensibilità per il dialogo tra le architetture e il contesto, per l'interazione con l'arte e l'attenzione al dettaglio, per l'impiego di materiali naturali e per la sensibilità al risparmio energetico. Per Dolce&Gabbana per esempio, Piuarch ha realizzato oltre quaranta boutique sparse

in tutto il mondo, gli headquarters milanesi, showroom e impianti di produzione, ristrutturando l'ex cinema Metropol per farne un emblematico spazio per eventi e sfilate.

Lo Studio ha da sempre guardato al mondo, mantenendo un respiro internazionale con particolare riguardo alla Russia, dove negli anni sono stati realizzati numerosi progetti. Nel tempo Piuarch si è aggiudicato il primo premio in occasione di numerosi concorsi: la realizzazione di nuovi spazi sociali nel Rione Cavalleggeri a Napoli (1999); Ansaldo Città delle Culture (2000) insieme a David Chipperfield; il Nuovo Polo Congressuale di Riva del Garda (2007); l'edificio Onda Bianca nella zona di Porta Nuova a Milano (2006); l'ampliamento del Collegio di Milano (2007); l'edificio per uffici a Champigny-sur-Marne, in Francia (2013). Tra i progetti completati di recente si ricordano: i due Padiglioni per ENEL e Caritas a EXPO 2015, Milano; il flagship store Givenchy a Seul; l'edificio Quattro Corti a San Pietroburgo; le boutique per i brand Les Hommes ad Anversa e Amber&Art a San Pietroburgo; la riqualificazione di CENTRO*Arezzo Coop.Fi o delle ex fabbriche Caproni a Milano per farne il nuovo Gucci Hub. Nel corso degli anni Piuarch ha ottenuto numerosi riconoscimenti, tra i quali spicca il premio Architetto Italiano 2013, assegnato dal Consiglio Nazionale degli Architetti a conferma della qualità del percorso svolto nel tempo.

Sono passati 21 anni dalla fondazione di Piuarch: era infatti il 1996 quando Francesco Fresa, Germán Fuenmayor, Gino Garbellini e Monica Tricario, dopo un'esperienza comune presso Gregotti Associati International, decisero di aprire un proprio studio. La sede, un open space ricavato in uno spazio industriale che ospitava un tempo una tipografia, si trova a Brera, nel centro di Milano. Qui lavorano, oltre ai quattro partners, 8 associati e 40 tra architetti e ingegneri: un team strutturato, che progetta e realizza edifici pubblici, complessi per uffici, residenze, spazi commerciali e boutiques sino al disegno di piani urbanistici, con il contributo di consulenti di diverse discipline.

di Clara Taverna

MODULO: Il vostro nome è neutro, non sono le iniziali dei fondatori né indicano l'indirizzo dello studio. Da dove nasce il nome Piuarch?

Piuarch: Il nostro gruppo è fatto di persone con formazione diversa, con identità diversa, che vive nella consapevolezza di queste differenze e ne trae una grande ricchezza di confronto e dialogo. È proprio l'eterogeneità, di cui noi partners siamo una dimostrazione diretta, che crea questo insieme armonico, quasi "un'orchestra", dove il riconoscimento del gruppo vale più della personalizzazione e la passione per il fare architettura diventa il motivo trainante. Piuarch prende appunto origine da questa pluralità di voci e, oltre ad esprimere l'idea che il team sia più forte del singolo protagonista, suggerisce la volontà di prendere le distanze dal fenomeno delle archistar per lavorare su una progettazione fortemente radicata nel luogo, senza clamori e sempre attenta a garantire la qualità ambientale.

MODULO: Un tratto distintivo della vostra architettura è la relazione con il contesto, il singolo edificio è sempre visto come parte del tutto. Come affrontate la ricerca su questa significativa relazione?

Piuarch: La nostra architettura è legata alla comprensione del contesto; non solo fisico ma anche culturale, storico, sociale, artistico, urbano. Nel momento stesso in cui discutiamo del concept di progetto, analizziamo le modalità con cui l'edificio può instaurare un dialogo con quegli elementi che andranno poi a modellarne la forma. Il rapporto si può esprimere in una continuità morfologica - come succede nel progetto degli Uffici Dolce&Gabbana su via Broggi a Milano -, nel riferimento diretto al paesaggio - come accade per il Congressi di Riva del Garda, arricchito da un canocchiale visivo aperto

sulle acque del lago -, nella corrispondenza materica - citiamo nuovamente Riva del Garda e il CENTRO*Arezzo Coop.fi - o nella prosecuzione del tessuto urbano. Il centro commerciale di Arezzo, a questo proposito, ne è una dimostrazione: il sistema di gallerie commerciali e slarghi è strutturato secondo il tradizionale rapporto strada/città mentre la torre che svetta richiama gli elementi verticali della città toscana, fatta di torri e campanili. Il rapporto con il contesto si intreccia e si arricchisce quindi di riferimenti alla storia dell'architettura - in particolare al linguaggio di Terragni, di cui condividiamo la cura del dettaglio e l'essenzialità delle forme -, e ai movimenti artistici come l'astrazionismo geometrico della seconda metà del '900 e il cinetismo, che contribuiscono a ispirare le forme espressive dell'edificio.

