FORMAT FRESCHI PER LE GELATERIE

Creare luoghi di esperienza sensoriale il più possibile gratificanti. È la sfida raccolta dai partecipanti al corso Food Experience Design del Poli.design. Facendo ricorso anche all'ironia

di Andrea Mongilardi

BUDGET: 100.000 EURO

I formati presentati in queste pagine sono stati realizzati dai partecipanti al V corso "Food Experience Design" del Poli.design di Milano.
Il brief prevedeva la progettazione di un negozio tradizionale di circa 100 metri quadrati (60 di vendita, 20 di laboratorio e 20 di servizi igienici per il pubblico) con un budget di 100mila euro.

POLI.DESIGN
Consorzio del Politecnico di Milano

La sfida, per chi oggi vuole lanciare un nuovo locale, è quella di farsi notare, visto il panorama sempre più affollato dell'offerta. Quella affidata dal Poli.design, su input del produttore di basi per gelato Mec3, agli studenti dell'ultimo corso di "Food Experience Design" era di pensare a possibili nuovi format di gelaterie. «Oggi - afferma - Nicola Ticozzi, direttore dei corsi di specializzazione Design Experience - è fondamentale interpretare il punto d'acquisto come luogo di esperienza globale, estetica, sensoriale, conoscitiva e necessariamente gratificante ». I progetti presentati riflettono queste necessità: grandi vetrine per portare l'offerta "fin sulla strada", colori forti per colpire l'attenzione, ampio uso di immagini fotografiche di grandi dimensioni come elementi di decor e delle pareti come "mezzi di comunicazione". Senza dimenticare il ricorso all'ironia e la possibilità di modificare gli spazi proiettando immagini, foto, scritte ogni volta diverse. Un modo per dare a un cliente sempre meno fedele nuovi stimoli per tornare nel locale. ■

IDENTIKIT

Nome
Così

Tipologia di locale
Gelateria

Gruppo di lavoro
Studio 5

Autori del progetto
Giuseppe Catuogno,
Valerio Ciotola,
Milena Mognon,
Joanna Peruffo,
Tuanny Balen Wendling

UN DIVANO ROSSO PER ATTRARRE

Ben visibile dall'esterno, il grande divano rosso troneggia in mezzo al locale. Grazie al forte impatto scenico, funge da elemento di richiamo per i passanti. Le sedute sono studiate con un basso livello di comodità per stimolare una rapida rotazione dei clienti.

I TOPPING DIVENTANO SCENOGRAFICI

L'offerta di Così prevede pochi gusti di gelato (otto) e un gran numero di topping - refrigerati, riscaldati e secchi - posti in scenografiche colonne di fronte al banco del gelato per invitare al consumo. Le pareti diventano spazio da comporre con l'offerta o con frasi celebri e ironiche.

IDENTIKIT

Nome
Plus Pastry & Gelato

Tipologia di locale
Pasticceria e gelateria

Gruppo di lavoro
Design Addicted

Autori del progetto
Paola Elena Bisone,
Anna Kolomiyets,
Marco Metelli,
Giorgio Maria Nitoglia,
Marco Pigozzi

DOLCI E GELATI, MENU DA COMBINARE

Il format, che abbina pasticceria e gelateria, prevede un menu studiato per offrire un elevato numero di combinazioni mescolando a piacere tre prodotti: dolci, gelati e guarnizioni.
Un menu a parete sintetizza efficacemente l'intera gamma dell'offerta.

DOPPIA MODALITÀ DI CONSUMO

Lo spazio per il consumo in loco è diviso in due: una parte con tavolini e sedute basse per un consumo "comodo" e una con sgabelli alti e bancone per il consumo "fast". Oltre al bancone interno con laboratorio a vista, il locale ha anche un'area take away affacciata su strada.

IDENTIKIT

Nome
Sweet stop

Tipologia di locale
Gelateria caffetteria modello “shop in shop”

Gruppo di lavoro
Progetto Magje

Autori del progetto
Giorgio Bo, Matteo Buniotto, Enrico Cherubini, Alessandro Guerrazzi, Jacopo Seppi

DOPPIO ACCESSO PER LAVORARE DI PIÙ

Il negozio ha il suo fulcro nel laboratorio a vista, posto esattamente al centro dell’area di somministrazione. Quest’ultima si divide in due aree speculari: da una parte caffetteria, dall’altra gelateria, entrambe con un proprio accesso.

ATMOSFERE METROPOLITANE

Un pavimento che riprende l’immagine delle linee della metropolitana (e si ritrova nei menu, nelle divise ecc.) e una pannellatura ispirata alla street art facilmente modificabile e sostituibile: sono gli elementi pensati per dare la sensazione di aver creato un angolo rifugio nel caos cittadino.

IDENTIKIT

Nome
Yo&Me

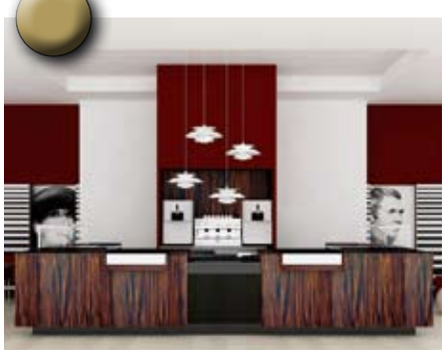
Tipologia di locale
Yogurteria

Gruppo di lavoro
Pixelab

Autori del progetto
Valentina Caiazzo, Maria Pia Cibelli, Gessica Ghisi, Francesca Girardi, Leonardo Macchi, Angelantonia Soriano

I BAGNI DIVENTANO ELEMENTO D’IMMAGINE

La riproduzione in formato gigantografia di due icone della bellezza d’altri tempi (Audrey Hepburn e Steve McQueenn) trasformano le porte dei bagni in un elemento d’arredo capace di dare una forte personalità e una grande riconoscibilità all’intero locale.



ESPOSIZIONE IN BELLA VISTA

Le teche espositive in vetro, a cassetto refrigerato, collocate simmetricamente ai due angoli del bancone, permettono la conservazione del prodotto fresco esaltandone l’esposizione. Sui tavolini, spicca il tocco di colore dato dagli espositori contenenti i topping.