

INTRODUZIONE E GUIDA ALLA LETTURA

Gentilissimo Professor Ricci,

noi allievi della Casa Corvoneo abbiamo accolto con entusiasmo il suo invito a misurarci con l'*Extreme Makeover* dello store di nostra ideazione. Volendo privilegiare la chiarezza espositiva e la continuità logica e formale dei documenti finora prodotti, abbiamo scelto, sin da questa introduzione, di presentarle il nostro progetto *off-game*.

Delineare le componenti strutturali e decorative del negozio ci ha permesso di tradurre in forma materica le linee concettuali tratteggiate nel corso della precedente prova della Coppa delle Case 2021.

Tuttavia, la piena espressione della nostra creatività è stata ostacolata dalla limitatezza di competenze e mezzi tecnici adeguati per la corretta rappresentazione di luoghi, spazi e arredi.

Per queste ragioni ci siamo dovuti affidare al potere evocativo della parola per dar vita ed esattezza a disegni a matita e immagini esemplificative non sempre perfettamente aderenti al nostro ideale.

Abbiamo comunque rispettato la natura eminentemente grafica della prova. Tuttavia, in presenza di riferimenti visivi approssimativi, le eventuali lacune sono state compensate da puntuali didascalie esplicative.

Il testo proposto si compone di macro-sezioni tematiche seguite da focus di approfondimento dei singoli elementi.

Speriamo che il nostro lavoro possa soddisfare le sue richieste e proiettarla nella nuovissima filiale italiana di "All you need is..." dell'Accademia Caput Draconis.



MA COME TI “RIVESTI”?! L’ETICA A FONDAMENTO DELL’ESTETICA

La valutazione preliminare che ha orientato le nostre decisioni ha riguardato la coerenza tra la storia e la *mission* aziendali e la loro traduzione sul piano formale ed esteriore. Forme, colori, materiali e arredi adottati possono comunicare il carattere di un’azienda molto più di quanto le vesti possano rivelare le inclinazioni e il temperamento di un mago o di una strega.

Uno store ben concepito dovrebbe poter trasmettere con immediatezza e semplicità i propri valori ed obiettivi anche attraverso l’ambiente che lo ospita.

Per “*All you need is...*” abbiamo individuato alcuni capisaldi concettuali imprescindibili:

- Modernità;
- Origine americana;
- Integrazione tra mondo magico e mondo babbano;
- Politica inclusiva;
- Centralità assoluta della Scuola/Accademia da brandizzare;
- Ricerca di internazionalità;
- Senso di appartenenza all’istituzione formativa e bisogno di comunità degli studenti.

Ogni aspetto del design del negozio è stato ispirato dai suddetti tratti distintivi dell’azienda delle sorelle Bloom.

TALE MADRE TALE FIGLIA? UN MODELLO VERSATILE

Uniformità e riconoscibilità sono certamente aspetti rilevanti da tenere in considerazione nella pianificazione di uno stile di arredamento adatto ad un negozio che preveda l’apertura di diverse filiali. Tuttavia, la peculiare tipologia di azienda da noi immaginata si discosta dal modello standard delle catene di negozi “in serie”.

Uno store ispirato agli University Shop babbani, infatti, prevede una fortissima dipendenza simbolica dalla singola istituzione formativa interessata dal processo di brandizzazione.

Questa particolarità implica necessariamente l’esistenza di caratteristiche comuni al negozio madre e alla filiale ma allo stesso tempo significative differenze relative alla scuola di riferimento.



CARATTERISTICHE COMUNI:

1. Negozio a pianta centrale con locali di servizio collocati in ambienti laterali separati (camerini, spogliatoio e bagno staff, magazzino, ufficio contabilità);
2. Rispetto per gli elementi architettonici della scuola ospitante con integrazione del negozio nel contesto strutturale preesistente;
3. Modernità degli arredi di ispirazione industriale e loro posizionamento;
4. Sistema di illuminazione "contemporaneo";
5. Collocazione e tipologia di vetrine, porte, "loghi/insegne".

La prima sede di Ilvermorny di "*All you need is...*" avrà perciò alcuni punti di contatto con la filiale ospitata nella nostra Accademia, ma quest'ultima conserverà una propria unicità, non solo nei prodotti ma anche nei colori degli elementi decorativi e in alcuni aspetti strutturali. Lo store americano rispetterà le architetture e i materiali costruttivi della piccola casa di granito di Isotta e James divenuta castello e sarà ravvivata da tessuti blu e rosso mirtillo e dallo stemma della scuola sul Monte Greylock.

La filiale italiana sarà invece impreziosita da dettagli oro e viola e si iscriverà armonicamente tra le variegate sale del castello in stile italiano dell'Accademia.

L'imposizione di un'immagine aziendale eccessivamente ingombrante e netta avrebbe rischiato di sovrascrivere le vere protagoniste del brand: le Scuole, non a caso poste al centro del logotipo di "*All you need is...*".

Al contrario, l'adozione di tale modello versatile di design consente una completa, naturale fusione tra negozio e scuola rappresentata e può essere agilmente esteso a nuove filiali internazionali. Inoltre potenzia la sensazione di familiarità per gli studenti e il personale scolastico e garantisce la percezione di piacevole continuità architettonica anche per i visitatori-clienti occasionali.

