

Crediti

A cura di

Giuseppina Scavuzzo

Redazione grafica e testi

Giuseppina Scavuzzo

Anna Dordolin

Mattia Marzaro

Fotografie

Anna Dordolin

Alessio Marzolino

Martina Micalizzi

Con il contributo di



Qubik caffè

Anno prima edizione

Aprile 2016

© copyright Edizioni Università di Trieste, Trieste 2016.

Proprietà letteraria riservata.

I diritti di traduzione, memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento totale e parziale di questa pubblicazione, con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm, le fotocopie e altro) sono riservati per tutti i paesi.

ISBN 978-88-8303-735-1 (print)

ISBN 978-88-8303-736-8 (online)

EUT Edizioni Università di Trieste

via Weiss 21 – 34128 Trieste

<http://eut.units.it>

<https://www.facebook.com/EUTEdizioniUniversitaTrieste>

Uno spazio del caffè

Indice

- p. 6 **1 Presentazione**
Diego Vidiz e Filippo Vidiz
- p. 10 **2 Premessa**
Giuseppina Scavuzzo
- p. 16 **3 Il caffè: interno urbano con figure**
Giuseppina Scavuzzo
- p. 32 **4 Progetto e identità. L'ingerenza dell'immateriale nel corpo**
Embaixada Arquitectura
- p. 40 **5 La scena di luce, un valore per il progetto rivolto al caffè**
Alberto Pasetti Bombardella
- p. 50 **6 Caffè e memoria. Due locali Goriziani**
Claudio Meninno e Luigi Di Dato - DD&M Architetti
- p. 60 **7 Luogo e identità. Un bacaro a Venezia**
Mattia Marzaro e Fabrizio Marcenta - UvaArchitettura
- p. 70 **8 Dieci progetti**
Esiti del Workshop Caffetteria/Concept bar per Qubik Caffè

1

Presentazione

Presentazione

Diego e Filippo Vidiz*

8

* Diego Vidiz è *Chief blend designer* di Qubik Caffè. Filippo Vidiz si occupa di marketing.

Qubik Caffè è sempre stato definito da molti un marchio innovativo che andava ben oltre al semplice prodotto caffè, una delle bevande più consumate e amate al mondo. Riteniamo che lo abbia dimostrato ancora una volta, aprendo la strada a numerose aziende del settore *Food & Beverage* per creare sinergie con altre aree e discipline, quali l'architettura.

Avevamo piacere di raccontarvi brevemente un aneddoto su come sia nato un progetto così alternativo. La creazione di un concept bar del *brand* era in programma da tempo, vista la grande risonanza che accompagna il marchio soprattutto all'estero. Un pomeriggio, facendo ritorno verso casa, una normale conversazione padre-figlio sugli sviluppi di tale proposito si è trasformata in intenzione. Siccome abbiamo già avuto modo di collaborare con una studentessa di Scienze della Comunicazione, ci siamo domandati perché non appoggiarci anche ai ragazzi del Corso di Studi in Architettura dell'Università di Trieste. Ed è stato il supporto propositivo delle docenti Marin prima, e Scavuzzo poi, che ha fatto tramutare la nostra idea nella realtà di questa entusiasmante iniziativa.

Per concludere crediamo che cooperare con le entità locali sia fondamentale per rendere il territorio in cui viviamo ricco di idee fresche e brillanti, specie utilizzando come risorsa il giovane capitale umano degli studenti dell'Università di Trieste, e siamo sicuri che questo progetto sia solo l'inizio di una lunga serie.

I will not
make
any more
boring
coffee.

2

Premessa

Premessa

Giuseppina Scavuzzo*

In questa pubblicazione abbiamo voluto raccogliere i progetti degli studenti realizzati durante il workshop sulla caffetteria per il brand Qubik Caffè, accompagnandoli con alcuni testi sulle questioni sollevate dal tema proposto.

I workshop integrati di progettazione sono esperienze progettuali brevi, in questo caso di una settimana, che il corso di Laurea in Architettura prevede per gli studenti di ciascun anno come arricchimento dell'offerta formativa.

La brevità genera condizioni che differenziano i workshop dai normali corsi semestrali o annuali: concentrazione della fase istruttoria, rapida individuazione delle migliori strategie per dare risposta al programma, confronto con docenti di scuole diverse, nel nostro caso Nuno Bernardo Griff e Paulo Albuquerque Goinhas, dello studio *Embaixada Arquitectura* di Lisbona¹.

Il tema progettuale dei workshop intensivi ha sempre carattere interdisciplinare, coinvolgendo più materie, in questo caso la composizione architettonica, l'architettura degli interni e l'allestimento, il *lighting design*. Trattandosi di discipline che, a eccezione della composizione architettonica, trovano spazi limitati nella fitta offerta didattica del corso di studi, si è voluta ampliare l'offerta e integrare le competenze degli studenti coinvolti con alcuni seminari su aspetti specifici che hanno preceduto il workshop. Due seminari hanno esplorato il rapporto tra aspetti commerciali e spazio dal punto di vista delle esigenze funzionali e estetiche della caffetteria come luogo di somministrazione di cibi e bevande, luogo di esperienze del gusto e luogo socializzazione. Gli incontri sono stati occasione di confronto tra architetti progettisti di caffè e quanti per la caffetteria

12

note

1 - Il workshop si è svolto quindi in inglese.

Questo motiva i titoli dei progetti degli studenti, tutti in lingua inglese.

immagini


Locandine dei seminari e del workshop.
Grafica G. Scavuzzo

* Giuseppina Scavuzzo, architetto PhD, ricercatrice universitaria in Composizione architettonica, coordina il Laboratorio di Progettazione architettonica 3 nel Corso di Laurea in Architettura dell'Università di Trieste e insegna Architettura degli Interni e Composizione architettonica 3.

Università degli Studi di Trieste | sede Gorizia
Consiglio di Laurea in Architettura

Workshop **Caffetteria / Concept bar**
sul brand **Qubik caffè**

Seminario
Continuità e trasformazione del "luogo" caffè



WSQ

20 novembre 2015
ore 10-13 aula 404

Introduce: **Giuseppino Scavuzza**
presentano i loro progetti:
Fabrizio Marcento, Mattia Marzaro
UVA, Architettura
Luigi Di Dato, Claudio Meninno
Di Dato & Meninno Architetti, Associati

Deposizione in pannello caffè offerta di **Qubik caffè**

Università degli Studi di Trieste | sede Gorizia
Consiglio di Laurea in Architettura

Workshop **Caffetteria / Concept bar**
sul brand **Qubik caffè**

Seminario
Fondamenti di lighting design applicati al retail



WSQ

27 novembre 2015
ore 10-13 aula 404

Alberto Pasetti
Pasetti Lighting Design, Treviso

Deposizione in pannello caffè offerta di **Qubik caffè**

Università degli Studi di Trieste | sede Gorizia
Consiglio di Laurea in Architettura

Workshop **Caffetteria / Concept bar**
sul brand **Qubik caffè**

Seminario
Fondamenti di lighting design applicati alla ristorazione



WSQ

4 dicembre 2015
ore 10-13 aula 404

Alberto Pasetti
Pasetti Lighting Design, Treviso

Deposizione in pannello caffè offerta di **Qubik caffè**

Università degli Studi di Trieste | sede Gorizia
Consiglio di Laurea in Architettura

Workshop **Caffetteria / Concept bar**
sul brand **Qubik caffè**

Seminario
Il "prodotto" caffè e gli aspetti commerciali e funzionali del "luogo" caffè



WSQ

18 dicembre 2015
ore 10-13 aula 404

Introduce
Filippo Vidiz Community Manager Qubik Caffè
Intervengono
Diego Vidiz Chief Blend Designer Qubik Caffè
Blaž Bojčič Design Manager di Fischer Sports | Creative Director Qubik Caffè
Alberto Polajac Titolare di Imperator | Sensory Coach Qubik Caffè
Roberto Celic Barista professionista | Specialista Caffetteria Qubik Caffè

Deposizione in pannello caffè offerta di **Qubik caffè**

Università degli Studi di Trieste | sede Gorizia
Consiglio di Laurea in Architettura

Workshop **Caffetteria / Concept bar**
sul brand **Qubik caffè**

25 > 29 gennaio 2016




WSQ

Apertura WS aula 404
25.01.16 ore 10.30
svolgimento WS aula 401
ore 9.00 > 19.00
disponibilità aula fino alle 23.00

Docenti esterni
Nuno Bernardo Griff
Paula Albuquerque Gaihnas
Embaixada Arquitectura, Lisboa

Grazie al sostegno di **Qubik caffè**

LO SPAZIO DEL CAFFÈ
tra interior design
e brand identity



/ Caffè
/ Space
/ Identity

note

2 - Anche se la richiesta era di elaborare dei *concept*, gli studenti hanno lavorato a partire da due aree di progetto precise, due locali siti a Venezia, una ex macelleria in Campo della Bragora e un locale in disuso in Campo Santa Margherita. .
 Gli esiti sono raccolti nell'ultimo capitolo, Dieci progetti.

