

Die Toskana und die Mode

„Bei der Besichtigung hat uns sofort die außergewöhnliche Qualität der baulichen Substanz beeindruckt; heute wäre es höchstwahrscheinlich nicht mehr möglich, so etwas nachzubilden, schon allein wegen der damit verbundenen Investitionen. Wir wollten es um jeden Preis erhalten. Unsere Entscheidung, das Gebäude nicht abzureißen, wurde vom Unternehmen begrüßt.“ Die Architekt:innen Fabio Barluzzi und Barbara Ponticelli haben 2006 METROOFFICE Architetti gegründet, ein in Florenz ansässiges Büro, das sich seit 2012 auf das Rebranding von Unternehmen der Modebranche konzentriert. Diese Branche findet seit jeher in der Toskana, die international als Referenz für das Manufakturwesen gilt, gute Voraussetzungen. Das Modehaus Balenciaga hat sich bei der Realisierung seiner neuen, auf Lederwaren ausgerichteten Produktionsstätte auf Barluzzi und Ponticelli verlassen. Wunsch des Auftraggebers war es, ein bestehendes Gebäude zu finden, das umgebaut werden konnte, statt einen Neubau zu errichten und damit Flächen zu verbrauchen. Doch nicht nur das. Die Produktionsstätte musste auch eine konkrete Anforderung hinsichtlich des Standorts erfüllen: Sie sollte sich in möglichst geringer Entfernung zu der vor den Toren von Florenz gelegenen Gemeinde Scandicci befinden, in der Balenciaga seit 2015 tätig ist.

Die Erfahrung „echter Erneuerung“

Beim Rückblick auf den Projektverlauf betonen METROOFFICE Architetti das Konzept der „echten Erneuerung“. Ein Ausdruck, mit dem das Büro neben den rein architektonischen Aspekten auch die soziale Bedeutung des Projekts hervorheben möchte. Denn für die toskanische Gemeinde bedeutete der im März 2025 fertiggestellte Umbau den Beginn einer neuen Ära. „Der Prozess wurde von Anfang an von der Bevölkerung und der lokalen Verwaltung positiv aufgenommen. Das bestehende Fabrikgebäude war als ungelöstes Problem wahrgenommen worden: eine Art ‚Wunde‘, die schon lange geheilt werden sollte. Es ging jedoch nicht nur darum, ein Gebäude zu sanieren: Das Projekt hat in vielerlei Hinsicht einen Wandel in der Arbeitsplatzstruktur dieser Region bewirkt. Das Endziel, das in den nächsten Jahren verfolgt werden soll, ist die Einstellung von etwa 280 Mitarbeiter:innen. Alle werden vor Ort im Training Center geschult, das einer der drei Kernbereiche von Balenciaga, The Plant, ist.“

