POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

PILLOLE DI ARCHITETTURA

GRUPPO 24 ORE

EXTRA TEMPORARY

Architecture & Life. Food, Hotellerie. Retail, Office and Outdoor.

Milano, 2, 3 e 4 ottobre 2013

MADE expo - Fiera Milano, Rho - Padiglione 5

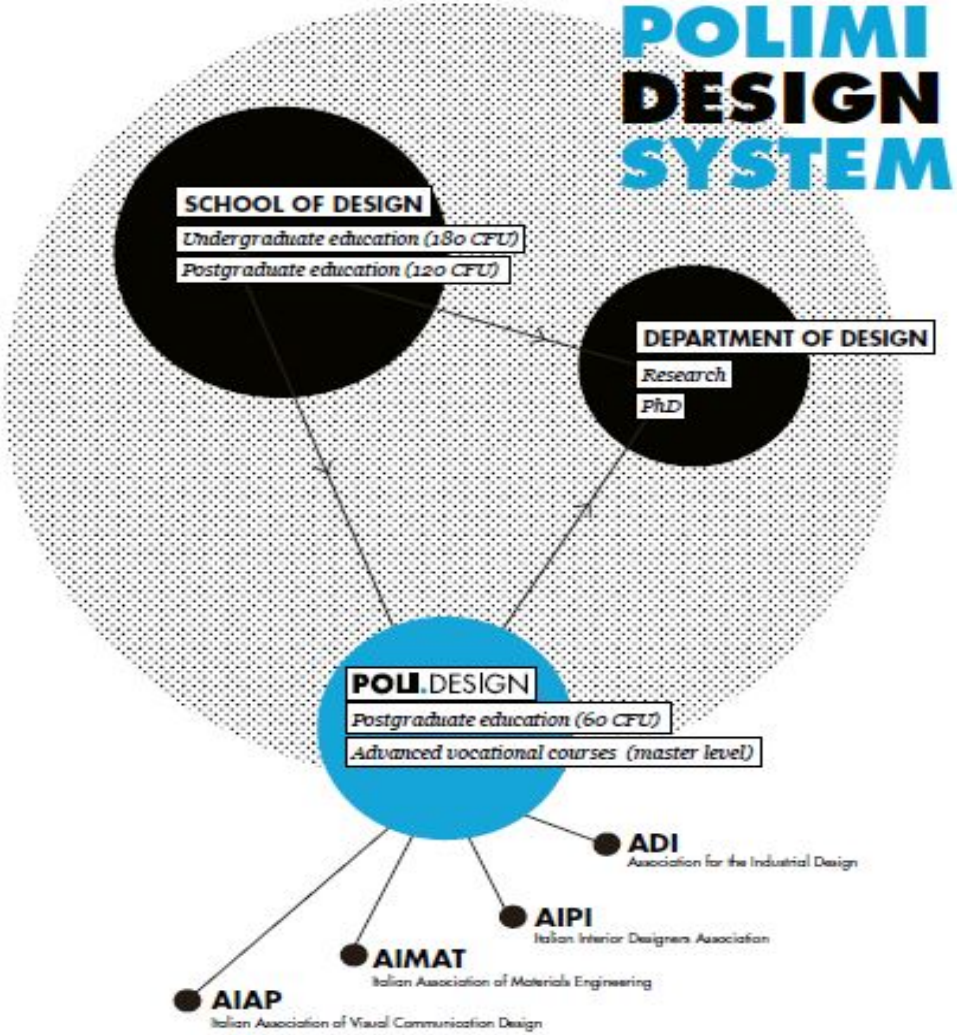
MADE expo
Milano Architettura Design Edilizia

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

POLI.DESIGN è un Consorzio del Politecnico di Milano che opera nel campo del Design, svolgendo il ruolo di cerniera fra università, imprese, enti e istituzioni e mondi professionali.

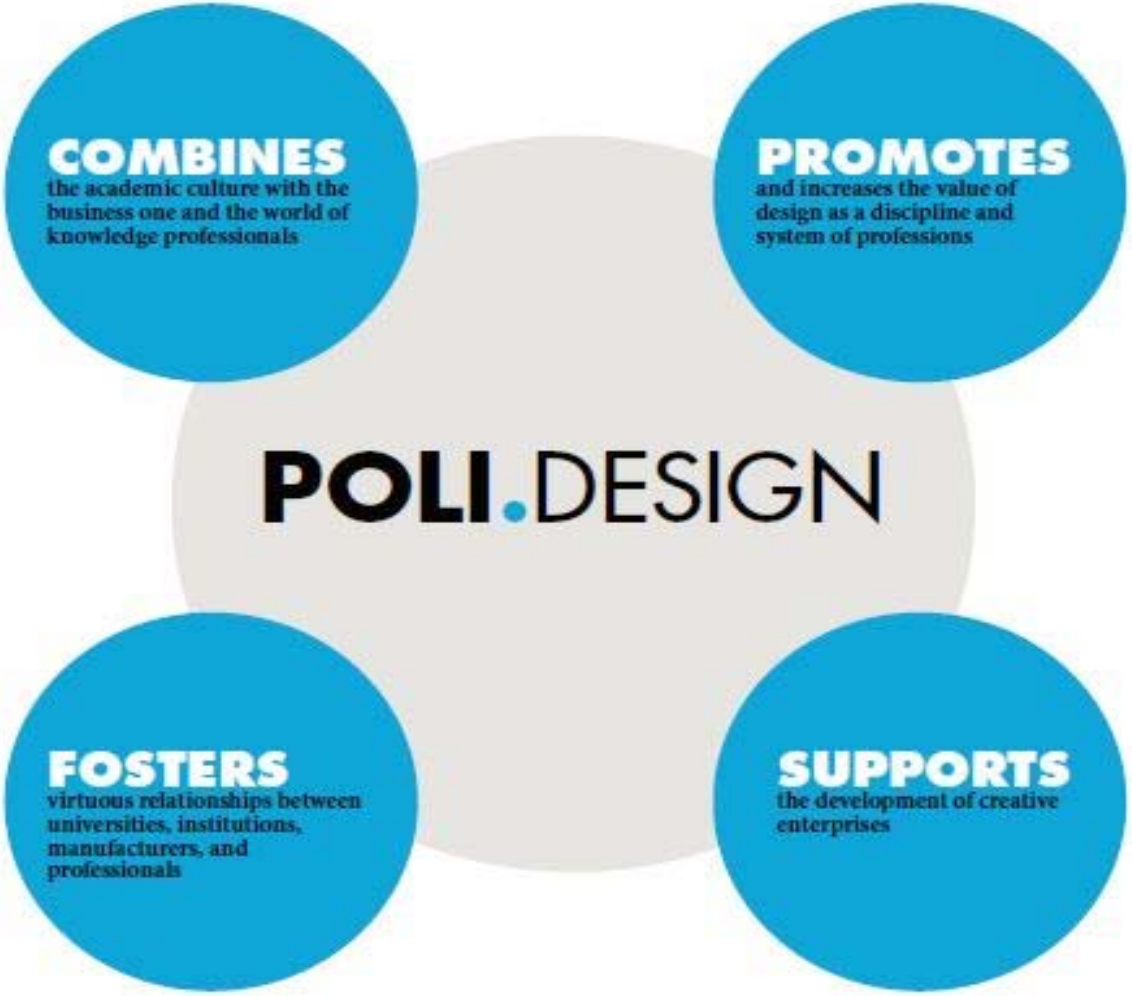
Sviluppa formazione per giovani laureati e per professionisti nonché formazione per le imprese con un preciso orientamento all'innovazione. Opera nella prospettiva della internazionalizzazione, stabilendo di volta in volta partnership di scopo con università, scuole, enti, istituzioni, società e aziende.

