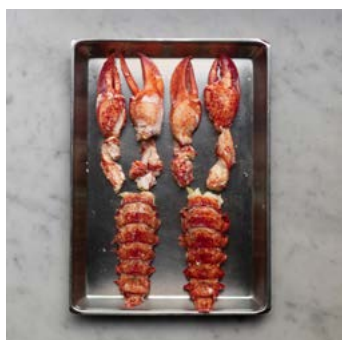
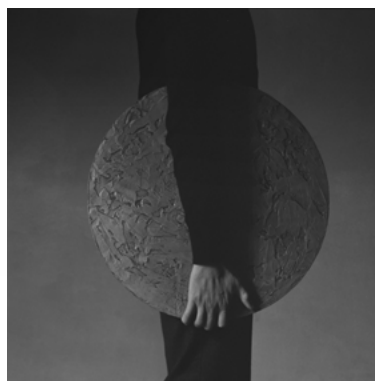
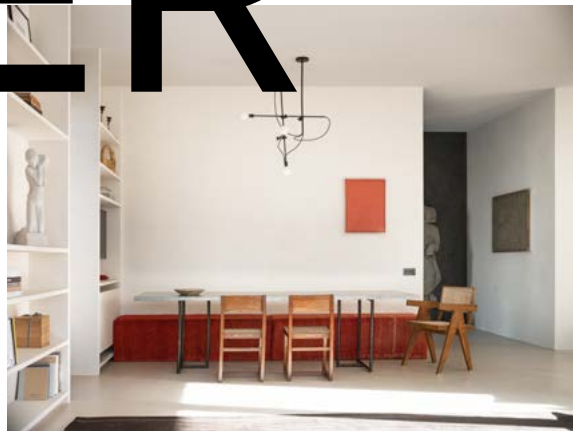


# STUDIO OVER



- with  
Arianna Roda  
Francesca Oggioni  
Frangente  
From Lighting  
Nicolas Denino  
Oralae  
Paolo di Lucente



C'è qualcosa di sottile che accomuna la costante ricerca di designer, artisti, architetti e innovatori. Qualcosa di impercettibile e pieno di bellezza, così come la intendono i matematici: armonica e funzionale allo scopo; è l'occhio a coglierla e a farci sapere di averla raggiunta proprio come l'orecchio fa per le sinfonie.

L'armonia ha bisogno di struttura e proporzione, e non arrivano per caso, ma sono frutto di osservazione e sapiente replica del mondo naturale. Non a caso, alcuni degli oggetti di design più iconici hanno nomi che lo evocano, come la lampada Eclisse disegnata da Vico Magistretti, o il tavolo Tulip dell'architetto Eero Saarinen.

Se lo sguardo va dove l'energia si sposta, ovunque guardiamo, troviamo proporzioni armoniche. Come ad esempio la più famosa, la sezione aurea, presente nella formazione degli uragani e nell'entropia dei buchi neri, nella disposizione degli stami dei fiori e nella forma delle galassie. Una proporzione così perfetta da aver ispirato le grandi opere artistiche e architettoniche del passato, come il Partenone di Atene e la Gioconda di Leonardo, fino alle più recenti applicazioni come ne *Le Modulor* di Le Corbusier.

Senza citare solo i maestri, l'armonia è ciò che ritroviamo nel quotidiano: in un bouquet sul tavolo, nel design di una stanza ben progettata, negli equilibri di luce e ombra di un'immagine, nella creazione di un logo, nel contrasto di sapori in un piatto. Alla fine, l'armonia - quel qualcosa di sottile - è ciò che ricerchiamo nella vita senza però saperla chiamare così: allo stesso tempo presupposto e risultato finale.

Tra design, arte, installazioni floreali, fotografia e proposte gastronomiche: la seconda edizione del magazine di Studio Over, in collaborazione con Erica Cariello, esplora le sfumature dell'armonia, presentando una selezione di contributor che arricchiscono la conversazione su ciò che è contemporaneo. È un luogo di condivisione e scambio, di passioni e riflessioni, di relazioni. Un giornale di carta pensato per raccogliere i più recenti lavori di art direction e graphic design dello Studio, ma anche una selezione di brand, progetti e realtà di nicchia.



Studio Over è uno studio indipendente fondato da Nicolas e Thomas Gelati nel 2012. Si occupa di art direction, brand identity e digital design con uno stile essenziale ed elegante che unisce visione strategica, cultura e bellezza.

