

"Un'opera di architettura invecchia in modo ben diverso da come invecchia un quadro. Il tempo non è solo patina per un'opera di architettura e spesso gli edifici subiscono ampliamenti, includono riforme, sostituiscono o alterano spazi ed elementi, trasformando o addirittura perdendo la propria immagine originaria. Il cambiamento, il continuo intervento, che lo si voglia o no, sono il destino di ogni architettura"

(Rafael Moneo, La solitudine degli edifici e altri scritti, Allemandi, Torino, 1999, p. 131.)



Ri-pensare un non-luogo

L'Europark di Budapest come nuovo simbolo commerciale

Re-think a non-place

L'Europark in Budapest as a new trade symbol

Chiara Finizza

L'architettura è uno specchio dello sviluppo della nostra epoca, essendo il prodotto di molteplici fattori, sociali, economici, tecnici, etnologici. Ma se l'architettura è il risultato di tante condizioni è giusto o possibile studiarla isolatamente, quale organismo finito?

Architecture is a mirror of the development of our era, being the product of multiple factors, social, economic, technical, ethnological. But if architecture is the result of many conditions, is it right or possible to study it as an isolation phenomenon, which finite organism?

Vista esterna dopo l'intervento
General view after the restyling



SHOPMARK BEVÁSÁRLÓKÖZPONT ÁTALAKÍTÁSA

ÉPÍTÉSZ TERVEZŐK: DR. KERTÉSZ ANDRÁS TIBOR DLA, TÓTH TAMÁS

Vista esterna prima dell'intervento

External view before the restyling

Giedion sostiene che un'architettura può nascere da ogni genere di condizione esterna, ma quando è realizzata costituisce un organismo autonomo con caratteristiche proprie, e la sua influenza può continuare anche quando il suo ambiente originario si è alterato o scomparso.

Le strutture commerciali, in particolare, operano all'interno di questo quadro mutante della società di fronte ad un mercato in cui è richiesto di essere

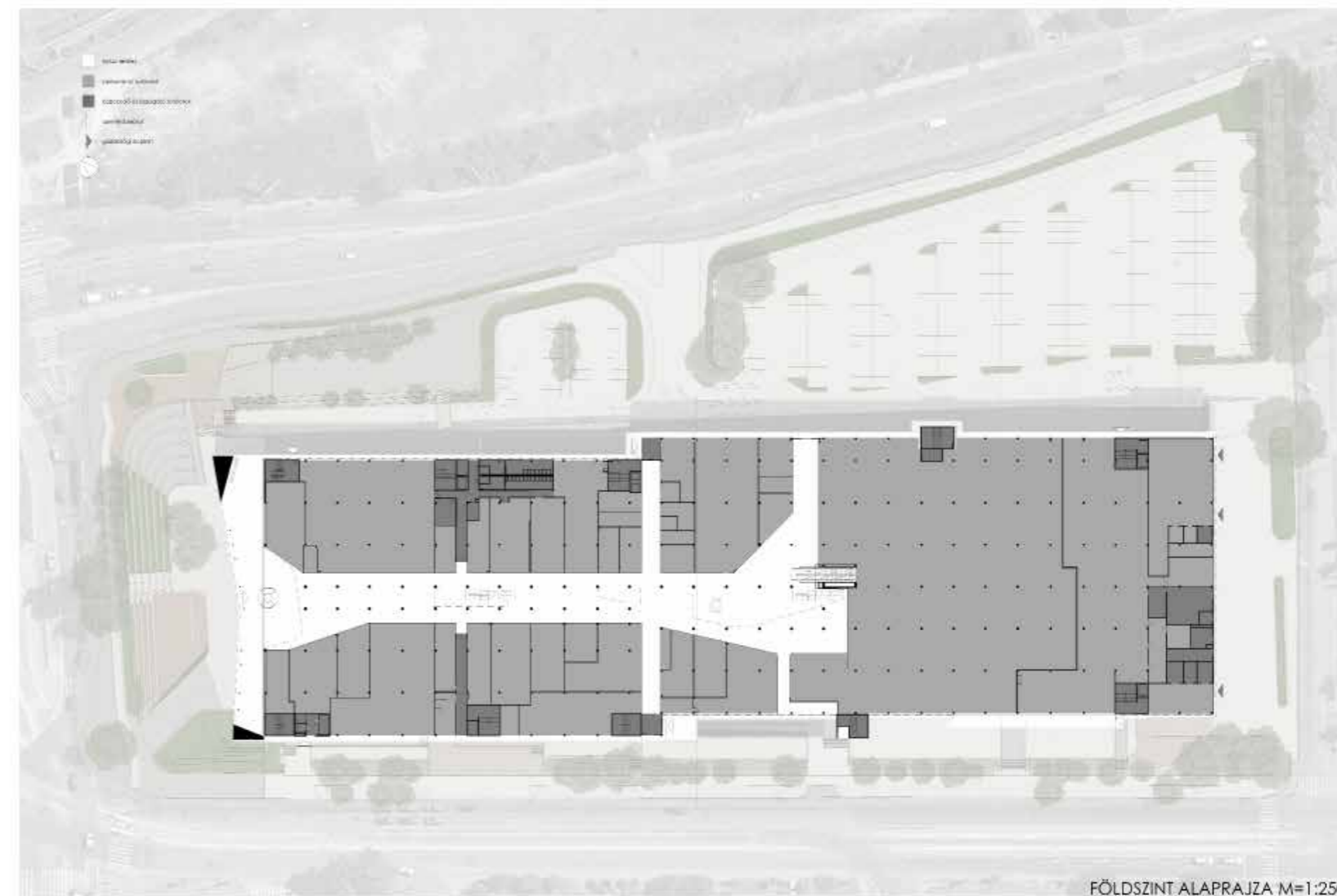
The framework of the project here presented focuses on a specific commercial sector: large retailers. The Shopping malls are going through an identity crisis and are waiting for a new codification. Therefore, re-thinking a shopping centre implies the consideration of many factors for the whole of the city and of the contemporary society. The new shopping centre Europark in Budapest, designed by Andras Kertesz, is an interesting answer to a design area that is not more investigated. Here the Hungarian architect responds with a new model that

