

L'ARCA

english text

La rivista internazionale
di architettura, design e
comunicazione visiva
The international magazine
of architecture, design and
visual communication



ISSN 0394-2147



20173

9 770394 214000

Identità e design Modern-day Shop

L'identità del negozio contemporaneo è rifluita dal contenuto al contenitore, dall'immagine della merce a quella della struttura. L'estetica del prodotto costituisce ormai un'area di attrazione che fa parte di un complesso sistema di richiami, sollecitazioni, inviti, seduzioni, nel quale l'universo della vendita si compone in una costellazione di immagini.

In questo sistema, variegato e cangiante, l'architettura del negozio - che comprende il design delle attrezzature e degli allestimenti - ha un ruolo stellare, nel duplice senso di equilibratore di un intero schema satellitare composto dai singoli episodi funzionali (esposizione, vetrina, distribuzione dei prodotti, servizi e così via) e di polo irradiante di una configurazione dinamica di immagini, ciascuna in sé autonoma e in pari tempo subordinata all'impianto complessivo.

Queste considerazioni generali trovano la loro concretizzazione nel nuovo negozio di Max Mara al 450 di West Broadway a New York, progettato dallo Studio Grassi. Si tratta di uno spazio di 567 metri quadrati complessivi, realizzato in un vecchio garage e sviluppato su due piani. L'elemento che per primo definisce l'identità di questo spazio della vendita è costituito dalle pannellature in assi di legno di noce, che ritmano i piani verticali sia in facciata che all'interno. In tal modo l'immagine del negozio è definita anzitutto nel suo contesto urbano: "La facciata è definita dall'incontro di due piani inclinati non paralleli alla strada", spiega Duccio Grassi, "in modo da mantenere la discontinuità tipica degli edifici che si affacciano sulla West Broadway, ulteriormente accentuata dal legno e dal vetro che sostituiscono i mattoni a vista o le strutture metalli-

The identity of modern-day shops has shifted from the contents to the container, from the image of the goods on sale to the image of its very structure. Product aesthetics is an eye-catching part of a complex system of references, allusions, calls and seductive forces in which the world of sales forms a constellation of images.

Shop architecture (including the design of the fixtures and fittings) has a dual role to play in this ever-changing system, in the double sense of balancing out the entire scheme of separate functional episodes (display, shop window, product layout, services etc.) and radiating out a configuration of images, each independent in its own right and, at the same time, subordinate to the entire system. Designing a shop means drawing up a diagrammatic scheme that no longer relies on the old mechanistic sequence of sales phases - drawing near, approach, assessment, contracting, sale - to run smoothly along winding paths and inviting perspectives..

These general comments are physically embodied in the new Max Mara shop at 450 West Broadway in New York designed by Studio Grassi. This space covering a total of 567 square metres is constructed inside an old two-storey garage. The most striking feature of this sales outlet are the panels made of planks of hazel wood setting the pattern of vertical planes on both the facade and interior. This sets the shop's image in its urban context: "The facade is designed around the intersection of two sloping planes that do not run parallel to the road", so Duccio Grassi tells us, "to maintain that sense of discontinuity characterising the buildings facing onto West Broadway, further accentuated by the wood and glass



Paul Warchol

■ L'ingresso del nuovo negozio Max Mara al 450 West Broadway, a Soho, New York.

■ Entrance to the new Max Mara shop at 450 West Broadway in Soho, New York.

che". Questa discontinuità è riprodotta e moltiplicata nelle superfici interne e nella stessa organizzazione spaziale del negozio. "Superfici dalla forte matericità definiscono volumi spezzati da tagli luminosi", precisa il progettista. "Alte travi reticolari in legno creano volumi altrettanto irregolari, e un enorme filo d'acciaio cuce tra loro grandi pannelli di cemento dalla superficie tesa e ondulata per la pressione della cucitura". Questo gioco di materiali avanzatissimi e tradizionali, elettrizzati da qualche sprezzatura, come la parete in lamiera arrugginita che chiude la fila delle cabine di prova, costituisce un ambiente, prima ancora che uno spazio espositivo e commerciale: ambiente come luogo, ambito vissuto, volume come intensa espressione di significati.