Ogni progetto si basa su una solida ricerca visiva e ha l'obiettivo di tradurre storie, idee e messaggi in una forma chiara, semplice e riconoscibile.

Studio Over esplora con curiosità il mondo della carta e della stampa tradizionale così come gli strumenti digitali, nella convinzione che equilibrio e armonia siano concetti universali, applicabili in qualsiasi contesto.

Erica Cariello è una Creative Strategist e Copywriter indipendente. Negli anni esplora le potenzialità del digitale grazie ad esperienze nel mondo dell'editoria su progetti cross settore. Oggi collabora con brand e agenzie allo sviluppo di campagne pubblicitarie su consulenze strategiche.

È contributor per magazine online e cartacei. Cura una newsletter personale, chisseneffrega, su creatività e approfondimenti culturali, seguita da migliaia di iscritti.

Vive e lavora tra Milano e le Cinque Terre.

## NICOLAS DENINO

[Bio] Nicolas Denino nasce a Montevideo (Uruguay) nel 1985. Inizia a lavorare nel mondo della moda e del design in diverse città europee e nel 2014 si avvicina all'arte contemporanea, studiando pittura da autodidatta. Nel 2019, dopo un periodo trascorso a New York, decide di dedicarsi interamente all'arte. Dal 2022 prosegue la sua ricerca nel campo della pittura, della scultura, della ceramica e, più in generale, nel mondo del progetto, tramite collaborazioni con aziende di design, soggiorni studio e produzioni in Marocco.

Sono i flussi di energia ad essere il nodo centrale della ricerca di Nicolas Denino. Le forme blu, che caratterizzano il suo lavoro, rappresentano l'emblema della sua poetica: sono metafore di esseri che si incontrano e si scontrano mentre fluttuano "nel mondo" senza mai riuscire a fondersi. Richiamano una profonda riflessione contemporanea ispirata dalla teorizzazione della Società Liquida di Zygmunt Bauman: lo sfrenato individualismo e la mancanza di un senso di comunità rende difficile il consolidamento delle relazioni.

Così, nelle opere di Denino, la tensione tra le forme riflette l'incapacità dell'essere umano di stabilire quelle connessioni che stanno alla base di relazioni solide, mentre il colore blu, creato dai lapislazzuli, richiama la forza di un'energia spirituale che scorre sulle cose, sopra le cose, crea spazi, volumi e ci avvolge. È la profondità di un mondo interiore che dirompe e si impone allo sguardo. È l'invisibile che si rende visibile.



# H



## PAOLO DI LUCENTE

Saper raccontare una storia completa nella semplicità di un'immagine è un'arte che Paolo di Lucente conosce bene. Il suo lavoro si colloca all'intersezione tra ritratto, paesaggio, natura morta, moda ed una costante ricerca di immagini sospese nel tempo; raccolte, quasi sussurrate eppure così complete. In ogni scenario ci sono materia e texture ad accompagnare il gioco di luci e ombre che armonizzano il contesto. Le sue immagini sanno essere quasi metafisiche, senza risultare statiche o, al contrario, troppo posate, ma rivelate con una maestria di linguaggio che o ti appartiene o niente. Paolo Di Lucente rivela punti di vista inusuali, scene di vita quotidiane profonde e da interpretare nei loro ingredienti ben calibrati: luce, geometrie, soggetti, composizione e anima.

[Bio] Paolo Di Lucente è un fotografo italiano con base a Roma. Classe 1984 inizia il suo percorso alla Scuola Romana di Fotografia e dopo gli studi si trasferisce a New York dove assiste diversi fotografi di moda.

Alcune delle sue fotografie sono apparse su: Arena Homme +, AnOther, Cartography, Dapper Dan, Dune, M Le Monde, Interview Germany, Rivista Studio, The Gourmand, Vogue Italia e Wallpaper\*.

# A



## FRANCESCA OGGIONI

[Bio] Francesca Oggioni, architetto e designer classe 1977, si laurea in Architettura al Politecnico di Milano nel luglio 2002 e si trasferisce pochi mesi dopo a Londra dove collabora con diversi studi di architettura e urban planning tra cui EDAW, HOK and Lifschutz Davidson Sandilands. Nel 2010 fonda Griffin Oggioni Architects insieme a Nina Griffin-Sahebkar. Oggi è founder di FO Studio, a Milano. Alcuni dei suoi progetti sono stati pubblicati su House&Gardens, Elle Décor Italia, nel volume Classic Residence (Beta Plus Publishing) e nella campagna autunnale di Zara Home 2019.

