

TAD A MILANO

# Come un albero: dalle radici al cielo



si sviluppa verticalmente attorno all'idea di albero il nuovo concept store di tad in via statuto 12 a milano: le radici al piano interrato, dove si trovano il bar-ristorante e la spa, la cima nella lounge dell'ultimo piano, creato ex novo per ospitare eventi, con grandi finestre aperte sul cielo della città

di Chiara Modini



Sopra: Marina Coffa, titolare di Tad. Sotto, alcune immagini del concept store milanese di Tad: da sinistra, la spa, il Tad café, l'area riservata all'arredo casa e quella dedicata all'abbigliamento. Nella foto grande dell'altra pagina, l'albero che attraversa i vari piani del punto vendita

C'è un luogo nuovo a Milano, tutto da scoprire. Già dagli orari di apertura, dalle 12 alle 22 (il sabato però dalle 11), aperto la domenica e chiuso il lunedì, il nuovo Tad di via Statuto 12 a Milano si rivela uno store sui generis. "Volevo creare un luogo capace di sorprendere" racconta Marina Coffa, viaggiatrice curiosa e instancabile e inventrice del concept Tad: un'insegna già nota a Milano per il punto vendita in piazza della Croce Rossa, maggiormente focalizzato sull'arredamento, chiuso qualche tempo fa in attesa di ripartire con questa nuova formula. Il concept store di via Statuto si basa, infatti, sul modello del Tad di Roma, in via del Babuino - uno spazio polifunzionale con parrucchiere e ristorante e una forte presenza di proposte di abbigliamento - rivisto e corretto per rispondere all'evoluzione del gusto di Marina e delle sue tre figlie e armonizzato con il genius loci milanese, in particolare di Brera, il quartiere artistico della città. "Ho scelto Brera perché mi piaceva l'idea di una Milano davvero vissuta dai milanesi, animata anche di sera, con una presenza artistica che torna anche nell'atmosfera e negli eventi del negozio - racconta Marina Coffa -. Desideravo che il punto vendita non avesse un'anima solo commerciale, volevo dare uno spessore

più culturale a questa nuova iniziativa, per sintonizzarla con lo spirito milanese. Anche per questo ho scelto di dedicare l'ultimo piano al piacere, alla musica, all'arte. Mi attirava l'idea di regalare un 'pezzo di cielo' alla città". Costruito ex novo l'ultimo piano ospita, infatti, una lounge con un panorama unico su Milano, dove ascoltare brani musicali adagiati sulle chaise longue, ma che può anche ospitare mostre d'arte, feste ed eventi.

## ARMONIA E CONTRASTI: L'INCONTRO DI SENSIBILITÀ DIVERSE

Il punto vendita si sviluppa su 1.000 metri quadrati, suddivisi in quattro piani, legati tra loro da un ascensore/albero e da una scala con i gradini/tronco: l'ambiente è morbido, accogliente, lontano dal minimalismo di maniera, in nome di un ritorno alla fantasia e alla "naturalità". La magica alchimia di questo store, dove gli opposti - natura e tecnologia, armonia e contrasti - si incontrano, è frutto della confluenza di esperienze e sensibilità diverse: l'ispirazione cosmopolita e l'amore per il decoro e la natura di Marina Coffa, il rigore progettuale dello studio di architettura Peia Associati (vedi box), la fantasia dell'interior designer parigino Noé Duchaufour-Lawrance. È stato lui