Il negozio ricomponne la sua identità nelle strutture espositive, del genere *free-standing*, non fisse, modellate in ferro naturale, con snodi in acciaio al centro, pannelli in pelle e specchi rotanti, in modo da consentirne la massima flessibilità. La disseminazione della merce risulta così casuale e, in pari tempo calcolatissima: ripiani spostabili in ferro naturale, elementi frontali inseribili nelle pareti in cartongesso, parallelepipedi cavi, in materiale plastico bianco e ferro naturale, accostati o impilati sul pavimento, sedili in cuoio marrone della stessa forma.

La mobilità, la mutevolezza, il nomadismo caratterizzano l'allestimento, come una nube corpuscolare che solo il "logo" fissa nel tempo e nello spazio, e che ricade sui prodotti come plusvalore estetico aggiunto a quello già implicito nei vari capi.

Maurizio Vitta

replacing exposed bricks or metal structures." This discontinuity is reproduced and multiplied in the shop's inside surfaces and spatial layout. "Surfaces with a very material feel define structures cut through by light," so the designer states. "Tall reticular wooden beams create equally uneven structures, and a huge steel thread stitches large concrete panels between them whose surfaces are either flat or undulating depending on the pressure applied by the stitching." This interplay of traditional and cutting-edge materials, injected with the odd nonchalant touch like the rusty sheet iron wall at the end of the row of changing cubicles, creates a distinct setting more than a display or retail space: a setting that is also a place, a homely environment, a structure bursting with meaning.

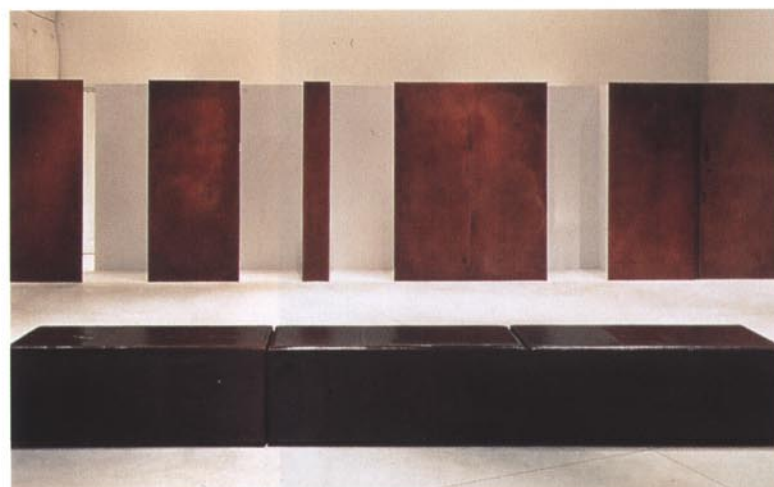
The shop's identity is reiterated in the free-standing, non-permanent display facilities shaped out of natural metal with steel joints in the middle, leather panels and revolving mirrors to make it as flexible as possible. This means the goods seem to be set out both randomly and with careful precision: mobile shelves made of natural iron, front fixtures set into the plaster walls, hollow parallelepipeds made of white plastic or natural iron combined together or just piled on the floor, and brown leather chairs of the same shape. Mobility, mutation and nomadism characterise the overall installation, like a cloud of particles that only the "logo" sets in time and place, and that injects the goods with added aesthetic value in addition to the implicit stylistic qualities of the various items of clothing themselves.

Credits
Project Architect:
Duccio Grassi
Collaborator:
Fernando Correa Granados
Client:
Max Mara



■ L'interno del negozio si sviluppa su due piani per un'area totale di spazio vendita di 325 mq. Le pareti nord e ovest del negozio sono rivestite di pannelli di cemento prefabbricati, senza soluzione di continuità tra piano terra e interrato, che sembrano "cuciti" con punti di cavo d'acciaio e hanno una superficie ondulata diversa l'uno dall'altro.

