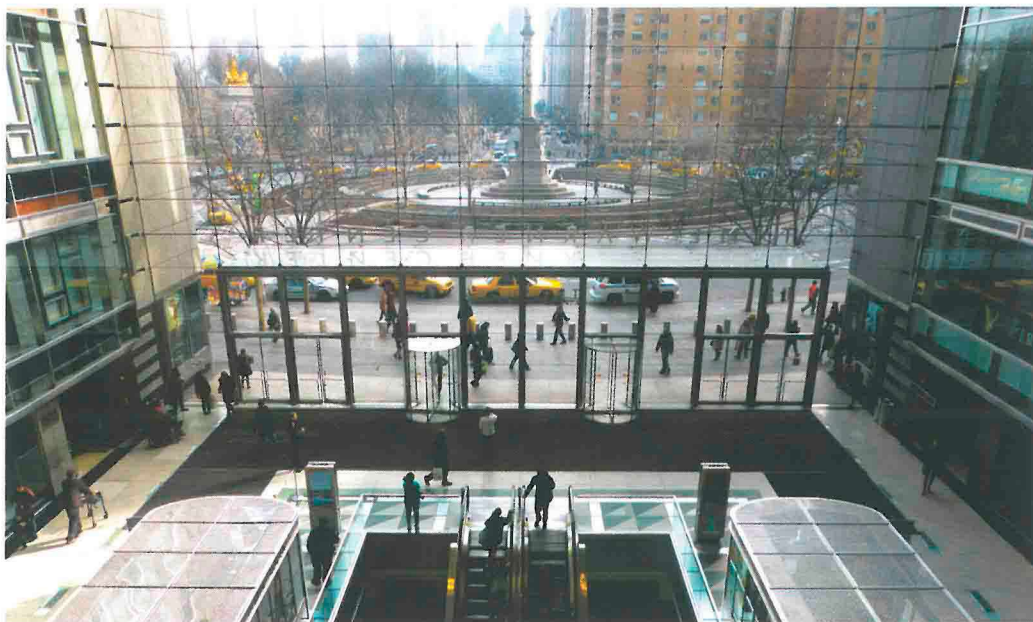


The Shops at Columbus Circle

New York - viviamo in un'epoca meticcia, solo sfumature di grigio, tutto è veloce e in continuo cambiamento. Non ci siamo bevuti il cervello ma vogliamo introdurre un mystery tour all'interno di un interessante spazio retail che abbiamo visitato a New York e che dagli sviluppatori viene appunto definito come 'mixed-use destination'. **The Shops at Columbus Circle** è infatti l'area shopping che sorge all'interno del Time Warner Center, la struttura inaugurata nel 2004 e costituita da due torri gemelle di 80 piani, ubicate all'angolo sud-ovest di Central Park, affacciate sul celeberrimo Columbus Circle, uno dei luoghi cardini della Grande Mela. Ma torniamo al concetto di mixed-use, vale a dire una struttura al cui interno trovano posto residenze, hotel, uffici, spazi commerciali, luoghi d'intrattenimento. Insomma quanto di più moderno si sta realizzando nelle metropoli di mezzo mondo. Nulla di nuovo per New York e per altre città USA, che nei propri grattacieli vedono spesso



THE SHOPS AT COLUMBUS CIRCLE

LAYOUT

Aspetto esterno	★★★★★
Originalità design	★★★★
Omogeneità e armonia	★★★★★
Qualità materiali e arredi	★★★★★
Ordine e pulizia	★★★★★
Comfort	★★★★★

RETAIL MIX

Assortimento	★★★★★
Esposizione	★★★★★
Originalità	★★★★

VALUTAZIONI GENERALI

Qualità/prezzo	★★★★
Ambiente	★★★★★
Adeguatezza alla location	★★★★★
Innovazione	★★★★

Legenda:

★ = migliorabile; ★★ = sufficiente; ★★★ = apprezzabile;
★★★★ = molto buono; ★★★★★ = ottimo

la presenza di attività così diverse. Ma non certo a questo livello, né per estensione né per qualità degli arredi. Gli sviluppatori, nonché proprietari, si chiamano **Related Group**: lo stesso di cui abbiamo scritto sul numero di dicembre di r&f a proposito di The Galleria, il primo luxury mall di Abu Dhabi.

Retail mix e dintorni

E in effetti, come ci raccontarono allora i vertici di Related, i due mall si assomigliano molto. Ma con un posizionamento diverso. Quello newyorkese, infatti, non punta al lusso ma a un'offerta ricercata senza essere esclusiva. Tra i marchi italiani, per esempio, oltre a un Armani Exchange troviamo Moleskine e Cruciani. Una scelta che molto spiega di The Shops at Columbus Circle. Altro aspetto caratterizzante sono i due livelli underground: il primo ospita i 5.600 mq del Whole Food Markets, un for-

mato di market alimentare moderno e sofisticato, mentre al secondo si trovano i quasi 4.000 mq dell'Equinox fitness club. Stringendo il campo sull'offerta retail, sono circa 40 i punti vendita che vanno da un'ancora pop ma sicura come H&M a brand come Hugo Boss, Stuart Weitzman, piuttosto che Microsoft (in formula simil temporary), Bose o Godiva. Insomma, un retail mix non abituale per le strutture italiane ma a New York ci sta tutto. Gli ambienti sono caratterizzati da materiali pregiati, illuminati su tutti i livelli da una portentosa vetrata che affaccia direttamente su Columbus Circle e sull'angolo più bello di Central Park.

Conclusioni

La formula sembra aver trovato un suo spazio e una discreta notorietà tanto tra gli abitanti della "città che non dorme mai", quanto tra i turisti, a tal punto che nella classifica di Tripadvisor, categoria shopping, si posiziona al 51° posto. Di ambienti retail con queste caratteristiche ne troveremo sempre più, vista la fuga ormai globale da alcune scatole extraurbane ormai datate. Il primo è più brillante esempio italiano è quello di Milano, ai piedi della torre Unicredit nell'area Porta Nuova. Ma non sarà certo l'ultimo.

A.A.