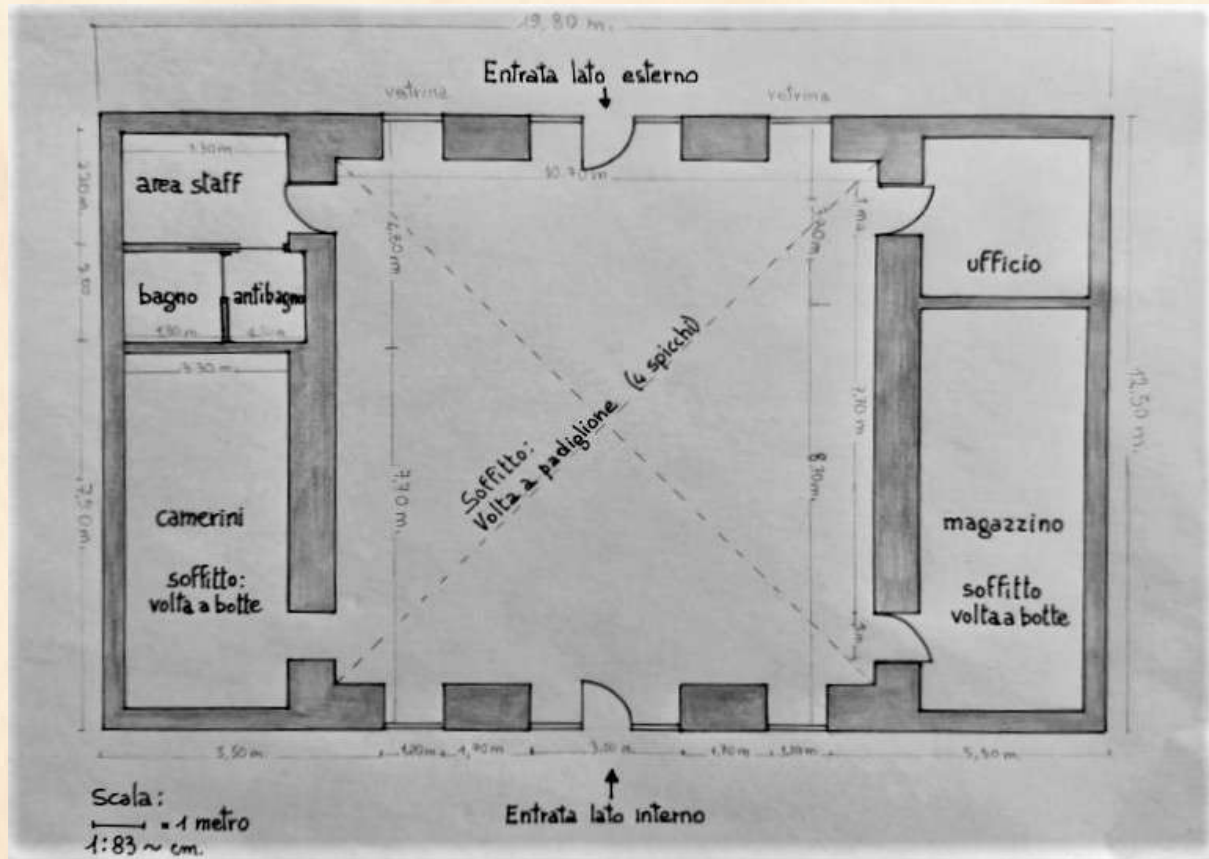


STORE SWEET STORE: ELEMENTI STRUTTURALI FRA TRADIZIONE E MODERNITÀ

ANALISI DELLA PIANTA

Come indicato nella prima prova dedicata ad *omen* e *nomen*, la filiale italiana di “All you need is...” è strategicamente posizionata nell’ala Ovest del piano terra della nostra Accademia, il fulcro vitale e caotico del castello.

Per descrivere nel dettaglio le sue caratteristiche è opportuno partire da uno sguardo complessivo alla pianta dell’ambiente principale e dei locali di servizio annessi.

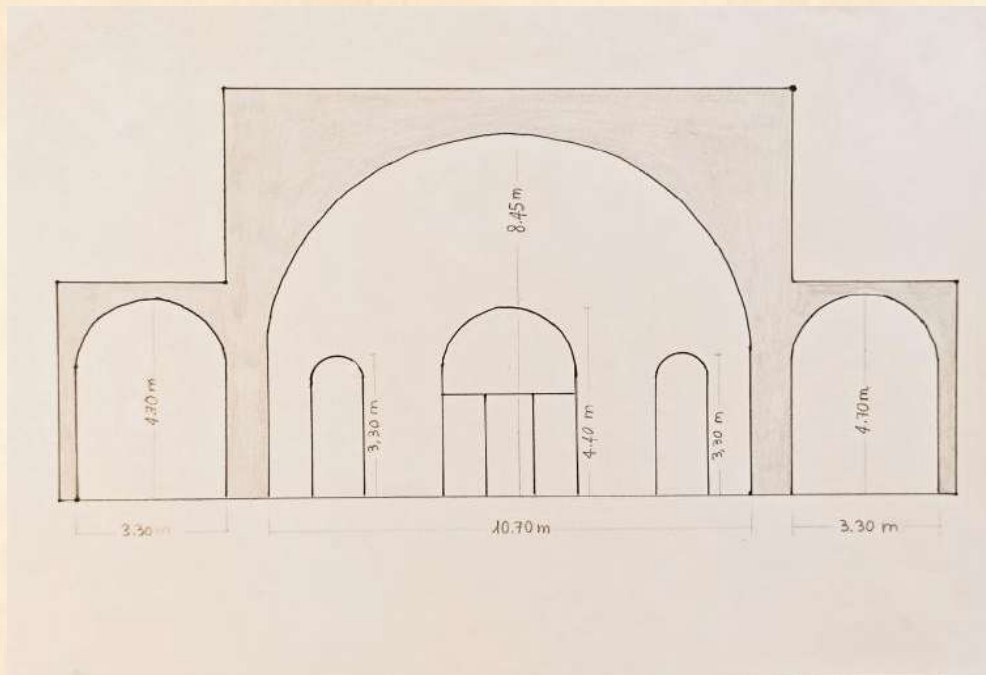


La planimetria mostra la totalità della struttura del negozio che occupa complessivamente circa 200 mq e si compone di:

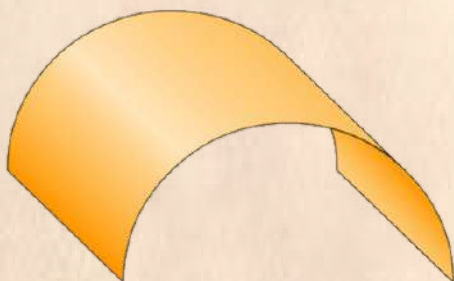
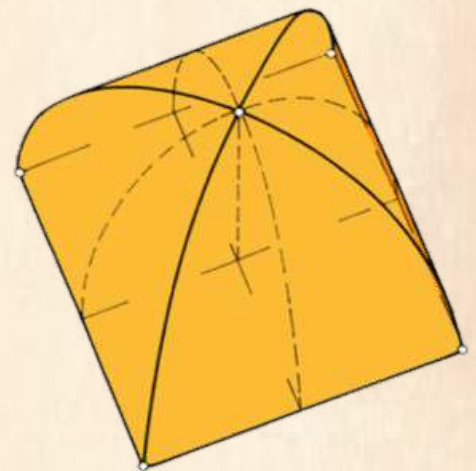
- una sala principale di forma quadrata che ospita le aree espositive del negozio;
- due “ali” laterali rettangolari suddivise in quattro locali la cui metratura varia in relazione alla funzione di destinazione. In basso a sinistra si evidenziano i camerini (unico ambiente extra accessibile al pubblico) mentre area staff, ufficio contabilità e magazzino sono destinati esclusivamente al personale del negozio o a visitatori autorizzati e risultano anche fisicamente separati dall’ambiente principale da solide porte in legno ad arco.



Il soffitto dell'ambiente centrale è valorizzato in altezza da un'elegante volta a padiglione che, nel punto di intersezione tra i 4 fusi, raggiunge circa gli 8 metri e mezzo dal pavimento della sala.



Questa copertura poggia sui quattro muri perimetrali della sala principale ed è particolarmente adatta a coronare stanze e saloni poiché, al contrario della volta a crociera, non interrompe l'unità visiva della stanza con la presenza di pilastri di sostegno e si presta anche ad essere affrescata in maniera pressoché continua. Tuttavia, nel caso del nostro negozio, abbiamo scelto di mantenere il soffitto pulito e lineare, impreziosendolo solo con la presenza di discreti costoloni decorativi tono su tono, per mantenere la sobria maestosità di un edificio storico ad uso scolastico.



Le ali laterali rettangolari presentano a copertura una semplice volta a botte e un'altezza dimezzata rispetto al salone centrale.



Lungo il margine inferiore della pianta è collocato un ingresso interno all'Accademia, non lontano dalla Sala "Grande", mentre nella parte superiore del disegno compare un secondo ingresso speculare, affacciato sull'area verde più vicina alle zone di svago, come il bar delle cucine e il suo cortile.

