

Beauty
Connects
People

Padiglione
Italia

EXPO

2020

Dubai



*Ogni nostra cognizione principia
da sentimenti*

Leonardo Da Vinci

Introduzione	
Expo Dubai 2020	5
Criteri generali per la progettazione del Padiglione Italia	6
Design Brief	8
Il Concept: Beauty Connects People	8
Linee guida e obiettivi	10
Conessione	
Emozione	
Innovazione	
Digitale come amplificatore sensoriale	
Accessibilità	
Sostenibilità	
Integrazione di competenze	
Design Programme	13
Il Sito	13
Il Lotto	15
Progettazione degli spazi	16
Light and sound Architecture	
Acqua	
Suddivisione degli spazi	17
Spazi Esterni	17
Involucro	
Waiting Area	
Spazi Interni	19
Exhibition Area	
Area tecnica	
Ristorante Padiglione Italia	
Spazio Servizi	20
Flussi Padiglione	21
Conclusione	22
Il Giardino all'Italiana: cenni storici e valori simbolici	22

Introduzione

Expo Dubai 2020

Connecting Minds, Creating the Future (“Connettere le menti, costruire il futuro”) è il tema dell'**EXPO 2020 di Dubai** (20 Ottobre 2020 - 10 Aprile 2021) che presenterà al mondo le eccellenze nel campo delle infrastrutture materiali e immateriali che mettono in relazione e comunicazione continenti, Paesi, città, culture, religioni, comunità. Dialogo, *engagement* e cooperazione saranno i valori espressi dall'evento.

L'Esposizione cadrà nel **50° anniversario della fondazione degli Emirati Arabi Uniti**, il Golden Jubilee dello Stato.

Sono previsti **25 milioni di visitatori**, in larga parte provenienti dalla grande area Me.Na.Sa. (Middle East-North Africa-South Asia).

L'Italia è stato, nel 2016, il primo Paese del G7 a formalizzare la propria adesione all'evento. Il Contratto di partecipazione, con l'assegnazione del lotto sul quale sorgerà il Padiglione italiano, è stato firmato con le autorità degli EAU il 19 Gennaio 2018.

Per quanto riguarda le **infrastrutture materiali**, EXPO 2020 Dubai si concentrerà sulla mobilità (sistemi innovativi di logistica, trasporto e comunicazione), sulla accessibilità e sulla sostenibilità delle risorse (ambientali, energetiche e idriche).

Per quanto riguarda le **infrastrutture immateriali**, grande rilievo avranno le innovazioni di ultima generazione legate alla condivisione *smart* di contenuti ed esperienze creative, alla formazione di competenze, alla diffusione di progetti culturali e scientifici.

Nel **sito di EXPO 2020 Dubai** (438 ettari, ovvero più del doppio dell'estensione dell'EXPO di Milano, situato nel Trade Center di Dubai - Jebel Ali, area fino ad oggi desertica fra Dubai e Abu Dhabi) si dipaneranno i tre grandi “petali” delle tre aree tematiche della manifestazione: **Opportunità** (interconnessioni fra persone e imprese come fattore di sviluppo sociale ed economico), **Sostenibilità** (tecnologie e sistemi per i nuovi modelli di produzione e consumo sostenibile di energia e acqua), **Mobilità** (reti e infrastrutture, sia fisiche che virtuali, per la mobilità di persone e merci).

Criteri generali per la progettazione del Padiglione Italia

Il presente documento illustra le linee guida e i valori che dovranno ispirare la progettazione del Padiglione Italiano a Expo Dubai 2020, nella realizzazione della struttura architettonica, nello sviluppo delle aree che ospiteranno il percorso espositivo, negli spazi destinati alla ristorazione e ai servizi.

Il Padiglione Italiano dovrà interpretare il tema della manifestazione “*Connecting Minds, Creating the Future*”, facendo emergere, in maniera chiara, unica e sorprendente un **‘racconto’ sulla creatività come fattore multidisciplinare e multisetoriale integrato nelle filiere della manifattura e della tecnologia, nei processi scientifici, nell’educazione e nella formazione, nell’arte e nella cultura.**

Coniugando i linguaggi dell’estetica e della funzionalità con quelli dell’innovazione tecnologica e della sostenibilità il Padiglione dovrà:

- ▶ mostrare gli **elementi fondanti dell’identità nazionale** legati alla creatività come competenza che genera valore sociale, economico e culturale
- ▶ rappresentare il **ruolo culturale, produttivo, scientifico dell’Italia** nel Mediterraneo ‘allargato’, cioè nell’area vasta che va dall’Asia Sud Occidentale al Medio Oriente, dai Paesi del Golfo a quelli dell’Africa settentrionale, sino alla sponda Sud e a quella europea del Mediterraneo
- ▶ promuovere la **competitività del ‘brand Italia’**, anche attraverso iniziative ed eventi da realizzare in partnership con altri Paesi partecipanti a Expo 2020 Dubai
- ▶ sviluppare iniziative di **attrazione di investimenti** verso i territori e le imprese italiane che mostrino le opportunità rappresentate dalle eccellenze legate all’innovazione nei processi e all’utilizzo delle tecnologie per la sostenibilità economica, ambientale e sociale

L’architettura del Padiglione italiano dovrà dunque essere, in questa chiave interpretativa, simbolo, metafora e spazio di relazioni e connessioni per le Città, le Regioni, le imprese *creative driven*, per la scienza e la cultura, per il mondo dell’educazione e della formazione, offrendo rappresentazioni che rafforzino esperienze e valori legati alla connessione delle competenze tra territori e settori.

Il Padiglione dovrà altresì essere luogo ideale di incontro e confronto sui grandi temi del dialogo interculturale e interreligioso nel Mediterraneo come area strategica delle relazioni tra l’Europa e la regione Me.Na.Sa., spazio di *diplomazia informale* nel quale diplomazia scientifica, diplomazia culturale, diplomazia giuridica possano essere presentati come fattori chiave di pacificazione e collaborazione internazionale.

Il concetto della progettazione può essere così riassunto: “*Beauty Connects People*”.

Ossia la bellezza come elemento che mette in connessione i saperi e le competenze dell’Italia nella sua storia e nella sua contemporaneità; la bellezza che nella tradizione e nell’innovazione italiana unisce e integra stile, sapere culturale e spirituale, capacità progettuali, genio creativo.