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

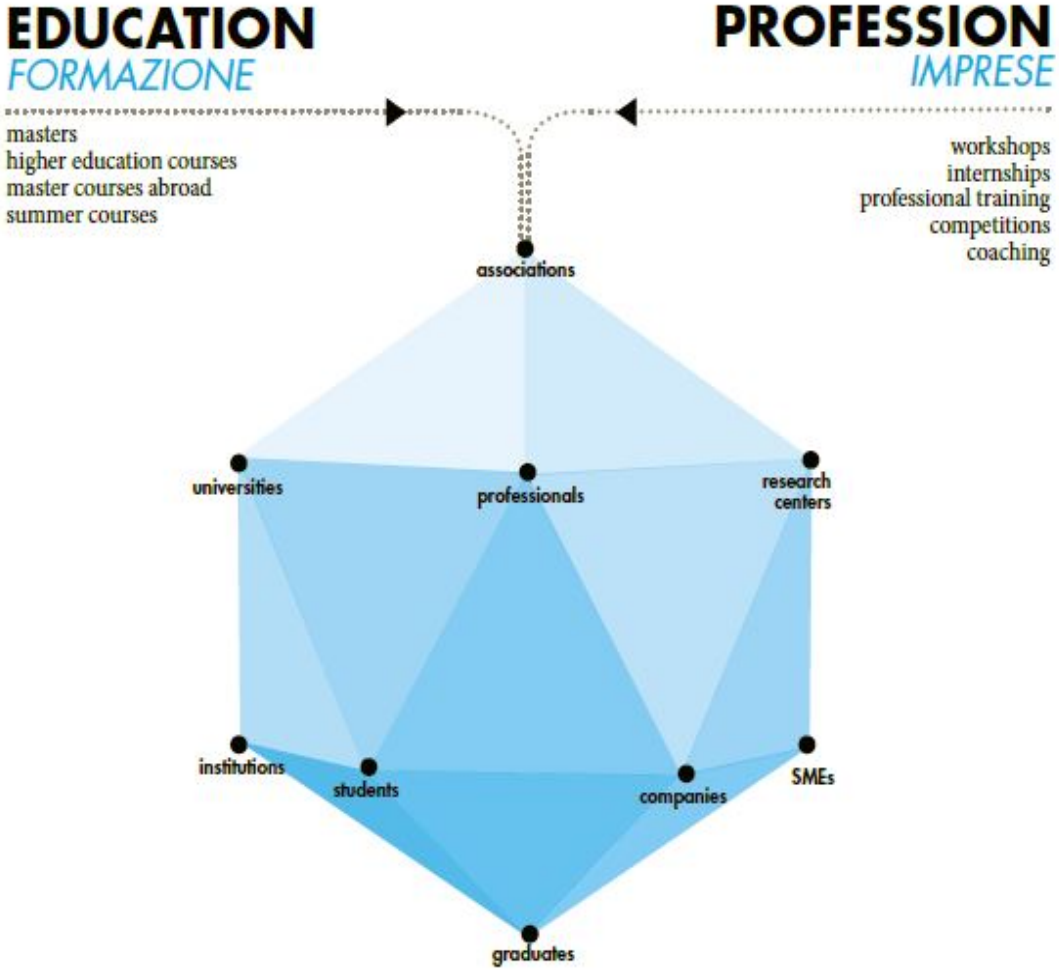


www.polidesign.net

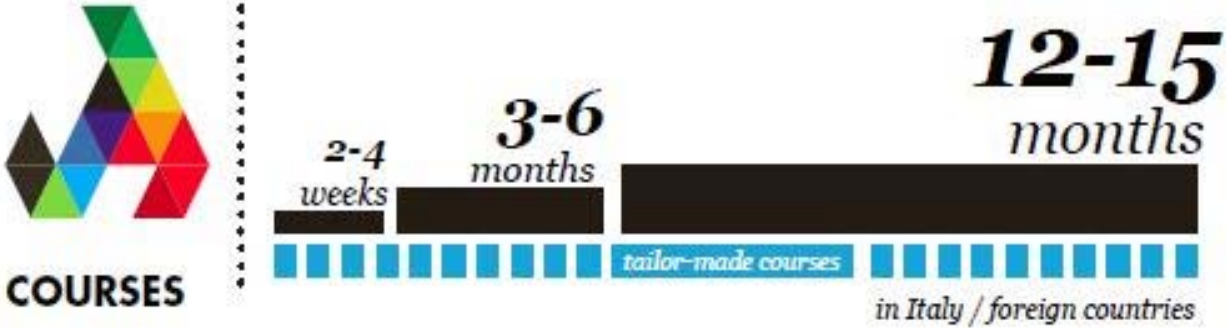
POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano



POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano



POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano



Temporary

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

Brief **Concept** Progetto

SU MISURA PER

L'azienda

Modularità
Trasportabilità
Budget

Il rivenditore

Supporto
Flessibilità
Adattabilità

Il cliente

Informazione
Interazione
Attesa

Brief **Concept** Progetto

Pneumatico ideale Continental

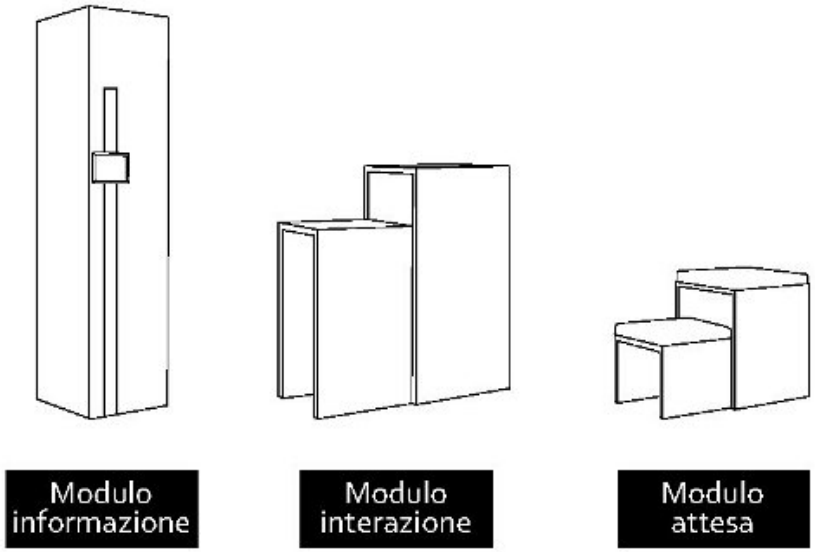
UN PROGETTO PER Continental Su misura per te.

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

Brief Concept **Progetto**

LO SPAZIO SU MISURA PER TE



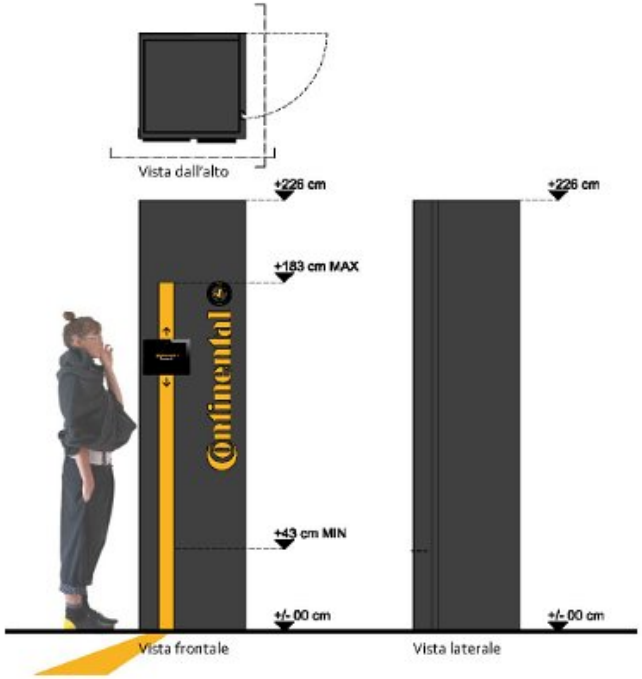
UN PROGETTO PER Continental Su misura per te.

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

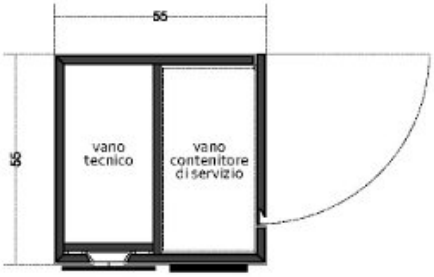
Brief Concept **Progetto**

MODULO INFORMAZIONE



Continental

Particolare logo
Logotipo in rilievo con "cavallino" adesivo



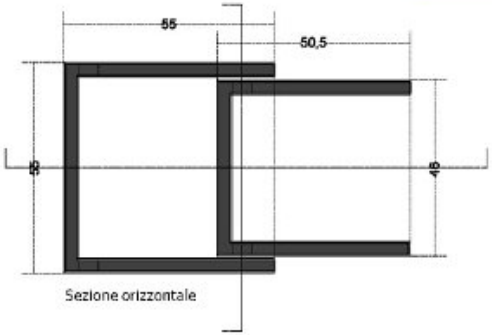
Sezione orizzontale

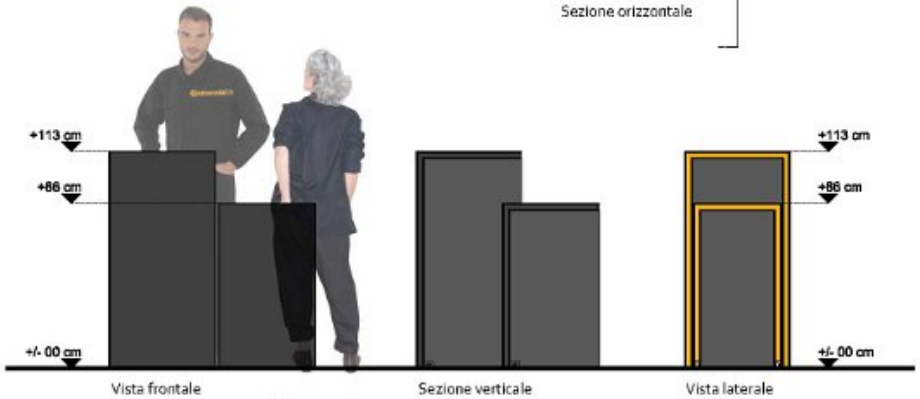
UN PROGETTO PER Continental Su misura per te.

