



ARKETIPO

INTERVISTA

ADA Mall, Belgrado, Serbia, Opening 2018. Il linguaggio architettonico dell'edificio è ispirato al paesaggio circostante e si riflette non solo nelle forme ma anche nella scelta dei materiali (una combinazione di vetro e intonaco colorato coperto da elementi di vetro verticali, pareti vegetali, terrazze e giardini).

ADA Mall, Belgrado, Serbia, Opening 2018. Una architettura di ispirazione al paesaggio circostante e si riflette non solo nelle forme ma anche nella scelta dei materiali (una combinazione di vetro e intonaco colorato coperto da elementi di vetro verticali, pareti vegetali, terrazze e giardini).

# RETAIL: DA LUOGO A ESPERIENZA DI ACQUISTO

INTERVISTA A DAVIDE PADOA DI DESIGN INTERNATIONAL

BY DAVIDE CATTANEO

**Arketipo:** Questo numero di Arketipo è dedicato al tema Retail. Siete sicuramente uno degli studi di progettazione che si è confrontato più spesso e con grande successo con questa tipologia di edifici. Qual è la vostra visione relativa al tema Retail. Quale il vostro approccio a questi "nuovi luoghi" di incontro delle comunità, spazi che hanno sostituito molto spesso strade e piazze?

**Davide Padoa:** Il Retail da sempre si basa sul concetto del mettere in mostra un prodotto, facendo leva sul desiderio, che

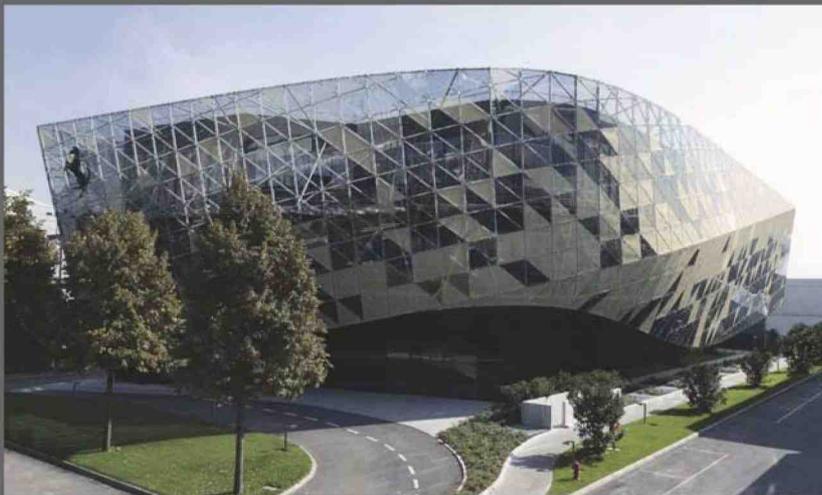
eventualmente si traduce in un acquisto. Ogni prodotto del Retail va raccontato, ha una storia, una filosofia, una funzione, un gusto che, uniti, rappresentano la personalità (individuale o collettiva) di chi vuole acquistare quel prodotto. Il Retail è come un viaggio che va vissuto e raccontato: questa è la nostra visione del Retail. Ogni nostro edificio si ispira al concetto di aggregazione urbana, fatto di strade, piazze, scale e terrazze. I nostri edifici diventano contenitori flessibili che mettono in comunicazione pubblico e merci in continuo movimento. Per questo abbiamo soprannominato gli edifici di cui ci occupiamo: "Motion Buildings".



Detto questo, non pensiamo che grandi strutture e centri commerciali abbiano sostituito strade e piazze della città, piuttosto si ispirano alla città e, quando ben calibrati, si integrano alla città (Galleria Vittorio Emanuele docet). Il Retail storico e tradizionale ha da sempre scelto quale via e quale piazza della città abitare, in maniera organica e naturale. L'aggregazione di insegne in un luogo chiuso è apparsa soltanto negli ultimi 120 anni e oggi stiamo ritornando alla multifunzionalità tipica della città. Il Retail non vive da solo. Quanto più integrato ad altre funzioni, tanto più è di successo; quanto più aperto e connesso a zone silenziose e di pausa, tanto più è amato; quanto più metamorfico (con grandi spazi e volumi per esibizioni, concerti, mostre), tanto più diventa memorabile e coinvolgente. Il nuovo Apple store a Milano o Covent Garden a Londra sono tutto questo. Sono entrambi in città... circondati da uffici, case, alberghi, scuole, strade e piazze.