a realizzare la distesa di foglie e rami argentati che contraddistinguono lo spazio design - dove la verticalità del luogo è stata enfatizzata con tronchi di alberi veri - e a decorare l'ascensore con motivi sullo stesso tema. Per rendere il concept store ancora più unico e inimitabile, Duchaufour-Lawrance ha invitato giovani artisti internazionali a esprimere la loro creatività: così nello spazio moda all'ingresso una composizione di Yoon Hee Ahn si delinea sul pavimento iridescente, come una piccola storia parallela che puntualizza le forme organiche del luogo. Lo spazio dedicato alla couture (al primo piano), luogo del lusso più esclusivo, sorprende con un piccolo salotto e una decorazione alle pareti in pizzo nero, strass e luci, anche questa opera dell'artista coreana. È invece di Blandine Dubos, giovane designer francese, l'affresco murale fatto di ombre e luci del Tad Café, che riprende il grafismo vegetale dello spazio superiore per trasformarlo in motivi di pizzi e volute. Anche qui torna il contrasto tra natura e funzionalità, sottolineato dalle forme organiche e fluide del bancone del bar, moderno e tecnologico. Da qui percorrendo un corridoio dalle pareti traslucide, si accede alla spa, un ambiente iridescente, riservato e rilassante.





## LE TRE F: FASHION, FURNITURE AND FOOD, MA ANCHE BEAUTY

Tutto è curato fin nei minimi dettagli, nell'allestimento come nell'offerta: arredamento, prêt-à-porter, accessori, profumi e prodotti per i capelli. "Le proposte esposte sono frutto di una ricerca accurata per offrire qualcosa di insolito, esclusivo" spiega la titolare. La scelta di abbigliamento propone griffe non commerciali come Derek Lam, Antonio Marras, Diane Von Fürstenberg, Nina Ricci, Loris Azzaro, Habitual, Hussein Chalayan, Ioannis Guia, Issey Miyake, Lefranc Ferrant, Marc Le Bihan, Tsumori Chisato, Rohka, Sophia Kokosalaki, Veronique Branquinho, Zucca: da queste maison Marina acquista i pezzi più originali e di ricerca, in nome della massima esclusività. Nell'atelier del primo piano è anche possibile ordinare pezzi su misura di Maurizio Galante. Lo stesso discorso vale per gli accessori (Lanvin, Pierre Hardy, Loris Azzaro, Rochas, Nina Ricci, Kenjikedo, Jas London, Rosa Templin, Rosa Maria, Bagteria) e per i prodotti beauty. E un'uguale filosofia ritorna negli eventi di cucina e nei piatti proposti al ristorante, frutto della costante sperimentazione di un giovane team dedicato che ogni mese propone qualcosa di nuovo, diverso, originale.

## IL PROGETTO DI PEIA ASSOCIATI

### L'enfatizzazione della verticalità

Il progetto è frutto di un costante confronto con Marina, che dai suoi viaggi porta costantemente stimoli e idee - raccontano Giampiero Peia e Marta Nasazzi dello studio di architettura Peia Associati che ha realizzato lo store -.



Marta Nasazzi e Giampiero Peia (ph. Max Zambelli)

Innanzitutto siamo partiti da un'approfondita analisi delle esigenze della zona in cui sorge il building, per garantire la massima fruibilità alla città, e dall'aspirazione a creare un ambiente-casa, dove il visitatore si senta subito a proprio agio, ma anche incuriosito e invitato a visitare le varie aree. Anche per questo abbiamo creato una sorta di 'permeabilità' tra gli ambienti, grazie a solai di vetro che lasciano intravedere gli altri piani fin dall'ingresso". I progettisti hanno dovuto confrontarsi con lo sviluppo verticale dello spazio che hanno trasformato in un elemento caratterizzante grazie all'idea dell'albero: quello vero, che ha le radici nel bar al piano interrato e attraversa i vari floor, e quello architettonico costituito dalla scala e dall'ascensore. "La verticalità - spiegano dallo studio Peia Associati - è stata ulteriormente enfatizzata con l'ampliamento delle volumetrie grazie all'aggiunta della lounge dell'ultimo piano, concepita con grandi finestre che consentono una splendida vista sulla città". La scelta dei materiali, dei colori e delle finiture è stata volutamente improntata alla sobrietà per creare un contenitore neutro, ideale per accogliere i colori vivaci e vibranti che caratterizzano la scelta merceologica della titolare del punto vendita.