Seguendo questa linea interpretativa, il design del Padiglione Italiano dovrà essere caratterizzato da un'integrazione, forte e pervasiva, degli elementi di visione architettonica con quelli di architettura digitale che nello specifico si materializzerà come:

- **un'unità, fluida e comprensibile, che integri la bellezza, nella sua accezione atemporale, e le tecnologie più avanzate**, intese, in questo contesto, come amplificatori dell'esperienza, elementi tecnici che restano nascosti ma dialogano, in modo formale e strutturale, con l'architettura che li ospita
- **un contesto in grado di offrire a tutti, da vicino e da lontano (in remoto), visitatori e partner**, la possibilità di creare nuovi spazi di connessione, inimmaginabili ed impensabili, dando contributi attivi alla creazione di opportunità e stimoli nei campi della formazione, del lavoro, della ricerca
- **un'architettura frutto di un unico processo creativo e ispirazionale**, che parta dalla visione e dall'architettura digitale ma abbracci molti contesti, infrastrutture materiali ed immateriali della scienza, dell'urbanistica, del pensiero filosofico e giuridico, in un nuovo habitat digitale aperto e costantemente fruibile

Elemento distintivo della partecipazione italiana potrà essere quello di mettere in campo un vero e proprio **Innovation Hub** per soddisfare al tempo stesso richieste esperienziali dei visitatori e necessità espositive, in particolare per dar modo alle grandi imprese italiane dell'aerospazio, delle scienze della vita, dell'energia e della mobilità sostenibile, alle imprese creative, agli artigiani digitali, ai *brand* del design, della moda e abbigliamento, dell'arredamento, delle oreficerie e della cosmetica, ai protagonisti dell'agro-industria e dell'eno-gastronomia nazionale, così come alla ricerca scientifica, alle istituzioni universitarie e formative, di partecipare all'Expo con:

- dimostrazioni delle loro esperienze creative sul cambiamento e sull'innovazione delle imprese, dei territori e delle comunità professionali attraverso piattaforme didattiche e modelli di *e-learning* per la formazione di nuove professionalità creative e culturali
- eventi e iniziative per proporsi a nuove forme di collaborazione, partecipazione e crescita di fronte a una platea internazionale
- incontri e presentazioni per lanciare i propri modelli replicabili di *open innovation*, di ecosistemi organizzativi italiani, capaci di attirare investimenti e creare nuovi prodotti e servizi

Design Brief

Il Concept: *Beauty Connects People*

La parola “paradiso”, attraverso il latino (*paradisus*) e il greco (*paradeisos*), ha in realtà origine dal persiano *pairidaez* e significa “giardino”. Esempio di **equilibrio e perfezione**, lo spazio dedicato alla decorazione vegetale e al governo della floricoltura e dell’arboricoltura ha sempre offerto, in forma tanto realistica quanto allegorica, una rappresentazione dell’ordine dell’universo. Per questa ragione, la **chiave tematica del “paesaggio”, naturale, urbano, umano, dovrà interpretare una visione allargata di “giardino”. Una metafora spettacolare per la realizzazione del Padiglione Italiano** all’interno della prossima Esposizione Universale di Dubai 2020.

Partendo dal tema della manifestazione “*Connecting Minds, Creating the Future*”, l’ispirazione alla “**connessione**” prende le distanze da tutte le assonanze iper-tecnologiche dell’accezione più comunemente oggi collegata alle reti globali, per ricondurne il senso, invece, a una coniugazione più storica, valoriale. La domanda di partenza riguarda: “**Che cos’è che in Italia tiene connessi? In senso verticale, connessi storicamente a memorie fatte di secoli di storia e in senso orizzontale, connessi al nostro presente?**”. La risposta immediata è, forse, ovvia: **la Bellezza**. È proprio la bellezza, infatti, che ci rappresenta, che sintetizza il nostro essere, la nostra cultura, il nostro conoscerci – rispetto proprio ai sopracitati secoli di storia, tradizioni, arti ineguagliate – e il nostro ri-conoscerci simili rispetto agli altri. Quell’educazione al senso del bello che contraddistingue gli italiani e che si riflette in ogni manifestazione del nostro fare: dall’industria alla creatività, dall’artigianato alle tradizioni, includendo praticamente qualsiasi forma di espressione. **La bellezza, per noi italiani, non è che il risultato della sintesi del saper fare, del sapere e dell’ideare, del progettare e del creare ed è un valore che si ritrova in tutte le arti, in tutte le scienze, in tutte le tecnologie.**

È da questo assunto che parte l’idea centrale della proposta del concept “*Beauty Connects People*” che funziona da motto per l’Italia, ma anche da monito per il resto del mondo: così come per noi la Bellezza rappresenta un valore assoluto di **riconoscibilità e condivisione**, anche per gli altri Paesi può diventare sinonimo di “**connessione**” e messa a fattor comune di conoscenze, esperienze ed emozioni che afferiscono a un senso del gusto e del bello sempre più internazionalmente espanso.

D’altronde la collocazione geografica del nostro paese nel **cuore del Mediterraneo**, unita alla cronaca storica, hanno fatto dell’Italia una terra d’elezione di valori legati al dialogo, all’integrazione, alla contaminazione, alla solidarietà e all’accoglienza. **L’Italia Mediterranea, nei millenni, ha rappresentato quel punto di connessione tra Oriente ed Occidente, Nord e Sud, dove la sedimentazione di saperi, tradizioni, culture e lingue hanno contribuito a determinare, ieri come oggi, la sua vocazione al pluralismo culturale.**

Il ruolo della città e dei territori nel Mediterraneo ‘allargato’, in cui l’Italia occupa una collocazione geografica centrale, è quello di protagonisti per la diffusione della bellezza come competenza, della disseminazione di cultura, di scambi di ogni genere, insieme ai valori legati al dialogo, all’integrazione, alla contaminazione, alla solidarietà e all’accoglienza.

L'Italia, infatti, con la sua ricchissima storia e il suo patrimonio culturale, è stata influenzata e ha a sua volta influenzato tutti i paesi e le culture del Mediterraneo. Questo concetto viene espresso in maniera esemplare dallo storico francese Fernand Braudel:

“Che cos'è il Mediterraneo? Mille cose insieme. Non un paesaggio, ma innumerevoli paesaggi. Non un mare, ma un susseguirsi di mari. Non una civiltà, ma una serie di civiltà accatastate le une sulle altre. Viaggiare nel Mediterraneo significa incontrare il mondo romano in Libano, la preistoria in Sardegna, le città greche in Sicilia, la presenza araba in Spagna, l'Islam turco in Jugoslavia.¹”

Come modalità espressiva in grado di restituire questa declinazione dell'idea di bellezza, è interessante recuperare la radice etimologica del termine “paradiso”, che vuol dire “giardino”. Il paradiso è per antonomasia lo **spazio della bellezza, dell'ordine e dell'equilibrio universale** e, dall'Eden biblico al Paradiso di Alighieriana memoria, innumerevoli sono gli esempi letterari e/o artistici che ci hanno offerto la sua rappresentazione (per un approfondimento sui significati simbolici e metaforici del giardino vedere Conclusione).

Partendo dunque proprio da questa doppia lettura allegorica, il Padiglione Italiano non sarà altro che un **viaggio nel paradiso/giardino che è l'Italia**, attraverso il suo straordinario passato (la grandezza nella storia e nelle arti), il suo formidabile presente (la potenza del Made in Italy e delle sue eccellenze nei campi più svariati) e il suo futuro (toccando, tra gli altri, i temi cari alla green economy che coniugano innovazione tecnologica e sostenibilità ambientale). Un vero e proprio **osservatorio sull'Italia di oggi** che celebrerà, accanto ai settori trainanti dell'industria agroalimentare, del food, del design, della moda e del manifatturiero in generale, anche tutti i campi della ricerca e della tecnologia in cui oggi il nostro Paese è espressione di eccellenza.