**Arketipo: Qual è il rapporto tra questi spazi, spesso di grandi dimensioni, e il tessuto urbano? In che modo le caratteristiche e la specificità del territorio condizionano la vostra progettazione? Come gestite il rapporto tra interno ed esterno?**

D.P.: Design International realizza progetti in ogni parte del mondo, trovandosi di fronte a specificità ambientali di volta in volta diverse. Per questo motivo diventa imprescindibile condurre un'attenta analisi del territorio, che diventa il punto di partenza del processo progettuale. La lettura del luogo determina diversi approcci, che potremmo definire in due macro categorie: i progetti inseriti in un ambito urbano definito, molto caratterizzato e spesso saturo, e i progetti che si pongono come fautori di uno sviluppo urbano ancora in divenire. Nel primo caso l'attenta lettura del territorio, condotta attraverso l'analisi urbanistica e morfologica, fornisce interessanti elementi che ispirano il concept, radicandolo fortemente al luogo nel quale si inserisce, e facendolo diventare parte integrante del tessuto esistente. L'architettura di Ada Mall a Belgrado, ad esempio, riflette la morfologia dello spazio in cui è inserito, dialogando con il fiume, che ne definisce le forme



Ferrari Centro Stile, Maranello, Italia. La struttura, commissionata da Sergio Marchionne, è pensata per ricordare le linee dinamiche delle auto Ferrari ed è una combinazione di superfici triangolari concave e convesse che alternano vetro e alluminio anodizzato dorato.

Per informazioni: [info@designinternational.it](mailto:info@designinternational.it)  
 Tel: +39 02 57401111  
 www.designinternational.it

## ARKETIPO

## INTERVISTA

Livat Centre Ikea Linkong, Shanghai, Cina. Opening 2022. Linee semplici e design minimalista ispirato dalla natura e dall'ambiente circostante. La topografia urbana fornirà fasce di verde per migliorare la salubrità dell'aria della zona e della città

Livat Center Ikea Linkong, Shanghai, China. Opening 2022. Simple lines and minimalist design inspired by nature and the surrounding environment. The urban topography will provide green belts to improve the air quality of the area and the city



sinuose. I volumi si sovrappongono dando vita a superfici plastiche che ricordano il naturale andamento delle sponde di un fiume, plasmate dall'acqua. Nel secondo caso l'edificio, privo di un intorno caratterizzante, diventa lui stesso un simbolo capace di definire il territorio e di catalizzare i flussi come centro di un nuovo sviluppo urbano. Ne è un chiaro esempio il progetto Reem Towers ad Abu Dhabi, città il cui tessuto urbano si definisce giorno per giorno. Le torri svettano rivolte verso il mare divenendo parte integrante del waterfront e definendo con le loro forme iconiche il nuovo skyline della città. I centri commerciali sono edifici interamente pubblici, motivo per cui li pensiamo e li progettiamo come organismi permeabili da vivere senza soluzione di continuità tra interno ed esterno. Il concept progettuale cerca di fare propria la lettura del territorio, integrando gli assi esterni con il reticolo interno, annullando la distinzione tra lotto e intorno, identificandolo come un prolungamento, un continuum del territorio circostante. L'architettura e il progetto paesaggistico sviluppano forme e

percorsi che danno forza alle direzionalità principali, traducendo le intenzioni in segni.

**Arketipo: Dal punto di vista dell'analisi dei flussi quali strumenti adottate? Come definite target e quantità per organizzare gli spazi?**

**D.P.:** Il dato fondamentale da cui partire per progettare un centro commerciale è il numero di visitatori annuo. Tale dato si deduce attraverso diverse analisi legate al territorio in cui si inserisce l'intervento. Si prendono in considerazione dati come: la densità dell'area, le infrastrutture esistenti e quelle potenziali, la presenza o la mancanza di attrattori di simile entità nell'ambiente circostante ecc... Dalla previsione del numero di visitatori annuo scaturisce il dimensionamento dell'edificio e degli spazi che lo caratterizzano, delineando così il masterplan.

Il target è a sua volta conseguenza di tale analisi, oltre che di una precisa scelta commerciale della committenza.

Tale scelta si riflette in una specifica caratterizzazione degli spazi,

Y Towers-Reem 2, Abu Dhabi, Emirati Arabi Uniti. Opening 2021. Le Reem Towers costituiscono un progetto innovativo di edifici "mixed use", focalizzato sull'integrazione di forme organiche con una pianificazione dinamica dello spazio

Y Towers-Reem 2, Abu Dhabi, United Arab Emirates. Opening 2021. The Reem Towers are an innovative project of mixed use buildings, focusing on integrating organic forms with a dynamic planning of the space



definendo le gallerie pubbliche, la foodcourt, e una serie di funzioni specifiche diverse da progetto a progetto.