updates our way of conceiving commercial places and gives a new and usable sense. The solution presented of the shopping centre is very clear and simple. The aims were to give a new identity to the external and internal spaces. These features give to the complex a convincing role in the contemporary commercial architecture and acts on the functional level through the optimization and rationalization of space; also, on the realization of spaces of the psycho-physical well-being.

Planimetria generale
Site plan

Dettaglio della facciata
Facade detail





SHOPMARK BEVÁSÁRLÓKÖZPONT ÁTALAKÍTÁSA

ÉPÍTÉSZ TERVEZŐK: DR. KERTÉSZ ANDRÁS TIBOR DLA, TÓTH TAMÁS

flessibili e competitivi. In primo luogo lo scambio stesso ha subito cambiamenti importanti di senso, spostandosi sempre più verso ambiti immateriali ovvero digitalizzati, in secondo luogo la città ne ha subito le conseguenze mantenendo difficilmente il passo della presente realtà virtuale. Dunque la "modernizzazione" del settore commerciale, come molti altri fattori, svolge un ruolo sostanziale sul territorio metropolitano, e ne segna il cambiamento socio-economico e territoriale della città. La cornice del progetto qui presentato si focalizza su un settore commerciale specifico: la grande distribuzione. I centri commerciali stanno vivendo un momento di grande crisi d'identità e aspettano una nuova codificazione al passo con il tempo in cui viviamo. Spesso si configurano come grandi scatole semplici e poco costose, site in aree libere dai centri urbani o in aree periferiche seppur in contatto con le infrastrutture di collegamento e circondate da parcheggi, isolate dal contesto, con il grande problema di costruirsi un'identità, di diventare un landmark. Tra i centri commerciali, solo alcune strutture sono di grande pregio architettonico, mentre la maggiore parte sono costruzioni di scarsa qualità e durabilità, presentandosi spesso in uno stato di imminente rinnovamento edilizio o di globale ripensamento. Assistiamo sempre più frequentemente alla messa in atto di processi di astrazione che