Giardino-paesaggio da interpretare in maniera simbolica, come sinonimo di armonia e di equilibrio tra gli elementi, così come richiede qualsiasi oggetto che viene considerato “bello”. Il percorso all'interno del Padiglione Italiano sarà perciò come un **viaggio dove la bellezza si fa paesaggio, quindi giardino, - connettendo storie, geografie, racconti, uomini - e ispira la conoscenza.**

Bellezza e Connessione saranno le parole chiave per la narrazione di un racconto unico, attraverso un itinerario spettacolare fatto di teatralità ed emozione, ma anche di ricerca e approfondimento. Perché la bellezza è condivisione, connessione e, soprattutto, conoscenza.

¹ *Civiltà e imperi del Mediterraneo nell'età di Filippo II (2 vol.)*, traduzione di Carlo Pischedda, Collana Biblioteca di cultura storica n.48, Torino, Einaudi, I ed. 1953-1985.

Linee guida e obiettivi

Traendo ispirazione dal concetto di bellezza inteso non solo in senso estetico, ma soprattutto come espressione profonda di armonia, conoscenza, condivisione ed emozione, il progetto architettonico del Padiglione dovrà avere l'ambizione di condensare il genio e lo spirito italiano ponendosi i seguenti obiettivi:

Connessione

La bellezza come risultato della **sintesi armonica** del **saper fare, del sapere e dell'ideare, del progettare e del creare**: un valore che si ritrova in tutte le arti, in tutte le scienze, in tutte le tecnologie. **L'Italia incarna il significato più profondo di connessione** da un punto di vista culturale ma anche geografico, grazie alla sua **identità mediterranea** che l'ha resa centro nevralgico e terra fertile di **contaminazioni ibridazioni, integrazioni**: un vero e proprio **"contenitore di diversità"**.

Emozione

L'emozione come veicolo di conoscenza: solo attraverso lo stupore e la meraviglia un'esperienza diventa memorabile e conosciuta nel suo senso più vero. Il progettista non potrà prescindere dall'includere elementi caratterizzanti l'**identità** e l'**essenza** della **cultura italiana** reinterprestandoli secondo la propria sensibilità creativa e non trascurando l'**impatto emozionale** che dovrà essere percepito tramite la struttura architettonica prima ancora che dal percorso espositivo. Sia l'interno che l'esterno dovranno rispondere infatti ad un **linguaggio narrativo comune**, che sia in grado primariamente di suscitare emozione e meraviglia. L'esperienza è la risultante di un percorso sensoriale guidato attraverso **percezioni, emozioni e relazioni** che una persona vive quando interagisce con uno spazio. Progettare tenendo conto del valore dell'emozione significa altresì collocare gli individui al centro delle proprie riflessioni durante la definizione dell'architettura, delle sue funzioni e dei flussi.

Innovazione

Il Padiglione Italiano sarà concepito per dare vita a uno **straordinario spazio esperienziale di innovazione**.

Il progetto dovrà essere espressione delle più avanzate forme di tecnologia in termini di progettazione, tecniche costruttive e di fruizione. La tecnologia tuttavia non deve essere intesa come un fine, ma come mezzo tramite cui rappresentare in modo innovativo e inedito il **racconto dei saperi e del saper fare italiano**.

Simbolicamente il padiglione dovrà diventare un'**agorà del nuovo umanesimo in cui** l'architettura del proprio **spazio espositivo faciliti l'integrazione e la partecipazione**, superando il modello espositivo dell'edificio *iconico*, e creando invece uno spazio aperto, un "palcoscenico" costantemente animato e accessibile anche in live-streaming, uno spazio d'incontro, di studio e di sperimentazione a disposizione di tutti i visitatori.

Le **"vetrine" produttive del Paese dovranno essere aperte a tutti**, e gli spazi dovranno idealmente essere messi a disposizione di studenti, docenti, professionisti, imprenditori, manager pubblici e privati e istituzioni in modo tale da permettere loro di assumere un ruolo di protagonisti consapevoli nel processo di trasformazione digitale dello studio, del lavoro e dell'attività produttiva e capaci di interpretare e **cogliere le opportunità generate dalla "rivoluzione" culturale e creativa in atto**.

Digitale come amplificatore sensoriale

La componente digitale dovrà porsi come **amplificatore dell'esperienza**, agendo da elemento “nascosto” capace di stabilire un dialogo formale e strutturale con l'architettura che lo ospita. Non deve palesarsi, ma mostrare gli effetti. Per poter amplificare e sfruttare le sue potenzialità cognitive e sensoriali, “l'architettura digitale” dovrà agire in sordina:

- ▶ sulle *persone*, attivandole alla partecipazione e stimolandole a far tesoro e metabolizzare l'esperienza e i contenuti tramite l'emozione
- ▶ sui *contenuti*, divenendo strumento ipertestuale e sinestetico di collegamenti multidisciplinari e mentali o raccontando l'invisibile attorno al visibile, facendosi portavoce dei saperi e dei gesti del saper fare della cultura italiana

Accessibilità

L'**accessibilità** della struttura dovrà essere un aspetto fondamentale perché il Padiglione sarà luogo di **condivisione collettiva** di un'esperienza. Il concetto di accessibilità non si riferisce solo alla facilità di accesso fisico al Padiglione, che dovrà essere garantito, ma specialmente a un senso espanso di **inclusività**, dove la *visitor experience* è parte di un percorso aperto alla **partecipatività** e alla **formazione** in cui “*Connecting Minds, Creating the Future*” dovrà declinarsi nelle forme più eterogenee di **interazione ed engagement**. L'obiettivo sarà infatti quello di mettere in mostra un sistema di competenze multidisciplinari e di renderle non solo fruibili, ma realmente accessibili a tutti.

L'accessibilità riguarda non solo il momento della esperienza di visita, ma anche lo spazio temporale che la precede e che la segue. Trattandosi di un evento temporaneo diventa altresì fondamentale integrare nel progetto anche **l'esperienza virtuale** creando così una narrazione espansa e a più livelli che coniughi il momento antecedente alla visita (l'aspettativa), con quello della visita stessa (l'esperienza) e quello del post-visita (il ricordo).

Sostenibilità

È fondamentale che il Padiglione rappresenti un modello di **sostenibilità**. L'Expo di Dubai 2020 sarà infatti l'Esposizione Universale più sostenibile mai realizzata, per cui è condizione necessaria che il Padiglione diventi un prototipo all'avanguardia in termini di **progettazione integrata** nel contesto, climatico e culturale, di riferimento e **utilizzo di materiali e tecnologie** sostenibili e con un basso impatto ambientale, durante il loro intero ciclo di vita (ad esempio materiali riciclati, durevoli, riciclabili). La progettazione dovrà inoltre assicurare un **contenimento dei consumi energetico-idrici** e delle **emissioni di CO2**, un sistema di **smaltimento dei rifiuti** e **contenimento dell'inquinamento acustico e luminoso**. Essa dovrà infine prestare attenzione anche ai sistemi di **risparmio, raccolta e riciclo delle acque**.

