COMUNICATO STAMPA | Milano, 16 giugno 2025

# ILIAD RIDISEGNA L'ESPERIENZA NEI CENTRI COMMERCIALI CON I NUOVI "POP CORNER"

## L'operatore rinnova l'identità dei suoi iliad Corner. Debutta a CityLife il primo iliad "Pop Corner" progettato con lo studio 23bassi.

---

A sette anni dall'arrivo in Italia, iliad presenta **Pop Corner**, il **nuovo concept che rinnova e rilancia l'identità degli iliad corner**: gli spazi iliad all'interno dei centri commerciali in cui gli utenti – grazie alle Simbox e al supporto del personale dedicato – possono sottoscrivere un'offerta mobile, fibra o iliadbusiness e ricevere supporto e assistenza su tutti i servizi.

Il progetto prevede il completo restyling di **oltre 200 iliad Corner**, in collaborazione con lo **studio di architettura 23bassi**. **I progetti più noti dello studio sono legati al mondo retail**, come i numerosi store di Veralab, pubblicati in numerose riviste italiane e internazionali, e i flagship di Milano del marchio Giochi Preziosi.

**Il primo Pop Corner è stato inaugurato oggi, lunedì 16 giugno**, all'interno del **CityLife Shopping District** di Milano, con un evento dedicato alla stampa alla presenza dell'Amministratore Delegato **Benedetto Levi**, che ha ufficialmente tagliato il nastro del nuovo corner.

Pop Corner presenta una struttura studiata per emergere visivamente all'interno di ambienti standardizzati e ad alto flusso come quelli della grande distribuzione. **Ispirata alla forma di una SIM**, la nuova architettura richiama con immediatezza il mondo iliad e si presenta come punto di convergenza dei diversi servizi del brand: dall'offerta mobile alla fibra fino alle soluzioni business.

Il naming "Pop Corner" nasce dal desiderio di valorizzare ulteriormente l'identità del canale corner. Da un lato il termine "pop" richiama l'immaginario della cultura pop – accessibile, diretta e fortemente visiva; dall'altro si ispira all'evoluzione dei format retail in direzione "pop-up store", con strutture di forte impatto e immediatezza.

*"I nostri Pop Corner sono presenti in luoghi ad alto passaggio, dove tutto si muove velocemente e lo spazio per raccontarsi è limitato. Per questo abbiamo voluto rinnovarlo con una struttura che fosse immediatamente riconoscibile e capace di trasmettere i nostri valori:* ***semplicità, trasparenza e attenzione per le persone****"* dichiara **Giorgio Carafa Cohen,** *Chief Brand & Revenue Officer di iliad.*

Pop Corner vuole anche **valorizzare al meglio tutte le aree di business iliad**, offrendo maggiore visibilità anche ai servizi più evoluti, come la fibra. In particolare, trova spazio l'esposizione fisica della iliadbox, il router Wi-Fi 7 protagonista della **nuova offerta iliadbox super**: una proposta pensata per portare una connessione performante e continua dentro e fuori casa.

Il canale iliad Corner rappresenta uno dei principali asset nella strategia distributiva di iliad, grazie anche all'elevata affluenza che caratterizza i centri commerciali. I Corner costituiscono una vetrina strategica capace di coniugare **efficienza, prossimità e presenza diretta sul territorio** rafforzando il legame con gli utenti e aumentando l'accessibilità all'esperienza iliad.

*"Progettare uno spazio per iliad ha significato raccontare qualcosa di immateriale – un servizio – attraverso una forma fisica. La sfida era doppia: creare un elemento* ***riconoscibile*** *in luoghi di passaggio come i centri commerciali, e al contempo pensare a un format* ***scalabile e coerente*** *in tutta Italia. Abbiamo lavorato su ogni dettaglio per tradurre i valori di iliad in un'esperienza concreta e leggibile per chi lo attraversa ogni giorno"* – **Andrea Roscini**, *co-founder dello studio 23bassi.*

Con Pop Corner, iliad dimostra ancora una volta la propria capacità di evolvere restando fedele alla sua identità, anche nei punti vendita, veri e propri simboli del brand.

**Relazioni stampa e media contattare:**
Chiara Libardi, clibardi@it.iliad.com; stampa@it.iliad.com

**A proposito di iliad**

iliad è l'operatore che ha rivoluzionato il mercato di telefonia mobile in Italia fin dal suo esordio nel 2018, con offerte che coniugano qualità e trasparenza. A gennaio 2022 iliad è entrata nel mercato della rete fissa con la propria fibra e il proprio router, la iliadbox. Ad oggi la fibra iliad copre oltre 17 milioni di case. A maggio 2023 iliad ha presentato iliadbusiness: l'offerta per aziende e P.IVA. Secondo uno studio GRIF-Luiss di novembre '22, gli investimenti di iliad in Italia hanno generato un ritorno di oltre 10 miliardi di euro sulla produzione nazionale, con oltre 83.000 posti di lavoro (diretti, indiretti e indotti). È presente in Italia con un'infrastruttura di rete proprietaria. iliad a oggi copre il 99,6% della popolazione tramite tecnologia 4G, e la sua rete 5G raggiunge oltre 7.000 città italiane e in costante incremento, su dispositivi 5G compatibili con la rete 5G iliad (per maggiori informazioni e per verificare i telefoni compatibili visita https://5g.iliad.it/). iliad è presente in tutta la penisola italiana con 62 Flagship Store e oltre 9.000 punti vendita suddivisi tra iliad Corner, iliad Point, iliad Express e iliad Space. L'operatore mobile appartiene al Gruppo iliad, tra i primi cinque più grandi operatori di telefonia in Europa. iliad ha superato i 12 milioni di utenti. Da aprile 2024 iliad è il primo operatore telefonico in Italia con un'offerta fibra con router Wi-Fi 7. Da agosto 2024 iliad scende in campo al fianco della Lega Serie A diventando il nuovo Innovation & Technology Partner.

**A proposito di 23bassi**

23bassi è uno studio di architettura, fondato da Chiara Frigerio  e Andrea Roscini, con sede a Milano. Chiara e Andrea, laureati entrambi al Politecnico di Milano, iniziano la professione di architetti nel 2003 indipendentemente, nel 2007 cominciano a lavorare insieme e nel 2015 fondano lo studio associato 23bassi.

Lo studio nasce come manifattura di idee, dove la creatività e l'entusiasmo permettono sempre di sperimentare nuove strade e materiali, i progetti in Italia e in Europa spaziano dall'arredamento di interni alla ristrutturazione edilizia, dal restauro conservativo agli allestimenti al retail design.
I progetti più noti dello studio sono legati al mondo retail, come i numerosi store di Veralab, pubblicati in numerose riviste italiane e internazionali, e i flagship di Milano del marchio Giochi Preziosi.
Negli ultimi anni lo studio ha progettato numerosi allestimenti di design, legati al mondo retail e a iniziative culturali, realizzando numerosi temporary e pop un shop per differenti brand.

Dal 2020 Andrea e Chiara fondano un ecommerce che commercializza prodotti per la casa, l'home decor e la cartoleria disegnati dallo studio:23bassihome. Il leitmotiv del lavoro di ricerca sul prodotto è la reinterpretazione iconografica del decoro e dei valori del patrimonio architettonico, paesaggistico e culturale italiano.

**Relazioni stampa e media contattare:**
Chiara Libardi, clibardi@it.iliad.com; stampa@it.iliad.com