



## **CORSO DI: Concept Design**

**Prof. A. De Capua  
Arch. Mauro Mamoli**

**Arch. Lidia Errante, PhD  
Arch. Ester Mussar PhD stud  
Dott.ssa Giulia Freni PhD stud  
Arch. Valentina Palco PhD**

## **CD2 - Analisi di un Concept**

16 ottobre 2020



# Ricerca Metaprogettuale

RICHIESTA/TEMA: Definire un nuovo CONCEPT (store) DESIGN

MERCEOLOGIA: Arredamento

CARATTERISTICHE: che si distingua per INNOVAZIONE

1 – CONCEPT DESIGN: Che cos'è?

2 – INNOVATIVO: Rispetto a cosa?

3 – ARREDAMENTO: Quale?

# • Ricerca Metaprogettuale

1 – CONCEPT DESIGN: Che cos'è?

Progettato secondo un concetto -> PRIMA definisco il concetto, POI penso a definire e costruire lo spazio intorno al concetto

2 – INNOVATIVO: Rispetto a cosa?

Ad altri spazi di vendita, ai concorrenti, agli allestimenti tradizionali, al mix merceologico, ecc.

3 – ARREDAMENTO: Quale?

Classico, moderno, minimalista, shabby chic, luxury, economico, chip, ecc.

UTILIZZO DEL PENSIERO METAFORICO: - Visualizzazione  
- Analogia  
- Associazione

**Il punto vendita?**

**Offriamo una torta diversa ..... .**



# I VOSTRI PROBLEMI SONO I NOSTRI INGREDIENTI





ZEBRANO Zebrano	ACERO TENERO Soft Maple	BETULLA Silver Birch	CILIEGIO U.S.A. U.S.A. Cherry
CILIEGIO ITALIA Italy Cherry	FAGGIO Beech	FRASSINO Ash	MOGANO FIAMMATO True Mahogany
MOGANO RIGATO True Mahogany	NOCE CANALETTO U.S.A. Walnut	WENGE' Panga Panga	NOCE ITALIA Italian Walnut
PINO Pine	QUERCIA ROSSA Red Oak	ROVERE SLOVENIA Slovenia Oak	TANGANICA Anigeria





## IL LABORATORIO DELLE IDEE



**NEL LABORATORIO TRASFORMIAMO I PROBLEMI IN SOLUZIONI  
GLI INGREDIENTI DIVENTANO SPECIALITA'**







**TRASFORMIAMO GLI INGREDIENTI**

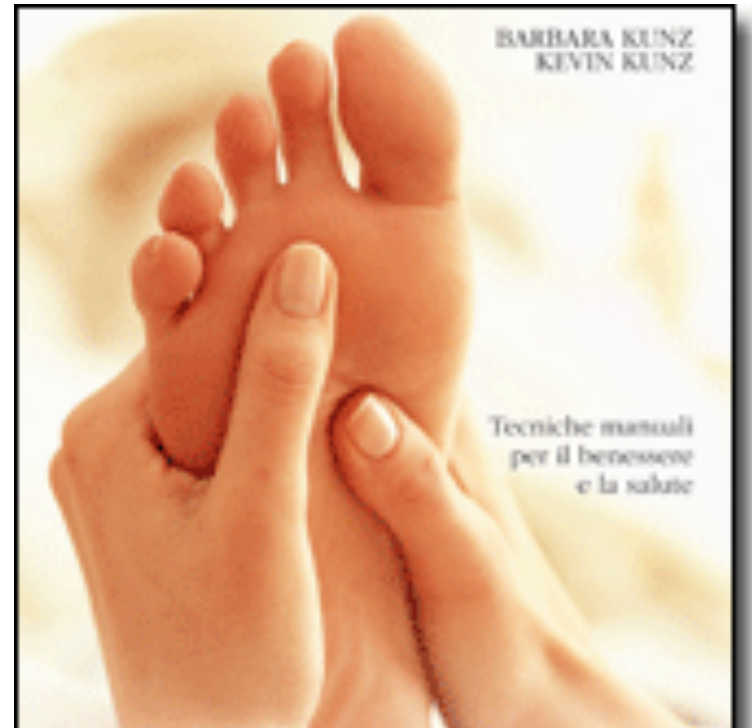


**VI DIAMO LA SOLUZIONE**





# VOGLIAMO AIUTARTI A TROVARE LA SOLUZIONE



## PARLANDO LA STESSA LINGUA



**METTENDO A DISPOSIZIONE LA NOSTRA ESPERIENZA**



# LA SODDISFAZIONE DEI TUOI GUSTI



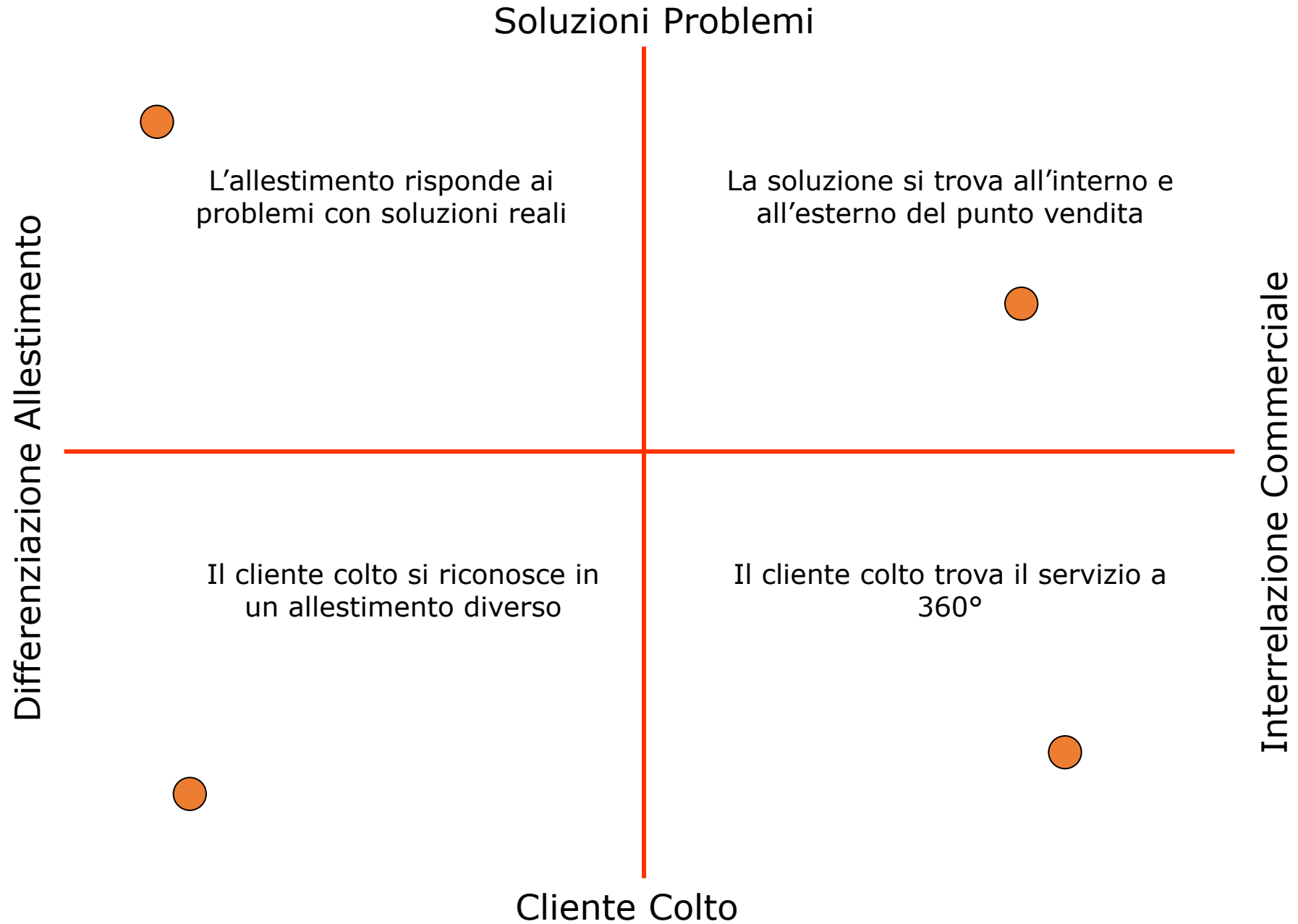
**ABBIAMO IL TEMPO PER ASCOLTARE LE TUE ESIGENZE**



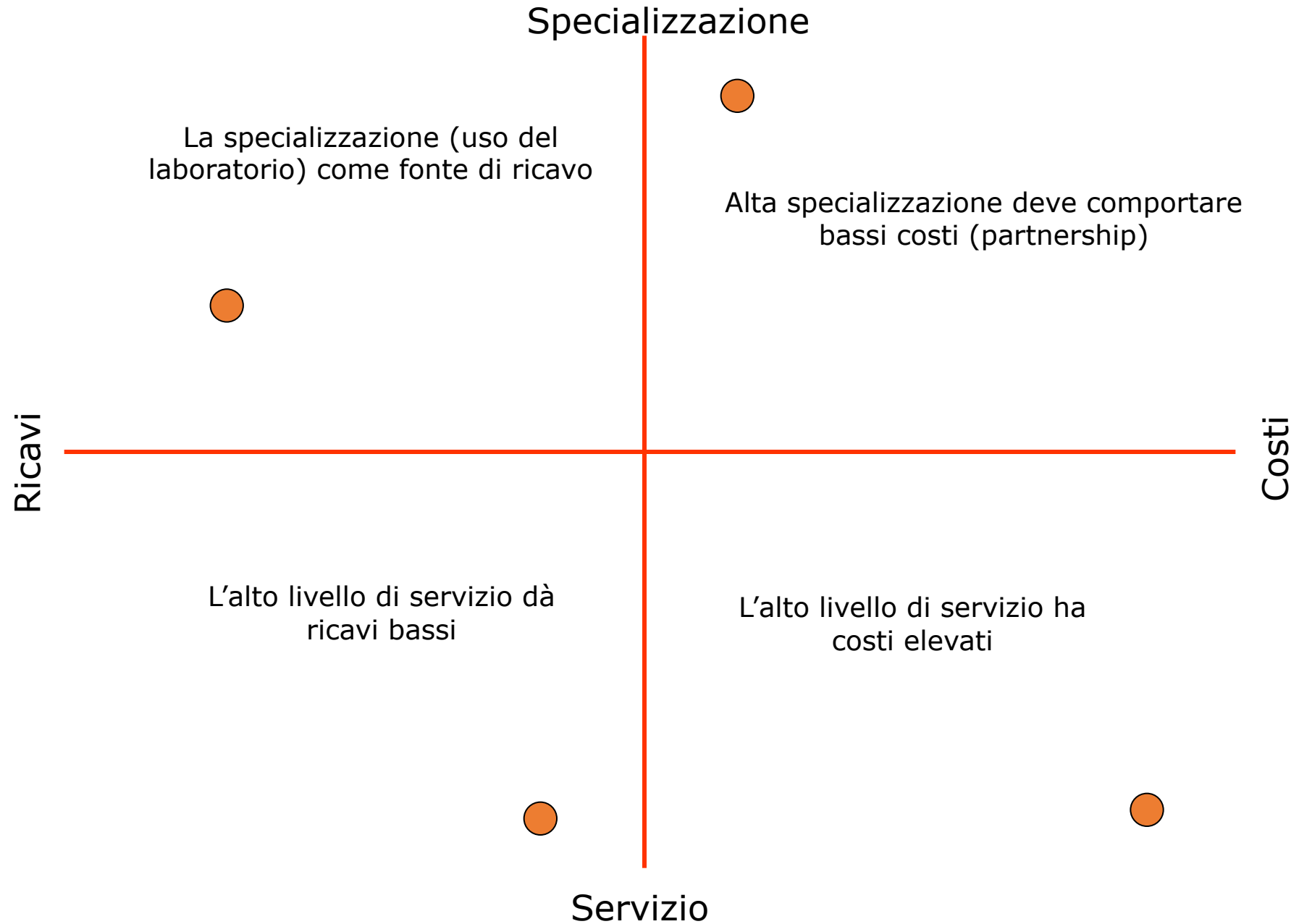
Generazione del Concept



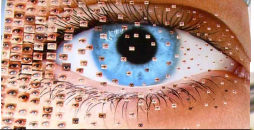
**VOICE MAPPING 1 per quanto riguarda gli obiettivi di impresa/negozio**