**Arketipo: Come vi muovete invece per la scelta dei materiali? Quali sono le caratteristiche che devono avere per soddisfare al meglio le esigenze di uno spazio di questo tipo?**

**D.P.:** I materiali raccontano l'unicità dell'edificio, Design International si distingue per le scelte materiche sempre diverse che esaltano le specificità territoriali. La scelta dei materiali è strettamente collegata all'identità culturale del luogo, e viene condotta con un approccio innovativo e sostenibile. La ricerca progettuale, mirata alla scelta dei materiali, sintetizza le esigenze estetiche e funzionali nel rispetto della sostenibilità ambientale. Durezza, facile reperibilità, velocità d'installazione e connessione con il territorio, garantiscono tale sostenibilità. Spesso ci si orienta verso una scelta conservativa riferita ai materiali utilizzati nel territorio ma innovativa nell'impiego architettonico. Altre volte invece i materiali rivelano all'esterno lo specifico lavoro svolto all'interno. Nel Ferrari Centro Stile la scelta dei materiali della facciata, vetro e lamiera stirata, riflette la volontà di trasmettere l'idea di velocità, dinamismo e leggerezza dell'iconica auto sportiva, che viene progettata in modo sartoriale ogni giorno, all'interno.

**Arketipo: Dal punto di vista tecnologico quali sono i sistemi e le soluzioni che non possono mai mancare in un centro commerciale?**

**D.P.:** Partendo dall'assunto che il centro commerciale è un edificio energivoro sono numerosi gli accorgimenti adottati per limitarne l'impatto ambientale. Ancora prima di definire le scelte tecnologiche migliori, si parte da una progettazione consapevole che tiene in forte considerazione gli aspetti climatici e morfologici del luogo, da un lato sfruttandone i punti di forza e dall'altro limitando il consumo di suolo, cercando l'equilibrio tra superfici trasparenti e opache e studiando forme atte a minimizzare le dispersioni. Il Riyadh Promenade in Arabia Saudita riprende, nella progettazione del mall esterno, i caratteri tipologici dell'architettura tradizionale locale: gli stretti corridoi della medina che limitano l'irraggiamento solare all'interno della galleria commerciale e il posizionamento di mashrabiye come schermo solare che permette di sfruttare la ventilazione naturale per migliorare il comfort termo-igrometrico. L'utilizzo di questi accorgimenti permette di non climatizzare il mall esterno, pur trattandosi di una zona con clima desertico. Non si può in ogni caso prescindere dall'utilizzo dell'energie rinnovabili, dal recupero delle acque piovane, e dal limitare il dispendio di energia con illuminazioni a basso consumo, calcolate secondo l'effettivo fabbisogno dell'edificio.

Il fil rouge dei nostri progetti è senza dubbio la progettazione di coperture verdi, con duplice valenza: limitare le dispersioni e ridurre l'impatto del costruito trasformando lo spazio coperto in terreno nuovamente fruibile all'aperto.

**Arketipo: Quali sono le tendenze che secondo voi cambieranno questi luoghi nel prossimo futuro?**

**D.P.:** Pensiamo che il Retail come lo conosciamo oggi subirà un inevitabile cambiamento, passando da essere il luogo dell'acquisto a essere l'esperienza dell'acquisto. Tale trasformazione si rifletterà sugli spazi che compongono il centro commerciale. La sfida sarà quella di progettare sistemi integrati capaci di raccontare storie,



Riyadh Promenade, Riyadh, Arabia Saudita, Opening 2020. Un progetto basato sul concetto di chiuso e aperto, per creare uno spazio che ricordi una residenza privata, dove prevalgano privacy e comfort

Riyadh Promenade, Riyadh, Arabia Saudita, Opening 2020. A design based on the concept of closed and open, to create a space reminiscent of a private residence, where privacy and comfort prevail



di far vivere esperienze immersive e di fornire molteplici servizi. Prendendo in esame i nostri ultimi progetti, possiamo citare come esempio il Tunis Garden, un complesso in cui coesistono diverse funzioni, incarnando il concetto di "city within a city". Un distretto, strettamente connesso con il resto della città, in cui il Retail si combina a leisure, hotel, musei e uffici, fino a includere compound residenziali. Nel futuro l'essere umano e la sua singolarità saranno al centro dell'esperienza offerta dal centro commerciale, che non mancherà di arricchirsi con servizi capillari rivolti alla comunità per soddisfarne le necessità funzionali. Il nuovo sistema integrato e multidisciplinare vedrà coesistere servizi di quartiere, spazi dedicati all'hospitality, centri medici, co-working, con luoghi dedicati a entertainment, edutainment e immersive experiences. Ci immaginiamo un futuro in cui l'evoluzione del centro commerciale ci condurrà verso uno spazio che riscopre il valore della dimensione umana e dove la comunicazione del prodotto sarà la vera esperienza.

Tunis Garden City, Tunisi, Tunisia. Il progetto immagina un distretto perfettamente connesso con il resto della città, mantenendo al contempo gli elementi di una comunità a sé stante. Una città nella città

Tunis Garden City, Tunisi, Tunisia. The project imagines a district perfectly connected with the rest of the city, while maintaining the elements of a community in itself. A city within a city

DESIGN INTERNATIONAL SRL  
 VIALE SARCA, 336/F  
 20126 MILANO  
 TEL. 0289655430  
 WWW.DESIGNINTERNATIONAL.COM