La presenza di due accessi simmetrici è stata ideata per intercettare i flussi continui di maghi e streghe in transito per raggiungere le varie destinazioni e offrire maggiore visibilità allo store.

La scelta della pianta centrale per il negozio vero e proprio è legata a ragioni connesse alla filosofia aziendale: uno spazio le cui parti sono tutte organizzate intorno ad un centro ci è sembrato il più adatto ad incarnare il senso di comunità del corpo studentesco che i prodotti delle sorelle Bloom dovrebbero rafforzare. Inoltre questa soluzione contribuisce a rendere avvolgente e accogliente l'ambiente e si pone in continuità con altre aree a simmetria centrale dell'accademia *Caput Draconis*, quali ad esempio la Sala Comune Corvoneo, l'aula artistica o lo studio del Professor Di Vito.

MATERIALI E COLORI PAVIMENTO, MURA PERIMETRALI E SOFFITTO

La volontà di ricercare una coerenza formale con gli edifici scolastici ospitanti si rinnova nella scelta dei materiali e dei colori degli elementi architettonici del negozio e dei locali annessi. Tenendo conto delle indicazioni relative alle strutture dell'Accademia e alla coesistenza di stili eterogenei ma in contesto italiano, abbiamo pensato a rivestimenti in pietra naturale sia per il basamento che per le mura perimetrali e i delicati costoloni ornamentali del soffitto principale. Per le coperture a volta si è scelto un semplice intonaco liscio. Quanto ai colori, si è preferito mantenersi all'interno di una palette di bianco, per garantire luminosità e contrasto ad un ambiente destinato alla molteplicità di oggetti variopinti e chiassosi tipici del merchandise accademico.



Esempio muratura
interna

Colore rivestimenti,
codice #EFE7EF

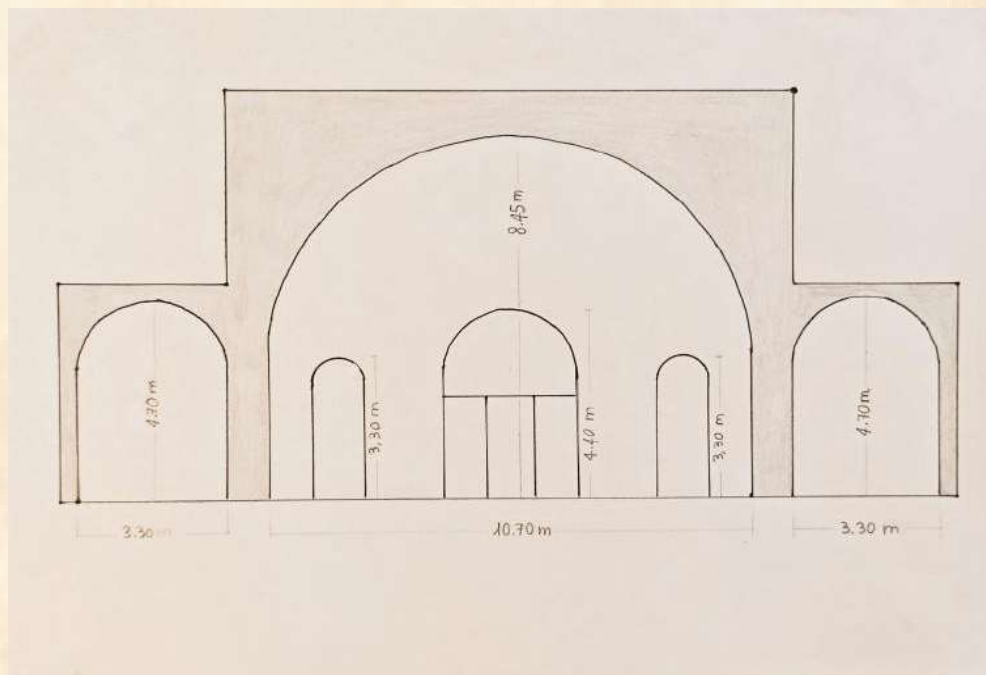


Esempio
pavimentazione



FACCIAE, PORTE E VETRINE ESTERNE

Stessi materiali e colori per le pareti esterne di ingresso al negozio: a scandire le due facciate simmetriche che accolgono gli accessi e le vetrine dello store troviamo una successione di tre aperture ad arco a tutto sesto, separate da porzioni di parete in pietra della lunghezza di 1,70 m.



Al centro delle suddette pareti del salone a pianta quadrata troneggiano le due imponenti porte che consentono l'ingresso al negozio. Le loro ragguardevoli dimensioni (una larghezza di tre metri per un'altezza massima di quasi 4 metri e mezzo) sono state calcolate in proporzione a quelle del salone e vengono ingentilite e bilanciate dalla leggerezza visiva del vetro magicamente infrangibile di cui sono costituite. La trasparenza delle porte, conferisce modernità all'insieme e consente ai passanti di cogliere con lo sguardo un'accattivante anteprima degli interni del negozio.

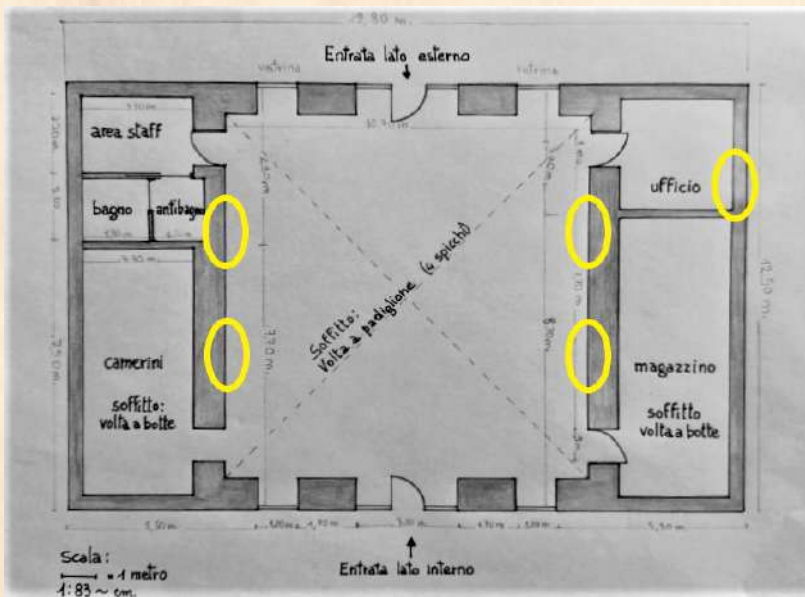
Lo stesso effetto stilistico contemporaneo è ribadito dalle due vetrine che affiancano i varchi, collocandosi specularmente a destra e a sinistra delle porte. Con le loro superfici vitree che culminano in archi a pieno centro ripropongono in misura ridotta il motivo delle porte d'ingresso: i loro 3,30 m di altezza conferiscono verticalità e slancio alle due sezioni più scenografiche della sala.



IDEE BRILLANTI CERCASI: ILLUMINAZIONE NATURALE E INCANTATA

La collocazione del nostro negozio al piano terra della struttura accademica se da un lato risulta funzionale in termini di centralità e accessibilità dall'altro pone il problema dell'assenza di un'adeguata illuminazione naturale. La pianta evidenzia la presenza di ben tre pareti prive di sbocchi esterni per il salone centrale e di stanze completamente cieche nelle sezioni aggiuntive laterali.