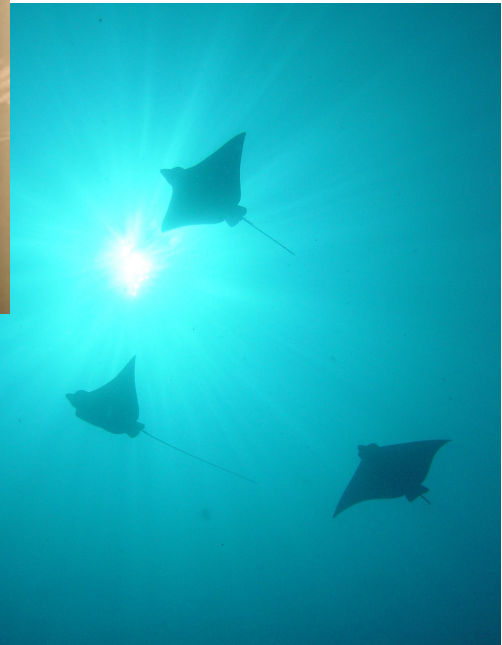
**VOICE MAPPING 2 per quanto riguarda gli obiettivi di impresa/negozio**



# MOOD BOARD per quanto riguarda l'analisi dell'utenza



QUEL TIC TAC CHE BATTE DENTRO





# MOOD BOARD per quanto riguarda l'analisi dell'utenza

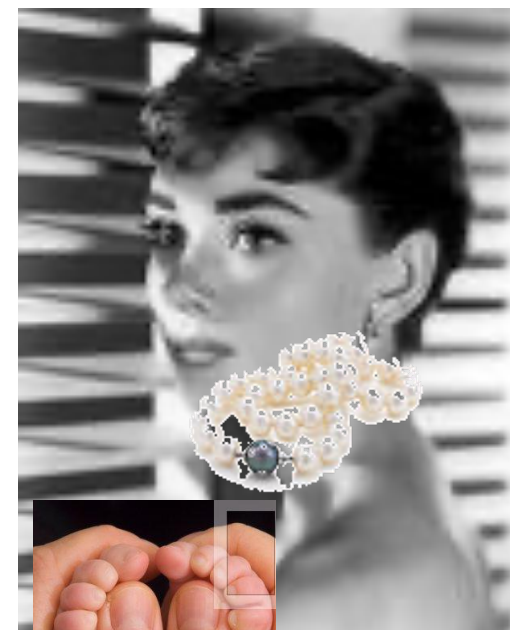
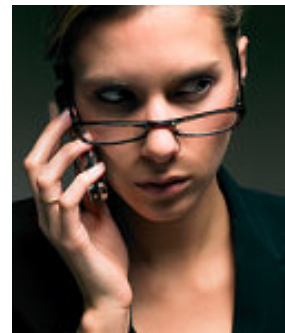
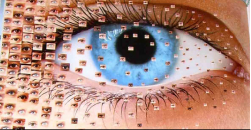
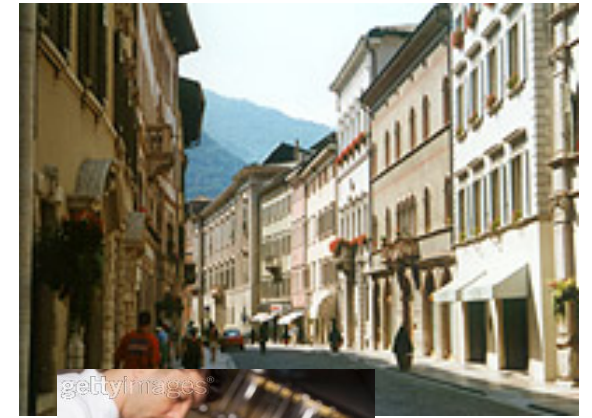
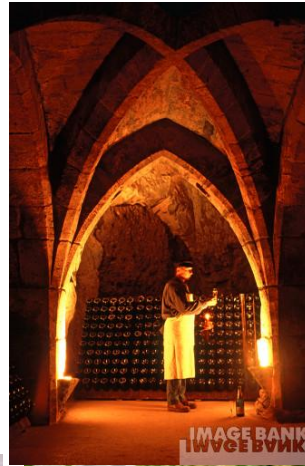


IMAGE BANK  
IMAGE BANK

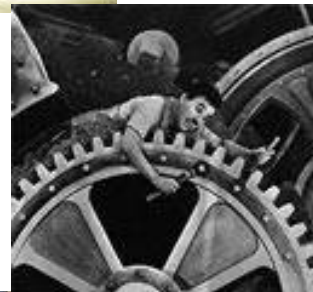
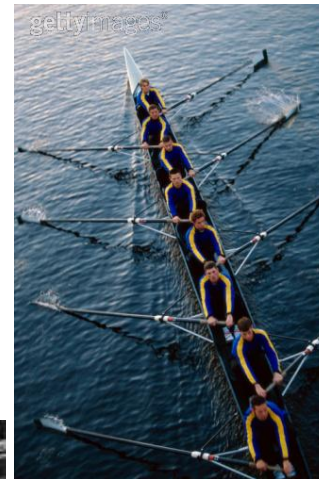
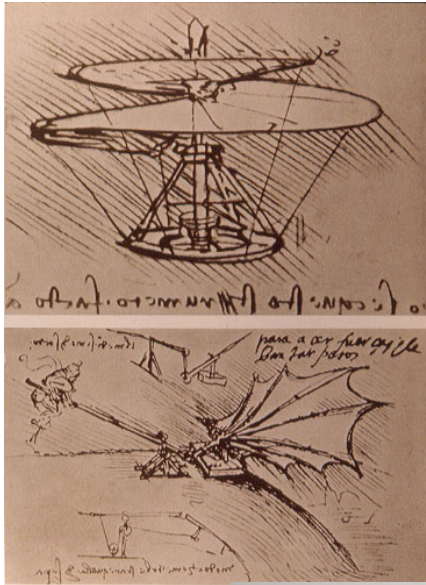


# MOOD BOARD in relazione alla localizzazione territoriale



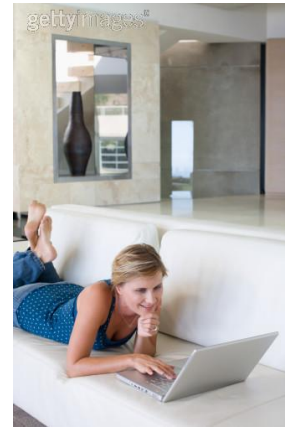
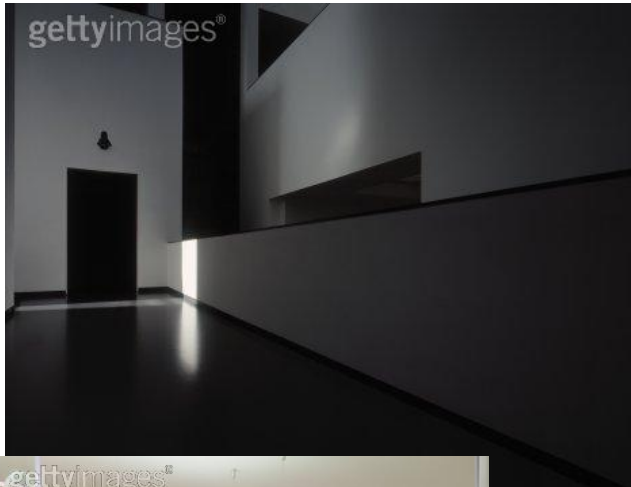


# MOOD BOARD del sistema dell'offerta di prodotti e servizi

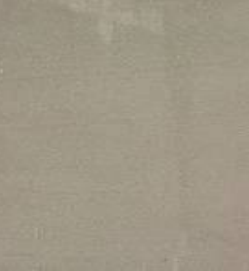




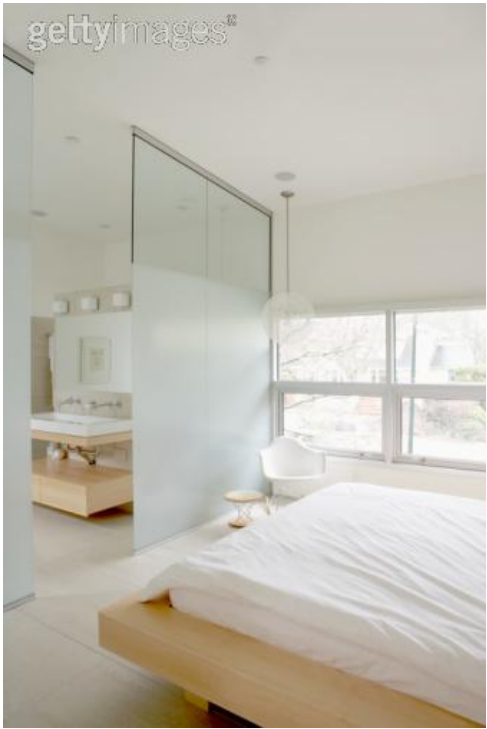
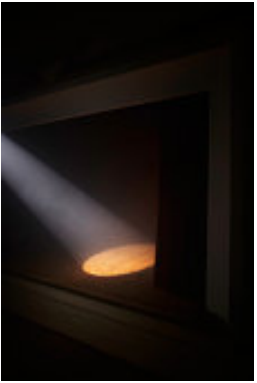
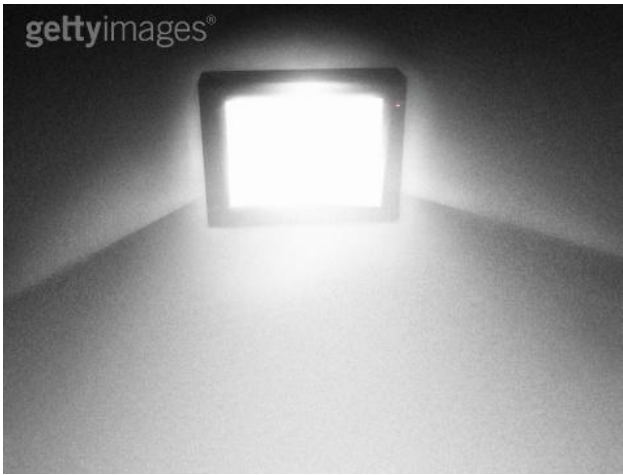
# MOOD BOARD del sistema dell'offerta di prodotti e servizi