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

Brief Concept **Progetto**

MODULO INTERAZIONE



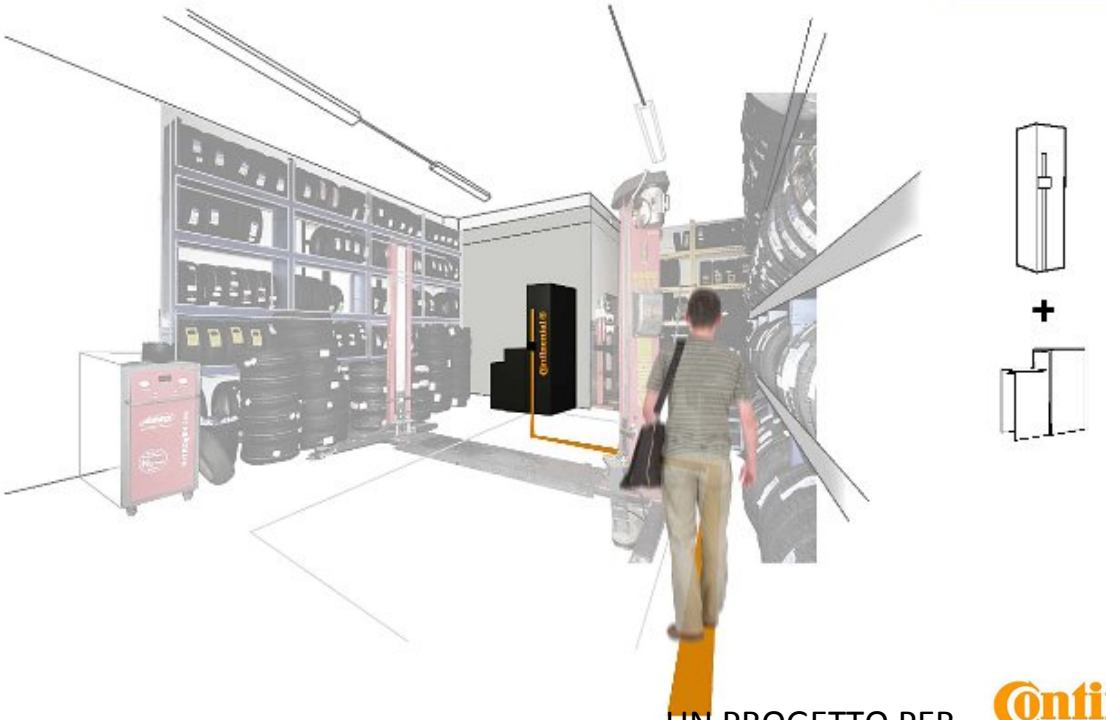


UN PROGETTO PER Continental Su misura per te.

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

Brief Concept **Progetto**

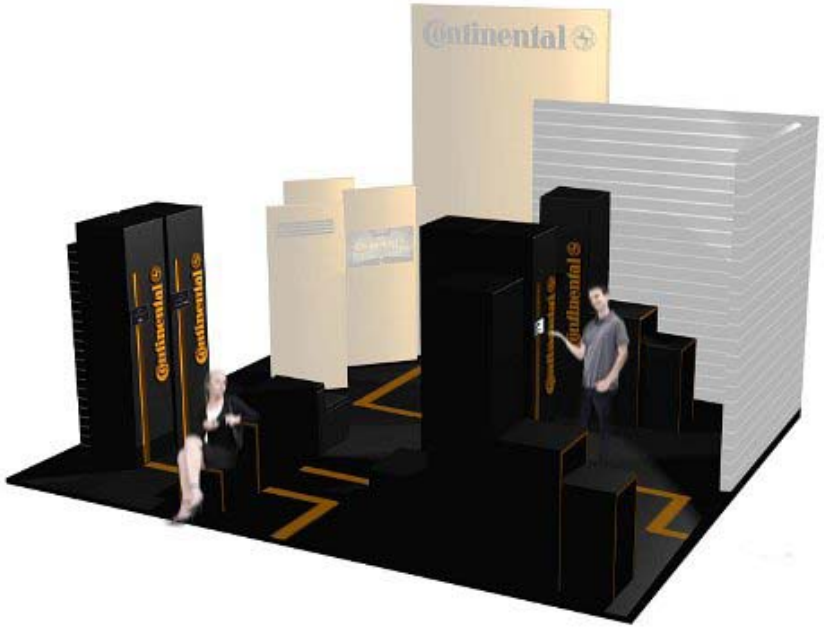


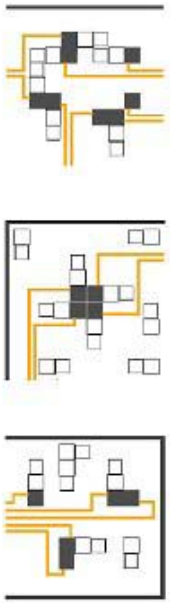
UN PROGETTO PER Continental
Su misura per te.

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

Brief Concept **Progetto**





UN PROGETTO PER Continental Su misura per te.

www.polidesign.net

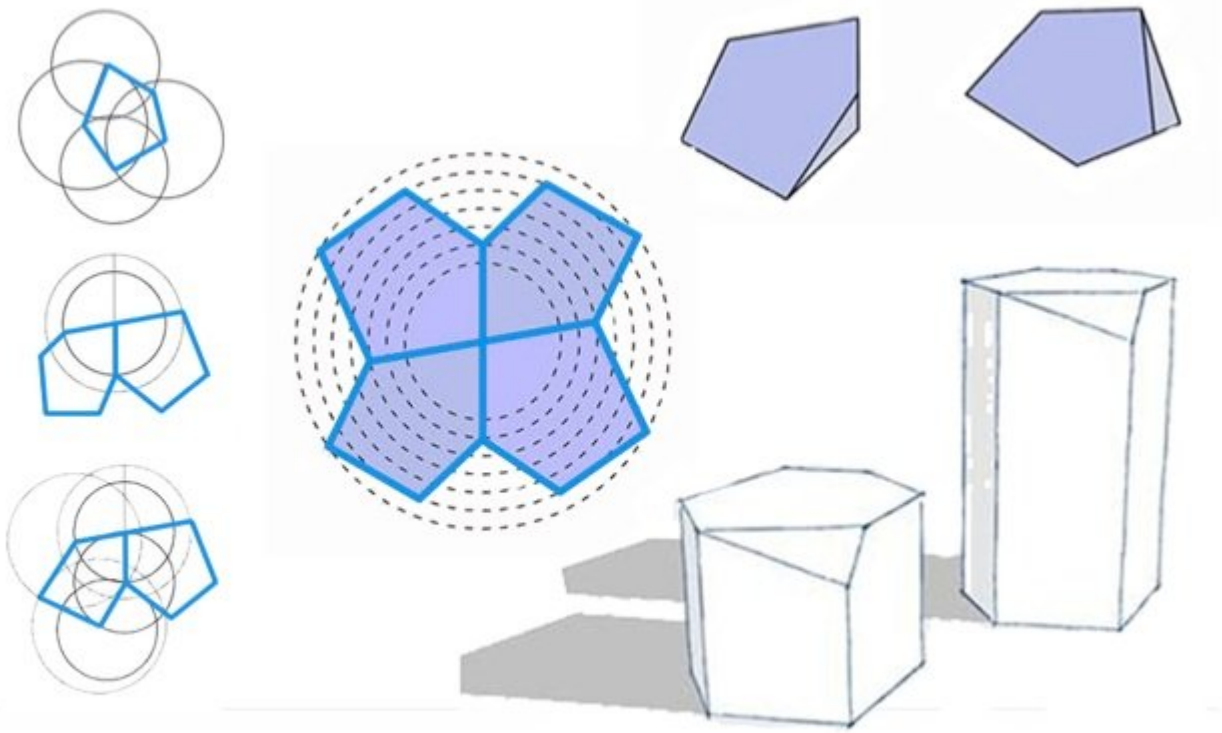
POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

Brief Concept **Progetto**

UN PROGETTO PER Continental Su misura per te.

www.polidesign.net

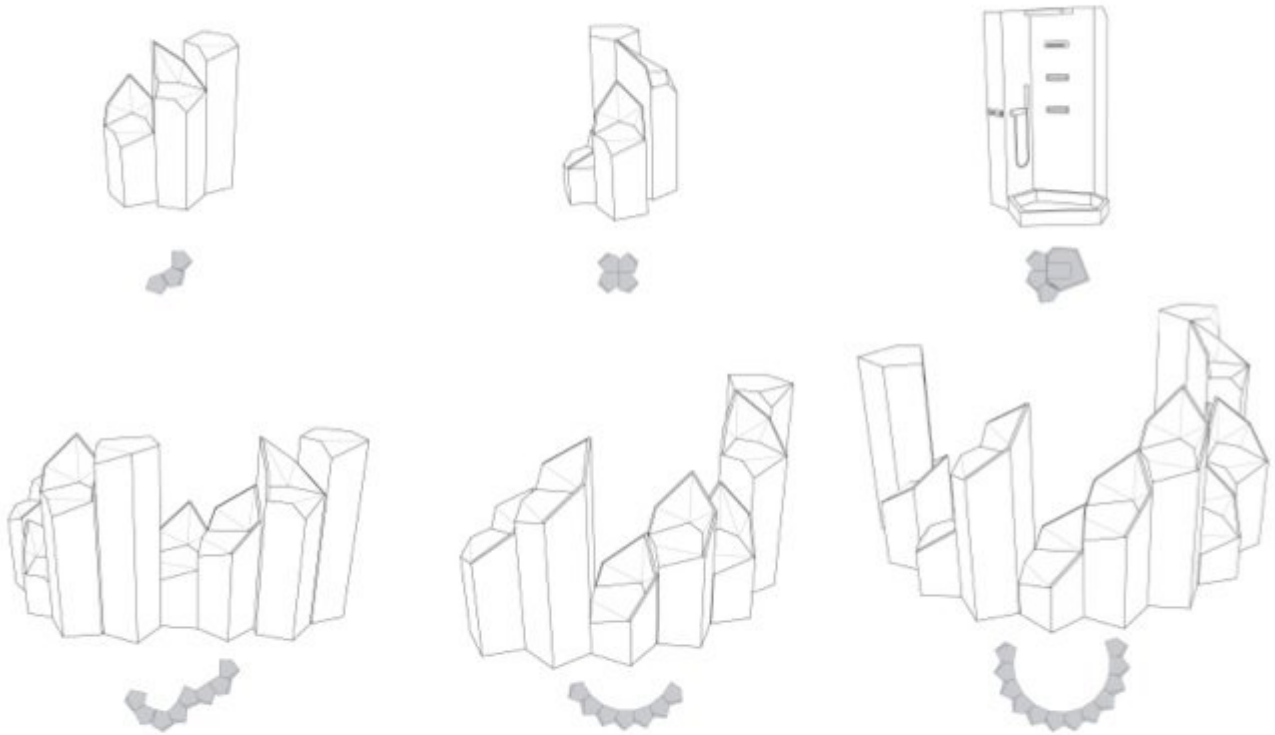
Trivalente: un sistema flessibile per DORNBRACHT