MODULO: Avete realizzato edifici pubblici, complessi per uffici, residenze, spazi commerciali e allestimenti. Qual è la vostra modalità di approccio per esigenze così difformi?

Piuarch: Non possiamo parlare di un cambiamento di approccio, cioè di un modo differente di operare in relazione alle diverse tipologie funzionali. Ogni progetto nasce da un'attenta riflessione su due fattori: da un lato la relazione, appunto, con il contesto; dall'altra la necessità di garantire una sostenibilità "globale", considerata cioè non come un dato riferito a un fattore energetico ma come una condizione che coinvolge una molteplicità di componenti. Tra questi il benessere delle persone, l'impulso alla socialità e alla possibilità di creare positive interazioni tra gli utenti, la corretta illuminazione, la limitazione nell'impiego delle risorse, la cura per il dettaglio e la fruizione da parte di individui di età differente. Valori che non dipendono dunque dalla specifica funzione insediata ma che sono condivisi in tutti i progetti.

2006



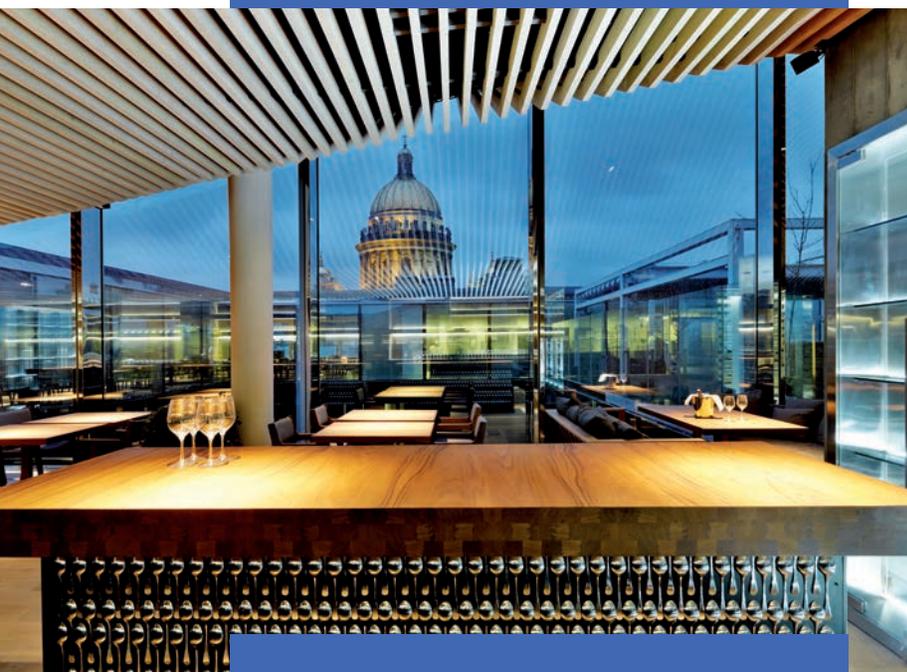
Uffici Dolce&Gabbana in via Broggi

La sede di Dolce&Gabbana a Milano occupa una superficie di 5.000 mq e rappresenta il risultato di un attento processo di consolidamento e recupero di due edifici adiacenti e collegati tra loro, uno dei quali risalente agli anni venti e l'altro agli anni sessanta. Il contrasto tra i volumi su cui gioca il progetto è di grande efficacia e le due anime, classica e contemporanea, dialogano tra di loro e con il contesto urbano circostante in perfetta armonia. La facciata dell'edificio più recente è stata completamente rifatta e realizzata in vetro, segnata dal ritmo serrato degli elementi frangisole verticali in vetro opalino. Il volume si sviluppa lungo tre strade a formare un unico blocco vetrato dalla forma semplice e di grande effetto per i giochi di luce e ombre che si creano sia nelle ore diurne che in quelle notturne. La trasparenza e la semplicità dei segni utilizzati determinano un volume schermato dagli elementi verticali ma aperto alla luce e allo sguardo dei passanti che possono ammirare gli abiti nelle appendie lungo tutto il perimetro della facciata. Sviluppato su cinque piani e due interrati, il complesso ospita nella parte storica gli uffici e gli spazi di rappresentanza, mentre nell'edificio vetrato gli showroom si sviluppano a open space per tre piani, per chiudere all'ultimo con delle piccole terrazze ricavate dall'articolazione dei volumi del ristorante. Il piano terra si affaccia sulla corte interna di ciottoli bianchi su cui fanno capolino delle aree verdi dalle forme sinuose. Sulla stessa corte si affaccia il nuovo volume di collegamento dei due edifici che, completamente vetrato, è segnato dalla lamiera decapata delle rampe di scale che ospita al suo interno. Per gli arredi interni sono stati scelti materiali metallici: l'acciaio lucido per gli elementi portanti e la lamiera per i piani di appoggio. La scelta di utilizzare materiali naturali, come la pietra Namibia e materiali trasparenti e riflettenti, come il vetro e la lamiera d'acciaio lucida, permette all'intero edificio di giocare con gli effetti della luce e di cambiare aspetto a seconda del momento della giornata.

