

847
www.domusweb.it
Architettura/Design/Arte/Comunicazione
Architecture/Design/Art/Communication
Aprile/April 2002
Euro 7.80 Italy only



www.domusweb.it

Domus 847 Aprile/April 2002

**Sito web/
Website site
www.domusweb.it**

Il sito web di Domus – www.domusweb.it – offre sempre nuovi servizi. Questo mese, una cronaca aggiornatissima dal Salone del Mobile di Milano, reportage approfonditi da tutto il mondo nelle sezioni news e media watch, i nuovi libri segnalati, mostre recensite in tempo reale, una ricca selezione di prodotti Domus's website continues to offer new features. This month find up to the minute coverage of the Milan furniture fair as well as insightful coverage from around the world in its media watch section; the key new books, exhibitions reviewed as they happen, and a comprehensive product selection service. www.domusweb.it

Review

2	Libri/Books
20	Mostre/Exhibitions
36	Calendario/Calendar

Monitor

42	Case in Giappone. Le Corbusier Houses in Japan. Le Corbusier
-----------	--

Servizi/Features

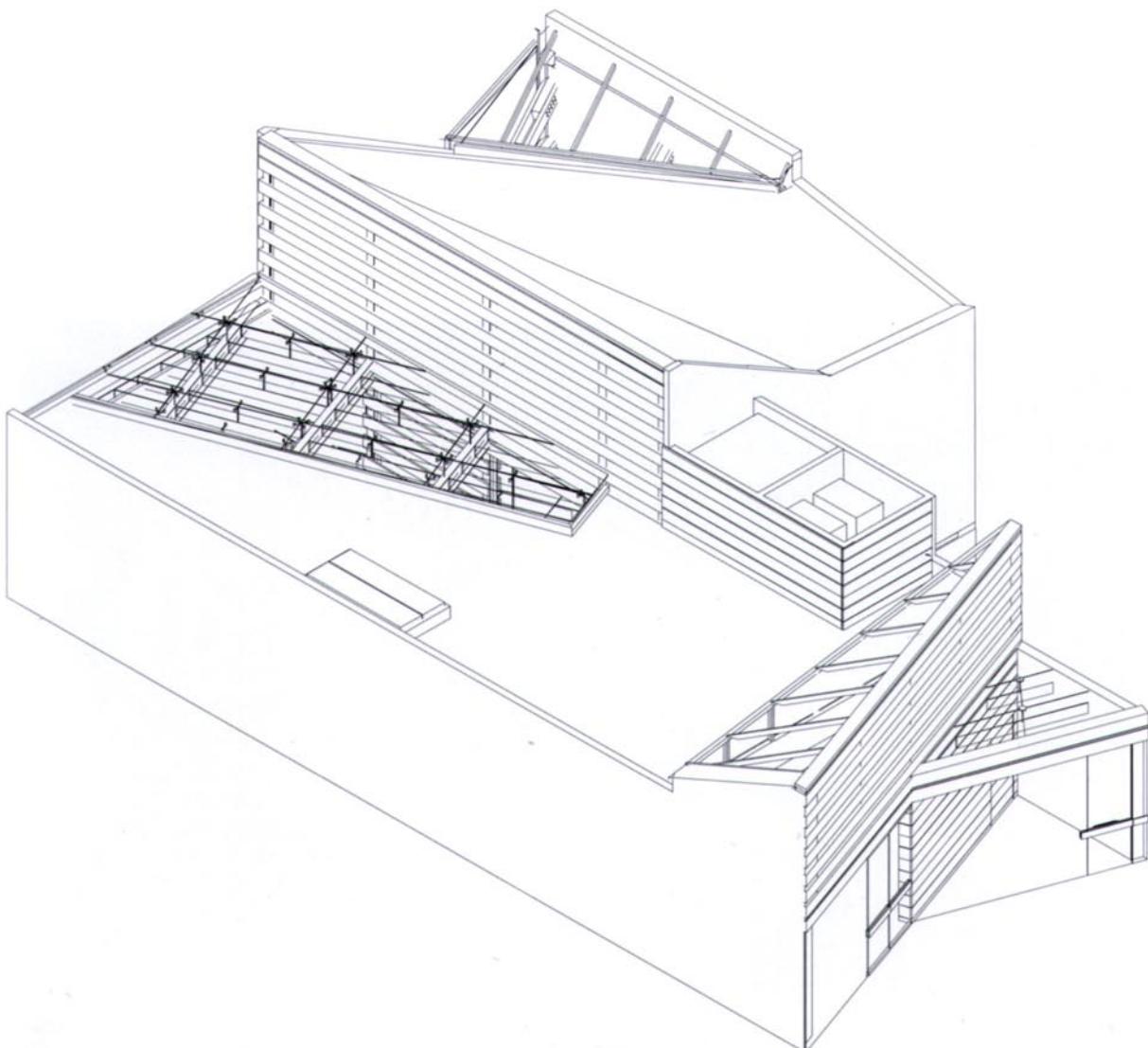
50 L'architettura e i libri Architecture and the book	Robin Kinross e Linda Eerme analizzano il recente boom dell'editoria specializzata di architettura Robin Kinross and Linda Eerme explore the new explosion in architectural publishing