Immagini

Schizzi e modelli di studio realizzati durante il workshop

lavorano, da chi seleziona e importa il caffè a chi lo lavora e commercializza, a chi costruisce l'immagine del prodotto, fino a chi lo prepara e lo serve vivendo la caffetteria come luogo di lavoro. Due seminari, dedicati al tema dell'illuminazione degli spazi commerciali e del *food retail* sono stati tenuti da Alberto Pasetti, dello Studio Pasetti Lighting Design.

Ne è risultata un'esperienza ricca e complessa che ha offerto a tutti, non solo agli studenti, ma anche a docenti e ospiti, l'occasione per fare una riflessione più ampia, che qui abbiamo cercato di raccontare, sulla relazione tra il progetto di un interno e la sue potenzialità di esprimere un'identità.

La richiesta dell'azienda promotrice, Qubik Caffè, era di alcune proposte di *concept*, dunque idee più che progetti pienamente definiti, per un *flagship* bar sul loro *brand*, che ne rispecchiasse il carattere "curioso" e "social", cioè, fuori dal linguaggio del marketing, uno spazio che si connotasse come luogo di incontro aperto a modi di stare e vivere il *coffee bar* nuovi, inediti, diversi dal consueto².

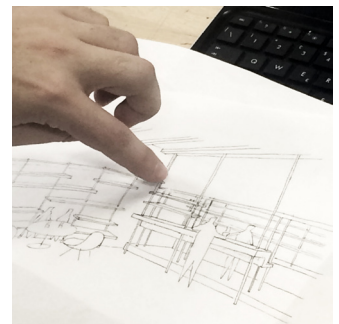
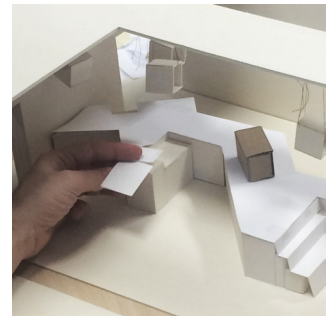
Il tema è quello di raccontare l'identità di un *brand*, di come l'architettura si dia strumenti per partecipare al mercato, di cui è parte essendo, più di altre forme di elaborazione estetica, legata a vincoli economici e commerciali per la sua realizzazione.

Ma se abbiamo ritenuto l'esercizio proposto da Qubik Caffè utile e stimolante per la scuola, pensando di trarne questa piccola pubblicazione, non è solo per gli aspetti, sicuramente importanti, di confronto con il territorio produttivo e con il mondo concreto del lavoro. Certamente lavorare per un committente reale, in grado di descrivere precise esigenze funzionali ma anche culturali e estetiche, è

un'occasione non comune e preziosa. Ma il compito dell'Università non è solo quello della formazione alla professione, o dovrebbe esserlo nel suo senso più alto: insegnare a "professare" una disciplina, consci delle responsabilità e del senso critico che questo "professare" comporta nei confronti della comunità e della disciplina stessa anche, o soprattutto, quando si progetta quel luogo speciale, come vedremo, che è il caffè.

Per questo un ringraziamento va a Diego e Filippo Vidiz, che non solo hanno creduto nel circolo virtuoso che può innescarsi tra Università e impresa, ma lo hanno fatto portando, in questa piccola esperienza, lo spirito illuminato della migliore tradizione imprenditoriale italiana, che in passato ha guardato all'architettura come a una disciplina capace di elaborare visioni e non solo, come spesso accade oggi, di fornire involucri "griffati".

L'architettura oggi avrebbe molto bisogno di simili aperture di credito e occasioni per dimostrare di meritarsele. Rispetto a questa posta in gioco, quello raccontato qui è solo un piccolo esperimento ma la scuola è un buon posto per piantare semi, che siano anche quelli del caffè che Qubik ha portato in aula.



3

**Il caffè:
interno urbano
con figure**

Il caffè: interno urbano con figure

Giuseppina Scavuzzo

Il caffè è un luogo pubblico che ha la peculiarità di esprimersi prevalentemente attraverso un'architettura di interni. A differenza di teatri, cinema, banche o altro, difficilmente ha prodotto un'architettura autonoma ma si è sempre insinuato nel tessuto della città animandone i piani terra.

Questo lo accomuna ad altre attività commerciali, come i negozi, ma in questi si entra per comprare, si rimane per il tempo dell'acquisto o al massimo per provare qualcosa, e raramente ci si siede, nel caffè si può sostare a lungo. A differenza di quanto accade nei ristoranti, il momento in cui ci si reca al caffè non è così strettamente legato a orari stabiliti, come quelli dei pasti, e anche il tempo di permanenza è più libero, da quello breve del caffè in piedi a lunghe pause da trascorrere chiacchierando, leggendo il giornale o connettendosi alla rete *wi-fi*.

Essendo un luogo radicato nel tessuto cittadino, trae le sue caratteristiche dalla scena urbana in cui si colloca e, a sua volta, contribuisce a costruirla: è un teatro singolare in cui gli avventori, dalle vetrine o dai tavolini all'aperto, sono spettatori del via vai della città e, al tempo stesso, attori in scena per chi passa.

Il luogo del caffè sfida l'aspirazione alla durata che, almeno in passato, ha caratterizzato l'architettura. La sua organizzazione spaziale, la dotazione tecnica e di servizi, ma soprattutto la sua immagine sono in rapida e continua modificazione per seguire la mutazione di costumi e lo spirito del tempo.

Anche in questo caso l'influenza non è unidirezionale: il legame con la vita culturale è talmente stretto da rendere, a sua volta, il caffè un elemento essenziale per la sua definizione.

18

Immagini

1 - Voltaire e Diderot all'interno del *Café Le Procope*
2 - Edward Hopper, *Nighthawks*, 1942



2



note

1 - G. Steiner, *Una certa idea di Europa*, Garzanti, Milano 2006.

2 - *Ibid.*

Il libro *Una certa idea di Europa*, di George Steiner, si apre con la descrizione del caffè come di uno di quegli elementi che racchiudono l'Europa come idea e che ci consentono di riconoscerci come appartenenti a una cultura, quella europea appunto, per il resto non così facilmente sintetizzabile: «L'Europa è i suoi caffè. [...] Basta disegnare una mappa dei caffè, ed ecco gli indicatori essenziali dell'idea di Europa. [...] Il caffè è il luogo degli appuntamenti e delle cospirazioni, del dibattito intellettuale e del pettegolezzo. Lo frequentano il flâneur, il poeta, il metafisico con il suo taccuino. È aperto a tutti, e al tempo stesso è un club. [...] Frequentarlo implica già una scelta programmatica. [...] Nella Milano di Stendhal, nella Venezia di Casanova, nella Parigi di Baudelaire, il caffè ospitava quella che poteva essere l'opposizione politica, il liberalismo clandestino. Nella Vienna imperial-regia, e ancora tra le due guerre, i tre principali caffè costituivano l'agorà, l'arena dell'eloquenza e del dibattito: lì si affrontavano le diverse scuole dell'estetica e dell'economia politica, della psicoanalisi e della filosofia. Chi voleva incontrare Freud o Karl Kraus, Musil o Carnap, sapeva esattamente in quale caffè doveva andare»¹.

La vita culturale del continente, dunque, è passata per secoli in questi locali, in cui si scrivono versi, si filosofeggia, si pratica la conversazione civile e si gettano le basi delle grandi imprese culturali, artistiche e politiche dell'Occidente: «L'ultimo incontro tra Danton e Robespierre ha avuto luogo al caffè Procope. Quando si spensero le luci sull'Europa, nell'agosto del 1914, Jaurès venne assassinato in un caffè. Ed è stato in un caffè di Ginevra che Lenin ha scritto il suo trattato sull'empirico-criticismo e giocato a scacchi con Trockij»².

In modo diverso, i bar americani, fumosi e con le luci soffuse, pulsanti al ritmo della musica ad alto volume, rappresentano la cultura degli Stati Uniti: «In America nessuno scrive tomi di fenomenologia seduto al tavolino di un bar»³. A questi altri locali è legato il jazz e tutto un diverso immaginario letterario, cinematografico e pittorico (pensiamo a Francis Scott Fitzgerald, Humphrey Bogart, Edward Hopper). Possiamo dire che il caffè nelle sue diverse declinazioni, connoti in modo più ampio la cultura occidentale.