Immagini: @Andrea Martiradonna, @Alberto Piovano @Ruy Teixeira



2010



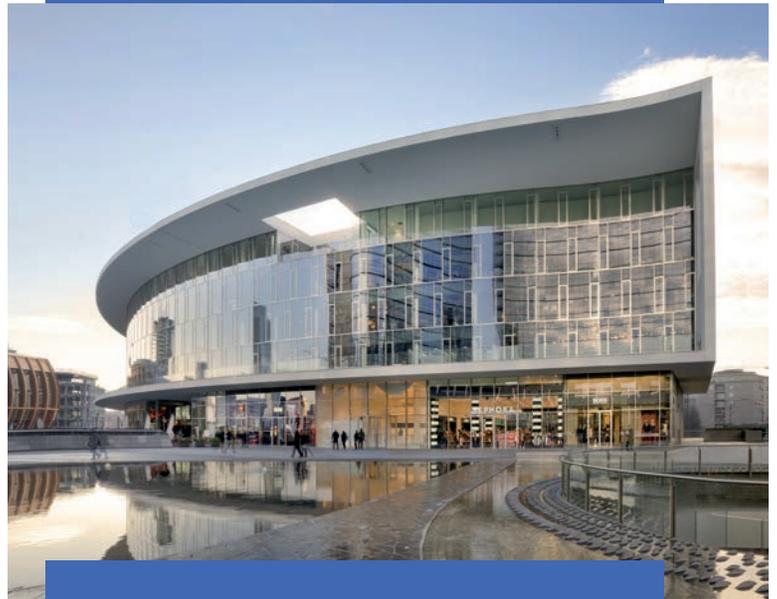
Quattro Corti business center

La proposta di Piuarch di progettare nel cuore della città di San Pietroburgo il business center Quattro Corti risulta vincitrice del concorso indetto da Galaxy LLC nel 2006. L'intervento occupa un'area di 23.500 metri quadrati del centro storico nei pressi dell'Ermitage e della Prospettiva Nevskij, e si articola in un mix funzionale tra uffici, spazi ricreativi e Mansarda, un ristorante all'ultimo piano con spettacolare vista sulla cattedrale di Sant'Isacco. Per Piuarch è stata un'importante occasione per confrontarsi con la storia della città che ha visto in passato architetti italiani come Francesco Bartolomeo Rastrelli, Antonio Rinaldi, Vincenzo Brenna, Giacomo Quarenghi e Carlo Rossi. L'attenzione al contesto ha favorito un confronto dialettico tra il linguaggio architettonico contemporaneo del nuovo complesso e la città storica. Piuarch ha progettato un edificio di 6 piani che si sviluppa su un intero isolato, per ospitare quattro suggestive corti. Queste «piazze interne» sono caratterizzate dalla particolare ricchezza cromatica dei pannelli in vetro specchiante e riflettente che compongono le facciate vetrate, i cui colori richiamano gli edifici storici di San Pietroburgo. Tali pannelli rettangolari verticali, i cui colori spaziano dall'oro al verde, dall'azzurro al rosso, sono disposti con inclinazioni differenti in modo da provocare una frantumazione dei riflessi che permette alle pareti di vibrare a seconda dell'illuminazione. Le corti si propongono come spazi polifunzionali per eventi, installazioni artistiche e mostre: «Volevamo creare un edificio tutto "introverso"» ha sottolineato Germán Fuenmayor, partner fondatore di Piuarch «dove ciascuna corte si anima con luce e colore formando dei luoghi vivi capaci di stupire il visitatore. Al tempo stesso è forte il riferimento letterario alle corti dei palazzi di San Pietroburgo, luoghi pieni di vita raccontati da Dostoevskij e Gogol'». Inoltre la volumetria «introversa» dell'edificio è servita anche per controllare la dispersione termica e luminosa poiché nelle corti si è creato un microclima in grado di contrastare le rigide condizioni climatiche. Le superfici sono rivestite in travertino bianco italiano, lo stesso della cattedrale di Kazan' sulla Nevskij. Mentre nella parte sommitale una copertura in metallo composta da elementi diversamente inclinati permette di ricomporre in modo unitario le pendenze asimmetriche dei tetti.