Vista interna prima dell'intervento
Interior view before the restyling

Vista interna dopo l'intervento
Interior view after the restyling

Planimetria piano terra
Ground floor

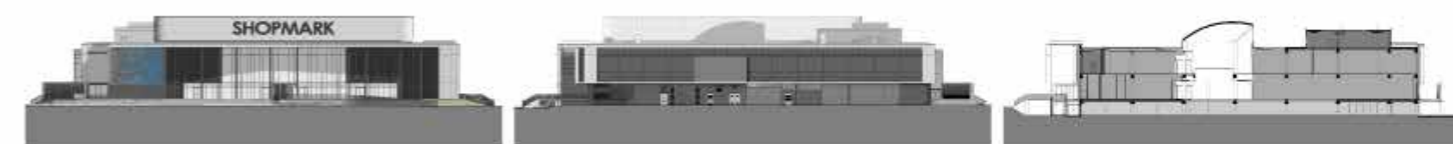
Sezioni e Prospetti principali
Mains Elevations

coinvolgono gli ormai noti non-luoghi commerciali del grande consumo. Dunque, ri-pensare un luogo di scambio implica all'intero della città e della società contemporanea la considerazione di molti fattori è questo l'architetto ungherese Andras Kertesz lo sa bene. Già nel 2015 aveva avuto modo di dare un nuovo impulso al mercato coperto di Budapest. Qui l'architetto risolve il progetto attraverso un impianto planimetrico semplice, la razionalità dei volumi e la vibrazione materica della facciata usando l'acciaio e il mattone. Il progetto presentato in questo caso, invece, è il re-styling del centro commerciale EUROPARK, ove con la medesima chiarezza progettuale si trova ad agire in un contesto e una scala completamente diversa. L'obsolescenza tecnica e funzionale in cui l'edificio si trovava da un po' di anni, hanno spinto Kertesz ad articolare le direzioni progettuali secondo alcune tematiche principali. Il primo passo è stato quello di dare una nuova identità all'edificio a partire dall'involucro esterno con lo scopo di armonizzare l'edificio e renderlo più accattivante e prestazionale. Infatti in questo senso è stato ripensato anche l'ingresso principale a partire dal ridisegno della sua geometria, così da essere facilmente identificabile e immediatamente comunicativa. In questo modo è stato possibile dar luogo a nuove sinergie urbane in cui le lunghe facciate dell'edificio si trasformano

ÉSZAKNYUGATI HOMLOKZAT M=1:250

DÉLKELETI HOMLOKZAT M=1:250

METSZET M=1:250



DÉLNYUGATI HOMLOKZAT M=1:250



ÉSZAKKELETI HOMLOKZAT M=1:250



HOMLOKZATOK, METSZET M=1:250

SHOPMARK BEVÁSÁRLÓKÖZPONT ÁTALAKÍTÁSA

ÉPÍTÉSZ TERVEZŐK: DR. KERTÉSZ ANDRÁS TIBOR DLA, TÓTH TAMÁS



in quinte divulgative e comunicative, visibili anche da lontano grazie all'uso dell'alluminio, che si mostra colore antracite durante il giorno e lanterna luminosa la notte. Un nuovo rapporto fra il centro commerciale e il suo territorio, fra la città e i suoi luoghi di scambio, parafrasando le parole di Fernand Braudel in *I giochi dello scambio* "...il commercio ha sempre operato con la parola: la comunicazione è un agevolatore dello spazio...". A coronare l'intervento esterno sono le aree verdi che vengono ampliate e vengono introdotti spazi ad uso collettivo. Seguendo le stesse direzioni progettuali, l'architetto ungherese punta a fornire una nuova

Dettaglio controsoffitto

Ceiling detail

Dettaglio dell'ingresso principale

Entry detail

identità agli spazi interni. In questo caso agisce sul piano funzionale attraverso l'ottimizzazione e la razionalizzazione dello spazio; altresì sulla realizzazione di spazi del "benessere psico-fisico". Infatti pone particolare attenzione al tema delle superfici orizzontali, ad esempio il controsoffitto di progetto non è solo una superficie a coperture degli impianti esistenti ma una vera e propria superficie tecnica. Realizzata in lame metalliche che permette di integrare tutta la dotazione tecnologica (impiantistica - illuminotecnica) portando tutto il piano a superfici pulite e flessibili. Un soffitto attrezzato che si avvale di sistemi modulari assai

articolati, flessibili, scalabili e declinati in diversi elementi miniaturizzati basati su luci led specifiche per l'uso.

Nel ri-pensare il centro commerciale Europark, Andras Kertesz si è trovato a dare una risposta ad un ambito ancora poco indagato e a rispondere con un nuovo modello che attualizza il nostro modo di concepire i luoghi di scambio e ce ne restituiscono un senso nuovo e fruibile.

Chiara Finizza
Architetto, PhDc, Unipr • Architect, PhD (c) Unipr
chiara.finizza@unipr.it