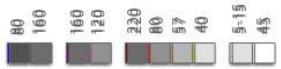
PROBLEM SOLVING

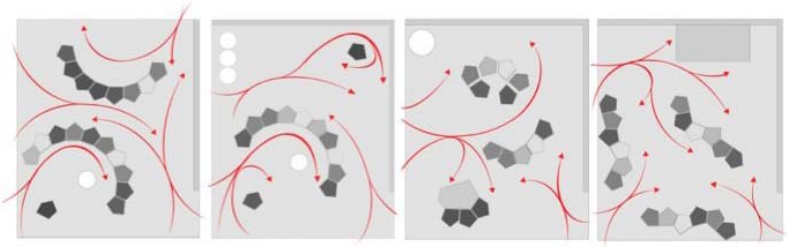
UN PROGETTO PER DORNBRACHT

Abaco delle aggregazioni



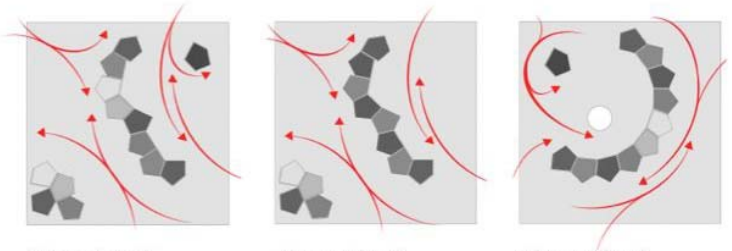
Gestione dello spazio
30 mq _ SHOP IN SHOP





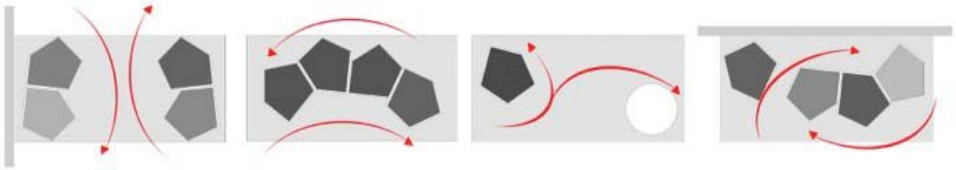
3 linee rubinetti | 4 linee rubinetti | 6 linee rubinetti | 5 linee rubinetti