Immagini: @ Andrea Martiradonna



2013



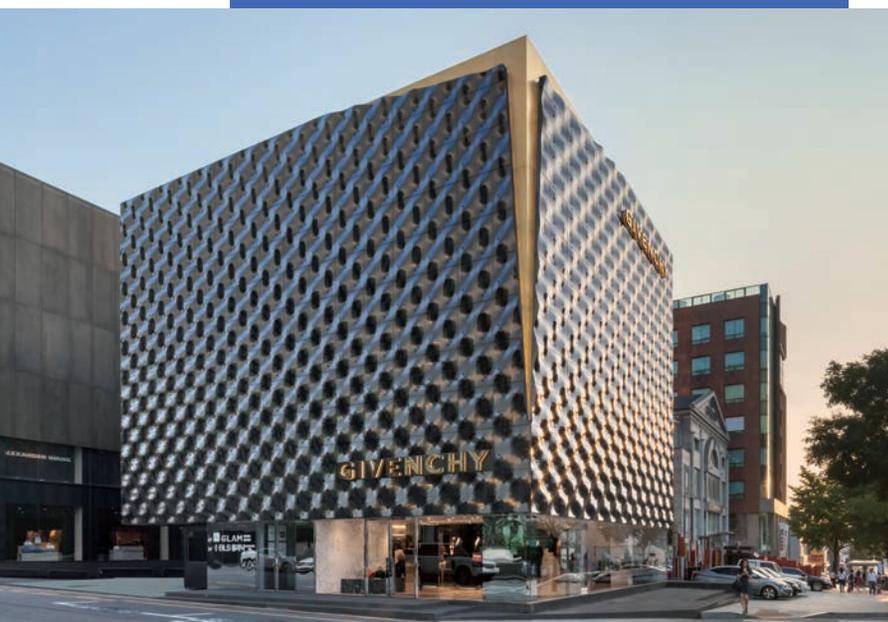
Porta Nuova Building

Come un'onda bianca e sinuosa, il Porta Nuova Building si inserisce nelle linee del masterplan del piano di recupero urbano dell'ex scalo ferroviario di Porta Nuova a Milano, tra corso Como, la Stazione Garibaldi, il quartiere Isola e piazza della Repubblica. Il grande volume si estende per una lunghezza di 140 metri dando vita a un volume complessivo di 16.500 metri quadrati destinati a uffici e a negozi. Nella sua possente e al tempo stesso leggera massa bianca e vetrata, l'edificio svolge un «ruolo urbano» fondamentale: si pone come cerniera tra la città esistente e le nuove dinamiche innescate da tutto il progetto di Porta Nuova, allineandosi in altezza agli edifici storici e aprendosi sulla piazza, posta a una quota più elevata rispetto alle strade circostanti. Questo blocco si presenta come l'unico edificio basso nel nuovo intervento, ma con la sua sinuosità riesce a relazionarsi sia alla città storica sia alle nuove torri: lasciando un segno forte e riconoscibile, in contrapposizione alle altezze del piano generale. Impostandosi su un podio trasparente di collegamento tra i due ambiti della città, tramite una scalinata ricavata da un taglio centrale al suo interno, il volume si presenta quindi come uno dei punti di accesso alla grande piazza. Sopra il podio trasparente, che accoglie showroom e spazi vendite, si innesta l'involucro orizzontale bianco che racchiude i 4 piani superiori dedicati agli uffici. L'aggetto dell'involucro sulla piazza ha una duplice funzione: protegge il grande portico commerciale sottostante e diventa un ambiente terrazzato per gli edifici al primo livello. Terrazze a uso degli uffici si aprono anche nei piani alti attraverso corti interne con pareti colorate, che intensificano l'illuminazione naturale e danno maggiore flessibilità alle unità lavorative indipendenti. Lo studio dell'orientamento, per creare un ambiente di lavoro confortevole, e dei differenti contesti urbani su cui il prospetto nord e il prospetto sud affacciano, ha portato alla diversificazione delle due facciate, che si relazionano con la città in modo diverso. Il prospetto sud, che guarda alla città storica con un profilo sinuoso e curvilineo, presenta vetrate rettangolari con il ritmo incalzante del sistema di schermi solari realizzati in lastre verticali di vetro serigrafato. Il prospetto nord, che invece si apre sulla nuova piazza Gae Aulenti, è cadenzato, con un disegno di facciata sfalsato sui vari piani, da grandi vetrate che fanno da quinta teatrale all'area pedonale e al parco della Biblioteca degli Alberi di Porta Nuova.