Per ovviare all'inconveniente, valorizzando anche l'altezza delle sale dello store, abbiamo pensato di collocare lungo le due pareti prive di vetrine del negozio quattro finestre ad arco, incantate come quelle poste nei sotterranei del Ministero della Magia inglese per sopperire all'assenza di luce e riprodurre artificialmente le condizioni meteo esterne a discrezione degli addetti alla Manutenzione Magica¹. Ci è parso utile prevedere un'ulteriore finestra magica nel vano in alto a sinistra della pianta, destinato all'ufficio contabilità e segreteria del negozio: rendere l'ambiente più accogliente e a misura d'uomo può rallegrare anche la più monotona delle mansioni!



Cerchiate le posizioni delle cinque finte finestre incantate, 4 nel negozio principale e una nell'ufficio

Misure finestre: h1,20mxl1,20m
Posizione sul muro: base della finestra ad altezza 3,40m per riprendere gli archi delle porte e rimanere sotto la curvatura dell'arco della volta a padiglione

¹ «Signor Weasley» disse Harry notando una finestra da cui entrava splendente la luce del sole, «non siamo ancora sottoterra?»

«Sì, certo» rispose il signor Weasley. «Sono finestre incantate. Quelli della Manutenzione Magica decidono che tempo avremo tutti i giorni. L'ultima volta che volevano un aumento abbiamo avuto due mesi di uragani... Per di qua, Harry».

(Il ministero della magia, Harry Potter e l'Ordine della fenice)



Tuttavia, le esigenze scenografiche di uno store non possono essere pienamente soddisfatte da un simile stratagemma e l'apertura del negozio fino alle ore 19:00, anche nel periodo invernale, avrebbe richiesto delle fonti di luce alternative anche se l'ambiente fosse stato ampiamente illuminato dalla luce naturale.

Volendo preservare la vocazione giovane dell'azienda anche negli arredi e negli ornamenti, abbiamo scartato le datate, abusate candele e le ineleganti lampade a petrolio.

Per sopperire alla mancanza di elettricità presso il mondo magico abbiamo attinto agli incantesimi noti per produrre luce e fiamme. Il più adatto allo scopo ci è parso *Cesiae Faces*, l'incantesimo del Fuoco-Campanula. Abbiamo perciò racchiuso le fiammelle impermeabili in contenitori sferici, trasparenti e resi magicamente infrangibili, del tutto simili ai globi contenenti lampadine così in voga nel mondo babbano.

Si è preferito adottare uno stile contemporaneo per le luci e si è optato per le sfere trasparenti al posto delle tradizionali scure lanterne industriali sorrette da strutture in ferro e legno. L'intenzione è quella di accrescere l'effetto di leggerezza ascensionale della struttura e non disperdere potere illuminante evitando di incupire l'ambiente.



Esempio per il lampadario centrale, immagine esemplificativa.



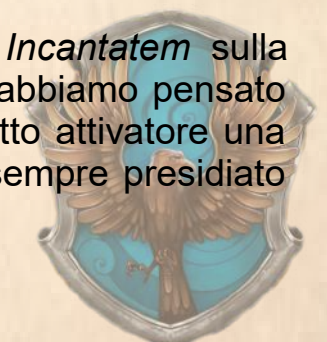
Esempio per le applique (ovviamente con la fiamma incantata al posto della lampadina)

La principale fonte di luce magica si diparte dal centro esatto del soffitto, dal suo punto più alto, dove i costoloni ornamentali della volta si congiungono.

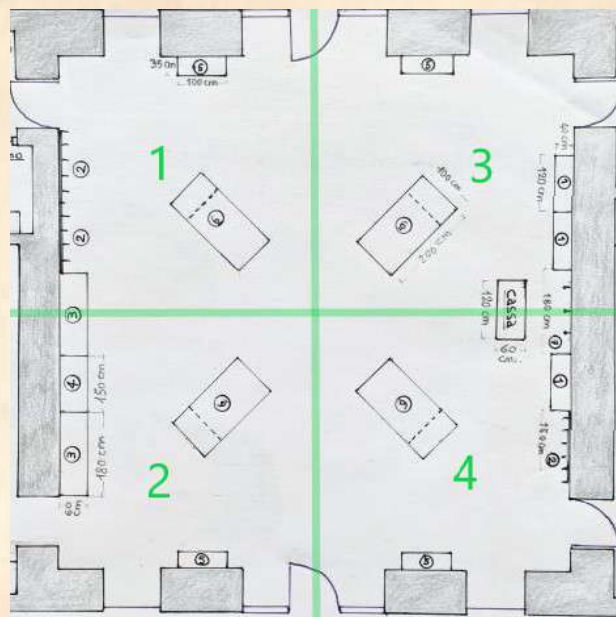
Per le pareti invece, altro non sono che versioni semplificate dello stesso lampadario, sotto forma di *appliques*. Queste si succedono a distanza regolare al di sopra degli scaffali del salone centrale e lungo le pareti degli ambienti extra e di servizio.

Quattro di queste luci sono strategicamente poste al di sopra degli espositori "Highlights", per appunto "illuminare" le esposizioni in evidenza al momento.

Per facilitare l'accensione e lo spegnimento simultaneo (*Finite Incantatem* sulla fiamma) della molteplicità di sfere luminose presenti nel negozio abbiamo pensato di imporre l'Incanto Proteus alle suddette, incantando come oggetto attivatore una sfera luminosa posta sul bancone/punto di acquisto della filiale, sempre presidiato da un dipendente.



AREE TEMATICHE E SUDDIVISIONE INTERNA DEL NEGOZIO



Questa sezione proviene da una seconda versione della pianta che mostra la collocazione e la dimensione del mobilio in tutti gli ambienti del negozio.

In questa immagine, evidenzia la distribuzione degli spazi e il loro uso.

In particolare, abbiamo scelto di adottare una suddivisione dei prodotti in quattro aree tematiche, quattro ideali quadrati di uguali dimensioni individuabili all'interno del salone principale del negozio:

1. Accessori: in alto a sinistra;
2. Abbigliamento: in basso a sinistra, in corrispondenza dei camerini;
3. Cancelleria: in alto a destra;
4. Gadget: in basso a destra.

Le due vetrine alla sinistra della pianta planimetrica ospitano perciò manichini che sfoggiano le ultime novità dell'area abbigliamento ed accessori. Similmente le restanti vetrine del lato destro sono allestite per accogliere prodotti provenienti dai settori gadget e cartoleria. La capacità di catturare l'interesse di potenziali clienti è accresciuta dal dinamismo della merce magica esposta, sempre mutevole e letteralmente "in movimento"!





INSIGNIA E INSEGNE

Nella definizione di un'immagine grafica per l'azienda madre e la filiale abbiamo scelto di uniformare logo, marchio e insegna, proponendo il blasone accademico privo di motto contornato dal logotipo circolare "all you need is...", in carattere minuscolo e con un font minimalista di colore nero, in piena consonanza con i trend contemporanei del mondo babbano nel campo del rebranding.