**Immagini di scenario per le ambientazioni ed atmosfere**















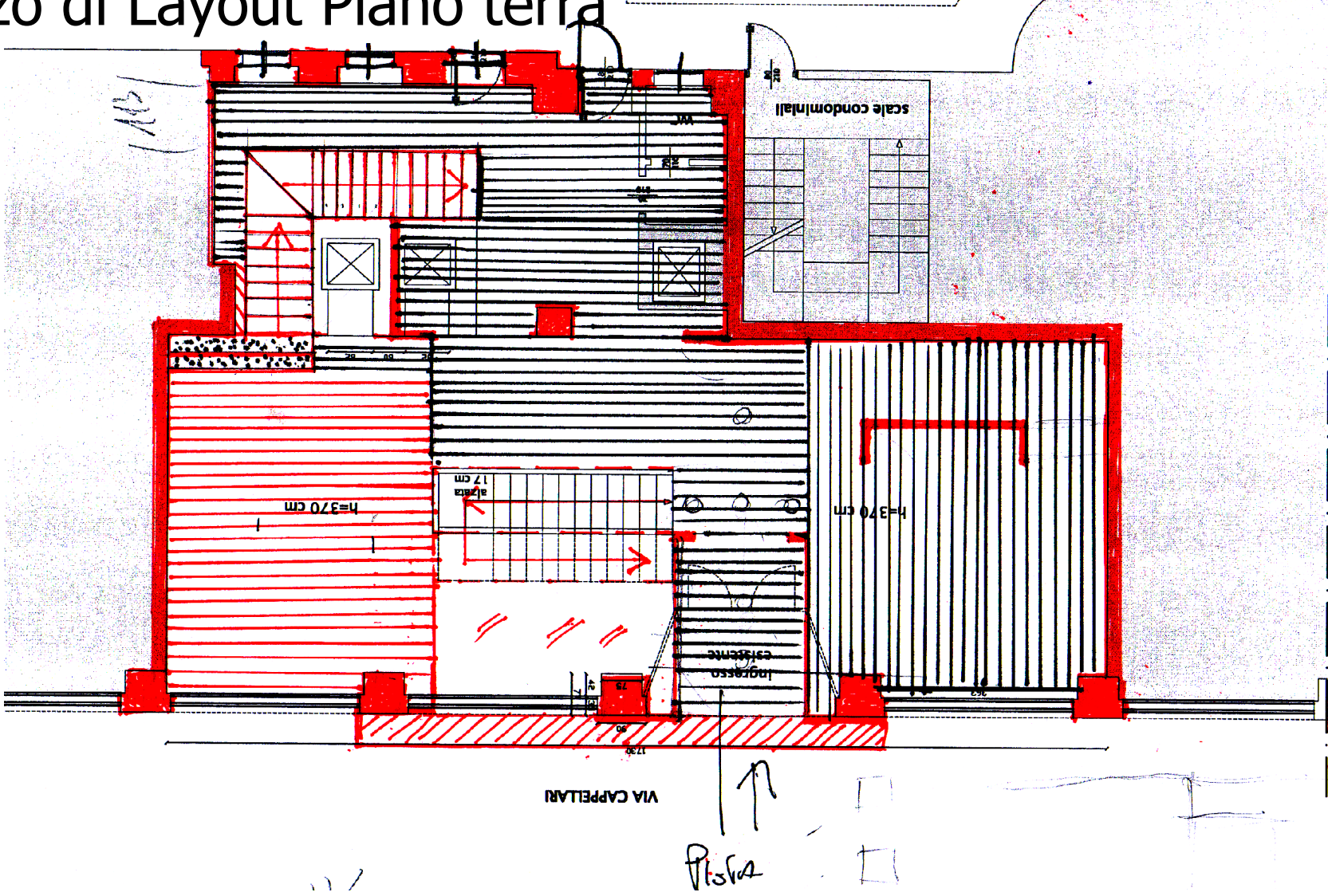




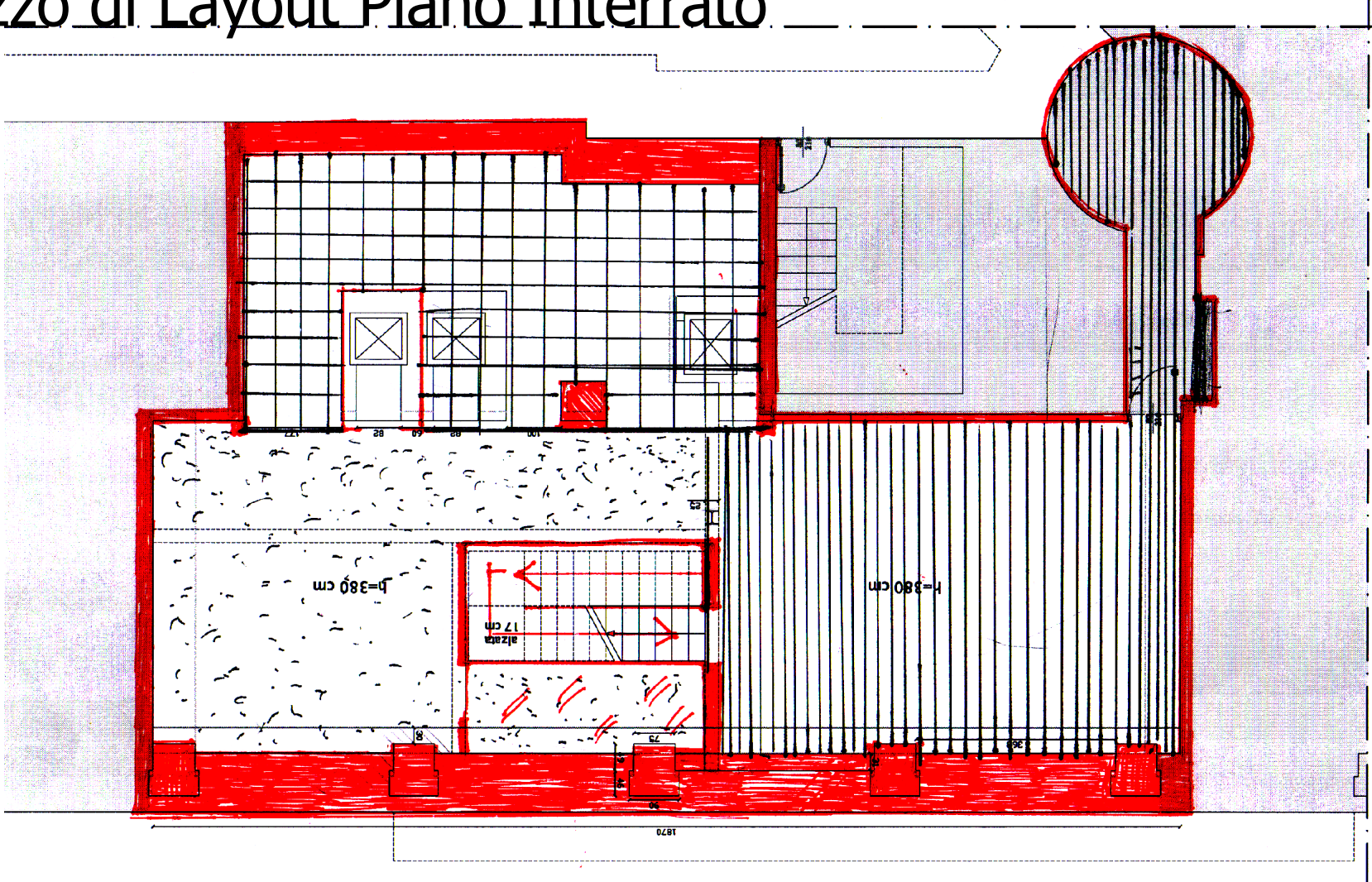
# Definizione del Progetto



# Schizzo di Layout Piano terra

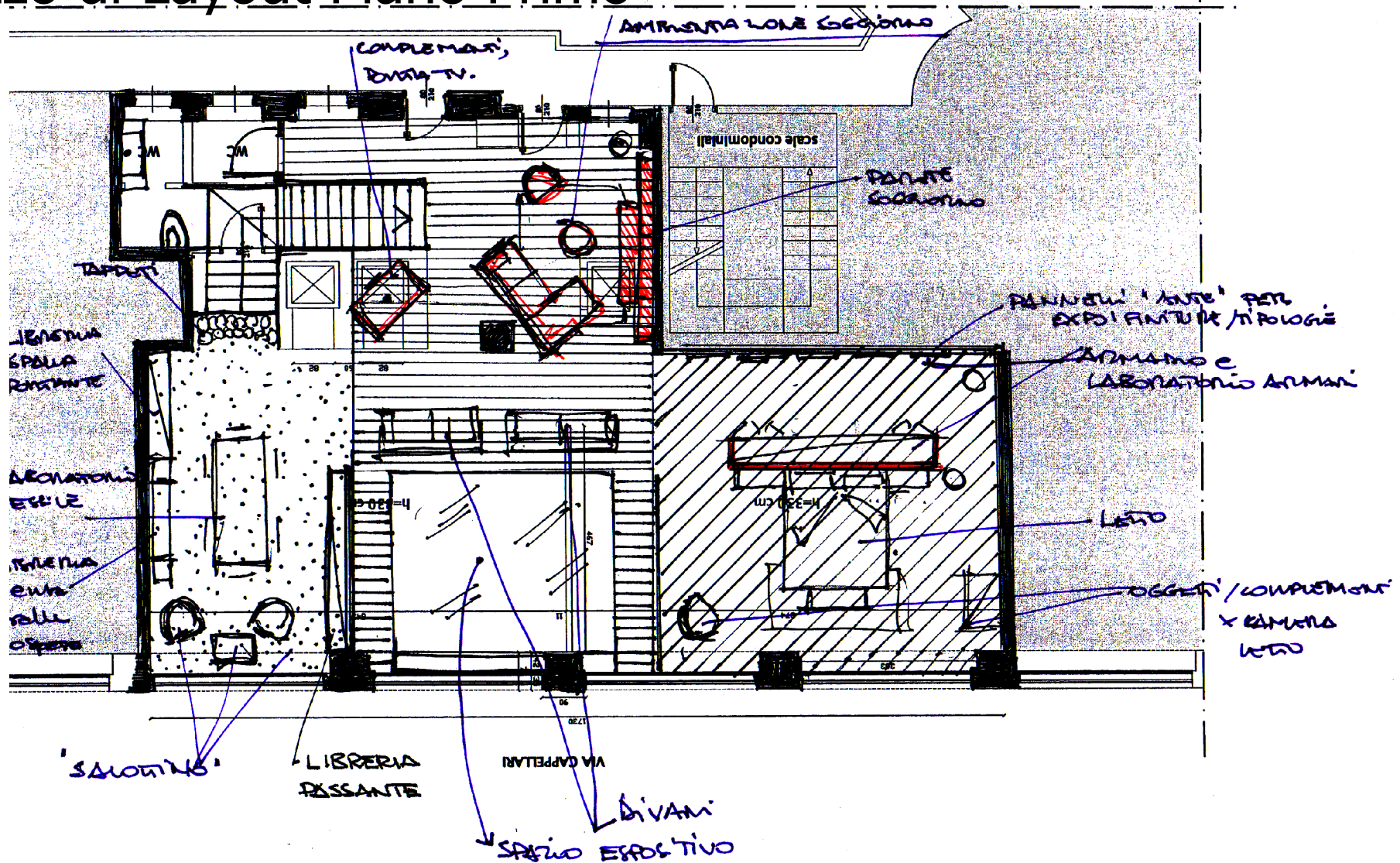


