

# Un'immensa bacheca

IL NUOVO STAND PATEK PHILIPPE DI BASILEA È UN MANIFESTO DI ECCELLENZA TECNICA E ARTIGIANALITÀ. UN

DI OTTAVIO DI BLASI\*

Entrando in un salone dedicato alle produzioni di strumenti del tempo, il visitatore s'aspetta di vedere oggetti molto piccoli: gli orologi, appunto. In realtà a Basilea l'impatto più forte è invece dato dai padiglioni espositivi, veri e propri edifici a più piani attraverso i quali le differenti marche si rappresentano e si confrontano. In effetti il Salone Mondiale dell'Orologeria di Basilea non è una fiera come le altre: qui si danno appuntamento i buyer più numerosi e tra i più importanti del settore e qui si firmano contratti che contano. Ed è in controtendenza.

Mentre in tutti gli altri eventi espositivi del mondo la crisi si fa sentire, qui i budget rimangono importanti e sono rapportati alle ambizioni del marchio. Si tratta infatti di realizzare delle vere e proprie "machines à vendre", in cui ogni particolare è ottimizzato per offrire il massimo di efficienza alle riunioni che si svolgono in una giornata ed al contempo rappresentare al meglio la qualità dei prodotti. Ma soprattutto l'identità del brand, il vero valore aggiunto dei prodotti stessi. L'investimento per realizzare uno stand di questo genere è davvero ingente ed è fondamentale che anche a distanza di tempo (la proiezione di vita di stand del genere è di 8/10 anni) il design non invecchi, né come qualità realizzativa né come immagine. Perché questo avvenga, occorre che il progetto non sia basato su elementi come l'iconografia pubblicitaria, che cambia di campagna in campagna, ma su valori profondi e subliminali d'identità, che vanno cercati nel patrimonio fondativo del marchio stesso. Ciò è fondamentale non solo per l'efficacia della comunicazione, ma anche per tutelare l'investimento. Nello specifico caso di



Il nuovo stand Patek Philippe a Baselworld 2014, il Salone Mondiale dell'Orologeria di Basilea.

Patek Philippe, i valori alla base del progetto hanno favorito un'architettura che riflette l'eleganza senza tempo della manifattura ginevrina d'orologeria d'alta gamma - una delle sue principali prerogative - e sono stati: la trasparenza e l'innovazione, l'estetica e l'emozione, l'eccellenza tecnica e l'artigianalità. Dopo un concorso internazionale, Patek Philippe ha

scelto OTTAVIO DI BLASI & Partners per il progetto del nuovo stand. Il brief ricevuto si può riassumere così: "siamo i numeri uno in termini di qualità e di prestigio, vogliamo uno stand che non solo ci consenta di lavorare con il massimo dell'efficienza, ma anche che permetta di valorizzare l'unicità dei nostri prodotti in un luogo unico e memorabile". Progettare il

nuovo stand di Patek Philippe è stata un'esperienza speciale. Un lavoro durato due anni, che ha visto all'opera un team di architetti e di ingegneri provenienti da cinque nazioni diverse e che ha disegnato ogni piccola parte del padiglione, dai componenti di arredo fino ai sistemi tecnologici più avanzati. L'idea di base è stata quella di sovvertire l'idea di uno stand-con-

tenitore come una "scatola opaca", dando invece vita ad una sorta di "scatola magica" in vetro, che parla il linguaggio dell'eleganza e della trasparenza, valori questi intimamente legati al marchio. Il risultato è stato una grande e raffinata bacheca trasparente (le dimensioni sono 20x20 metri di lato e 9 di altezza). Come ogni bacheca, essa contiene qualcosa



## Un salone esclusivo

Se la struttura che ospita le novità dell'industria del tempo a Basilea è, nella sua articolata imponente, di tipo "fieristico", quella che si svolge ogni anno in gennaio a Ginevra è invece un po' come il "salotto buono" dell'orologeria. Anzi, dell'alta orologeria, come recita appunto la denominazione Salon International de la Haute Horlogerie (SIHH). E così è non solo nell'organizzazione, ma anche nella modulazione architettonica degli spazi.

Ambienti eleganti e ovattati che si affacciano, con vetrine e pareti tutte uguali, su un unico corridoio circolare inserito in circa 30.000