Integrazione di competenze

È molto importante che la progettazione architettonica integri in modo armonico e sinergico delle componenti che potranno prestarsi ad essere incluse tramite accordi di sponsorizzazione di tipo **value-in-kind**, in modo tale da diventare esse stesse parte integrante della narrazione espositiva pur manifestando, allo stesso tempo, **competenze tecnologiche innovative** in cui il nostro Paese è all'avanguardia nel mondo. **La progettazione dovrà avere dunque l'obiettivo di mettere a sistema ed integrare in modo organico risorse, progetti ed aree funzionali diverse, non solo per fini costruttivi, ma anche per renderli parte del racconto espositivo**. Per l'Italia e per le aziende italiane, l'Esposizione di Dubai sarà l'occasione per dare il proprio contributo e presentare le proprie *best practices* di imprenditoria collaborativa globale attraverso la messa

a fattore comune di idee, progetti e iniziative di diversificazione e innovazione economica, sviluppo sociale e culturale e miglioramento dei sistemi infrastrutturali. Un patrimonio di professionalità e competenze in grado di creare capitale umano e generare al tempo stesso sviluppo economico e conoscenza.

Design Programme

Il Sito

Il Padiglione Italia è collocato in una posizione ibrida tra l'area tematica dell'**Opportunità** e quella della **Sostenibilità**, due dei tre “petali” che insieme alla **Mobilità** rappresentano i principali nuclei tematici che ispirano l'intera Esposizione Universale di Dubai 2020. (Per un approfondimento relativo alla tematizzazione del sito espositivo, vedi *Self Build Pavilions Guide*, cap. Masterplan Context).

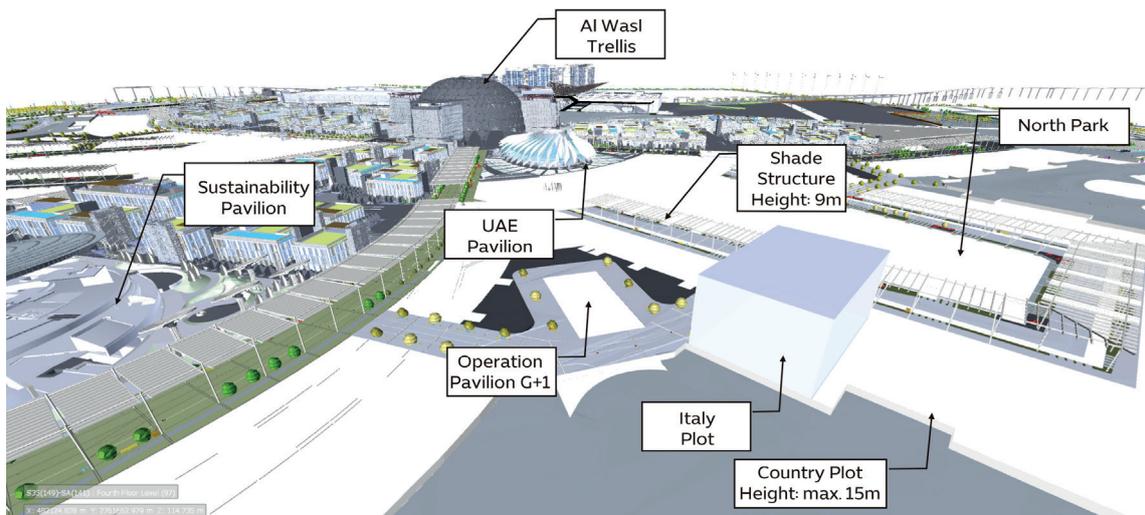
Il Padiglione Italiano godrà di una posizione particolarmente strategica dal punto di vista dei flussi in quanto si prevede che intercetterà il traffico di pubblico in uscita dal Padiglione degli **Emirati Arabi Uniti**, posizionato a circa 250 mt da esso. Questa collocazione di prossimità risulta essere particolarmente attrattiva, poiché il Padiglione degli Emirati Arabi Uniti, ideato da Santiago Calatrava, sarà il luogo che coinvolgerà il maggior numero di visitatori, oltre ad essere il centro nevralgico dell'esposizione insieme alla **Al Wasl Plaza**, la piazza di connessione dei tre petali tematici, situata a circa 350 mt dal Padiglione.

Il Padiglione, inoltre, sarà collocato in prossimità dei Padiglioni nazionali di **Germania**, **India** e **Stati Uniti**. In particolar modo, la vicinanza al **Padiglione Indiano** rappresenta un particolare vantaggio in termini di attrattività, poiché saranno previsti circa 5 milioni di visitatori provenienti dai paesi dell'Asia e del sud-est asiatico, di cui, stando alle stime, la maggior parte di nazionalità indiana.

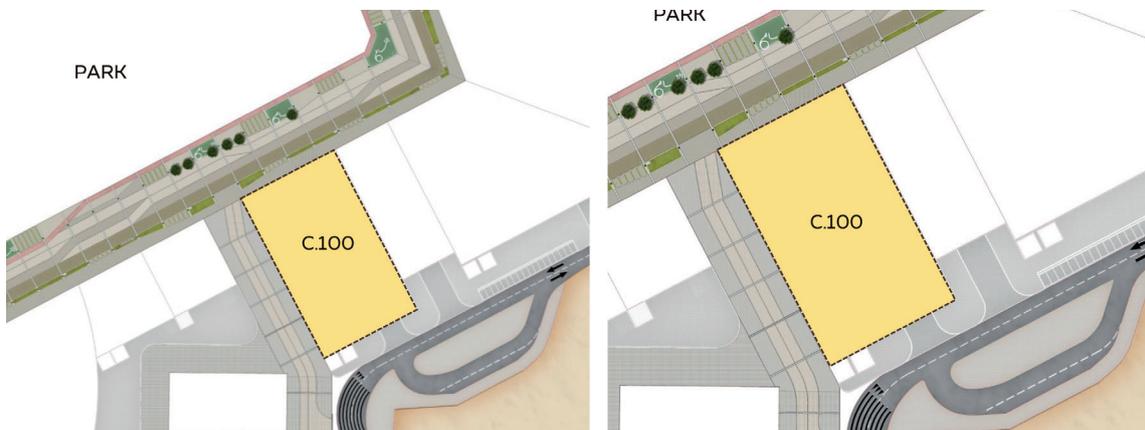
Di fronte al Padiglione Italiano sarà collocato il **North Park**, uno dei due spazi verdi principali di tutta l'area dell'Expo. Questa si caratterizza come una zona ad elevato flusso di visitatori sia come “**area di transito**”, considerato che il parco è delimitato dalla concorse su cui si affacciano i Padiglioni Nazionali, sia come “**area di sosta**”, dato che al suo interno sono presenti punti di ristoro, servizi e intrattenimento. Il parco, sarà inoltre un centrale **meeting point** per gruppi scolastici e universitari e ospiterà eventi e manifestazioni dedicate prevalentemente al pubblico dei più giovani. La prossimità del parco, oltre a rappresentare un forte vantaggio in termini di attrattività, garantirà anche un'eccellente visione del padiglione, in quanto non vi saranno strutture che ne ostacoleranno la visuale frontale.



(Figura 1.) Mappa del sito espositivo con posizionamento del lotto dedicato al Padiglione Italiano.