# Schizzo di Layout Piano Interrato

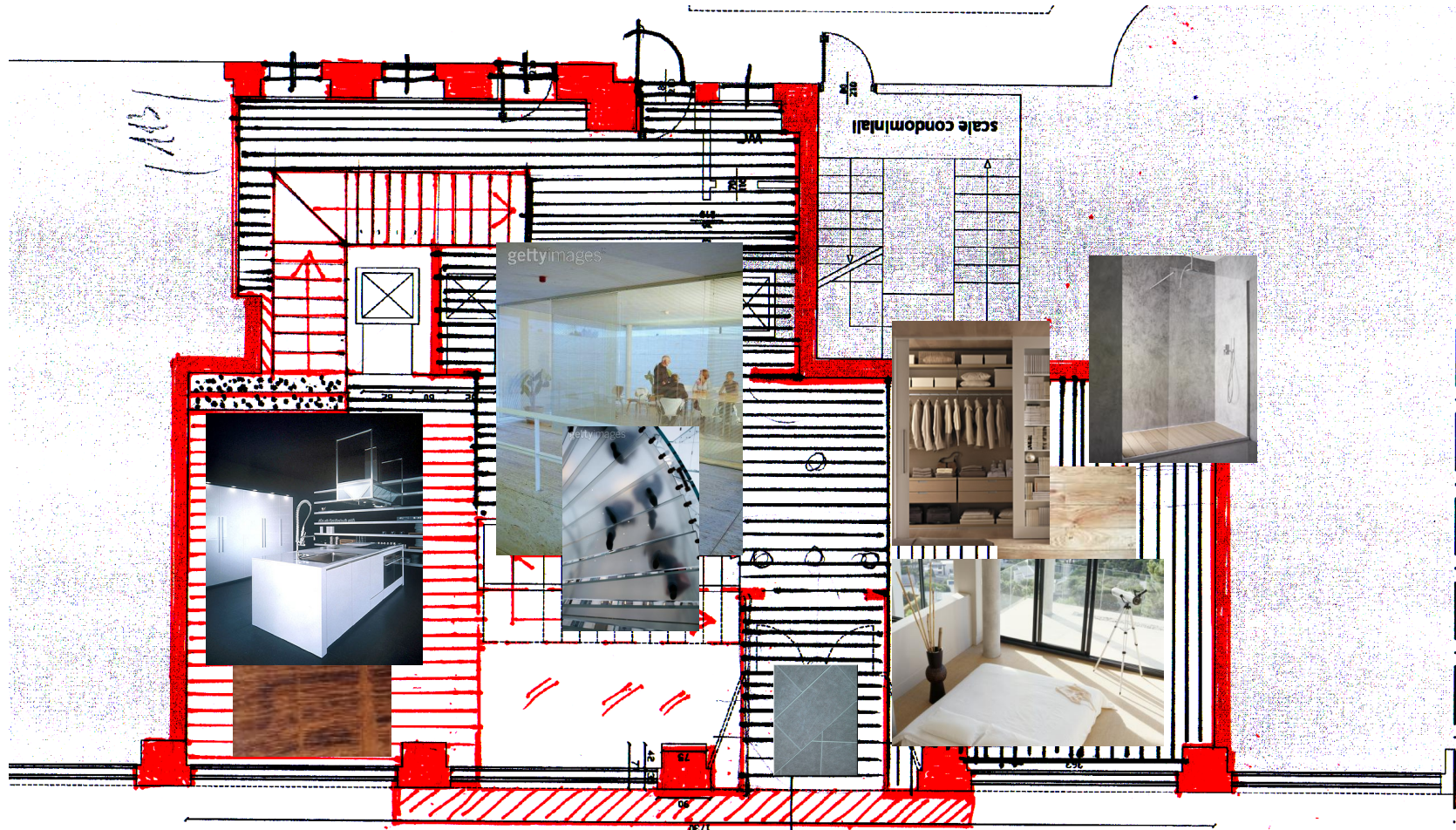




# Schizzo di Layout Piano Primo



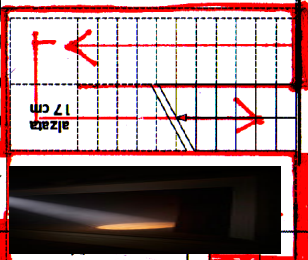
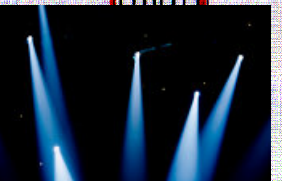
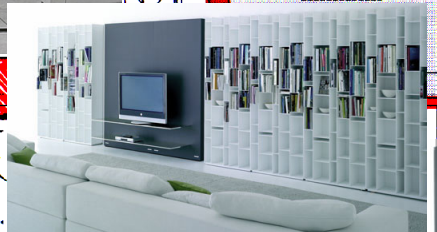
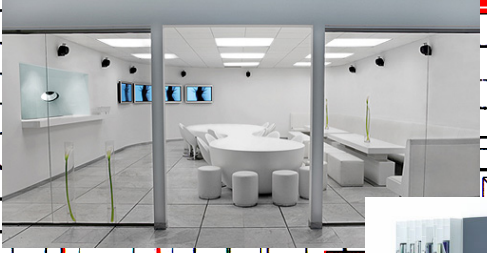




