

english text

L'ARCA

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

Paul Andreu

+Arch

Behnisch, Behnisch & Partner

Coop Himmelb(l)au

Massimiliano e Doriana Fuksas

Christian Hauvette

Herzog & de Meuron

Stefano Longhi-Giancarlo Massetani

Nikken Sekkei

Marco Petreschi

Studio Schivo Associati

The Great Egyptian Museum



ISSN 0394-2147

30184



9 770394 214000

Periodico mensile - Spedizione in abbonamento postale
45% pubblicità ART.2 comma 20/B Legge 662/96 - Milano

Fuksas per Armani

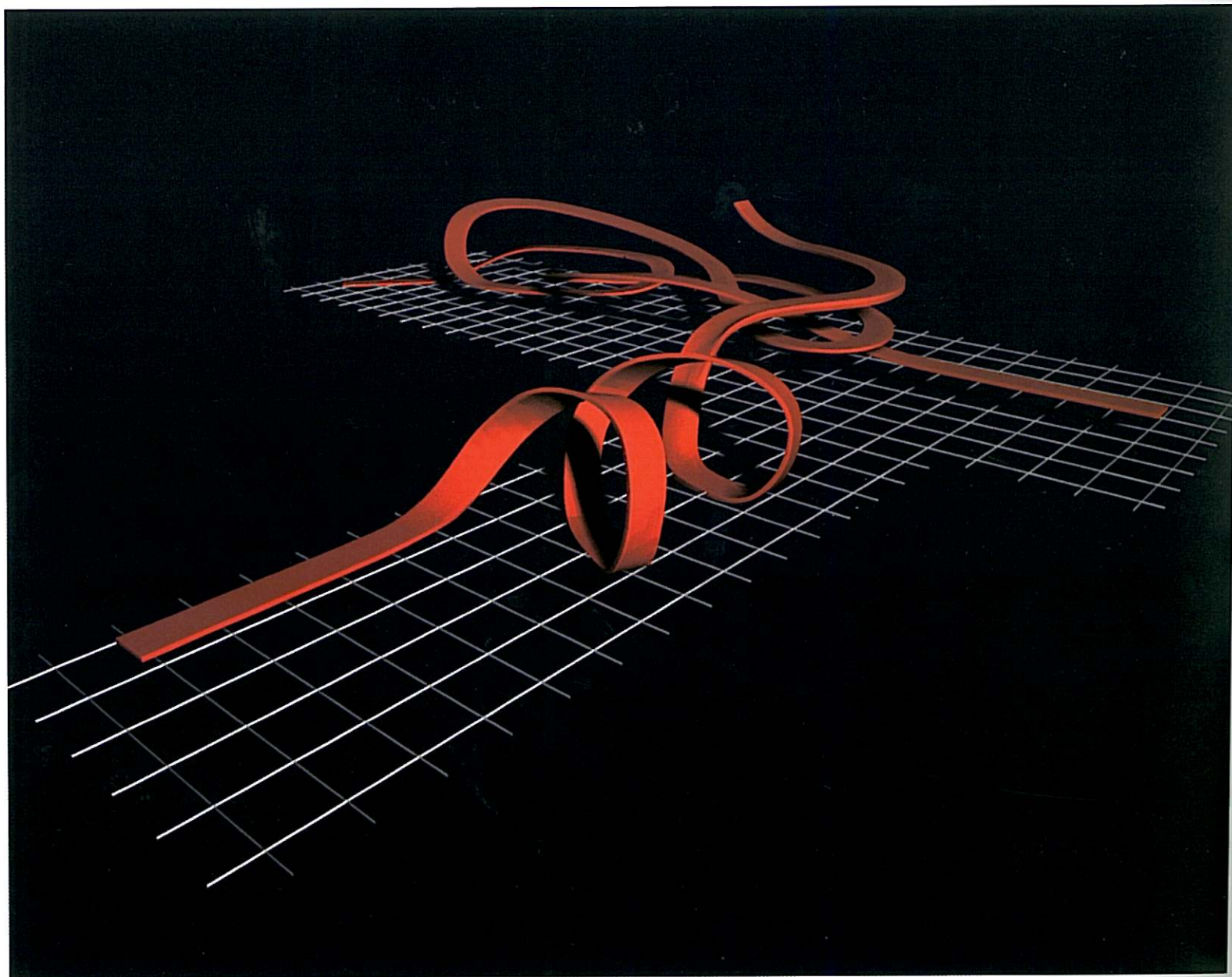
In Hong Kong

Il progetto dei negozi tende ormai a conferire all'architettura – e più precisamente all'architettura d'interni – una dimensione affabulatoria, destinata a riverberare le esplicite o segrete assonanze sulle quali si esercita in crescente misura il fascino della merce. La teatralità del negozio non è però puramente scenografica, ovvero di semplice sfondo rispetto allo spettacolo del prodotto, ma al contrario si inserisce nel processo della distribuzione inteso come sistema integrato e coerente. Ciò significa che l'organizzazione dello spazio della vendita costituisce un insieme omogeneo, nel quale all'architettura spetta un ruolo funzionale, ma anche narrativo, che parte dalla merce e a essa ritorna, in una circolarità coinvolgente e ricca di seduzione.

