

Architettura e influencer: lo showroom di Chiara Ferragni

A Milano marmi e béton brut nello spazio minimal e di design creato per Chiara Ferragni, regina dei social media e imprenditrice del fashion system

Il luxury design si adegua alle nuove regole dell'era digitale: non solo marchi storici ma anche giovani talenti.

Lo **showroom milanese di Chiara Ferragni**, la fashion influencer divenuta ormai regina indiscussa del web marketing, porta la firma del brillante architetto [Fabio Ferrillo](#), che in questo progetto ha pensato, per fare da cornice alle collezioni della giovane imprenditrice, amate soprattutto dai giovani, di combinare **marmi ed elementi di design**.

Prada, Gucci, Tod's, Chanel, Dior: i grandi marchi del lusso, per la realizzazione dei propri spazi commerciali, si affidano in genere ad architetti quotati in grado di tradurre le diverse filosofie aziendali in **esperienze entusiasmanti di shopping**, come nel caso della [boutique di Amber&Art a San Pietroburgo realizzata da Piuarch](#). Per il pubblico più esigente, legato a brand storici e affermati, i designer plasmano luoghi quasi da sogno, studiati nei minimi dettagli, all'altezza delle preziose collezioni che ospitano al loro interno. Ma il retail design è un settore in pieno fermento, in cui il rapporto tra architettura e moda è in continua evoluzione, si arricchisce e muta costantemente, spingendosi verso **un pubblico che è oggi diverso, più giovane, dinamico, e soprattutto social**.

Nell'era della rivoluzione digitale, le riviste di moda cartacee – alle quali guardiamo con un pizzico di nostalgia – hanno lasciato il passo ai **web magazine, ai blog, a Facebook e a Instagram**, canali di comunicazione prediletti da case di moda, artisti e personaggi di ogni sorta. Le generazioni

contemporanee – in particolare i cosiddetti millennials – **scoprono il mondo del fashion system tramite immagini, video e stories**, che raccontano giornalmente i nuovi trend, traendone ispirazione e a loro volta interpretandoli ed esibendoli nuovamente sulle proprie pagine personali.

Per tanto, architetti e designer si trovano sempre più spesso al servizio di giovani imprenditori della moda che sono arrivati in modo diretto al pubblico più giovane attraverso i social network, come nel caso dell'influencer Chiara Ferragni, classe '87.

L'esempio dello showroom di Chiara Ferragni firmato Ferrillo

Milano si conferma città in movimento, capitale della moda e del design, luogo amato dai marchi più prestigiosi, che mostrano le loro sfavillanti vetrine sui corsi e le vie principali dedicate al commercio.

Lo showroom di Chiara Ferragni, ubicato in uno dei tanti e affascinanti cortili interni della città meneghina, in corso Concordia n°5, nasce da una commistione di elementi, dalla **forte qualità materica e presenza scenica**. L'utilizzo del marmo, con le sue poetiche venature e cromie, rende l'ambiente elegante, aulico, ma minimal e futuristico.



L'architetto Fabio Ferrillo, fondatore di OFF Arch, ha recepito la filosofia del brand Ferragni plasmando uno spazio che potesse rifletterla pienamente, per attrarre un target diverso di consumatori.

Nel progetto di Ferrillo, **lo showroom perde la sua funzione classica di mero contenitore di oggetti** da esporre al pubblico, ma diventa esso stesso opera d'arte, acquisendo un carattere quasi museale, in cui la scelta dei materiali, lo studio delle luci, la configurazione interna degli spazi contribuiscono a migliorare il momento dello shopping ma al contempo fanno godere al visitatore una piacevole esperienza di interior design. Il messaggio è chiaro: il luxury design non è più ormai settore esclusivo dei grandi brand storici, ma sta arrivando ad abbracciare nuove forme di vendita e di marketing, veicolate da strumenti digitali, i cui attori sono soprattutto i giovani.

Ferrillo, che per Chiara Ferragni ha inoltre ideato un pop-up store a Parigi ispirato agli anni '50, a Milano ha giocato con le contrapposizioni: **il liscio e il ruvido, il raffinato e l'industriale, il bianco e il colore**. Ad arredare l'ambiente blocchi e lastre di marmi levigati, affiancati a oggetti di

design dal carattere deciso, alcuni disegnati dallo stesso Ferrillo. A fare da sfondo, **il rivestimento in béton brut** che dà l'idea del 'grezzo', e che ricorda i dettami della corrente brutalista. Il grigio delle pareti, del pavimento e degli impianti lasciati a vista, è spezzato da una palette di colori tenui – rosa, verde, carta da zucchero – che spiccano ma non fanno perdere quella sensazione di purezza e candore alla base del progetto.

Anche le luci – piccoli faretti regolabili e neon – sono state disposte ad hoc, per creare un'atmosfera soffusa. In particolare, su un pannello nero decorato da piccoli brillantini, a voler riprendere l'idea di un cielo stellato – e che inoltre richiama le famose scarpe tempestate di glitter proposte da Chiara Ferragni – **un'insegna luminosa con il nome e il logo del brand attira l'occhio del visitatore.**



L'obiettivo di Fabio Ferrillo è stato quindi quello di voler mescolare creatività, qualità, elementi di pregio, linee pure e forme geometriche, per dare vita ad uno spazio che vuole imporsi come protagonista, in un'epoca di innovazioni, cambiamenti e trasformazioni culturali adrenaliniche, travolgenti ed inevitabili.

Photogallery





Copyright © - Riproduzione riservata