

RESTYLING DEL FLAGSHIP DI CORSO VITTORIO EMANUELE A MILANO IN OTTICA DI NATURALITÀ E SENSUALITÀ

Max Mara si sviluppa per mondi e aggiunge la casa, il design e la sposa

Anna Bertolini

Si tratta del più grande progetto retail realizzato fino a oggi del gruppo capitanato da Luigi Maramotti, con un percorso di fruizione incentrato sulla sorpresa evidenziato da un layout verticale. Questo in sintesi il rinato flagship store milanese di Max Mara Fashion Group di cor-

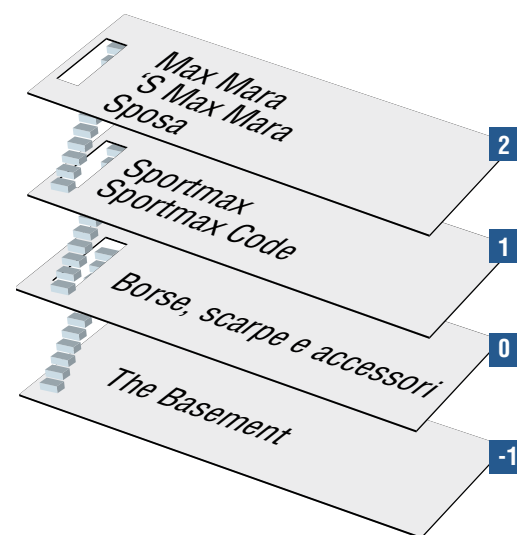
1. Livelli differenti declinati per prezzo e brand
2. Contaminazione tra abiti e arredo

so Vittorio Emanuele dove, su una superficie complessiva di 1.400 mq distribuiti su 4 livelli, trovano ampio spazio alcuni dei suoi marchi principali. Ogni piano ha una caratteristica diversa che delimita i tratti distintivi dell'offerta che insegue, tra l'altro, una logica di prezzo: dal brand Weekend al piano interrato con capi pratici e funzionali a Max Mara e 'S Max Mara all'ultimo livello con proposte dal taglio sartoriale.



La complementarità è di casa al -1

The Basement, così è chiamato il piano interrato, ospita le collezioni Weekend e il denim in complementarità con una selezione di oggetti di design e arredo curata da Rossana Orlandi. Un'isola all'interno del flagship dove contaminazione e naturalezza degli elementi sono il vero ricettore di una grammatica di forme e materie diverse dal resto dello store.



Percorso fluttuante

Ogni livello è arredato in modo consono al mood del marchio che ospita.

Persino i manichini sono diversi a seconda della tipologia di stile e marchio degli abiti indossati al fine di meglio caratterizzare e interpretare il linguaggio di ciascun brand. Su ogni piano è evidente, inoltre, l'interazione tra capi e accessori in ottica di servizio alle clienti.



Photo: Andrea Martiradonna



Un'area per sognare

L'ultimo livello ospita anche un'area dedicata agli abiti da sposa. **Ambiente ovattato**, per mettere a loro agio le future signore, e **ampi spazi**, in grado di accogliere gli accompagnatori, caratterizzano una zona che raccoglie in sé tutti i sogni di una giovane donna.



Forte impatto visivo

Ideato dallo Studio Duccio Grassi Architects, lo store si avvale di **alcune componenti di arredamento dal forte impatto visivo oltre che funzionale**. Nella foto, una parete in legno listellare che funge anche da cassetteria per riporre i capi.

Un palcoscenico per dialogare

Il piano terreno accoglie **un'area palcoscenico** a tema che mensilmente ospita un'ambientazione diversa legata alle collezioni. A ridosso delle vetrine (prive di infissi), questa zona ha l'ambizione di **dialogare con l'esterno creando un luogo di visione ed emozione**.



Style & stairs

Elemento caratterizzante dal forte impatto visivo è la **scala elicoidale** che accompagna il visitatore lungo il suo percorso verso i piani alti. Di diverso impatto, invece, **la scalinata che porta al piano interrato**: dimensioni ampie e gradinate in pietra in stile metropolitano per accedere all'area dedicata alla contaminazione, The Basement.

Accessori sotto i riflettori

Ad accogliere le clienti al piano terreno è l'area dedicata agli accessori. Un intero piano consacrato a scarpe e borse in un **ambiente dai volumi ampi e spaziosi**.