→

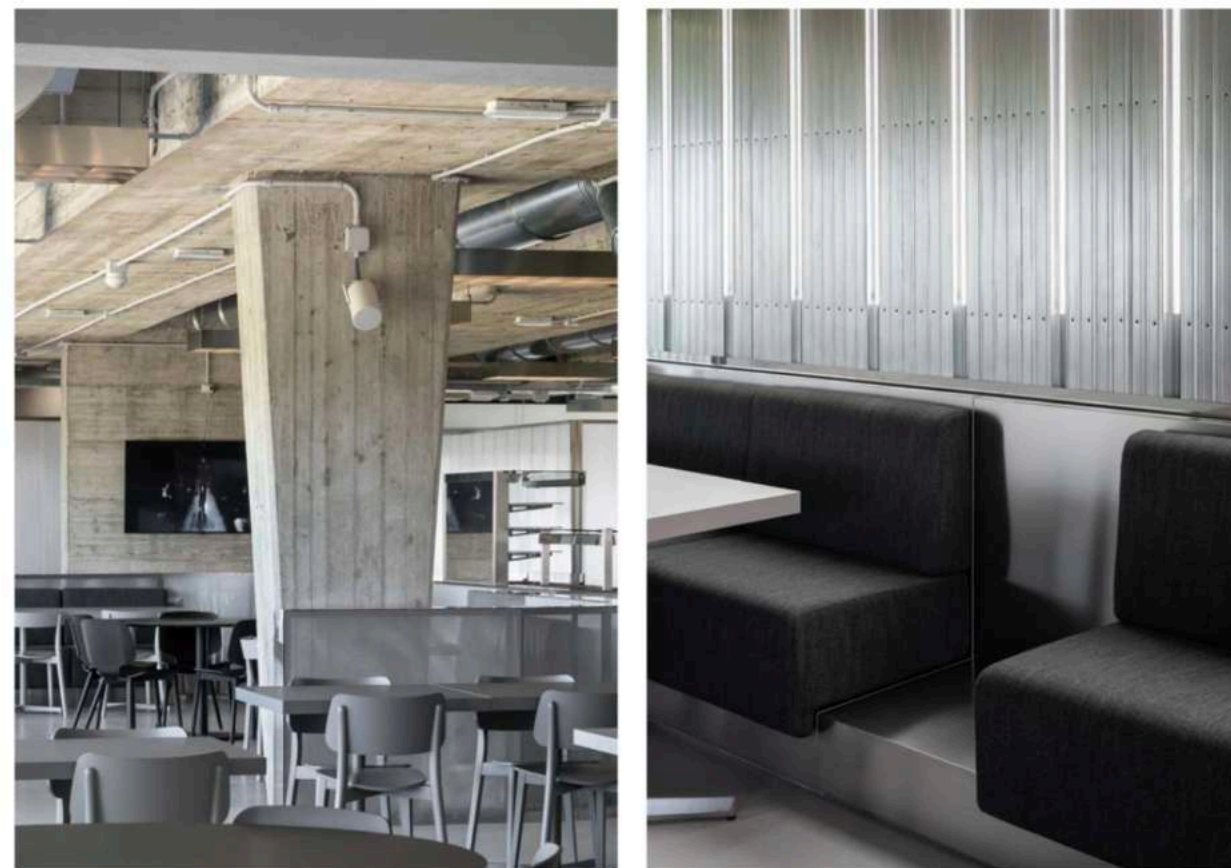
Tuscany and fashion

‘During our site visit, we were immediately struck by the exceptional quality of the building’s structure; today, it would most likely no longer be possible to replicate this, if only because of the investment involved. We were determined to preserve it at all costs. Our decision not to demolish the building was welcomed by the company.’ Architects Fabio Barluzzi and Barbara Ponticelli founded METROOFFICE Architetti in 2006, a Florence-based practice which, since 2012, has specialised in the rebranding of companies in the fashion industry. This sector has always found favourable conditions in Tuscany, which is internationally regarded as a benchmark for craftsmanship. The fashion house Balenciaga relied on Barluzzi and Ponticelli for the realisation of its new production facility, which specialises in leather goods: the client’s wish was to find an existing building that could be converted, rather than erecting a new structure and thereby taking up space. But that was not all. The production facility also had to meet a specific requirement regarding its location: it was to be situated as close as possible to the town of Scandicci, just outside Florence, where Balenciaga has been operating since 2015.

The experience of ‘genuine renewal’

Looking back on the course of the project, METROOFFICE Architetti repeatedly emphasise the concept of ‘genuine renewal’. This is a term the firm uses to highlight not only the purely architectural aspects but also the social significance of the project. For the Tuscan municipality, the conversion – completed in March 2025 – marked the beginning of a new era. ‘From the very beginning, it was a process that was positively received by the local community and the local council. The existing factory building had been perceived as an unresolved problem: a sort of ‘wound’ that had long needed healing. However, it was not simply a matter of refurbishing a building: in many respects, the project has brought about a transformation in the region’s employment structure. The ultimate goal, to be pursued over the coming years, is to recruit around 280 employees. All will be trained on-site at the Training Centre, which is one of the three core divisions of Balenciaga, ‘The Plant’.

→



Kantine und Empfangsbereich mit freiliegender Betonstruktur und Oberflächen aus Stahl und Polycarbonat, die die Markenidentität unterstreichen.
A canteen and reception area featuring exposed concrete structures and surfaces made of steel and polycarbonate, which emphasise the brand identity.