

Miralago a Riva del Garda
Un progetto di ospitalità e leisure fino al 2050





AAA office

L22

écru.

Cliente
Lido di Riva del Garda srl

Luogo
Riva del Garda, Trento

Programma
ostello, ristorante, pub, discoteca, piscina, parcheggio

Stato
secondo classificato, concorso di idee

Credits
AAA office
Alessandro Gattara, Lucio Serpagli, Francesca Baghino

Erica Manfredi, Francesca Marzi, Alice Pederzoli
Federico Fontana, Daniele Govi

In collaborazione con
Fabio Pederzoli, Furio Sembianti

Lombardini22
Paolo Facchini, Franco Guidi

écru architetti
Antonello Sportillo, Giulio Viglioli

Mattia Iotti, Giulia Belloni

Il bando di concorso

Ente banditore

Lido di Riva del Garda S.r.l.
Società di Partecipazioni

Comune di Riva del Garda 57,116%
Trentino Sviluppo Spa 42,884%

Lido di Riva del Garda s.r.l., è titolare fino al 31 dicembre 2050 del diritto di superficie sull'area.

Il PRG vigente prevede le seguenti destinazioni:

–parco attrezzato con strutture da destinare ad attività sportive finalizzate al pubblico interesse ed attrezzature turistiche di servizio di uso pubblico strettamente legate all'attività sportiva (locali spogliatoi, fitness, sauna, ecc.).

–strutture con destinazione ricettiva, senza aumenti rispetto ad oggi.

Interventi previsti:

L'obiettivo del Piano Fascia Lago è la riqualificazione urbanistica ed edilizia dell'area, da effettuare o attraverso il recupero dei fabbricati esistenti o anche attraverso la loro demolizione e ricostruzione purché coerente con le destinazioni precedentemente individuate.

Obiettivi del bando

Il progetto di riqualificazione e valorizzazione deve presentare i seguenti requisiti:

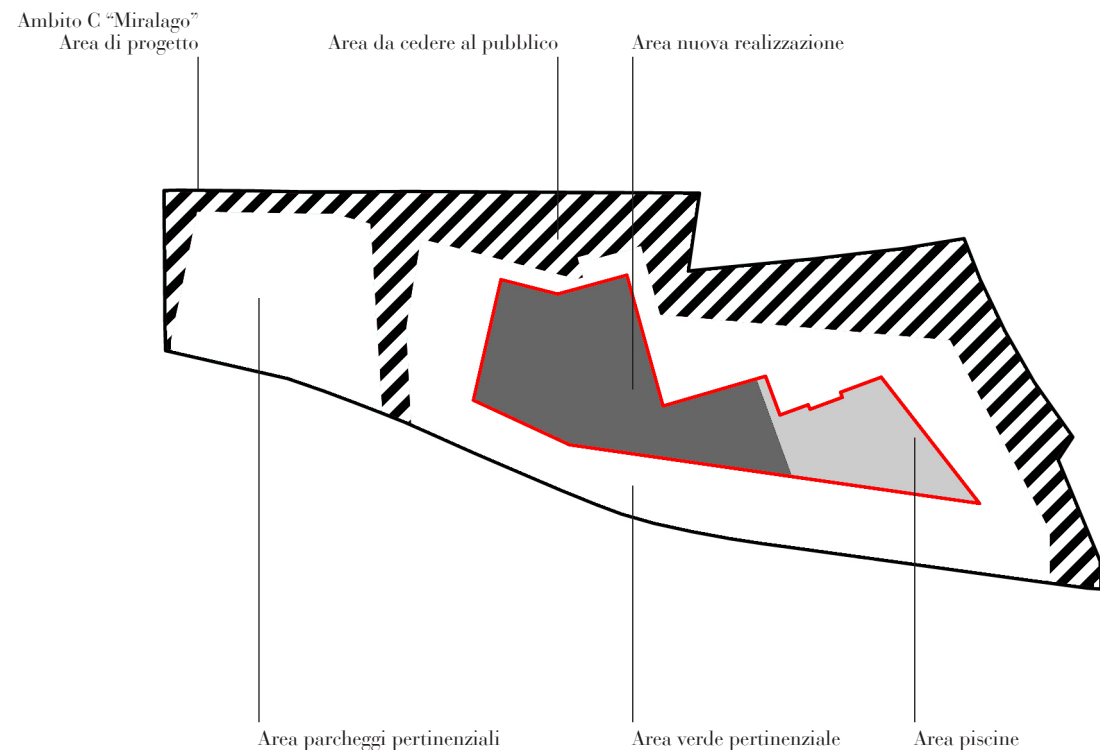
–mantenere un equilibrio con le funzioni svolte dagli altri ambiti della Fascia Lago, innestandosi con coerenza nel disegno strategico già delineato dall'Amministrazione Comunale nell'ambito del Piano Fascia lago;

–costituire un utile supporto tecnico, urbanistico ed economico nella definizione del suddetto Piano Territoriale della Comunità.

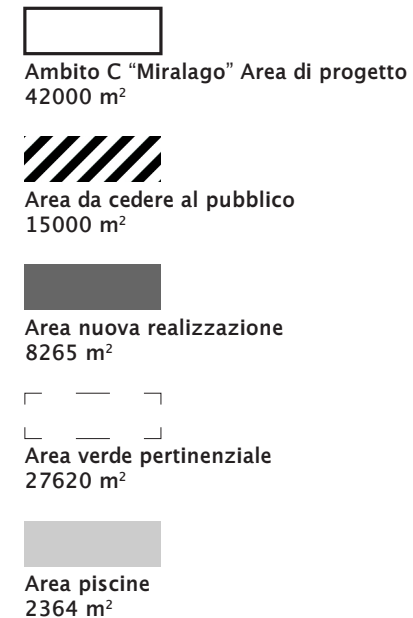
–essere adeguato rispetto alle più recenti tendenze del mercato turistico internazionale, con particolare riferimento alle aspettative sia del bacino di clientela consolidato del Lago di Garda sia di un nuovo bacino di clientela compatibile con le caratteristiche territoriali e culturali del lago stesso;

–essere sostenibile dal punto di vista tecnico, economico–finanziario ed ambientale.

Ai concorrenti è richiesta una proposta progettuale che [...] possa essere realizzata con la partecipazione di un partner privato che verrà individuato tramite uno specifico bando pubblico.



Legenda:



Il bando di concorso

Parametri urbanistici di progetto

Superficie complessiva del terreno: 42000 m²
(di cui 15000 m² da cedere ad uso pubblico)

Valore: 26.3 milioni di EUR
(Valutazione Patrimonio del Trentino s.p.a.)

