

retail

TRAVEL RETAIL
SHOPPING CENTER

& food



**Speciale
Foodservice
Award Italy
Tutti i numeri
dei finalisti**

**Lo sviluppo retail
di Gruppo Percassi**

**Ciocolatitaliani
sotto la lente**



**PROGETTO SOSTENIBILE
FIRMATO DA GBPA E ARCADIS**

Porte aperte al Porsche Experience Center

La passione per i motori si fa polo di attrazione avveniristico. Realizzato grazie a un investimento di 28 milioni di euro, è aperto il nuovo **Porsche Experience Center**, polo attrattivo della casa tedesca a Castrezzato, in provincia di Brescia, a due passi dal lago d'Isèo e nel cuore della Franciacorta. È l'ottavo centro del genere costruito da Porsche in tutto il mondo, al momento il più grande di tutti, mentre il nono vedrà la luce in Giappone, a Tokyo. Il centro è diviso in due parti, il Customer Center e il Pad-dock. Quest'ultimo rappresenta l'area dedicata a ospitare i grandi eventi motoristici (primo fra tutti, il campionato monomarca Porsche Carrera Cup Italia), con un circuito da 2,5 km, un percorso off road con rampe e sterrati, una pista di go kart elettrici, mentre entro l'anno verrà terminato il "training

center", pista dedicata alla formazione della rete dei concessionari. Ma questi sono gli elementi legati all'auto che, in fondo, ci si aspetterebbe di trovare. Quello che rappresenta la piccola rivoluzione di casa Porsche è l'elenco di servizi accessori, capaci di attirare un target di frequentatori ben più ampio rispetto alla cerchia degli appassionati.

5.600 mq di esperienze

"In Italia esistono già molti circuiti ma questo della Franciacorta è una struttura radicalmente diversa perché pensata per esprimere al meglio i valori del marchio e offrire un'esperienza unica e coinvolgente" spiega **Pietro Innocenti**, amministratore delegato di Porsche Italia. Tutto questo è possibile nei 5.600 metri quadrati del Customer center. È composto da una agorà centrale, cioè uno spazio multifunzionale da 2.400 mq dominato da un ponte sospeso, da cui si dipanano i vari servizi: sale briefing per le sessioni teoriche, uno showroom per la configurazione delle vetture, un ristorante panoramico a sbalzo sull'autodromo, con una terrazza da 2,5 km, gestito internamente con il marchio Speedster restaurant. E ancora, un negozio, un'area bambini un Simulation Lab dedicato alla realtà virtuale e agli Esports, con otto simulatori di guida. Sono disponibili anche un Business Center, con capienza fino a 140 posti a sedere, e una Board Room per meeting di lavoro, entrambe prenotabili su richiesta. "Ecco perché siamo in grado di accogliere ogni ti-

Adare forma al progetto sono stati gli architetti di **GBPA** con la direzione, programmazione e coordinamento di **Arcadis Italia**. L'opera è partita dalla riqualificazione di un autodromo esistente, ampliato e trasformato, con particolare attenzione al rispetto dell'ambiente e alla valorizzazione del verde circostante. Per esempio, è stato conservato l'elemento architettonico degli archi in legno lamellare. Questo ha permesso di non impiegare nuovo calcestruzzo e risparmiare Co2. L'involucro dell'edificio, inoltre, è rinchiuso per il 40% da facciate vetrate e trasparenze in copertura. In un'ottica di maggior risparmio, sono state mandate a recupero 5.630 tonnellate di rifiuti di demolizione, 5 tonnellate di legno, 100 tonnellate di plastica e imballaggi misti. Un occhio di riguardo ha avuto l'impatto del trasporto dei materiali: l'80% di quanto usato per la costruzione proviene da siti limitrofi, in particolare modo della provincia di Brescia. L'impianto è certificato ISO 20121.

po di pubblico, clienti e semplici appassionati, aziende e famiglie" aggiunge Innocenti. "È la massima espressione del mondo Porsche in un Paese come l'Italia, dove la passione per i motori si sposa con la cultura e la bellezza. Il luogo ideale per divertirsi ed emozionarsi in un ambiente stimolante e con tante attrazioni". Secondo le stime, il polo dovrebbe attirare almeno 20.000 visitatori l'anno. **A.L.**