Immagini: @ Andrea Martiradonna



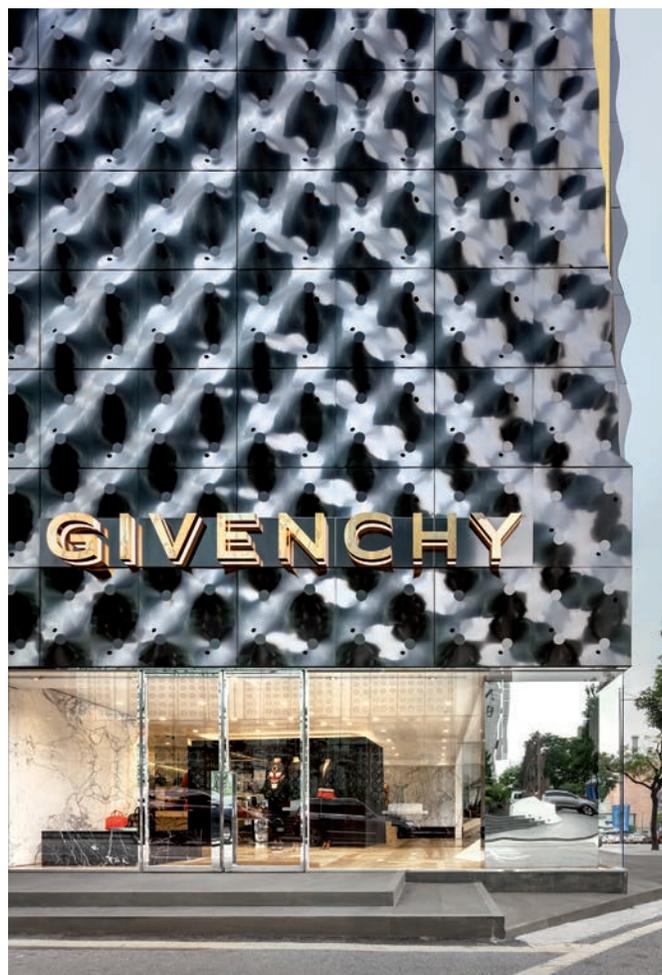
2014



Givenchy Flagship Store

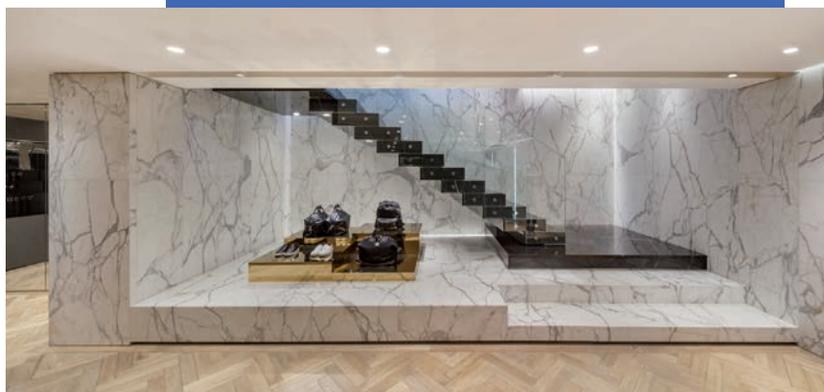
Realizzato in stretta collaborazione con il direttore artistico della maison, Riccardo Tisci, il Flagship Store Givenchy di Seoul, nel fiorente quartiere di Gangnam-Gu, nasce da un piedistallo interamente vetrato. La facciata è un secondo involucro, una pelle in rilievo, nata dall'evocazione del caratteristico taglio sartoriale a "T", che contraddistingue l'identità della Maison all'interno del quartiere. La superficie bugnata delle lastre in acciaio elettrolucidato crea un effetto mutevole in relazione alla luce e al paesaggio circostante e si ispira alla Optical Art, in particolare a Lucio Fontana e Enrico Castellani, e alle lavorazioni sartoriali. Negli interni l'utilizzo di materiali naturali –marmo e pietra basaltina – e le articolazioni dello spazio creano un ambiente unico, che esalta il carattere di Givenchy.

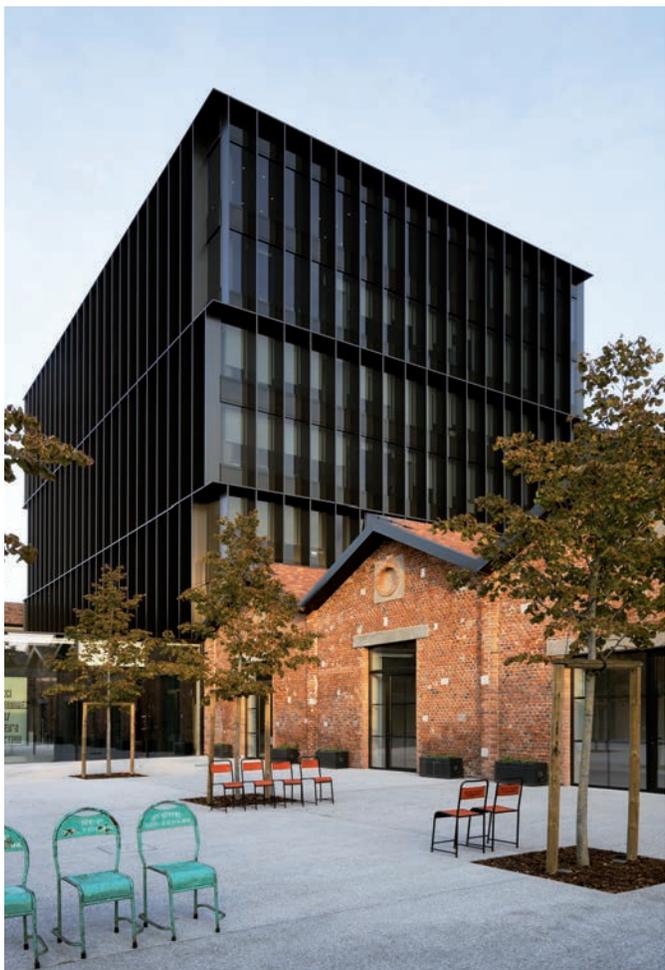
Immagini: @Kyungsub Shin



MODULO: Voi lavorate anche molto all'estero, e per committenti diversi. Come arrivano le commesse?