Dal punto di vista urbanistico, il Piano Attuativo "Cecchetto" prevede la realizzazione di:

- piscina termale, parco acquatico e SPA;
- complesso alberghiero-ricettivo e commerciale.

Con i seguenti parametri di progetto:

Sup. max nuova realizzazione (SLP): 7000 m²
 Sup. max nuova realizzazione con destinazione commerciale: (15%) 1050 m²
 Sup. SLP edificio esistente tutelato: 900 m²
 Sup. SLP edifici di cui è possibile la demolizione: 5145 m²
 Sup. max (SLP) totale: 13045 m²
 di cui SLP ricettiva 3000 m²

V. max realizzabile con destinazione ricettiva:
circa 20.000 m³

H. max edificio con destinazione ricettiva: 18 m
 H. max edificio con destinazione SPA: 8 m



L'area di concorso

Il complesso di edifici e di giardini del 1890

La storia del complesso di edifici e di giardini oggi denominato Miralago, una porzione di terreno tra il torrente Varone, la strada statale per Rovereto e l'acqua del lago di Garda, risale almeno al XIX secolo.

Da sempre ha ospitato usi diversi ma strettamente legati alla sua particolare posizione; oggi si presenta come un parco di maestose proporzioni e invidiabile posizione.

Legenda:

Nella pagina a fianco:

Una vista dell'area di concorso dalla Chiesa di Santa Barbara.

Nelle pagine seguenti:

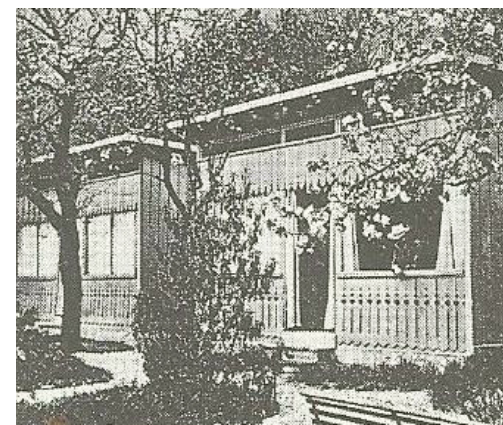
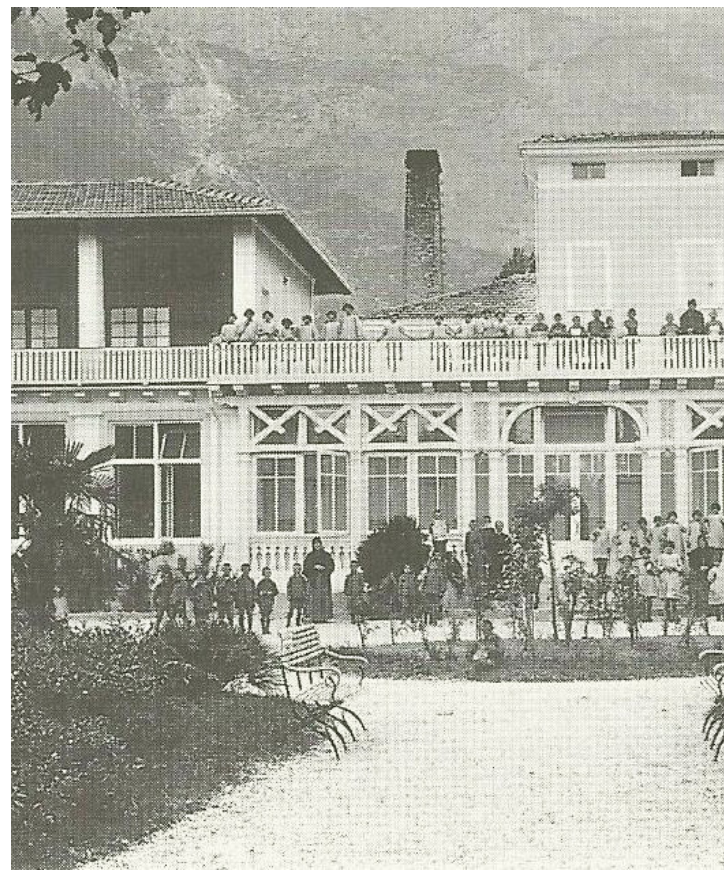
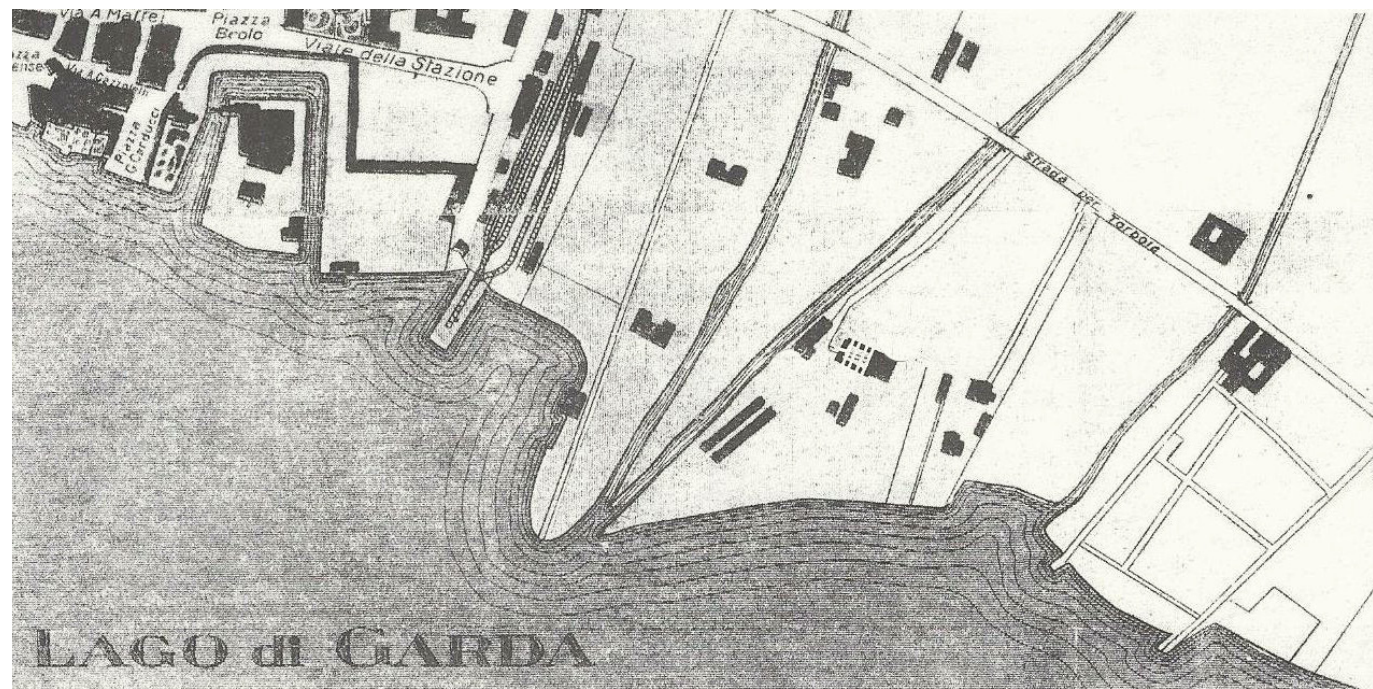
L'area di concorso in una planimetria di Riva del Garda nel 1910 che ritrae già il Grand Hotel Sanatorium von Hartungen tra gli attuali Hotel Lido e Hotel du Lac.

