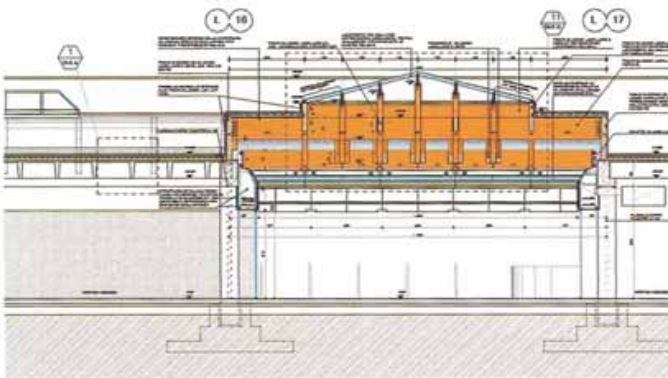
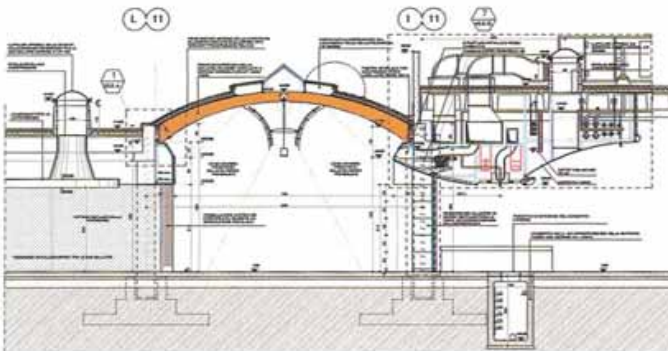


Gabbiani & Associati

# Volontà d'aver potenza

## Emisfero Shopping Centre



Planimetria generale e sezioni del Centro Commerciale Emisfero a Monfalcone (Gorizia). Nella pagina a fianco, particolare del

rivestimento esterno in cui si è utilizzato il marmo repen proveniente dai vicini altopiani.

Site plan and sections of the "Hemisphere" Shopping Mall in Monfalcone (Gorizia). Opposite page, detail of the outside cladding using Repen

marble from the nearby highland plains.

L'architettura s'identifica sempre col padre che l'ha generata. L'educazione, le qualità morali, l'umiltà del professionista, sono gli indici che danno all'opera quella forma impercettibile, nascosta nella pietra, che palesa lo spirito del suo contenuto. L'architettura, quella vera, è come se portasse con sé la personalità e l'educazione di chi l'ha disegnata. È il caso del Centro Commerciale di Monfalcone, chiamato Emisfero, progettato dallo studio Gabbiani & Associati di Vicenza. Lo Studio, che opera dal 1989, è condotto da Bruno Gabbiani, dalla figlia Marcella e da Sergio Peruzzo; una sorta di tradizione professionale in atto, il cui operato è caratterizzato da un'alta qualità professionale.

Il tema si lega a Monfalcone, su un'area di circa 6.000 metri quadrati situata alla periferia della città e localizzata all'innesto tra le statali di Gorizia, Venezia e Trieste. Data la felice posizione, il Centro è raggiungibile in circa venti minuti da un catino d'utenza di circa 250.000 persone.

Insomma, va subito detto che appare lontano dai nonluoghi tanto citati dall'antropologo Marc Augé. All'interno dei corridoi affiancati da 50 negozi e progettati in uno spazio caratterizzato da un delicato senso ergonomico, i visitatori sono accolti in modo costante da una luce naturale e da una *texture* di materiali, che descrivono l'ambiente in modo da lasciare che l'identità degli individui che lo percorrono non venga persa. Il visitatore resta come sospeso a mezz'aria, svincolato dal passato così come dal futuro; rimane pervaso dal momento reale che lo coinvolge nel corso della visita, attento al suo processo percettivo. Si tratta di una condizione, generata dai volumi dell'edificio, molto particolare, il cui archetipo può essere individuato nell'idea di limbo. Gli oggetti sono come ombre che non si parlano fra loro, ma generano il compromesso fra visitatore e oggetto in vendita. Lo spettatore vive in una realtà dominata dalla memoria, che passa attraverso il racconto architettonico, fino alla soddisfazione di una necessità tesa a generare dei nuovi bisogni. È l'azione misteriosa della tranquillità che sa generare l'architettura, quando è mirata a farci dimenticare tutto, altrimenti rischiamo la saturazione.