80 Affrontare l'architettura del male Confronting the architecture of evil	Il Centro di Documentazione di Günther Domenig nell'ex Kongresshalle di Norimberga, monumento del nazionalsocialismo Günther Domenig's Documentation centre carved out of the Nuremberg congress hall is a guerrilla attack rather than a frontal assault on the Nazis
92 Quando i ponti tremano The bridge that wobbled	Che cosa non ha funzionato nel Millennium Bridge What went wrong with London's first new bridge in 100 years
104 La geografia della moda The geography of fashion	Il negozio di Max Mara a West Broadway How Max Mara opened on West Broadway. Photography by Paul Warchol
112 La casa fra le montagne The house in the mountains	La casa costruita da Baumschlager ed Eberle a Vaduz commenta il contesto Baumschlager and Eberle's house in Vaduz belongs to its setting
122 Una sede per le arti radicali Housing the radical arts	Pierre Restany parla della trasformazione del Palais de Tokyo Pierre Restany on the almost invisible transformation of the Palais de Tokyo
130 Fronzoni: una vita di design Fronzoni's life in design	L'opera del più grande outsider italiano del design The achievement of Italy's greatest design outsider
140 Designer al Salone e dintorni Milan Furniture Fair previewed	Mobili e altro da Arad, Giovannoni, Grcic, Morrison, Pawson, Pesce, visti da Casciani, Picchi e Tommasini New work by Arad, Giovannoni, Grcic, Morrison, Pawson, Pesce