Lo stabilimento idroterapico, la villa Belriguardo e le capanne d'aria in cartoline dell'epoca.

Nel 1890 fu realizzato l'edificio che lo ha caratterizzato maggiormente, il Grand Hotel Sanatorium von Hartungen che nel tempo è stato luogo di soggiorno di illustri personaggi della cultura mitteleuropea come Thomas Mann e Franz Kafka.

All'epoca del completamento il complesso era composto da: 1) la villa Belriguardo, 2) la villa Miralago, 3) le capanne d'aria, 4) lo stabilimento idroterapico.

Il Sanatorium non era una delle abituali case di cura, bensì un istituto igienico-naturalistico in cui il vento – la “Öra”, il vento estivo dell'Alto Garda di cui sono note la regolarità e la costanza – aveva la funzione di elemento terapeutico.



L'industria alberghiera

I dati statistici della stagione 2013

Il Garda Trentino, nonostante l'attuale congiuntura economica, ha visto anche nel corso del 2013 confermare il trend positivo degli anni precedenti, confermando non solo il superamento della soglia dei 700.000 arrivi (716.938) ma anche dei 3.000.000 di presenze (3.082.683).

Operando un confronto tra arrivi e presenze 2013/2012, si nota che i primi sono aumentati dell'1,3% (un trend similare all'anno scorso, ma quest'anno con un aumento dello 0,1% per gli italiani e dell'1,6% per gli stranieri) mentre le seconde hanno registrato un lievissimo calo dello 0,1% (poco meno di 3.000 unità), con un calo più marcato degli italiani (-4,1%) e un aumento degli stranieri (+0,9%). Il comparto alberghiero ha registrato rispettivamente una crescita dell'1% e dello 0,8% tra arrivi e presenze, mentre quello extralberghiero un aumento degli arrivi (+1,9%) contrastato da un calo delle presenze (-1,3%).

Il Garda Trentino conferma ancora una volta la sua vocazione internazionale. I turisti italiani rappresentano infatti il 19,3% delle presenze totali, mentre il mercato principale rimane quello tedesco (46,4%, con oltre 1.4 milioni di presenze). Al terzo posto si trova quello inglese (7,4%), seguito da Austria (5,0%), Paesi Bassi (3,2%), Svizzera (2,2%), Repubblica Ceca e Belgio (entrambi con l'1,9%).

provenienza	destinazione alberghiera	% provenienza	destinazione extralberghiera	% provenienza	totale	% presenze alberghiere sul totale	% presenze extralberghiere sul totale	totale
Germania	834.806	58,4	595.185	41,6	1.429.991	46	46,9	46,4
Italia	265.527	44,7	328.760	55,3	594.287	14,6	25,9	19,3
Regno Unito	211.691	92,5	17.125	7,5	228.816	11,7	1,4	7,4
Austria	98.969	63,8	56.259	36,2	155.228	5,5	4,4	5
Paesi Bassi	33.077	33,3	66.323	66,7	99.400	1,8	5,2	3,2
Svizzera	44.960	67,8	21.399	32,2	66.359	2,5	1,7	2,2
Rep. Ceca	20.005	33,5	39.649	66,5	59.654	1,1	3,1	1,9
Belgio	41.348	72	16.087	28	57.435	2,3	1,3	1,9
Irlanda	47.253	94,2	2.911	5,8	50.164	2,6	0,2	1,6
Danimarca	26.292	62,4	15.851	37,6	42.143	1,4	1,2	1,4

Stranieri 81%

Italiani 19%



Presenze 2013

	2012		2013	
	n. esercizi	n. posti letto	n. esercizi	n. posti letto
Esercizi alberghieri	75	6.284	75	6.273
Agriturismi e agricampeggi	6	84	6	84
Bed and Breakfast	3	13	9	46
Campeggi	4	1.002	4	1.002
Case per ferie	1	200	1	200
Ostelli per la Gioventù	1	120	1	120
Rifugi alpini	1	30	1	30
Affittacamere - Room and breakfast	12	403	12	410
Case e appartamenti per vacanze	37	1.613	36	1.597
Alloggi per uso turistico	135	517	137	523
Seconde case	501	2.021	501	2.021
Esercizi extralberghieri	701	6.003	708	6.033
Totale posti letto	776	12.287	783	12.306

L'industria alberghiera

Per l'Italia, anche a causa della difficile e perdurante congiuntura economica, si registra una leggerissima crescita degli arrivi (+0,1%) di fronte ad un leggero calo delle presenze (-4,1%). A livello di regioni italiane, si conferma la graduatoria dello scorso anno, con turisti provenienti innanzitutto da regioni di prossimità come Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna (quarto posto per il Lazio).

Positiva la performance del mercato tedesco, con una crescita di arrivi e presenze rispettivamente dello 2,5% e 2,8% e soprattutto interessanti i risultati molto positivi da Est-Europa, dalla Polonia (+11,6% arrivi, + 7,8% presenze) e dalla Russa (con +34,9% di arrivi e +48,5% di presenze), mentre continuano le buone performance del mercato ceco (+7,4% arrivi, +1,6% presenze) che sale al 7° posto come presenze tra i mercati, superando il Belgio.

Situazioni altalenanti per gli altri mercati: di fronte a risultati positivi da Nord Europa (ad eccezione della Finlandia), si segnala una stabilità complessiva dei flussi da Regno Unito e Irlanda, mentre in diminuzione risultano i flussi da Benelux (più marcati per i Paesi Bassi, con il -3,2% di arrivi e -11% di presenze) e dall'Austria (-13,7% arrivi, -16% presenze), mentre è in crescita il mercato svizzero (+7,4% arrivi, +1,8% presenze).

