

FASHION

# Philipp Plein ama gli orologi almeno quanto te

Il designer lancia la sua prima collezione di orologi e racconta di come l'ha creata e come sono nati i suoi simboli

Di Micol Barto Resmini

5 novembre 2021



(Photo by Han Myung-Gu/WireImage) Han Myung-Gu

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

1382303

Un esagono, due P che si specchiano, un teschio, l'uso ricchissimo di Swarovski: basta uno di questi simboli per sapere che si tratta di un prodotto Philipp Plein. «I simboli – racconta – sono la chiave del successo perché un brand, per essere tale, deve essere immediatamente riconoscibile. Nel mio caso ci sono l'esagono, che nelle mie boutique trovate ovunque anche nei pavimenti e negli arredamenti, dai tavoli alle sedie ai tappeti.»



Ora questi simboli sono i protagonisti della sua prima collezione di orologi: ben 91 pezzi, presentati in anteprima a Milano, ma come sono nati? «Ero in aereo – ricorda - e pensavo che ogni brand oltre a un nome ha bisogno di un simbolo che fosse riconoscibile anche in assenza del nome, perché non posso utilizzarlo ovunque. Ogni brand ne ha uno: la H di Hermes, la G di Gucci, l'aquila di Armani, il cocodrillo di Lacoste, il cane di Trussardi o il giocatore di polo di Ralph Lauren... Ho iniziato a pensare che il mio nome era pieno di lettere P e ho deciso di usarne due, poi ho visto l'esagono che è una forma molto forte e mi piaceva e mi piaceva che le P guardassero ovunque e rispettassero una simmetria. L'idea è nata in 10 minuti e l'ho disegnata nei successivi 15 minuti sul retro di un giornale. Il teschio, invece, è nato prima: all'inizio della mia carriera, quando mi occupavo di arredamento. Ai tempi Swarovski aveva appena inaugurato una divisione per l'home decor e mi fecero visita in ufficio per vendermi dei cristalli, che a me non servivano perché io realizzavo mobili, ma il rappresentante insisteva sul fatto che avessero sviluppato una tecnica per applicarli anche in questo settore, ma io non ero interessato. Due anni dopo andai a Maison & Objet a Parigi, fiera che dava molto spazio ai complementi d'arredo, e decisi di fare dei cuscini. Volevo che fossero speciali. In quel momento mi ricordai del ragazzo che mi aveva parlato della possibilità di mettere degli Swarovski anche sulla pelle e realizzai dei cuscini con questa caratteristica per decorare i miei divani. Ne avevo con un cuore, le P, le scritte sexy, famous, glamour e uno con il teschio, che fu il best seller. Quando decisi di fare delle giacche, scelsi vecchie giacche militari tedesche e le decorai con delle pietre: usai il teschio, che aveva avuto successo anni prima sui cuscini. Fu il mio primo grande successo.»

PUBBLICITÀ







Per quanto riguarda gli orologi, il designer ha ben chiaro il motivo per il quale ogni uomo dovrebbe portarne uno. «Un uomo – spiega Philipp Plein- normalmente non porta molti gioielli e non ha la possibilità di decorarsi come fa una donna, quindi l'orologio e le scarpe sono accessori molto importanti per un lui. Abbiamo sempre un telefono in mano: certo non si usa l'orologio per sapere che ore sono, il suo ruolo è sempre più decorativo, non funzionale.»



Strano a dirsi, l'uomo che vende - e bene - t-shirt con prezzi che vanno da 400 a 1.200 euro e sneaker fino a 5.000 euro ha scelto per l'orologeria una strada più accessibile, come omaggio all'alta orologeria. «Quando ho iniziato il progetto dell'orologio la prima idea era quella di creare pezzi molto costosi, ma poi ho capito che non avrei potuto competere con le maison del settore perché a certi prezzi devi confrontarti con dei colossi storici e per diventare competitivi serve tempo perché non è una semplice questione di design. Quando si tratta di orologi devi rispettare la storia dell'arte orologiera, le conoscenze, i dettagli e le difficoltà che realizzare certi movimenti comporta. Non penso che un brand fashion, e non è una questione di prezzo, possa competere con realtà come Patek Philippe, Audemars Piguet, Rolex... Questo vale anche per me: se spendo determinate cifre voglio un orologio di una maison storica ma se entro negli orologi fashion è diverso e ora ho creato esattamente gli orologi che avrei voluto indossare.»



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

1382303