

CONCEPT CREATO PER LA CITTÀ MENECHINA CON ATMOSFERE DIVERSE DA QUELLE DEGLI ALTRI STORE

# Mango dà vita a un flagship store moda-design su misura per Milano

Testo e foto di Anna Bertolini

All'insegna del fashion in simbiosi con l'arte e il design, ha aperto nel cuore di Milano il primo flagship store dello spagnolo Mango. Con una superficie di 775 mq declinati su tre livelli (ai quali si sommano 150 mq di magazzino), il flagship di corso Vittorio Emanuele è la 28ª presenza

1. *Ampi spazi nei quali il brand è appena accennato*
2. *Soluzioni d'arredo versatili*

del fast retailer sul territorio italiano ma è anche il palcoscenico della passione e dell'inclinazione che il brand manifesta per il design e la creatività. In occasione dell'apertura Mango ha lanciato, infatti, il progetto Artitude a sottolineare quanto l'arte faccia parte della sua vision. "Pensiamo che il futuro sia quello di connettere l'attività produttiva con il design e la creatività e non con capacità logistiche e industriali", sottolinea Daniel Lopez, direttore della gestione immobiliare e board member partner di Mango. Il percorso di Man-

go nel mondo dell'arte è, quindi, un cammino fluido che trova nel flagship store milanese una conferma rispecchiando, tra l'altro, l'impegno del retailer sul mercato italiano ritenuto tra le priorità strategiche di questi ultimi an-

ni. Tra il 2008 e il 2009 Mango ha incrementato, infatti, il fatturato Italia del 23% annoverando 6 nuovi punti di vendita. L'obiettivo è quello di incrementare la sua presenza con 20-25 aperture entro la fine del 2010. ■



## Problemi di vicinato?

Sarà forte la competizione con gli altri retailer presenti in corso Vittorio Emanuele. Soprattutto quella con **Zara**, insegna fast fashion **posizionata esattamente di fronte al flagship store Mango**.



## Libertà di movimento

Il livello terra, come gli altri due piani che compongono il flagship, si evidenzia per **l'ampiezza degli spazi**. I capi sono disposti a parete con alcune eccezioni per quelli esposti sui tavoli. Questa disposizione favorisce la percorribilità dello store, anche se **la simmetria crea non rende particolarmente movimentato il punto di vendita**.

## Per le signore camerini solo su un livello

**Il livello inferiore** è dedicato totalmente al mondo femminile così come il livello terra. Tra i due, però, è **l'unico ad avere i camerini**. Una cliente che decide di provare un capo esposto al piano terra dovrà, quindi, recarsi al livello sottostante. Una soluzione non sempre accettabile.