Piurarch: Abbiamo diversi progetti importanti completati all'estero e di questi due sono stati sviluppati a seguito della vittoria di un concorso. Si tratta, in particolare, del Quattro Corti Business Center di San Pietroburgo e del complesso per uffici IDF Habitat, progettato in collaborazione con Stefano Sbarbati e Incet Ingegneria. Il Givenchy Flagship Store di Seoul nasce invece da un affidamento diretto di incarico da parte della celebre Maison francese, che ha considerato la nostra lunghissima collaborazione con Dolce&Gabbana, per i quali abbiamo progettato per circa quindici anni le boutique di tutto il mondo, una garanzia di professionalità nel settore retail. Una situazione replicata anche per il marchio belga Les Hommes, che ci ha incaricato di declinare il concept e-propositivo e di progettare le boutique di Milano, Anversa e Pechino, inaugurata proprio nel maggio 2017. Molti dei committenti esteri scelgono su base meritocratica e di curriculum presentato; in questo senso, le esperienze accumulate in un determinato settore tipologico risultano determinanti per essere selezionati e poter quindi accedere ad opportunità interessanti a livello internazionale. Ancora una volta, il caso del Centro Congressi di Krasnodar di cui stiamo preparando gli elaborati definitivi, ne è la dimostrazione: la vittoria del concorso a Riva del Garda, nel 2007, ha costituito un titolo preferenziale per l'assegnazione dell'incarico.





Gucci Hub

L'ex-fabbrica Caproni, nata nel 1915 nella periferia est di Milano, riprende vita grazie a un progetto di recupero e riqualificazione che trasforma lo storico stabilimento - che si distingue per i capannoni dalle coperture a shed, per il grande volume dell'hangar e i percorsi interni - nei nuovi uffici milanesi del noto marchio di moda Gucci. Da luogo di progettazione, assemblaggio e collaudo di aeroplani, gli spazi di via Mecenate diventano un grande complesso capace di accogliere uffici, showroom, spazi per sfilate e attività grafiche, oltre che una mensa e un ristorante. Il progetto, che interviene sul restauro di questo sito industriale, punta alla valorizzazione dei caratteri formali delle architetture sorte negli anni '20. Il risultato ottenuto dal recupero del patrimonio esistente è un moderno complesso per uffici che, sviluppandosi in una struttura dal forte carattere storico, riesce a soddisfare le esigenze e le necessità contemporanee. I capannoni industriali dismessi, disposti regolarmente nel sito e scanditi da campate strutturali modulari, vengono recuperati e valorizzati: sovrastati da coperture a shed che portano luce zenitale negli spazi interni, e caratterizzati da facciate in mattoni a vista, questi edifici creano attraverso la loro disposizione in pianta una continua relazione tra interno ed esterno. Il grande volume dell'hangar, all'epoca luogo destinato al montaggio degli aeroplani, si trasforma - e grazie a un attento recupero - accoglierà eventi e sfilate. All'interno della maglia regolare dei volumi, una strada centrale pedonale collega l'asse di via Mecenate con un grande spazio coperto: questa piazza interna, coperta da sottili strutture metalliche progettate dall'ingegneria di inizio secolo, distribuisce le varie funzioni all'interno degli uffici milanesi di Gucci. Tra gli edifici, che si sviluppano prevalentemente a piano terra, si articolano percorsi pedonali in un susseguirsi di pieni e vuoti, in cui la vegetazione riveste un ruolo importante: percorrendo il sito dialogano in modo armonico edifici storici e spazi verdi. La grande piazza, circondata dai fronti in mattoni a vista, viene ritmata da una maglia regolare di alberi, mentre un bosco fitto di tigli rappresenta la forte componente verde dell'intervento, che pone particolare attenzione alla progettazione sostenibile. Nel tessuto industriale composto dai capannoni e dall'hangar, il progetto va a inserire una torre di sei piani, che entra in forte relazione con i volumi preesistenti. Il parallelepipedo, delimitato da una facciata in vetro e ritmato da una sequenza regolare di brise-soleil, rompe la simmetria del sito e si pone come elemento verso cui tutte le diverse funzioni tendono. Composto da superfici vetrate, il volume si presenta ricoperto da una trama di elementi verticali in metallo scuro, che schermano gli ambienti interni dalla radiazione solare: l'edificio moderno, dalla notevole altezza e dai toni scuri, crea un rapporto cromatico notevole con il rosso dei mattoni a vista dei bassi capannoni.