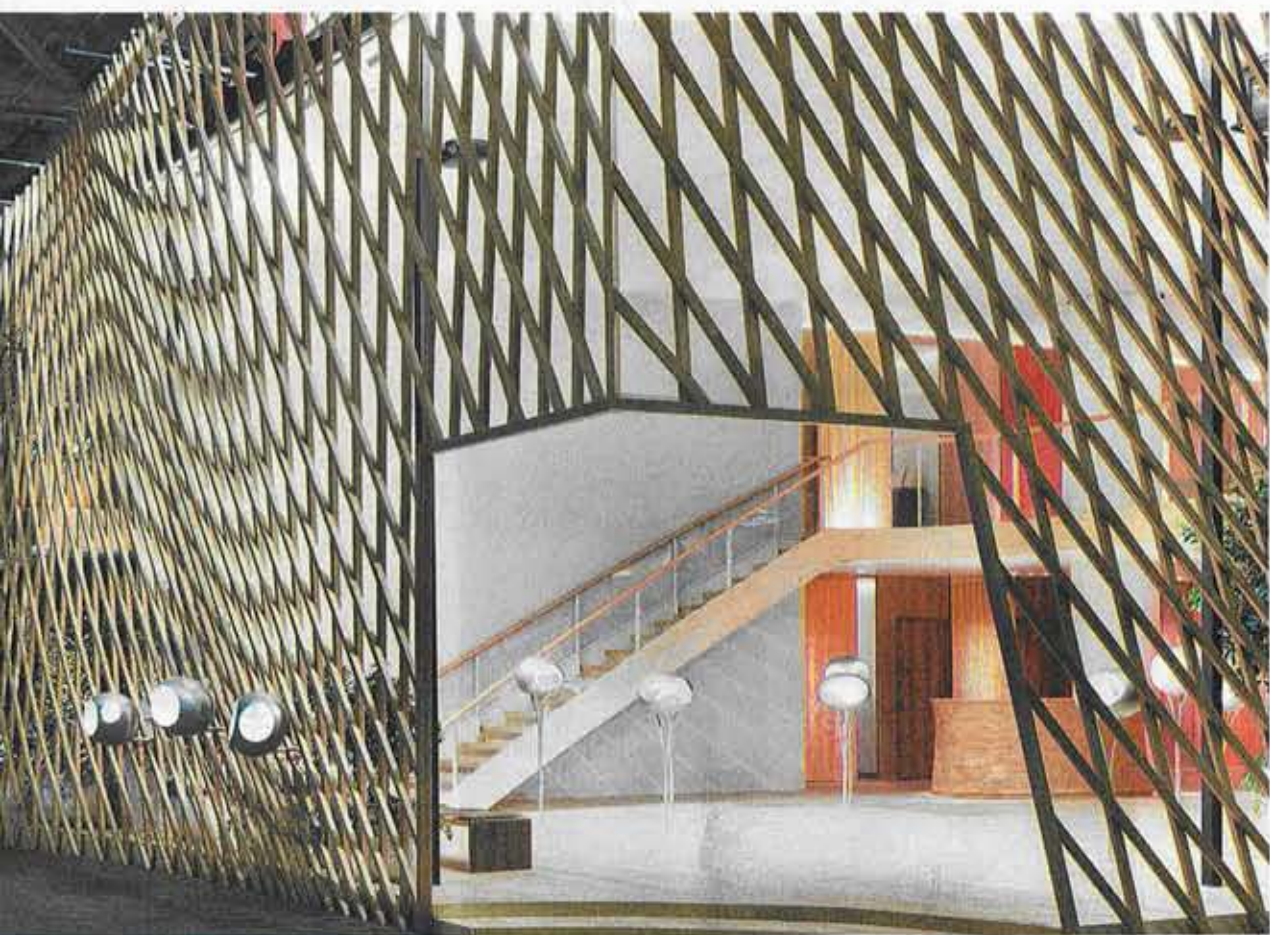
metri quadrati di superficie e arredato con isole di comodi divani e banconi da bar. Quello che varia è l'interior design: ciascuna delle marche presenti lo modula secondo i propri gusti, ma quello che appare esternamente ha una sua precisa e ben percepibile uniformità stilistica. E il progetto a suo tempo (siamo intanto giunti alla 24 edizione) realizzato da Giampiero Bodino, oggi art director di Richemont Group e creatore di gioielli, voleva trasmettere proprio senso di unità e di appartenenza. A un gruppo del lusso, come avviene per la maggior parte della quindicina di marchi che partecipano al SIHH: Cartier, Piaget,

Vacheron Constantin, Montblanc e Officine Panerai, ad esempio, cui si aggiungono realtà indipendenti come è il caso di Audemars Piguet e Parmigiani Fleurier.

Coincide con questa idea di spazio espositivo il fatto che il Salone di Ginevra è un evento privato e a cui si accede solo su invito, mentre quello di Basilea è aperto al pubblico e raccoglie tutta quella parte dell'industria del tempo che non è presente a Ginevra. Una schiera imponente che parte da Rolex e Patek Philippe per arrivare ai marchi della moda passando per potenti gruppi come quelli di Swatch, Fossil, Timex e Morellato. P.D.V.

