

Servizio Retail

# A Milano il nuovo illy caffè firmato Citterio-Viel

In via Montenapoleone 19 il primo flagship store italiano che si articola nel cortile e nelle sale a piano terra di un palazzo storico del Quadrilatero

di Antonella Galli  
28 settembre 2022



## I punti chiave

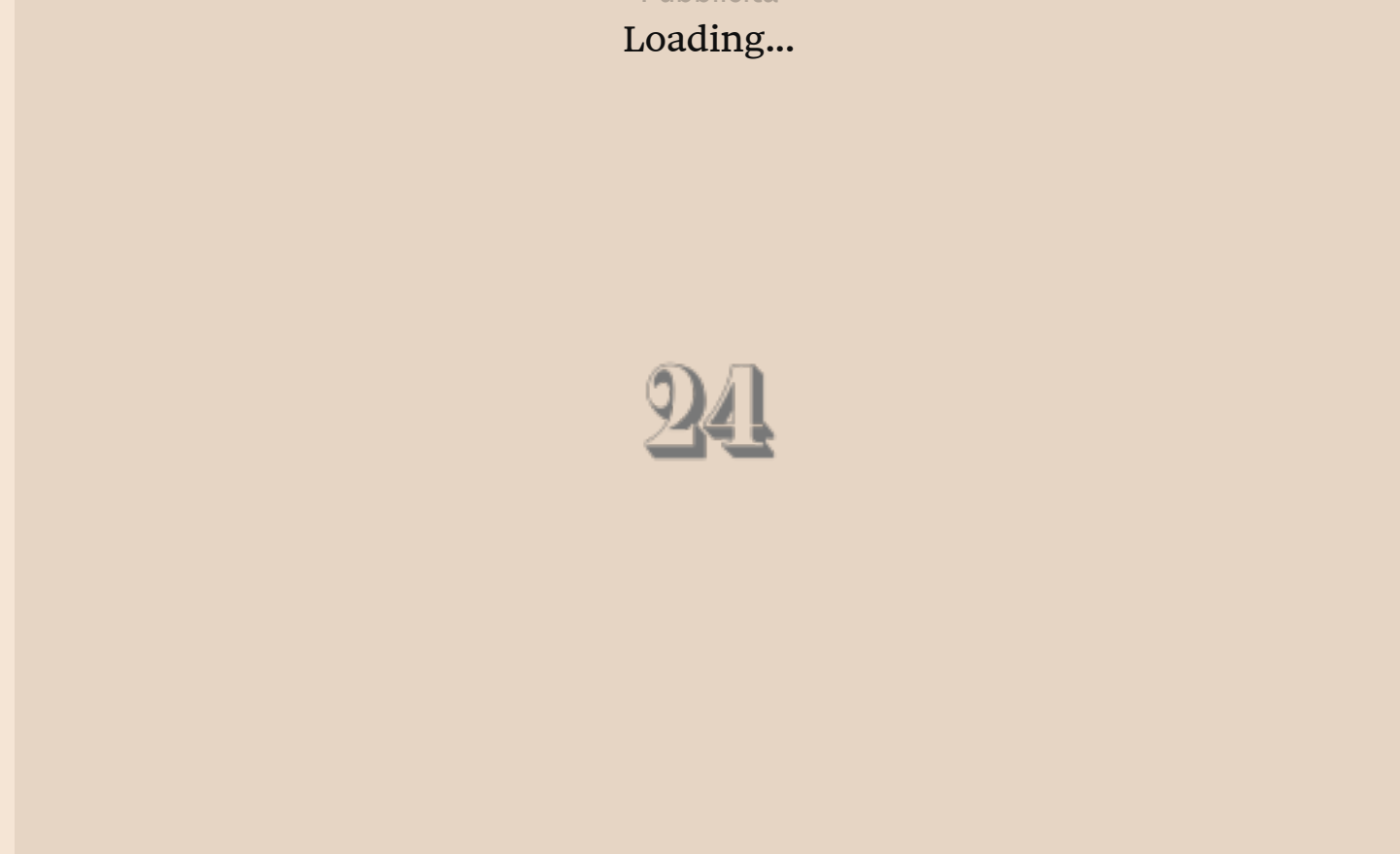
- Il flagship store
- La collaborazione con ACPV

Ascolta la versione audio dell'articolo

4' di lettura

La firma è di quelle che pesano nel campo del progetto italiano e internazionale: ACPV Architects, studio milanese di Antonio Citterio e Patricia Viel con esperienza pluriennale nei settori dell'ospitalità e dell'accoglienza. E l'incarico è rilevante: inaugurare un nuovo stile per il retail di illy caffè, azienda triestina che rappresenta l'eccellenza del caffè Made in Italy, a partire dal primo flagship store italiano, quello di via Montenapoleone 19 a Milano.

