



Alan Journo

Boutique, Roma
2001

Reviews

Blueprint n.181

Marzo 2001

Quantum leap, JUMP PROFILE

Grant Gipson (Traduzione: P.G.)

[...] e io continuavo a portarci persone e a mostrarlo, la sua semplice idea era meravigliosa. Su un lato del mercato di Smithfield a Londra, il bar vende solo lattine e quando finisci di bere inserisci il contenitore in un tubo, che lo risucchia dalla tua mano per portarlo ad un sistema di riciclaggio dell'alluminio nel piano interrato. Cibo e snacks sono disponibili da un distributore automatico, e divertimento voyeuristico è a disposizione dalla strada da dove si intravede nelle toilette. Can è tanto innovativo quanto divertente. Lo studio che è alle spalle di quest'idea è Jump ed i suoi tre direttori sono al momento intorno ad un tavolo con me per raccontarmi la loro storia. Shaun Fernandes, ex studio di Ron Arad, direttore tecnico, Simon Jordan, da poco arrivato, direttore del marketing e Antonio Gardoni ex pupillo di Ron Arad come direttore creativo. Jump è uno studio interessante, i suoi tre principali componenti sono molto diversi fra loro, sia dal punto di vista culturale che creativo. Fernandes nato in Canada, Jordan in Inghilterra e Gardoni in Italia. L'ultimo, il più silenzioso, è il guru delle tendenze, Fernandes è sempre stato interessato in progetti al limite e Jordan viene da un passato di agenzie pubblicitarie come esperto di marketing. Dopo Can sono riusciti a far tornare l'attenzione su di loro con un certo stile e lo scorso settembre hanno creato due nuovi Lynx (AXE) barbershop uno in Oxford Street a Londra ed uno a Kingston.

[...] Il negozio è pensato per il grande pubblico di Lynx (AXE): ragazzi dai 16 ai 25 anni, ed i suoi creatori si sono preoccupati di inventare un ambiente rassicurante.

[...] "L'idea era di eliminare tutto quello che poteva mettere a disagio ed essere imbarazzante e creare una godibile esperienza per un ragazzo di 16 anni" dice Jordan. La soluzione propone delle "unità" autosufficienti che comprendono una sedia, specchio con schermo tv e un lavandino che ruota all'esterno, per fare in modo che il cliente non debba mai doversi muovere dalla sua postazione. All'ingresso troviamo un'area d'attesa con game boys, playstation 2 e portatili per collegarsi ad internet. Funziona perfettamente e da' un piacevole senso di privacy che deriva dall'aver tutto a portata di mano. Il lavandino a scomparsa è un pezzo di design molto pulito, quando la poltrona si reclinava e ci si appoggiava ad esso non ci si sentiva per nulla vulnerabili come quando ci si deve piegare in avanti o indietro nel lavandino di un barbiere di tipo tradizionale. Gli elementi dedicati alla clientela più giovane prendono forma nei "giochi" per i ragazzi, nell'illuminazione brillante e nella musica dance ad alto volume.

[...] Uno degli ultimi lavori è il negozio a Roma per l'esclusivo stilista Alan Journo, un lavoro per il quale sono stati raccomandati da Ron Arad, raggiungendo un risultato di alta classe indiscutibile. Altri progetti sono la creazione della marca ed immagine totale per il nuovo gelato belga "PUUR" e l'idea per un hotel appropriatamente chiamato "STAY". Molto intrigante il fatto che ci sia in cantiere anche un libro, intitolato "Food by Design" che sarà pubblicato da Booth-Clibborn, più tardi quest'anno. Fino a questo punto Gardoni ha lasciato parlare gli altri ma ora si scatena in una grande performance verbale: "È un'ossessione personale" ci confida "amo mangiare e mi piace avere ospiti, credo si tratti del mio background culturale. Quello che ho pensato è stato, 'D'accordo io sono un architetto ed un designer, ma mi piace cucinare.' Mi sono così domandato se per caso altre persone nel mio campo provassero lo stesso piacere nello sperimentare e giocare con il cibo, la sua preparazione e la sua forma." Per scoprirlo Antonio Gardoni e Jump hanno invitato un gruppo di architetti e designer a creare un menu per un immaginario dinner-party. I risultati sono affascinanti. Droog design ha spedito un'idea per un muro commestibile. Javier Mariscal si è inventato una ricetta di pollo e verdure, mentre a quanto pare il piatto preferito di Richard Meier è il pollo marinato nella coca-cola e cotto al barbecue. Come Gardoni

mi fa notare "a volte il cibo sembra essere una logica creazione che parte dal loro lavoro, altre volte, le ricette diventano esse stesse un chiaro 'manifesto". Il progetto si inserisce perfettamente con la filosofia e la visione dello studio per il futuro.