VIA CAPPELLARI

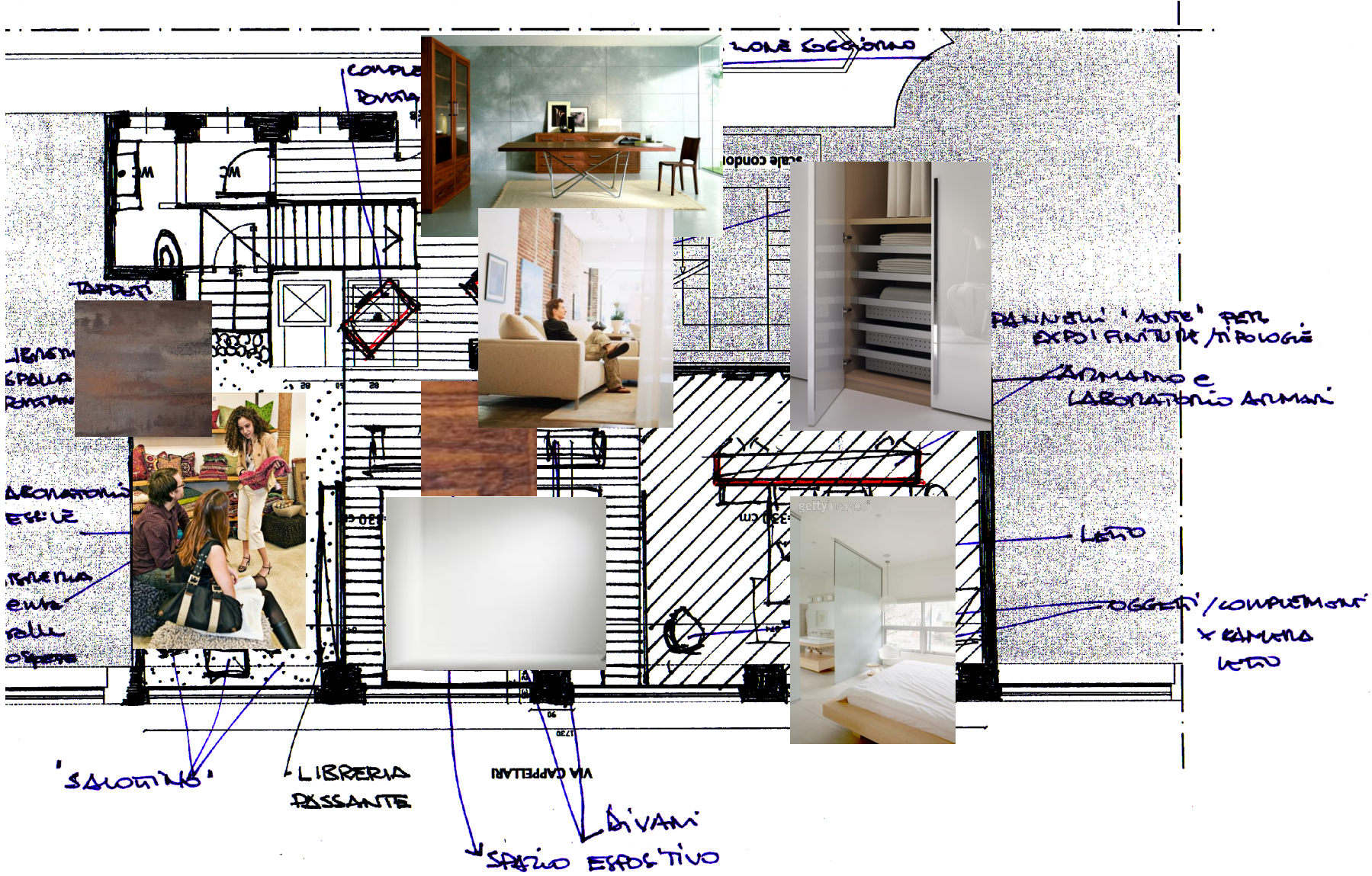
Pisa





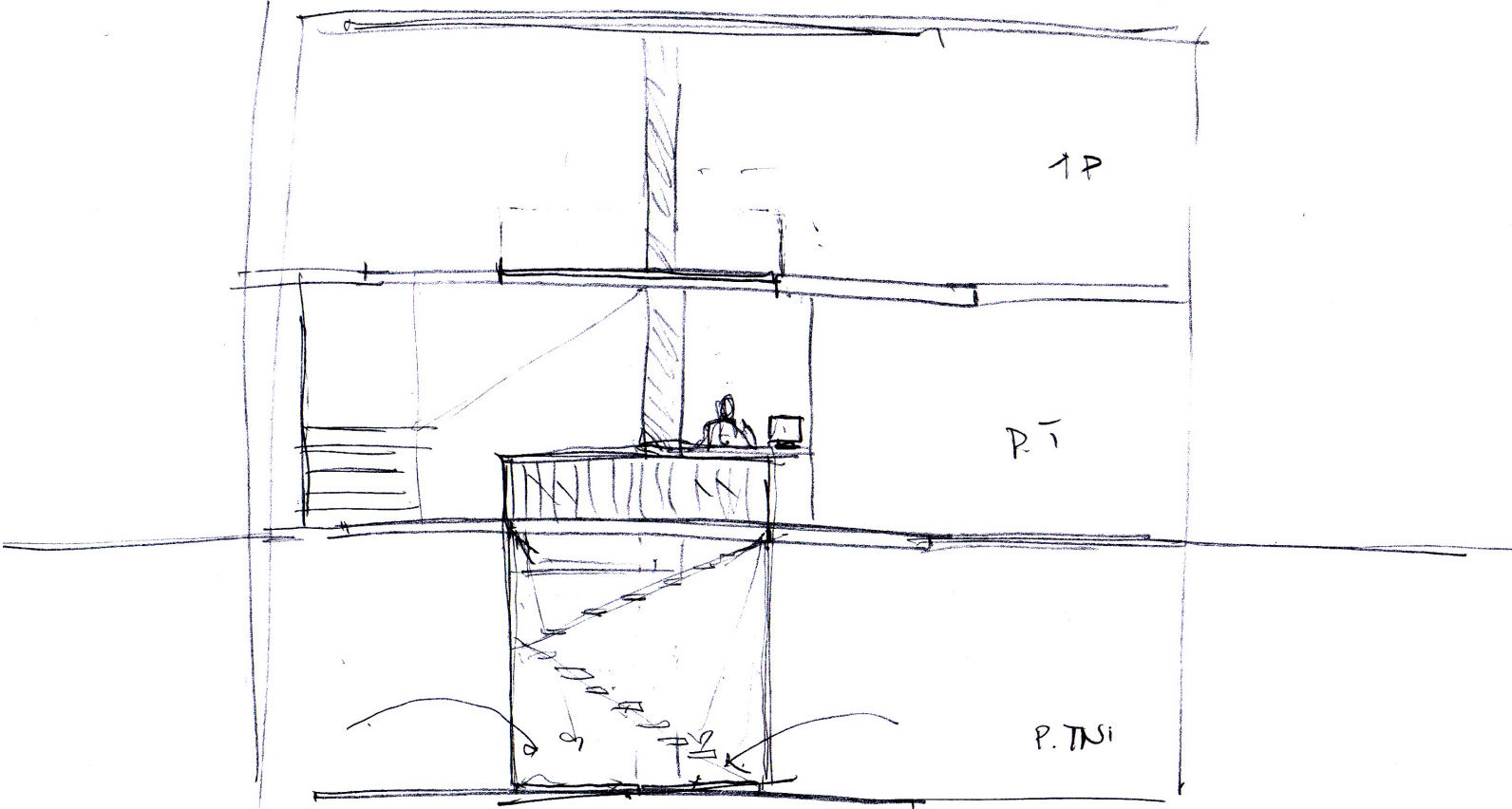
1870





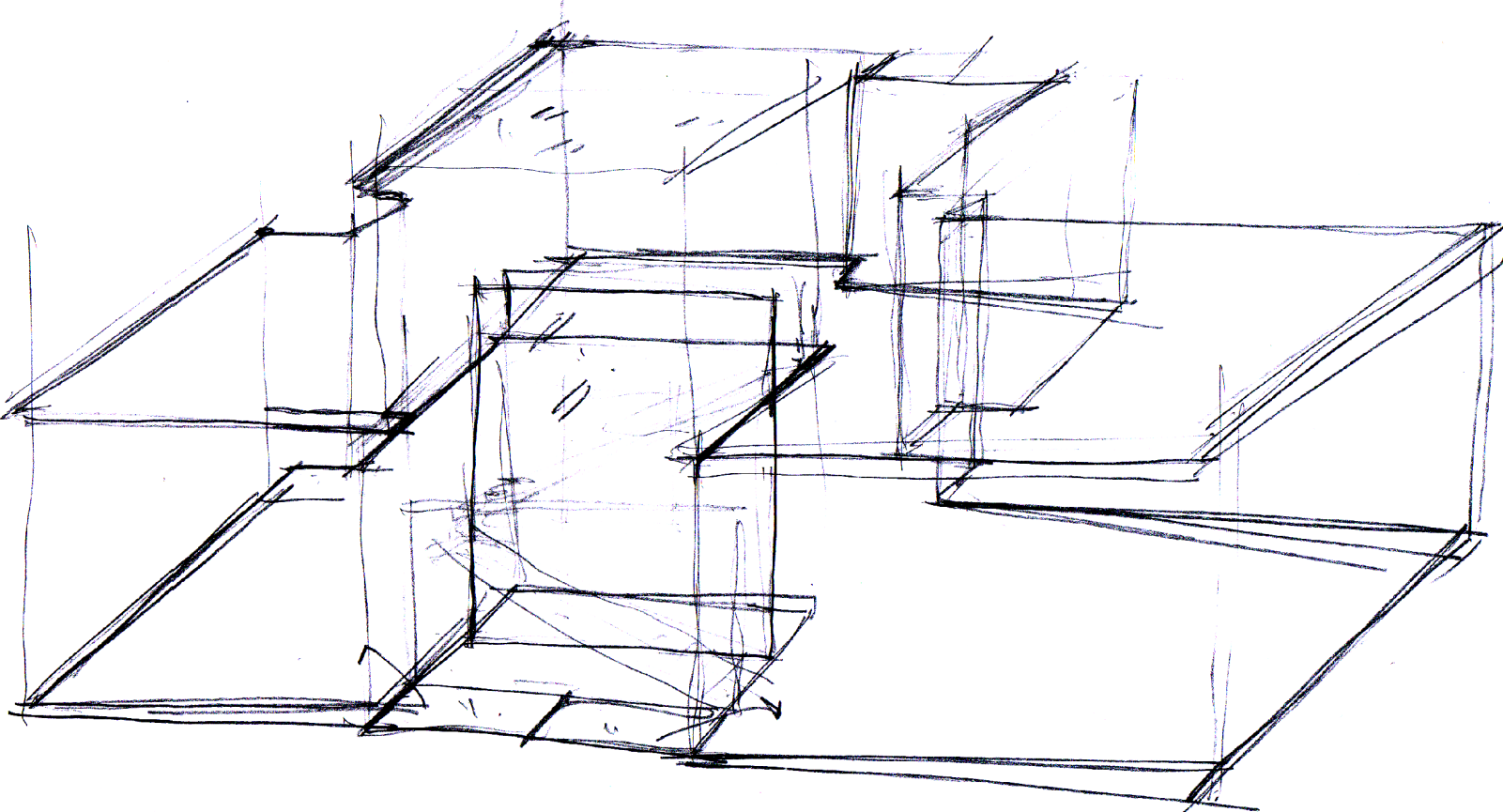


# Schizzo Proposta Sezione/Prospetto interno



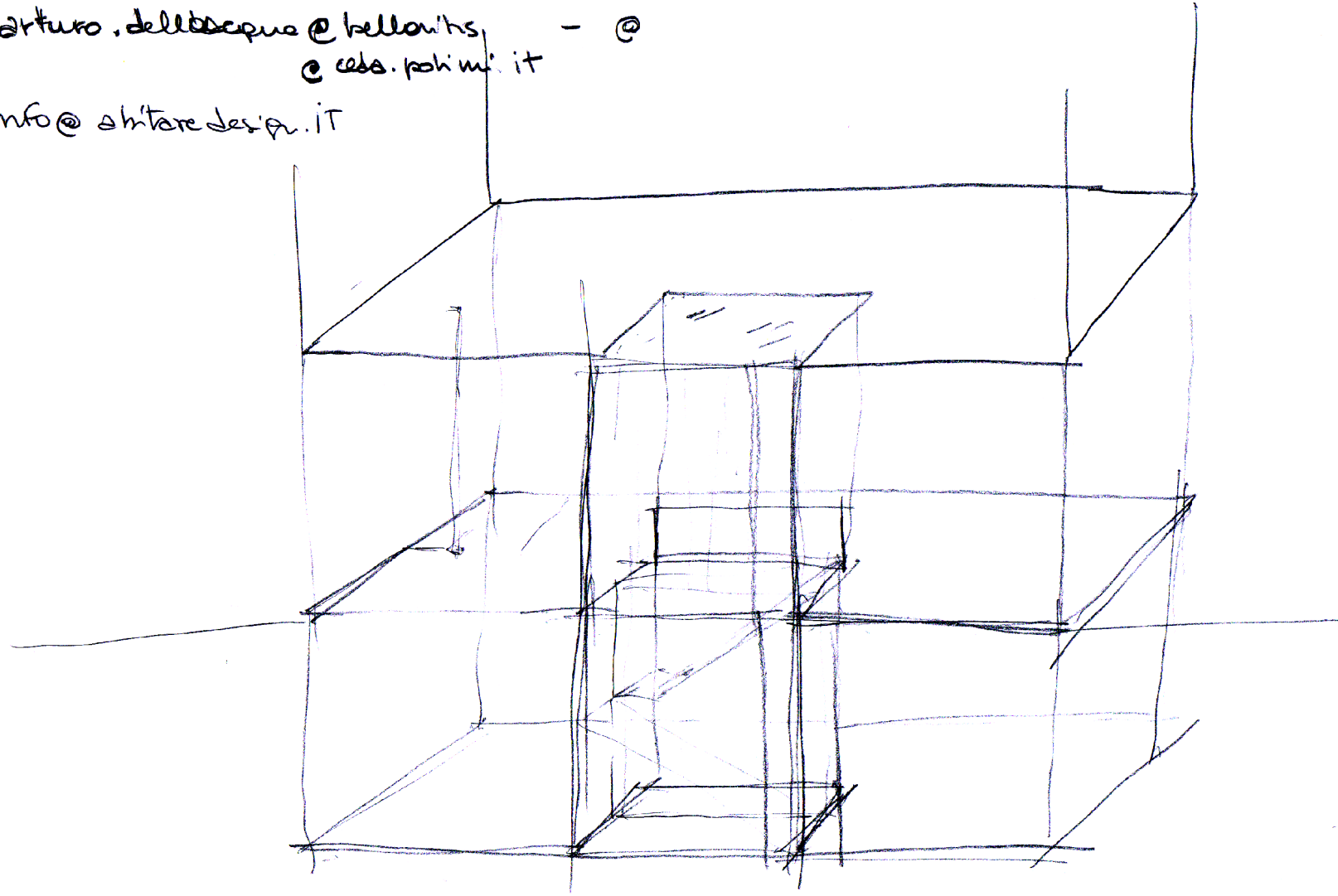
# Schizzo per Taglio Soletta

TORRE  
INGRESSO  
AMBITO



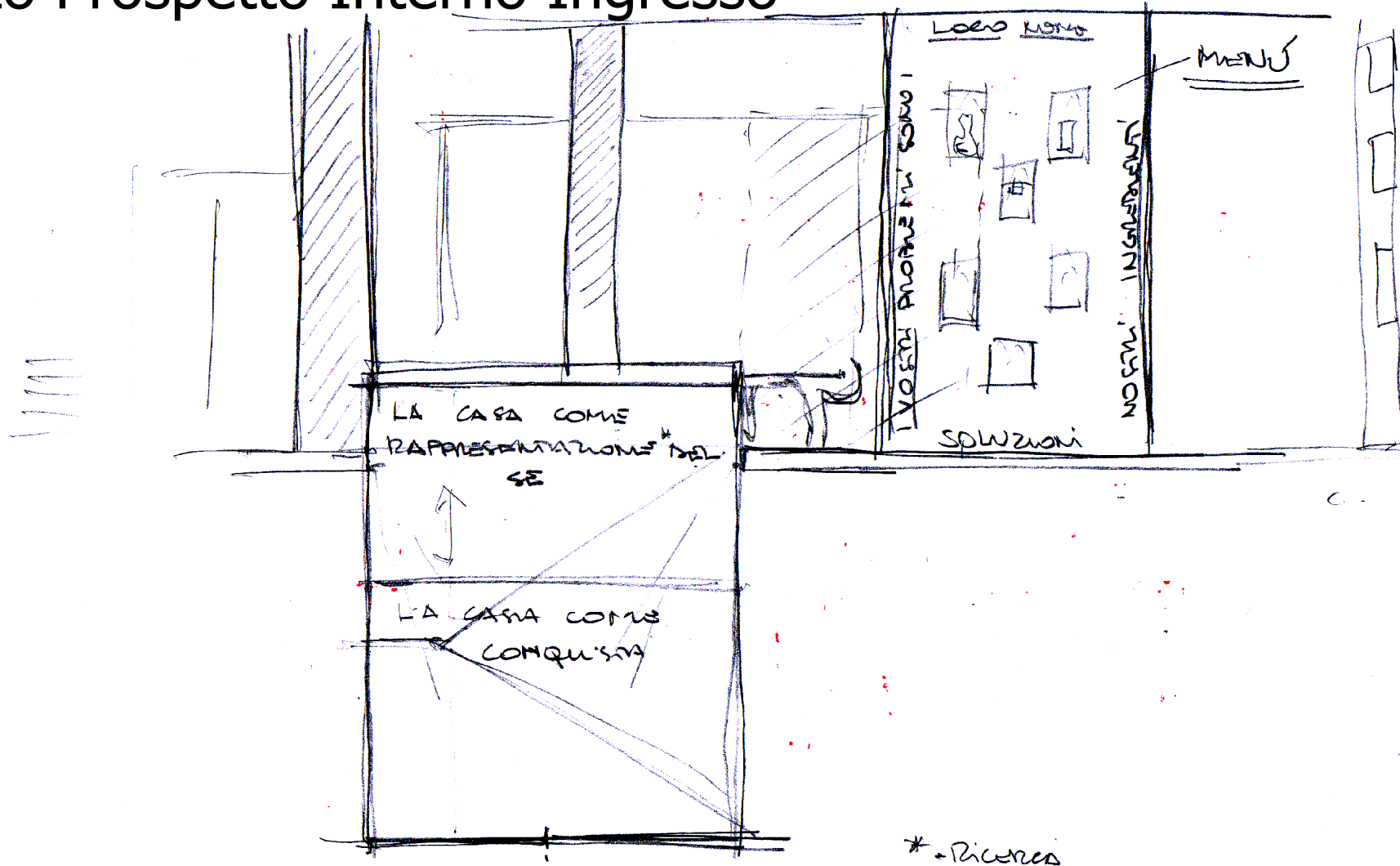
# Schizzo 2 per Visualizzazione Taglio Soletta

- arturo.dell'acqua@bellonihs - @  
@ceda.polimi.it  
info@shitaredesign.it





# Schizzo Prospetto Interno Ingresso



# House Cake

Soluzioni per la tua casa

## TORTA

- Fare/Preparare
