

DHD

27

OSPITALITY CONTRACT

**OTEL
ESIGN
IFFUSION**

**Tokyo
Baby Cafe**
**Roma
Corona Save the Beach**
**San Pedro de Atacama
Hotel Tierra Atacama**
**Commeire
Montagne alternative**
Products/doors



000277



FIRENZE



I nuovi spazi progettati, in fase di realizzazione, accentuano la linearità delle forme. Solidi volumi sottolineati da materiali neutri, quali il vetro e il cemento che riprendono gli accordi cromatici e materici degli spazi interni.

The new spaces, shown during construction, accentuate the linear dimension of the shapes. Solid volumes exalted by neutral materials – glass and cement – which match the colors and textures of the interiors.



txt: Elviro Di Meo/ph: Pietro Savorelli,
Massimo Bolongaro
progetto: Studio 63
Architecture + Design
lighting: Technical lighting Xal,
Logica

LINEARITÀ GEOMETRICA NELL'AMBIENTE URBANO

GEOMETRIC LINES IN THE URBAN ENVIRONMENT

Un contenitore pulito e razionale, quasi rigoroso, in un mix tra spazio industriale e design contemporaneo, dove le superfici, dai pavimenti alle pareti, sono rifinite in resina cementizia, avvolte dai toni del grigio, e gli espositori, così come il soffitto, si accendono di un bianco vivo, mentre grandi scatole, incorniciate da una luce fluorescente, mettono in bella mostra prodotti, materiali e colori: è il nuovo concept store Giulio Tanini di Firenze

A clean rational container, a mixture of industrial and contemporary design, where the floors and walls have a cement-resin finish in shades of gray, and the display units and ceiling gleam in bright white; large white boxes, framed by fluorescent lighting, exalt the products, materials and colors: in short, the new concept store, Giulio Tanini in Florence