Immagini: © Andrea Martiradonna

MODULO: Ernesto Nathan Rogers diceva che il cliente è colui senza il quale è impossibile fare architettura, ma con il quale è ancora più difficile farla. Quale relazione si stabilisce con la **Committenza Privata e Pubblica** e quanto influisce nelle scelte decisionali?

Piuarch: Abbiamo maturato numerose esperienze progettuali sia con la Committenza Pubblica sia Privata. Nel primo caso sussiste spesso un problema relativo alla burocrazia, con un tradizionale allungarsi delle tempistiche di progetto: ne è un caso esemplare il Centro Congressi di Riva del Garda, vinto dieci anni fa a seguito di un concorso e non ancora in fase esecutiva. Anzi, nonostante i fondi per la sua realizzazione siano già stati stanziati e il progetto abbia registrato un ampio consenso da parte della comunità locale, non sappiamo ancora se andrà a buon fine. L'inefficienza burocratica è uno dei limiti dell'intervento, che ha inoltre risentito di un problema di soggettività tale da influire in modo determinante sul linguaggio architettonico. Un singolo funzionario della provincia ha infatti avuto il potere di modificare la soluzione di facciata scelta, imponendo qualità differenti rispetto al progetto originario. Anche il concorso vinto per la realizzazione di una serie di strutture sociali nel comune di Bagnoli, a Napoli, ha un decorso simile al Centro Congressi di Riva del Garda: si tratta di un progetto economicamente finanziato e mai concretizzato da parte dell'amministrazione locale.

2017



CENTRO*Arezzo Coop.fi

Un iconico landmark urbano, ma anche un contenitore sostenibile per un'esperienza evoluta di shopping: il nuovo CENTRO*Arezzo Coop.fi si svincola dai dettami concettuali del tradizionale centro commerciale per proporsi come polo di socialità e di svago perfettamente integrato con la città. Il complesso, aperto nel 1988, è stato infatti sottoposto a un'importante riqualificazione estetica e funzionale che ne ha completamente modificato l'identità e la relazione con l'ambiente circostante. Il progetto di Piuarch, incaricato da Unicoop Firenze, si sviluppa a partire dalla ripetizione della forma cerchio, motivo cardine del logo della società, e dall'idea di un nastro fluido e tridimensionale, che diventa ora prospetto, ora invece percorso distributivo tra le differenti funzioni. Sono coinvolti, in questo concept, una pluralità di elementi: l'involucro, caratterizzato da una dualità cromatica e compositiva, si coniuga alle rinnovate modalità di fruizione dell'edificio, arricchito nella proposta commerciale e nella più ampia offerta di aree di sosta e interazione dedicate soprattutto ai bambini.

All'esterno, due fasce tra loro sovrapposte generano la facciata: il basamento, scandito da un melange di colori che richiamano il tipico cotto aretino, è contrapposto a un nastro continuo in vetroresina di colore bianco, definito da aperture circolari di diametro variabile tra i 20 e i 50 cm con un dinamico effetto optical. Ispirato alla grafica del logo Coop, il medesimo schema identifica quindi la superficie del volume verticale, concepito da Piuarch con l'obiettivo di instaurare un dialogo diretto con il contesto storico e paesaggistico di Arezzo. All'interno, prosegue nuovamente il tema della griglia forata, che si snoda anche nelle porzioni del soffitto delle gallerie commerciali, strutturate sull'idea della strada e della piazza, secondo una naturale prosecuzione dell'articolazione del tessuto urbano esistente. Esito di un progetto orientato ai valori di sostenibilità ambientale, rapporto con il verde, qualità dei materiali e delle relazioni spaziali, CENTRO*Arezzo è il primo segno di una delle possibili forme attraverso cui la grande distribuzione può influenzare positivamente l'evoluzione della città e le sue dinamiche. Uno stato ulteriormente avvalorato dal CNCC Deep Renovation & Design Awards, prestigioso riconoscimento, promosso dal Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali, assegnato proprio al progetto di Piuarch per la categoria "complessi oggetti di ristrutturazione", nella sezione da 5.000 a 30.000 mq.

Immagini: @Giovanni Hanninen



Assolutamente differente, invece, il rapporto con la Committenza Privata e in particolare la lunga partnership con Dolce&Gabbana, che prosegue da circa 15 anni. Un'esperienza che riteniamo molto positiva perché si svolge in un dialogo reciproco costante e nel sostanziale equilibrio tra le richieste avanzate dal cliente e la salvaguardia della qualità architettonica e del nostro linguaggio. Episodi analoghi sono successi anche con Givenchy, Gucci e Les Hommes, dove i referenti sono abituati a essere immersi nel processo creativo e il progetto beneficia sempre del contributo di entrambe le parti.

MODULO: Come siete organizzati sul tema delle alleanze tra società di progettazione e d'ingegneria?