■ The shop interior extends over two levels for a total sales space of 325 square metres. The shop's north and west walls are clad with prefabricated concrete panels with no gap between the ground floor and basement that look as if they are "stitched" with steel stitches and all have different undulating surfaces.



■ In queste pagine, viste degli interni del negozio che si caratterizzano per la forte dinamicità d'insieme, l'accostamento di materiali avanzatissimi e tradizionali, e per le strutture espositive del genere free-standing, non fisse, modellate in ferro naturale, con snodi in acciaio al centro, pannelli in pelle e specchi rotanti, in modo da consentirne la massima flessibilità.

■ These pages, views of the shop interiors whose powerful overall dynamism, combination of cutting-edge conventional materials and free-standing non-permanent displays shaped in natural iron with steel joints in the middle, leather panels and revolving mirrors, to ensure maximum flexibility.



Settembre/September 2002

Sommario/Summary

l'Arca è pubblicata da
is published by
l'Arca Edizioni spa
Via Valcava, 6
20155 Milano
tel. +39 02 325246
fax +39 02 325481
l'Arca è in Internet:
http://www.arcadata.com

Direzione commerciale e Pubblicità Advertising and Business Manager

Titi Casati
pub.arca@tin.it
**Segreteria commerciale
e Pubblicità
Advertising and Business
Secretariat**
Paola Festi
pub.arca@tin.it

Pubblicità/Advertising

Marcello Altamura
l'Arca Edizioni spa
tel. +39 02 325246 - 347 9791909
fax +39 02 325481
pub.arca@tin.it
Paolo Cossu
Studiokappa srl
tel. +39 011 597180-5817300
335 5208237
kappa.studio@libero.it
Michele Tosato
Studio Mitos
tel. +39 0422 892368 - 348 8732626
fax +39 0422 892055
studio.mitos@tin.it

Comunicazione/Communication

Alda Mercante Casati
pub.arca@tin.it

Promozione Editoriale Milano

Daniela Adaglio
Cristina Rota
libriarca@tin.it

New York

G. Raffaello Gherardini
Francesco Fadda
Arca.US®
The Seagram Building
375 Park Avenue, Suite 3701
New York, NY 10152
tel. 001 212 8290825
Faxsimile 001 212 8329925
arca.usa@arcadata.com

Arcadata srl

Promozione:
Sara Rotta Loria
promozione.arcadata@arcadata.com

Collane libri/Book Series

Franca Rottola
libriarca@tin.it

Distribuzione esclusiva per l'Italia Messaggerie Periodici spa

(Aderente ADN)
Via G. Carcano, 32 - 20141 Milano
tel. +39 02 895921
fax +39 02 89500688

Distribuzione in libreria Joo Distribuzione

Via F. Argelati, 35-20143 Milano
tel. +39 02 8375671
fax +39 02 58112324

Distributor for abroad

Agenzia Italiana Esportazione A.I.E.

Via Manzoni, 12-20089 Rozzano (MI)
tel. +39 02 57512575
fax +39 02 57512606

Direttore responsabile/Editor

Cesare M. Casati
dir.arca@tin.it

Vicedirettori/Deputy Editors

Mario Antonio Arnaboldi,
Maurizio Vitta
red.arca@tin.it

Comitato scientifico Scientific Committee

Piero Castiglioni, Angelo Cortesi,
Gillo Dorfles, Giorgetto Giugiaro,
Gianpiero Jacobelli, Riccardo
Mariani, Bob Noorda, Paolo Riani,
Joseph Rykwert, Piero Sartogo,
Tommaso Trini
Consulenti/Consultants
Carmelo Strano
red.arca@tin.it

Redazione/Editorial Staff

Elena Cardani
Carlo Paganelli
Elena Tomei
red.arca@tin.it

English editing and translations

Martyn Anderson, Sofia J. Teodori

Corrispondenze da Osaka

Correspondent in Osaka
Toshiyuki Kita
Coordinamento a Roma
Coordinator in Rome
Carmelo Zimatore