	2012		2013	
	n. esercizi	n. posti letto	n. esercizi	n. posti letto
5 stelle	1	81	1	81
4 stelle superior	3	368	3	368
4 stelle	16	2.684	17	2.787
3 stelle superior	2	165	2	165
3 stelle	31	2.328	30	2.241
2 stelle	9	351	9	344
1 stella	12	271	12	271
locande n.c.	1	16	1	16



L'idea di progetto

Descrizione dell'idea di progetto

La strategia di sviluppo dell'area intende accompagnarsi alle tendenze recenti dell'industria ricettiva e dello sviluppo turistico del territorio. Il progetto interpreta un insieme complesso di visioni e desideri sintetizzabile in tre punti:

- (1) la visione dell'investitore e del brand;
- (2) le aspettative degli utenti;
- (3) il contesto geografico e culturale del progetto.

Il progetto si discosta dall'idea di hotel quattro o cinque stelle con centro benessere ed elabora la proposta di un ostello – non solo per i più giovani o più avventurosi – destinato principalmente a famiglie tedesche e britanniche, dove questa tipologia di soggiorno è diffusa e radicata nei costumi delle persone.

Legenda:

Nella pagina a fianco:

L'idea di progetto per l'area di concorso in una planimetria che ritrae tutta la Fascia Lago.

Nella pagina seguente:

Un'immagine dell'area di ingresso all'ostello.

La struttura è dotata di 254 posti letto in 47 camere e spazi ad uso comune per gli ospiti, con aree relax per la lettura e l'accesso a internet, area colazione con cucina self-service, area gioco per bambini, area play-station, sala presentazioni e concerti, e terrazze all'aperto. Accessibili al pubblico sono invece il biergarten e la brasserie, il disco club e l'area delle piscine al coperto e all'aperto.

L'investitore, un imprenditore o un fondo assicurativo o di previdenza, può sviluppare il



L'idea di progetto

proprio business sull'area Miralago legandosi ad uno o più brand di riferimento del target di mercato dell'ostello e degli altri servizi ed esercizi commerciali di supporto nell'area di progetto.

Il biergarten e la brasserie uniscono le migliori tradizioni enogastronomiche tedesche, italiane e gardesane per servire al meglio le esigenze della clientela che nelle stagioni primaverile ed estiva frequenta tutto il lungolago. Il servizio continuo del biergarten durante tutta la giornata intercetta il lifestyle giovane, sportivo e internazionale dei clienti dell'ostello e dei frequentatori del lungolago. L'unicità delle sale in padiglioni vetrati direttamente accessibili dal parco permette un nuovo tipo di esperienza del parco Miralago.

Il disco club vuole servire la clientela della stagione turistica, dei maggiori eventi sportivi sponsorizzati, e delle fiere internazionali del centro congressi grazie alla flessibilità ed eterogeneità degli spazi che offre. E' possibile organizzare serate con musica aperte al pubblico, cocktail per eventi e buffet aziendali per il centro congressi.

L'area delle piscine al coperto e all'aperto permette al pubblico di godere del lungolago anche nei periodi meno soleggiati o di brutto tempo. La vasca principale termocontrollata si

sviluppa sia al coperto sia all'aperto. La zona solarium con rivestimento in legno è accessibile gratuitamente.

Il progetto architettonico prevede la demolizione di tutti gli edifici esistenti ad esclusione della casa colonica e la conservazione e valorizzazione della maggior parte delle alberature esistenti.

Un unico edificio di nuova costruzione, alto 8 metri al colmo, accoglie le camere dell'ostello al primo piano e tutti gli altri servizi al piano terra. La forma racchiusa in pianta dà origine ad un disegno di giardino interno, un hortus conclusus, in cui trovano posto gli spazi aperti di pertinenza dell'ostello e le piscine aperte al pubblico.

La struttura in legno del piano primo appoggia su blocchi e setti in cemento armato al piano terra e presenta esternamente un rivestimento in doghe di legno. Il tamponamento in vetro e le ampie aperture a piano terra enfatizzano la leggerezza dei materiali di cui è composto l'edificio.

Nonostante la forma irregolare della planimetria, la tipologia in linea della struttura in legno permette l'utilizzo di materiali prefabbricati tipo X-lam che consente un'efficace cantierizzazione ed esecuzione di montaggio in un tempo inferiore a quello delle tecnologie tradizionali.

L'idea di progetto

Pianta piano terra

Legenda:

- 1 Ingresso ostello
- 2 Reception ostello
- 3 Area relax
- 4 Area colazione e cucina self-service
- 5 Area gioco bimbi
- 6 Sala play-station
- 7 Sala presentazioni e concerti
- 8 Ingresso disco club
- 9 Sala principale disco club
- 10 Ingresso piscina
- 11 Spogliatoio
- 12 Vasca coperta
- 13 vasca all'aperto
- 14 Solarium
- 15 Biergraten
- 16 Brasserie