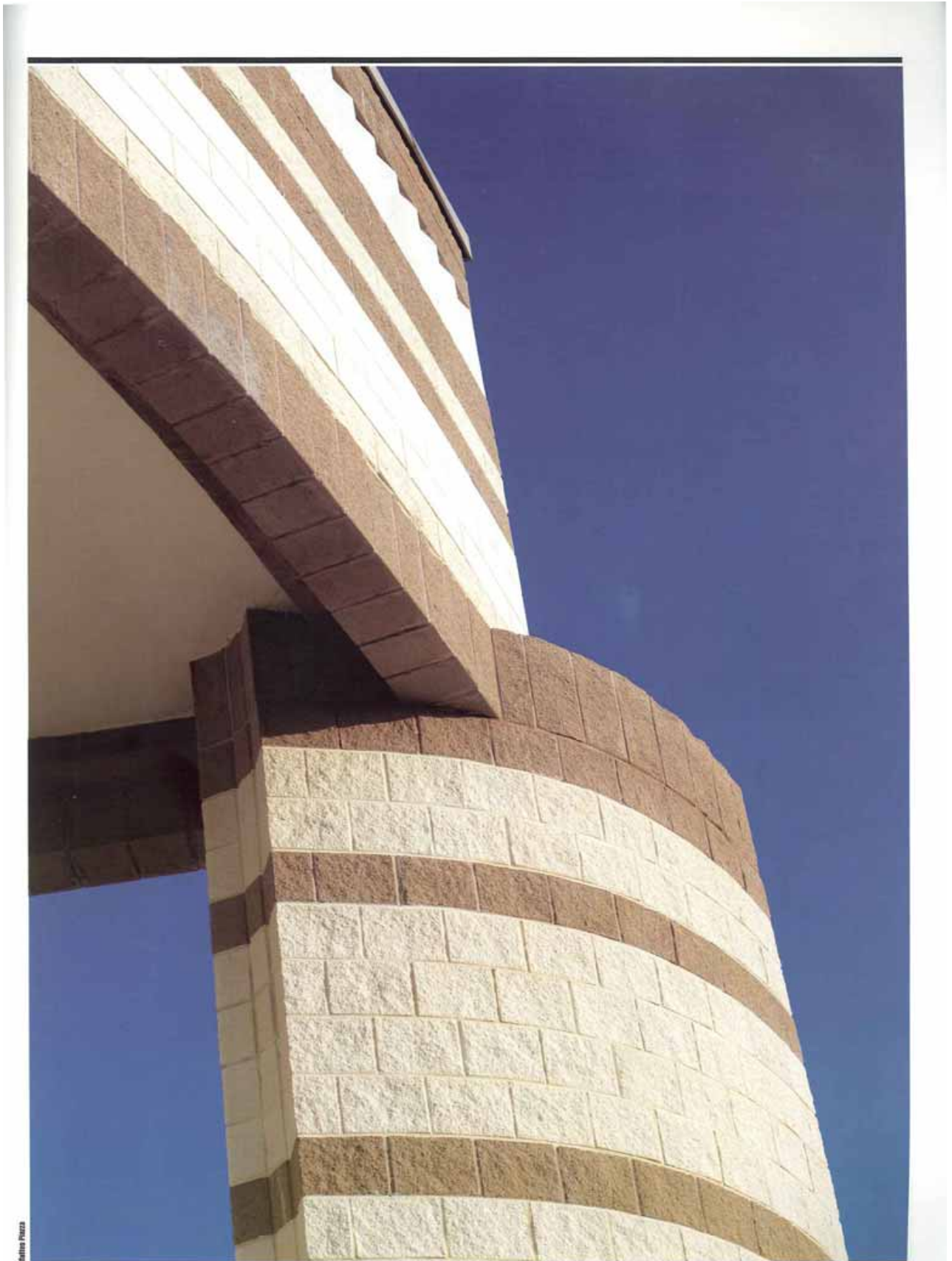
Questo appare anche dall'impianto architettonico, che denuncia un aspetto quasi fertilizzante; così, il desiderio di un confronto col territorio, con Monfalcone città che porta con sé, nel suo percorso di crescita, i segni della Prima Guerra Mondiale e la ribellione repressa alle varie sottomissioni straniere da Aquileia, alla Francia e all'Austria. L'essere sulle foci del Timavo la identifica come posto di vedetta per l'Oriente ma, soprattutto, la sua produzione industriale la riscatta attraverso gli storici cantieri navali della famiglia Cosulich.

