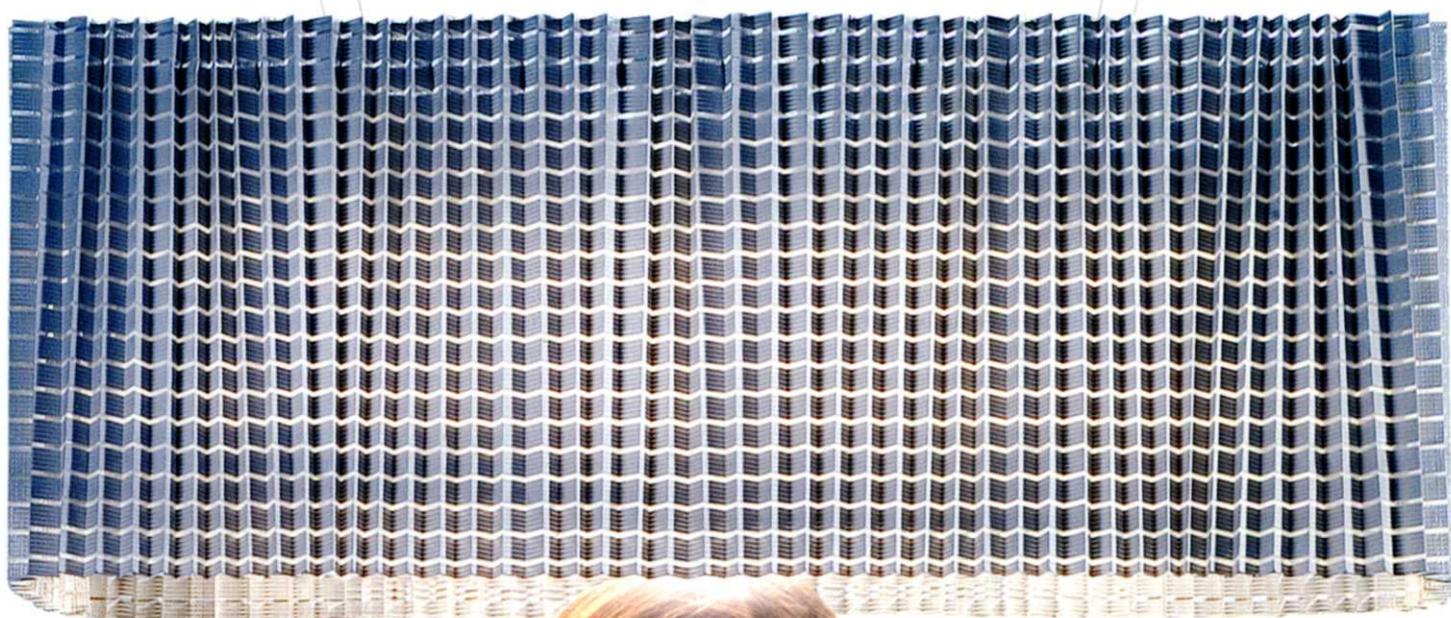


INTERMIT

LA RIVISTA DELL'ARREDAMENTO N°3 MARZO 2008

ARCHITETTURE GLI SPAZI DELLA MODA
ATTUALITÀ AMERICAN STYLE
IL TEMA CENTRALE VIVERE IN CITTÀ
PROGETTO DESIGN LUCE AL FEMMINILE
OSSERVATORIO BABY WORLD
REPERTORIO CELLULE DI DESIGN



**DESIGN
PLEATS**
by Inga Sempé



Mensile/monthly
with complete English texts



Wonderland

progetto di **Vudafieri&Partners/Deuxl, Lena Pessoa** con **Jo Ann Tan**
foto di **Elena D'Atino**
testo di **Cristina Morozzi**

Assomiglia al paese di Alice, la nuova boutique di Moschino in via della Spiga a Milano. Ma le meraviglie hanno trovato una cornice architettonica rigorosa. I materiali lucenti e trasparenti e il sapiente equilibrio compositivo depurano le simbologie da qualsiasi riferimento kitsch, regalando un carattere inedito alle giocose metafore. Lo spazio si rivela riuscita fusione tra due codici: il fiabesco e l'architettonico.