Questo principio, che va ben oltre l'impostazione classica del problema proposta dalla cultura moderna, è stato sottilmente interpretato da Massimiliano e Doriana Fuksas nell'Emporio Armani di

Hong Kong, alla luce dei modelli comportamentali e di relazione che caratterizzano la nostra epoca, e che fanno perno sulla fluidità, la scorrevolezza, la moltiplicazione dei rapporti e dei punti di vista. Non per nulla l'Emporio non è solo luogo di vendita, ma comprende anche un bar e un ristorante, in sintonia con il processo di integrazione delle funzioni e dei ruoli; e ciò ha fornito a Fuksas la chiave progettuale dell'intero complesso, espressa per un verso dal grande nastro rosso che si intreccia e si annoda nello spazio del ristorante/bar, sottolineando la molteplicità delle fruizioni possibili, e per un altro dal sinuoso percorso dell'ambiente del negozio propriamente detto, che dei prodotti d'alta moda esprime, nella molteplicità delle prospettive, il fascino cangiante e sfaccettato.

La spettacolarità – al limite della teatralità vera e propria – si impone esplicitamente nella facciata dell'Emporio e nella sua funzione marcatamente urbana. La trasparenza e i mutevoli scorci



Credits
Project:
Massimiliano
e Doriana Fuksas
Project Leader:
Davide Stolfi
Design Team:
Iain Wadham, Defne
Dilber, Motohiro Takata
Model Makers:
Gianluca Brancaleone,
Nicola Cabiati,
Andrea Marazzi

**Changing Colour Walls and
Lighting:**
iGuzzini
Façade Neon Tubes:
Nettuno Neon
Floors:
Sikafloors
Glass Furniture:
Sunglass (design by
Massimiliano
e Doriana Fuksas)
Client:
Giorgio Armani

Massimiliano e Doriana Fuksas

offerti all'esterno fanno infatti dello spazio, visto dalla strada, un'unica immensa vetrina, al di là della quale la moda si impone come pura rappresentazione, narrazione favolosa, immagine mobile, intreccio di situazioni minimali.

All'interno, questa spettacolarità prolunga la sensazione della "meraviglia" al limite del gioco barocco. Nel reparto dell'esposizione si distendono "tracciati invisibili" segnati da un "pattern astratto" di "vetri incisi", e la rigida dimensione euclidea dello spazio si dilata in un morbido e sinuoso intrecciarsi di piani, talvolta fluente e talaltra interrotto da strutture di servizio - scale, scaffali, contenitori - che ne ritmano le sequenze funzionali.

Negli altri spazi, l'accoglienza si distribuisce lungo percorsi altrettanto serpentinati, in cui si alternano zone di sosta e di spostamento, e il singolo visitatore vive la vertiginosa esperienza di scoprirsi in pari tempo attore e spettatore in una scena resa continuamente

mutevole dalla metamorfosi delle luci e degli spazi.

Questo senso del mutamento continuo, dello scambio incessante fra le cose e le loro immagini, coniuga sapientemente la ragione occidentale, che affronta con lucidità la sfida dell'immaginazione e del sogno, e del pensiero orientale, che fa rifluire nelle minute sensazioni il senso profondo dell'esistenza. Il che spiega, in quest'opera, l'insistenza di Fuksas su una sorta di versione calligrafica dell'architettura, ovvero della riduzione della struttura a segno e del segno a immagine, tanto più eloquente quanto più ambigua e proteiforme. La soluzione adottata è culturale e antropologica, prima ancora che progettuale: in essa si esprime il nucleo concettuale della nostra epoca, segnata da un pensiero pronto ad assorbire la differenza e la multiformità come premessa a un'unità più alta dei cui confini è per ora intuibile solo la progressiva dilatazione.

Maurizio Vitta

Nella pagina a fianco, studio per il nastro, elemento caratterizzante del nuovo Emporio Armani aperto in Charter Road a Hong Kong. Sotto, la zona caffetteria, dove il nastro rosso in fiberglass si trasforma in bancone bar.