Ecco allora Emisfero, il Centro Commerciale che vuole esprimere la volontà di avere potenza, proprio quella che, fra le potenze economiche, politiche e religiose, è la maggiore, cioè quella prodotta dalla tecnica. Ecco la conferma, come a prima vista è apparso, che l'edificio, in primo luogo, denuncia la tecnica della natura con la sua accoglienza alla luce e, poi, quella dell'anima con il suo desiderio di esprimere forza. La sua volontà di potenza stabilisce la tendenza del mercato, perché il suo disegno ha prestato ascolto alle voci che ne proclamavano l'invulnerabilità: le voci della tradizione culturale del progetto architettonico.

I progettisti sono stati capaci di far alzare il convitato di pietra, cioè la filosofia del progetto contemporaneo, per fargli mostrare che il suo precedente star seduto era un grande errore, in quanto rappresenta la filosofia *latu sensu* del nostro tempo. Ecco una caratteristica sorprendente del panorama filosofico contemporaneo che, mentre si rivolge alla filosofia della mente, lo stesso non sembra prestare attenzione alla filosofia dell'architettura, della materia, della fisica.

Lo studio Gabbiani fa riflettere, attraverso questo progetto, sulla filosofia della natura dell'uomo, adeguata alle effettive conoscenze fisiche relative al mondo in cui viviamo.

Mario Antonio Arnaboldi



Stefano Pizzani

<b>Credits</b> <b>Project and Site Management:</b> Studio Gabbiani & Associati-Bruno Gabbiani, Marcella Gabbiani, Sergio Peruzzo, Patrizia Rabachin (coordination)	<b>Project Team:</b> Remigio Salvagnini, Damiano Salvan, Gianluca Trentini, Massimo Turbian <b>Collaborators:</b> Fortunato Dal Ponte, Ivo Frigo, Sante Gasparotto, Andrea Zambelli	<b>Structures:</b> Angelo Cenghiaro <b>Hydraulic Plant Project:</b> R.C.S. <b>Electrical Plant Project:</b> Protecno Engineering <b>Fireproofin Project:</b> Dario Cecchetto	<b>Management and Marketing Consultant:</b> ICC Italiana Centri Commerciali <b>General Contractor:</b> Rizzani De Eccher <b>Prefab Structures:</b> SCT d.d. <b>Wood Structures:</b> Wiehag	<b>Mechanical Plants:</b> Technocim <b>Electrical Plants:</b> Alfa Impianti <b>Lighting Appliances:</b> Targetti, Siemens <b>Floors:</b> GranitiFiandre <b>Frameworks:</b> Aghito	<b>Cladding:</b> Base <b>Metal Structures:</b> Icom Engineering <b>Client:</b> Alicom S.r.l., gruppo Unicomm
--	--	---	---	--	---



Nella pagina a fianco, viste delle sinuose linee esterne. Sotto, vista della galleria centrale e particolari dei lucernari. L'impianto del centro a galleria doppia, per un totale di 50 negozi, si

media dimensione, che servono baricentricamente il grande parcheggio. Le gallerie o i mall sono stati pensati come vie cittadine commerciali, ovunque illuminate dall'alto dalla luce naturale,

che è stata filtrata e schermata, in modo da risultare confortevole in tutte le stagioni dell'anno, per consentire durante le ore diurne un'illuminazione quasi esclusivamente naturale dei percorsi.

Opposite page, views of the winding outside lines. Below, view of the central arcade and details of the skylights. The layout of the twin-arcade centre holding 50 shops is

constructed around two average-size malls, which serve the large car park from a barycentric position. The arcades and malls are designed as commercial city streets, lit from above all over by natural light, which is filtered

and shielded so that they are comfortable at all times of year, providing almost exclusively natural lighting for the pathways during the daytime.



Il progetto ha utilizzato i materiali costruttivi propri dell'architettura contemporanea, quali l'acciaio, il cristallo, l'alluminio, il calcestruzzo, il gres ceramico, senza trascurare quelli

naturali e familiari nel territorio, quali il legno, qui impiegato nella copertura con la tecnologia lamellare. Tutti i materiali sono stati reinterpretati in chiave contemporanea e con grande attenzione alle

esigenze di funzionalità ed economicità della struttura nel suo insieme.