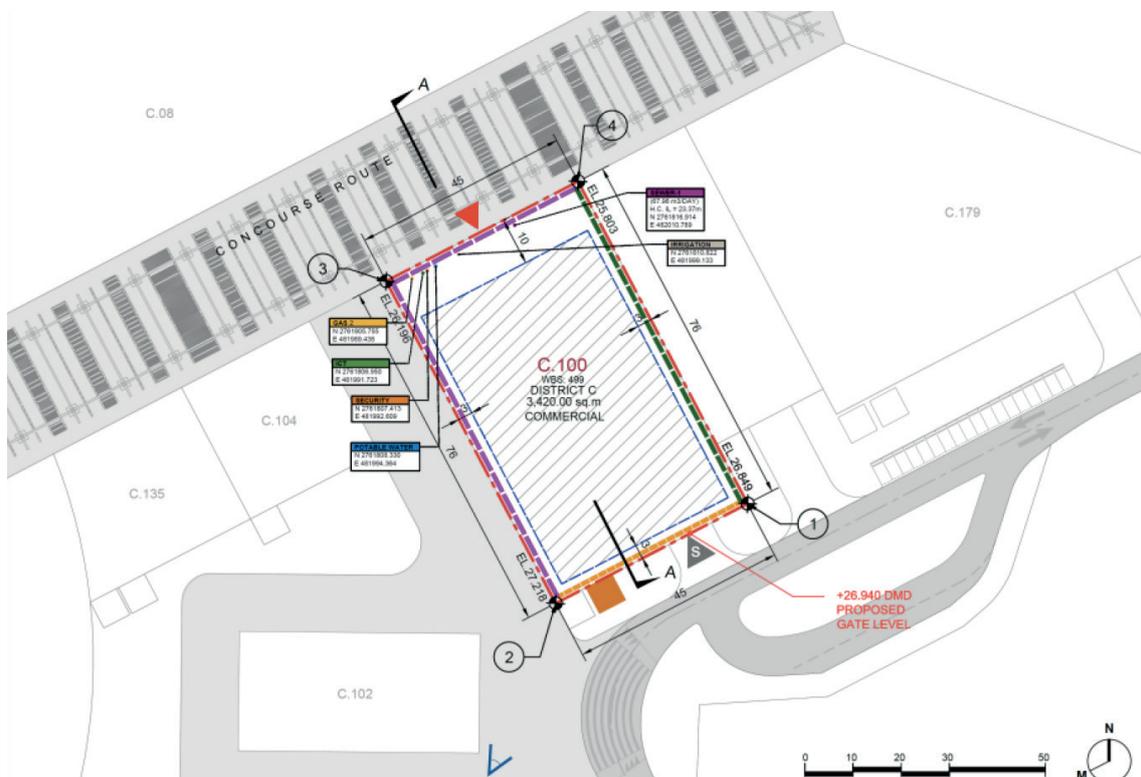
(Figura 2.) Modello BIM con identificazione del contesto del Padiglione Italiano



(Figura 3.) Pianta con identificazione del perimetro del Padiglione Italiano e dell'affaccio sul North Park

Il Lotto

Il lotto scelto per la realizzazione del Padiglione Italia è denominato dall'Ente Organizzatore con la sigla C-100 (WBS 499). Il lotto ha una superficie totale di 3'420 m², sulla quale è ammessa la realizzazione di un Padiglione con impronta a terra massima pari a 2'457 m² ed una superficie lorda complessiva (Gross Floor Area come definita secondo gli standard di Dubai Municipality), pari a 6'607.44 mq. L'altezza massima ammessa è di 27 m, valore concesso, su richiesta dell'Italia, in deroga rispetto alle previsioni di Masterplan che prevedono, per questa tipologia di plot, un'altezza massima di 21 m. Questi ed ulteriori dettagli sono forniti nel Plot Sheet specifico fornito dall'Ente Organizzatore.



(Figura 4.) Plot sheet del Padiglione Italiano

Progettazione degli spazi

L'intero progetto architettonico ed espositivo del Padiglione dovrà tenere conto del tema del "giardino" inteso come metafora fondante del concept **Beauty Connects People**. In tutte le sue forme, il giardino simbolico ipotizzato possiede una spazialità che invita a contemplare la bellezza e a **interrogarci da vicino sull'essenza delle cose**, sull'equilibrio tra natura e artificio, divino e umano, utilizzando tutte le sfere sensoriali. L'Architettura Digitale del Padiglione dovrà dunque definire un percorso sensoriale, un **esercizio estetico di riconoscimento della bellezza. Si può pensare al giardino come a un'ulteriore declinazione metaforica del Mediterraneo**: eden adamitico, ancestrale elemento di connessione tra culture lontane. Nel Mediterraneo il pacato e lento dialogo tra natura e tecnica dà vita a una luce sensuale, a una musicalità recondita, a profumi in grado di raggiungere e destare suggestioni anche in chi è lontano. Analogamente l'esperienza digitale del Padiglione non dovrà essere circoscritta al solo momento della visita: dovrà invece dilatarsi nel tempo e nello spazio, **dovrà scandire i momenti dell'aspettativa, del percorso, della suggestione e del ricordo**.

Luce e suono saranno l'oggetto dell'**Architettura Digitale**. Questi dovranno contribuire alla definizione di un organismo integrato in cui la progettazione architettonica, l'allestimento e le componenti digitali costituiscano un modello olistico in grado di agevolare e consolidare:

- ▶ relazioni con il territorio italiano (integrazione spaziale culturale interno - esterno)
- ▶ progettazione integrata per la sinergia tra gli spazi (integrazione spaziale interno - interno)
- ▶ integrazione del singolo individuo e connessione con una dimensione intangibile dello spazio (integrazione visibile - invisibile)

Light and sound architecture

Luce e suono sono componenti materiali essenziali del progetto: agenti fisici in grado di plasmare, riconfigurare o dissolvere lo spazio, che trascendono i limiti della mera rappresentazione. Il loro ruolo sarà quello di facilitare e attivare relazioni e interazioni, attraverso le quali lo spazio potrà essere arricchito, di volta in volta, di nuovi significati. Luce e suono dovranno interagire, da una parte, con la materialità di diaframmi e superfici, con l'obiettivo di generare fenomeni di riflessione, assorbimento e rifrazione. Dovranno poi instaurare un dialogo con il visitatore, con l'obiettivo di indurre suggestioni e atmosfere legate al concept.

Acqua

Il Padiglione Italiano dovrà esprimere il valore materiale e immateriale dell'*economia blu*, la governance del reimpiego sostenibile delle risorse idriche, anche attraverso l'architettura. Questa declinazione ha per il Mediterraneo 'allargato' un rilievo decisivo nella ricerca di un potenziale futuro per l'acqua, risorsa oramai sempre più limitata, e rappresenta un forte elemento di attrazione di investimenti. Per il Padiglione, l'acqua dovrà dunque divenire elemento metaforico della connessione di competenze, delle relazioni tra popoli e civiltà, dello scambio commerciale e della collaborazione scientifica e creativa come elementi fondanti del sapere universale e dell'identità italiana, nella sua storia e nella sua contemporaneità. Da un punto di vista architettonico l'acqua assumerà il ruolo di elemento emblematico del riciclo delle risorse e di uso innovativo degli impianti energetici.