Se poi si ripercorre la storia del caffè come prodotto emergono anche i “legami debitori” tra Europa e gli altri continenti, Africa e Asia. Dall’Africa arriva la pianta del caffè e il suo stesso nome, se è corretta l’ipotesi che lo fa derivare dalla regione di Caffa, nell’Etiopia sud-occidentale, dove la pianta era diffusa allo stato spontaneo. Mentre in Oriente nasce il luogo di consumo del caffè come bevanda, nei primi caffè sorti in Turchia nel XVII secolo. Da lì il caffè arriva in Europa, prima a Venezia per poi diffondersi in tutto il continente. Da allora l’architettura comincia la sua ricerca sul “luogo” caffè ed è da allora che costruire un’identità per questo luogo significa definire un’idea di vita della città, delle sue componenti sociali e delle loro aspirazioni.

Il caffè settecentesco, con i suoi specchi e stucchi, rappresenta una prosecuzione della dimora nobiliare, come si trattasse di un palco a teatro, aperto su Piazza San Marco dal caffè Florian.

I caffè sono anche la trasposizione delle sale dei circoli, che si installano nel cuore della città per incidere sul suo destino, uscendo dall’astrazione delle conversazioni.

note

3 - *Ibid.*

Immagini

3 - Giovanni Boldini, *Conversazione al caffè*, 1879 ca

note

4 - L. Basso Peressut, R. Dorigati Ginelli, *L'architettura del Caffè*, Abitare Segesta, Milano 1994.

Dal circolo il caffè deriva l'articolazione per aree funzionali: locali più grandi per tutti e salette riservate per le contrattazioni, il gioco, le riunioni e, in seguito, la lettura dei giornali.

A differenza dei salotti aristocratici e dei circoli, la frequentazione del caffè non è vincolata dall'esclusività ma si apre alla casualità degli incontri, al pari di piazze e di strade, offrendo la possibilità di emulare lo stile di vita delle classi più signorili: nel caffè tutti possono provare il piacere di vivere, per un momento, la condizione di un aristocratico servito da un maggiordomo.

L'essere il caffè luogo di passaggio tra privatezza e socialità, in bilico tra domesticità e urbanità, determinerà la composita ascendenza della sua architettura di interno: il confort è quello di un salotto mentre l'apparato decorativo rinvia alla spettacolarità teatrale, seguendo, proprio come una scenografia, un tema specifico (arcadia, oriente, antichità)⁴.

Luogo di somministrazione di cibi e bevande, ma anche luogo di lavoro, deve evolversi seguendo un principio di funzionalità ed efficienza, come avverrà per l'ambiente domestico della cucina. Divenendo punto di informazione, grazie alla lettura dei giornali, e luogo di contrattazioni e di affari, assumerà spesso i caratteri sobri e asciutti dello studio privato.

Nella compenetrazione tra strada e abitazione che si compie nella Parigi dell'800 e poi nelle altre capitali europee, il caffè raggiunge l'apice della sua funzione di luogo di aggregazione culturale: nascono i caffè letterari, i caffè concerto e i caffè giardino.

Scrive Walter Benjamin che le strade sono la dimora della nuova collettività come del *flâneur*, il pensatore che vive passeggiando.



note

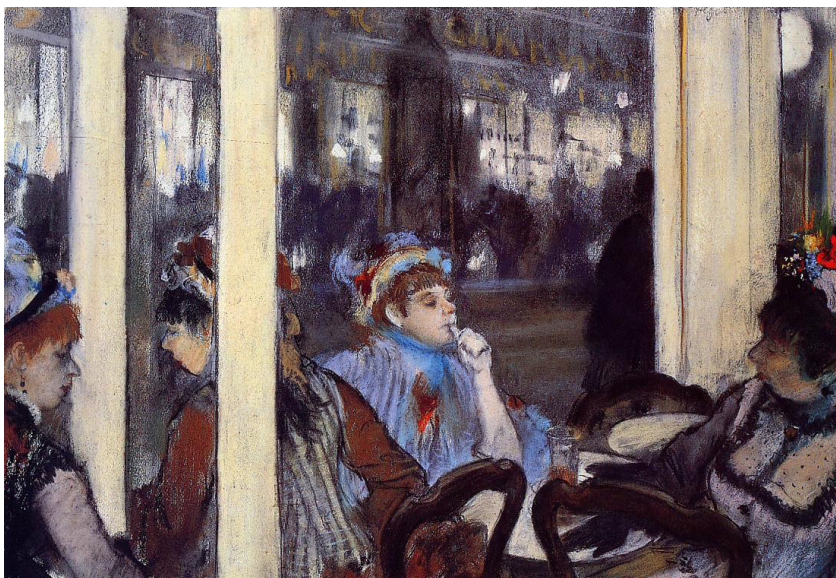
5 - W. Benjamin, *I passages di Parigi*, Einaudi, Torino 2002.

do per la città: «La collettività è un essere perennemente desto, perennemente in movimento [...] Per tale collettività le splendenti insegne smaltate delle ditte rappresentano un ornamento delle proprie pareti pari o forse superiore al dipinto a olio del salotto borghese, [...] le edicole le sue biblioteche, le panchine la mobilia della camera da letto e la terrazza del caffè la veranda, da cui sorveglia la vita della sua casa»⁵.

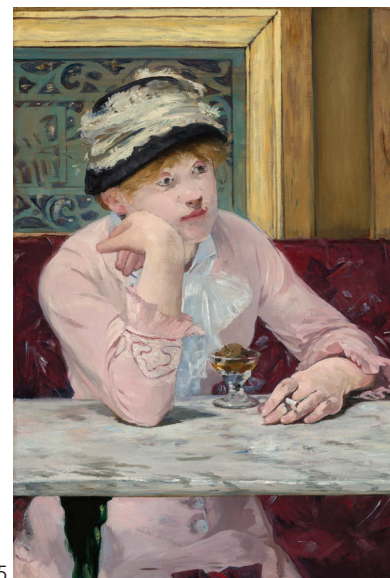
I pittori impressionisti colgono la nuova estetica urbana, il fluire della folla davanti e dentro i caffè, luogo ideale da cui cogliere le impressioni fuggevoli e labili della vita cittadina.

Il caffè non è solo punto di osservazione, ma è parte degli oggetti che caratterizzano l'effimero urbano. Proprietari e progettisti decidono sull'organizzazione degli spazi e sull'apparato decorativo e funzionale nella consapevolezza della breve durata di vita del locale che non è fisica o funzionale ma legata ai mutamenti di gusto, al desiderio di tenere viva l'attenzione del pubblico.

Questo rende il caffè campo eccellente di sperimentazioni progettuali. Adolf Loos lo utilizza per dimostrare un modo razionale di organizzare lo spazio e di esprimere le autentiche qualità dei materiali, rifiutando gli stili storici e l'uso improprio dell'ornamento. Riesce così a conferire ai suoi caffè, grandi o piccoli come il Kartner Bar, una straordinaria teatralità improntata a uno spirito completamente nuovo. Anche le Avanguardie del Novecento manipolano con grande libertà le potenzialità dell'effimero di una vetrina urbana che, esibendo ai passanti la sua internità, incarna e amplifica i nuovi manifesti stilistici.



4



5

6



Immagini

4 - Edgar Degas, *Femmes à la*

terrasse d'un café le soir, 1877

5 - Édouard Manet, *La Prune*,
1877

6 - Édouard Manet, *Le café*,

1880

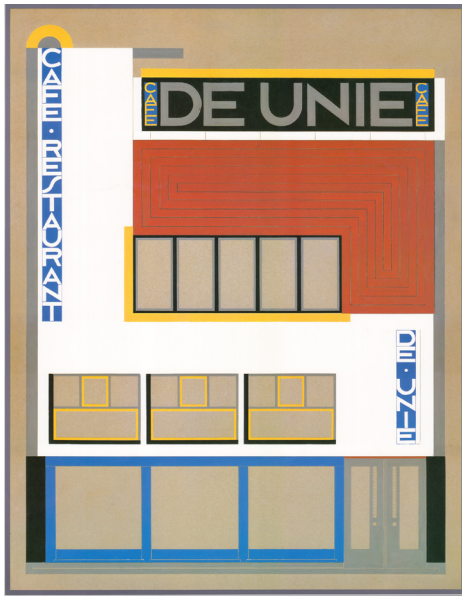
Così il caffè Aubette di Strasburgo è un'opera totale del Neoplasticismo, dominata dal reticolato diagonale di colori primari come un quadro di Theo Van Doesburg o di Piet Mondrian. Se qui le campiture di colori poste all'interno contrastano con il ritmo delle aperture della scatola muraria preesistente, in altri casi i nuovi principi compositivi si estendono alla facciata che assume valenza di segno urbano, come nel Café de Unie, realizzato da J.J.P. Oud a Rotterdam nel 1925.

Il Razionalismo disegna caffè in cui i materiali tradizionali lasciano il posto ai nuovi più efficienti nel garantire igiene e funzionalità: il legno curvato delle sedute Tonet è sostituito dal tubo di metallo di sedie che diventano impilabili. Ne deriva un nuovo gusto in cui le bordature metalliche, nichelate, lucide, spiccano su fondi nero lucido e l'impiantistica della "macchina" caffè diventa parte della decorazione.