*The project drew on the building materials of modern-day architecture, such as*

*steel, glass, aluminium, concrete and ceramic tiling, without overlooking familiar natural materials found locally, such as wood, here used for the roof using lamellar technology. All the*

*materials have been given a modern-day look, focusing on practical requirements and economising on the overall structure.*



**A**rchitecture always identifies with the father who created it. Manners, models and professional humility are the clues which give a work that imperceptible form, hidden in stone, which embodies the spirit of its content. Architecture, real architecture, seems to carry within it the character and breeding of its designer.

This is the case with the Monfalcone Shopping Mall, known as the "Hemisphere" (Emisfero) designed by Gabbiani & Associati from Vicenza. The firm, which has been in business since 1989, is run by Bruno Gabbiani, his daughter Marcella and Sergio Peruzzo; a sort of professional tradition in act, constructed around high standards of professional expertise. The project theme is linked with Monfalcone and covers an area of approximately 6000 square metres in the city suburbs, at the crossroads between the highways to Gorizia, Venice and Trieste. Given its favourable location, the mall is within 20 minutes' distance of about 250.000 potential shoppers, which, bearing in mind that it is a shopping mall, tends to transform it into a real suburban square, a focus of trade and information.

So it is immediately worth noting that it appears to be a far cry from the non-places referred to by the anthropologist Marc Augé. Inside the corridors, flanked by 50 shops and designed in a space with a delicate sense of ergonomics, visitors are greeted by seamless natural light and a palette of textures creating a setting in which the identity of the people frequenting it is never lost. Visitors almost seem to be suspended in midair, detached from both the past and future; they are invaded by the very instant in which they are enveloped as they visit the mall, carefully in tune with the perceptual process. This condition is generated by the unusual structures of the building, whose archetype lies in the idea of limbo. The objects are like shadows which, while not speaking to each other, create a compromise between the shopper and object on sale. The onlooker lives in a state dominated by memory, which is filtered through the architectural narrative until the need for generating new desires is satisfied.

This is the mysterious action of the calmness architecture generates when it is designed to make us forget everything, in order to avoid the risk of saturation. This also emerges from the architectural layout, which almost looks like a fortress; it creates a desire to interact with its setting, with the city of Monfalcone which carries within it, as part of its growth process, marks left by the First World War and the rebellion against various foreign invaders from Aquileia, France and Austria. Being at the mouth of the River Timavo makes it a look-out point towards the East but, most significantly, its industrial production has been injected with fresh life by the Cosulich family's historical ship-building yards. So here is the "Hemisphere", a Shopping Mall designed to express a will to power just where the economic, political and religious forces are strongest: i.e. the forces generated by technology.

Just as it seemed at first sight, the building clearly evokes the technology of nature by embracing light, as its desire to express strength represents the technology of the "soul". Its will to power sets the market trend, because it is designed with a careful ear for all those voices claiming its inviolability: the voices of the cultural tradition of architectural design. Bruno Gabbiani in conjunction Marcella Gabbiani and Sergio Peruzzo have erected this "unwelcome guest" (viz. the philosophy of contemporary design), to show that what went before was a big mistake, and this new building successfully represents modern-day philosophy in the broadest sense. A strange thing about the modern-day philosophy scene is that, while it focuses strongly on the philosophy of mind, it seems to ignore the philosophy of architecture, matter and physics. The Gabbiani firm's project makes us think about the philosophy of human nature, adapted to our actual knowledge of the world in which we live.

Mario Antonio Amaboldi

Il progetto ha voluto rendere piacevole il passeggio nella galleria coperta, mediante l'uso attento della luce naturale, il calore dei materiali, la varietà delle forme e dei percorsi. Le forme e la

distribuzione planimetrica facilitano l'orientamento degli utenti, in una struttura piuttosto estesa, riducendo al minimo la segnaletica necessaria.

*The project aimed at making wandering through the covered arcade an enjoyable experience by making careful use of natural light, warm materials and a variety of forms and pathways.*  
*The forms and overall*

*layout are designed to help shoppers find their way around, thereby reducing the need for signposting to a minimum.*