Suddivisione degli spazi

Il primo fattore nella pianificazione e nella progettazione degli spazi consiste nel posizionare **il visitatore al centro dell'esperienza** e costruire al contempo la proposta tematica in modo che garantisca la sostenibilità ambientale dell'intera area del Padiglione. La definizione degli spazi dovrà essere aperta, legata a un potenziale accadere che di volta in volta potrà assumere significati diversi nel tempo. I margini del progetto divengono dei punti di un sistema spaziale che genera possibilità di riconfigurazione, un luogo dinamico come riflessione di una dimensione dell'esserci, del partecipare e dello scambio prossemico tra persone.

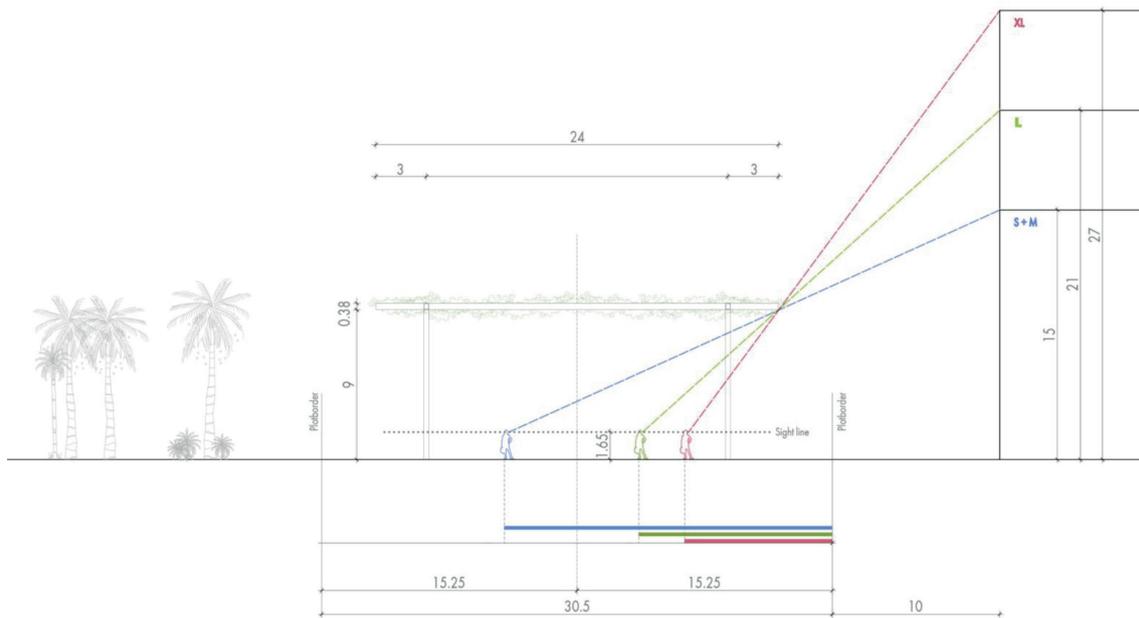
Pur lasciando la più ampia libertà creativa al progettista, questo dovrà tenere conto della seguente suddivisione di massima delle aree esterne e interne del Padiglione, in virtù delle esigenze sia espositive che funzionali.

Spazi Esterni

Il lotto destinato al Padiglione Italia rimarrà libero da costruzioni sui quattro lati e la struttura godrà di un'ampia visibilità su tre fronti. Un quarto fronte assolverà una funzione di servizio. Il lato principale (quello dell'ingresso) dovrà avere grande risalto e visibilità in quanto sarà il versante di affaccio del Padiglione sulla concourse, viale principale di transito dei visitatori nella visita dei Padiglioni. Questo implica che la progettazione dovrà tenere conto non solo della struttura in sé, ma anche degli spazi che lo delimitano e che compongono l'intera area del lotto.

Involucro

L'involucro architettonico rappresenta il primo step del percorso vero e proprio. Questo dovrà costituire un componente di **riconoscibilità dell'identità italiana** e favorire un processo di connessione tra i visitatori e l'esperienza che stanno per intraprendere. La superficie comunicativa dell'involucro dovrà dapprima attrarre, differenziandosi ed incuriosendo il visitatore, e successivamente essere in grado di trasmettere al pubblico una **prima suggestione sensoriale del concept**. L'involucro dovrà dunque essere concepito come un componente interattivo, la cui configurazione sia il risultato mutevole dell'interazione con l'ambiente circostante e con il pubblico in attesa di visitare il Padiglione. Nello specifico, questo componente necessita di un alto livello di sofisticazione, in grado di coinvolgere e sostenere un **processo di interazione con l'ambiente e con il pubblico**. L'esperienza di interazione deve essere avvincente e persuasiva, per incoraggiare la partecipazione dei visitatori. Bisognerà valutare anche **la distanza da cui si percepisce il Padiglione**. Si potrebbe pensare ad una doppia chiave di lettura dell'involucro con identità/informazioni percepibili da una distanza maggiore, che facciano da attrattori rispetto allo spazio interno (maggiormente incentrata su suggestioni visive) e un secondo step per una situazione maggiormente di prossimità (suggestioni tattili/sonore/olfattive), che si possa riallacciare a quanto pensato per la zona di attesa. È importante sottolineare che l'Esposizione sarà fruita **soprattutto negli orari notturni**. L'uso dell'illuminazione sull'involucro dovrà quindi essere controllata, con l'obiettivo di non contribuire al rischio di inquinamento luminoso dell'area circostante, ma allo stesso tempo suggestiva ed efficace. La luce dovrà apparire sempre come effetto e mai come vista diretta delle sorgenti.



(Figura 5.) Indicazioni sulle modalità di visuale frontale del Padiglione in funzione di distanza e altezza.

Waiting Area

La progettazione dovrà tenere conto dello **spazio di accoglienza antistante l'ingresso del Padiglione dove si concentreranno e smisteranno le code dei visitatori.**

La gestione dei flussi di entrata dovrà cominciare ad essere pensata strategicamente sin dalla fase di progettazione architettonica. I tre fronti liberi del lotto potrebbero favorire una migliore organizzazione dei flussi in ingresso e uscita. Lo spazio d'attesa dovrà essere fruibile dai visitatori fin dal momento della coda, mediante l'utilizzo di soluzioni funzionali che garantiscano sistemi di **interazione e intrattenimento dell'attesa**, e che diano inizio all'esperienza di visita ancora prima dell'ingresso vero e proprio.

Il momento dell'attesa è inoltre quello in cui l'utente può essere profilato in maniera "soft", attraverso tool digitali propri (smartphone, tablet, smartwatch) o dedicati (touch screen, moduli video, oggetti IoT). In questa fase serve ingaggio per raccogliere informazioni e dati che possano alimentare l'esperienza successiva. Lo spazio dell'attesa in questo senso diventa elemento di progetto fluido integrando elementi fisici e digitali con possibili momenti di esperienza multisensoriale (tattili/sonori/olfattivi e perchè no di gusto).

Spazi Interni

La progettazione degli spazi interni, tra questi l'Exhibition Area, lo spazio dedicato alla ristorazione e gli spazi ausiliari, dovrà riflettere in modo fluido e integrato il senso profondo del concept **“Beauty Connects People”**. Tutti gli spazi interni costituiranno dunque parte e sviluppo della narrazione tematica diventando a tutti gli effetti modelli di “Bellezza e Connessione”.

