Concept innovativi: ecco i locali flessibili ad assetto variabile

gourmet02-0328dedb

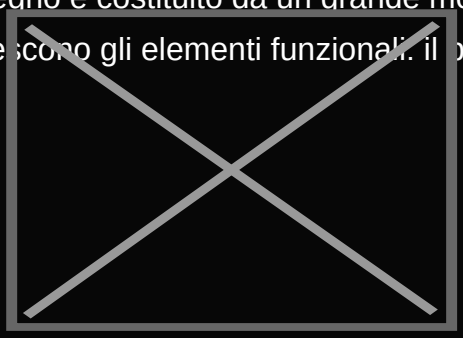
Un concept di nuova generazione risponde a molteplici esigenze e soddisfa più target: ciò significa riuscire a essere flessibili nello spazio, grazie ad un layout fluido, creando diverse soluzioni per poter arrivare a un maggior numero di utenti.
Sono valori che, in sintesi, raccontano l'evoluzione dei locali verso nuovi format, che passano da luogo di acquisto e consumo a luogo di esperienza; da luogo funzionalmente corretto a uno che soddisfa i bisogni sensoriali del piacere; da luogo di approvvigionamento a luogo di incontro e di intrattenimento.
La partecipazione attiva durante l'esperienza di acquisto stimola e invoglia il consumatore a vivere lo spazio in maniera più personale e diretta. E il format diventa complesso con differenti aree: un'area di acquisto di consumo e di sosta/svago apre al consumatore le possibilità di intrattenimento ed in generale arricchisce l'esperienza retail.

Ispirato dal packaging



Le dimensioni non contano, l'importante è creare un sistema funzionale e al contempo emozionale. Un esempio interessante è il piccolissimo Gourmet Tea,
Il Gourmet Tea è il terzo negozio dell'architetto brasiliano Alan Chu per il marchio di tè locale "The Gourmet Tea ". Come per i negozi precedenti, il design è stato ispirato dal pack del brand che offre una gamma di 35 miscele di tè biologici. La scatola di legno colorato ha un assetto ad apertura variabile, ed il suo utilizzo permette un layout dinamico (una sorta di metafora del calendario

dell’avvento). Il disegno è costituito da un grande mobile a tutta altezza che diventa un coloratissimo contenitore da cui escono gli elementi funzionali: il banco vendita e la cassa, le armadiature con il prodotto, l’insegna.



Il fronte si trasforma per diventare un negozio classico, con il banco, la vetrina e le spalle colme di prodotto a vista. Nel retro, a cui si accede da una porta, l’architetto è riuscito ad ottimizzare tutti gli spazi per poter stoccare i prodotti, grazie all’utilizzo di una lunga scala su ruote simile a quelle delle librerie.
L’intero sistema progettuale diventa uno strumento nuovo per fornire l’esperienza di marca. Pannelli, piani e volumi su ruote si aprono per creare un piccolo negozio di thè segreto in un centro commerciale di São Paulo. Nelle ore di chiusura del negozio, come in un gioco di scatole cinesi, la struttura si ricompone lasciando a vista un’unica parete colorata.

L’arredo è mobile



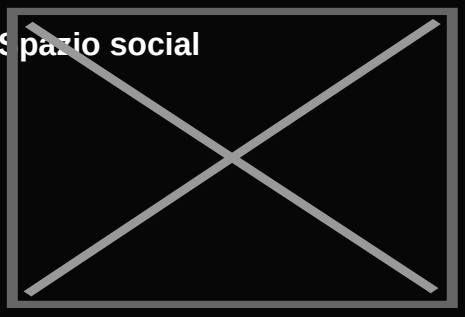
Un secondo esempio è Halle Romande a Losanna, che offre prodotti di filiera corta in uno spazio decisamente più grande del Gourmet Tea. Il locale è un market bio specializzato in prodotti locali provenienti dalla Svizzera francese. Questo grande spazio nasce grazie alla riqualificazione e al riassetto di un garage. In modo coerente con il suo contenuto mantiene un’immagine semplice ed essenziale.Il format, che fornisce spunti interessanti anche per i pubblici esercizi che affiancano spazi di vendita a quelli di somministrazione, è stato pensato per esprimere i valori di genuinità dei prodotti attraverso la scelta degli arredi e del layout. Tutti gli arredi fissi, i banchi refrigerati del fresco, i banchi cassa e gli elementi per la preparazione espressa, sono stati inseriti lungo le pareti. Nelle zone centrali dello spazio invece sono stati posizionati pallet su ruote montati uno sopra l’altro. Questi ultimi creano delle vere e proprie isole di prodotti che disegnano i flussi di percorso all’interno del negozio. In sintesi lungo il perimetro il layout è bloccato con arredi fissi che identificano grazie alla grafica le aree dei prodotti (“La Cave” il vino, Les Specialites” i prodotti freschi

come formaggi).



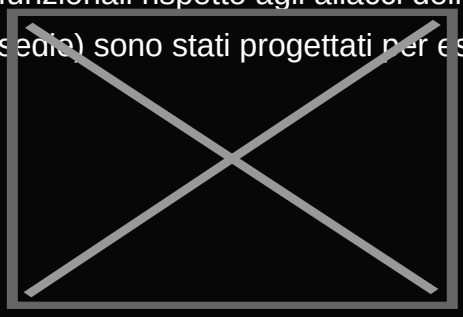
Nello spazio centrale, invece, gli arredi muniti di ruote possono essere spostati a seconda della disponibilità di prodotto o a seconda delle richieste degli utenti e delle richieste dei prodotti più venduti. Modificare “riallineando” concettualmente il layout alla produzione o alla richiesta di mercato rappresenta una nuova visione del retail moderno: coordinare il layout merceologico con il layout delle attrezzature in un percorso coinvolgente.