Così mentre alla sua nascita il caffè è debitore del salotto aristocratico per confortevolezza e decorazione, poi accadrà l'inverso: la ricerca sperimentata nei caffè influenzerà gli spazi domestici, nei materiali, nell'illuminazione, negli arredi.

Non è molto nota la storia del *Café Samt & Seide* (Velluto e Seta) disegnato da Mies van der Rohe e Lilly Reich, che con le sue pareti curve in tessuto anticipa le architetture più celebri del suo autore, come casa Tugendhat.

Negli anni '20 compare un nuovo formato, che rompe la staticità tradizionale della caffetteria con i suoi tempi rilassati e oziosi: è il bar, icona della vita frenetica dei tempi moderni. Un esempio emblematico è il bar *automatique* Presto a Parigi.

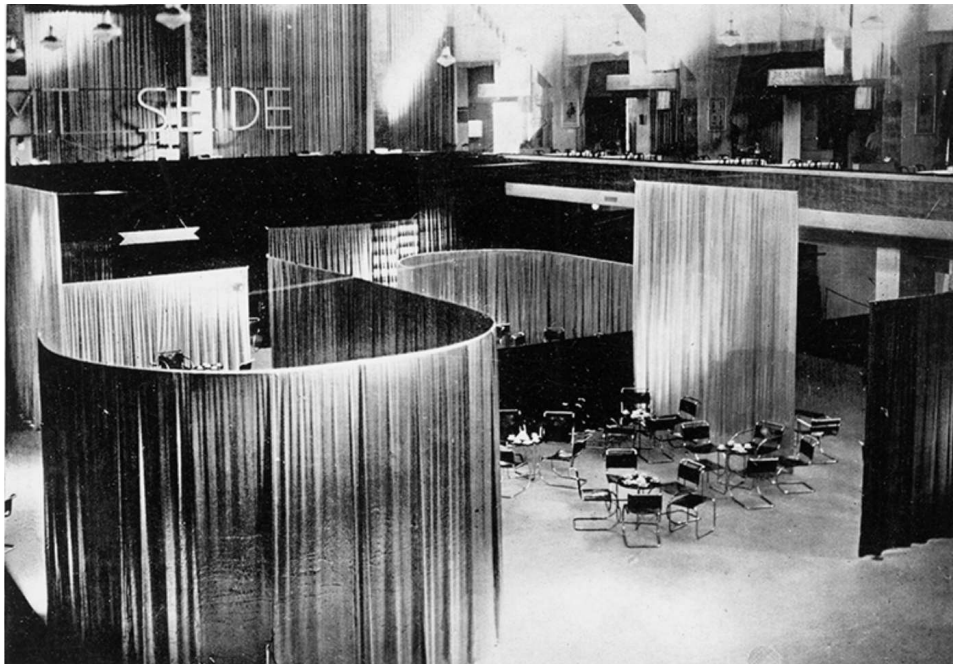


7



8

9



Immagini

- 7 - J.J.P. Oud, *Café de Unie*, disegno della facciata, 1925
 8 - Otto Bauer, *Bar Presto*, 1936
 9 - Mies van der Rohe e Lilly Reich, *Café Samt & Seide*, 1927

Le dimensioni del bar sono inferiori a quelle del caffè perché si consuma velocemente al banco, seduti su sgabelli alti o addirittura in piedi, un'offerta ampliata a prodotti come liquori e bevande varie. A centro della scena di questo nuovo interno non è più il tavolino a cui siede il cliente, servito e a sua volta spettatore, ma il bancone, la "sbarra" dal cui termine inglese deriva il nome bar. Protagonista è la sua splendente apparecchiatura tecnologica, inno al progresso, e il barman, prima solo "macchinista" poi sempre più interlocutore e figura chiave per la fidelizzazione dei clienti.

Il bar porta al massimo l'idea di scenografia in rapida mutazione, declinata nella grande varietà di tipologie che si moltiplicano ancora oggi: dal locale per la pausa caffè dall'ufficio a quelli associati all'intrattenimento, differenziati a loro volta in base a gusti e estrazione della clientela e all'area urbana, dai cocktail bar, wine bar, disco bar, internet caffè ai bar dello sport, luogo di aggregazione dei quartieri più popolari.

Oggi la tendenza allo *slow food* e l'accresciuto senso critico dei consumatori, attenti a qualità e origine dei prodotti, spingono il caffè a tornare verso un modello *slow* o almeno ad affiancare questa possibilità a quella della consumazione *fast*.

Bar e caffè, interni in costante bilico tra domesticità e urbanità, come abbiamo visto, affacciati sulla strada in simbiosi con i suoi caratteri, oggi si offrono come luogo cruciale del rapporto tra globale e locale. La globalizzazione tende a uniformare l'offerta commerciale, le strade delle grandi città sono rese tutte uguali dalle stesse catene di negozi. Qui il caffè, divenuto brand, può avere un ruolo rassicurante - ci si sente a casa ovunque si trovi uno Starbucks - ma



10

Immagini

10 - Il Café des Deux Moulins
11 - Un episodio della serie tv
Friends ambientata al Central
Perk Café



11

note

6 - S. Zukin, P. Kasinitz, X. Chen, *Global Cities, Local Streets: Everyday Diversity from New York to Shanghai*, Routledge, 2015.

emerge anche il bisogno di elementi che rappresentino l'identità locale.

Lo studio di sociologia urbana *Global cities, local streets*⁶ segnala il caffè come il luogo più rappresentativo di questa ricerca di equilibrio dell'uomo contemporaneo, cosmopolita ma in cerca di luoghi identitari e "autenticamente locali" in cui fare esperienza di modi di vita che si immaginano diversi dai propri.

Al pari dei locali descritti nei quadri impressionisti o nei romanzi del '900, i caffè rappresentati oggi nei film o delle serie tv condensano questa idea di scenografia in cui va in scena la vita quotidiana e di luogo in cui si cerca un'identità, a volte anche immaginata, promessa, come quella di un brand.

La serie *Friends*, negli anni '90, raccontava la vita dei giovani new-yorkesi che nel caffè hanno quasi la loro vera casa, il loro soggiorno, dato che metà delle scene della sit com si svolgeva al Central Perk, un locale inventato e costruito sul set, poi realizzato davvero.

Il bisogno di elementi in cui riconoscersi caratterizza i nuovi caffè *slow*: come nel Central Perk gli arredi sono di recupero, diversi tra loro come in una casa in cui si accumulano nel tempo, e i divani sono comodi per soste lunghe. Un tema è il *vintage*, che è un po' nostalgia, calore, l'opposto del minimal, più indicato per le soste brevi.

Anche il nuovo Bar Luce progettato dallo studio OMA per Fondazione Prada a Milano, rinuncia al minimalismo tipico delle caffetterie dei musei e accoglie un carattere retrò, caldo e perfino zuccheroso, che ricorda il *Café Des deux moulins*, un vero caffè parigino scelto come set del film *Il favoloso mondo di Amélie*.

Il caffè continua a offrire all'architettura di interni l'occasione di lavorare sulla narrazione di stili di vita oggi sempre meno stabilmente definiti, fluidi non più solo tra domestico e urbano ma tra globale e locale.

Lo spazio del caffè è il luogo di un piacere effimero ma con una lunga storia nella cultura urbana, qui sono nati sistemi filosofici, esperimenti formali, rivoluzioni ideologiche ed estetiche.

Forse, quando si progetta un caffè, bisognerebbe pensare che la sua qualità può rendere più gradevoli cinque minuti della giornata di qualcuno, far guadagnare più soldi al proprietario, ma, chissà, anche offrire la scena propizia, funzionale, confortevole, e comunque significativa, per la nascita di nuove forme d'arte, di pensiero, di rivoluzione.

4

Progetto e identità.
L'ingerenza
dell'immateriale
nel corpo

Progetto e identità.

L'ingerenza dell'immateriale nel corpo

EMBAIXADA Arquitectura*

34

note

1 - Banham R. , *Stocktaking*, in: "Architectural Review" n.127, Londra 1960, pp. 93-100.

"C'era una volta" non è l'oggetto delle presenti argomentazioni. Tuttavia bisogna cominciare ricordando che l'architettura, ci piaccia o no, è, era e continuerà a essere una questione centrale nella vita quotidiana. La maggior parte delle attività umane è mediata da artifici spaziali. Di fatto, questa è stata la genesi all'origine dell'architettura: il bisogno di un riparo che proteggesse il corpo.

Al di là di questa necessità primaria, la progettazione architettonica crea e articola l'esperienza dell'essere in un luogo, in un territorio o in una società. Questa esperienza del corpo nello spazio ha un impatto importante sulle nostre vite. L'organizzazione spaziale delle nostre case, dei nostri spazi di lavoro, delle aule, degli spazi pubblici e anche dei nostri caffè, influenza il modo in cui interagiamo con i nostri familiari, amici, colleghi e vicini di casa, così come la nostra produttività, il nostro benessere e il nostro senso di appartenenza a un luogo e a una particolare cultura.