Exhibition Area

Al fine di riflettere il concept tematico sopra descritto si ritiene fondamentale che il progetto architettonico tenga conto della grammatica espositiva che si andrà a configurare all'interno del Padiglione. Per questa ragione si manifesta sin da ora la necessità di conservare delle altezze significative in corrispondenza della prima e dell'ultima area espositiva (di seguito denominate “Il Prologo” e “Il Gran Finale”), che siano in grado di ospitare installazioni artistiche e scenografiche di imponenti dimensioni.

Idealmente il percorso espositivo interno si dovrà sviluppare in tre momenti fondamentali:

- **Il Prologo.** Questo sarà lo spazio della meraviglia e rappresenterà l'introduzione alla narrazione del Padiglione. Il visitatore sarà accolto in un ambiente che si svilupperà principalmente in altezza (minimo 17 metri).
Questo spazio accoglierà la prima grande installazione scenografica. Luce e suono saranno gli strumenti di una composizione in grado di avvolgere e immergere il visitatore in un ambiente in forte contrasto, acustico e luminoso, con quello esterno. I componenti architettonici potrebbero giocare, ad esempio, con effetti di isolamento acustico, ovattamento, accelerazione o rallentamento della propagazione sonora, con l'accorgimento di non compromettere, in alcun modo, il comfort dei visitatori.
- **Il Percorso.** Gli ambienti del percorso potranno articolarsi in spazi dinamici che si svilupperanno in piano o su più livelli, secondo l'interpretazione del progettista, ma dovranno necessariamente terminare in modo tale da permettere al pubblico di poter accedere in quota all'ultimo spazio espositivo.
Qui la luce naturale sarà ricondotta all'interno, filtrata, diffusa, riflessa, rifratta, evitando la luce diretta del sole ma incentivando la sua interazione con la materialità delle superfici. I manufatti esposti saranno illuminati con sorgenti ad altissima resa cromatica. Il suono avrà un trattamento analogo: lungo il percorso espositivo, le superfici sprigioneranno silenzi, ritmi, voci, melodie che, come in un giardino, interagiscano con il visitatore e permettano di esplorare lo spazio emozionale del Mediterraneo.
- **Il Gran Finale** sarà lo spazio della memoria, quello che rimarrà impresso nel ricordo del visitatore. Il Gran Finale rappresenta l'esperienza conclusiva del percorso espositivo del Padiglione, e anch'esso dovrà conservare un'altezza significativa funzionale alle esigenze espositive (minimo 17 metri). Lo spazio della memoria costituirà il contrappunto al primo spazio. La luce e il suono adotteranno in questo caso un linguaggio compositivo diverso, perseguendo una condizione di estrema limpidezza e purezza.

Area tecnica

Lo spazio di *exhibition area* dovrà prevedere aree specifiche che dovranno essere dedicate alle regie tecniche e agli spazi di storage.

Ristorante Padiglione Italia

Anche lo spazio destinato alla ristorazione dovrà riflettere le linee guida del tema **“Beauty Connects People”** e dovrà tenere conto del ruolo fondamentale che l’Italia riveste come Paese depositario dell’eredità del tema di Expo Milano 2015 “Feeding the Planet. Energy for Life”. La tavola, luogo del “convivio”, (dal latino convivium, der. di convivere «vivere insieme») è da sempre un teatro di confronto, scambio, unità e narrazione e dunque questo luogo rappresenterà lo **spazio della connessione per eccellenza**.

L’area della ristorazione dovrà essere collocata idealmente sul **rooftop del Padiglione** con possibilità di copertura e il progettista dovrà prevedere, oltre all’ingresso dall’interno del Padiglione, un accesso indipendente e uno riservato.

Questa area dovrà accogliere **la rappresentazione della straordinaria varietà e ricchezza enogastronomica italiana** e si comporrà di 3 principali aree tematiche:

- un’area dedicata al caffè italiano
- un’area dedicata ai prodotti italiani d’eccellenza, con preparazioni culinarie “live” e uno spazio degustazione/ristorazione annesso (min. 20 posti)
- un’area dedicata ad una ristorazione gourmet (min. 40 posti)

Spazio Servizi

Auditorium

Funzioni: un vero e proprio palcoscenico del Padiglione Italiano, l’Auditorium sarà destinato a una programmazione di eventi teatrali di grande impatto: show, conferenze, talk ideati ad hoc, un game camp, un polo culturale, il luogo di concerti di polifonia della creatività e della cultura nazionale e regionale, come espressione della molteplicità dei linguaggi creativi locali, della narrazione delle realtà territoriali.

Lo spazio dell’Auditorium dovrà strutturalmente rappresentare un modello all’avanguardia in termini di tecnologie riferite al tema della “connessione” nella sua accezione più strettamente legata alla fruizione condivisa di uno spettacolo. Anche nel caso dell’auditorium il suono non sarà concepito come un supporto alla rappresentazione scenica, al contrario, questo dovrà definire uno spazio uditivo, generare un’architettura effimera di vibrazioni sonore. L’auditorium potrà essere delimitato, ad esempio, da un sistema di elementi mobili che trasformino, in base all’esigenza, la spazialità fisica e acustica, a seconda dell’evento in programma. Nello specifico si potrebbe immaginare un sistema di superfici dinamiche con delle texture o materiali responsivi, che permettano al suono di manifestarsi, ogni volta, in maniera diversa, di saturare lo spazio o rarefarlo. Grazie al ridotto numero di fruitori, alcune aree dell’auditorium potrebbero essere dedicate a esperienze di carattere singolare. Lo spazio dovrà prevedere una capienza di pubblico pari a min. 100 posti a sedere.

Education Lab For Future Learning & Area Istituzionale (B2B)

Funzioni: un'area multifunzionale, da concepire come un unico spazio flessibile di "connessione" in grado di ospitare al tempo stesso **incontri istituzionali o con realtà aziendali e un centro dedicato alla formazione 2.0**, grazie ai numerosi accordi che vedono l'Italia fare rete con partenariati universitari e aziendali, nazionali e internazionali. L'architettura all'interno della sala di formazione, dovrà privilegiare la **parola** e la sorgente fonica che l'ha generata. La sala di formazione sarà caratterizzata infatti da una varietà di materiali acustici e incorporare le più innovative teorie e tecnologie relative agli spazi per la didattica e la formazione.

Lo spazio riservato al B2B dovrà costituire un sistema espositivo evoluto, connettere i luoghi con i prodotti e le eccellenze produttive. L'architettura digitale delle sale B2B dovrà favorire il **dialogo a distanza**: un sistema di connessione remota potrebbe, ad esempio, mettere in relazione le imprese coinvolte con la narrazione delle proprie lavorazioni.

Area Uffici

Funzioni: uno spazio in grado di accogliere il team di lavoro del Commissariato italiano che includa sia un'area desk, sia meeting room ad uso operativo quotidiano.

Vip Area

Funzioni: un'area destinata all'accoglienza di ospiti di livello istituzionale e VIP guests. Essa dovrà necessariamente avere un ingresso indipendente.

Area Retail

Funzioni: un'area dedicata al merchandising in limited edition del Padiglione Italiano e connessa concettualmente ai principi ispirazionali del percorso espositivo. L'area retail dovrebbe idealmente essere collocata in corrispondenza della conclusione del percorso espositivo e dei flussi in uscita.