Dopo aver collaborato inizialmente su progetti di larga scala, come il masterplan per gli Olympics a Londra con Edaw, Francesca Oggioni sente presto l'esigenza di focalizzarsi su oggetti architettonici di dimensione più modesta. Progettare case private è da sempre il suo obiettivo e, per inseguirlo, nel 2021 fonda FO studio, situato in un atelier d'artista a nord della zona Brera a Milano, insieme a quattro architetti poliglotti e dal background internazionale, con cui condivide gli stessi valori. Il miglior merito che le è stato attribuito è quello di disegnare spazi "calmi" e infatti, secondo la sua visione, la casa è il rifugio dove i sensi si rilassano e ci si concentra sugli affetti e le connessioni con se stessi e i propri cari. Per questo Francesca sostiene da sempre che ogni casa parla una lingua personale e legata al suo proprietario: il compito dell'architetto è tradurre questa lingua in forme e scelte architettoniche coerenti e consistenti. L'armonia ne è il risultato.



# R

## FROM LIGHTNING

A Padova, dove nasce FROM LIGHTING, si è circondati da un paesaggio industriale diversificato, dove il buon design è tradizione. Nel team del brand si condivide la stessa visione su come stabilire un modo per fare affari rispettosi e significativi, pensando al futuro degli aspetti culturali del design. Produrre localmente è un altro valore cardine, tant'è che nel nome del brand la parola "from" dà voce alle origini degli oggetti che si producono, che non sono solo lampade, ma prodotti freschi, duraturi e iconici pensati per reinventare convenzioni fin dal primo schizzo.

Come azienda di design che mette in circolazione nuovi prodotti, la sostenibilità è un valore fondamentale del loro fare. Al centro delle sfide progettuali di FROM LIGHTING ogni dettaglio è curato per essere efficiente e durevole. E con una promessa: "se un giorno qualcosa dovesse rompersi, lo ripareremo."

[Bio] From Lighting è un giovane marchio indipendente che sviluppa lampade di alta qualità accuratamente realizzate in Italia. I design sottendono a un'innovazione tecnologica sottile che si abbina al vivere contemporaneo e sempre guidati dalla ricerca dell'iconico. In tutti i prodotti si sperimenta il filo conduttore della sostenibilità: imballaggi ecologici, materiali riciclabili e prodotti realizzati così bene da essere conservati a lungo e progettati per essere sempre riparati. E che mirano alla perfezione.



M

## ORALAE

Design è insieme percezione ed emozione; è funzione e performance; è ricerca ed esperienza. Oralae si rivolge a chi seleziona con cura la qualità Made in Italy negli oggetti e *nécessaires* di uso quotidiano. Così il sorriso, se prima trattato con cura superficiale, riprende il suo posto tra gli step fondamentali della beauty routine, tra rituale, culto del sé, buona abitudine e disciplina.

Le formulazioni vegan e cruelty free sono il risultato di un anno di equilibrata ricerca insieme al supporto di professionisti del settore, per rendere i prodotti quanto più clean e innovativi possibile. Accurati quanto la scelta degli ingredienti (come l'aloè vera e l'acido ialuronico) i packaging sostenibili e la visual identity di Oralae trasmettono un senso materico e sensoriale, seppur d'ispirazione minimalista, che si rivolge a chi ricerca l'armonia estetica e funzionale.

[Bio] Antonella Sechi, sarda ma milanese di adozione, designer e founder di Oralae. Lavora come direttore creativo per un noto beauty brand italiano e matura grande expertise nel settore della skincare. Ma è dalla spinta emotiva del suo travagliato rapporto con l'ortodonzia, fatto di trattamenti e insicurezza, che nel 2022 fonda il suo brand indipendente con l'obiettivo di diffondere la visione dell'igiene orale come strumento di empowerment e consapevolezza di sé. Per elevare l'oral care ad un rituale quotidiano di cura, benessere e amore.