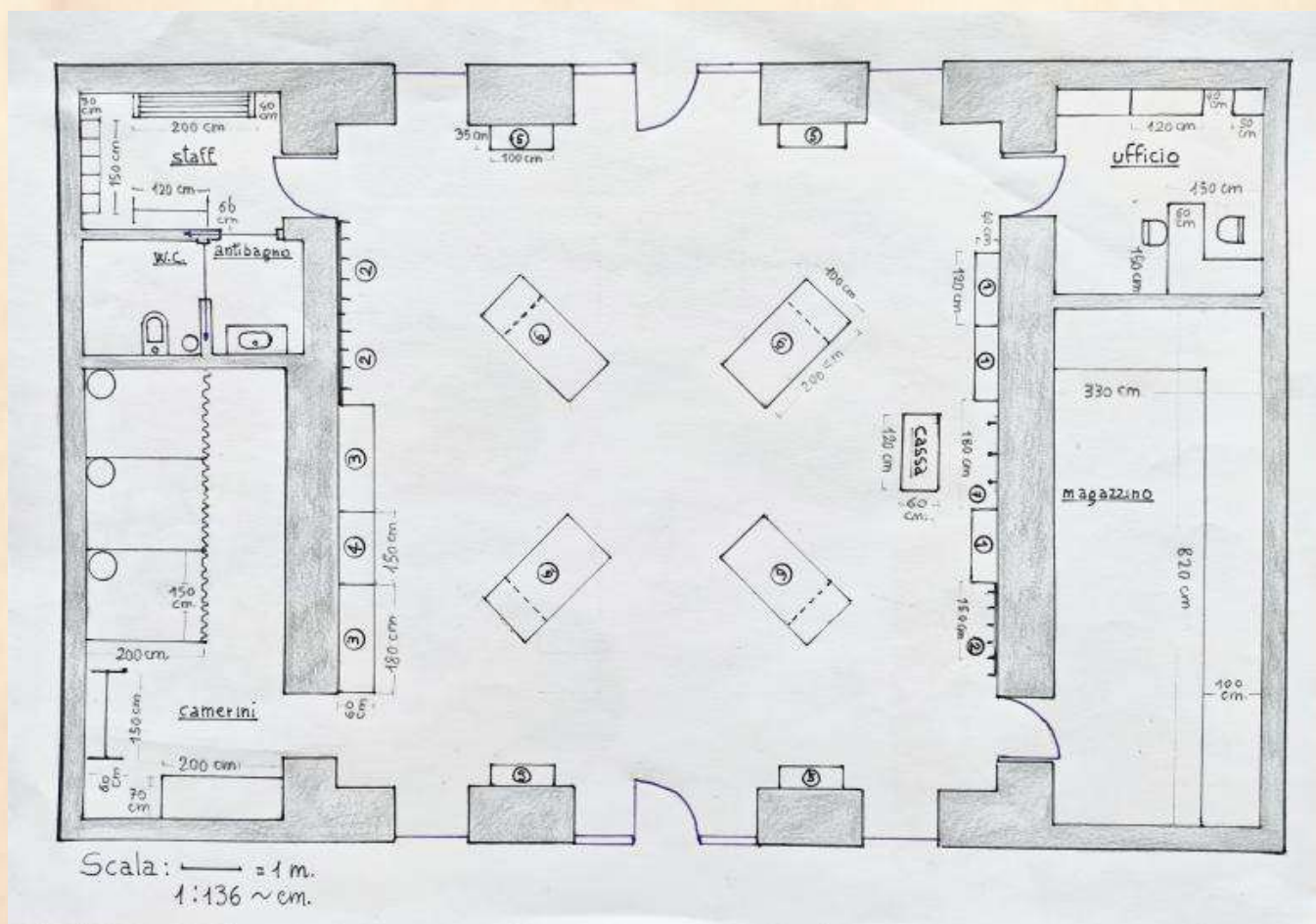
Per rimanere fedeli alla pulizia e alla modernità delle scelte aziendali e non alterare con antiestetiche sovrastrutture le pareti dell'Accademia, abbiamo deciso di non proporre una vera e propria insegna materica ma di integrarla nella parte superiore delle porte di accesso. Sfruttando l'ampia superficie trasparente degli archi che sormontano le due porte principali è possibile garantire un'ampia visibilità al marchio sopra descritto. Quest'ultimo viene esaltato grazie alla luminosità proveniente dalle fonti di luce interne e alla chiarezza delle pareti e della volta a padiglione.



STYLOSOPHY: CONTAMINAZIONI NO-MAG CONTEMPORANEE NELL'ARREDO

Se a livello architettonico e strutturale il negozio evidenzia le sue intenzioni più conservative, è sul fronte dell'arredamento che trovano massima espressione la giovinezza delle sorelle imprenditrici, le loro origini italo-americane e la loro attenzione per le tendenze più affascinanti dell'universo No-Mag.

Per esaltare il contrasto tra la classicità dell'edificio e la modernità del mobilio abbiamo scelto di puntare su una declinazione contaminata e contemporanea dello stile industriale. Nato proprio negli Stati Uniti negli anni Cinquanta del secolo scorso, l'Industrial si presta al riuso di spazi particolarmente ampi o open space, con soffitti molto alti e, nella nostra originale interpretazione, sfrutta gli elementi strutturali del castello, come mattoni a vista e finestre di grandi dimensioni, per reinventare il tradizionale abbinamento con capannoni ristrutturati ed ex fabbriche o loft.



La sobrietà dell'edificio ospitante trova una risonanza non convenzionale nella purezza grezza ed essenziale del legno e del ferro nero del mobilio, dando vita ad un *mélange* di stili particolarmente amato dalle nuove generazioni.