Percorribilità  
Complementarità  
Attrezzature  
Disposizione camerini

PAROLA D'ORDINE:  
SPAZIO



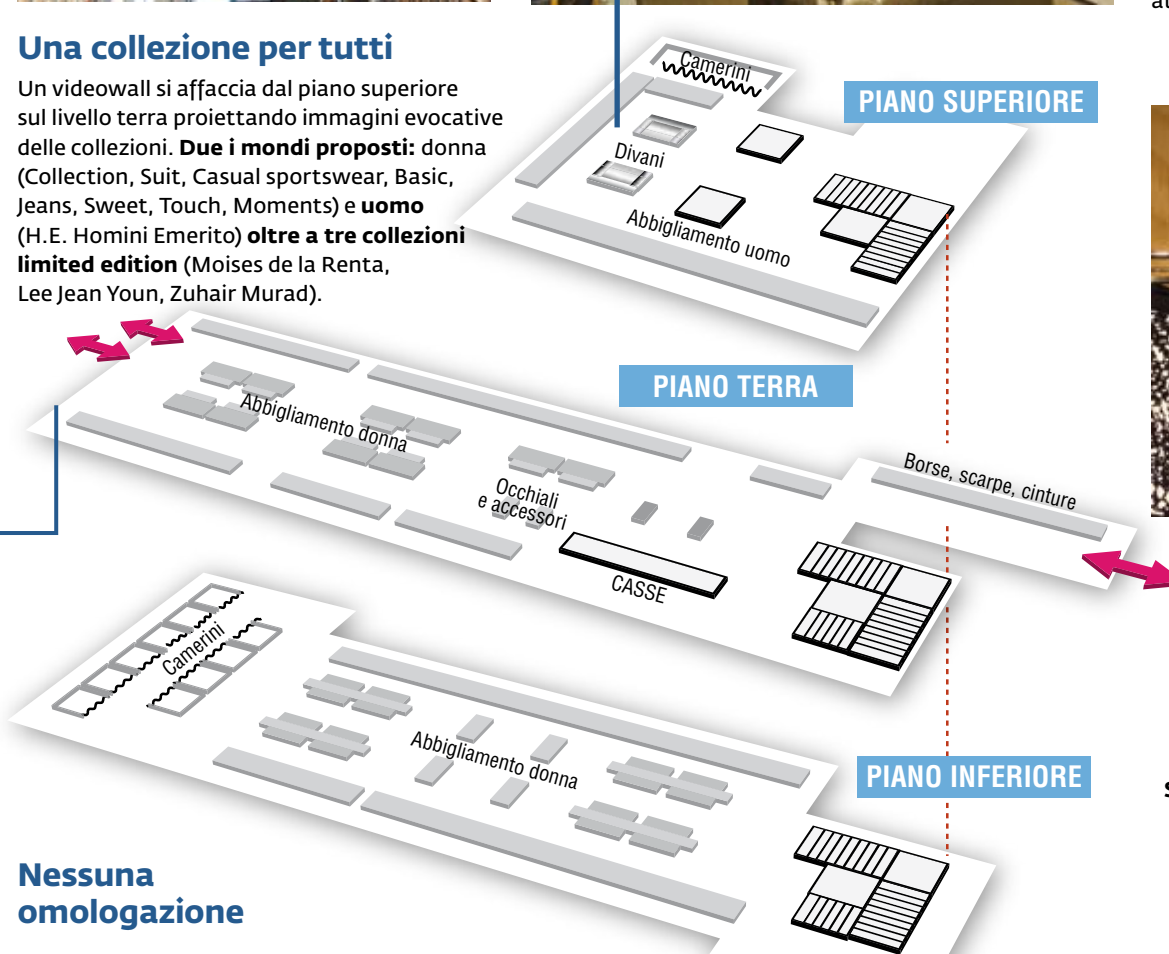
## Una collezione per tutti

Un videowall si affaccia dal piano superiore sul livello terra proiettando immagini evocative delle collezioni. **Due i mondi proposti:** donna (Collection, Suit, Casual sportswear, Basic, Jeans, Sweet, Touch, Moments) e **uomo** (H.E. Homini Emerito) **oltre a tre collezioni limited edition** (Moises de la Renta, Lee Jean Youn, Zuhair Murad).



## Un salotto per l'uomo

L'ultimo piano è per l'uomo. Un salotto con tanto di tappeto e tavolino accoglie il pubblico maschile ricreando **un ambiente più soft e meno avvezzo alla frenesia dello shopping**. Restano invariati i codici colore che caratterizzano lo store oltre a essere immutate le attrezzature e l'illuminazione.



## Minimal brand

**Le attrezzature sono brandizzate** con il logo Mango. Così come al piano superiore, dove è presente la collezione uomo Homini Emerito, tutto è contrassegnato dal logo H.E. **Sono le uniche manifestazioni del brand, oltre all'insegna esterna.**

## Nessuna omologazione

A sottolineare l'inclinazione all'arte e al design del retailer spagnolo, nella vetrina su corso Vittorio Emanuele è stata installata un'opera creata dall'artista Duilio Forte realizzata appositamente per il flagship milanese. L'unicità della scultura evidenzia, inoltre, la **singularità del concept del nuovo store ideato appositamente per il capoluogo lombardo**. Gli altri flagship store di Londra, New York, Parigi ecc. riflettono, infatti, atmosfere diverse legate alle città che li ospitano senza omologazione.



## La versatilità degli accessori

L'area degli accessori è minimal sia nelle attrezzature sia nell'offerta. La disposizione delle mensole può essere facilmente modificata grazie a **un sistema di incastri a parete che rendono l'esposizione versatile e adattabile a diverse soluzioni**. L'uso del vetro crea qualche problema di pulizia che poteva essere evitato con l'utilizzo di ripiani in legno.