

# ELLE DECOR

ITALIA

## CONTRACT BOOK

### PROGETTI CUSTOM-MADE

HOUSING/ OFFICE/ RETAIL  
IL DESIGN SU MISURA NEGLI SPAZI  
RESIDENZIALI, NEI LUOGHI DI LAVORO  
E DELLO SHOPPING. UN VIAGGIO  
NEL MONDO DELL'ARCHITETTURA  
E DEGLI INTERNI CON ANTONIO  
CITTERIO PATRICIA VIEL,  
FOSTER+PARTNERS, ISAY WEINFELD





# BURDIFILEK SEUL, SHOPPING AL NATURALE

testo di Bianca Scotto — foto di Yongjoon Choi Photography





L'atrio dello shopping center Hyundai Seoul è dominato dal bianco delle superfici, dai contorni morbidi degli spazi e dal verde. In questa pagina, una vista del Waterfall Garden, che fa rivivere lo stupore di una cascata naturale negli interni. Pagina accanto, il bar al secondo piano è pensato per offrire un ambiente intimo e rilassante per una sosta dallo shopping.

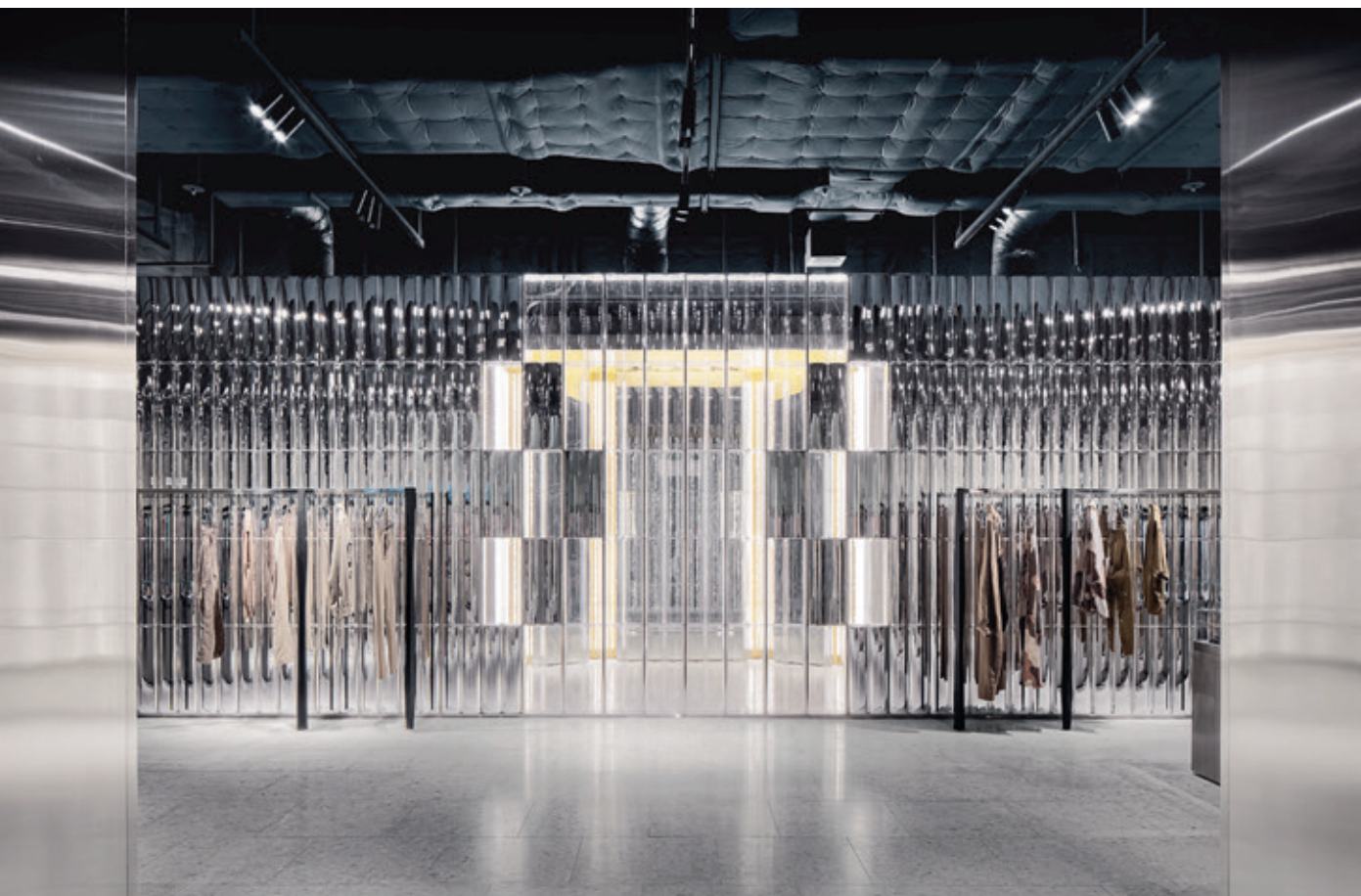






Secondo l'approccio dello studio canadese Burdifilek, ogni spazio retail è caratterizzato da un proprio lessico formale fatto di materiali, colori, proporzioni e geometrie, in linea con lo stile dei brand esposti. In questa pagina, le collezioni uomo e donna dei marchi di tendenza al terzo piano. Pagina accanto, in senso orario, una vista dell'angolo accessori al terzo piano; l'ingresso ai camerini femminili al secondo piano; l'espositore della collezione occhiali al terzo piano.





Tempio dello shopping mondiale, sorge nella capitale sudcoreana un centro commerciale che reinventa ancora una volta i paradigmi dell'esperienza retail. The Hyundai Seoul — con i suoi dodici piani e 89.000 metri quadrati che ne fanno il department store più grande della città — combina spazi retail dal design accattivante e ricercato con aree pubbliche accoglienti e dalle dimensioni generose, pensate per offrire un'esperienza d'acquisto rilassante e stimolante. “La visione della committenza era destinare metà della superficie totale a spazi in cui le persone potessero socializzare, in un ambiente molto più confortevole rispetto al tipico centro commerciale”, ci spiega Diego Burdi, co-fondatore e direttore creativo di Burdifilek. Lo studio canadese è stato incaricato di progettare l'atrio al piano terra e le aree vendita al secondo, terzo e quarto piano. “Il nostro concept si ispira alla natura che circonda Seul. Abbiamo scelto di portare l'esterno