

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
Scenografia (allestimento spazi del punto vendita)	Galbiati Chiara Maria	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

Conoscenza e capacità di comprensione:

In relazione alle nozioni teoriche affrontate, gli studenti dovranno dimostrare di saper trasformare le conoscenze apprese in riflessioni ed interpretazioni personali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione:

In relazione alle nozioni teoriche affrontate, gli studenti dovranno dimostrare di saper trasformare le conoscenze apprese, in un potenziale strumento di azione, originale, organizzato e logico, che possa favorire l'attività pratica nella futura professione.

Autonomia di giudizio:

In relazione alle nozioni teoriche e agli esempi di progetto esposti durante le lezioni, gli studenti dovranno essere in grado di approfondire autonomamente quanto imparato, al fine di utilizzare le conoscenze di base come una "piattaforma" di partenza che consenta loro di raggiungere, anche in autonomia, risultati sempre più maturi.

Abilità comunicative:

Gli studenti dovranno acquisire la capacità di veicolare ai propri interlocutori, in modo chiaro e compiuto, le conoscenze acquisite. Dovranno saper utilizzare le competenze acquisite come strumento di comunicazione e come strumento di descrizione ed esplorazione del mondo del retail contemporaneo.

Capacità di apprendimento:

In relazione alle discussioni in aula e alle revisioni personali, gli studenti dovranno progressivamente rendersi autonomi dal docente, acquisendo la capacità di affinare ed approfondire le proprie conoscenze, anche attraverso la condivisione con i compagni di corso, per giungere ad una maturità professionale carica di autonomia ed originalità.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

L'obiettivo formativo consiste nel far conoscere agli studenti tutte le forme spaziali possibili utilizzate come luoghi del commercio e tutte le dinamiche moderne che governano il mondo del retail.

Consiste, inoltre, nel far sperimentare agli studenti la progettazione di un punto vendita all'interno di uno spazio reale esistente, partendo dall'analisi dello stato dei luoghi, delle criticità e delle relative potenzialità.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

Conoscenza anche minima di un software per il disegno CAD e per la modellazione solida (Autocad, 3dStudioMax, SketchUp, Maya).

Disponibilità ad utilizzare nuovi software da autodidatta.

Buona manualità ed attenzione al dettaglio per la realizzazione di schizzi concettuali, di controllo dimensionale e di modelli reali in scala.

Attitudine all'elaborazione grafica delle immagini (Adobe Photoshop).

Attitudine alla fotografia con tecnologia digitale.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

- Introduzione ai concetti di retail, negozio monomarca, negozio multimarca, shop in shop, retail corner, trade corner, colonne attrezzate, totem, outlet, pop-up store, temporary shop, punti vendita diretti, punti vendita in franchising, flagship-store, concept-store. **(2 ore)**
- L'evoluzione storica del punto vendita: dall'Agorà greca e dalla bottega romana, al negozio monomarca contemporaneo. **(6 ore)**
- L'organizzazione del "sistema retail": le strutture organizzative che governano il mondo retail, dalla redazione del "CONCEPT" alla consegna del negozio finito e pronto per essere aperto al pubblico. Il ruolo delle aziende committenti, dello "store design" interno alle aziende, del PCM (Project Construction Manager) o Local architect, del GC (General Contractor), dell'arredatore (Millworker). La gestione di un vero cantiere retail: l'esempio di Ermenegildo Zegna a Parigi. La gestione del concept, del "design set", del progetto esecutivo, del progetto e della realizzazione degli IMPIANTI (elettrico, illuminotecnico, HVAC) il controllo cantiere mediante i REPORT, la gestione delle criticità e degli eventuali extra costi, la consegna del cantiere, la redazione degli "AS-BUILT" finali e la raccolta delle certificazioni utili all'apertura del punto vendita. L'eventuale gestione della "snagging list" (o "punch-list") **(18 ore)**
- Esempi di presentazione di un progetto retail. **(4 ore)**
- Linee guida per la progettazione: etimologia e significato del termine "progetto", gli scenari del marketing, le moderne strategie del marketing e l'evoluzione dell'approccio allo shopping **(2 ore)**
- Linee guida per la progettazione: gli aspetti generali della progettazione retail **(2 ore)**
 - la manualistica classica della progettazione
 - il settore del marketing e della comunicazione
 - gli studi nel settore della percezione sensoriale
 - gli studi nel settore della percezione psico-fisiologica
- Linee guida per la progettazione: analisi dei tipi commerciali + gestione dell'immagine e della comunicazione del punto vendita. Le strategie di marketing, il merchandising, il visual merchandising **(2 ore)**
- Linee guida per la progettazione, parte TECNICA: dalla progettazione dell'affaccio/vetrina, fino alla cura del dettaglio di arredo e dei fattori complementari di benessere. **(24 ore)**