Rassegna

160 Mobili Furniture	La selezione di Maria Cristina Tommasini Maria Cristina Tommasini's selection
-----------------------------	--

Post Script

185	Gae Aulenti. The View from Domus al Teatro Armani Gae Aulenti. The View from Domus – photographs at the Armani Theatre
------------	---



Insolitamente per New York, il negozio Max Mara non è solo un interno, ma una completa opera di architettura, costruita ex novo

Unusually for New York, the Max Mara store is a complete piece of architecture, not just an interior

The geography of fashion

Geografia della moda

Il nuovo negozio Max Mara di Duccio Grassi, un segno riconoscibile per West Broadway

Max Mara's new store by Duccio Grassi makes a mark on West Broadway

Fotografia di/Photography by Paul Warchol



La geografia della moda in Lower Manhattan è questione di corsi e ricorsi, una lotta orchestrata con grande attenzione dalle agenzie immobiliari per la scelta fra il rumore e la confusione di Broadway e la relativa calma di West Broadway, qualche isolato più in là. Pochi metri infatti possono fare la differenza fra quello che viene definito "un vero indirizzo" con affitti in proporzione, in cui le ambiziose firme della moda si riversano in cerca di credibilità, e quello che sta dietro l'angolo e che socialmente è come la Siberia. Broadway è una specie di stretta gola fra due 'falesie' di loft dalle facciate di ghisa. West Broadway è molto più tranquilla, ha un po' l'aspetto di una *main street* di paese. Tutte e due hanno il loro fascino. Alcuni anni fa fu West Broadway a spuntarla. È là che Comme des Garçons aprì il suo rivoluzionario negozio di abiti, una scultura a scala architettonica ora da tempo scomparsa; è là che Cipriani aprì il suo ristorante e Rizzoli la sua elegante libreria. I negozi di moda stavano spalla a spalla con le gallerie d'arte, e il fatto che ci fosse anche una popolazione residente garantiva sempre vita e animazione.

West Broadway è una strada larga con relativamente poco traffico, a senso unico. Guardando in giù, si poteva persino fermarsi un momento mentre si attraversava la strada e godere di un bel colpo d'occhio sulle Twin Towers, che allora erano là, poco lontane.

Broadway invece, anche se poteva contare su Dean & De Luca e sul Guggenheim Downtown, era caratterizzata più dalle abbordabili vetrine di Armani Exchange che da quelle dell'alta moda. I marciapiedi erano affollati di giorno e deserti di notte. Naturalmente però ci sono aziende che possono permettersi di trasgredire le regole della geografia. Anzi, sovertire le regole scegliendo per la propria sede la zona meno ovvia, è quasi un obbligo per alcuni: come per altri, meno sicuri di sé, lo è trovare un indirizzo 'giusto'. Il grande negozio Prada disegnato da Rem Koolhaas a Broadway ha spostato gli equilibri, e Broadway sta ora diventando l'indirizzo che conta. Eppure, per il suo negozio di Soho, Max Mara ha scelto West Broadway. Max Mara punta dunque su un pubblico diverso, offre una moda non 'minacciosa', piacevole al tatto, adatta a chi non cerca una firma a tutti i costi. Vuole suggerire l'idea di un lusso tradizionale, e anche l'architettura del negozio segue questa linea. Il suo tranquillo sapore contemporaneo è un po' sotto le righe, e tuttavia non lascia al visitatore alcun dubbio di trovarsi in presenza di una moda sofisticata. Duccio Grassi, progettista di Reggio Emilia, ha avuto la rara occasione di costruire un edificio completamente ex novo, invece di limitarsi a riadattare un interno preesistente. Inserita al posto di un vecchio parcheggio, la

struttura di Grassi non fa il verso allo stile "mattoni e ghisa" tipico dei vecchi edifici della zona, ma crea una dissonanza voluta con l'impianto ortogonale della strada.

Il contesto è una tipica strada di Lower Manhattan, fiancheggiata da edifici di mattoni di quattro o cinque piani, da qualche superstite struttura a loft, e da una ondata di nuove architetture, di cui poche però di qualità. Grassi ha volutamente interrotto l'allineamento stradale, collocando l'ingresso del negozio in posizione un po' arretrata. Due superfici poste ad angolo con la strada definiscono la facciata e, più che completare il lotto in modo artificioso, ne ricordano l'uso precedente. Anche i materiali usati da Grassi – legno e vetro su una struttura di acciaio – differenziano l'edificio e lo rendono a sé stante.

Tutto crea un senso di attesa per l'interno e il suo contenuto. Invece di mettere gli abiti in vetrina, alla portata del passante, Max Mara preferisce non rivelare immediatamente i suoi segreti. La facciata è un'arguta e stuzzicante miscela di esposizione e occultamento. La luce naturale scende dal tetto e invade l'interno, dove il cemento grezzo, ormai segno distintivo della moda contemporanea, è arricchito dal legno che dà senso e scala scultorea allo spazio. Il negozio a doppio livello si conclude in una zona più bassa, che si raggiunge con una robusta scala di legno.