0



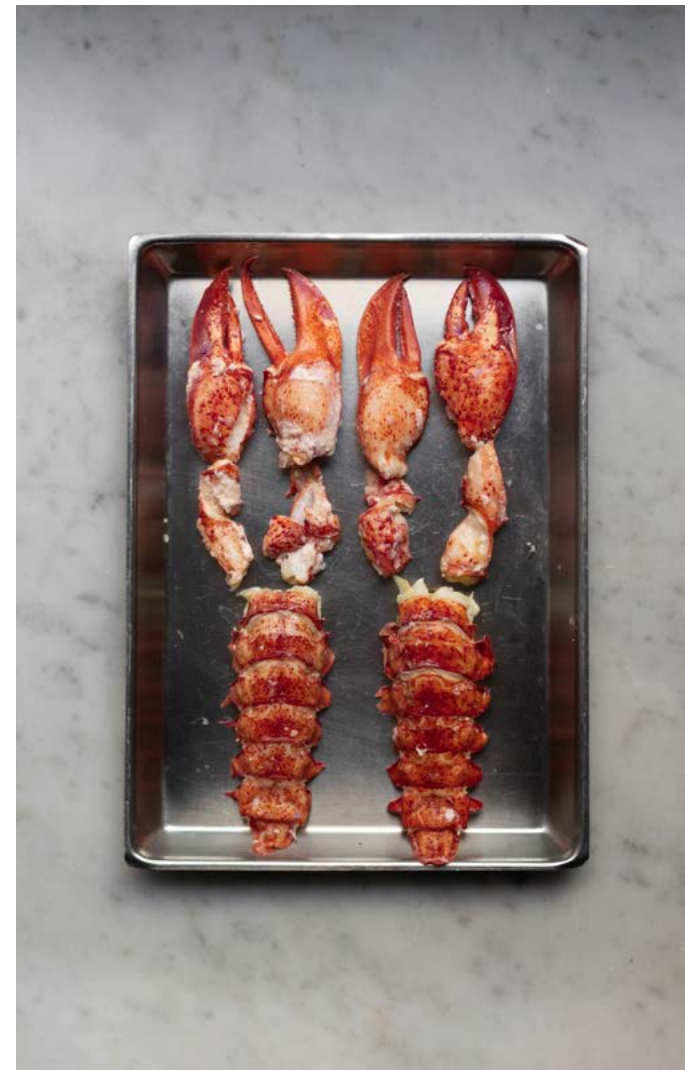
## FRANGENTE

[Bio] Frangente è un ristorante a Milano; nuova casa dello chef Federico Sisti, già noto per la cucina all'Antica Osteria il Ronchettino, e dei suoi soci Josef Khattabi, Laura Bencini e Enrico Cruccu. Un luogo, ai confini settentrionali dell'area tra Porta Venezia e Lazzaretto, che nasce dal desiderio di avere uno spazio sempre in evoluzione, in cui cucinare liberamente e far vivere un'esperienza rilassata.

Varcando la porta d'ingresso di Frangente si entra in uno spazio coinvolgente, generoso, figlio di ricette della campagna, del mare e della Romagna, rilette in chiave contemporanea. L'ambiente trasporta in un paesaggio di mare, già dall'insegna con un logo a lettere maiuscole disposte a mo' di onda, passando dai colori che ricordano l'Adriatico delle spiagge di Rimini e Riccione, ai quadri con riferimenti al surf.

Classificarlo soltanto come 'ristorante italiano' lo incasella in una categoria che la "cucina libera" di Federico Sisti non prevede, ma che rivela genuinità, armonia e rispetto delle persone, clienti e personale inclusi, delle materie prime freschissime e di ottima qualità, che sono il vero punto di forza di Frangente.

La cucina è al tempo stesso confortevole e creativa, con una proposta gastronomica ben definita: piatti della cucina tradizionale di ispirazione soprattutto milanese e romagnola con un tocco di innovazione, sempre ben equilibrato.



# N



## ARIANNA RODA

[Bio] Arianna Roda è una Creative Director, Image Consultant, Producer e Flower Designer basata a Milano. Inizia il percorso di studi in Arte e poi in Fashion Styling presso l'Istituto Marangoni a Milano e la Central Saint Martin a Londra. Lavora nel mondo del lusso nella comunicazione digitale in maniera multidisciplinare. I suoi lavori sono apparsi su riviste come Harper's Bazaar e Vogue e ha collaborato con marchi come Pomellato, Dior, Bottega Veneta, Palm Angels, Givenchy Beauty e Kenzo parfums.



Quando crei opere da fiori, steli e foglie, formando una sorta di ordine mentale dal caos, stai davvero coltivando anche i tuoi pensieri. Alcune combinazioni floreali possono sembrare imperfette - seppur improvvisamente calmanti, sorprendenti o piacevoli - anche se non possiamo esprimere esattamente il perché. È così che nasce ogni progetto creativo di Arianna Roda: dal desiderio di esprimere uno stato interiore, per frammentarlo, decifrarlo e portarlo ad uno stato di chiarezza armonica. Il suo design istintivo è arricchito da una profonda conoscenza e contaminazione del mondo della moda, oltre ad una costante ricerca estetica.