L'azienda ha impostato, in questo ultimo anno, diverse azioni di crescita e sviluppo: un nuovo amministratore delegato, Cristina Scocchia, dal gennaio 2022; l'ingresso di Rhone Capital nel capitale dell'azienda dal 2021 (con una quota di minoranza) e, nello stesso anno, il conseguimento della certificazione internazionale B Corp. Tante novità in casa illy non potevano che avere come conseguenza un ripensamento dei luoghi di rappresentanza, come i flagship store, che nel mondo attualmente sono 15.



## Il flagship store

Quello di Milano è, senza dubbio, il principale; aperto dal 2017, si articola nel cortile e nelle sale a piano terra di un palazzo storico del Quadrilatero. L'azienda, dopo soli cinque anni, ha sentito la necessità di rivederne completamente il concept, affidandosi ad ACPV Architects, nell'ottica di un percorso di espansione del retail improntato a trasmettere in modo chiaro e positivo l'identità e i valori aziendali. Inaugurato lo scorso 14 settembre, il flagship di Montenapoleone si sviluppa su 300 mq ed ha come fulcro la corte centrale; questo angolo di verde e quiete, rinominato Secret Garden e isolato dalla frenesia della città, è delimitato da una panca continua in rovere e attrezzato con i tavolini. Tutt'intorno si sviluppano diverse sale, a partire da quella con il classico bancone per la degustazione in piedi, caratterizzato dal colore rosso, tinta identitaria del brand; quindi, una sala per le consumazioni ai tavoli (il flagship è aperto dalla colazione all'aperitivo serale) e uno spazio denominato Academy, in cui è possibile approfondire la conoscenza dei prodotti, degli accessori e delle macchine del caffè illy, oltre che fare acquisti.

## Consigliati per te

<p><b>Ucraina ultime notizie. Casa Bianca: altri 1,1 miliardi di aiuti a Kiev. A Zaporizhzhia muore infermiera italo-ucraina</b></p> <p>28 settembre 2022</p>	<p><b>Faccia a faccia Meloni-Salvini. Fdi: «Né nomi né veti». Il sito del Viminale: Bossi eletto in Lombardia</b></p> <p>28 settembre 2022</p>
---	--

Accedi e personalizza la tua esperienza

Il flagship si presenta come uno spazio multifunzione e fa da capofila al nuovo corso del retail di illy, come racconta l'ad Cristina Scocchia: «Illycaffè ha oltre 250 punti vendita nel mondo, di cui 15 sono flagship store nelle principali città italiane, europee e americane. I rimanenti sono negozi in franchising. Non vogliamo puntare su un'espansione massiccia dei flagship – potrebbero essere 5 o 10 in più da qui al 2026 – perché riteniamo che il flagship debba essere un luogo speciale, avere grandi dimensioni ed essere curato in tutti i dettagli: il menu variegato, l'attenzione alla sostenibilità, oltre a offrire un'esperienza immersiva della marca. In sintesi, un efficace strumento di marketing e comunicazione. Mentre intendiamo raddoppiare, nell'arco del piano quinquennale, i punti vendita in franchising, soprattutto nei mercati lontani, dall'Asia al Medio Oriente, aree del mondo in cui esiste un vero e proprio culto per il Made in Italy».

