

Per uno SPAZIO VINCENTE

PROGETTARE UNO SHOWROOM "DI CARATTERE" CON L'ARCHITETTO BARBARA ALBANESE

di Paolo Melissi

Spazio. Luce. Materiali. Filosofie costruttive. Con l'architetto Barbara Albanese, del gruppo aaf associati, entriamo nell'ambito della progettazione di uno showroom. Emerge, prima fra tutte, la necessità di uno studio approfondito delle necessità e delle prerogative del singolo negozio, in modo da non lasciare nulla al caso. Le trasformazioni del mercato e delle esigenze dei clienti, infatti, motivano sempre in modo crescente processi organici e non "improvvisati" nel pensare lo showroom e le modalità di proporsi, sempre più vicine alla filosofia espositiva di un punto vendita d'arredamento contemporaneo.

Qual è la filosofia che la ispira nella progettazione di uno showroom? Ritengo ci siano dei criteri base a cui fare riferimento nella progettazione di uno showroom: ambienti flessibili, versatili, che consentano di utilizzare gli spazi progettati secondo le necessità e le tendenze del momento. Bisogna tener sempre presente che, al di là di certi punti fermi, ogni showroom è una realtà a sé, individuale, con specifiche esigenze, e lo spirito e lo stile con cui viene progettato e realizzato devono tenere conto del contesto in cui esso si colloca, della clientela a cui si rivolge, e di cosa esso offre. Il cliente pone soprattutto richieste in termini d'uso razionale dello spazio: ogni mq di showroom ha un costo, chiede che un dato spazio a disposizione possa contenere un certo numero di prodotti da vendere, per poter soddisfare al meglio le esigenze della clientela. Per il resto il cliente si affida alla nostra professionalità, sapendo che ci sarà la possibilità di ragionare insieme su un progetto preliminare prima di arrivare alla soluzione definitiva.

Come si sviluppa il suo lavoro? Quali le fasi e le tempistiche? Il mio lavoro parte da un colloquio preliminare con la committenza, atto a chiarire le loro intenzioni e necessità: sulle indicazioni ricevute sviluppo un progetto di massima da valutare insieme al cliente, e a seguire un esecutivo completo, che affronta il lavoro in ogni suo dettaglio: dallo studio dei particolari costruttivi alla pavimentazione, dalla controsoffittatura alla scelta e dimensionamento dei corpi illuminanti, fino alla restituzione degli spazi progettati con rendering fotorealistico. Il team esecutivo di aaf elabora immediatamente dopo un preventivo dettagliato sul progetto approvato dal cliente, un preventivo relativo per la realizzazione completa dello showroom chiavi in mano. Lo studio di aaf associati si rivolge specificatamente a realtà commerciali del settore ceramiche, arredobagno, piastrelle, legno, con qualche rapida ma frequente incursione nel "mondo" dei camini, porte, serramenti.

Che influenze hanno le superfici disponibili sull'ideazione del progetto? E la luce? Superfici diverse impongono scelte di volta in volta differenziate. Attenzione però, non è necessario uno showroom di almeno



500/800 mq per avere un'offerta esaustiva di prodotti: è importante che anche lo spazio "contenuto", ma ben progettato di 100/200 mq sappia offrire al cliente una scelta articolata e al venditore tutti gli strumenti necessari per condurre la vendita. La luce è parte fondamentale del progetto di uno showroom; facendo le debite proporzioni, è meglio investire su un'illuminazione efficace piuttosto che sull'allestimento, perchè è la luce che permette di costruire gli spazi attraverso zone più o meno illuminate, esaltando l'oggetto esposto, creando di volta in volta sorpresa, senso di benessere, e mettendo il cliente nel giusto stato d'animo. La tendenza è quella che vede protagonisti spazi ampi, versatili, flessibili, e facilmente adattabili a situazioni diverse; spazi che respirano, non sovraccarichi di prodotti; colori naturali, tinte morbide, luci calibrate e puntuali sui prodotti esposti.