Gestione dello spazio
14 mq _ SHOP IN SHOP



3 linee rubinetti | 4 linee rubinetti | 6 linee rubinetti

Gestione dello spazio
2 mq _ CORNER



3 linee rubinetti | 1 linee rubinetti | 1 linee rubinetti | 2 linee rubinetti

Prospetto laterale

30 mq _ SHOP IN SHOP

PROBLEM SOLVING

UN PROGETTO PER DORN BRACHT

Render

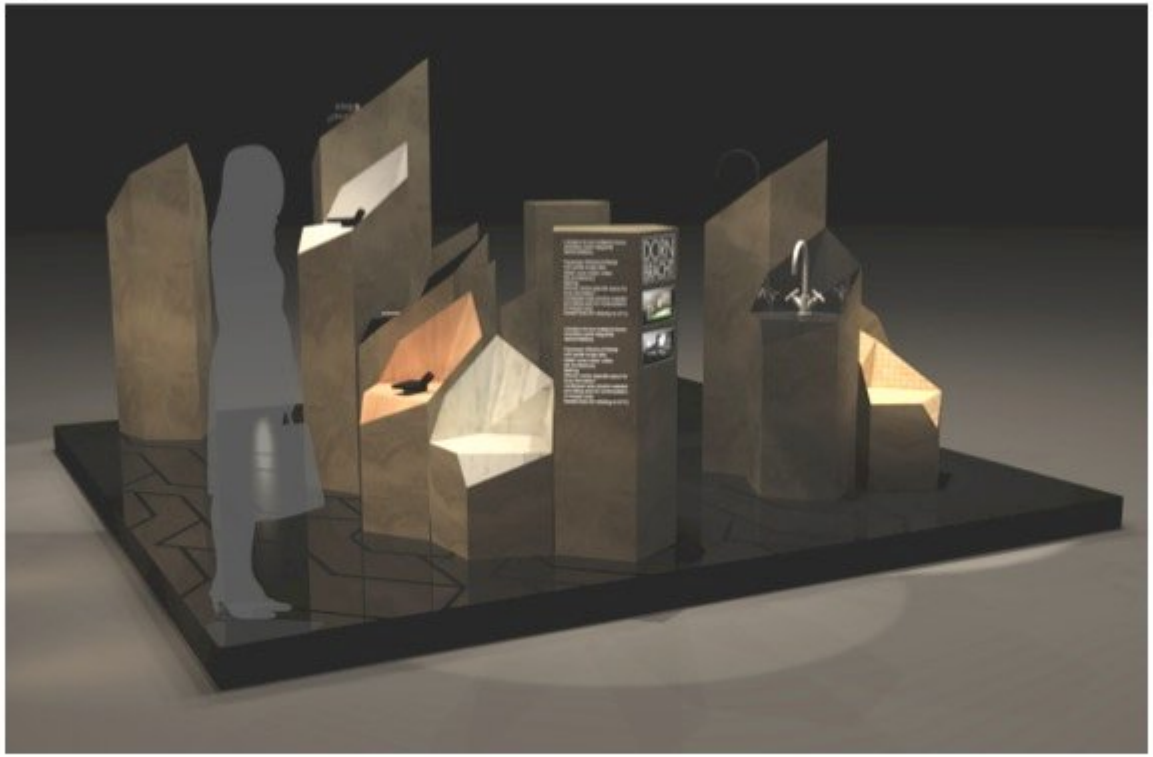
30 mq _ SHOP IN SHOP

PROBLEM SOLVING

UN PROGETTO PER DORN BRACHT

Render

14 mq _ SHOP IN SHOP

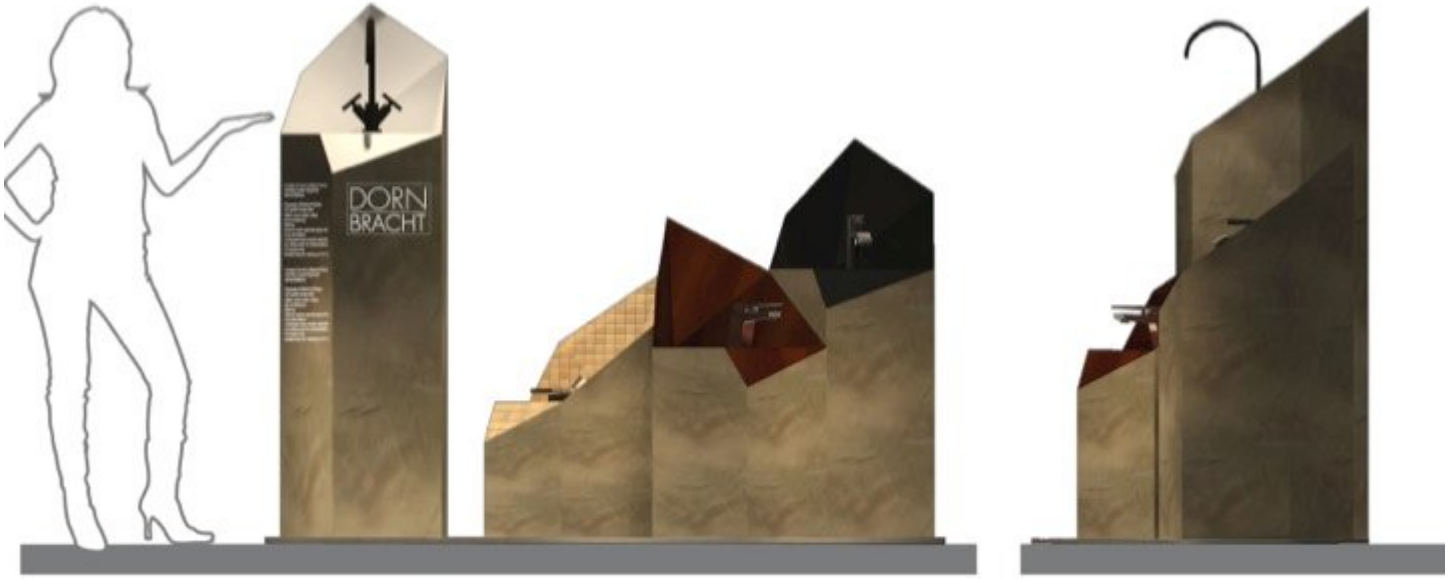


PROBLEM SOLVING

DORN BRACHT

Prospetto frontale e laterale

2 mq _ CORNER



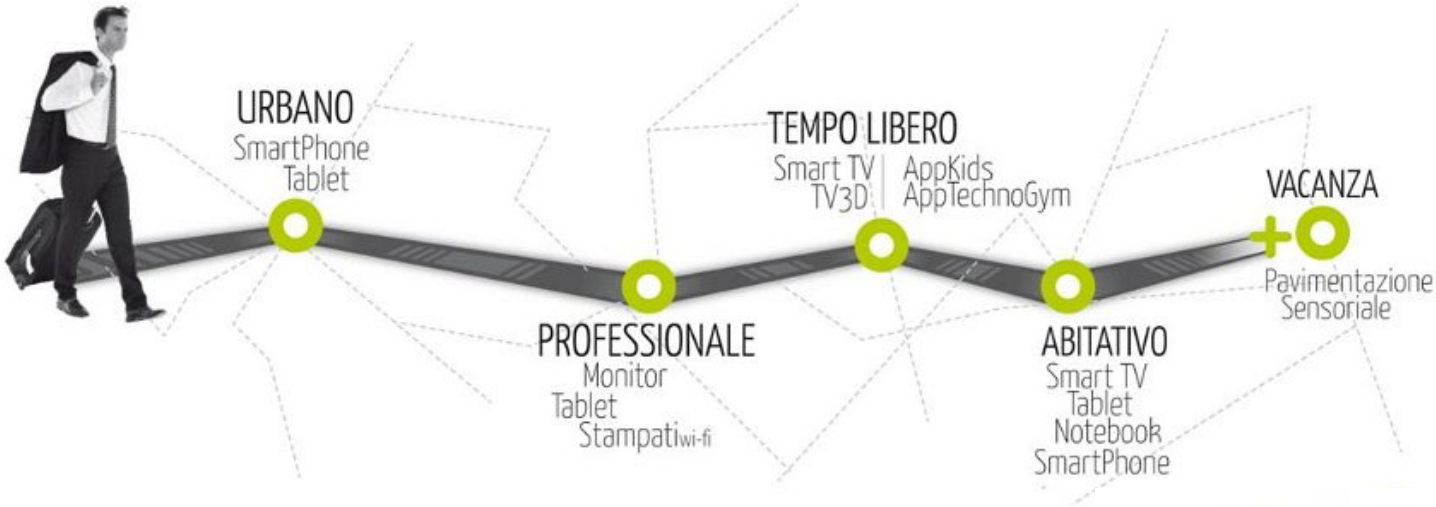
PROBLEM SOLVING

UN PROGETTO PER DORN BRACHT

SAMSUNG
Nuovo concept Samsung Store
espacio

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

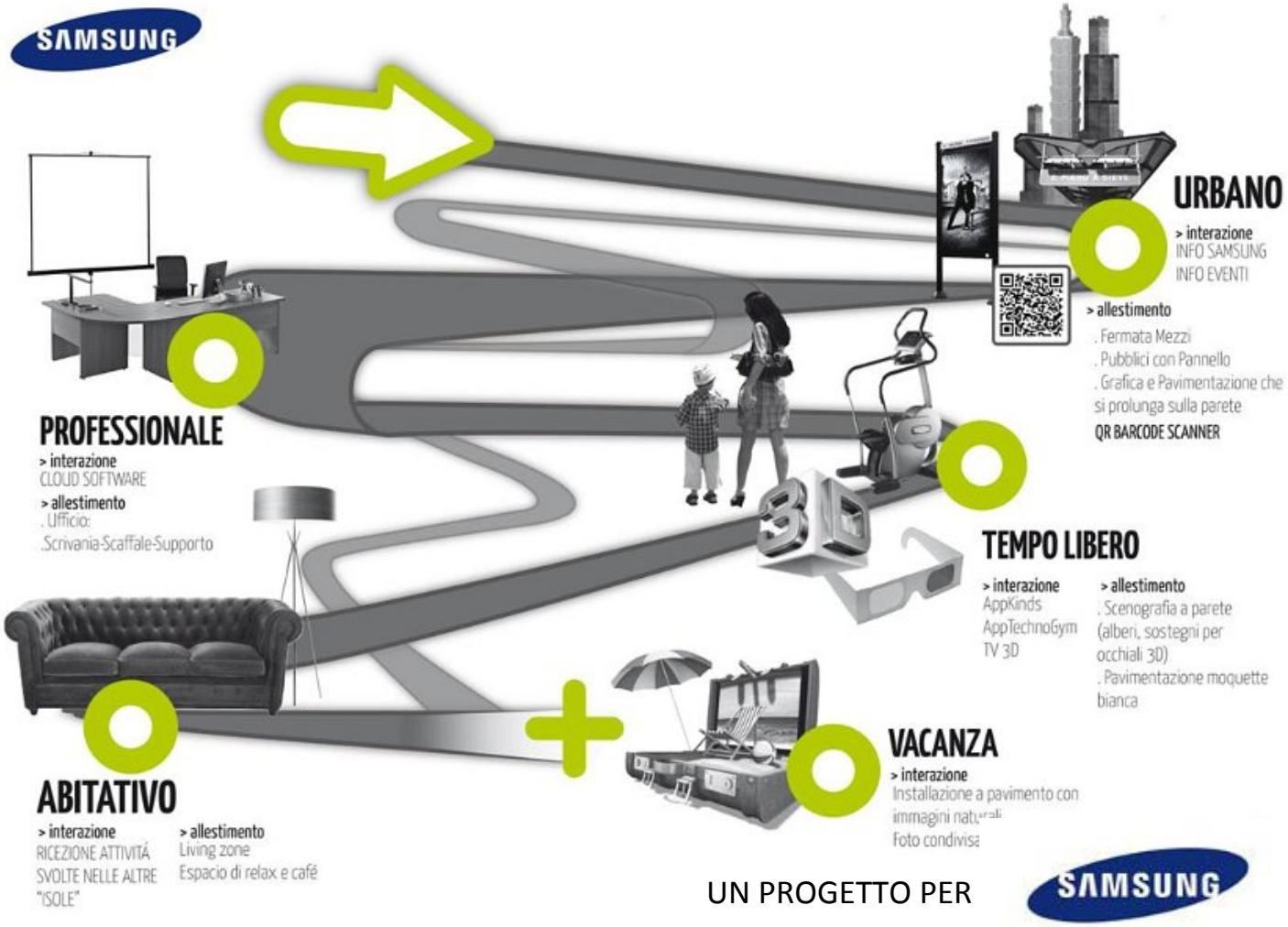
SAMSUNG



UN PROGETTO PER SAMSUNG

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano



UN PROGETTO PER SAMSUNG

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

VISIONI_ Area urbana

UN PROGETTO PER SAMSUNG

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

VISIONI_ Area Professionale + Fitness

UN PROGETTO PER SAMSUNG

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

VISIONI_ Area abitativa

UN PROGETTO PER SAMSUNG

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

Story Teller

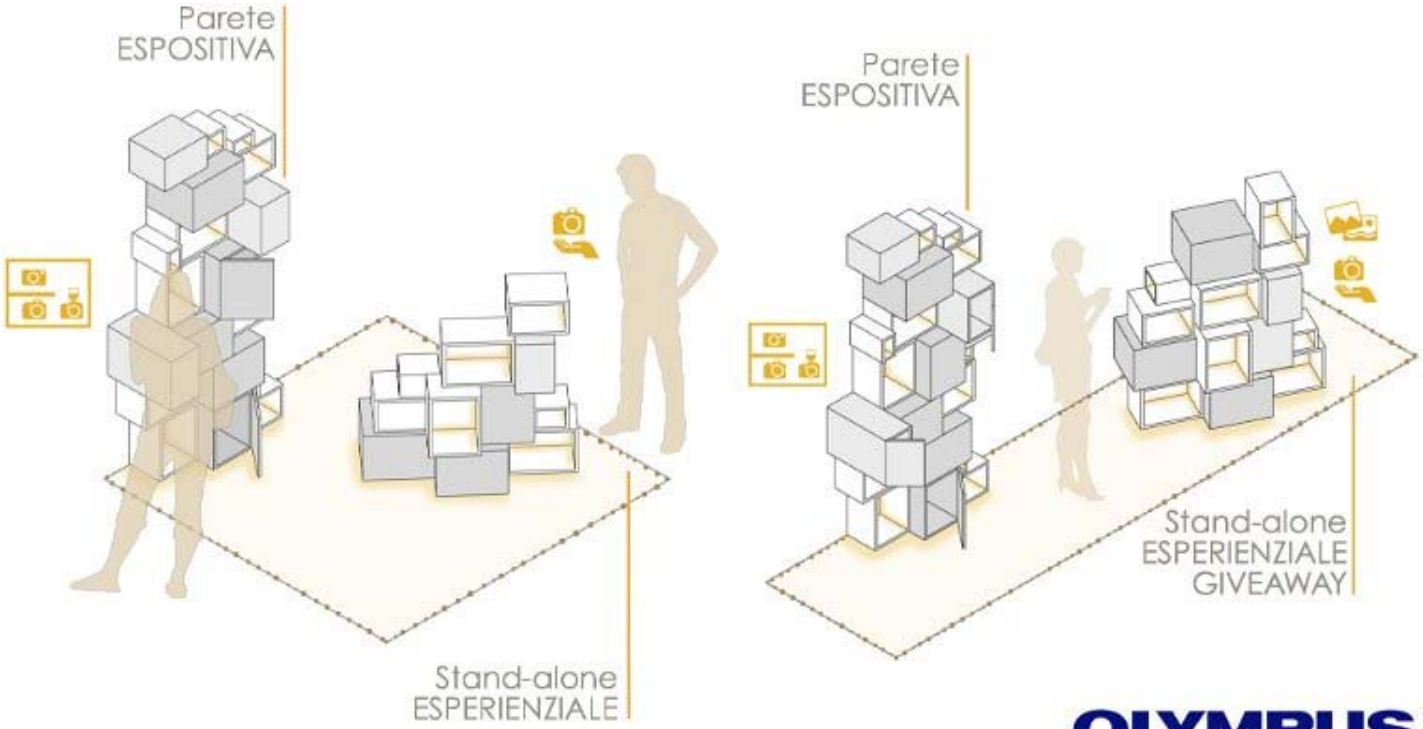
OLYMPUS

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

PROGETTO

COMPOSIZIONI

...osservo, provo, lascio il mio ricordo... e condivido



UN PROGETTO PER OLYMPUS

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

PROGETTO

MATERIALI

UN PROGETTO PER OLYMPUS

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

PROGETTO

PROTOTIPO

...osservo, provo, lascio il mio ricordo... e condivido

UN PROGETTO PER OLYMPUS

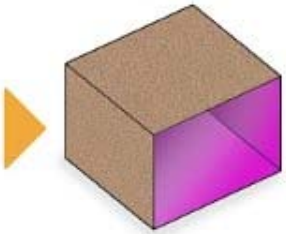
www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

PROGETTO

RIVESTIMENTO

colori



Olympus è fotografia
e con essa vogliamo dare
visibilità al Brand

foto

UN PROGETTO PER OLYMPUS

