Spazi low cost, concepiti come ibridazioni dal retail al fuori casa

spazi-foto-10-bb0b60b9

È lecito chiedersi come mai, in special modo in tempo di crisi, emergono spesso esigenze di rinnovamento; questa necessità può sembrare di controtendenza ed anacronistica.

In realtà la crisi crea nell'utente il bisogno di fare una selezione all'interno della sfera dei valori che lo spingono al consumo. E tende così a non spendere a caso ma a selezionare prodotti e servizi che siano realmente appaganti e utili.

Questo fenomeno potrebbe essere un'occasione per migliorare i locali, analizzando con razionalità i diversi ambiti di intervento, in modo da poter essere più concorrenziali ed innovativi.

Il sistema migliore è attuare una selezione lavorando in sottrazione, sia per motivi economici, quindi per risparmiare, sia per essere più efficaci nel messaggio commerciale comunicato.

Due sono gli scenari di intervento progettuale possibili, quello focalizzato sul servizio (offerta, prezzi, promozioni, bonus e aggiunta di nuovi servizi) che possiamo definire il software del bar o del ristorante. Poi c'è l'hardware, la scatola architettonica:arredi, luci, colori, materiali. Concentriamoci su questi

La vetrina veicola il brand

In questo caso è importante analizzare lo stato di fatto per migliorarne i difetti che impediscono un buon servizio o in generale la sensazione di comfort da parte dell'utente.

La prima sensazione di rinnovamento la si percepisce dalla strada: studi specialistici indicano che spesso la scelta di entrare in un locale avviene in pochi secondi ed è determinata dal primo sguardo. In maniera quasi inconscia percepiamo la qualità del locale e ne veniamo colpiti positivamente... oppure negativamente. Quindi vetrina e insegna sono elementi determinanti che spesso, invece, sono

trascurati.

Il nostro biglietto da visita diventa il fronte su strada e I valori del brand devono essere comunicati in maniera semplice ed efficace.

Il brand viene espresso principalmente dal logo e il rinnovamento del logo e della grafica interna risulta di solito essere una buona partenza. Senza cambiare il nome si può lavorare solo sulla grafica.

Una volta individuato il mood, il logo e la grafica devono essere coordinati anche all'interno del locale con lo studio del nuovo menu e di tutti gli elementi.

Anche il riassetto degli arredi in vetrina è un elemento da non trascurare, senza dimenticarsi di illuminarla in maniera efficace. (foto 1 e 2)

[caption id="attachment_26975" align="aligncenter" width="195"] Foto 1[/caption]

L'insegna può essere sostituita o mantenuta applicandovi sopra una nuova. In molti casi è meglio un'insegna semplice ed economica, senza illuminazione ma con un buon logo a una luminosa e appariscente ma con un'immagine vecchia e desueta.

[caption id="attachment_26976" align="aligncenter" width="203"] Foto 2[/caption]

Nel caso non esistesse insegna, una buona soluzione è quella di valorizzare l'ingresso applicando al vetro un prespaziato adesivo con il logo oppure una decorazione a tema. (foto 3). Consiglio di investire sull'ingresso e sul brand perché potrebbe essere determinante.

[caption id="attachment_26977" align="aligncenter" width="209"] Foto 3[/caption]

Il racconto del prodotto

Una volta entrati quello che si cerca normalmente è il prodotto.

Nella nuova visione di marketing il cibo è trattato esattamente come un prodotto e i nuovi format seguono le stesse dinamiche attrattive del retail.

Il cibo quindi, più è a vista e più è compreso in termini di freschezza, qualità e scelta di gamma.

Questa operazione potrebbe essere onerosa nel caso si voglia esporre prodotti freschi da tenere a temperatura. I banchi refrigerati hanno un costo oggettivo, mentre per gli altri prodotti l'operazione è a basso costo.

Conserve, bottiglie, barattoli, contenitori possono arricchire ed arredare raccontando l’origine delle materie prime.

Come possiamo vedere in questo esempio i supporti sono di recupero o semplicemente prodotti da dispensa (foto 5).

[caption id="attachment_26982" align="aligncenter" width="415"]
spazi foto 5 Foto 5[/caption]

L’esposizione permette all’utente di scegliere percependo la qualità in maniera diretta.

In pizzeria, ad esempio, arredare la zona del forno con attrezzi da cucina, sacchi di farina o tolle di sugo arricchisce la zona. Anche gli ingredienti classici se resi a vista e arricchiti di prodotti potrebbero attrarre positivamente (foto 6). La cosa importante è che l’intervento sia deciso, la quantità di elementi potrebbe essere anche solo di poche tipologie ma di un numero elevato riprendendo l’idea dei multipli di Andy Wharol. La ripetizione simmetrica e ordinata dello stesso prodotto o oggetto è fondamentale per evitare che le decorazioni risultino confuse e senza studio. Il progetto di design si arricchisce di questi semplici elementi.

[caption id="attachment_26984" align="aligncenter" width="259"]
Foto 6 Foto 6[/caption]

Dipingere gli spazi

Il terzo tema di intervento è il colore, ridipingere alcune superfici ha un costo ridotto e l’effetto finale è sicuramente molto efficace (foto 7). Il colore deve essere in coerenza con la gamma cromatica del brand per riuscire a declinare in maniera coerente l’immagine. Le superfici da ridipingere dovrebbero essere scelte con un criterio spaziale per enfatizzare le dimensioni del locale. In termini spaziali le superfici verticali colorate hanno la capacità di chiudere o aprire l’ambiente.