Con questo non si intende affermare che l'architettura sia una condizione necessaria e sufficiente per il progresso, ma piuttosto un importante background. Come ha affermato Rainer Banham (1960) «L'architettura, come servizio per la società, può essere definita esclusivamente come la predisposizione di ambienti appropriati alle attività umane»¹.

Allora potremmo azzardare e sostenere che l'architettura sia una ricerca sugli individui e la loro relazione con il mondo fisico che si realizza attraverso un'esperienza empatica, fondata su un'entità tridimensionale – lo spazio – come risultato di un'operazione intellettuale – l'idea. In questo senso la progettazione architettonica riguarda più l'esperienza degli individui e meno gli aspetti formali e tecnici.

Il corpo è l'obiettivo, lo spazio è il dispositivo in cui la vita ha luogo e l'idea è ciò che assicura che lo spazio abbia un significato: «L'Architettura è una cosa mentale»².

Come ha affermato Jeremy Till «La principale responsabilità sociale, e quindi etica, dell'architetto non sta nel definire l'edificio come prodotto formale statico ma come un contributo al potenziamento delle relazioni spaziali e, di conseguenza, sociali e culturali»³.

Oggi, invece, piuttosto che rafforzare le strutture culturali, l'architettura si sta trasformando in uno strumento di seduzione immediata che crea formule architettoniche riprodotte in qualsiasi luogo e in qualsiasi momento, senza alcun riguardo per la trasformazione positiva dell'ambiente costruito, trascurando così il suo agente fondamentale – gli uomini. Non possiamo dimenticare che la scala del corpo è uno degli elementi immutabili della ricerca architettonica. Nella pratica architettonica contemporanea abbiamo assistito alla proliferazione di queste architetture indifferenti al luogo e meramente formaliste che conducono a un pervasivo impoverimento della vita sociale e pubblica, allontanando l'architettura e gli individui dai veri processi di definizione dello spazio e creando edifici «senza corpo e piuttosto vuoti di esperienze»⁴, come affermato da Marcos Cruz.

Oggi anche l'educazione all'architettura tende a riflettere questo vuoto disciplinare, e c'è un disperato bisogno di un'architettura interessante, iconica e spettacolare.

Prendiamo come esempio il caffè; oggi ci sono brand che ci trattano in modo paternalistico, didascalico e cinico, come se fossimo dei "vip", in una atmosfera formale e pretenziosa, dove tutto riguar-

note

2 - 2 Si adatta qui all'architettura l'affermazione di Leonardo Da Vinci «La pittura è cosa mentale».

3 - Till J., *The Lost judgment*, in EAAE Writings on Architectural Education Vol.2, EAAE, Copenhagen 2005, pp. 164-183.

4 - Cruz M., *The Inhabitable Flesh of Architecture*, in "Singapore Architect" n. 249, 2009, pp. 82-91.

note

5 - Figueiredo V., *Fragmentos de um discurso*, Circo de Ideias, 2015, pp.55.

immagini

EMBAIXADA spazio di lavoro principale

da il prodotto come immagine e l'immediata soddisfazione dei gusti dei clienti: il sacchetto, la confezione (l'interno della confezione) la capsula, la pubblicità ... «What else?!».

È tutta una questione di esaltazione piuttosto che di stimolazione; come era solito dire il grande architetto portoghese Vitor Figueiredo (1997) «L'esaltazione è solo un attimo che passa, ma la stimolazione è qualcosa che dura e ci dà il desiderio di tornare»⁵.

Pertanto ciò che realmente dovrebbe importare è il caffè, la bevanda, il seme. (Bere) il caffè è l'obiettivo, la confezione è il dispositivo e il processo di realizzazione assicura che il caffè abbia un significato, un'identità - la "cosa mentale".

Con questo non vogliamo fare un discorso nostalgico su ciò che abbiamo perso: anzi, vorremmo sollevare un interrogativo incessante su cosa si possa fare concretamente a partire dalle condizioni attuali. In un momento in cui il sapere disciplinare e la memoria culturale si stanno appiattendendo, è fondamentale per l'Architettura e, soprattutto, per l'educazione all'architettura, ripensare i modi in cui si progetta e riformulare degli indirizzi educativi.

Non sappiamo ciò che sarà il futuro, ma una cosa è certa: la trasformazione fisica del territorio inizia nella scuola e, di conseguenza, la scuola deve essere in prima linea nel proporre nuove idee per ripensare il nostro ambiente costruito.

Da quello che abbiamo visto, l'intento del corso di studi in Architettura dell'Università di Trieste a Gorizia, attraverso il lavoro della professoressa Giuseppina Scavuzzo, e dell'azienda Qubik Caffè, rappresentata da Filippo Vidiz, è quello di ripensare tali questioni, dimostrando una profonda convinzione di dovere preservare il nostro



* EMBAIXADA è un laboratorio architettonico che conduce ricerche e lavori transdisciplinari, composto da Cristina Mendonça, Paulo Albuquerque Goinhas e Nuno Griff.

Lo studio si basa su un principio di *co-authorship*: prevedendo molteplicità e coerenza, singolarità e diversità, lo studio presenta una struttura dinamica e non gerarchica che trae vantaggio da ogni contributo personale, evitando le tradizionali decisioni a maggioranza. Strettamente legato all'intento creativo dello studio è il nome scelto a rappresentarlo – *embassy*, ambasciata: un'entità che rappresenta un insieme di individui e di idee, con l'ambizione di sviluppare una ricerca e una pratica architettonica come prodotto di una intelligenza collettiva.

sensu etico e critico nella costruzione dei luoghi che abitiamo. Durante la settimana del workshop, con il contributo della straordinaria massa critica di studenti e colleghi, abbiamo avuto l'opportunità di confrontarci su questi interrogativi cercando di apportare un punto di vista nuovo, di discutere sulla disciplina dell'architettura e di come si possa contribuire a plasmare il nostro ambiente costruito, di lavorare alla definizione dell'identità spaziale di Qubik Caffè ma contemporaneamente all'avanzamento della collettività.



5

**La scena di luce,
un valore per il
progetto rivolto
al caffè**

La scena di luce, un valore per il progetto rivolto al caffè

Alberto Pasetti Bombardella*

42

* Alberto Pasetti Bombardella si è laureato in Architettura all'Università Luav, dove ha insegnato come docente a contratto Lighting Design presso la Facoltà di Design Industriale. Fondatore dello STUDIO PASETTI lighting esercita la libera professione dal 1995.

Dai riferimenti storici ottocenteschi a cavallo tra l'illuminazione a gas e quella ad energia elettrica sono passati numerosi decenni di evoluzione tecnologica nella tipologia spaziale del bar.

Le atmosfere di luce tenui hanno lasciato il passo a un concetto in continua evoluzione dell'arredo e della relativa impostazione illuminotecnica. Quella che oggi viene denominata come una prospettiva flessibile, plasmabile e sostenibile nella rispondenza dei criteri di economicità e di velocità che si traducono in scelte formali, materiche e tecnologiche, si delinea alla pari di una nuova forma di regia della comunicazione visiva. Si tratta di una trasformazione epocale che permette, allo stato attuale, di ragionare in termini di metamorfosi degli ambienti e, allo stesso tempo, di connotarne con grande efficacia lo stile e la personalità per rafforzare il brand, il marchio e la sua stessa riconoscibilità.

Nelle grandi capitali europee, nessun luogo, al pari del bar, ha mai saputo raccogliere, negli anni, le istanze degli stili di vita all'interno di spazi comuni, pubblici, di condivisione e confronto. Tant'è che oggi pensare ad un luogo/ambiente che si riferisca ai più avveniristici criteri di progettazione non potrebbe prescindere dalle reminiscenze di locali fumosi, musicali, storici, di grande vivacità che hanno caratterizzato decenni di storia urbana e sociale.

Gruppi adolescenziali e generazioni meno giovani, succedute in continui cicli, si sono avvicinati in ritmi di stretta dipendenza dal luogo dei caffè, dei bar e dei più parigini *bistrot*. In alcuni quartieri il senso di appartenenza territoriale si conclamava proprio attraverso l'abitudine di ritrovarsi in un dato caffè, bar, a una certa ora, attraverso un rito di scambio e condivisione che si prolungava maggior-

mente nei paesi nordici. Infatti, per gli studenti, l'idea di trovare una collocazione ideale per la lettura all'interno di un bar, sia la mattina che il tardo pomeriggio, è solitamente retaggio di un'abitudine tutt'ora valida in Francia, in Germania e anche in Olanda.

Nel mondo della cultura il bar-caffè è entrato a pieno titolo nell'immaginario collettivo, nelle università, nei musei, nelle biblioteche e nelle librerie. Nell'ultimo ventennio queste trasposizioni hanno permesso all'Architettura funzionale del bar di fondersi con quella più scenografica di palazzi e luoghi storici ma anche con le istanze delle nuove impostazioni formali e stilistiche, verso un'immagine coordinata e rappresentativa della *mission* aziendale o del *brand* corporativo.

