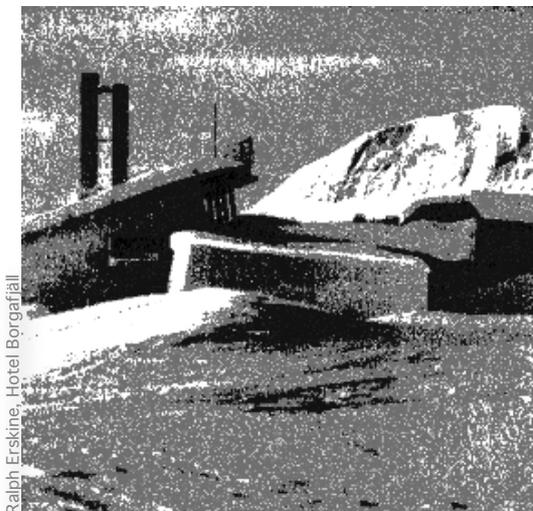


**LABORATORIO DI PROGETTAZIONE ARCHITETTONICA 2 (12 CFU)**  
**Corso di Composizione Architettonica (8CFU)**

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.