

Home > Design Focus > Nuovo flagship store: Iris Ceramica Group Milano



Design Focus

## Nuovo flagship store: Iris Ceramica Group Milano

By Chiara Scalco - 29 Settembre 2020



Tra il Duomo e piazza Cordusio a Milano, il nuovo flagship store di Iris Ceramica Group Milano accoglie e presenta insieme le collezioni e i progetti di tutti i suoi brand: **Arioste**, **FMG Fabbrica Marmi e Graniti**, **Fiandre Architectural Surfaces**, **Iris Ceramica**, **Porcelaingres**, **SapienStone** e il neonato marchio d'arredo bagno **Seventyonepercent**. In linea con le ultime aperture nelle metropoli di Londra, New York e Berlino, il Gruppo trasferisce la sede delle proprie attività dalla storica galleria del quartiere Tortona, **SpazioFMGperl'Architettura**, a una nuova, più grande e prestigiosa location, dove sarà ancor più valorizzata tutta l'heritage e il patrimonio culturale guadagnato in oltre dodici anni di mostre ed eventi. Curato dallo studio **Area-17 Architecture & Interiors**, Iris Ceramica Group Milano nasce all'interno di uno spazio precedentemente occupato da una banca e si sviluppa su una superficie di 750 metri quadri distribuita su tre piani.



- [Edicola web](#)
- [Abbonati e regala](#)
- [Iscriviti alla newsletter](#)



Il processo di renovation ha coinvolto l'intero volume, prestando massima attenzione alla realizzazione di un ambiente esclusivo in grado di creare forti legami emotivi e relazionali con il cliente. Lo spazio preserva la precedente funzione di custodia di beni preziosi così come sottolineato dalla presenza del caveau originale, ora rivestito con materiali eco-attivi della collezione **Active Surfaces**. Elementi centrali del progetto sono il continuo dialogo con i peculiari volumi della struttura e l'interpretazione dei locali come spazi da vivere. I visitatori vengono infatti attivamente coinvolti nella scoperta del materiale ceramico e invitati a toccare con mano la qualità, l'impareggiabile estetica e l'ampia offerta di rivestimenti ed elementi d'arredo dei brand. Ciascun piano è stato pensato secondo con una precisa vocazione funzionale che definisce il design degli ambienti: il piano terra, con diretto accesso dalla città, accoglie il visitatore all'interno di un'area con un ampio counter bar, che strizza l'occhio allo stereotipo della *"Milano da bere"*.



Un ambiente confortevole che, attraverso l'uso delle grandi lastre, delinea superfici ed elementi architettonici, offrendo una zona espositiva dinamica e una lounge votata al business e alla socialità; il piano superiore reinterpreta un ambiente SPA, dando risalto al primario concetto di benessere e di cura della persona, sia fisica che mentale. Un'installazione centrale, che richiama gli ambienti wellness pubblici o privati, dialoga con una serie di nicchie laterali in cui sono presentati mobili d'arredo esclusivi realizzati con cura da esperti artigiani. Un'area meeting room firmata **Diesel Living with Iris Ceramica** completa l'esposizione, proponendo un linguaggio decorativo audace e contemporaneo in cui uno spazio assolve più funzioni e diventa luogo di incontro, lavoro, svago e condivisione; il piano interrato preserva la filosofia di custodia tipica della banca, mantenendo inalterata la struttura dell'ex caveau; attorno a questa espositori e supporti realizzati ad hoc raccolgono e presentano i vastissimi archivi e campionari del gruppo. L'apertura suggella inoltre la nascita di **Seventyonepercent**, presentato in anteprima proprio all'interno degli spazi del nuovo flagship store meneghino. Il nuovo marchio, realizzato in collaborazione con **Paolo Castelli**, propone inedite esperienze estetiche per il settore wellness&bathroom attraverso una collezione di complementi d'arredo che coniuga ricerca, design e sostenibilità.