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

AMBIENTAZIONI

UN PROGETTO PER OLYMPUS

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

AMBIENTAZIONI

UN PROGETTO PER OLYMPUS

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

AMBIENTAZIONI

UN PROGETTO PER OLYMPUS

www.polidesign.net

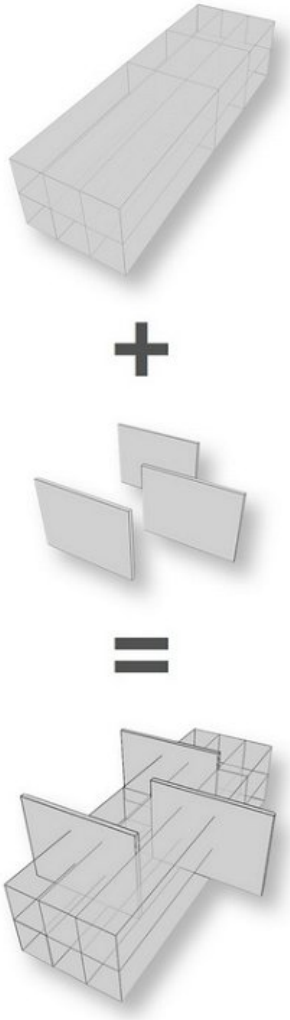
POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

UN PROGETTO PER

Canon

CONCEPT

- Contenitore di esperienze realizzato con container che funge da scatola delle meraviglie
- Area espositiva suddivisa in 3 macroaree da frame
- La persona come protagonista dell'esperienza
- Loggiati laterali destinati ad aree prova e mostre temporanee



POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

UN PROGETTO PER

Canon

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

UN PROGETTO PER

Canon

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

UN PROGETTO PER
Canon

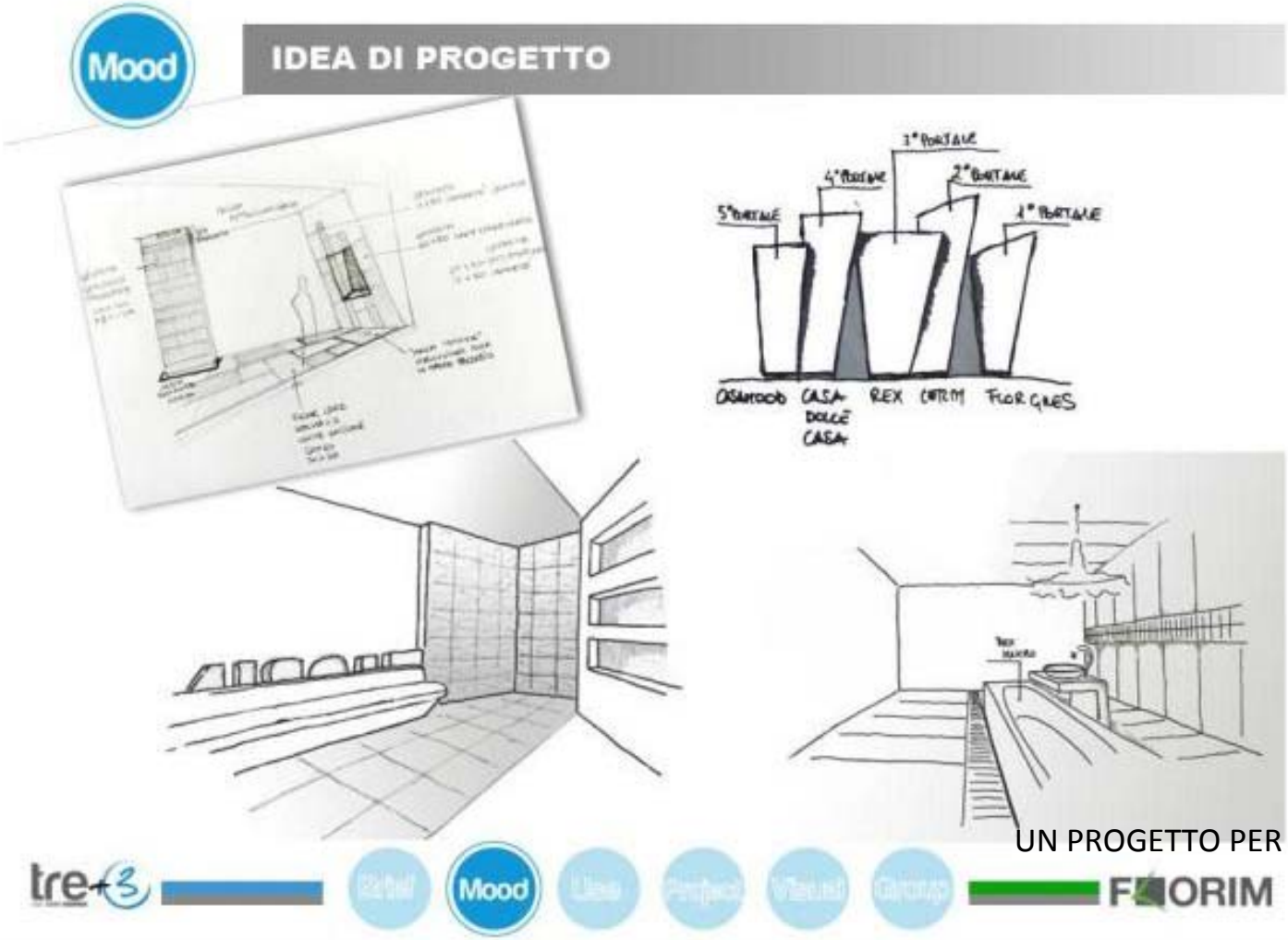
POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

UN PROGETTO PER

Canon

VISTA INTERNA
Area centrale

Mood
CONCEPT
costruttivismo
attraversamento
continuità
ritmo
UN PROGETTO PER
tre
Mood
FLORIM


Mood
IDEA DI PROGETTO
3° PORTALE
4° PORTALE
2° PORTALE
5° PORTALE
1° PORTALE
CASA DOLCE CASA
REX
FLOR GRES
UN PROGETTO PER
tre+3
Mood
FLORIM

Project
VISTA POSTERIORE
никогда не копируй там,
где можешь сочинить
casamood
FLORIM
tre+3
UN PROGETTO PER
FLORIM

Project
VISTA INTERNA
UN PROGETTO PER
tre+3
FLORIM

VISTA LATERALE

UN PROGETTO PER

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

www.polidesign.net

corner
Chiaro, rinforzato, prestazionale:
WHITECH®.
Light coloured, reinforced, top performance: WHITECH®.
Di che colore è il design?
What is the colour of design?
L'armonia inconfondibile
dello stile Moneta.
Moneta. An ode to harmony and style.
Minima negli ingombri,
massima tra i fornelli.
Modest in size, magnificent in the kitchen.
Cucina senza limiti.
Total creativity.
UN PROGETTO PER
moneta
made in Italy
alcubo