In questa evoluzione storico-progettuale la luce non ha un ruolo marginale e oltretutto non appare affatto scontata. Infatti, la disciplina del *lighting design*, o più propriamente quella declinazione progettuale della materia teorica dell'illuminotecnica, si colloca al vertice degli strumenti d'intervento spaziale con forti ripercussioni sulla percezione dello spazio e sulla conseguente vivibilità dello stesso. Nei bar la luce artificiale porge al progettista il suo patrimonio di potenzialità espressive e funzionali, alla pari delle necessità messe in gioco da simili settori ricettivi quali alberghi, ristoranti e luoghi per la degustazione gastronomica.

La prima delle priorità riguarda la valorizzazione di un aspetto ludico che caratterizza la potenziale attrattiva del locale e del luogo stesso. Ovvero, a colpo d'occhio il tema centrale della percezione si misura con la gratificazione nell'osservare lo spazio ricettivo dall'esterno. In questo senso, il *lighting design* non tiene conto semplice-

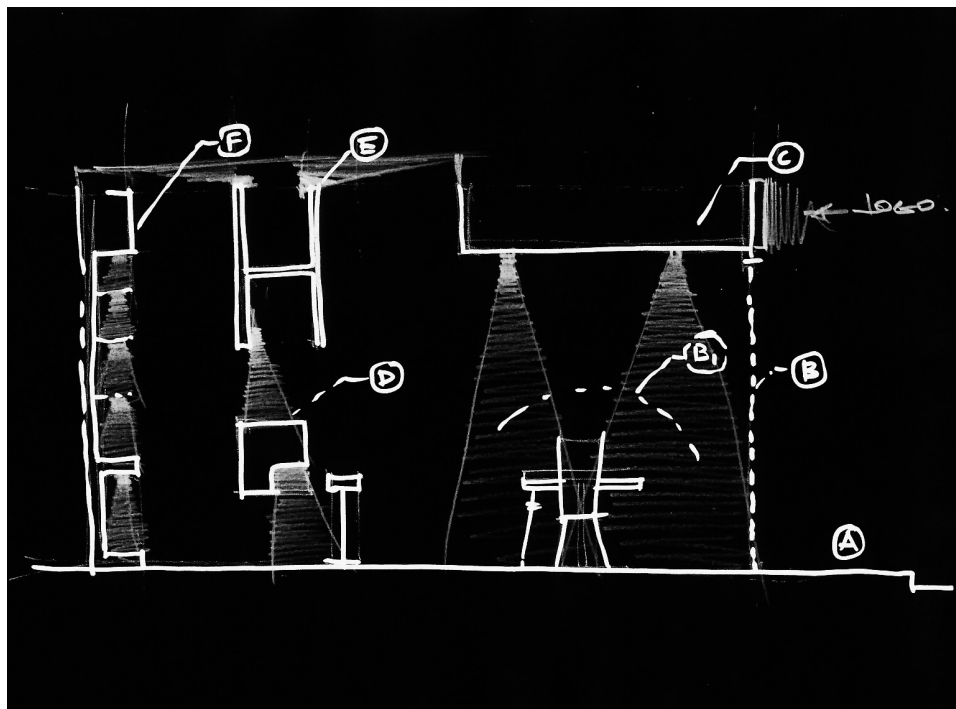
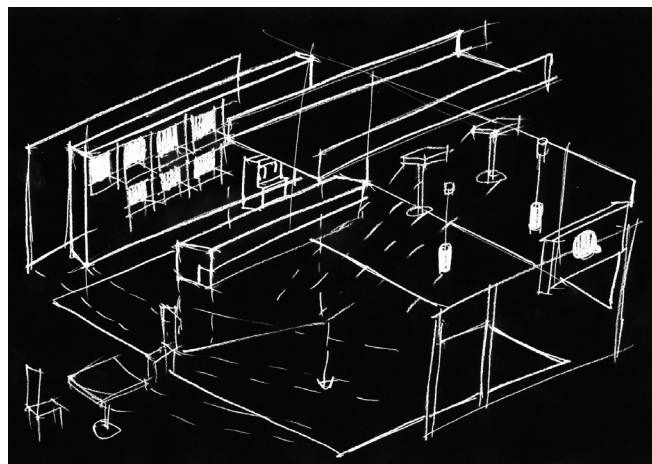
mente di una quinta scenografica sul contesto urbano ma auspica una rete di relazioni visive e percettive che si dipanano attraverso l'uso di assi prospettici, di rapporti di tangenza dei percorsi pedonali o veicolari, di attenta considerazione degli adiacenti punti d'interesse concorrenziali.

In questo senso, lo spazio del bar assume due significative valenze progettuali nella definizione dell'illuminazione strategica: la luce per esterno (rivolta all'esterno per attrarre) e la luce per l'interno (rivolta ai clienti, fruitori, nella loro dimensione di godimento del servizio/prodotto fornito).

Nel primo caso le scelte hanno valenza urbana con una scala di riferimento che dipende dal contesto urbano stesso. Tale contesto, come spesso accade, può essere materializzato all'interno di un nucleo urbano ad alta densità architettonica ma può anche sussistere all'interno di un raggruppamento commerciale, a fianco di decine di altre attività ricettive. Il dosaggio delle scelte illuminotecniche in vetrina è strettamente legato ai pesi visivi delle consistenze architettoniche e commerciali adiacenti ma non può prescindere dalle impostazioni di marchio, quali la visibilità del logo, e di riconoscibilità dello stile interno.

Nel secondo caso, più complesso, la luce per gli interni assume un ruolo molto delicato. Da un punto di vista strettamente metodologico e disciplinare l'illuminazione assume il compito di valorizzare gli oggetti e le persone (componente d'accento), le porzioni dello spazio e dell'arredo (luce zonale) e l'ambiente nella sua percezione complessiva (luce ambiente per l'appunto).

L'interazione di queste tre componenti permette la combinazione



Immagini

1 - Schema tipo degli elementi costitutivi del progetto di *lighting design*, esploso

2 - Schema tipo degli elementi costitutivi del progetto di *lighting design*, sezione

A: rapporto con l'esterno

B: vetrina

B₁: allestimento tavoli

C: flusso luce d'accento su tavoli e ambiente

D: flusso luce d'accento sul bancone

E: flusso luce indiretta ambiente

F: flusso luce retrobancone

funzionale e scenografica della luce secondo soluzioni quasi infinite. Infatti, per ognuna di queste componenti valgono rispettivamente le variazioni di direzionalità, di ampiezza di fascio, d'intensità, di tonalità, di resa cromatica oltre che di gamma cromatica.

Combinando tra loro tutte le variabili tecnologiche afferenti alla qualità della luce è possibile ottenere un determinato risultato auspicato il quale, tuttavia, non può prescindere da una finalità chiara e rigorosa nella comunicazione visiva.

Il bar per la degustazione del caffè, alla pari del ristorante e dell'enoteca si offre al cliente con una precisa costruzione gerarchica di campi visivi. Tuttavia, il bar di nuova generazione tende ad aprirsi alla contemplazione del passante fin dal percorso urbano. Questo per evocare quel principio di trasparenza e di immediatezza del servizio che si concretizza negli elementi compositivi: bancone, tavolini e macchina del caffè.

Tale impostazione architettuale si fonde, anche se marginalmente, con il principio commerciale *What you see is what you get*, tanto in voga per alcuni segmenti, presenti sul mercato, orientati alla contrattazione veloce. Anche in questo caso la scelta tipologica architettonica si rapporta al format d'interscambio con il cliente tipo: rapporto veloce immediato o lento e riflessivo? Il caffè, nell'accezione italiana, appartiene oggi più che mai al primo tipo. A tal fine il ruolo dell'illuminazione pone l'accento sulla qualità di un'esperienza di pochi minuti, trattandosi del tempo necessario al consumo della bevanda. La brevità della permanenza nello spazio implica la necessità di condurre il cliente *right to the point*, in una dimensione intensa e fidelizzante. Tuttavia, non è possibile generalizzare e pre-

cludere la possibilità di soste con maggior tempo a disposizione. Per questo motivo, il tema dell'illuminazione dovrebbe poter mediare tra la permanenza veloce e quella più calma: riservare delle aree non necessariamente a ridosso del bancone in cui gli effetti di luce zonale e di luce ambiente (ad esempio con effetti indiretti e proiezioni soffuse su calde superfici materiche) permettano una fruizione rilassante e coinvolgente. Diversamente le aree del bancone con sedute a sgabelli, o fruizione in piedi, richiederebbero puntamenti e livelli di illuminamento più elevati, permettendo quel rapporto di uso-consumo in linea con i ritmi metropolitani.