La boutique di Moschino in via Spiga a Milano ha cambiato immagine: è diventata una scatola trasparente per meglio svelare le sue meraviglie.

Il nuovo *interior* porta la firma di Vudafieri&Partners/Deuxl con Jo Ann Tan, autrice delle fantasiose vetrine, vestale dello spirito del marchio, guidato con vivace inventiva da Rossella Giardini. La *griffe* ha codici molto chiari. I progettisti li hanno interpretati, cercando di realizzare un'atmosfera "moschinesca", come dichiara Lena Pessoa di Deuxl nel suo

... Uno spazio candido e puro che regala impreviste e giocose sorprese...

italo-franco-brasiliano, un paese di Alice dove passare di meraviglia in meraviglia. Tutti gli elementi del progetto di interni raccontano una fiaba riferita alle caratteristiche del marchio. Le appenderie sono come alberi, da cui pendono, come nel villaggio della cuccagna, gli abiti.

I ripiani espositivi in plexiglas trasparente sono inquadrati nella sagoma di una casetta. Il pavimento è in marmo candido con cuori incastonati in modo irregolare, quasi fossero petali gettati a una sposa di primavera. Il cuore, icona della *griffe*, ritorna anche negli arredi: nelle poltroncine rosse, rivestite di cuori morbidi, create da Jo Ann Tan. Ma le sorprese non finiscono qui. C'è nella zona donna la poltrona a forma di borsetta, di quelle panciute con la cerniera che fanno signora *bon ton*. Mentre nel reparto uomo il sofà ha il profilo di una valigia. Le vetrine per gli accessori più preziosi hanno la sagoma di un castone e brillano come diamanti. Dal soffitto pendono grappoli di cuori luminosi e le pareti sono decorate con grafie tracciate da



brillanti e perle. Sul fronte strada è stato lasciato un ampio spazio, quasi un palcoscenico, per le vetrine di Jo Ann Tan che raccontano storie a soggetto: quadri animati, popolati di personaggi fantasiosi, animali, piante, architetture immaginarie, costruiti con puntigliosa minuzia. Lo spazio offre due piani di lettura: uno architettonico e l'altro simbolico, coerentemente integrati. Le trasparenze, il tutto bianco, le linee morbide, ma rigorose, delineano un impianto di pura modernità, cui fanno da contrappunto gli elementi simbolici dotati di una figurazione giocosa. Come in una melodia ben accordata, le due componenti si fondono, smussando le loro asperità. L'elemento ludico/simbolico inquadrato nella cornice candida e rarefatta acquisisce una speciale magia e perde ogni possibile deviazione *kitsch*. Mentre l'architettura, dal sapore quasi spaziale, si ammorbidisce, acquisendo una dimensione quasi favolistica.

Il progetto diventa così il perfetto controcanto di una moda molto speciale, che sa usare il gioco e l'ironia senza mai cadere nel grottesco, anzi offrendo una misurata eleganza e una delicata nota romantica. Dosando con sapienza gli ingredienti, i progettisti sono

Nel reparto donna, le sedie rivestite di morbidi cuori rossi create da Jo Ann Tan e la poltrona a forma di borsetta in pelle nera con cerniera metallica. Una delle vetrine dedicate agli accessori con la sagoma di un castone, con base in acciaio lucido e top in vetro taglio diamante.

riusciti nella difficile impresa di rendere contemporanee ed epurate le allegorie, evitando qualsiasi retrogusto barocco, tipico del recente design fiabesco.

La riuscita contaminazione tra l'anima pura dell'architettura, fatta di luce e di trasparenze, e gli elementi simbolici, rubati al variopinto mondo della moda, esalta alla perfezione l'anima del marchio.

I