Lo spazio retail dovrà costituire un'esperienza di acquisto reale e digitale.

In base alle categorie merceologiche, la narrazione dei prodotti e anche l'acquisto possono essere affidate al digitale.

Servizi igienici

I servizi igienici dovranno essere dimensionati in base ai flussi di visitatori previsti ed in conformità con le normative locali applicabili ed in particolare con le Dubai Municipality Building Code Regulations.

Flussi Padiglione

Vista l'ampia affluenza di pubblico prevista per questa Esposizione Universale (si stima un flusso massimo di circa 25.000 - 30.000 visitatori al giorno nel Padiglione Italiano), **grande attenzione dovrà essere posta nella gestione dei flussi già in fase di progettazione del Padiglione.** Per quanto riguarda i flussi esterni sarà fondamentale proporre delle soluzioni ad hoc in grado di poter gestire in modo funzionale l'area antistante l'ingresso del Padiglione dedicata allo smistamento delle code (vedi paragrafo "Waiting Area" pag. 17). **Inoltre, dovranno essere previsti ingressi indipendenti all'Exhibition Area per ospiti VIP e un accesso autonomo per le aree: Vip, Ristorante Padiglione Italia, Education Lab & Area Istituzionale.** I flussi interni dovranno permettere uno scorrimento fluido del pubblico ed essere progettati in modo tale da evitare rallentamenti o effetti "collo di bottiglia", tenendo conto che la durata totale del percorso di visita non dovrà superare in media 45 minuti.

Conclusione

Il Giardino all'Italiana: cenni storici e valori simbolici

Per avvalorare la metafora del concept "Beauty Connects People" la progettazione architettonica del Padiglione Italiano dovrebbe prevedere una **reinterpretazione in chiave metaforica delle simbologie e dei significati** - solo sommariamente sotto elencati - che il giardino e i suoi componenti hanno rivestito nel corso dei secoli per la cultura dell'uomo e italiana.

La genesi del giardino è legata alla formazione delle prime città, quando si trattò di creare un legame fra natura e architettura. In questo senso **il giardino è già in origine una forma di rappresentazione dalla forte connotazione simbolica**: è una sintesi armonica tra parti differenti, una metafora del caos della Natura sistematizzato in modo ordinato ed equilibrato grazie al genio dell'Uomo. **Abbiamo scelto di rappresentare l'Italia mediante la metafora del giardino perché esso è una sorta di mondo nel mondo dove eccellenze, patrimoni, arti, saperi, tradizioni, lingue e culture diverse hanno fatto del nostro Paese un territorio fertile di straordinaria eterogeneità, ecletticità, ricchezza.**

Nell'antica Grecia e a Roma il giardino era la prosecuzione del tempio e quindi **luogo sacro e dimora degli dei legata ad un concetto di gratitudine alle divinità per la fecondità del terreno**. In greco il termine giardino è definito dalla parola “*kopos*” che indica il recinto di protezione di un'area coltivata. Questa era spesso arricchita da padiglioni con statue e opere d'arte, monumenti, colonne, altari, piccoli templi, dove l'uomo poteva entrare in contatto con la sacralità della natura circostante. Per sottolineare l'importanza del giardino nella cultura greca, basti pensare che Platone cominciò a tenere la sua “Accademia” proprio in uno spazio verde all'aperto e molte altre scuole filosofiche scelsero come luogo eletto di formazione parchi freschi con viali alberati. **Per i romani** invece il giardino diventa **luogo di pace, tranquillità, allontanamento dalla caotica vita cittadina**. Nasce l'ars topiaria, ovvero l'arte di modellare i luoghi per creare nuovi paesaggi e ambienti dedicati alla sosta e al riposo.



Giardino con erme e fontana. Pompei, Casa del Bracciale d'Oro. © 2018. Foto Scala, Firenze

In **epoca medievale** il giardino è **simbolo di purezza, a immagine e somiglianza di quello della creazione**. L'Hortus Conclusus è il tipico giardino medievale, nato nei monasteri dove veniva utilizzato per la coltivazione di piante alimentari e officinali. È costituito da uno spazio di forma quadrata, diviso a sua volta in quattro settori da due vie perpendicolari che s'incrociano nel centro. **Lo spazio è articolato in funzione della simbologia del numero quattro**, in stretta analogia con i quattro evangelisti e i quattro elementi: acqua, terra, aria e fuoco, che, in corrispondenza ai principi di umido, secco, freddo, e caldo erano alla base di tutte le manifestazioni della vita terrestre. Chiuso da quattro alte mura, con una fontana al centro (simbolo di Cristo e sorgente della vita), il giardino divenne metafora del paradiso perduto.



Il Giardino dell'Amore o Hortus con la fontana della giovinezza, sec. XV. © 2018. Foto Scala, Firenze

Nel Rinascimento l'armonia e la proporzione diventano gli strumenti con i quali l'uomo organizza la natura selvaggia entro canoni estetici dove egli diventa l'artefice del suo destino e il giardino la sua opera d'arte. In quest'epoca il giardino diviene un **elemento di spettacolo, non più luogo di mera utilità, bensì vero e proprio spazio teatrale, luogo di stupore e meraviglia**. I giardini acquisiscono un carattere scenografico e spettacolare, attraverso pareti scolpite e quinte verdi come fosse una scena di città. Tutti gli elementi vegetali vengono ricondotti in forme geometriche, mentre l'acqua si presenta in forma di giochi d'acqua, zampilli, cascate, fontane, canali e vasche, costituendo una delle caratteristiche che concorrono maggiormente a suscitare stupore nel visitatore. Dal punto di vista ornamentale, le sculture - che in origine venivano usate solo per le fontane - si moltiplicano impersonando ninfe e satiri: al mito dell'Eden si sostituisce quello dell'Arcadia. Nei giardini rinascimentali nasce inoltre il "giardino segreto" che, nascosto nella vegetazione, diventa un vero e proprio piccolo angolo di paradiso. Per altro nella cultura Rinascimentale anche la campagna era considerata "*il giardino fuori città*" (Marsilio Ficino).



Palazzo Pitti e Belvedere. Firenze, Museo di Firenze com'era. © 2018. Foto Scala, Firenze

Con l'epoca barocca la perfezione delle forme e l'armonia geometrica cominciano a lasciare spazio alla **magia, al fantastico e al mostruoso**, in concomitanza con le nuove frontiere delle scoperte scientifiche e delle trasformazioni alchemiche. Il giardino di Bomarzo è l'esempio per antonomasia di questo mutamento del gusto che continuerà per tutto il barocco, dove il giardino si articola con percorsi che stupiscono il visitatore attraverso giochi d'acqua sempre più spettacolari, grotte segrete e labirinti all'interno dei quali perdersi e ritrovarsi. A Bomarzo, la prospettiva che fino ad allora era stata lineare e geometrica si deforma, le statue classiche si trasformano in mascheroni, le grotte si moltiplicano, le fontane assumono forme zoomorfe e lo spirito scientifico del periodo Umanista diventa abbandono allo spirito "romantico" dei sentimenti, delle paure e dei deliri.



Uno dei 'mostri' nel giardino monumentale. Bomarzo, Parco dei Mostri. ©2018. Foto Scala, Firenze