Va però ricordato che la progettazione illuminotecnica non può prescindere dagli assunti fondamentali della fisica ottica e nella fattispecie del rapporto che la luce stabilisce con le superfici materiche. Anche in questo caso, alla pari delle sopra citate variabili costitutive della qualità del flusso luminoso gli aspetti legati alla fisicità degli elementi dell'arredo e dello spazio architettonico sono di altissima rilevanza: ogni superficie offre una tessitura superficiale (da rugosa a liscia speculare in grado di modificare la geometria del flusso luminoso), cromatica (capace di influenzare l'intensità della luce riflessa) e formale (l'articolazione volumetrica delle superfici) in grado di modificare, secondo numerosissime combinazioni, la percezione visiva del fruitore.

La luce plasma lo spazio e si plasma in funzione dello spazio a cui si riferisce. Non è sorprendente che allo stato attuale le tecnologie del lighting, utilizzando la luce allo stato solido (esemp. LED e OLED), abbia completamente rivoluzionato il modo di pensare al progetto fisico, plastico e sensoriale.

immagini

3 - Poco Loco, Arkitektur 6H,
Stoccarda

4 - Happybones, New York

5 - W Hotel, Concrete Architec-
tural, Associates BV, Londra

La possibilità di scegliere la scena luminosa ha superato il concetto tradizionale di impostazione architettonica attraverso spazi che si trasformano non solo durante la giornata ma anche in funzione delle stagioni e degli eventi che caratterizzano l'attività in determinati periodi dell'anno.

Si tratta di una rivoluzione all'insegna della comunicazione strategica e polimorfica dove il valore aggiunto è dato dalla possibilità di avvicinare e spesso anticipare i desideri di un pubblico fruitore, anche con potenzialità immateriali quali la gestione digitale e reversibile della scena luminosa.

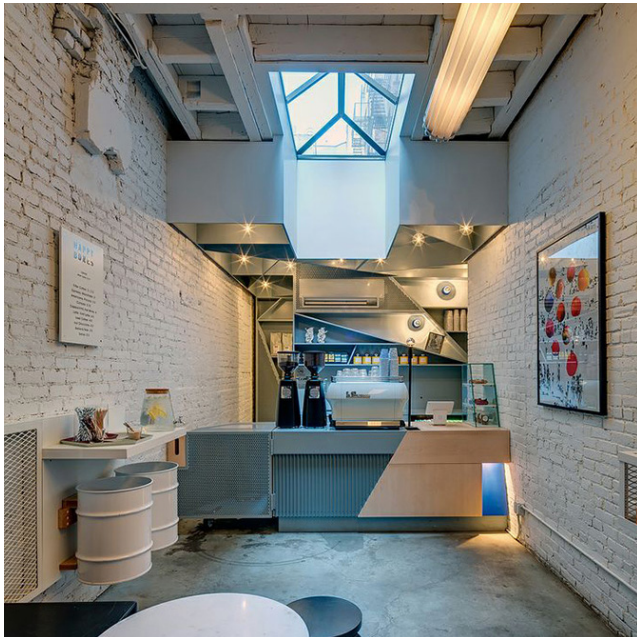


3



4

5



6

**Caffè e memoria.
Due locali goriziani**

Caffè e memoria. Due locali goriziani.

Di Dato & Meninno Architetti*

52

* Di Dato & Meninno Architetti Associati è uno studio professionale che si occupa di progettazione e spazia dall'architettura alla progettazione urbana, dal paesaggio al design e al design d'interni. Sia Luigi Di Dato che Claudio Meninno svolgono anche attività di ricerca e didattica nel Corso di studi in Architettura dell'Università di Trieste.

Il Caffé Garibaldi e il PianoterraBar, pur molto diversi tra loro negli esiti formali, rappresentano due occasioni progettuali accomunate dal tema della memoria e dalla sua percezione nella sfera pubblica.

Il primo dei due, situato nel cuore della città, rappresenta il recupero di un antico caffè risalente a un'epoca in cui il territorio goriziano faceva parte dell'Impero Austro-Ungarico, e occupa il basamento di un edificio d'angolo con un impianto a V, analogamente ad altri esempi di scuola mitteleuropea situati a Vienna e realizzati durante lo stesso periodo storico.

L'impianto originario, rimaneggiato in più fasi per sottrazione progressiva degli spazi più lontani al fine di dar origine a nuove realtà commerciali, è giunto a noi così com'era stato riconfigurato durante l'ultimo intervento (risalente agli anni '70 del Novecento) che inserì numerose novità derivanti dalle mutate esigenze tecnico-funzionali dell'epoca. Queste novità sono state però celate dietro un apparato decorativo e d'arredo che si rifaceva alla memoria, agli stili e all'iconografia dell'epoca tardo ottocentesca. Tale continuità stilistica contribuì al rafforzamento della storia di un luogo, creando anche false credenze legate a eventi storici che, in una qualche misura, mitizzarono l'importanza del locale stesso: leggenda vuole che qui vennero spese le prime lire italiane dopo il periodo austro-ungarico. Il grado di aspettativa che derivava da questa situazione era necessariamente alto, da qui una prima riflessione sul grado dell'intervento progettuale: troppo semplice decidere per un cambiamento radicale di rotta riutilizzando i volumi per inserire un nuovo sistema di interni basato sulle tendenze attuali.





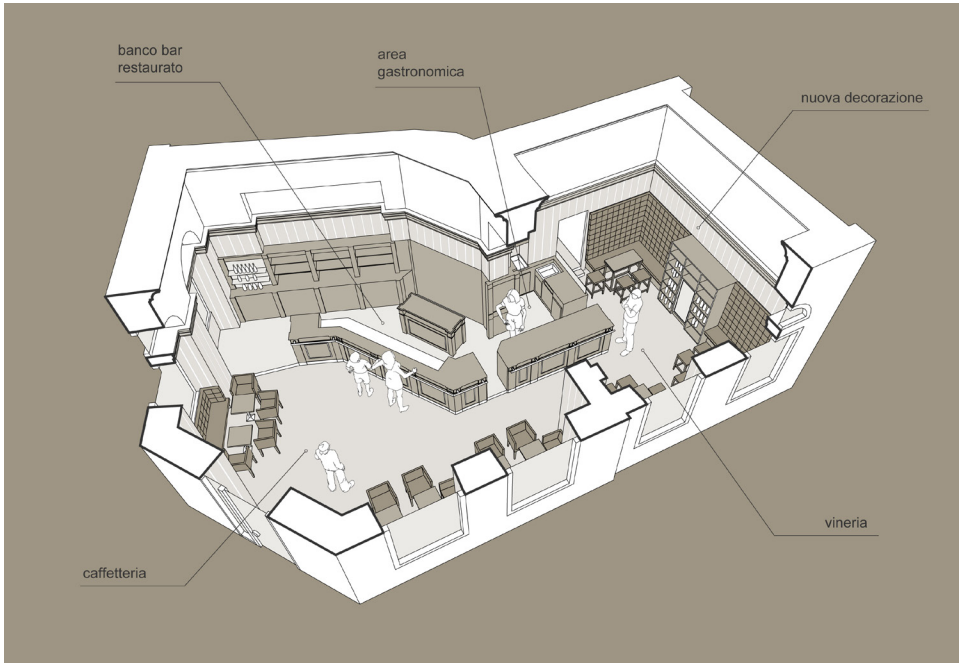
Immagini

Il Caffé Garibaldi a Gorizia, nella pagina precedente e a fianco, immagini degli interni e spaccato prospettico.

Sopra: immagine di cantiere.

Si è deciso di dare continuità alla memoria di un luogo che per la collettività era ed è importante nonostante le mutate esigenze funzionali e tecnologiche di un locale pubblico.

Il progetto di interni è stato sviluppato nell'intenzione di conservare la memoria dei luoghi ma secondo un principio di verità: il bancone principale è stato restaurato e adattato ad alcuni aspetti funzionali necessari per una buona gestione del locale, i grandi lampadari in vetro di Murano sono stati mantenuti e riportati allo splendore originario attraverso una paziente opera di pulizia e ricostruzione della parti danneggiate, così come le *appliques* presenti sui muri perimetrali, l'apparato decorativo costituito da stucchi e carte da parati, pur mantenendo i tratti essenziali, è stato completamente rivisto nelle cromie e matericità degli elementi in un'operazione di denudazione che ha eliminato il superfluo per lasciare spazio all'essenziale. Per quanto riguarda il resto degli elementi d'arredo, sono stati progettati *ex novo*, rileggendo e reinterpretando le forme dell'antico con una traduzione artigiana contemporanea che riutilizza materiali, tecniche costruttive e di finitura riprese dal passato. Così il dialogo tra elementi antichi e nuovi viene riportato su un piano di verità e non di sterile somiglianza, dove la decorazione viene data dal materiale stesso. Solo nei locali di servizio viene lasciato spazio ad un approccio contemporaneo, luoghi secondari che nulla tolgono alla forza del volume principale. La sensazione che ne deriva è, di primo acchito, quella di entrare in uno spazio antico, riportato al presente attraverso un'operazione gentile dove tutto è rimasto com'era. Gradatamente emergono i nuovi elementi, che con le loro linee pulite si dichiarano a un occhio attento, con onestà.



