

vetrina

RIVISTA TRIMESTRALE PER L'IMMAGINE DEL PUNTO VENDITA

N. 2 - ANNO XXXV - 1982 TRIMESTRALE - L. 5000 SPED. IN A.P. GR. IV/70 - ISSN: 0391-5840 - Taxe perçue



**RINNOVARE
L'IMMAGINE
DEL NEGOZIO**

**Strutture
vetrine
merchandising**

Star 82



Foto grande:
la zona vendita; la coreografia
della merce esposta e con un gioco
di quinte, luci e colori ne valorizza
l'immagine necessariamente elegante,
senza ostentazione.

NUOVA IMMAGINE PER UN'ANTICA OREFICERIA



Era quasi una istituzione: a
come l'Oreficeria Benzoni era
da sempre là, in via Milano
all'87. La scelta di trasferirsi
nel centro storico non fu fa-
cile ma alla fine, con quello
sfratto di mezzo, ci si dovette
pur decidere. Il trasloco fu un
avvenimento: c'erano tutti i
vecchi vicini di casa e i clien-
ti più affezionati per vedere
tirar fuori a fatica da una im-
presa specializzata quella gi-
gantesca cassaforte dalla pel-
le scura e ruvida.

Per quasi un secolo era rima-
sta là dentro, così alta che
toccava il soffitto, immobile
come se anche lei contribuissi
a tener su quella vecchia
casa fuori porta. Ora, che è

Di fianco: il negozio oreficeria Benzoni
di via Adamo del Pero, realizzazione
degli architetti Geroldi e Montagna.

comodamente sistemata nel nuovo negozio tra mobili rilucenti, la sua pelle sembra ancora più ruvida: ma è bella. In questo centro antico di Como, forse troppo stravolto nei suoi caratteri originali, dove tra negozi di scarpe arcobaleno e borsette dorate è rimasto, della vecchia guardia, soltanto il vecchio droghiere solidale con il macellaio di fronte, il nuovo negozio ha cercato di inserirsi, con un occhio al passato, come « bottega di famiglia » mantenendo la formula che ne aveva decretato il successo. Infatti, a differenza della quasi totalità dei nuovi negozi moquetati fino al soffitto o raddoppiati nei loro spazi con sapienti giochi di specchi, questo intervento ha voluto riportare alla dimensione originale lo spazio architettonico: sono stati riaperti gli archi che mettono in comunicazione i due locali, si è posato un pavimento d'ardesia, il materiale che più da vicino ricorda l'antica pietra del posto, si sono riportati in luce i soffitti di legno. Poi, una volta restaurata l'architettura, si è pensato al sistema espositivo. E lo si è pensato con dei mobili: « mobili » nel senso vero della parola, addirittura su ruote per permettere un loro facile spostamento ed una composizione variabile.

Nessun arredo è fisso: la soluzione attuale è quella ottimale, ma gli elementi a colonna possono essere facilmente spostati su altre pareti o lasciati a gruppi al centro del locale.

Il progetto è degli architetti Geroldi e Montagna di Milano. I mobili, su disegno degli stessi sono stati eseguiti da Giuseppe e Lino Montorfano, artigiani in Cantù.

Il sistema di illuminazione utilizza quasi esclusivamente una componente della lampada Daphne della Lumina. Degli stessi architetti è lo studio dell'immagine pubblicitaria caratterizzata da una figura femminile, riproposta ingigantita sul vetro della porta di ingresso, che ricorda nelle linee certi vecchi manichini degli anni trenta.

Le foto sono di Leo Torri.



Sopra: l'ingresso su via Adamo del Pero: l'immagine smerigliata su vetro è il simbolo grafico di tutto il materiale pubblicitario e promozionale del negozio.

Sotto: particolare dei mobili laccati al poliestere: un banco di vendita, visto dal lato attrezzato, unisce all'estrema

funzionalità dei comparti un vivace accostamento dei colori che caratterizzano tutto il negozio. Il nero è ancora una volta protagonista insieme ai gioielli ma non è il nero assoluto, quello classico delle vetrine in velluto, ma un nero demitizzato e vitalizzato dal giallo, il rosso e l'azzurro.