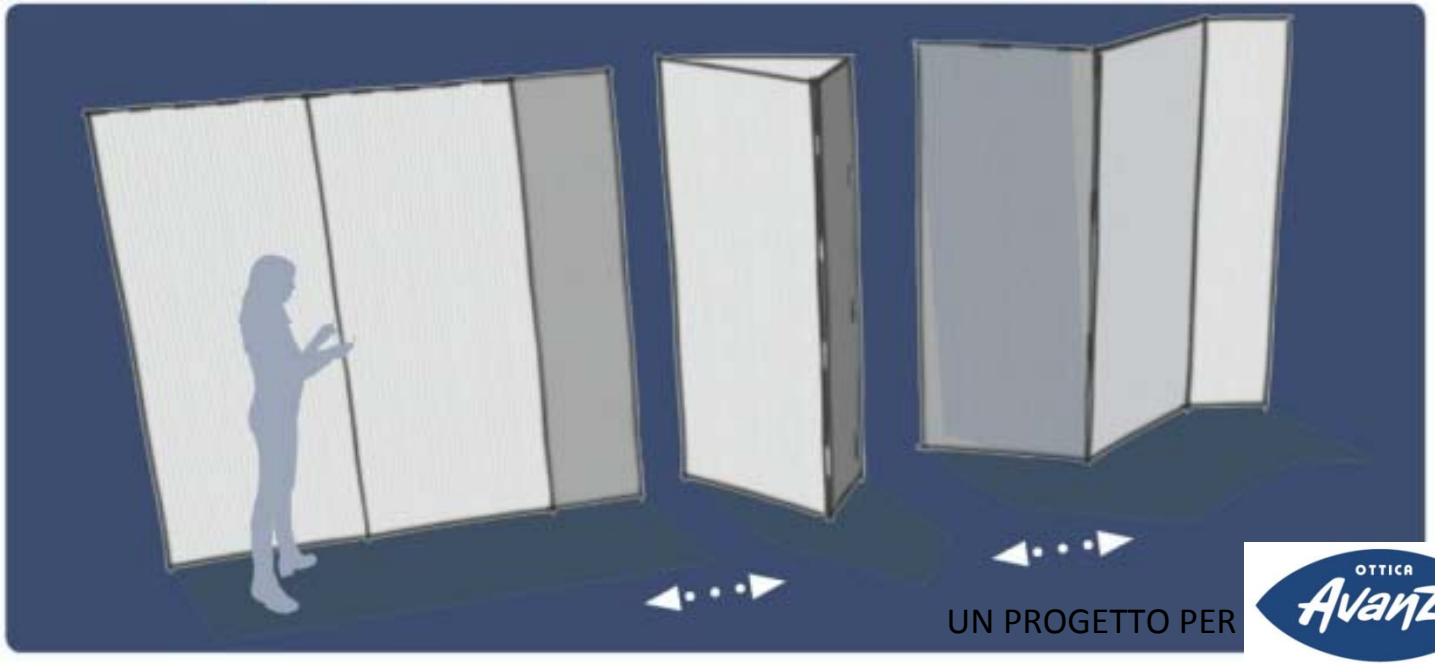
POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

6 / meet2 / Avanzi / concept / negozio / add on

OTTICA Avanzi
Vedi che ti conviene

modulo

lineare chiuso piegato



UN PROGETTO PER OTTICA Avanzi Vedi che ti conviene

8 / meet2 / Avanzi / concept / negozio / add on

OTTICA Avanzi
Vedi che ti conviene

prova

Ciao Valeria,

ti piaci con questi occhiali?

vuoi aggiungere il pacchetto Sport? Guida?

entra nella community Avanzi!

UN PROGETTO PER OTTICA Avanzi Vedi che ti conviene

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

18 / meet2 / Avanzi / concept / negozio / add on

OTTICA Avanzi
Vedi che ti conviene

UN PROGETTO PER

OTTICA Avanzi
Vedi che ti conviene

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

22 / meet2 / Avanzi / concept / negozio / add on

OTTICA Avanzi
Vedi che ti conviene

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

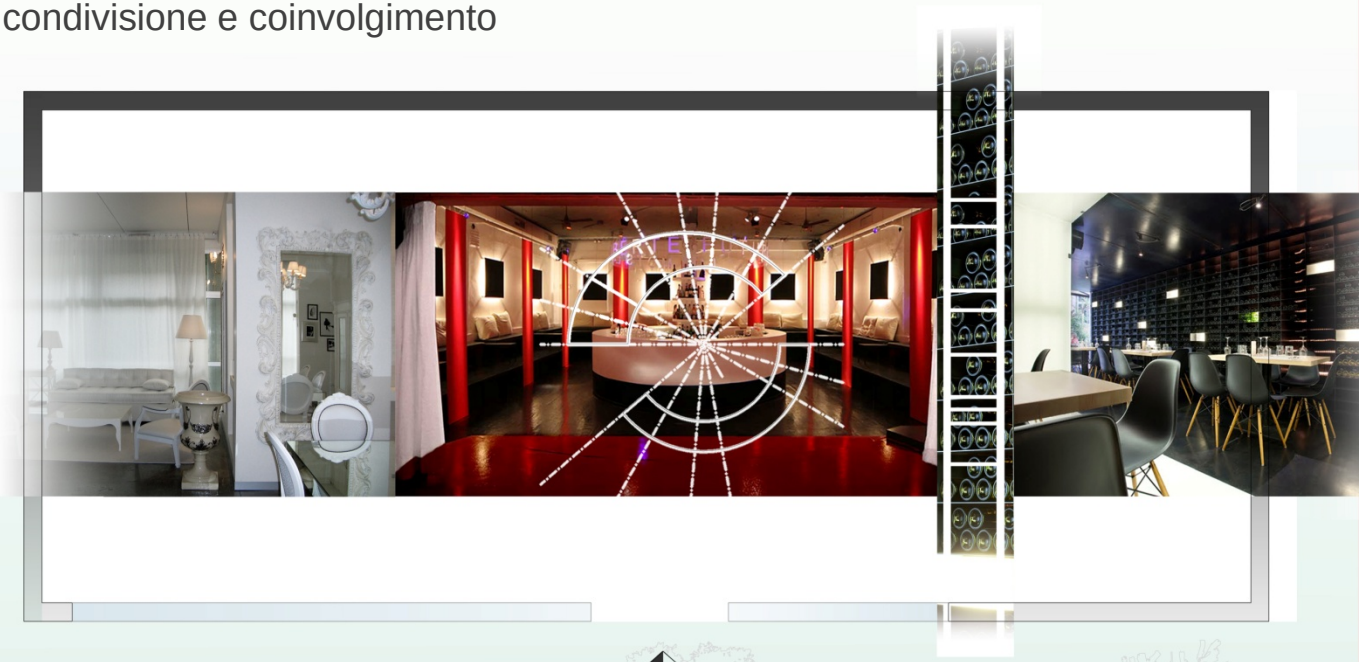
www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

FAVOLA per **LEVONI** nasce dall'idea di un **temporary shop** come spazio di degustazione, qualità, tradizione, ma anche momento di condivisione e coinvolgimento



La degustazione è il fulcro del temporary attorno al quale si sviluppa l'atmosfera del salotto

UN PROGETTO PER LEVONI FANNO BENE I SALUMI

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

lo spazio flessibile

UN PROGETTO PER LEVONI FANNO BENE I SALUMI

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

UN PROGETTO PER

LEVONI
FANNO BENE I SALUMI

www.polidesign.net

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

UN PROGETTO PER

LEVONI
FANNO BENE I SALUMI

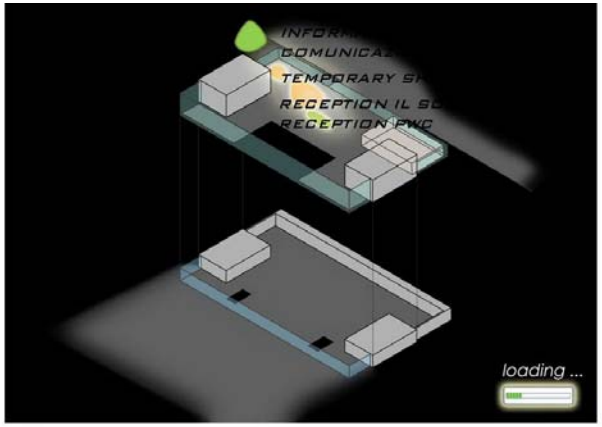
www.polidesign.net

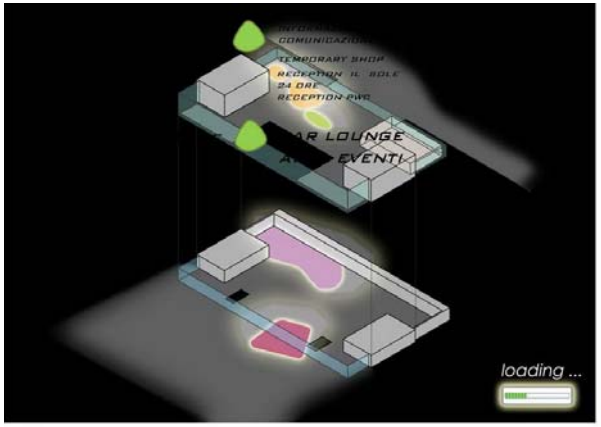
Come tu *MI* vuoi...

