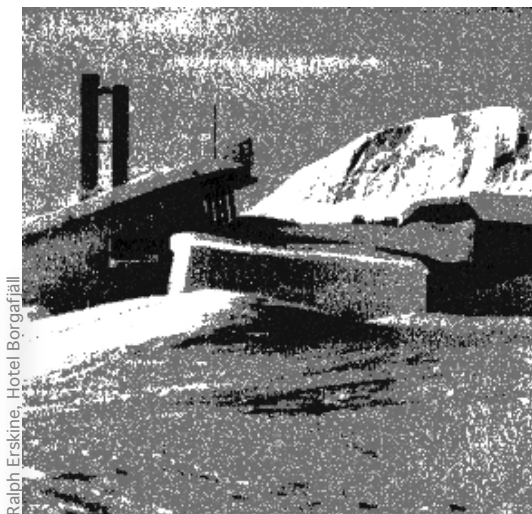


LABORATORIO DI PROGETTAZIONE ARCHITETTONICA 2 (12 CFU)
Corso di Composizione Architettonica (8CFU)

Docente: Prof. Arch. Antonello Monaco



IL CENTRO COMMERCIALE

Il centro commerciale è un organismo architettonico complesso, in cui è possibile rileggere molte tematiche che riguardano l'architettura della città contemporanea.

La tipologia del centro commerciale restituisce un concentrato degli elementi spaziali che conformano il più ampio paesaggio urbano; la ripetizione seriale dei settori funzionali, la trama complessa delle vie di distribuzione e comunicazione, la gerarchia degli slarghi e degli spazi aperti, i ponti, i passaggi in quota e le attrezzature d'arredo costituiscono gli elementi di un microcosmo chiuso, eppure fortemente evocativo di un nuovo tipo di urbanità.

Un microcosmo capace di rispondere con nuove organizzazioni spaziali alle esigenze di vita dell'uomo contemporaneo, con alcuni caratteri ancora da precisare riguardanti il rapporto con la morfologia del territorio in cui si colloca e, più in generale, con gli aspetti localizzativi.

Temi di lettura

- origine storica, evoluzione, sviluppi recenti: dall'agorà allo shopping center;
- caratteri tipologici, distributivi e dimensionali; lo spazio interno; specializzazione/commistione funzionale dei centri commerciali;
- il centro commerciale come struttura di relazioni, luogo dello scambio e della comunicazione, del desiderio e dell'immaginario;
- integrazione/astrazione, contestualismo/atopia: il centro commerciale come luogo di nuove relazioni urbane; rapporto con la morfologia urbana e con la struttura del territorio; nuova centralità, emergenza territoriale, polo di nuove convergenze spaziali;
- progetto aperto: il centro commerciale come struttura d'ordine della crescita urbana; il centro commerciale come struttura in trasformazione

Integrazione, astrazione, centralità, apertura: questi quattro termini costituiranno le tracce tematiche di un approfondimento concettuale della tipologia del centro commerciale quale organismo architettonico interno alle dinamiche che muovono la realtà contemporanea.

Elementi funzionali e dimensionali del centro commerciale per Camigliatello (area mq. 6.300)

| | | |
|-------------------------------|--|-----------|
| a | Supermercato | mq. 2.000 |
| b | Negozi singoli (n.5/10) | mq. 1.000 |
| c | Servizi igienici | mq. 100 |
| d | Spazi interni di transito e distribuzione | mq. 500 |
| e | Bar/tavola calda | mq. 100 |
| f | Chioschi di vendita (giornalaio, tabaccaio, ...) | mq. 20 |
| g | Depositi e magazzini | mq. 2.000 |
| h | Locali tecnici | mq. 500 |
| i | Uffici amministrazione | mq. 100 |
| l | Parcheggi (interrati) | mq. 3.000 |
| m | Spazio esterno per sosta, svago, gioco, spettacoli, mercato (piano podio, aree libere) | |
| - a+b+c+d+e+g+h+i = mq. 6.300 | | |
| - g+h+l = mq. 5.500 | | |

Nota 1:

- Non tutti gli elementi funzionali elencati devono essere collocati all'interno del podio, ovviamente. Alcuni potranno essere disposti nel tempio, o sul piano della piazza sopra il podio (chioschi, ...).
- I parcheggi interrati dovranno essere al di sotto del volume del podio (che avrà un'altezza di 5 metri).
- Il podio non dovrà occupare necessariamente l'intera superficie del lotto a disposizione, ma anche lo spazio che eventualmente rimane libero va progettato.

Nota 2:

- I dati dimensionali sono un riferimento sulle quantità dei singoli ambiti funzionali. Queste "quantità" non sono strettamente vincolanti, potendole variare anche e soprattutto in rapporto all'impianto del "progetto d'appoggio".
- La somma delle singole voci dà la dimensione del lotto a disposizione (mq. 6.300), escluse alcune voci che, come già detto a Camigliatello, possono anche essere poste al di sotto o al di sopra del piano del podio (es.: parcheggi, chioschi, ...).
- Localizzando alcune funzioni sopra il piano del podio o nel tempio sovrastante variano le dimensioni del podio stesso e quindi la quantità di occupazione del lotto.
- In questo senso la scelta è libera, dovendo però, per prima cosa, interpretare i caratteri del "progetto d'appoggio".
- **Raccomandazione fondamentale:** non partire per il progetto dai dati dimensionali, ma dal "progetto d'appoggio", dal suo impianto tipologico e dalle sue qualità spaziali. Questo è fondamentale per un architetto, altrimenti si fa il lavoro di un geometra (con tutto il rispetto), che è un esercizio quantitativo che mette in secondo piano (e deprime) la prefigurazione spaziale del progetto.