0 15 30 60 m



L'idea di progetto

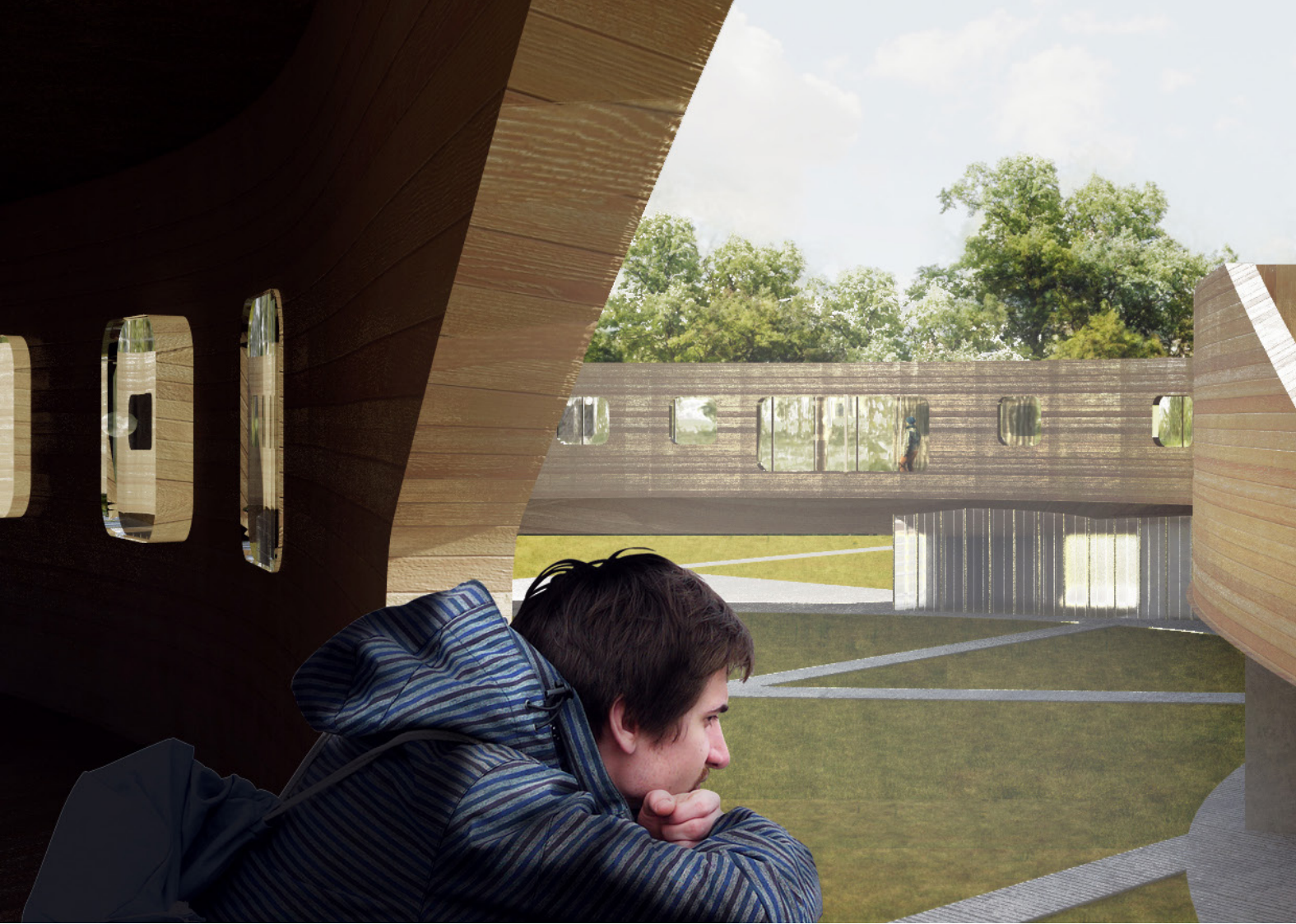
Pianta piano primo

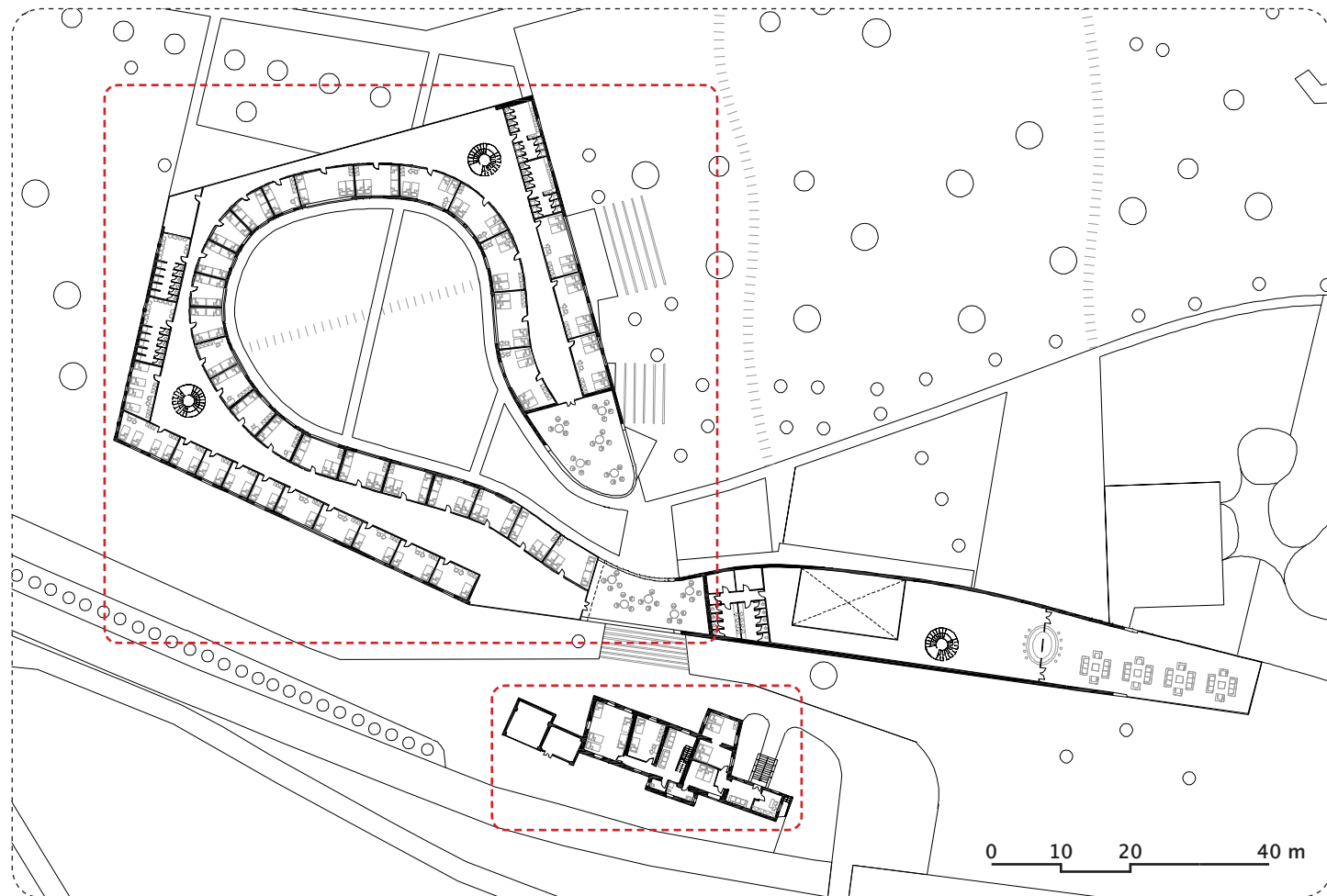
Legenda:

- 17 Camera 2 posti letto
- 18 Camera 4 posti letto
- 19 Camera 6 posti letto
- 20 Camera 8 posti letto
- 21 Camera 10 posti letto
- 22 Camera 12 posti letto
- 23 Area relax
- 24 Servizi
- 25 Doppio volume
- 26 Bar
- 27 Terrazzo