**NEWSLETTER**  
RealEstate+, la newsletter premium sul mondo dell'immobiliare  
Scopri di più →

## La collaborazione con ACPV

In merito alla collaborazione con ACPV Architects, Scocchia ribadisce la bontà della scelta: «Lo studio ha saputo cogliere l'essenza della marca, basata su qualità, innovazione e sostenibilità: nelle stanze del flagship milanese si respira l'amore per il mondo del caffè e dell'arte e l'attenzione per tutto ciò che è sostenibilità. Ci piacerebbe replicare quest'atmosfera in altre città, ma il ritmo delle aperture sarà dettato anche dal contesto macroeconomico». Il feeling positivo è sottolineato anche dall'architetto Antonio Citterio, che svela alcuni retroscena: «Un anno fa Andrea Illy mi chiese se fossi interessato a disegnare delle macchine per il caffè; l'azienda aveva in mente una nuova macchina. Ho accettato con grande entusiasmo perché è una tipologia di oggetto su cui – da Gio Ponti ai Castiglioni – tanti architetti si sono esercitati. Quindi abbiamo avviato il progetto di una macchina sperimentale, diversa da ciò che è attualmente sul mercato. La macchina è nata ed è in sperimentazione, ma ci ha dato anche l'opportunità di aprire un dialogo sul retail, tema di identità decisivo per i grandi brand italiani del food&beverage. Il primo esito di questo percorso, per certi aspetti eccezionale, è il flagship di Milano, che non rappresenta lo standard, ma può fare da modello». L'architetto Citterio si sofferma sulle peculiarità del progetto: «Ci sono elementi riconoscibili; ad esempio, l'idea di avere a vista la collezione delle tazzine realizzate da illy con gli artisti, che è uno dei punti forti dell'azienda; quindi, i pannelli fotografici che raccontano l'attenzione dell'azienda all'immagine, ma anche il bancone rosso, colore identitario. Questo è uno spazio anomalo, non un tipico locale bar; è composto da tante stanze che si affacciano sulla corte centrale. Abbiamo pensato a un giardino attorno a cui si sviluppano i vari spazi, con funzioni diverse». Anche i dettagli sono stati curati in quest'ottica, come precisa Antonio Citterio: «I materiali sono quelli della tradizione milanese: il seminato color caffè, il noce delle boiserie e dei mobili, la pelle che riveste le sedute, il micro-mosaico alle pareti; e i colori sono basati sui cromatismi del caffè e del cappuccino. Anche il soffitto ha una tinta crema che ricorda la schiuma». Oltre ai dettagli progettuali, c'è un tema di visione che lo studio ha inteso sviluppare in questo progetto, e riguarda la qualità del Made in Italy: «Le aziende italiane che hanno inventato l'espresso si devono riprendere quello che gli spetta, il palcoscenico della qualità. In questo senso operazioni come questa, che puntano a comunicare i valori del brand, portano un messaggio ampio collegato alla cultura italiana del caffè». Un messaggio che è necessario riaffermare con tutti gli strumenti possibili. A partire dalla bellezza.

Riproduzione riservata ©

ARGOMENTI [impresa](#) [Milano](#) [Antonio Citterio](#) [Medio Oriente](#) [Gio Ponti](#)

## Dai inizio alla discussione

Scrivi un commento...

Disclaimer

Commenta

## Le ultime di 24+

<b>Dal quarto decreto aiuti al taglio del cuneo, come saranno i primi 100 giorni del governo Meloni?</b>	
di Dino Pesole	
<b>L'inverno (demografico) sta arrivando: perché servono velocemente più robot</b>	34
di Luca Tremolada	
<b>Cloud computing: dalla privacy alla sicurezza, tutte le sfide della nuvola informatica</b>	34
di Antonio Dini	

## Covid, contagi e vaccini oggi

**Covid, contagi e vaccini del 30 settembre 2022**

Sono 34.479 i nuovi positivi al coronavirus nel bollettino del 30 settembre, 3.043 in meno rispetto a ieri. I tamponi effettuati sul territorio nazionale sono stati 183.059, con una percentuale di positivi...

Ascoltalo ora →

## Brand connect

**Newsletter RealEstate+**  
La newsletter premium dedicata con inchieste esclusive, notizie, mercati ed approfondimenti

Abbonati

## Consigliati per te

Accedi e personalizza la tua esperienza

**Forfettari, scattano le sanzioni per la mancata fatturazione elettronica. E il bollo diventa ricavo**

**Satspay con un round da 320 milioni diventa un unicorno: vale oltre 1 miliardo**

di Monica D'Ascenzo

**Dalla manovra alle bollette: le priorità del governo Meloni**

**Via libera del Cdm a riforma della giustizia e Nadeff: inflazione giù entro fine anno**

**Governo, ipotesi Ministro del Tesoro: i nomi da Siniscalco a Panetta**

## I video più visti

<b>Elezioni 25 settembre, ecco come si vota: guida per non sbagliare</b>	
10 settembre 2022	
<b>Maurizio Crozza diventa Giorgia Meloni e Enrico Letta</b>	24
6 settembre 2022	
<b>Elezioni, il tutorial di Giorgia Meloni per spiegare come si vota. Il video</b>	24
21 settembre 2022	
<b>Ferrari Purosangue, tutte le foto "suv" del Cavallino</b>	
13 settembre 2022	
<b>Ecco (quasi) tutti i simboli che troveremo sulla scheda elettorale</b>	24
12 agosto 2022	
<b>Ucraina, 215° giorno di guerra</b>	24
26 settembre 2022	