DETTAGLI MOBILIO

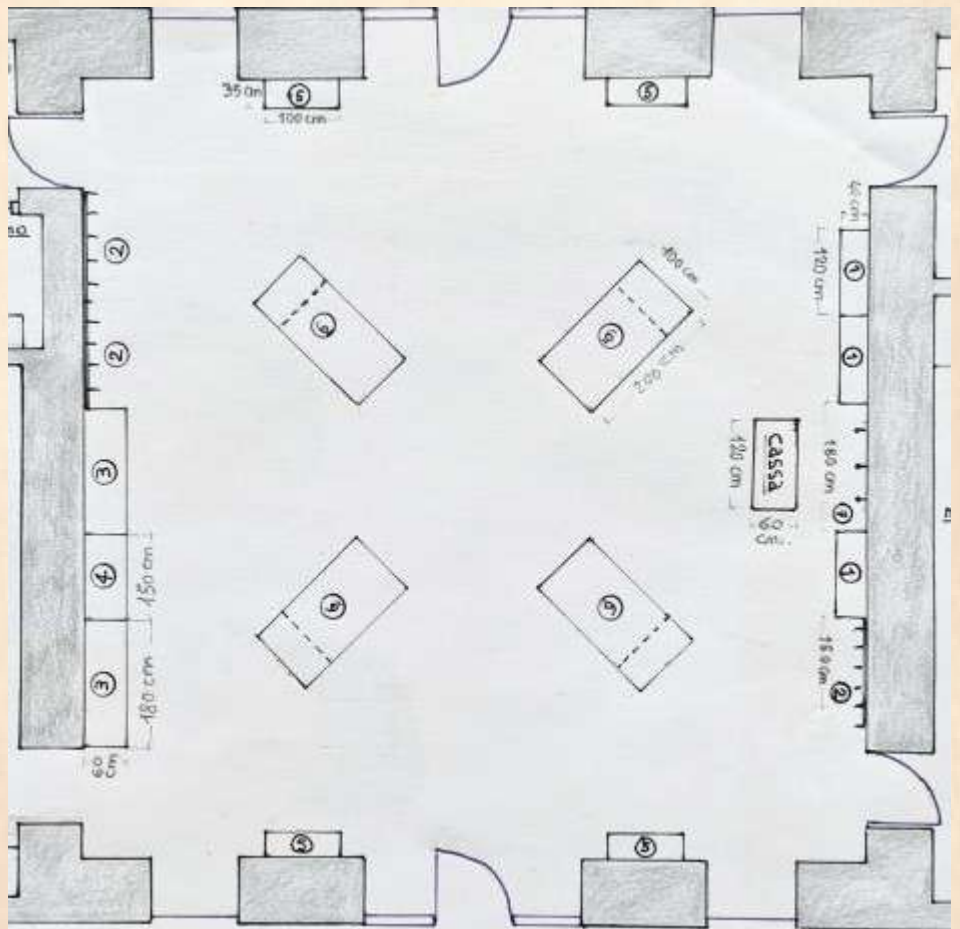
La scelta di un arredamento in cui la forma cede il passo alla funzione preserva l'equilibrio complessivo dell'ambiente, senza rinunciare ad un carattere deciso. La linearità del mobilio rende protagonista assoluto del negozio il brand Caput Draconis, pronto a ravvivare ogni espositore con le sue multiformi espressioni.



Nelle varie immagini esemplificative che seguiranno, le parti in legno saranno da immaginarsi con questo tipo di legno, ovvero il Noce Americano, scelto per il colore scuro che contrasta con il bianco dei muri e pavimento, di origine statunitense come l'azienda e che si ripete in tutti gli elementi di mobilio del negozio e delle aree adiacenti.

Legenda

1. Espositore cartoleria/gadget
2. Espositori a gancio
3. Espositore abbigliamento
4. Espositore abbigliamento 2
5. Espositori Highlights
6. Espositori isola
7. Espositore shoppers



Gli espositori lungo le pareti perimetrali destra e sinistra sono destinati alla merce standard, sempre presente nell'assortimento dello store.

1. Scaffalature solo ripiani:
profondità 40 cm, larghezza 120 cm, altezza 250 cm
Si trova come espositore nelle sezioni di cancelleria e gadget.



2. Modulo con ganci per articoli da appendere
lunghezza 150 cm, profondità 40 cm, altezza 250 cm.
Si trovano come espositore nelle sezioni gadget e accessori, le grandezze e distanze tra ganci variano a seconda dei prodotti in esposizione.



(scorcio della zona gadget fatto a mano
esemplificativo, le misure possono non essere esatte
e alcuni dettagli non corrispondenti alle descrizioni
nel testo)





(scorcio della zona abbigliamento fatto a mano esemplificativo, le misure possono non essere esatte e alcuni dettagli non corrispondenti alle descrizioni nel testo)

3. Appendiabiti con scaffalatura laterale, profondità 60 cm, lunghezza 180 cm, altezza 250 cm

Da immagine non considerare i piedi con le ruote, nella nostra idea di negozio i mobili alle pareti sono fissi.



4. Scaffalatura a ripiani, lunghezza 150 cm, profondità 60 cm, altezza 250 cm.

Nell'immagine la scaffalatura è utilizzata per oggetti, nel nostro negozio sarebbe inclusa nella sezione abbigliamento



In corrispondenza geometrica con i costoloni lungo i fusi della volta a padiglione, troviamo quattro espositori-isola, posti in diagonale, quasi a rimarcare la convergenza verso il centro della sala nonostante la formale appartenenza ad uno dei quattro reparti sopra elencati.



6. Modulo con scaffali su 4 lati per isole delle linee speciali. 2 metri x 1 metro, altezza 80 cm. 50 cm dei 2 metri sono alti 50 cm come postazione seduta dei manichini. (Vedere disegno scorcio zona gadget per esempio)

Le quattro isole centrali danno risalto alle collezioni temporanee dei singoli reparti, disponibili per un tempo limitato e ispirate ad un particolare evento, periodo dell'anno, occasione (Es. Ballo del Ceppo, Natale, Carnevale, Finale di Quidditch, etc.).

Al centro della parete di destra, a fare da spartiacque ideale tra il settore cancelleria e quello dedicato ai gadget, è collocato il bancone/cassa per i pagamenti. Alle sue spalle, trovano posto le shopper col logo della filiale destinate agli acquirenti: un muro multicolore con intento decorativo/pubblicitario oltre che pragmatico.

7. Modulo con ganci per shopper, lunghezza 180 cm, altezza 250 cm, profondità 25 cm (come immagine stessa della 2.)

E Cassa: 120 X 60 cm, altezza 90 cm



Infine, le quattro pareti di 1,70 m, che dividono le vetrine dalle porte di ingresso sono adibite a spazio per gli "Highlights": espositori di forma inusuale e di dimensione ridotta rispetto a quelli standard che, anche tramite apposita illuminazione, segnalano Must Have, capi/oggetti in offerta speciale, Most Wanted, New In, etc. ognuno della zona in cui sono posti.

5. Scaffali a scala per prodotti in evidenza (highlights) del muro da 170, profondità della base 35 cm, lunghezza 1 m., altezza 140 cm.

Sopra gli scaffali, direttamente sul muro si trova la scritta *Highlights*, ad indicare la sezione speciale, in nero e con lo stesso carattere del logotipo, unica scritta oltre a quella dei camerini presente in negozio.



MANICHINI INCANTATI: LA MAGIA AL SERVIZIO DELLA CLIENTELA

I quattro espositori-isola, che occupano la sezione più centrale della sala, riservano ai clienti una sorpresa ulteriore oltre alle linee limited edition di prodotti. All'estremità "esterna" di ciascuno di essi (quella rivolta verso i muri perimetrali) è connesso un pouf di altezza inferiore rispetto all'espositore stesso. Questa seduta funge da postazione per quattro manichini magici, ciascuno associato al proprio settore di pertinenza.



Pur somigliando in tutto e per tutto a semplici manichini babbani "inclusivi" (rappresentativi di diversi tipi di fisicità), sono incantati secondo gli stessi principi che consentono agli scacchi magici di muoversi, dando l'impressione di essere autonomi e senzienti, pur essendo in grado di agire all'interno di uno spazio limitato e di un range "programmato" di comportamenti, desiderati dall'autore dell'incantesimo.