Da cosa dipende la scelta dei materiali? I materiali da utilizzare nella progettazione e allestimento dello showroom non devono essere mai troppo costosi, e devono presentare caratteristiche di facile manutenzione: le pareti e pannellature di supporto dei prodotti da esporre sono per lo più in legno grezzo da tinteggiare a pittura, o a smalto, o con resine, oppure in nobilitato (oggi la scelta è ampissima). Preferisco "investire" e utilizzare materiali quali metallo, corian, lamiere lavorate, plastica, vetro o plexiglas su singoli pezzi che possano dare forte connotazione allo spazio espositivo, oppure sulla zona reception/operativa, che rappresenta sempre il biglietto da visita dello showroom.

Quali sono le caratteristiche vincenti per uno showroom, cosa risulta più funzionale ma anche più attrattivo per il cliente? Lo showroom deve essere un contenitore pieno di proposte sempre nuove, sempre aggiornate in relazione alle tendenze contemporanee; il cliente deve poter entrare in uno showroom e trovarsi immediatamente a suo agio, orientarsi con facilità nello spazio espositivo e cogliere quanto di innovativo offre questo contesto.

Secondo il suo parere, qual è la carenza principale degli showroom italiani, cosa manca in termini di progettualità? Gli showroom sono spesso improvvisati, realizzati aggiungendo via via, secondo le necessità, nuovi pannelli per esporre prodotti: sembrano showroom sottomessi alle necessità di vendita, senza un carattere proprio. Oggi la realtà sta cambiando, soprattutto nelle grandi città, perchè le esigenze stesse della clientela stanno cambiando: oggi uno showroom è sempre più vicino nella filosofia espositiva a uno di arredamento contemporaneo.

È importante per lei visitare le principali fiere di settore? Fiere come il Cersaie sono fondamentali per capire i mutamenti in

corso e quali sono i prodotti più richiesti da esporre. Sono interessanti anche le fiere dedicate ai materiali e alle loro potenzialità di utilizzo, così come eventi quali il Salone del Mobile a Milano, che offre spunti per ambientazioni e atmosfere da proporre in uno showroom.

Com'è strutturato il vostro studio? Quali sono le competenze specifiche? In aaf associati ognuno ha un compito definito. I contatti con i clienti vengono tenuti da Alfredo Pogliani, personaggio di consolidata esperienza all'interno del settore ceramico arredobagno. Mi occupo della progettazione completa dello showroom, supportata da un team di collaboratori professionisti per lo studio dell'illuminazione, per l'impiantistica, ove necessaria, e da disegnatori per lo sviluppo renderizzato del progetto. Una squadra di artigiani professionisti, coordinati da Alfredo Confalonieri, cura la costruzione e la messa in opera dell'apparato espositivo: falegnami, fabbri, vetrai, artigiani che lavorano materiali innovativi, pittori, verniciatori. Seguo anche la Direzione Lavori relativa all'allestimento del punto vendita, seguendo lo sviluppo dello showroom dalle fasi iniziali (posa pavimento, impianti, controsoffittatura, illuminazione) all'allestimento espositivo.

Quali sono le principali fonti di informazione e di aggiornamento utili alla sua professione? Sono tante: dai libri e riviste di architettura e allestimento di interni alle fiere del settore, all'andare a curiosare quanto di nuovo viene realizzato anche in ambiti completamente diversi. A volte rispolverare i grandi maestri dell'architettura e rileggerne l'abilità nello studio delle proporzioni e nell'uso dei materiali offre i maggiori spunti progettuali. ❖

Note biografiche



Barbara Albanese, architetto, vive e lavora a Brescia. Oltre alla progettazione edilizia e di interni fa parte del gruppo aaf associati (www.aafassociati.it) in qualità di progettista: questo gruppo opera nell'ambito della progettazione e allestimento di showroom di ceramiche e arredobagno, con una consulenza globale che accompagna il cliente dall'idea iniziale alla realizzazione completa.

*- Barbara Albanese architetto -
mail: barbara@intelligenza.it*