- Ingredienti
- Dolce prodotto in casa ("Sempre abituato ai cibi precotti? Concediti il fresco!")
- Menù – Spiego che cosa puoi fare con me (anche come riempimento del tempo d'attesa nello Show Room)
- Gusto "La casa come rappresentazione del Sé" – "La Casa Come Conquista"

# Comunicazione Integrata



# Menù

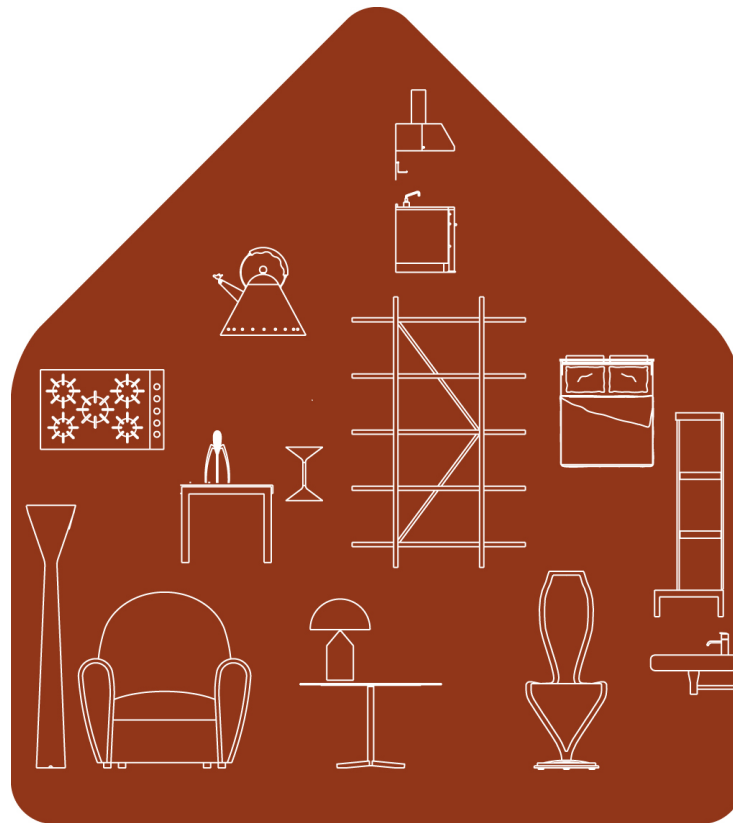
- Aperitivo
- Antipasto
- Primi Piatti
- Secondi Piatti
- Contorni
- Dessert
- Lista dei vini
- Bevande

Oggettistica  
Biancheria/Tessili  
Cucine  
Camere  
Soggiorno/Salotto  
Complementi  
Illuminazione  
Tappeti