Amministrazione

Administration
Maria Grazia Pellegrina
Marisa Comali
amministrazione.arca@arcadata.com

Ufficio abbonamenti

Subscriptions
Laura Ronchi
Alessia Catalano
abbo.arca@tin.it

Stampa/Printed by

Bolis Poligrafiche, Bergamo
Fotolito/Colour Separation
Litofilms Italia, Bergamo

Computer graphics

Litofilms Italia

I disegni in formato elettronico sono
stati convertiti ed elaborati con
AutoCAD® R14/AUTODESK®

Fotografi/Photographers

Gianni Berengo Gardin, Moreno Maggi,
Paul Warhol

Copertina/Cover

La Tornado Tower progettata dallo studio
spagnolo Actar, presentata ad "Archilab
2002" a Orléans.
*The Tornado Tower designed by the
Spanish firm Actar and presented at
"Archilab 2002" in Orléans.*

Undici fascicoli l'anno
Il fascicolo in Italia
€ 9,00 in Italia
(IVA assolta dall'editore)
Arretrati il doppio
Registrata presso il Tribunale
di Milano con il n. 479 del 8/9/1986

E' vietata la riproduzione totale o parziale del
contenuto della rivista senza l'autorizzazione
dell'editore.

Total or partial reproduction of the magazine
without previous authorization by the editor is
prohibited.

Cesare M. Casati	Milano talebana <i>Talebani Milan</i>	1	
John M. Johansen	La Continuità del Moderno <i>The Continuum of Modern Architecture</i>	2	
Luigi Prestinenza Puglisi	La fabbrica della musica <i>New Auditorium in Rome</i>	10	Renzo Piano Building Workshop
Maurizio Vogliazzo	Performing Arts in Philadelphia <i>La città dello spettacolo</i>	26	Rafael Viñoly
Mario Antonio Arnaboldi	Una volontà ferrea <i>Museum of Latin-American Art, Buenos Aires</i>	36	Atelman-Fourcade-Tapia Arquitectos
Gaia Pettena	Agora <i>Dreams and Visions</i>	42	Archilab 2002
Elena Cardani	Nuovo rimovibile <i>Malta Stock Exchange</i>	54	Architecture Project
Mario Antonio Arnaboldi	Equiparata a un sogno <i>Footbridge Over River Po, Turin</i>	58	
Maurizio Vitta	L'opera d'arte <i>The Enzo Ferrari</i>	68	
Maurizio Vitta	Identità e design <i>A Modern-day Shop</i>	72	Duccio Grassi
Stefano Pavarini	Monumento assente <i>A Year After</i>	76	
Carmelo Strano	Arte a Vukovar <i>For the Future</i>	78	
Jacqueline Ceresoli	Iconografia delle "nuove città" <i>Iconography of "new cities"</i>	80	
	l'Arca+Europaconcorsi <i>Competitions</i>	84	
	l'Arca 2	88	
	l'Arca News	97	
	Agenda l'Arca + Europaconcorsi	102	

Dal 1986 l'Arca ha pubblicato questi argomenti:

01 Il territorio dello spettacolo - 02 Lo spazio del museo - 03 Il progetto del lavoro - 04 Il progetto verticale - 05 La modernità - 06 La città - 07 Trasporti e comunicazioni - 08 Riflessioni - 09 Design 10 Sopra e sotto - 11 Lo spazio dello sport - 12 Il pubblico - 13 La comunità - 14 Lo spazio domestico - 15 Il progetto intelligente - 16 Strutture e materiali - 17 Scuola e società - 18 L'effimero - 19 Superfici e strutture - 20 Il territorio disegnato - 21 Il vecchio e il nuovo - 22 Domestic Landscape - 23 Il progetto ospitale - 24 Il luogo dello studio - 25 Luce e colore - 26 L'edificio integrato - 27 Architettura in URSS - 28 L'architettura è ambiente - 29 Reti e servizi - 30 I grandi spazi - 31 La costruzione dell'architettura - 32 Il rinnovamento della città - 33 Il superamento della gravità - 34 Tecnologie - 35 L'aspetto della materia - 36 Interiors - 37 Sistemi - 38 Sport - 39 Progetto e computer - 40 Ambienti urbani - 41 Il territorio delle reti - 42 Tecnologia e costruzione - 43 Il progetto della luce - 44 Qualità - 45 Texture e architettura - 46 Architettura come immagine - 47 L'architettura costruita - 48 Luoghi per la cultura - 49 Lo spazio collettivo - 50 I luoghi dell'abitare - 51 Strutture urbane - 52 L'architettura progettata - 53 La contemporaneità - 54 Architettura e tecnologia - 55 Il progetto e il lavoro - 56 Architettura in mostra - 57 I segni nella città - 58 Il grande numero - 59 Riti, miti e altre cose - 60 Architetture francesi - 61 Architetture in Italia - 62 Architetture negli USA - 63 I nodi nella città - 64 L'architettura ornata - 65 La scena della cultura - 66 La città ideale - 67 Architetture in Giappone - 68 Il mito e il culto - 69 La trasparenza - 70 Visto da dentro - 71 Porte urbane - 72 Le torri - 73 Tensostrutture - 74 I servizi per la città - 75 La competizione - 76 Competizione e ricerca - 77 Visioni urbane - 78 Riflessioni - 79 Oltre il muro - 80 Il progetto del terziario - 81 Lo spazio aperto - 82 America, America! - 83 Mens ludica - 84 Formazione e ricerca - 85 La casa dell'uomo - 86 Tecnoarchitettura - 87 La Committenza - 88 Natura e artificio - 89 L'apparenza della materia - 90 Modernità e tradizione - 91 I luoghi delle arti - 92 America, America! - 93 America Latina - 94 Architetture in concorso - 95 Architetture in concorso - 96 Natura urbana - 97 Cultura e società - 98 Produzione e servizi - 99 La residenza - 100 La bellezza - 101 La nuova città - 102 Cromatismi - 103 America, America! - 104 La Francia - 105 Italia - 106 Giappone - 107 La trasparenza - 108 Le infrastrutture - 109 Le torri - 110 L'Europa - 111 Small - 112 Il legno - 113 Il metallo - 114 Interni - 115 Nord America - 116 Ristrutturazione - 117 La luce - 118 L'immagine del futuro - 119 La Francia - 120 Tecnologie e sistemi - 121 La comunità - 122 Lo Sport - 123 I sensi e la materia - 124 Le infrastrutture - 125 L'emozione - 126 Il legno - 127 Immagine USA - 128 Creatività - 129 Superfici - 130 Orizzontale/Verticale - 131 Abitabilità - 132 Il segno è colore - 133 Acqua - 134 Apparenza - 135 Luce - 136 La materia - 137 La trasparenza - 138 Materia e Natura - 139 Strutture - 140 Linguaggi - 141 Interni - 142 Musei - 143 Il sociale - 144 Italia 1999 - 145 Movimento - 146 Immagine - 147 Luce e Trasparenza - 148 America-Europa - 149 Sostenibilità - 150 Per il mondo - 151 Europa - 152 Leggerezza - 153 Linguaggi e Ricerca - 154 Attualità - 155 Mostrare e mostrarsi - 156 La nuova città - 157 Istituzioni e immagine - 158 Architettura industriale - 159 Educazione - 160 Servizi e Cultura - 161 Dentro/fuori - 162 Panorami urbani - 163 Progetto e metodo - 164 Informazione e cultura - 165 Materiali e superfici - 166 gennaio 2002 - 167 febbraio 2002 - 168 marzo 2002 - 169 aprile 2002 - 170 maggio 2002 - 171 giugno 2002 - 172 luglio/agosto 2002