[caption id="attachment_26985" align="aligncenter" width="259"]
Foto 7 Foto 7[/caption]

A seconda del layout, inoltre, è possibile dare peso ad aree tematiche come punti attrattivi in corrispondenza dei banchi di distribuzione del cibo o del bancone bar.

Nel caso di Slowpoke EspressoCafe il progettista ha recuperato scarti di legno per comporre pareti decorate e il fronte del bancone bar, il risultato è un’immagine nuova: con poco è riuscito ad ottenere un’immagine di qualità (foto 9).

[caption id="attachment_26986" align="aligncenter" width="223"]
Foto 9 Foto 9[/caption]

Esiste poi un’ipotesi di lavoro comune agli spazi moderni, industriali o storici che consiste nello “smontare” letteralmente le finiture esistenti riportando alla fase di rustico le pareti. L’operazione non ha costi eccessivi e volendo si può fare autonomamente. Le pareti senza intonaco e vernice, magari picchiate con effetti di luce e ombra risultano nel caso di spazi moderni molto alla moda, nei casi più tradizionali, invece, accentuato l’origine storica del luogo (foto 5).

Molto spesso togliere aumenta l’effetto estetico perché uno degli errori più comuni è proprio quello di aggiungere.

Un’idea semplice e funzionale è anche quella di utilizzare specchi, l’effetto di profondità può aiutare in casi di metrature ristrette o per quei banconi bar prospicienti le vetrine su strada. Riflettere l’esterno quando è di qualità potrebbe dare luce e una certa suggestione.

Pavimento e controsoffitto sono elementi costosi da sostituire. A volte possono implicare varianti sugli impianti. Una possibile alternativa potrebbe trovare spazio nel sovrapporre un secondo pavimento sul primo esistente, verificandone gli spessori. In alternativa una gettata di cemento colorato in pasta potrebbe non costare molto, mentre con una resina colorata ci si alza con i costi perché implica maggiore manodopera.

Arredi e tavola

Per quanto riguarda gli arredi, tavoli e sedie, la sostituzione in molti casi è complicata, potrebbe bastare cambiare la posizione del layout per avere la sensazione di novità. È possibile anche cambiare solo il piano ma ancora più vantaggioso è la soluzione di sostituire il tovagliato. Se il piano del tavolo lo permette, si possono togliere le tovaglie che hanno un’immagine tradizionale ormai datata e inserire dei runner in corrispondenza delle sedute. Esistono in commercio dei prodotti in tessuto o monouso a strappo venduti in rotoli che possono essere cambiati a piacere, magari stagionalmente con il cambio del menu.

La gamma colori di questi elementi è molto ampia e prevede anche di abbinare i tovaglioli. L’effetto è elegante ed efficace.

I particolari sono importanti, sostituire ai consueti portacondimenti bicchieri od oggetti che appartengono al mondo del food ma che hanno solitamente funzione differenti è un dettaglio sofisticato e a basso costo (foto d'apertura).

Luci coerenti ed efficienti

Ultimo elemento da sostituire sono le luci, che potrebbero impattare molto nei costi, ma che certamente sono uno dei primi elementi che cambiano drasticamente la percezione dello spazio.

Per ambienti storici, tradizionali o genericamente caldi esiste la possibilità di selezionare nei mercatini o in negozi di “usato” vintage elementi evocativi a basso costo. Scegliere fra il ventaglio di possibilità potrebbe essere un’impresa non da poco. Il consiglio è di scegliere pochi elementi che abbiano coerenza con il mood generale del locale, senza esagerare... (foto 11)

[caption id="attachment_26987" align="aligncenter" width="326"]Foto 11 Foto 11[/caption]

È importante non mischiare gli stili e i periodi storici, in modo da non andare in conflitto tematico.

Giocare con la luce aiuta ad aumentare l’effetto scenografico dello spazio, punti luce selettivi e mirati in un ambiente con luce tenue e diffusa aiutano ad evidenziare gli arredi o gli angoli del locale nascosti o poco visibili. Si crea così un ambiente raccolto ma mosso da luce e penombra. Per avere invece un ambiente più freddo e tecnologico si possono usare luci diffuse fredde. Una soluzione economica ed eco friendly sono le strisce Led che si possono applicare grazie ad adesivi per illuminare vetrine, banchi bar o mensole con l’effetto a parete lavata (foto 12).

Spesso le vetrine dei banchi bar se non hanno una luce incorporata rimangono buie anche se nelle velette sono state previste lampade incassate.

Questa facile soluzione dei Led aiuta a dare valore al prodotto esposto avvicinando l’obiettivo di vendita.

[caption id="attachment_26992" align="aligncenter" width="206"]spazi foto 12 Foto 12[/caption]

La gamma di prodotti in commercio è ampia e raggiunge molte fasce economiche.

Per tutte le categorie commerciali funziona la regola di semplificare l’arredamento selezionando gli ambiti di vendita preferiti. La crisi potrebbe essere percepita come occasione per cambiare il proprio locale ricavandone benefici inaspettati.

La diminuzione di potere economico salva i valori importanti e aiuta a gerarchizzare le proprie necessità, aiuta in generale ad avere più cura ed attenzione. Se si opera in maniera puntuale e con progettualità il cambiamento potrebbe essere vincente.