In modo intelligente e pacato si è così

creato per gli abiti di Max Mara uno sfondo che mette in risalto le qualità tattili dei tessuti e sottolinea i colori. Questo è un luogo tutt'altro che vistoso, ed evoca piuttosto l'atmosfera di una galleria, senza dare l'impressione di pretenziosità e di eccessiva elaborazione. Max Mara è sempre stata una firma fra le più discrete, ma con il nuovo negozio di Manhattan inizia un programma che segna una nuova fase nello sviluppo dell'azienda: che si prepara ad alzare il tiro e a creare un forte senso di identità che contribuisca a distinguerla in un settore sempre più affollato. In Italia è già in fase di completamento una nuova sede progettata dall'architetto inglese John McAslan.

The geography of fashion

The geography of fashion in Lower Manhattan is a fickle affair; a struggle, carefully orchestrated by the real estate business, for supremacy between the noise and bustle of Broadway and the relative calm of West Broadway, just a few blocks away. A few feet can make the difference between what gets called a destination street, with rents to match, where ambitious fashion brands flock in search of credibility, and the site around the corner that represents social Siberia.

Broadway is a narrow gully between twin cliff-like slabs of cast iron-fronted lofts. West Broadway is much quieter,



Pianta del livello inferiore/Lower level

into the definitive address. But it was West Broadway that Max Mara chose for its new Soho store. And Max Mara has a rather different audience in mind. The company offers tactile, unthreatening fashion for those who don't want to go for an obvious fashion label. It suggests a traditional idea of luxury, and the architecture of the store does much the same. Its quietly contemporary flavour is understated, but it nevertheless leaves visitors in no doubt that they are in the presence of fashion with a sense of sophistication.

Duccio Grassi of Reggio Emilia had the rare opportunity to create an entirely new building rather than simply fitting out an existing interior. Inserted into what had been a parking lot, Grassi's structure does not parody the brick and cast iron style of the area but rather creates a deliberate dissonance with the orthogonal geometry of the street. The context is a typical lower Manhattan street filled with four- and five-storey domestic scaled brick, some remaining cast-iron loft structures and an encroaching wave of new building, little of it of much architectural quality. Grassi has deliberately disrupted the street wall, setting the store's entrance a little back from the road. Two planes posed at angles to the street define the facade, reflecting the way that the block had been under its earlier use rather than artificially completing it.

The materials Grassi has used – timber and glass set in a steel structure – also set it apart.

All of this creates a sense of expectation for what is inside. Rather than showing its clothes by putting them in a window, visible to people passing by on the street, Max Mara does not reveal all of its secrets at once. Its facade is a teasing mix of display and concealment. Roof lights flood the interior with sunshine, while the usual raw concrete interior that is now the signifier of contemporary fashion is enriched by slabs of timber that take on the scale of sculpture. The two-level store winds down into a lower area reached by means of a sturdy timber staircase.

In a quiet, subtle way the store gives Max Mara's clothes a setting that brings out the tactile qualities and colours of their fabrics. It is discreet rather than flamboyant in character, creating the atmosphere of a gallery without suggesting pretension or over-elaboration.

Max Mara has until now been one of Italy's quieter fashion brands, but the new store in Manhattan is just part of a building programme that marks a fresh stage in its development. The label has set out to raise its profile and create a clearer sense of identity to help it stand out from an increasingly crowded field. Back in Italy, a new headquarters building designed by the British architect John McAslan is nearing completion.



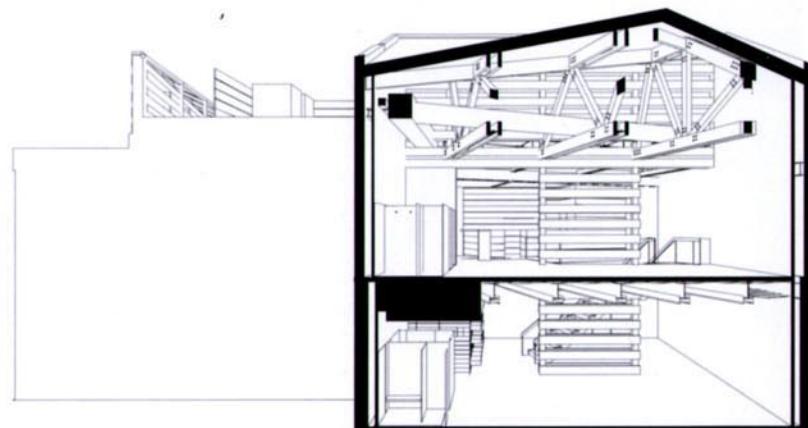
Il legno grezzo e il feltro alle pareti rivoluzionano la gamma dei materiali usati nei negozi di moda più sofisticati, ma si discostano anche nettamente dalle tradizioni del quartiere