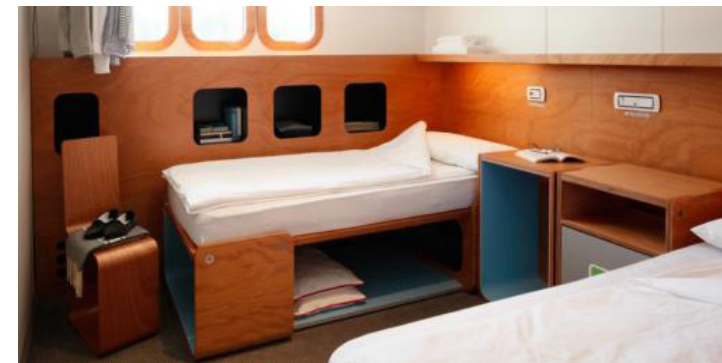


0 15 30 60 m





Nave Ave Maria © Traverso-Vighy, 2011



L'idea di progetto

1. L'ostello bello

Posti letto 254

Superficie 3.070 m²

Periodo d'apertura: 12 mesi

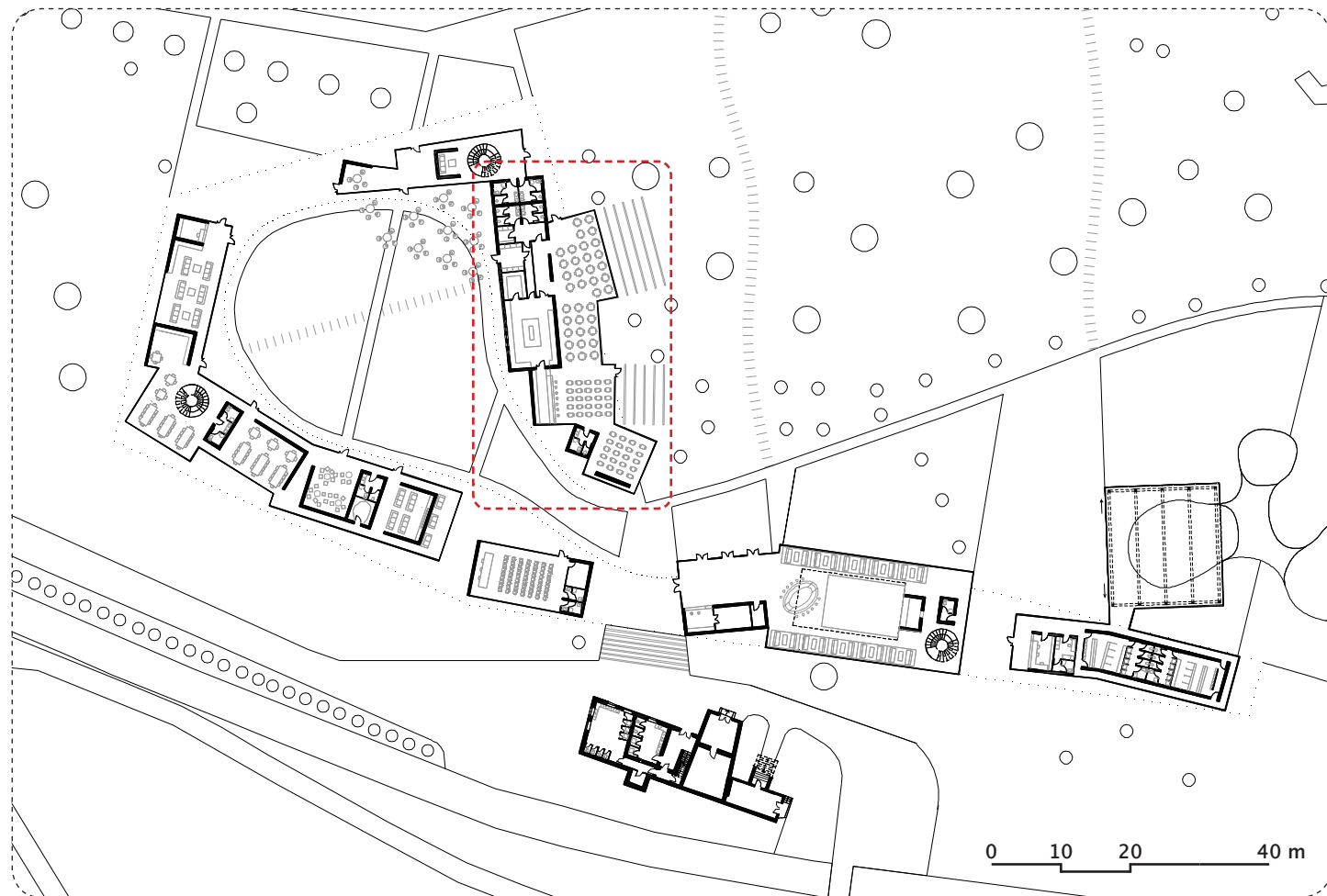
47 camere totali, di cui:
 5 camere da 2 posti letto
 19 camere da 4 posti letto
 11 camere da 6 posti letto
 9 camere da 8 posti letto
 3 camere da 10 posti letto

L'ostello si sviluppa al primo piano dell'edificio di nuova progettazione e nell'intero edificio della Casa Colonica. Le finiture e l'arredo in legno seguono lo stile tradizionale del design nautico.

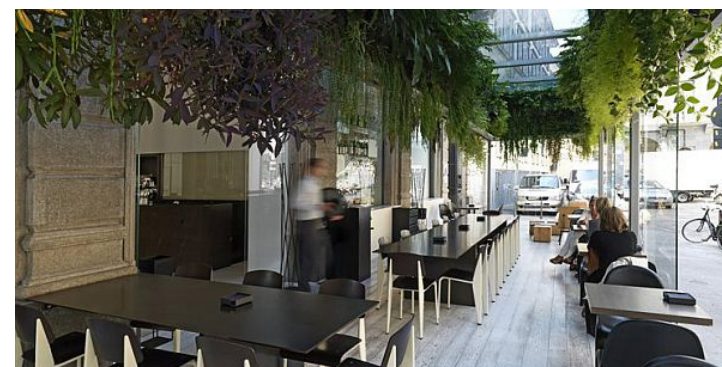
Il servizio intercetta i target delle famiglie nord e centro europee, dei giovani e degli sportivi ed è indirizzato quindi ad una clientela internazionale giovane e dinamica che cerca spazi per la socializzazione e la condivisione delle esperienze, senza rinunciare alla qualità dell'ambiente e degli spazi interni.

I giovani sportivi e le famiglie dinamiche possono trovare in questo ambiente luoghi confortevoli e di design, ma allo stesso tempo accessibili per la fascia di prezzo.

L'obiettivo è anche non creare una eccessiva concorrenza con le strutture alberghiere già presenti sul territorio.