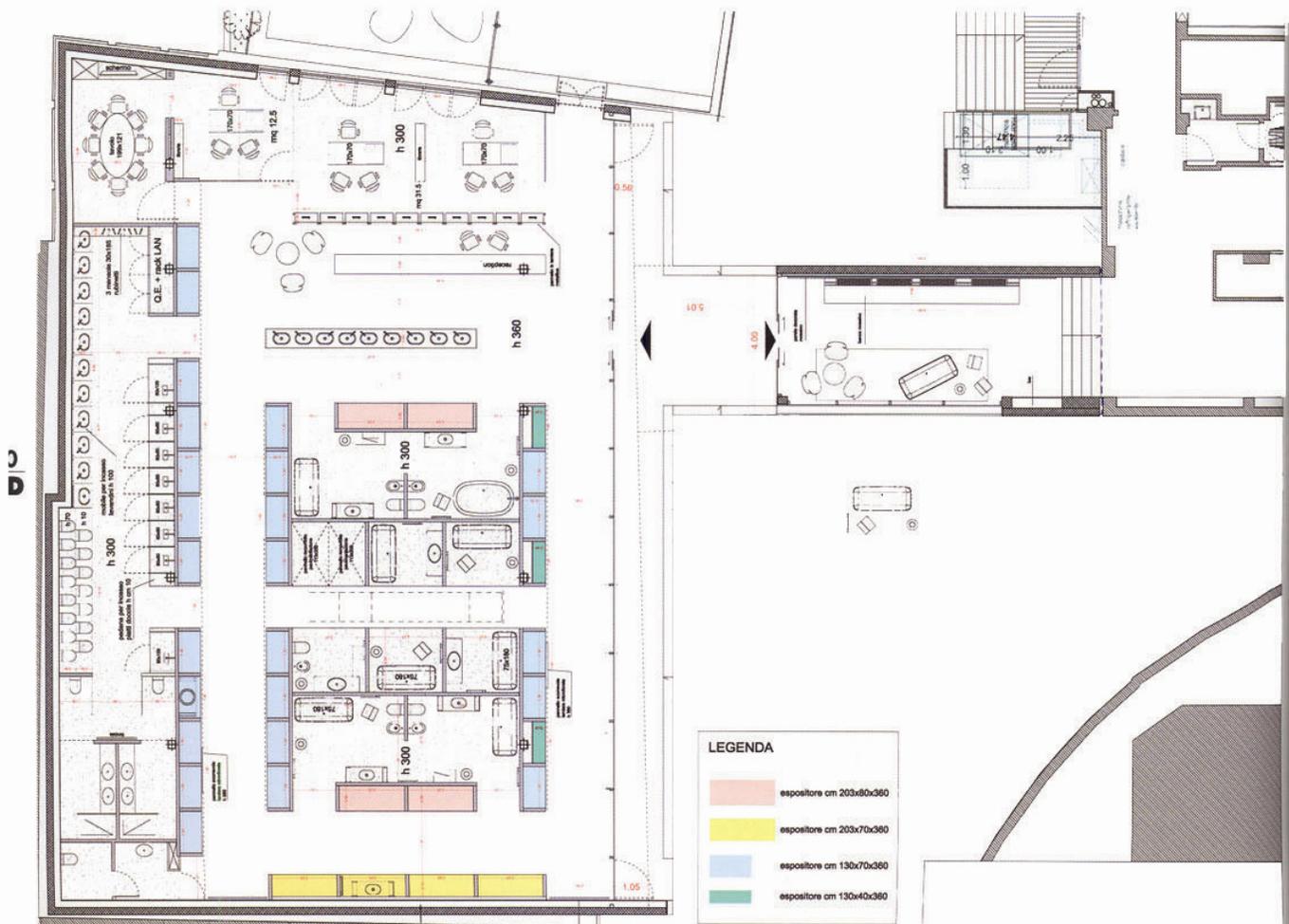


Se il processo creativo è un viaggio da intraprendere in stretta collaborazione con il cliente, in cui diverse discipline, per quanto trasversali che siano, lavorano insieme in un continuo scambio culturale, allora il concept sviluppato per il nuovo spazio Giulio Tanini di Firenze è l'espressione più autentica della ricerca che è posta alla base di qualsiasi scelta progettuale di Studio 63 Architecture + Design, studio fiorentino nato nel 1998 dal sodalizio di Piero Angelo Orecchioni e Massimo Dei. Entrambi coadiuvati da un team eterogeneo, teso a rafforzare l'identità del progetto, esprimendolo in una pluralità di dimensioni svariate e sfaccettate, hanno permesso negli anni di estendere i segni di progettazione anche nel campo dell'architettura e degli allestimenti. Da qui la conquista di un ampio successo confermato dall'inaugurazione della sede americana, nel cuore di New York, nel 2003, seguita, nel 2005, da Hong Kong, e nel 2008 da Shanghai, sviluppando, oggi, anche una partnership operativa a Dubai. Il retail disegnato per Tanini, di cui è già operativo il primo intervento, con l'apertura dello showroom, mentre a breve termineranno i lavori di ampliamento del lotto esterno, si configura, su una superficie complessiva di 1200 metri quadrati, come un contenitore pulito e razionale. Una scatola, dal segno rigoroso ed essenziale, per non dire minimalista, concentrata in un mix composito che coniuga spazio industriale e design contemporaneo. Il brand, presente da sempre nel mondo dell'architettura e dell'edilizia e dell'interior design, ha maturato un'esperienza professionale che nel tempo gli ha consentito di avviare un'importante attività di produzione e di vendita. Accanto ai propri marchi storici, quali Devon&Devon ed Ex-t, che operano sul mercato italiano ed estero, la Giulio Tanini si avvale anche di una divisione contract, la Tanini Lavori, e di una specializzata nella lavorazione di marmi e pietre: la Manifattura Pietre. Nel ripensare al piano inferiore – il piano addetto alle vendite e all'esposizione dei prodotti – della location di via Maragliano nel capoluogo toscano, l'azienda intuisce fin da subito la necessità di rendere il retail espositivo quale occasione di incontro per consolidare il rapporto di fiducia tra il settore produttivo e gli stessi professionisti e consumatori; rivolgendosi, nello stesso tempo, a un pubblico non necessariamente costituito da addetti ai lavori. Ed è da queste intuizioni che rappresentano il punto di partenza di una nuova strategia di marketing che

prende vita il progetto, elaborato e definito in tutti i dettagli, di Studio 63 di un ambiente asettico, decisamente neutro, in cui tutte le superfici, dai pavimenti alle pareti, sono rifinite in resina cementizia nei toni del grigio; mentre gli espositori e il soffitto si accendono di un bianco vivo. Colore che predomina indisturbato, alla pari di una colata lavica, sugli impianti di condizionamento ed elettrici, volutamente lasciati a vista, per amalgamare nello stesso insieme elementi e oggetti, apparentemente distanti, pur stabilendo una continuità materica. In questo ambiente, dove gli arredi sono tutti disegnati da Studio 63, si snodano due aree distinte sottolineate dalla scelta cromatica: la scalinata che conduce al primo piano, che riverbera di un rosso vivo e brillante, con l'intento di evidenziare il cuore dell'intervento, e la zona delle sedute, decorata da un gruppo di lampade a sospensione colorate; anche in questo caso eseguite su disegno dello Studio e affidate dall'azienda Danese di Milano. Di grande effetto scenografico, le scatole espositive pensate come le pagine di un catalogo, in cui ogni prodotto, disposto in maniera chiara e in tutte le sue varianti, trova la giusta collocazione. Il singolo espositore, incorniciato da una luce fluorescente nel tentativo di trasmettere leggerezza e di smaterializzare il costruito, nonostante la pesantezza e le enormi dimensioni delle teche, è stato studiato per presentare qualsiasi prodotto specifico nella massima chiarezza. Il che è il risultato di una precisa indicazione progettuale: l'involucro, o, per meglio dire, la scatola dello showroom che appare seriosa e spartana, avvolta nelle nuance dei grigi e dei bianchi caldi, è l'espedito utilizzato per far emergere in tutta la sua forza espressiva, evitando fastidiose sovrapposizioni luminose, la vasta collezione di prodotti, materiali e colori firmati Tanini; regalando, così, al visitatore una sensazione di ordine e di piacevolezza. Merito, quest'ultimo, del lighting design. Per l'illuminazione è stato scelto, infatti, un sistema flessibile su binario, con spot direzionati sugli espositori e luce indiretta sulle aree di passaggio, impiegando, dove possibile, fonti luminose a basso consumo energetico.

