

Il centro ottico diventa “percorso narrativo”

Arketipo design propone una case history per mostrare come ridisegnare la propria attività, mostrando l'anima e coinvolgendo emotivamente il pubblico

Il concepimento del centro ottico trasforma l'attività e ne lascia emergere i tratti interiori più intensi, costruendo un vero e proprio “percorso narrativo” che coinvolge il pubblico. La case history di questo mese è l'Ottica Bertelli di Cusano Milanino. Arketipo Design è intervenuta su uno spazio di considerevoli dimensioni, ampio e rettangolare, intestato su due fronti stradali (di cui uno di ampio scorrimento veicolare): 5 vetrine sul fronte principale e 3 su quello secondario. Funzionalmente, il locale è imma-

ginato sull'asse direzionale destra-sinistra, dove si svolgono i percorsi degli operatori e del pubblico.

Il fronte, oltre a essere griglia espositiva, è anche lo spartiacque verso gli ambienti di servizio. Lo spazio vendita è suddiviso in tre aree. La prima, frontalmente all'ingresso, è la più immediata e istintiva zona dell'occhiale da sole, con poco più a destra la più appariscente zona promozionale delle novità.

La seconda, a destra rispetto all'ingresso, è costituita dai banchi reception e cassa per l'accoglienza

del pubblico. La terza, sulla sinistra rispetto all'ingresso, è la più intima, con la serie di banchi vendita assistita per il settore vista. L'obiettivo è il mantenimento di una connotazione “boutique”, privilegiando i servizi e i rapporti interpersonali con il pubblico ma, al tempo stesso, consentendo una certa “dose espositiva”, grazie alla dimensione stessa del locale, senza trasformare la percezione dell'impostazione da professionale a commerciale. L'idea originaria è stata immaginare l'attività come un involucro perfet-

Lo spazio





La vetrina - scorcio

tamente visibile e quasi trasparente verso i potenziali acquirenti in transito, con ampio risalto all'interno, senza chiuderlo troppo sulle ampie e alte vetrine e creando una tipologia di esposizione che non fosse troppo da ostacolo.

L'insieme dei setti, che si alternano e interrompono ritmicamente la percezione verso il cuore del locale, risponde a quest'esigenza ed è stato trattato come ampie "strisce verticali" di comunicazione visiva. La grafica coinvolge il pubblico, dona all'ambiente un'anima inconsueta e strettamente personale e rappresenta l'anticipazione alla "surreale magia" presente all'interno del centro ottico.

Oltre la soglia d'ingresso, si entra in un mondo fatto di percezioni di grande ordine e pulizia formale, di contaminazioni delicate di materiali e colori giocati tutti tono su tono. Attraverso la parete frontale, immaginata come un lunghissimo "percorso narrativo", l'obbietti-

vo è centrato, l'attenzione viene catturata, lo sguardo è ipnotizzato davanti a tutte le "attrazioni visive" che vengono proposte.

Frontalmente, ci si imbatte davanti a un grande fronte arredativo, frazionato in vari "episodi espositivi".

L'occhio scorre fluido, attirato da forme ed effetti luminosi che valorizzano il prodotto e lo trasformano da oggetto utile a oggetto desiderabile. Involucro e prodotto concorrono insieme alla creazione di una tessitura di forme omogenea.



L'interno

Anche il soffitto è stato pensato con valenza dinamica, un virtuosismo grafico di linee marroni che scolpiscono con determinazione i volumi del controsoffitto, collaborando a questa illusione di assi e semirette che prendono possesso di immaginari percorsi compiuti dai fruitori del locale.

Il risultato finale è un ottimo esempio di intervento innovativo, che soddisfa la funzionalità richiesta e manifesta, contemporaneamente, "un'anima" in grado di caratterizzarsi sul mercato e di generare, agli occhi del pubblico, un valore aggiunto capace di coinvolgere emotivamente l'utente nell'acquisto.

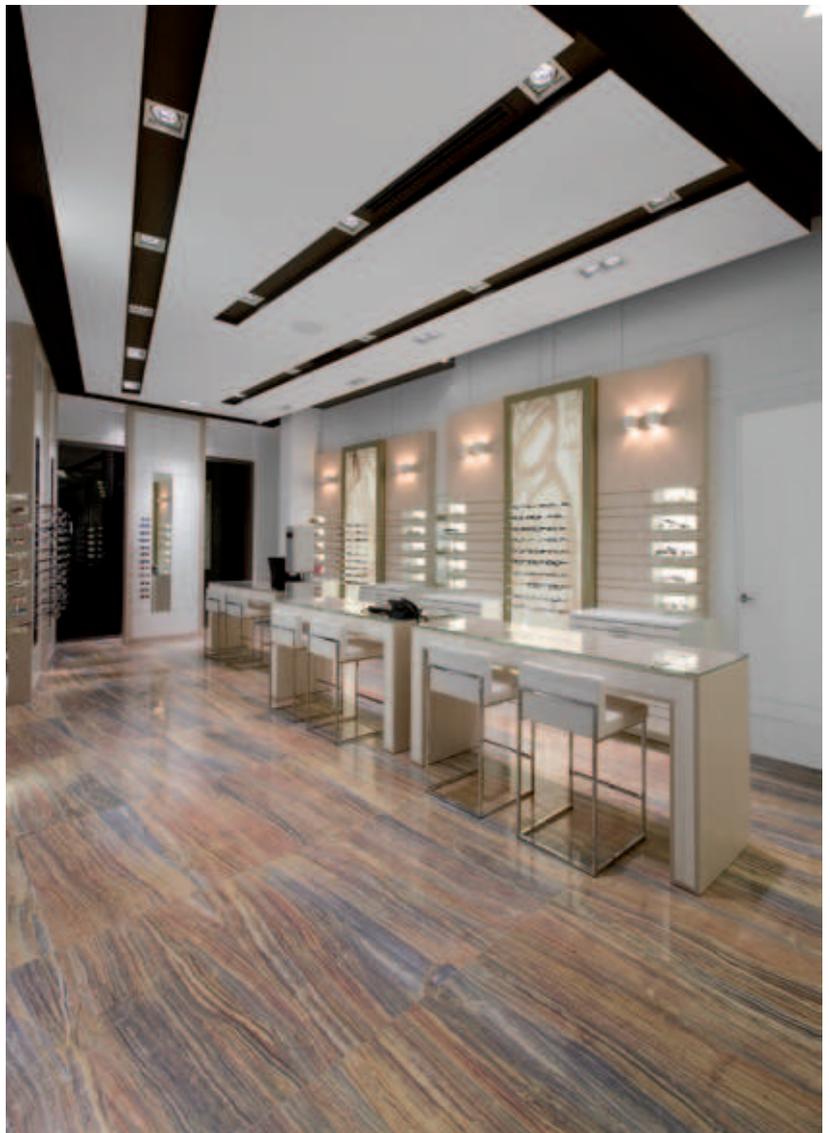
Per saperne di più:

Arketipo Design

Tel: 02 45 71 26 03

info@arketipodesign.it

www.arketipodesign.it



L'accoglienza



L'esposizione