Café Trussardi © Carlo Ratti, 2008



L'idea di progetto

2. Il biergarten e la brasserie

Biergarten
Coperti: 90
Superficie: 180 m²
Condivide la cucina con la brasserie
Orari d'apertura: lun/sab 11.30–23.30

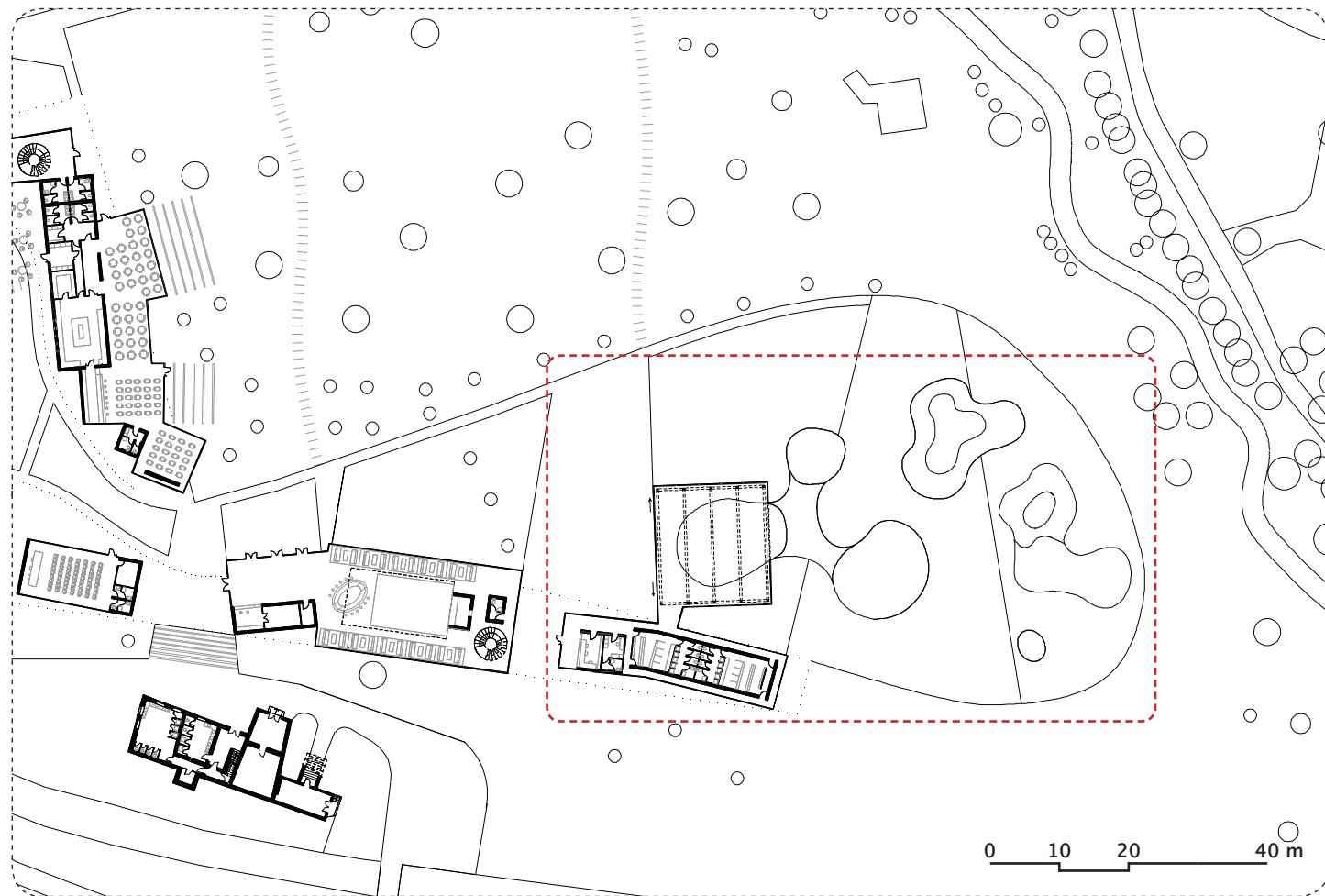
Il biergarten aggiunge un servizio poco sviluppato lungo la fascia lago, coprendo ampie fasce orarie con un'offerta ampia e diversificata.

Collocato al centro del complesso, con un'ampia vista sul parco e un diretto accesso nella stagione estiva, il Biergarten crea un'atmosfera confortevole e di socialità. Sono serviti piatti leggeri e veloci, gelati, vini e birre da mezzogiorno alla sera.

Brasserie
Coperti: 128
Superficie: 335 m²
Orario d'apertura:
mar/dom 12–14,30 / 19–23.30

La brasserie, grazie anche alla sua posizione centrale all'interno del parco, intercetta un pubblico ampio, soddisfacendo anche esigenze legate alla scoperta della tradizione del luogo.

Serve piatti della cucina tradizionale locale, utilizzando le eccellenze enogastronomiche del territorio. I padiglioni in vetro in cui sono distribuiti i tavoli garantiscono ampie viste del parco.



Naturbad Riehen © Herzog & de Meuron, 2014



L'idea di progetto

3. La piscina coperta e il naturbad

Superficie delle vasche: 700 m²

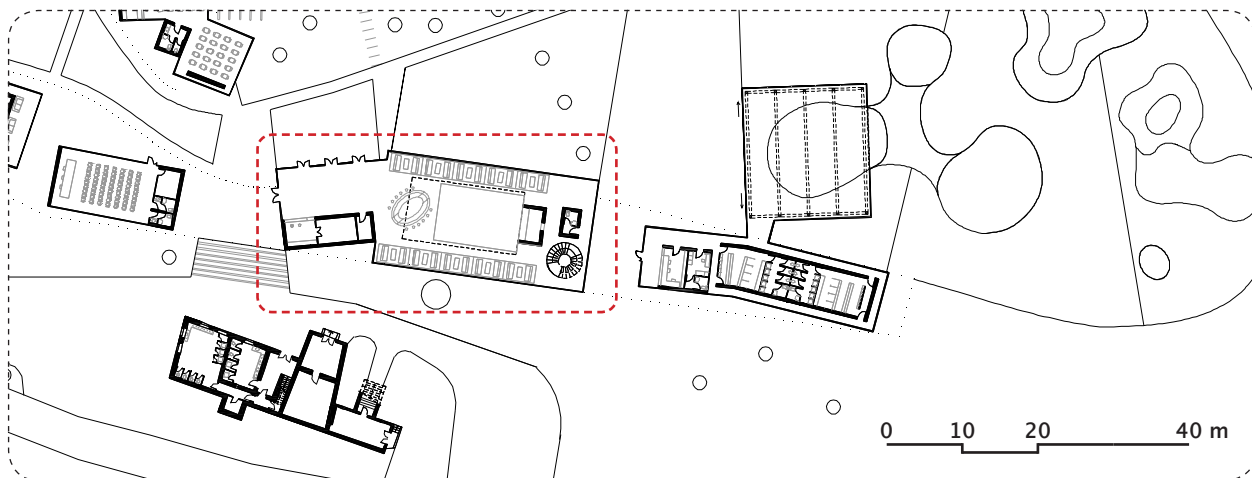
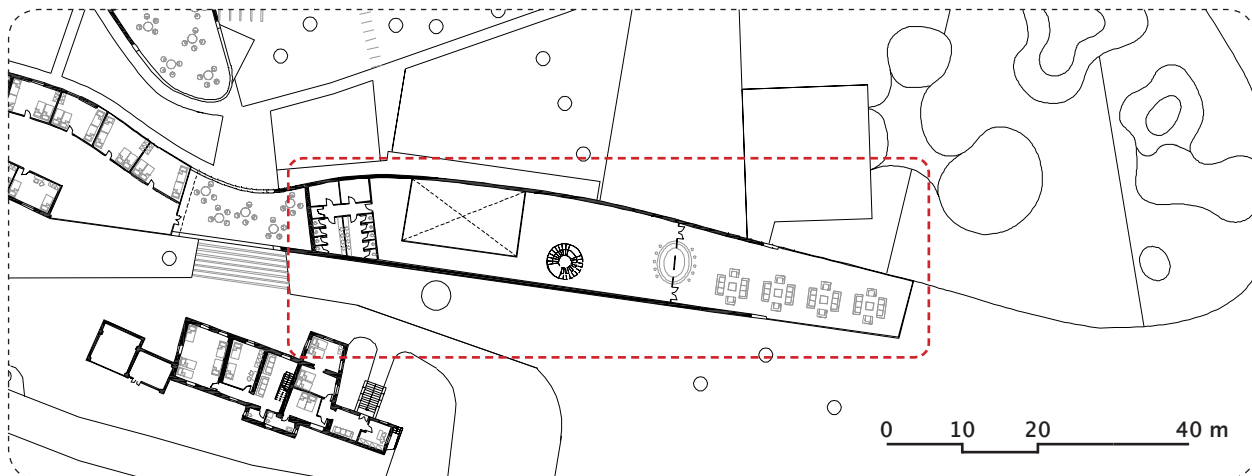
Superficie della vasche con controllo della temperatura: 420 m²