The creative process is often a journey in close collaboration with the client; several disciplines, many of them transversal, work together in ongoing cultural exchange. The concepts developed for the new Giulio Tanini store in Florence can be described as the most authentic expression of the design research decision taken by Studio 63 Architecture + Design, a Florentine studio founded in 1998 from the friendship between Piero Angelo Orecchioni and Massimo Dei. Both of these creatives was assisted by a multi-talented design team, to reinforce the identity of the project, expressing it in multiple dimensions; this allowed them to extend the signs of any design project to include the field of architecture and the plan layouts. This led to the studio's amazing success which was confirmed by the inauguration of the American headquarters, located in the heart of New York in 2003, followed in 2005 by Hong Kong and in 2008 by Shanghai, with an operative partnership in Dubai. The first phase of the retail outlet designed for Tanini is already operative thanks to opening of the showroom; the extension of the external site will be completed in the near future. The project covers 1200 sq.m. and has been designed as a clean rational container, a box that is basic and minimalist, a compact concentrate that combines industrial space and contemporary design. The brand, which is well-known in the worlds of architecture, building construction and interior design, has matured professional experience that over time has permitted the start-up of an important activity of production and sales. Alongside the historical brands, Devon&Devon and Ex-t, which are active on the Italian and foreign markets, Giulio Tanini also exploits a contract division, Tanini Lavori, and the brand, Manifattura Pietre, specialized in the production of marble and stone. The store is situated on Florence's Via Maragliano and for the revamp of the lower floor used for the sales and exhibition of the products, the company recognized the need to transform the retail displays into a meeting opportunity to consolidate the relationship of trust between the production and the professionals and consumers.

It also reaches out to the section of the general public who are not necessarily trade operators. Its intuition was also the starting point for a new marketing strategy that gave life to the project by Studio 63, processing it and defining it in every detail; the sterile environment is neutral, where the floors and walls have been given a cement-resin finish in shades of gray which contrast with the display units and the ceilings which shimmer in bright white. The color predominates undisturbed like a layer of lava in the air-conditioning and electrical plant, deliberately left visible to amalgamate the elements and the articles which appear to be distant from each other yet create material continuity. In this environment, the furnishings were all designed by Studio 63, and they create two distinct areas enhanced by the choice of colors: the stairway that leads to the first floor is bright red to emphasize the heart of the intervention, and the sitting area, decorated with a group of colored suspension lamps which were also designed by the Studio and produced by the company, Danese, in Milan. The display units have a great scenographic effect; they were imagined as the pages of a catalogue, where each product is clearly displayed and positioned to present it at its best. Each individual display unit was specifically studied to enhance the appearance of each product and is framed by a fluorescent light in an attempt to create a sensation of lightness and to dematerialize the overall arrangement, despite the heaviness and enormous size of the units. The specific design brief stated that the shell of the showroom would be serious and minimalist, enveloped in shades in warm gray and whites; the vast collection of products, materials and colors by Tanini is the expedient used to express its strength, and avoid irritating luminous superimpositions. This gives the visitor a pleasant sensation of order, thanks to the lighting design which is based on a flexible track system, with spotlights directed onto the display units and indirect lighting in the corridors, using low energy consumption sources when possible.





Di grande effetto scenografico, le scatole espositive, incorniciate da una luce fluorescente, sono ideate immaginando le pagine di un catalogo, in cui ogni prodotto trova la sua giusta collocazione. In basso, altri rendering che mettono in risalto l'ampliamento dello showroom fiorentino. Nella pagina accanto, la planimetria del progetto, in cui si evincono la distribuzione degli ambienti funzionali e l'articolazione spaziale del percorso espositivo.

The display units, framed by fluorescent light, produce an impressive scenographic effect. The idea was inspired by the pages of a catalogue, where every product is appropriately presented in all of its variations. Bottom, other images that exalt the extension of the Florentine showroom. On the opposite page, the plan layout for the project, showing the functional areas and the arrangement of the exhibition pathway.