# di luce e spazio

PROGETTO FIRMATO E RACCONTATO DA UN ARCHITETTO ITALIANO



L'INVESTIMENTO PER REALIZZARE UNO STAND È DAVVERO MOLTO IMPORTANTE ED È FONDAMENTALE CHE ANCHE A DISTANZA DI MOLTI ANNI IL SUO DESIGN RIMANGA NITIDO E ATTUALE

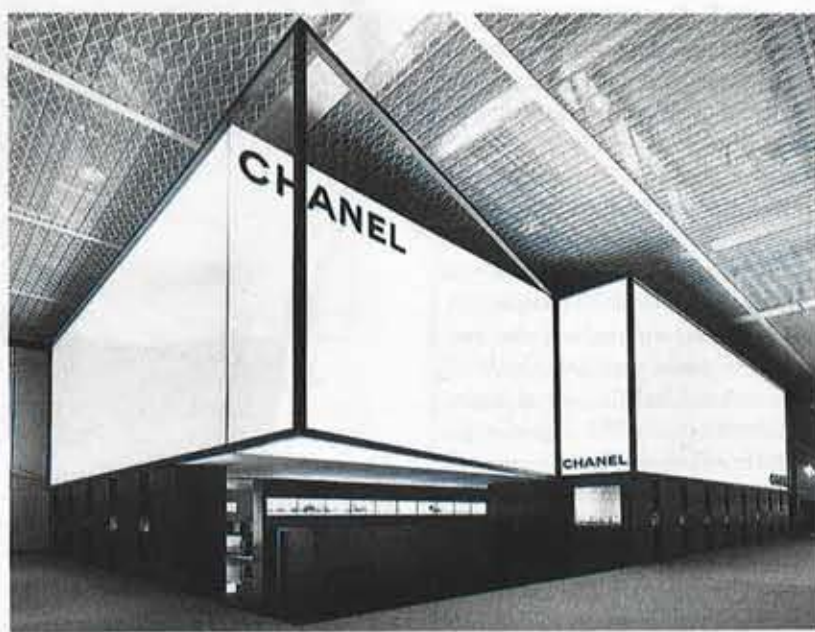
di prezioso da mostrare: un "core" luminoso con gli spigoli arrotondati in Corian retroilluminato che vola come sospeso al centro dello spazio. Il design non convenzionale che ne deriva è ben lontano dall'essere il risultato di un approccio "trendy", al contrario la sua forma è la risposta razionale alla necessità di un suggestivo spazio espositivo semi-pubblico

in primo piano, contrapposto ad un blocco retrostante più privato e comprendente un ristorante, tre cucine, un ascensore e una sala conferenze per 60 persone, oltre naturalmente a una ventina di uffici per un totale di circa 1500 metri quadrati. Questa "scatola magica" in cristallo incarna non solo l'atteggiamento innovativo del marchio, ma anche la precisione

e l'eccellenza necessarie per la sua esecuzione. A questo riguardo abbiamo messo a punto un nuovo tipo di giunto che riduce al minimo la quantità di acciaio necessario per articolare tra di loro i diversi componenti di vetro extra-chiaro della facciata, costituita da lastre che misurano ben 9 metri di lunghezza in un pezzo solo. Tutto questo spinge la tecnologia al



Il tipico verde di Rolex, il moderno bianco e nero di Chanel e l'inconfondibile arancione di Hermès sono colori che spiccano anche tra gli stand del Salone di Basilea.



limite per conseguire una trasparenza estrema: 70 tonnellate di vetro che quasi non si vedono. La realizzazione di questo stand ha rappresentato per il nostro studio una straordinaria occasione per mettere a punto un sistema costruttivo rivoluzionario in questo settore. Vogliamo dimostrare che il mondo del lusso e la ricerca tecnologica non sono inconciliabili ed ora contiamo di trasferire il know-how acquisito anche nel mondo delle costruzioni.

\* Ottavio Di Blasi è architetto e fondatore dello studio OTTAVIO DI BLASI & Partners

## RAPPRESENTAZIONI DI MARCA

**I grandi nomi dell'orologeria lavorano sodo affinché gli spazi espositivi possano**

essere sempre più straordinariamente e immediatamente espressivi. E lo stand, un tempo semplice involucro per le vetrine-prodotto e accoglienza per ospiti e addetti ai lavori, in molti casi oggi assume una funzione spettacolare. Il colpo di teatro quest'anno è stato messo a segno da Patek Philippe, con uno spazio espositivo che ha destato moltissimo interesse. Ma se lo stand della manifattura ginevrina, che tra le altre cose celebra quest'anno il suo 175° anniversario, è una novità dell'edizione 2014 di Baselworld, ci sono anche molti altri luoghi che da tempo si fanno notare. È il caso dell'imponenza lussuosa e "a tenuta stagna" di Rolex, così come dell'elegante e molto "minimalista" contrasto del bianco/nero (come la ceramica dei suoi orologi J12) di Chanel. E chi ha in mente gli allestimenti nelle vetrine della boutique Hermès di Parigi riconoscerà, nella struttura "esotica" e intrecciata dello stand della maison a Basilea, la stessa ispirazione. **P.D.V.**