I manichini sono i classici manichini bianchi opachi, in PP polipropilene senza lineamenti del volto tranne qualche accenno, come quelli in immagine



Abbiamo immaginato che questi bizzarri manichini siano stati *brevettati* dalla stessa Rebecca Bloom per esentare il personale umano dai compiti meno amati come il riordino dei locali o il riposizionamento dei capi e degli oggetti lasciati fuori posto dalla clientela. Tuttavia la più curiosa delle loro mansioni è quella di “animatori”: per creare un’atmosfera informale e sorridente, i manichini interagiscono col pubblico inscenando buffi scherzi e innocue burle. Non sarà inusuale sentirsi toccare su una spalla e trovare un manichino fingersi immobile o disinteressato. I giovani clienti potranno venir trascinati con entusiasmo verso un nuovo prodotto. Altri ancora potranno subire delle piccole imboscate con cappelli e sciarpe. Questa nota di colore magico è stata pensata per evocare quel clima di divertita familiarità che caratterizza una vera e coesa comunità di pari. Naturalmente, per evitare di infastidire i clienti più riservati o pediofobici, i manichini sono costantemente supervisionati da un dipendente della filiale.

Inoltre, una volta esauriti i compiti di gestione/supporto o in caso di assenza di clienti, essi ritornano alla propria postazione-pouf di partenza. Per poter essere subito identificati come “aiutanti” dai potenziali compratori, al contrario dei manichini “fissi” da esposizione delle vetrine, indossano la divisa dello staff: una semplice t-shirt bianca che reca sul retro la dicitura “Staff”, scritta in nero e col medesimo font del logo aziendale (cfr. DJB Coffee Shoppe Espresso), e sul cuore il marchio di “All you need is...” con lo stemma scolastico a colori al suo centro: ancora un’occasione per esternare l’appartenenza anche emotiva a questa istituzione.



Dopo numerose proposte e discussioni si è ritenuto opportuno non inserire ulteriori elementi magici per non alterare irrimediabilmente l’equilibrio compositivo e concettuale che ha informato ogni scelta di questo progetto, anche a discapito della fantasia e dell’estro. Un negozio a forte vocazione babbano-fila, già straripante di prodotti magici eterogenei che possono muoversi, attivarsi, emettere suoni o cambiare colore sugli scaffali sarebbe risultato ridondante, sgraziato e poco piacevole da visitare se fosse stato invaso da ulteriori manifestazioni magiche.

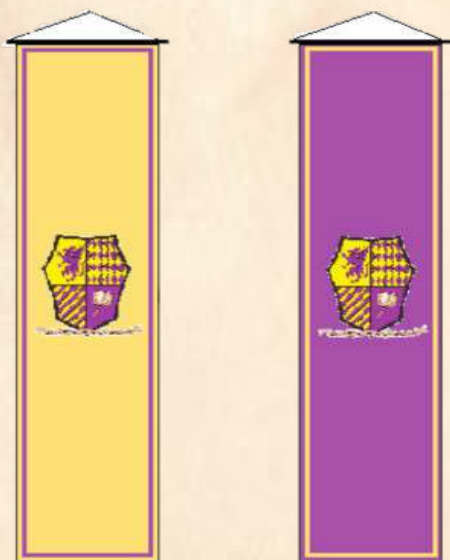


VIOLA E ORO: LA FIRMA CROMATICA DI *CAPUT DRACONIS*

La medesima attenzione all'evitamento dell'eccesso è stata posta nel definire gli elementi decorativi della filiale.

In uno store accademico non può certo mancare un forte riferimento simbolico all'istituzione scolastica rappresentata. Dosare con cura colori impegnativi come il viola e l'oro della nostra Accademia si è rivelata un'impresa ardua.

L'omaggio cromatico si è concretizzato in maniera più tangibile nella collocazione agli angoli del salone a pianta quadrata di quattro semplici stendardi rettangolari, recanti lo stemma della scuola, corredato di motto ufficiale. I suddetti stendardi (in vendita presso la sezione "Gadget" dello store) alternano i colori ufficiali di Caput Draconis senza mai ripetersi tra pareti contigue: all'oro bordato di viola dell'angolo in alto a sinistra e in basso a destra corrisponde il viola bordato d'oro dell'angolo in alto a destra e in basso a sinistra.



Stendardi h250cm per rimanere alla stessa altezza degli scaffali

Il leit-motiv dell'alternanza viola-oro ritorna con maggiore discrezione nei cuscini posti sulle sedute color panna e sulle tende dei camerini.

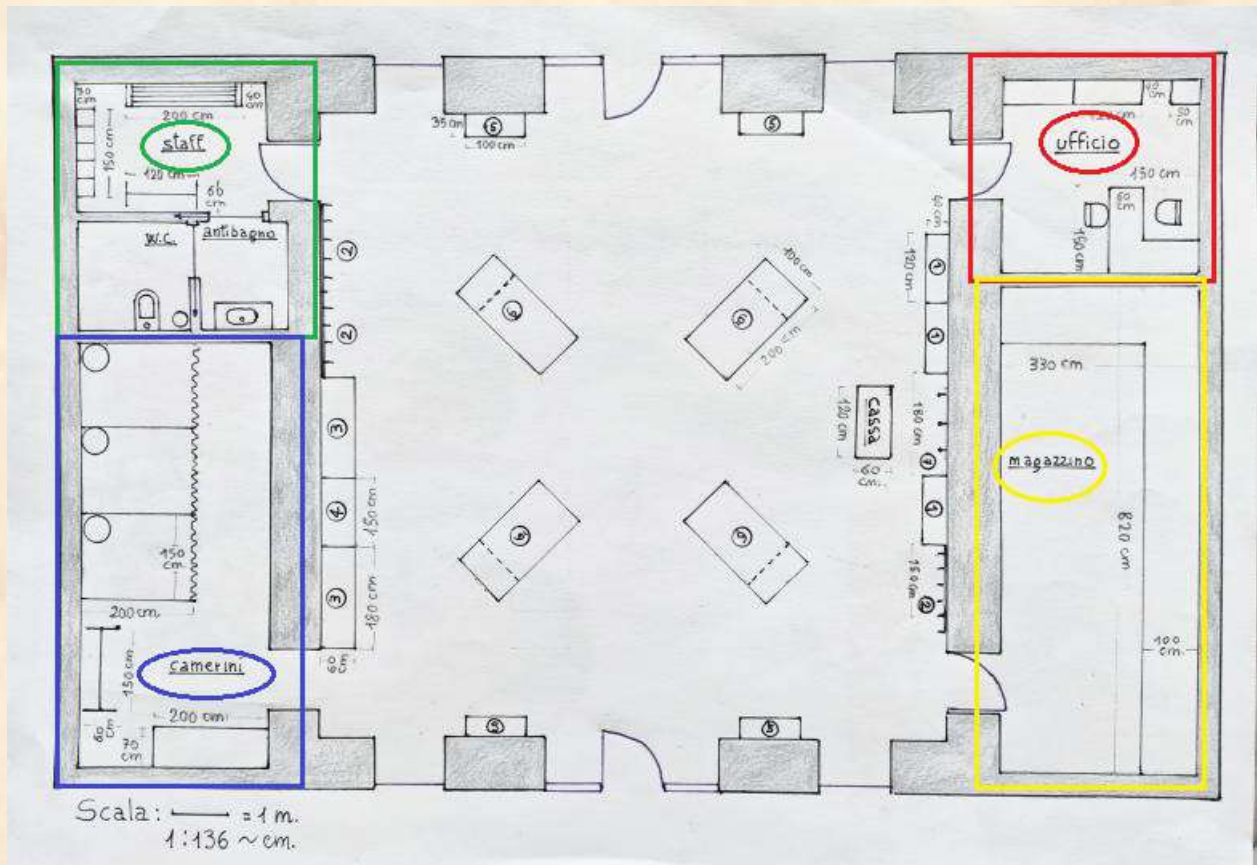
La possibilità di includere altre decorazioni a parete o di inserire i colori ufficiali in ulteriori dettagli e contesti è stata accantonata alla luce di valutazioni simili a quelle relative alla sovrabbondanza dell'elemento magico.