Bibliografia essenziale

- Richard Ingersoll, "Il centro commerciale: Fantasmagoria II", *Casabella*, n. 586/7, genn./febr. 1992.
- Patrick Mauger, *Centri commerciali*, Tecniche nuove, Milano, 1993.
- Franco Purini, "Addio tipologia (Quale città?)", in: F. Moschini, G. Neri (a cura di), *Dal Progetto. Scritti teorici di Franco Purini. 1966-1991*, Kappa, Roma, 1992.
- Mario Federico Roggero, "Gli edifici per il commercio", in: Pasquale Carbonara, *Architettura pratica*, vol. IV, tomo II, sezione X parte V, UTET, Torino, 1962.
- Roberto Secchi, *L'architettura degli spazi commerciali*, Officina Ed., Roma, 1992.
- *Modulo*, numero monografico "I centri commerciali", n. 183, 1992.

Progetti di centri commerciali:

- GRANDI MAGAZZINI "SCHOCKEN"
Stoccarda, 1926-29
arch. E. Mendelsohn
bibl.: - Roberto Secchi, *L'architettura degli spazi commerciali*, Officina, Roma, 1992.
- GRANDI MAGAZZINI "PETERSDORF"
Breslau, 1927
arch. E. Mendelsohn
- GRANDI MAGAZZINI "SCHUNCK"
Heerlen, 1933
arch. F. P. J. Peutz
bibl.: - *Casabella*, n. 534, apr. 1987.
- Roberto Secchi, *L'architettura degli spazi commerciali*, Officina, Roma, 1992.
- GRANDI MAGAZZINI "LA RINASCENTE"
Roma, 1960
archh. F. Albini, F. Helg
bibl.: - Roberto Secchi, *L'architettura degli spazi commerciali*, Officina, Roma, 1992.
- GRANDI MAGAZZINI "MÁJ"
Praga, 1970-74
archh. M. Masák, J. Eisler, M. Rajnis
bibl.: - *Casabella*, n. 521, apr. 1985.
- *Casabella*, n. 577, mar. 1991.
- EATON CENTER
Toronto, 1974-81
archh. Bregman & Hamann
bibl.: - Roberto Secchi, *L'architettura degli spazi commerciali*, Officina, Roma, 1992.
- Patrick Mauger, *Centri commerciali*, Tecniche Nuove, Milano, 1993.
- SANTA MONICA PLACE
Santa Monica, California, 1980
arch. F. O. Gehry
bibl.: - *Casabella*, n. 586/7, gen./feb. 1992.
- Patrick Mauger, *Centri commerciali*, Tecniche Nuove, Milano, 1993.
- CENTRO COMMERCIALE A ITÄKESKUS
Helsinki, 1982-87
archh. K. Gullichsen, E. Kairamo, T. Vormala
bibl.: - *Casabella*, n. 540, nov. 1987.
- Roberto Secchi, *L'architettura degli spazi commerciali*, Officina, Roma, 1992.
- *Casabella*, n. 606, nov. 1993.
- CENTRO TORRI
Parma
archh. A. Rossi, G. Braghieri
bibl.: - *Lotus international*, n. 57.
- Patrick Mauger, *Centri commerciali*, Tecniche Nuove, Milano, 1993.
- EDIFICIO COMMERCIALE "FESTIVAL NAHA"
Okinawa, 1984
arch. T. Ando
bibl.: - *Casabella*, n. 495, ott. 1983.
- *Casabella*, n. 511, mar. 1985.
- Roberto Secchi, *L'architettura degli spazi commerciali*, Officina, Roma, 1992.
- Patrick Mauger, *Centri commerciali*, Tecniche Nuove, Milano, 1993.
- TOWER RECORDS
Boston, prog. originario 1918, prog. di riconversione 1987
arch. F. O. Gehry
bibl.: - *Domus*

- EDGERMAR DEVELOPMENT
 Santa Monica, California, 1987-89
 arch. F. O. Gehry
 bibl.: - *Casabella*, n. 555, mar. 1989.
 - *Casabella*, n. 586/7, gentile/feb. 1992.
- EDIFICIO "DIAGONAL"
 Barcellona
 archh. R. Moneo, M. de Solà-Morales
 bibl.: - *Lotus international*, n. 82.
- CENTRO COMMERCIALE DI BERCY
 Parigi, 1988-89
 arch. R. Piano
 bibl.: - *Casabella*, n. 571, set. 1990.
 - Patrick Mauger, *Centri commerciali*, Tecniche Nuove, Milano, 1993.
- PALAU NOU DE LA RAMBLA
 Barcellona, 1988-94
 archh. M. Martorell, O. Bohigas, D. Mackay
 bibl.: - *Casabella*, n. 628, nov. 1995.
- AMPLIAMENTO DEI GRANDI MAGAZZINI "STOCKMANN"
 Helsinki, 1989
 archh. K. Gullichsen, E. Kairamo, T. Vormala
 bibl.: - *Casabella*, n. 562, nov. 1989.