

L'ELISEO

fashion store

Il concept, alla base del progetto, nasce dal dualismo creatività-razionalità, e si sviluppa attraverso un uso ricercato di forme, luci e colori. La **razionalità** è insita nell'uso di forme squadrate realizzate in cristallo e metallo; la **creatività** è visualizzata principalmente da tre elementi ellittici che dal pavimento si elevano verticalmente fino a plasmare i controsoffitti, contribuendo alla divisione dello spazio vendita in tre distinte aree: uomo, donna e giovane. Apostoli ha approcciato il progetto attraverso le cognizioni di "marketing and communication knowledgment" che spesso caratterizzano il suo lavoro unito alle diverse expertise nel settore del multimediale. Strumenti importanti per la comunicazione emozionale con il cliente sono, ad esempio, le teche in cristallo retro illuminate, l'illuminazione RGB sui controsoffitti o gli "alveari" espositivi realizzati in metallo e vetro. Il led, la cui luce, verticale e orizzontale, è utilizzata da Apostoli come vero materiale di rivestimento, corrono lungo tutte le linee principali del negozio e degli arredi, trasformando quest'ultimi in sorgenti di luce indiretta. Tutti gli arredi sono stati realizzati su disegno dell'architetto e si distinguono per la particolare fusione di vetro e legno laccato bianco perlaceo. Elemento fortemente caratterizzante è la grande parete marrone che risulta come "scatolata" in una teca di vetro e nel cui interno trovano posto vetrine e mobili a servizio della zona cassa. Suggestivo ed elegante è il grande tavolo espositivo vicino all'ingresso, realizzato quasi totalmente in cristallo e parzialmente illuminato all'interno. Importante uso dei colori: moka e beige per i pavimenti in resina, tortora per i mobili e parte dei pavimenti e, infine, il rosso: punto di colore che caratterizza la particolare seduta, creata su misura, e le grafiche.

A partire da esperienze consolidate in diversi ambiti progettuali, Alberto Apostoli trasforma lo storico e tradizionale negozio di Caldiero Terme (Verona) in uno spazio dinamico, multisensoriale e ricco di suggestivi spazi alternati tra trasparenze e riflessioni cromate



Dominano la scena i due spogliatoi ricavati all'interno di elementi circolari e ricoperti da speciali tessuti retroilluminati che creano un effetto tridimensionale. Uno spazio è stato anche dedicato ad un piccolo bar voluto dalla proprietà per "coccolare" al meglio la propria clientela e realizzato in acciaio inox. Per "L'Eliseo", Alberto Apostoli ha messo in atto una vera azione di "Brandesign" curando infatti, oltre agli aspetti di architettura ed interior design, anche quelli comunicativi con la creazione del nuovo logo istituzionale e della campagna pubblicitaria. L'esterno dell'edificio è stato completamente reinterpretato attraverso una finitura particolare della superficie che simula una pietra bianco-perlacea e lampade ad incasso realizzate a misura. Sono state inoltre ricavate delle vetrine aggiuntive a tutta altezza sia sul lato parcheggio, sia adiacenti all'area uomo. Si accede al negozio attraverso una quinta marrone scuro alla cui destra è posizionata la porta d'ingresso in cristallo a tutta altezza e alla sinistra una vetrina ad angolo che costituisce un autentico biglietto da visita del negozio. L'architetto sintetizza così il progetto: "è un luogo di vendita in cui l'emozione dello spazio e delle diverse soluzioni architettoniche e tecnologiche integra l'emozione del prodotto esposto. La percezione dei diversi spazi tende a dilatare e ad allungare i con visivi, i diversi scenari e a far sembrare il prodotto esposto autentico oggetto d'arredo raffinato e ben disposto".

Photos by Luca Morandini

ALBERTO APOSTOLI nasce a Verona nel 1968: diplomato in elettronica industriale, si laurea in architettura a Venezia nel 1993 con una tesi in economia. Apre nel 1997, il proprio Studio, caratterizzato da una vocazione professionale poliedrica, conseguenza del suo personale percorso. Nel 2006 apre uno studio a Guangzhou e nel 2007 un ufficio di rappresentanza a Casablanca. Crea, nel 2008 Escape srl, società che opera come General Contractor a livello internazionale. Nel 2009 fonda Opera Prima, brand attivo nella progettazione sul territorio del Medio Oriente. Nel 2010 sviluppa l'area engineering, che fornisce servizi di progettazione integrata e project management, attraverso il brand studioapostoli&associati. Alberto Apostoli integra alla progettazione una cultura di marketing che conferisce ad ogni progetto una forte innovazione. I suoi progetti sono pubblicati in tutto il mondo. Tiene conferenze, corsi e workshop in Italia e all'estero sulle tendenze progettuali in diversi ambiti.

