

Le proposte di arredamento interattivo per i negozi di Continental, realizzate dagli studenti di POLI.Design, la struttura del Politecnico di Milano che si occupa di corsi di specializzazione postuniversitaria orientati all'innovazione e al design, verranno presentate ufficialmente in occasione del Salone del Mobile, alla Triennale di Milano, il prossimo 9 aprile.

I partecipanti, divisi in due gruppi indipendenti, hanno lavorato presentando due progetti destinati a creare arredo da interni per negozi di assistenza e rivendita di pneumatici, avendo come target tre macro obiettivi all'interno del punto vendita: fare branding, agevolare l'interazione tra cliente e gommista, mettere a proprio agio il cliente. I due lavori, differenti quanto a realizzazione, ma mirati entrambi al brief lanciato, competono tra loro per creatività, originalità e valori.

Un gruppo, denominato "Clamore", ha interpretato il concetto partendo dall'abbreviazione del marchio "Conti" per creare elementi di arredo sfruttando proprio le singole lettere della denominazione: ogni vocale e consonante, debitamente rielaborata, si trasforma in una struttura di arredamento a sé stante proponendo sedute, espositori, totem, desk interattivi. Insomma, una personalizzazione che trasmette attraverso il richiamo a Continental la sua prorompente forza comunicativa di arredo.

L'altro gruppo, formato da un solo ragazzo in mezzo ad una preponderante presenza femminile e perciò denominato "La mosca bianca", ha proposto una soluzione più tradizionale costituita da una serie di parallelepipedi di diverse forme e misure, tutti debitamente brandizzati, che, assemblati tra loro in differenti disposizioni, creano isole e corner interattivi con totem, desk e sedute per trasmettere informazioni al cliente e assicurargli relax. La proposta ipotizza addirittura la creazione di una piattaforma online che possa guidare il cliente nella corretta scelta del pneumatico in base al profilo ed alle esigenze dello stesso.

"Entrambi i gruppi di lavoro hanno colto ed espresso in modo veramente efficace i concetti fondamentali del brand Continental, sia dal punto di vista delle idee che della loro realizzazione", afferma Alessandro De Martino, Amministratore Delegato di Continental Italia SpA. "Per noi, abituati a pensare in modo molto 'fisico' il nostro rapporto con la vendita e la presentazione dei prodotti, è molto interessante vedere come i progettisti siano riusciti a tradurre l'astrattezza dei nostri valori, ad interpretarli e esprimerli contemporaneamente in termini di design emozionale e di praticità appunto fisica."

I gruppi si sono sempre attenuti rigorosamente al brief comunicato, trasmettendo con efficacia i valori proposti, rispettando alla lettera anche il budget indicato. "Il rapporto col

cliente nel momento di acquisto sta diventando molto importante per noi, proprio in questi momenti difficili”, prosegue De Martino. “Per questo è altrettanto importante poter lavorare comunicando colori, marchio e caratteristiche dei prodotti. Proprio per questo impegno di grande qualità desidero ringraziare vivamente tutti i progettisti.”



© riproduzione riservata
pubblicato il 8 / 04 / 2013