**Il Marchio**



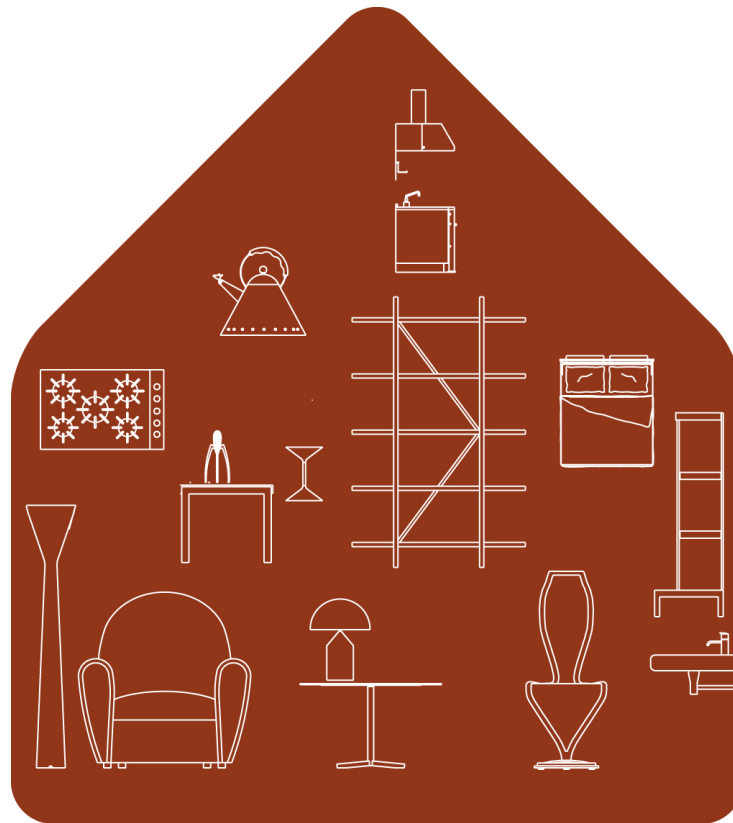




# HOUSE CAKE

GLI INGREDIENTI DELLA TUA CASA

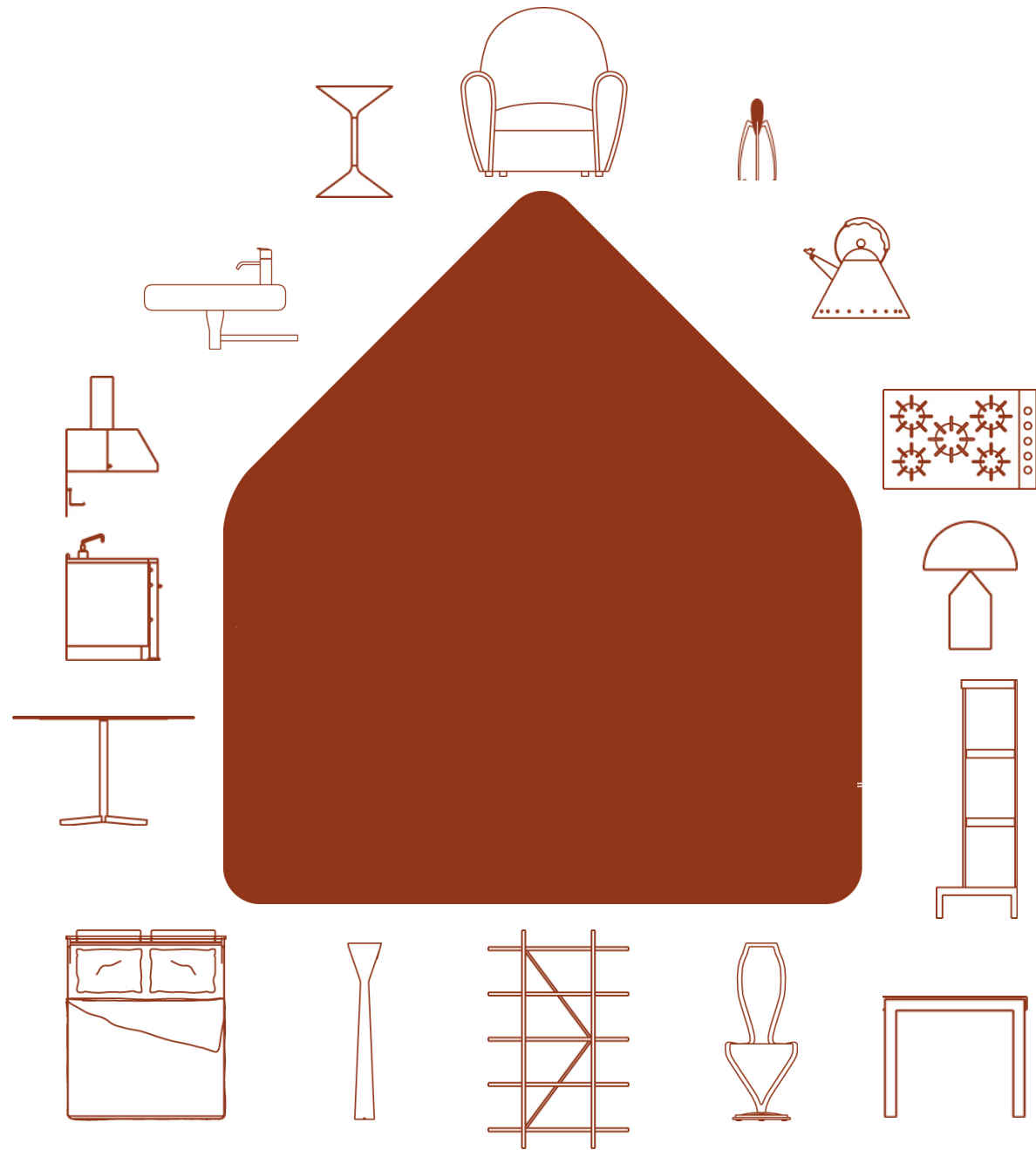
La Home Page ed il Sito Internet

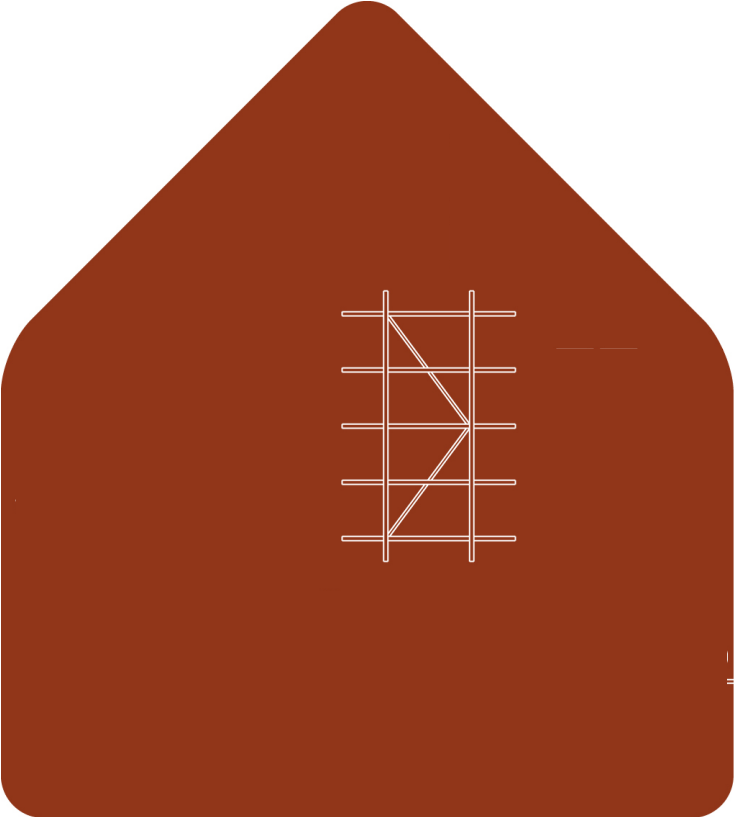


# HOUSE CAKE

GLI INGREDIENTI DELLA TUA CASA

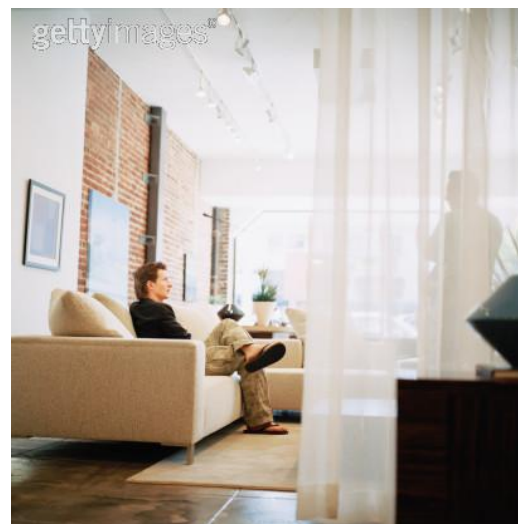






# HOUSE CAKE

GLI INGREDIENTI DELLA TUA CASA





# L'Immagine coordinata e la comunicazione interna

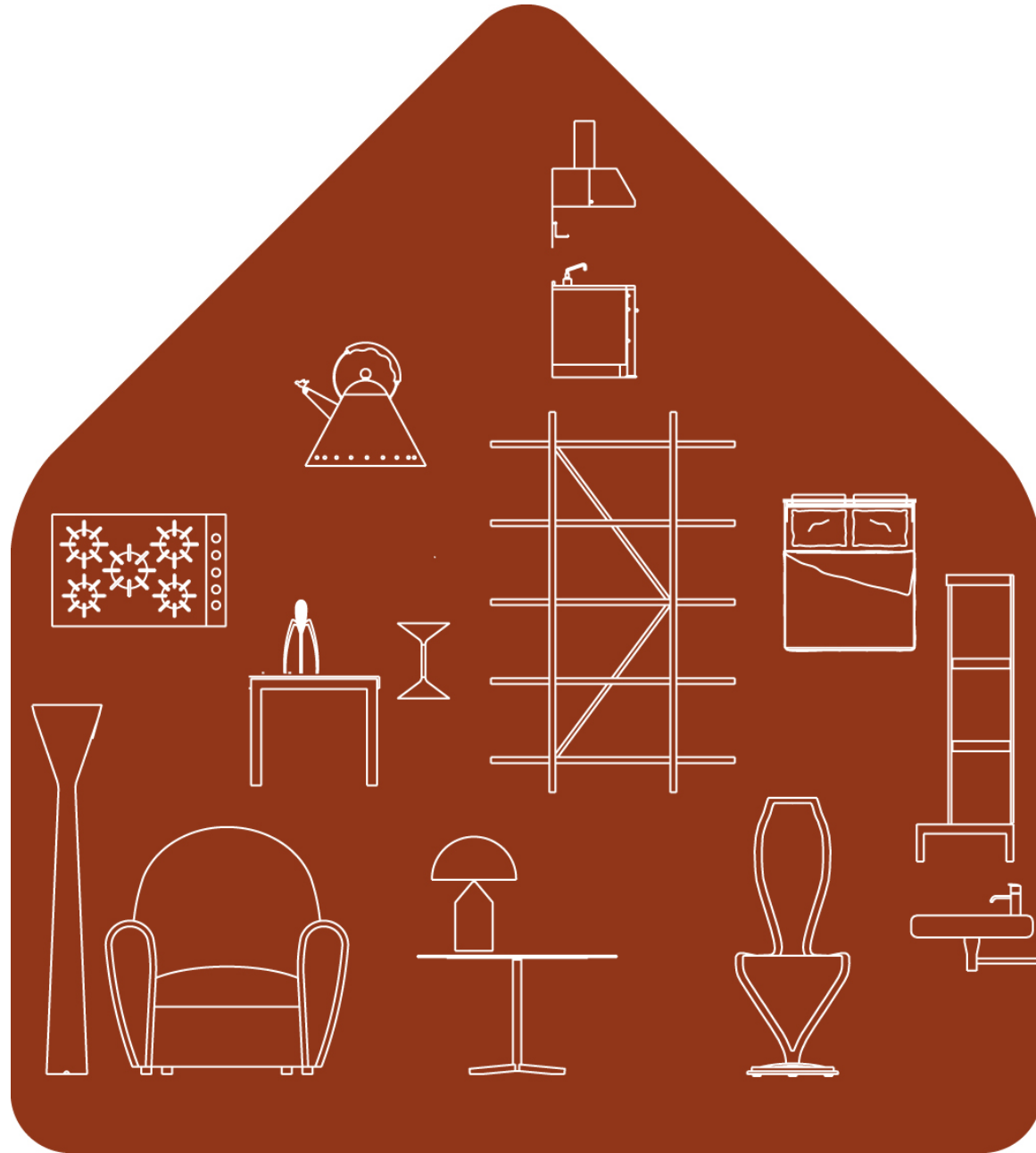


**HOUSE CAKE** GLI INGREDIENTI DELLA TUA CASA

corso dei sogni, 13 - 13130 dreamland - t. 013131313 - F. 013131313

[www.housecake.com](http://www.housecake.com)

[info@housecake.com](mailto:info@housecake.com)