ALBERTO APOSTOLI was born in Verona in 1968: with a high-school diploma in industrial electronics, he went on to study architecture at the University of Venice and graduated in 1993 with a thesis in Economics. He opened his own architectural firm in 1997, which is characterised by a polyhedral professional vocation, also due to his own particular background. In 2006 he opened a firm in Guangzhou and in 2007 an agency in Casablanca. In 2008 he set up Escape srl, a company operating internationally as a General Contractor. In 2009 he founded Opera Prima, a design brand operating in the Middle East. In 2010 he developed an engineering department that supplies integrated project planning and management services through the brand name of studioapostoli&associati. Alberto Apostoli completes his design activities with a marketing culture, which confers a highly innovative content on each project. His projects are published worldwide. He holds conferences, courses and workshops in Italy and abroad on current design trends in various spheres.



L'ELISEO fashion store - Caldiero Terme

With a professional experience built up in the ambit of various design projects, **Alberto Apostoli** has converted the historical and long-established store of Caldiero Terme (Verona) into a space that is lively, multi-sensorial and packed with exciting areas played out between transparent effects and chromed reflections. The concept underlying this project is based on a combination of creativity and rationality and evolves through a refined use of form, light and colour.

Rationality is implicit in the use of squared shapes executed in glass and metal; **creativity** is mainly to be seen in three elliptic elements rising from the floor to model the false ceilings, thus contributing to separate the retail space into three distinct areas: menswear, ladies' wear and young fashion. Apostoli has addressed this project by drawing on a background of "marketing and communication know-how" that often distinguishes his work together with different skills acquired in the multi-media sector.

Important elements of emotional communication with the clientele are, for example, the back-lit glass display cabinets, the RGB lighting of the false ceilings and the "honeycomb" display units in glass and metal. The LEDs, whose vertical and horizontal light is used by Apostoli as a proper surface covering, run all along the main aisles of the store and its furnishings, transforming the latter into sources of indirect light. All furniture pieces have been custom-made by the architect's own design and are defined by an unusual combination of glass and pearly white lacquered wood. A particularly impacting element is provided by the large brown wall which appears to be "boxed" inside a glass display cabinet and whose interior supplies the backdrop to the china cabinets and furniture elements composing the till area. The large display table positioned close to the entrance is particularly striking and elegant with its all-glass structure that is partially illuminated from within. A clever use of colour has been made: coffee and beige for the resin flooring, dove grey for the furniture and sections of the flooring and, finally, red – a flash of colour that defines some graphic details, as well as a most unusual chair that has been specially created for this project. The interior is dominated by two changing rooms created inside circular elements and upholstered in special back-lit fabrics to create a three-dimensional effect.

A space has also been dedicated to a small bar built in stainless steel, to respond to the owner's intent to "spoil" customers. For "L'Eliseo", Alberto Apostoli has implemented a proper strategy of "Brand design" because, as well as handling the architecture and interior design-related aspects, he has in fact personally followed the store's communications strategy, including the creation of its new logo and advertising campaign. The external facade of the building has been completely transformed by applying an original surface cladding that simulates the aspect of a pearly white stone together with custom-made recessed spot lighting. Moreover, some additional floor-to-ceiling windows have been created, both on the side of the building corresponding to the parking lots and adjacent to the menswear department. Access to the store can be gained through a dark brown partition, to the right of which customers can find the main entrance door in floor-to-ceiling glass; whereas on the left a corner window display gives customers a "first taste" of the particular spirit of this venue. This is how the architect sums up his project: "a retail space in which the emotional impact of the space and the various architectural and technological solutions complete the exciting experience provided by the products themselves. The perception of the different spaces tends to dilate and extend the range of vision and the various scenarios, making the products on display look like truly refined and artfully showcased decorative objects". ●