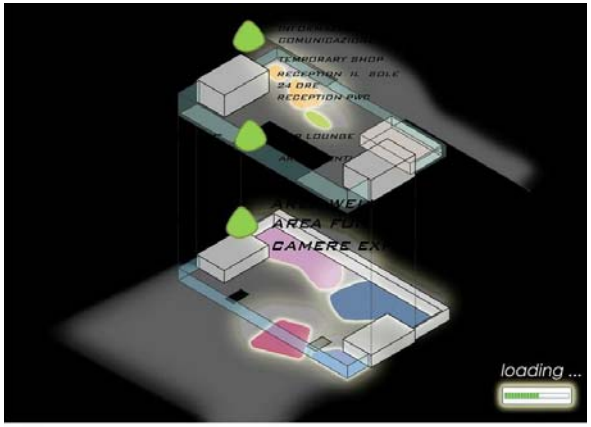
★★★★

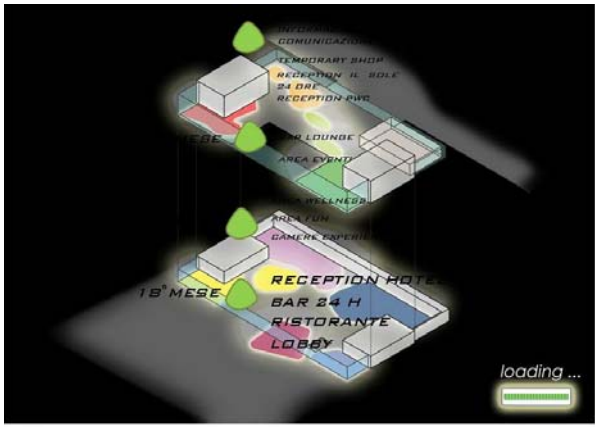
POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

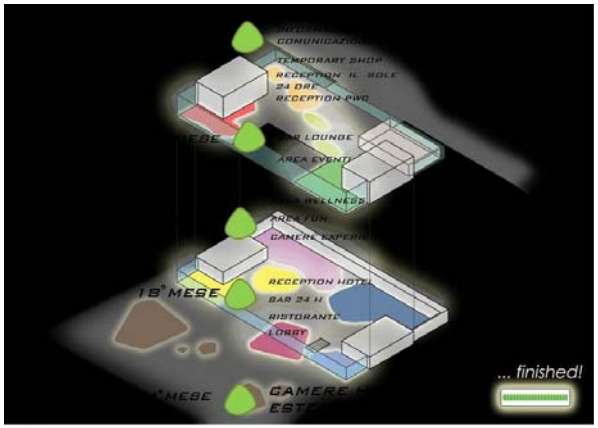
flexus











www.polidesign.net

flexus
flexus
INGRESSO_VISIONE

RISTORANTE

AREA WELLNESS

Anticipare le tendenze

Manager, aziende e progettisti non devono rimanere distanti dalla realtà. Un'osservazione sistematica a 360°, è il punto di partenza per definire strategie future.

Individuare le tendenze di marketing e consumo, utilizzando metodologie integrate e innovative.

Fine della concorrenza diretta e l'inizio della concorrenza totale.

Le sei grandi funzioni di consumo

- Tempo libero
- Vacanze
- Mobilità e comunicazioni
- Cura del sé e salute
- Abitazione
- Pasti in casa e fuori casa

(Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat)

Il consumatore

soggetto passivo

- pro-attivo
- aggiornato
- preparato
- esigente

Le tendenze consolidate

Oggi il consumatore guarda con più attenzione al benessere che allo status. Sono ormai più che una tendenza:

- alimentazione bio
- le scelte ambientali
- gli acquisti a km 0
- le cure senza medicine
- le cure termali e le spa
- le palestre
- le cosmesi maschili
- gli orti in città
- eco/riciclo/sostenibilità

Le nuove tendenze – guardare avanti

- rinnovare la realtà e condivisone
- condividere sensazioni e impressioni
- trarre il massimo grado di felicita` dalla comune esperienza del servizio
- richiesta di prodotti e servizi semplici ed efficaci
- soddisfare esigenze in maniera precisa e diretta, incisiva e soprattutto rapida
- disporre con facilità e tempestività dell'oggetto d'acquisto a qualunque ora del giorno e della notte

Il design assume connotati strategici quando:

- assume come “oggetto” del progetto un **sistema-prodotto**
- influenza il **vantaggio competitivo** dell’impresa (impresa *design driven*)
- contribuisce ad orientare la **strategia d’impresa** (posizionamento, missione, visione)

Focalizzazione degli obiettivi

“Il segreto per riuscire nella vita è prefiggersi un obiettivo.
E il passo essenziale per il suo conseguimento
è riuscire prima ad individuarlo.”

Ari Kiev

Focalizzazione degli obiettivi

- quali sono le esigenze del committente in ordine di priorità
- qual è l'idea che si vuole esprimere
- qual è l'investimento previsto

↓

- anticipare le esigenze
- conoscere il mercato: nuove tendenze per anticipare
  I bisogni ed i desideri del cliente

Le sfide

- **nuovi layout**
- cross channel
- intrattenimento
- co-marketing e alleanze fuori campo
- multicanalità
- brand Identity
- workshop e iniziative

Nuovi layout

Modificare il modo di pensare gli spazi, di progettarli, di arredarli e di organizzarli, anche in termini **di orari di apertura**, di flussi di pubblico, di proposte di stile di servizio.

Lo spazio, i materiali, gli arredi, la luce le tecnologie e l'offerta globale del TEMPORARY devono essere calibrate sapientemente ed essere in grado di generare sinestesie in un'esperienza multisensoriale e coinvolgente, capace di comunicare emozioni.

I materiali più utilizzati

- gres porcellanato a basso spessore
- pellicole adesive texturizzate
- laminato in pietra naturale
- cemento trasparente
- legno e acrilico
- compositi trasparenti
- polistirolo
- pvc
- resine
- lavorazioni laser

Le parole d'ordine per i materiali

- performanti
- emozionali
- flessibili
- personalizzabili
- eco sostenibili
- tecnologici
- removibili
- intelligenti
- leggeri
- innovativi

Le sfide

- nuovi layout
- **cross channel**
- intrattenimento
- co-marketing e alleanze fuori campo
- multicanalità
- brand Identity
- workshop e iniziative

Cross Channel

Strategie digitali integrate (apps, e-commerce, internet, tv digitale, smartphone, tablet…) che possono interagire con il punto vendita. Questo sistema modifica il rapporto tra il cliente finale e lo spazio, permettendo l'interazione con il punto vendita e i prodotti ancor prima di esserci entrato e durante la permeanza nello shop.

Il temporary diventa anche un media che informa

Le sfide

- nuovi layout
- cross channel
- **intrattenimento**
- co-marketing e alleanze fuori campo
- multicanalità
- brand Identity
- workshop e iniziative

Intrattenimento

Non solo acquisto, ma esperienza ed emozione

L'atto d'acquisto è inteso non solo come la soddisfazione di un'esigenza o di un bisogno, ma come esperienza di conoscenza e gratificazione, in senso più ampio e coinvolgente.

La parola *emozione* deriva da *muovere*. L'emozione smuove e fa muovere.

E' necessario emozionare i clienti

Il progetto è il campo dove trasferire le idee che definiscono questi concetti.

Le sfide

- nuovi layout
- cross channel
- intrattenimento
- **co-marketing e alleanze fuori campo**
- multicanalità
- brand Identity
- workshop e iniziative

Co-marketing e alleanze fuori campo

- Co-marketing: Alleanze con aziende legate al brand in termini di business e coerenza
- Alleanze fuori campo: Attività con target di riferimento comuni

Abbattimento dei costi di start up e/o aumento del flusso della comunicazione esterna.

Le sfide del temporary

- nuovi layout
- cross channel
- intrattenimento
- co-marketing e alleanze fuori campo
- **multicanalità**
- brand Identity
- workshop e iniziative

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

Le sfide del temporary

- nuovi layout
- cross channel
- intrattenimento
- co-marketing e alleanze fuori campo
- multicanalità
- **brand identity**
- workshop e iniziative

Multicanalità

Il singolo prodotto o servizio presentato con l'aggiunta di:

- altre merceologie o servizio
- altre indicazioni d'uso

nuove chance al nostro prodotto e aggiunto **VALORE** al brand

Brand identity

Deve essere obiettivo di coerenza e garanzia delle fasi iniziali di analisi e brief che devono essere sempre rispettate, riassunte ed espresse dal concept al lay-out, fino all'immagine coordinata.

Le sfide del temporary

- nuovi layout
- cross channel
- intrattenimento
- co-marketing e alleanze fuori campo
- multicanalità
- brand identity
- **workshop e iniziative**

Workshop e iniziative

E' fondamentale gestire efficacemente e «far vivere» costantemente il temporary

→ **aumentare la visibilità e le performances**

- teach
- inspire
- motivate
- share
- free
- entertain
- help
- discover

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

HIGHER EDUCATION COURSES

2014

Design for :

Temporary
Hotel & public spaces
Food retail
Wellness & SPA

Ispirarsi….

…ispirarsi….

…ispirarsi….

…ispirarsi….

…non scoraggiarsi….

…non scoraggiarsi….

…non scoraggiarsi….

...MAI !!

POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

FEED
YOUR
CREATIVITY

POLI.DESIGN
CONSORZIO
DEL POLITECNICO
DI MILANO

Gianpietro Sacchi
g.sacchi@polidesign.net

www.polidesign.net