Opposite page, study for the ribbon, the distinctive feature of the new Emporio Armani opened in Charter Road in Hong Kong. Below, the cafeteria area, where the red fiberglass ribbon turns into a bar.



In queste pagine, viste dell'area caffetteria. In tutta l'area ristorante/bar le pareti sono traslucide e possono variare la loro intensità sia luminosa che cromatica. Gli arredi sono in acciaio satinato rivestito in

materiale morbido e semitrasparente che tendono a mimetizzarsi con l'intensità del resto dell'arredamento. Il nastro è lungo 105 m e largo 70 cm ed è in realtà costituito da due nastri che si incontrano

al centro della sala e si fondono tra loro.

These pages, views of the cafeteria area. The walls in the entire restaurant/bar area are translucent and can vary the intensity of their lighting and colour.

The glossed steel furniture clad with a soft and semi-transparent material that tends to blend in with the rest of the furnishing. The ribbon is 105 metres long and 70 cm wide and is actually made of two strips meeting in the

middle of the premises and stitching together.



Shop design is now tending to give architecture – and interior design in particular – narrative connotations destined to reverberate those explicit or hidden associations on which goods are increasingly exercising their mysterious charm. But shops are more than just set designs or stages on which products can perform, on the contrary they are an integral part of the distribution process taken as one carefully gauged system. This means that sales space is organised in the form of one seamless whole, within which architecture has both a practical and narrative role to play, starting and terminating with the goods on display in a circular process of great seductive charm.

This theory, that goes well beyond modern culture's conventional way of approaching the problem, has been given a very subtle reading in Massimiliano and Doriane Fuksas's project for the

Emporio Armani store in Hong Kong, in light of the behavioural and relational guidelines characterising the age in which we live that hinge around fluidity, smoothness and a multiplicity of relations and points of view.

It is no coincidence that the Emporio is not just a sales place, but also includes a bar and restaurant as part of a process of integrating roles and functions; and this has provided Fuksas with the design key to the entire complex, embodied in one hand by the large red tape weaving and winding through the restaurant/bar space, bringing out all the potential uses, and on the other by the winding path of the store as a whole that expresses the multifaceted and ever-changing charm of high fashion in the multiplicity of its perspectives.

Spectacularity – verging on authentic theatrical drama – is explicitly imposed in the Emporio facade and its distinctly urban



function. Transparency and a variety of different views from the outside make the space, as seen from the road, one huge window beyond which fashion takes the stage as pure representation, storytelling, moving images and a web of minimal situations.

On the inside, the spectacular show extends a feeling of "wonder" to the point of being some sort of Baroque play. The exhibition area is full of "invisible paths" marked by an "abstract pattern" of "engraved windows", and the rigid Euclidean nature of space dilates into a soft and sinuous web of planes, sometimes smoothly flowing and other times broken up by utilities - stairs, shelves, containers - that set the pace of its functional sequences.

In the other spaces, the welcome is distributed along equally winding paths involving an alternating pattern of rest areas and pathways, so that each separate visitor can undergo the dazzling experience of realising they are, at the same time, both actors and

audience in a scene that is constantly changing due to the metamorphosis of light and spaces. This feeling of constant change, an endless exchange between things and images, is a clever combination of western reason, which tackles the challenge of imagination and dream with real lucidity, and eastern thought, which lets the deepest meaning of life flow through tiny sensations.

This explains why, in this work, Fuksas has insisted on a sort of calligraphic version of architecture or the reduction of structure to mere signs and signs to images, all the more eloquent the more ambiguous and protean they are. The chosen solution is more cultural and anthropological than design-oriented: it embodies the conceptual essence of our age, marked by thinking ready to absorb difference and multiformity as the way to a higher unity, whose bounds for the time being can only be sensed through their gradual dilation.

Dall'alto in basso,
l'ingresso indipendente
del ristorante, dove il
nastro diventa un
tunnel/spirale; vista dello
spazio dell'Emporio
Armani suddiviso in due
piani (al primo gli
Accessori e al secondo
Jeans Uomo/Donna) per
complessivi 818 mq
di area di vendita più
232 mq di servizi;
il ristorante.

*From top down, the
separate entrance to the
restaurant, where the
ribbon turns into a
tunnel/spiral;
view of the Emporio
Armani space divided
over two floors
(Accessories on the first
floor and Men's/Women's
Jeans on the second)
to cover a total sales
area of over 232 square
metres of facilities;
the restaurant.*





Particolare della scala,
composta da due lame
d'acciaio sormontate
da gradini di vetro;
il corrimano è in acciaio
ricoperto da un tubolare
in plexiglass.

*Detail of the stairs
composed of two blades
of steel topped with glass
steps; the banister is
made of steel clad with
Plexiglas tubing.*