Una serie di vasche al chiuso e all'aperto è disposta per mettere in continuità l'edificio di nuova progettazione con l'area in prossimità del lungolago e della spiaggia.

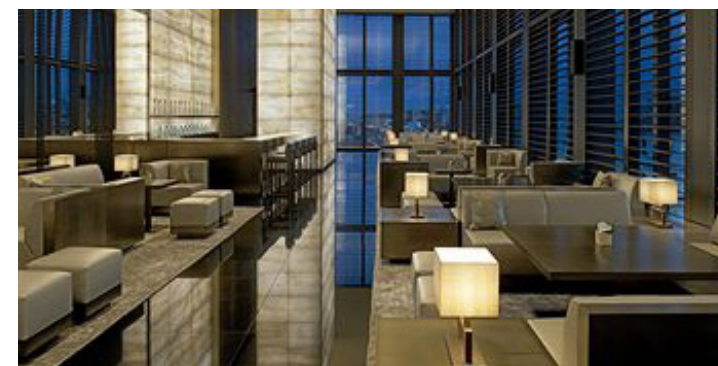
La vasca principale, parzialmente all'aperto, prevede il controllo della temperatura dell'acqua per consentirne l'utilizzo in ogni periodo dell'anno.

Le vasche secondarie, completamente all'aperto, prevedono l'utilizzo della tecnologia naturbad in cui si rinuncia ad additivi chimici per la depurazione dell'acqua, affidando invece alle piante il compito di rigenerarla restituendole la sua naturale purezza.

Le tre vasche, differenziate per profondità dell'acqua e diametro, costituiscono un'offerta indirizzata ad utenze diverse, età differenti e attrazioni sportivo ludiche variegata. L'obiettivo, rafforzato anche dalle sistemazioni del verde attorno, è quello di insistere sulle vocazioni dei giovani e degli sportivi che frequentano il lungo lago.



Armani Lounge © Lombardini22, 2011



L'idea di progetto

4. Il disco club

Superficie: 1300 m²

Periodo d'apertura: 12 mesi

Ballo: fino a 1000 ospiti

Cocktail: fino a 500 ospiti

Buffet: fino a 300 ospiti

Nell'ottica di abbracciare una clientela più trasversale e che non trova alternative forti nel contesto limitrofo, il progetto inserisce al suo interno un locale disco club che possa organizzare serate, eventi e offrire ai giovani locali e residenti nei dintorni un punto nuovo di riferimento legato al divertimento notturno, alla musica e ai concerti.

L'ambiente interno è organizzato in modo da dare massima flessibilità agli spazi e di conseguenza alle fruizioni e alle attività che il locale può ospitare, in un'ottica di lungo periodo e di diversificazione delle future richieste.

Il locale si sviluppa su due piani con un doppio volume e una terrazza parzialmente coperta con vista lago. La distribuzione e la proporzione degli spazi consente un uso flessibile e diversificato nelle diverse stagioni per accogliere turisti, residenti ed eventi aziendali.

Il disco club si rivolge nella stagione invernale principalmente ai giovani fra i 20 e i 35 anni residenti nelle province limitrofe, ai quali nella stagione estiva si aggiungono i numerosi turisti.



La sostenibilità economica

Le cinque diverse aree di business prevedono investimenti e risultati di periodo come indicato sinteticamente di seguito:

Ostello:		
Investimento	EUR	7.740.000,00
Risultato di periodo	EUR	583.348,00
		7.54%

Biergarten e Brasserie:		
Investimento	EUR	1.200.000,00
Risultato di periodo	EUR	362.925,00
		30.24%

Piscina:		
Investimento	EUR	905.000,00
Risultato di periodo	EUR	74.346,67
		8.22%

Disco club:		
Investimento	EUR	1.008.000,00
Risultato di periodo	EUR	649.320,00
		64.42%

Parcheggio:		
Investimento	EUR	1.642.500,00
Risultato di periodo	EUR	64.784,29
		3.94%

Totale investimento		
Investimento	EUR	12.495.500,00
Totale di periodo	EUR	1.734.723,96
		13.88%



AAA office

L22

écru.

Cliente
Lido di Riva del Garda srl

Luogo
Riva del Garda, Trento

Programma
ostello, ristorante, pub, discoteca, piscina, parcheggio

Stato
secondo classificato, concorso di idee

Credits
AAA office
Alessandro Gattara, Lucio Serpagli, Francesca Baghino

Erica Manfredi, Francesca Marzi, Alice Pederzoli
Federico Fontana, Daniele Govi

In collaborazione con
Fabio Pederzoli, Furio Sembianti

Lombardini22
Paolo Facchini, Franco Guidi

écru architetti
Antonello Sportillo, Giulio Viglioli

Mattia Iotti, Giulia Belloni

AAA office

str. Ponte Caprazucca 5
43121 Parma IT, EU
t. & f. 0521 98 28 32

contact@aaaoffice.it
www.aaaoffice.it