[...] Siamo circondati da fenomeni culturali senza sapore, bisogna tornare a pensare alle persone e non sempre agli oggetti".

È questo senso di avventura che ha reso Can così affascinante per me. Ha rotto molte delle regole convenzionali nel design dei bar. Né Can né i suoi creatori possono certamente essere accusati di essere senza sapore.

Interni

N. 521 - Maggio 2002

Allan Journo Boutique, Rome

Metal reflexes

Photos by Alberto Ferrero - text by Micaela Monaco

Their project, rather than focusing on itself, forms a refined architectural and materic frame for the products on display. And the products, raised to this role as leading players, seem to depart from their intrinsic commercial value, becoming object-sculptures with their own visual impact.

The architecture avoids showy gestures to leave room for the dresses and coats which, in rigorous harmony, are matched with multicolored accessories that enliven the walls. But all this doesn't mean that a very precise design process hasn't gone into the work. In fact, in tune with the fashion it displays, the shop offers a situation of intentional contrast with the otherwise bon ton context of the other shops and showrooms on the very central Via di Fontanella Borghese. The design is free of any conformity to standard taste and current trends, demonstrating that even when starting with a traditional base -the palazzi and neoclassical spaces of the center of Rome- it is possible to follow alternative paths of communication in the language of architecture and design.

Through an innovative interpretation of the concept of reutilization, the limitations imposed by the almost claustrophobic dimensions of the available space (a former bookstore) have been exploited, making them into the particular features of the design: the unusual plan, in the form of a guillotine, has been utilized as the main point of reference for every other structural intervention, starting with the entrance wall, that also functions as a shop window and, in its asymmetrical arrangement with respect to the overall layout, optically expands the proportions.

The potential of a small but high volume has been optimized with the construction of a loft level that overlooks the retail space below from a balcony. The ground floor space has a two-storey height only near the window-entrance, and thanks to the presence of the mezzanine it is divided into two distinct parts: the displays near the window, lit by natural sunlight, and the sales area below the vault of the mezzanine, with an artificial lighting system of great theatrical impact, and the organic forms of a metal counter.

The mezzanine, accessed from a short staircase with steps partially covered in chromium-plated aluminium, has a reduced height, with floor and walls in white laminate. This level is organized as a corner for relaxation, a sort of "meditation room" in which to calmly decide on purchases. Chromium-plated metal plays a decisive role in the design, not only for its intrinsic character as a high-tech material, but also for its non-color value and the tactile experience of uniformity associated with its image. It contributes to break up the uniformity of the white facing of the walls, ceilings and floors, accompanies the hand of the architects in the structural interventions, and helps to create an environment in which the masking of the real volumes, also achieved through skilful placement of mirrors, is combined with the desire to design a "neutral" container.

But the pursuit of uniformity is also the result of the need to rationalize space. The necessary avoidance of cumbersome furnishing elements such as shelving and cabinets for the garments has led to the decision to equip the two long walls with a flexible system of display fixtures, rigorously in

chromium-plated metal, that makes it possible to take advantage of every centimeter of space for the display of merchandise. The products are visible from the street thanks to the presence of the entrance-display window, framed by a row of lightbulbs to capture attention at all hours of the day, in any shopping season.

[immagine 1] View of the mezzanine, from the fitting room screened by a metal fringe curtain. Though open on the lower level, the space is intimate and cosy, with floors and walls in white laminate, and the striking presence of a red divan designed in 1970 by Studio 65, now re-produced by Edra. The cactus, on the other hand, is an original piece by Gufram.

[immagini 2 e 3] Views of the ground floor. The design choices bring out the contrast between the formal composure of the space and the imaginative miscellany of colors of the accessories on display; this approach makes it possible to dilate the volumes, decorated with only a few elements, like the series of hanging lamps infinitely reflected in the chrome balustrade of the mezzanine.