# Gli Eventi

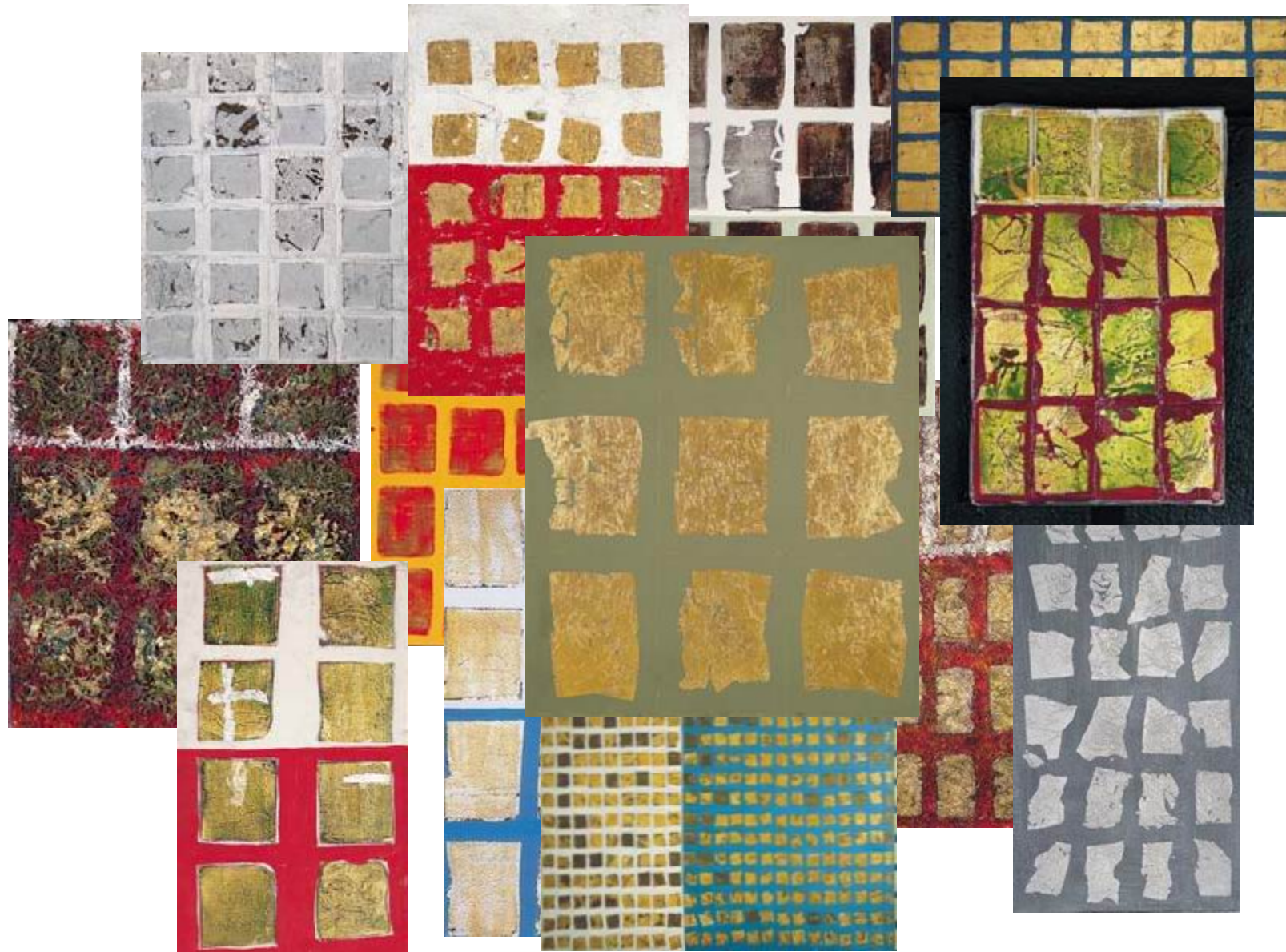
- Remo Bianco e il Concorso “Piccole Forme”
- Presentazione per Architetti con “Sorpresa”
- Promozione Cucina con “Personalizzazione”

# Evento 1

Remo Bianco e il Concorso  
"Piccole Forme"

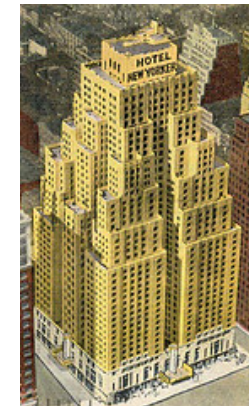
EVENTO







# "Concorso Piccole Forme"



# Evento 2

Presentazione per Architetti con  
“Sorpresa”



Ecco La "Sorpresa" – Buon Lavoro





# Evento 3

Promozione Interna

## Promozione

Anche nella Tua seconda casa concediti il "lusso"  
(il logo cambierà colore e segnalerà che il pezzo esposto ha un prezzo "Promozionale")



Qualche immagine della quale abbiamo parlato  
settimana scorsa

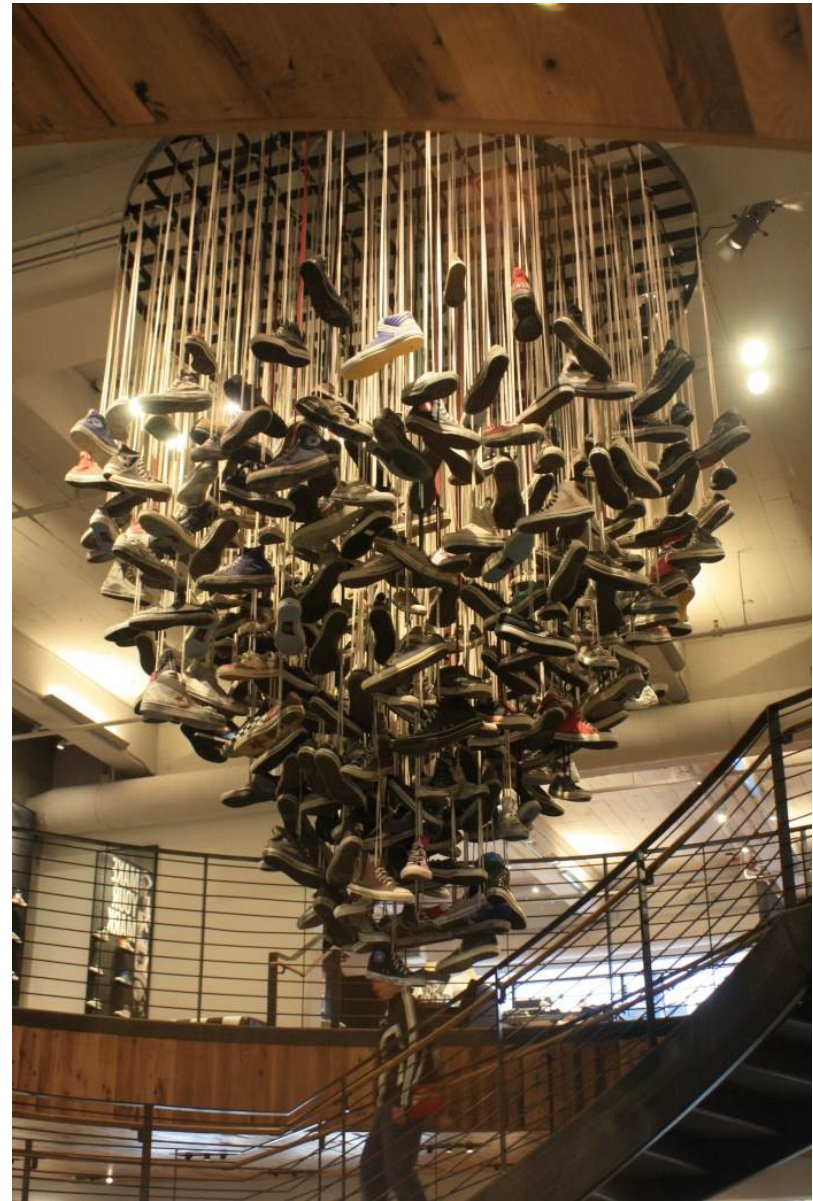
## CASE HISTORY







Negozi Converse – San Francisco

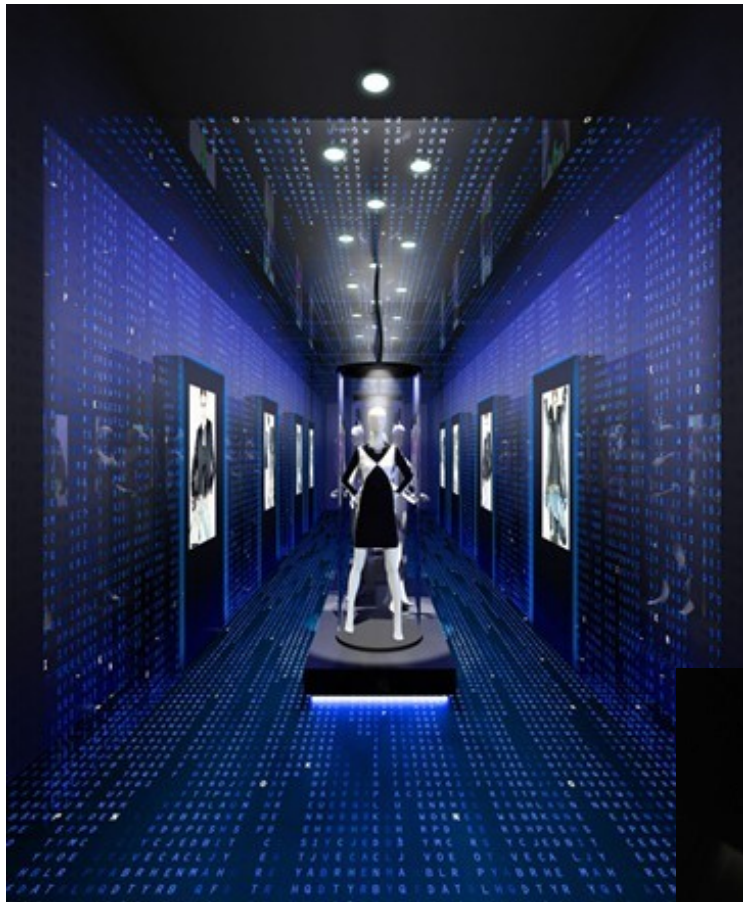




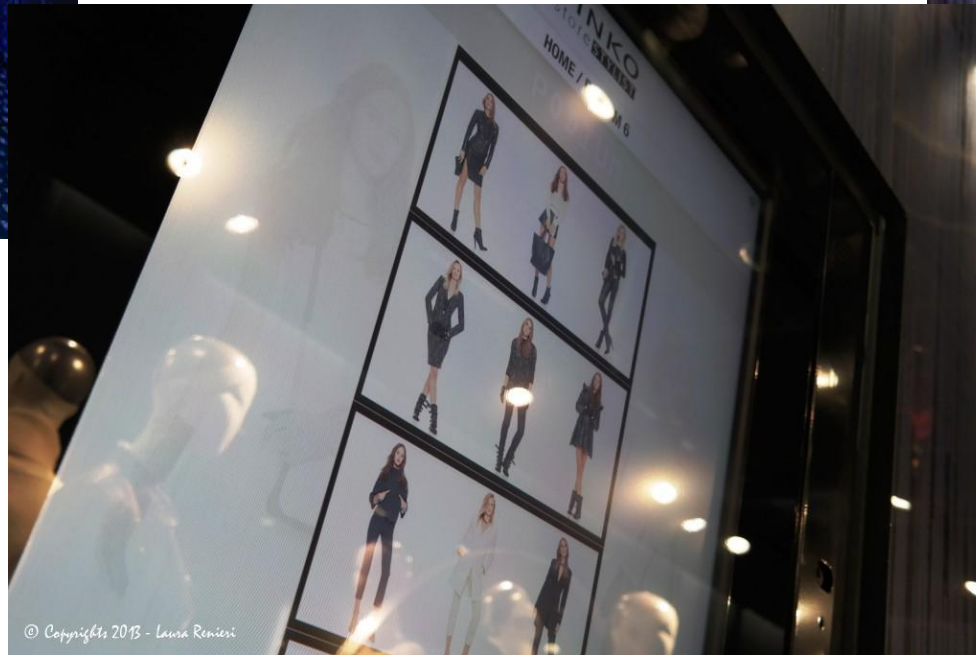
Concessionaria Audi – Londra 2012/2018







## Hybrid Shop Pinko – Milano Fashion Week 2013



Dipartimento Patrimonio Architettura Urbanistica  
Corso di laurea in Design – L4