Piuarch: La collaborazione con professionisti qualificati in differenti ambiti, da quello strutturale e impiantistico sino all'illuminazione, costituisce un elemento fondamentale per il nostro lavoro. La corretta integrazione delle competenze è infatti un tema su cui puntiamo molto e che è sempre più importante per accedere a concorsi di varie entità, sia in territorio italiano sia in territorio internazionale. Il progetto di riqualificazione del palazzo ex Unicredit, in Piazza Cordusio, è stato vinto proprio grazie all'apporto delle capacità di ciascun membro del gruppo con cui ci siamo candidati al concorso.

MODULO: Com'è cambiata la professione in questi 21 anni e come sono cambiate le dinamiche di processo?

Piuarch: Ci sono stati due cambiamenti importanti da quando abbiamo iniziato la nostra attività. Uno coinvolge internamente lo studio ed è legato al fatto che l'apporto dell'informatica sia sempre più preponderante nell'elaborazione della documentazione grafica e del progetto. È imprescindibile l'uso di programmi e software sempre più sofisticati, ai quali cerchiamo però di accostare un approccio di tipo artigianale, realizzando modelli di studio dei volumi e dei particolari di facciata, insieme a schizzi a mano libera. Un altro aspetto riguarda invece una dinamica di processo per così dire "esterna": in un mercato certamente più competitivo a causa della concorrenza, il dato economico spesso si impone su quello qualitativo e il fenomeno della "svendita" professionale è dilagante, soprattutto nel nostro Paese. Cerchiamo quindi di guardare a committenti che sappiano pretendere ancora la qualità, per i quali è indispensabile proporsi con un pool di professionisti altamente specializzati in grado di gestire le fasi di evoluzione del progetto.

MODULO: Avete vinto molti premi e concorsi. Che importanza gli attribuite?

Piuarch: Sicuramente sono stati per noi uno strumento di visibilità e di crescita professionale e numerosi incarichi professionali, anche recenti, sono legati alla partecipazione di concorsi in Italia e all'estero. Questo vale per esempio per il Quattro Corti Business Center di San Pietroburgo, per il complesso per uffici IDF Habitat a Champigny-sur-Marne, progettato in collaborazione con Stefano Sbarbati e Incet Ingegneria e inaugurato da poco, per il Collegio di Milano, ora in fase di cantiere, e per lo stesso progetto del Porta Nuova Building di Milano. Quasi quotidianamente lo studio affronta concorsi, a inviti e non, e ci stiamo strutturando con dei partner locali, sia in Francia che in Germania, dove molti degli edifici pubblici e privati di maggior rilievo sono sottoposti a gare, con regole di estrema trasparenza. L'attività di selezione richiede tuttavia una grande attenzione perché ancora oggi esistono, soprattutto in Italia, bandi promossi da enti privati senza alcuna garanzia o addirittura senza giuria e privi di rimborso spese. Se correttamente selezionati, i concorsi costituiscono esercizi creativi veramente stimolanti perché permettono una progettualità svincolata dalla committenza reale.

MODULO: Qual è la tendenza in divenire secondo voi? In che termini gli architetti sono chiamati a operare oggi?

Piuarch: La sostenibilità è l'ambito in cui da sempre l'architettura è chiamata ad operare e ancora oggi determina il valore di un'operazione o di un progetto. Con questo termine, come abbiamo già detto, non intendiamo solo il tema del risparmio energetico e l'uso di ma-



Centro Congressi Riva del Garda

Il complesso, che contiene le funzioni del Teatro Comunale e il Centro Congressi di Riva del Garda, si sviluppa lungo un percorso ideale di principio e fine, individuati da due elementi architettonici di forte riconoscibilità: la torre scenica del teatro e la vetrata del volume a sbalzo verso il lago. La piazza che si viene a formare nello spazio davanti all'ingresso della hall diventa il luogo protetto e pubblico di connessione con il centro storico. La copertura è determinata dal taglio di piani inclinati, che fanno variare l'altezza dei fronti, assegnando all'edificio una forma tridimensionale più fluida, così da accogliere sopra il teatro la platea dell'arena estiva. Il progetto prevede anche la realizzazione di una grande superficie all'aperto circondata da un parco esistente a pochi metri dal lago.
Progetto architettonico: Piuarch con Andrea Palaia

teriali naturali. Sostenibilità è un concetto per noi estremamente ampio e complesso, che abbraccia una pluralità di temi tra cui il benessere degli utenti, lo stimolo allo sviluppo di interazioni sociali, l'integrazione del verde, la cura del dettaglio e dell'impiego delle risorse, l'attenzione per gli aspetti dell'illuminazione e di comfort da parte di utenti appartenenti a generazioni diverse. Ma non basta realizzare progetti sostenibili. L'architetto, infatti, non è più chiamato a risolvere problemi. Deve saper costruire occasioni, individuare in prima persona i problemi e darne una risposta di qualità, coinvolgendo la comunità prima ancora che ci sia un committente reale.