

**vittor  
io em  
anue  
le mi  
lano**

**2 0 1 8**

**Z A R A**

# ZARA RIAPRE IL SUO EMBLEMATICO FLAGSHIP GLOBALE DI CORSO VITTORIO EMANUELE A MILANO

**Pablo Isla ha definito il negozio come “un negozio unico” e “un punto di riferimento nel nostro modello di integrazione di negozi e online”, grazie al suo design eccezionale, alla sua tecnologia all’avanguardia e al suo esempio di impegno ambientale.**

**Il negozio, di 3.500 metri quadrati, recupera l’essenza dell’edificio originale del 1941 con un’immagine architettonica esclusiva che incorpora inoltre le ultime tecnologie orientate al cliente.**

Zara riapre le porte del suo emblematico negozio di Corso Vittorio Emanuele a Milano, il primo aperto dal brand in Italia. Si tratta di uno dei suoi flagships globali più rappresentativi, che dopo un’audace ristrutturazione durata quattro mesi viene ora re-inaugurato con un’immagine esclusiva.

Il presidente Pablo Isla ha sottolineato l’importanza di questa apertura. “È un negozio unico –dichiara Isla–: presenta un design architettonico eccezionale in un ambiente unico, e allo stesso tempo propone le ultime tecnologie orientate sia a soddisfare le nuove esperienze di acquisto del cliente, sia ad approfondire il nostro forte impegno con la Sostenibilità. È senza dubbio un punto di riferimento nel nostro caratteristico modello di integrazione di negozi e online”.

## **INTEGRAZIONE TECNOLOGICA**

Il negozio, di oltre 3.500 metri quadrati, accoglie nei suoi quattro piani le sezioni Donna (Woman, Basic e TRF) e Bambino, alle quali si aggiunge la nuova sezione online, dedicata all’acquisto e alla raccolta di ordini realizzati su internet. La sezione Uomo aveva già il suo spazio indipendente di 800 metri quadrati situato nell’edificio adiacente ed è stata completamente rinnovata nel 2017.

La nuova sezione online vuole offrire un’esperienza d’acquisto integrata, comoda e gradevole. I clienti possono accedere in negozio a una selezione delle ultime proposte del marchio e acquistarle subito dal sito web di zara.com.

Inoltre, il negozio incorpora un Punto Automatizzato di Raccolta, un distributore intelligente che permette ai clienti di ritirare gli invii quando lo desiderino, dopo aver inserito il codice QR o il PIN che avranno ricevuto per e-mail al momento della conferma dell’ordine. In solo pochi secondi, questo Punto Automatizzato, in grado di gestire 900 pacchi contemporaneamente, può localizzare l’invio selezionato e consegnarlo al cliente senza attese.

Il negozio incorpora anche degli specchi interattivi dotati di RFID in grado di identificare i capi che interessano ai clienti permettendogli di visualizzare diversi suggerimenti di abbinamento con altri capi e accessori selezionati dal team specializzato di stylist e stilisti del marchio.

Tutto questo è accompagnato da informazioni costantemente aggiornate sulle ultime collezioni attraverso gli schermi del negozio, tra cui ne spiccano due: uno schermo curvo di 9 metri di altezza che occupa il piano terra e il primo piano, e un altro di 21 metri che sale a tutti i piani del negozio e che si trova vicino alle scale mobili.



## IL PROGETTO ARCHITETTONICO

Per un negozio così speciale, Zara ha scelto un progetto diretto dall'architetto originaria di A Coruña (Spagna) Elsa Urquijo, in grado di evocare lo spirito della sala cinematografica che aveva occupato l'edificio tra il 1941 e il 1999 e di integrare le soluzioni più attuali adattate al negozio del XXI secolo. In questo modo si è conservata l'essenza dell'edificio classico, sviluppando al tempo stesso suggestive soluzioni architettoniche, abbinata alle ultime innovazioni tecnologiche al servizio del cliente.

Il punto di partenza dell'intero concetto architettonico è l'atrio di ingresso, dove si possono contemplare alcuni degli elementi più rilevanti di questo iconico edificio milanese, quali la doppia scalinata a ferro di cavallo, il mosaico che decora le pareti e il suggestivo lampadario centrale, realizzato in vetro di Murano.

Come arredamento del negozio sono state ideate delle originali piattaforme massicce nelle tonalità tostate e terra che si plasmano per adattarsi alle forme architettoniche dell'edificio. Ciò consente di raggruppare le collezioni in quattro o cinque zone indipendenti in ogni piano, permettendo un contatto più diretto dei clienti con la moda.

L'attenzione per i dettagli riguarda anche la scelta dei materiali. Per le pareti si è utilizzato stucco nelle tonalità ocra, che si abbina all'arredamento. Tonalità che sintetizzano il cromatismo caratteristico del pavimento originale del cinema, realizzato con marmi Breccia Aurora e Rosso Verona.

## ECOEFFICIENZA

Il negozio, nel rispetto degli impegni ambientali del Gruppo, incorpora tutti gli elementi di sostenibilità dei negozi ecoefficienti di Inditex, cosa che si traduce in un risparmio medio del 20% in elettricità, con la conseguente riduzione di emissioni, e fino a un 40% nel consumo d'acqua rispetto a un negozio convenzionale.

Le misure adottate nella ristrutturazione si rispecchiano, ad esempio, in una miglior illuminazione LED per permettere un maggior risparmio di energia, nell'efficienza dei sistemi di riscaldamento e refrigerazione e nell'impegno di riutilizzare i materiali e gestire i residui in un modo altamente responsabile.

## ZARA E IL GRUPPO INDITEX

Zara, presente in Italia con oltre un centinaio di negozi, fa parte del Gruppo Inditex, uno dei maggiori gruppi di distribuzione di moda su scala mondiale. Oltre a Zara, Inditex possiede altri sette formati commerciali: Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home e Uterqüe, tutti con presenza commerciale nel paese. Oggi, il Gruppo ha 7.448 negozi in tutto il mondo dei quali 392 in Italia.

**Per maggiori informazioni:**

INDITEX

Dirección General de Comunicación  
y Relaciones Institucionales

+34 981 185 400 - [comunicacion@inditex.com](mailto:comunicacion@inditex.com)

---



**Z A R A**