Le composizioni floreali sono entrate in maniera armonica nella vita di Arianna, come una naturale evoluzione del fashion styling, grazie ad un approccio autodidatta che consente di rivolgere lo sguardo oltre i confini del metodo classico.



Y

# MAD ABOUT

Tutto passa ma c'è qualcosa che resta: la passione per la fotografia, i grandi maestri del design e il gusto per il bello. Meglio se senza tempo.

Così come lo yin sta allo yang, così anche il duo di Studio Over si completa: Nicolas e Thomas Gelati, interpretano entrambi il mondo creativo bilanciando art direction e management e assorbendo, quasi per osmosi, le influenze l'uno dell'altro. Lo studio di consulenza creativa fondato nel 2012 ha un'estetica ben definita che si potrebbe sintetizzare in "moderna ed elegante" – «è una definizione che mi fa sentire bene; è qualcosa di nuovo ma non per forza estremamente attuale», spiega Nicolas – e che mescola influenze dal mondo della fotografia, dell'architettura e del design.

Studio Over indaga il mondo della carta e della stampa tradizionale così come gli strumenti digitali nella convinzione che equilibrio e armonia siano concetti universali applicabili a qualsiasi contesto. Per questo l'intervista che segue non parla di progetti, ma sfrutta un argomento sottile, quello dell'armonia, per fare il punto sul futuro dei linguaggi. E di come la creatività sia un ciclico work in progress.

**“Mad about Harmony” è lo statement di Studio Over. In che modo il concetto di armonia influenza la vostra progettualità in termini di ispirazioni, ricerca e output?**

N: «Come creativo, trovo che i trend siano stimolanti ma non sono gli unici elementi a guidare la mia ricerca. Li considero come suggestioni e opportunità. Mad About Harmony nella progettualità è per noi il poter offrire al cliente un servizio che duri nel tempo, il più possibile. Come le migliori melodie che sentiamo ancora oggi.»

T: «Ci piace sviluppare un progetto finale che non sia “a scadenza”, o che segua troppo le tendenze con il rischio di risultare obsoleto dopo poco, ma qualcosa che per i prossimi anni mantenga la propria personalità.»

**Non solo progetti. Dove si colloca l'armonia nelle vostre vite?**

N: «Una cosa che mi viene detta dalle persone è che sono estremamente curioso perché mi piace conoscere i dettagli di mondi trasversali e non scontati. Sono appassionato di cucina e ristorazione, della creazione dei piatti e della scoperta dei sapori, per me è un hobby.»

T: «Cerchiamo di vivere una vita equilibrata, anche nel rapporto con i nostri clienti, di cui la stima è la base della nostra relazione. E non è scontato. L'armonia è anche dialogo e uno stile di vita che poi riportiamo nello sviluppo dei progetti.»

**Parliamo di forecast. Come si evolverà il concetto di armonia?**

N: «Come le ultime sfilate uomo di Milano Fashion Week '23: minimalismo. Basta streetwear, basta neobarocco. Negli ultimi anni c'è stata una grande fonte di ispirazione e mix di linguaggi, dirompenti legati al clubbing, mentre la prossima evoluzione sarà legata a ispirazioni più analogiche, silhouette pulite e volumi attualizzati. Già da tempo le persone ascoltano sempre più vinili e scattano soprattutto in pellicola, è una caratteristica anche delle più grandi agenzie di fotografia di moda. Penso che ci sarà sempre spazio per narrative *disruptive*, così come per ispirazioni senza tempo. Ma i linguaggi sono così, vanno, vengono, ritornano...»

T: «Facendo un parallelismo con il mercato finanziario, argomento di cui mi interessa nel tempo libero, pochi valori rimarranno sempre fondamentali per valutare un'azienda. L'armonia è così, il pilastro imprescindibile di un progetto che vuole durare nel tempo. E infine è anche quell'elemento che unisce periodi o stili diversi.»

# HARMONY



Studio Over

IT - 20136 Milano,  
viale Bligny 29  
(+39) 02 87169972

IT - 46019 Viadana (MN),  
via Fossola 26/b  
(+39) 334 9346953

info@studio-over.net  
www.studio-over.net  
@studio\_over