all'interno per creare una sensazione inaspettata, giocando con le proporzioni e popolando gli spazi con il verde”. Passaggi ampi, fino a otto metri di larghezza; forme organiche avvolgenti; luce naturale, che filtra attraverso la copertura vetrata; veri e propri alberi che disegnano oasi di relax per i visitatori. Questi gli ingredienti con i quali i progettisti hanno dato forma alle aree pubbliche situate al piano terra dell'edificio. Fiore all'occhiello, il Waterfall Garden, scenografica

cascata d'acqua alta ben 12 metri, che genera un effetto sorprendente, sia dal punto di vista visivo sia acustico. Ai piani superiori, gli spazi retail: ben 600 brand, coreani e non solo, all'interno di ambienti disegnati su misura per valorizzare al meglio il Dna dei prodotti. “L'intento era di avere, a ogni livello, spazi progettati ad hoc per un target di clientela specifico e caratterizzati da un linguaggio estetico unico, capace di evocare un 'paesaggio naturale' da diversi punti di vista”, continua Burdi. “Inoltre, ad accomunare ogni ambiente è la presenza di elementi scultorei, studiati per generare meraviglia e curiosità”. Il secondo piano, tempio della moda di lusso al femminile, è un luogo da esplorare e da cui lasciarsi stupire, proprio come in una galleria d'arte: le forme fluide delle superfici verticali guidano il percorso dei clienti; l'illuminazione soffusa, così come i colori tenui, contribuiscono a un'atmosfera eterea e sofisticata, in linea con l'estetica dei marchi presentati. Diversamente, al terzo piano, è un linguaggio più audace a farsi interprete del carattere sperimentale dei fashion brand esposti: superfici riflettenti si alternano a pareti opache; materiali naturali si contrappongono a conglomerati industriali; volumetrie geometriche si affiancano a forme morbide. In Hyundai Seoul, dall'architettura all'arredo, dagli spazi retail alle aree comuni, tutto è pensato per creare un'esperienza memorabile. A misura di cliente.





Dall'architettura ai dettagli d'arredo, tutto è stato studiato ad hoc. In questa pagina, nell'area lusso al femminile al secondo piano, il design degli elementi d'appenderia esprime leggerezza ed essenzialità. Pagina accanto, geometrie squadrate per il terzo piano retail che ospita marchi dal Dna più audace.