ARGOMENTI ►

- Introduzione ai concetti base che governano il mondo della progettazione degli spazi del punto vendita. Il mondo del RETAIL.
- L'evoluzione storica del punto vendita: dall'Agorà greca e dalla bottega romana, al negozio monomarca contemporaneo.
- Organizzazione Retail + esempio di PROGETTAZIONE e gestione cantiere
- Esempio progettazione / presentazione di un concept + disegni esplicativi
- Input Progettazione - gli scenari del Marketing
- Gli aspetti generali della progettazione retail
- La progettazione retail: analisi dei tipi commerciali + gestione dell'immagine e della comunicazione del punto vendita
- Linee guida per la progettazione: la ribalta, ovvero l'affaccio / VETRINA

- Linee guida per la progettazione. Le partizioni interne verticali: le parti portanti e le infinite possibilità di utilizzo di rivestimenti / finiture.
- Linee guida per la progettazione. La gestione dei file dwg per la presentazione dei progetti (utilizzo dello spazio Modello e dello spazio Layout), differenza tra grafica vettoriale e grafica raster.
- Linee guida per la progettazione. Le partizioni interne orizzontali: i soffitti ed i controsoffitti
- Linee guida per la progettazione. I pavimenti.
- Linee guida per la progettazione. L'illuminazione.
- Linee guida per la progettazione. L'arredamento.
- Linee guida per la progettazione. Il colore ed i fattori complementari di benessere (la diffusione della musica, la profumazione, la vegetazione).

METODI DIDATTICI ►

- Lezioni frontali, coadiuvate da slides contenenti immagini, schemi e sintesi concettuali
- Apprendistato cognitivo / Modellamento / pratica guidata
- Approccio tutoriale/Drill & practice
- Problem solving
- Simulazione
- Esercitazione
- Lavoro di Progetto

BIBLIOGRAFIA ►

Testi obbligatori

- Senatore Luca James, "**La rappresentazione nello spazio commerciale**", Aracne editrice, 2013
- Salvi Riccardo, "**Manuale di architettura d'interni. Il negozio**" Franco Angeli editore, 2013
- Vaudetti Marco – Canepa Simona – Musso Stefania, "**Esporre Allestire Vendere**" Wolters Kluwer, 2014

Testi di consultazione e approfondimento

- Plunkett Drew e Reid Olga, "**Dettagli di architettura contemporanea: retail design**", Logos, 2012
- Scodeller Dario, "**Negozi, l'architetto nello spazio della merce**", Electa, 2007
- San Pietro Silvio, "**Window display in Milan**", Edizioni L'Archivolto, 2001
- Corva Lisa, "**L'Italia in 50 vetrine**", Il sole 24 ore, 2021
- San Pietro Silvio e Gallo Paola, "**New shops 9**", Edizioni L'Archivolto, 2009
- Loiacono Anna Maria, "**Spazi innovativi dell'exhibit e retail design**" Aracne editrice, 2016

Siti internet

- archweb.it
- archive3d.net
- archdaily.com
- designboom.com
- dezeen.com
- retailtouchpoints.com
- retaildesignblog.net
- arakawagrip.com

- e-interiors.net
- viabizzuno.com
- fluxitalia.com
- formalighting.com
- zumtobel.com
- quattrobi.it
- cgtextures.com
- inexhibit.com
- archidiap.com
- professionearchitetto.it