

Progettazione del colore |2. Si può migliorare la percezione dello spazio del punto vendita utilizzando appropriate modalità espositive, grazie a un uso consapevole del colore come elemento ordinatore e caratterizzante delle diverse aree e degli spazi quale strumento di progetto dalle molteplici potenzialità espressive

La definizione dell'immagine di un negozio che si rivolge all'applicatore come al privato è stato studiato con un particolare layout espositivo al fine di esporre al meglio le diverse tipologie di prodotti. L'intenzione è esporre in modo ordinato e neutro colori e finiture senza influenzare l'occhio dell'osservatore ma esaltandone le caratteristiche. Edilcolor, rivenditore Covema e Cebos Color di Savigliano (Cn) ha deciso di potenziare le capacità di vendita e migliorare il rapporto con il cliente attraverso un restyling della propria sede. Il progetto e la consulenza sono dello studio Colordesigners di Milano che, specializzato nella progettazione del colore, svolge anche attività di consulenza per aziende produttrici e rivenditori, con l'obiettivo di sviluppare la cultura del colore e quindi un uso più appropriato e cosciente dell'elemento cromatico, sia in ambito progettuale che produttivo.

DEFINIZIONE DELL'IMMAGINE

Edilcolor ha così cambiato la propria immagine, passando da un layout casuale, privo di riferimenti visivi e ordine espositivo, a un'esposizione studiata con obiettivi precisi e definiti: ordine, per consentire una percezione immediata della tipologia di prodotti, e identità, per conferire un'immagine al negozio. I vecchi scaffali in legno, di dimensioni e forme differenti, sono stati sostituiti con grandi contenitori, che fanno anche da espositore e piano d'appoggio. Una scelta, quindi, in grado di rispondere a esigenze funzionali ed estetiche, anche a costi contenuti. È stata poi studiata la disposizione dei 5 corner in cui erano esposti, in maniera casuale e disordinata, le diverse tipologie di finiture.

Questi spazi sono stati resi uniformi da una scelta cromatica appropriata e caratterizzante le singole funzioni dei materiali contenuti al loro interno: l'esposizione è stata organizzata su pannelli 40x40 cm grazie ai quali è possibile avere una chiara visione dell'effetto e della consisten-

Quando il colore guida l'occhio

PRIMA Il punto vendita era caratterizzato da un layout casuale, privo di riferimenti visivi e ordine espositivo.



DOPO I contenitori e la metà inferiore delle colonne sono stati dipinti di rosso per guidare lo sguardo del cliente verso l'area espositiva.



za materica di ogni materiale. Ognuno dei corner è dedicato a una tipologia di rivestimento: 2 per i decorativi, 1 per le pitture, 1 per carte da parati,

1 per la consulenza al cliente. Queste aree espositive sono state poi caratterizzate da colorazioni diverse. Per i corner dedicati ai decorativi e alle

pitture è stato scelto il grigio come base neutra per facilitare la percezione e la scelta dei colori; per le carte da parati è stato scelto il marrone dal-

la tonalità calda e per l'area consulenza è stato scelto il verde. Al loro interno un'unica selezione cromatica, per le 3 diverse finiture.

ri di restyling hanno in poco tempo ridefinito l'immagine di Edilcolor, potenziandone le capacità di dialogo con il cliente.

PERCEZIONE DELLO SPAZIO

Questa operazione ha contribuito a migliorare la percezione dello spazio, grazie a più appropriate modalità espositive e in seguito a un uso consapevole del colore, che è stato utilizzato come elemento ordinatore e caratterizzante delle diverse aree, quale strumento di progetto. Non solo gli espositori sono stati rivisti: anche la colorazione del negozio stesso è stata concepita per connotare in modo più determinante l'immagine e l'identità del negozio attraverso la scelta del rosso che si ritrova sia sui contenitori, ma anche sulle colonne, colorate nella metà inferiore di rosso e nella metà superiore di grigio, per guidare lo sguardo verso la zona inferiore del negozio, fino alla quota del soppalco, ossia nell'area espositiva, alla quale il cliente deve rivolgere la propria attenzione. I lavo-