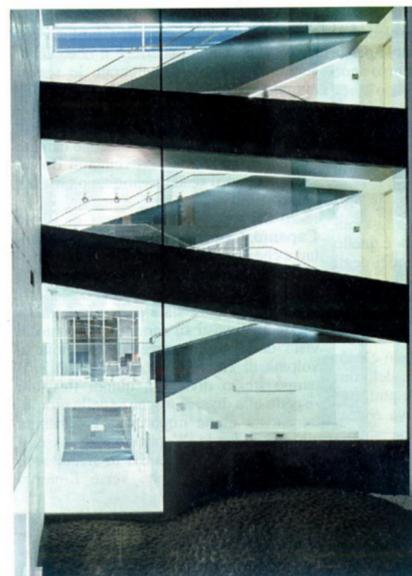


IL PROGETTO DELLA SETTIMANA

D&G HEADQUARTER, MILANO ■ STUDIO PIUARCH



CREDITI DEL PROGETTO

Committente:
Dolce&Gabbana Srl
Progetto e direzione lavori: Studio Piuarch
Collaboratori: Miguel Pallares, Luca Lazerotti, Fortuna Parente, Magali Roig Liverato
Superficie globale:
5.000 mq
Progetto Strutture:
FV progetti - Ing. Filippo Valaperta
Progetto Impianti:
Gtec - Andrea Zanotti
Impresa edile:
Sice Previt
Facciata Esterna: Sicef
Impianti elettrici:
Elteknica
Corpi illuminanti:
Flos, Modular
Foto:
Andrea Martiradonna, Ruy Teixeira, Alberto Piovano



La moda D&G nel palazzo-boutique

La grande vetrina che scompare

La facciata esterna del nuovo quartier generale di Dolce & Gabbana a Milano punta sull'effetto ottico ottenuto con delle lamelle dietro alla vetrata



DI LUIGI PRESTINENZA PUGLISI

Francesco Fresa, German Fuenmayor, Gino Garbellini e Monica Tricario fondano Piuarch nel 1997. Nel 1998 iniziano un rapporto di collaborazione con David Chipperfield che li chiama per sviluppare insieme il concept dell'immagine dei negozi di Dolce&Gabbana, griffe di cui, dopo l'abbandono del progettista inglese, diventano gli architetti di fiducia con oltre trenta realizzazioni tra le quali spiccano la sede della Società in via Goldoni e la fabbrica a Incisa, un'opera che ha vinto numerosi riconoscimenti per il riuscito inserimento ambientale e un approccio essenziale che però non rinuncia ad alcuni raffinati giochi matrici e cromatici.

L'opera che qui presentiamo è la sede della D&G, una linea di moda che affianca quella principale e si caratterizza per essere rivolta a un mercato più giovane.

È ubicata in due edifici nella zona centrale di Corso Buenos Aires a Milano: uno è degli anni Venti ed è stato restaurato per l'occasione; l'altro, interamente disegnato da Piuarch, è stato realizzato al posto di un fabbricato preesistente risalente agli anni Sessanta.

L'edificio degli anni Venti, una dignitosa costruzione in stile austro-ungarico come se ne vedono numerose a Milano, è stato recuperato ammodernandolo con un

colore bianco-grigio diverso da quello rosso mattone che probabilmente era l'originario e con l'inserimento di nuovi infissi. È destinato a ospitare gli uffici della compagnia.

L'immobile di nuova realizzazione, posto all'angolo di via Broggi, si fa notare più che per l'involucro vetrato – finitura questa abbastanza comune degli edifici direzionali – per le retrostanti lamelle, composte da due lastre da 1 cm in cristallo affiancate e fissate con elementi metallici solo alle estremità. Scandiscono gli infissi stretti e lunghi della facciata, conferendole allo stesso tempo un aspetto immateriale. Inoltre suddividono la facciata in una sequenza di ideali vetrine, dietro le quali possono essere collocati i campionari della D&G, che così, pur mantenendo l'accesso diretto alla struttura solo ai grossisti, possono essere mostrati anche ai passanti.

Viste in diagonale, le lamelle impediscono la vista dell'interno, mentre la consentono da una posizione perpendicolare alla facciata. L'effetto ottenuto è che capi esposti in vetrina compaiono e scompaiono dalla vista dei passanti, con un effetto cinetico abbastanza suggestivo e quindi efficace dal punto di vista dell'impatto comunicativo.

Se l'immagine pubblica della palazzina è giocata sulla trasparenza e sulla dialettica tra il vedere e il non vedere, il patio interno punta sul contrasto tra il calcestruzzo a vista e alcune ampie aperture a tutto vetro. A rafforzare l'immagine di chiaro intento minimalista contribuisce il giardino risolto con ghiaia bianca e alcune «bolle» di verde che hanno la funzione di movimentarlo e allo stesso tempo di raccordare il piano inferiore dell'edificio preesistente con il corrispondente dell'edificio nuovo, che si trova a una quota più bassa. Stessa funzione di raccordo tra i due edifici è affidata al collegamento verticale che inizia con una rampa e poi prosegue con le scale. Entrambe sono rivestite con acciaio decappato – il così detto blue steel –, un materiale che con il suo carattere di non finito bene dialoga con cemento e vetro.

A fare il controcanto alla austera e monacale semplicità di questi materiali sono i pavimenti e i rivestimenti interni in marmo bianco africano Namidia. È una nota opulenta, che però non contrasta con la scelta di evitare forme e colori esuberanti.

«L'edificio espone al suo interno – ci racconta Francesco Fresa – capi di abbigliamento molto colorati. Lavorando sulle trasparenze, sul bianco e su materiali non sgargianti abbiamo creato le premesse per valorizzarli». Colorati e dal forte effetto plastico sono anche i mobili. Sono tutti firmati e di buon design. Tra questi spiccano nell'ingresso quelli di Ron Arad.

Al piano attico, accanto agli uffici di rappresentanza, vi è il ristorante fornitori il cui spazio, con una trovata giocosa e dal forte impatto spaziale, è scandito da innumerevoli lampadari sferici disposti senza un apparente ordine geometrico. Il ristorante, secondo la migliore tradizione milanese, affaccia sulla terrazza sistemata a giardino pensile.

www.piuarch.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LO STUDIO

Nasce a Milano nel 1996 dai quattro soci fondatori. Allo studio si affiancano sei associati e 35 collaboratori



Lo studio viene fondato (da sinistra a destra nella foto) da Gino Garbellini, Monica Tricario, German Fuenmayor e Francesco Fresa. A parte le 35 boutiques disegnate per Dolce & Gabbana (tra New York, Europa, Asia e Giappone), lo studio ha firmato progetti di trasformazione, come l'area delle cartiere Pigna ad Alzano (si veda PeC n. 18/2009) e di edilizia residenziale. Tra i concorsi vinti c'è il nuovo Centro congressi di Riva del Garda.