Spazio social



Salendo ulteriormente di scala prendiamo ad esempio il bar caffetteria e mensa dell’Università di Berlino -Technische Universität Berlin “Cafeteria Wetterleuchten” dello studio dieBaupiloten - foto Jan Bitter.
La caffetteria è stata progettata durante la ristrutturazione di tutto l’edificio del 19°secolo fornendo una nuova funzione di coesione fra gli spazi. La caffetteria collega infatti due corti interne ridando una funzione chiara allo spazio esterno che verrà arredato e utilizzato dalla caffetteria.
L’elemento emotivo di arredo è costituito da lampadari che sono stati realizzati su disegno con materiale tessile opalino tesato e retroilluminato. Questi grandi otto coni raccontano le stagioni che si alternano, cambiando temperatura e luminosità.
L’intento dei progettisti è quello di aumentare il comfort percepito attraverso la sensorialità della luce colorata: la luce fredda va a contrastare il caldo dell’esterno durante le stagioni estive, quela calda, viceversa, per le stagioni fredde e nelle diverse ore del giorno.
La luce naturale e quella artificiale si integrano per settare una luce coerente con l’esigenza delle sale mensa caffetteria e sala studio.
Questa flessibilità e “movimento” cromatico è coerente con la scelta di munire le sedute e i tavoli di ruote per permettere lo spostamento degli arredi in funzione delle stagioni e delle esigenze spaziali.

La movimentazione delle sedute e dei tavoli cambia ed è flessibile per seguire le esigenze stagionali e offrire l’utilizzo dei cortili in completa libertà.
Gli arredi fissi di distribuzione del cibo della mensa sono adiacenti alle aree tecniche e, per motivi funzionali rispetto agli allacci delle attrezzature, rimangono fisse mentre gli arredi “leggeri” (tavoli e sedie) sono stati progettati per essere spostati e scorporati.



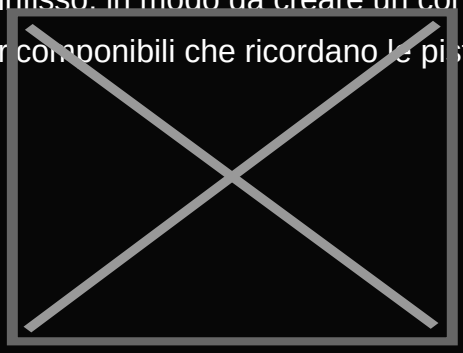
Le panche e i tavoli, inoltre, hanno degli innesti colorati di arancione per evidenziarne la funzione diversa. Questi ultimi, infatti, sono composti da più elementi estraibili che una volta staccati si possono essere riutilizzati in modo da poter elargire funzioni diverse. Questi elementi “erranti”sono sgabelli e vassoi contenenti erbe aromatiche.
I vassoi possono essere avvicinati alla propria zona di seduta per arricchire i piatti insaporendoli, mentre gli sgabelli estraibili permettono di sedersi scegliendo in libertà la posizione più gradita.
La flessibilità di movimento in uno spazio particolare come una caffetteria in ambito universitario diventa un valore importante e va incontro alle esigenze degli studenti di creare gruppi e incontrarsi per poter accedere a diverse attività: mangiare, studiare, condividere e accedere al wi-fi.
In una realtà sempre più social poter cambiare il layout grazie ad arredi mobili agevola le funzioni rendendo fluido l’utilizzo degli spazi stessi.

Dall'interno all'esterno



L’ultimo esempio è la caffetteria del Cinémathèque française a Parigi (designed by Frank Gehry) affacciata al Parco de Bercy.
L’idea dello studio di progettazione MUT Architecture che ha disegnato il Ristorante 51 è stata quella di esasperare il rapporto con l’esterno ripensando al classico tavolo da pic-nic da giardino. Valorizza in questo modo la posizione frontale al parco in un area verde pedonale.
Il progetto prevede una tavolata a “serpentone” che si appropria dello spazio interno e di quello esterno mantenendone l’unità e la continuità. Il piano del tavolo, infatti, è appositamente tagliato a filo

infisso, in modo da creare un continuo visivo tra esterno e interno. I tavoli sono pensati a moduli r componibili che ricordano le piste delle macchinine in legno dei bambini.



Il percorso del tavolo si può ricollocare e variare a seconda del clima e delle esigenze di affluenza.
Questa idea estrematizza la relazione tra funzione, flessibilità di layout e impatto emotivo.
Sconfinando in un’area quasi impropria per agevolare l’utilizzo dell’esterno mantenendone la funzione intatta.

I format che abbiamo analizzato sono diversi: un piccolo negozio di tea, un market di prodotti tipici regionali, una caffetteria universitaria ed una all’interno di un’area museale.
Il mood, le dimensioni, il target e l’offerta cambia ma il valore di avere un layout che permette di essere personalizzato dall’utente o dal gestore è il medesimo: rafforza questi progetti rendendoli unici.
Il tema interessante di un layout flessibile con arredi ad assetto variabile è la novità che l’utente può essere parte attiva dello spazio.
Questo aumenta il comfort e la vicinanza con il prodotto. In questo modo anche se in maniera inconscia si è più vicini al prodotto consumato perché si è parte attiva dello spazio in cui si consuma facendolo proprio.

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. toolskit.it