Rough timber and felt transgress the conventional palette of materials for up-market fashion and give a nod to the neighborhood's traditions

Progetto/Architetto: Ducciomaria Grassi
con/with Fernando Correa Granados
Consulente illuminotecnica/Lighting
consultant: Isometrix Lighting + Design Ltd
Committente/Client: Max Mara USA



Sezione trasversale/Cross section



Sezione longitudinale/Longitudinal section

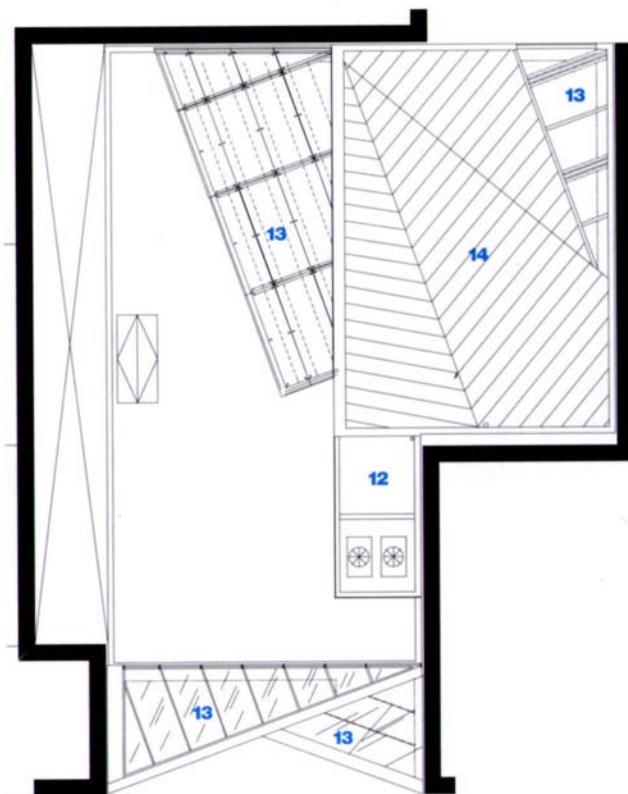


Grassi rompe l'allineamento stradale con un ingresso un po' arretrato, mentre la facciata ad angolo (alle pagine seguenti) non rivela tutto subito
Grassi disrupts the street line with an entrance set back and at an angle.
Overleaf, the facade of the store doesn't give everything away at once

with some of the feel of a village main street. And both have their own charms. A few years ago it was definitely West Broadway that had the upper hand. This was where Comme des Garcons had its striking concept store for the Shirt brand, a piece of sculpture on an architectural scale now long vanished, and where the Cipriani opened its restaurant and Rizzoli had an elegant bookshop. Fashion stores rubbed shoulders with art dealers, and a residential population ensured that there was life on the street throughout the day. It's a wide avenue, with relatively little traffic running in one direction only. Looking down the street, you could safely pause while crossing, and there was a time when you could see a fine view of the twin towers in the middle distance. Broadway, on the other hand, though it boasted Dean and DeLuca and the downtown Guggenheim, was characterized more by the affordable Armani Exchange than by upmarket fashion. The pavements were crowded during the day and empty at night. But of course there are brands that have enough clout to transgress the rules of geography. Indeed, flouting the rules by not going for the obvious location is just as much of an obligation for some as getting the right address is for the less confident and secure. Prada's huge Koolhaas-designed store on Broadway shifted the balance, and Broadway is now turning



Pianta del piano terra/ Ground level



Pianta delle coperture/Roof plan