Un'eccessiva saturazione di colori e addobbi avrebbe reso cupa e opprimente l'atmosfera e sottratto centralità al merchandise e leggibilità all'intero ambiente, disorientando l'utenza.



BEHIND THE SCENE: AMBIENTI EXTRA E DI SERVIZIO

Infine, dedichiamo qualche cenno all'arredamento e alla strutturazione interna degli ambienti funzionali e di servizio. Certamente meno appariscenti del vero e proprio spazio espositivo costituito dal salone centrale, queste aree conservano un'importanza vitale e strategica per la corretta gestione di tutte le attività collaterali e propedeutiche alla vendita al dettaglio.



Con l'intento di conferire coerenza all'intero progetto, abbiamo mantenuto costanti l'illuminazione magica e l'ispirazione industriale anche per l'arredo delle aree non accessibili al pubblico.

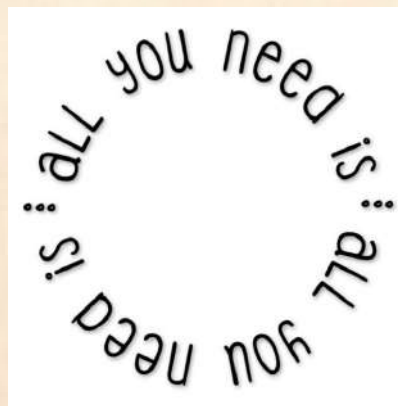




Sezioni dei disegni a mano per mostrare le due tipologie di ingresso all'interno del negozio, sotto descritte



L'accesso all'area fitting per abiti e accessori è segnalata da un arco che lascia intravedere le ampie cabine di prova e reca sul muro di pietra al di sopra dell'ingresso l'indicazione "dressing room", in caratteri identici al logotipo aziendale per font e colore. Il suddetto logotipo circolare, privo di qualsivoglia blasone centrale, si trova invece sulle porte ad arco che celano i tre ambienti interdetti al pubblico. Il legno delle porte di servizio è il medesimo utilizzato per il mobilio, ma è tinto del colore delle pareti per mimetizzarsi con esse e mettere in risalto il marchio aziendale.



La scelta di inserire poche indicazioni in inglese all'interno di ogni negozio (si veda la segnalazione dei camerini e degli espositori "Highlights") rientra nella politica di moderno minimalismo e internazionalizzazione dell'azienda "All you need is...".



L'area staff, con armadietti, stand appendiabiti e una comoda panca, è stata dotata di bagno e antibagno con porte scorrevoli per i dipendenti della filiale. Il personale è costituito da un responsabile fisso, incaricato direttamente dalle titolari dell'azienda, e dagli studenti che vogliono cimentarsi in un part-time. Questi ultimi sono da sempre preferiti dalle sorelle Bloom rispetto a soggetti estranei al contesto scolastico, perché ritenuti in grado di trasmettere più genuinamente l'entusiasmo e l'attaccamento al brand.

Armadietti spogliatoio, modulo a scomparti, lungo 150 cm, profondo 30 cm, alto 180 cm

Panca lunga 2 metri, profonda 40 cm
(immagine segue in descrizione camerini)

Stand per appendere giacche/cambio, largo 60 cm, lungo 120 cm.
(Riprende stile appendiabiti in area vendita)



Specifiche di Bagno e antibagno:

WC 40 X 70 cm

Lavandino 100 X 50 cm con vano a ripiani sottostante per riporre carta igienica, asciugamani ecc..

(Immagini esemplificative dello stile dell'arredamento)



L'ampio magazzino nell'ala destra è occupato lungo due pareti da scaffalature continue dal design estremamente minimalista: l'uso puramente pratico di quest'area non prevede alcun orpello potenzialmente disfunzionale.



Scaffalatura magazzino, lunghezza 8,20 metri parete lunga e 3,30 m parete corta, profondità 1 metro, altezza 250 cm.

L'ufficio per la gestione della contabilità e dei servizi di segreteria e pubbliche relazioni è, tra le aree off limits per la clientela, quella certamente più gradevole e accogliente. La stanza si presenta amichevole e luminosa grazie alla già citata finestra magica che campeggia sulla parete dietro l'ampia scrivania in legno e metallo. Due comode sedute, due librerie per i documenti e una cassaforte completano il mobilio.



Scaffale contro il muro esterno lungo 240 cm (120 X2), profondità 40 cm, altezza 150, stessa tipologia della scaffalatura del negozio

Cassaforte 50 cm, profondità 40 cm, altezza 70 cm.

Scrivania a L, 150 X 150, profondità 60 cm, altezza 75 cm.
(Immagine scrivania corretta come tipologia/stile, da non considerarsi il colore del legno e gli oggetti posti sulla scrivania in immagine)



Per ultimo, diamo uno sguardo più ravvicinato all'unico vano esterno alla pianta centrale del negozio pensato appositamente per la libera fruizione da parte della clientela: i camerini.

I tre camerini risultano particolarmente spaziosi e confortevoli. Coi loro 2 metri per 1,5 riescono a contenere agevolmente una seduta e uno specchio interno che occupa tutta la parete sulla parete opposta alla tenda. Sono inoltre preceduti da un piccolo angolo *sitting*, dove attendere comodamente il proprio turno o riposare mentre si assiste alla passerella dei propri amici. Immane e pratico lo stand in metallo per riporre i capi scartati.

Ai colori neutri e luminosi delle sedute in tessuto rispondono le tende e i cuscini nelle ricche tonalità del viola e dell'oro, distintive dell'Accademia *Caput Draconis*.



Divanetto che corre lungo la parete in area sitting. 200 cm X 70 cm profondità.

Struttura in ferro nero come il resto del mobilio, seduta in stoffa color panna che riprende i colori neutro delle murature e risaltano il viola e oro dei cuscini sopra posti.

Lo stesso tipo di divano a panca si ritrova nella area staff.



Cuscini dei divani, in stoffa, in tinta unita di colore o viola o oro (a differenza dell'immagine dove è panna)

Pouf interni ai camerini, diametro 43cm, stoffa, colore panna come il divanetto a panca per l'attesa



Stand per capi provati ma da riporre negli scaffali 60X150 cm



CONCLUSIONI

Giunti al termine del nostro percorso descrittivo, ci auguriamo di essere stati esaustivi ed efficaci nell'esposizione.

Salutiamo questo sfidante approccio all'*interior design* con la consapevolezza dell'*amatorialità* del nostro lavoro, nella sua duplice accezione. Pur lontani dal professionismo che ogni disciplina richiederebbe, speriamo almeno di averle trasmesso la nostra passione nella scoperta di questa frontiera dell'arte.

Cordialmente,

Gli studenti della Casa Corvoneo dell'Accademia *Caput Draconis*

