Food retail: protagonisti i mondi futuribili

coop-881549c4

La sublimazione degli spazi legati al cibo a tal punto dal renderli ambienti medicali e cyber sta diventando quasi un linguaggio formale. Qui il cibo è l'unico elemento sensoriale, protagonista cromatico, materico ed emozionale.

Ratti - Coop Expo 2015 - minority re port

Coop 2Un esempio molto interessante è quello dell'architetto Carlo Ratti che inserisce il suo nuovo concept per Coop in un ambito di un futuro, presente, possibile, con un'immagine molto tecnologica. Lo spazio è neutro, gli arredi sono posizionati a distanza fra di loro restituendo allo store un respiro di comfort spaziale. Le "barche" espositrici sono state ripensate completamente. I contenitori del cibo sono scatole trasparenti affiancate, che creano attenzione e spazio visivo solo al colore e alle forma del cibo. La tecnologia presente nel cuore di questi espositori aiuta l'utente a recepire le informazioni necessarie per l'acquisto. Le barche espositive, superiormente, sono composte da una veletta tecnologica che a distanza specchia il cibo raddoppiandone l'immagine e rendendo lo spazio pieno. Da vicino, invece, si scopre che questo specchio è in verità uno schermo nel quale le informazioni dell'etichetta scorrono con animazioni alla minority report. Le informazioni si attivano, attraverso un sistema di sensori, una volta spostato il prodotto scelto. Questi espositori parlano con l'utente come i frigoriferi e i contenitori refrigerati, infatti ogni arredo è supportato dal suo device tecnologico per raccontare i contenuti legati al singolo prodotto. Per finire due robot con braccio meccanico porzionano merende come macedonie e frullati.

NEndo - chocolate bar and shop tokyo - 2001 Odissea nello spazio

CioccolatoApre il primo store dell'azienda belga BbyB con a capo lo chef stella Michelin Bart Desmidt. Il concept di questo particolare negozio di cioccolato è legato al codice colore, che rappresenta le diverse aromatizzazioni e tipologie del cioccolato. Il prodotto, infatti, è esposto come una grande palette di colori, come se fossero vernici, per valorizzare le differenti fragranze di sapori e le diverse miscele del prodotto. La grande varietà del prodotto è stata raccontata proprio lasciando il colore

come protagonista inserendolo in una scatola bianca e luminosa. Uno scenario spaziale che ricorda gli interni di 2001 Odissea nello spazio Il packaging è formato daCioccolato 2 scatole colorate posizionate per nuance su supporti in perpex che galleggiano nello spazio. Questi supporti dalla faccia quadrata in verità sono dei lunghissimi cassetti che escono dalla parete bianca. Questi ultimi ricordano un caveau di una banca, dando quindi l'impressione che le confezioni fluttuino nello spazio senza gravità. Questa grande cassettiera è maneggiabile dagli utenti che possono scegliere fra gusti particolari come fragola, pepe, limone, frutto della passione e basilico. Lo spazio è composto anche da un'area degustazione con mescita di caffè, un lungo tavolone sociale e sgabelli per poter degustare il cioccolato.

Consuelo Redaelli, titolare dello studio Toolskit di Milano, è specializzata in progettazione d'interni per bar, ristoranti, mense aziendali, stand, allestimenti temporanei fieristici, chioschi e isole tipiche e di progetti di comunicazione a 360° e di eventi, realizzati chiavi in mano. È anche docente presso all'Istituto Europeo di Design Milano IED nel corso di tesi di interior design.