

+ ELLE DECOR EYEWEAR + ELLE DECOR RETAIL BOOK

ELLE DECOR

30
YEARS

ITALIA

DESIGN Mobili
scultura e tele
multicolor reinventano
la zona relax
ELLE DECOR ARCHIVE
Case, stili e soluzioni
per arredare con l'arte
PEOPLE Maurizio Cattelan:
il design con ironia
SPECIALE OUTDOOR
Tutte le novità
per vivere all'aperto

Magazine
internazionale
di design
e tendenze
arredamento,
e stili di vita
architettura
e arte.

English text

CASE DA COLLEZIONE

INTERIORS Copenhagen, Roma, Parigi. Design d'autore
e arte contemporanea arredano gli spazi domestici.
Nelle residenze di galleristi e collezionisti internazionali

Marzo 2020

Anno 31 n. 3 € 4,50
Mondadori S.p.A.
Sped. in A.B. - D.L. 353/2003
(conv. in L. 37/02/2004 n. 46)
art. 1, comma 1, DCB, Milano



In edicola dal 12 marzo 2020

MILANO EVERGREEN

Nel Quadrilatero della moda,
il secondo punto vendita in Italia
di Oliver Peoples,
che sembra essere lì da sempre

di Porzia Bergamasco



“La boutique di Milano si ricollega alle influenze urbane locali e all’estetica lifestyle di Oliver Peoples. Mi sono lasciato ispirare dagli appartamenti borghesi Anni 50 e 60. Con soggiorno, sala da pranzo e zona studio”, l’art director Giampiero Tagliaferri descrive così il suo progetto.



Mobili, espositori e luci sono stati realizzati su disegno da artigiani locali, per onorare la tradizione manifatturiera di Milano. E sono accostati a oggetti di modernariato da collezione. "A sinistra il soggiorno con zona salotto. A destra la sala da pranzo con credenze e un lungo tavolo. Sul retro lo studio con scaffali a muro", spiega Tagliaferri. Ma i veri protagonisti sono gli occhiali che attingono all'estetica vintage degli archivi del brand e nuove collezioni in partnership con The Row.

È un tuffo nel passato. Più per l'identità del brand, che per adesione a una semplice impronta estetica alla moda. Dato che le tre ampie vetrine, al 12 di corso Venezia a Milano, introducono nel mondo di Oliver Peoples. Il brand californiano di eyewear, acquisito nel 2007 da Luxottica, è nato a Los Angeles nel 1987, con Larry Leight e Ken Schwartz, a partire dalla rivisitazione di modelli di occhiali vintage. Da allora l'allure dello star system e il glamour del lifestyle da grande schermo è la cifra, attualizzata, che sottende ogni nuova collezione, scansata da durature conferme di top selling. Non deve quindi stupire l'impeccabile semantica modernista con cui si viene accolti nei 100 metri quadrati della boutique, ispirata al mondo residenziale borghese della fine degli Anni 50 a Milano, secondo il preciso progetto dall'art director Giampiero Tagliaferri. A iniziare da materiali e palette colore. Blu polvere, giallo senape, bordeaux e grigio caldo distribuiti su pareti e tessuti si amalgamano con i toni grigi e bianco ostrica di pavimento e rivestimenti di Ceppo

di Gré, tipico dell'architettura lombarda, e con le venature del marmo Verde Alpi, costante di tanti androni milanesi. E in riferimento all'alta artigianalità con cui viene realizzato ogni elemento degli occhiali, boiserie e arredi espositivi sono frutto di raffinata ebanisteria e di disegno a misura. Ricalcando la disposizione di un appartamento, lo spazio è diviso in ambienti – soggiorno, sala da pranzo e studio – in cui sono riconoscibili anche lampade e pezzi originali dei designer del secondo Dopoguerra come Luigi Caccia Dominioni, Osvaldo Borsani, Ico Parisi, Gio Ponti, Vittorio Nobili. Compreso il radiofonografo Brionvega dei fratelli Castiglioni, che concorre all'atmosfera musicale. Specchi e ottoni amplificano l'accento chic, di grande pulizia ed essenzialità. In questo modo gli occhiali si rispecchiano nell'ambiente e viceversa, in modo diretto e armonico. Suscitando la curiosità di visitare gli altri trentanove store Oliver Peoples, distribuiti in sessanta nazioni, di cui ventisei negli Stati Uniti e uno in Italia, a Roma. – oliverpeoples.com