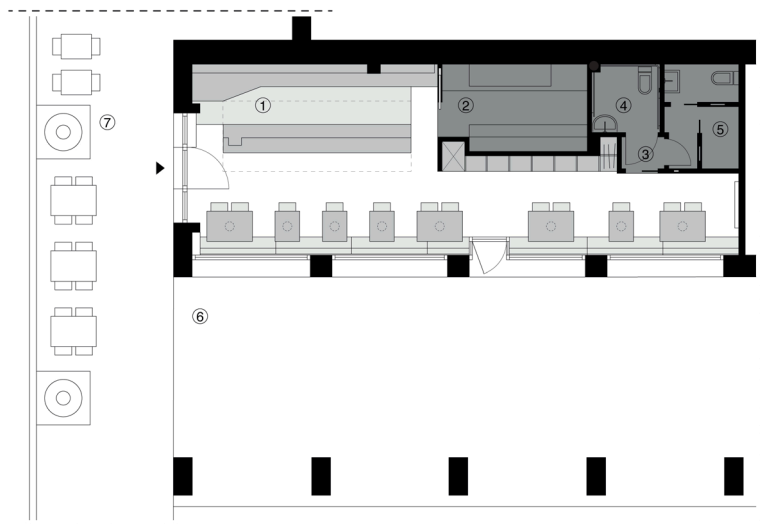
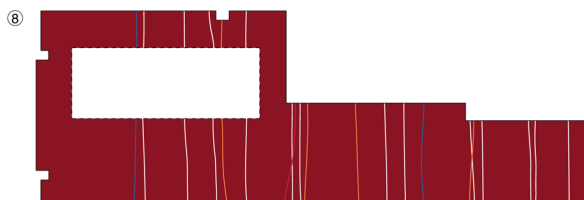
Il secondo progetto ha a che fare con la memoria di un'attività che si è spostata da un luogo a un altro della città dopo una pausa di inattività di alcuni anni. Il proprietario ha posto come unica condizione il riutilizzo di parte del mobilio preesistente al fine di ricercare sensazioni che accompagnavano i vecchi luoghi.

Contrariamente a quanto si possa pensare, questo non è stato fatto per un mero risparmio economico. Infatti i due spazi erano talmente diversi che, di fatto, tutti gli arredi sono stati smontati fino agli elementi primari e riassembleati secondo forme completamente nuove, adattate alla conformazione volumetrica dei nuovi luoghi. Quindi ancora una volta il materiale come elemento di unione tra preesistenza e nuovo progetto. Il materiale come portatore di memoria, con le sue caratteristiche intrinseche, con le sue lavorazioni e, in questo caso, i segni del vissuto. Gli altri elementi del progetto sono volutamente molto semplici: l'aggregazione degli spazi serventi in modo tale da creare un volume principale allungato, unitario e fortemente caratterizzante che ha poi indirizzato tutte le scelte distributive e compositive degli elementi architettonici e d'arredo, un apparato decorativo studiato *ad hoc* che connota la superficie del soffitto e che trova rimandi cromatici nell'uso delle pelli delle sedute, le grandi vetrate che allargano la percezione dello spazio al portico attiguo e tutta una serie di elementi minori che contribuiscono a creare una direzionalità precisa ed un ritmo nella percezione dello spazio.

Qui il tema della misura si ritrova in dettagli minuti come il passo degli elementi d'arredo, la scansione delle luci, la suddivisione delle vetrate, il susseguirsi delle linee oscillanti sul soffitto.



Questa forza essenziale degli elementi ha permesso di creare uno spazio semplice, capace di resistere alle superfetazioni che un luogo di questo genere deve poter subire nel corso della propria vita, risultandone possibilmente arricchito.



Immagini

Il PianoterraBar a Gorizia
Elementi dell'immagine
coordinata

Pianta in scala 1:200

- 1 : retrobanco
- 2 : cucina
- 3 : disimpegno
- 4 : wc
- 5 : spogliatoio
- 6 : portico
- 7 : plateatico
- 8 : schema grafica soffitto

Nelle pagine seguenti
immagini dell'interno.





7

Luogo e identità.
Un *bacaro* a Venezia

Luogo e identità. Un bacaro a Venezia

Mattia Marzaro e Fabrizio Marcenta - UVA Architetti*

62

* Uva Architetti è uno studio professionale che si occupa di progettazione e spazia dall'architettura alla progettazione urbana, dal paesaggio al design e al design d'interni. Fanno parte di Uva Architetti: Mattia Marzaro, Fabrizio Marcenta, Luca Vecchiato, Nicolo Reither. Mattia Marzaro e Fabrizio Marcenta svolgono e hanno svolto attività di ricerca e didattica nei corsi di Architettura delle Università di Trieste e Venezia.

Foto a seguire di:
Tiziano Scaffai

Il crescente fenomeno della globalizzazione determina le strategie di marketing delle catene internazionali che tendono a imporre il proprio marchio identitario nel mercato globale giocando sulla sua riconoscibilità e "invariabilità" rispetto ai diversi contesti. Questo ha un effetto stridente nei contesti più storici, come ad esempio a Venezia. La potenza iconica e di immagine di questi brand trova espressioni spesso in contrasto con la città storica e con il suo tessuto, annullando ogni elemento di dialogo e "sterilizzando" gli spazi di relazione esistenti.

Ultimamente, però, a fronte a una identificazione globale del marchio, assistiamo a tentativi di "localizzazione" degli spazi commerciali soprattutto in quei contesti specifici in cui l'immagine della città assume un ruolo iconico più potente del marchio stesso. La metabolizzazione di alcuni elementi iconici della città avviene attraverso declinazioni spaziali degli interni commerciali più attente agli aspetti locali. Un esempio possono essere, nel contesto della città di Venezia, gli ultimi interventi di grandi marchi come BurgerKing, Coop Adriatica, Nike, Tiffany, ecc.

Questi fenomeni di trasformazione del brand nascono dalla necessità crescente di identificare nello spazio commerciale elementi riconducibili a caratterizzazioni identitarie in risposta a un'impersonale globalizzazione. Anche piccoli marchi o attività in fase di *start up* cercano, attraverso l'uso dell'immagine della città o di parole locali, la costruzione di una identità in grado di conquistare il mercato anche globale. Questo fenomeno permette alle aziende di conseguire un duplice vantaggio: da una parte, beneficiare sul mercato globale di un'immagine unica al mondo, dall'altra di soddisfare





Immagini

Il negozio Strabon a Venezia, nella pagina precedente e a lato, immagini degli interni, di cantiere e planimetria

localmente tutte le necessarie declinazioni commerciali.

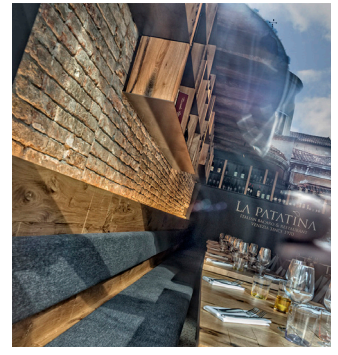
Il luogo diventa quindi per il brand elemento fondamentale di costruzione dell'immagine del marchio nel suo essere *local*.

Il progetto per un piccolo ristorante a Venezia dimostra quanto possa incidere la relazione tra luogo e immagine identitaria di un marchio. I proprietari sono ristoratori che da quarant'anni gestiscono in città la catena di ristoranti/bacari "La Patatina".

Il progetto trova collocazione all'interno di uno spazio commerciale in disuso posto in un campo veneziano, spazio di relazione tipico di Venezia e assimilabile, per certi versi, alla corte pubblica presente in altre realtà urbane. L'unicità del campo sta nel rispondere alla necessità di spazi all'aperto che estendano l'ambito domestico di fronte all'alta densità abitativa tipica di Venezia. Nel campo si svolge l'attività di relazione degli abitanti e il gioco all'aria aperta dei bambini. Lo sfruttamento turistico della città di Venezia ha portato a una perdita d'uso di questi spazi aperti, lasciando solo sporadici casi di campi realmente animati: tra questi Campo di San Giacomo Dell'Orio, luogo del piccolo intervento progettuale d'interni.

L'intorno del campo è definito da una cortina edilizia continua di tipo residenziale ai cui piani terra trovano posto le attività commerciali di vicinato. Gli elementi caratterizzanti sono l'imponente presenza dell'abside della chiesa di San Giacomo, definita da un susseguirsi di cilindri che modulano lo spazio sull'imponente massa muraria, e una piccola vera da pozzo.

Questi elementi sono stati essenziali e fondanti lo sviluppo del progetto. Si è partiti da due convinzioni: la prima è che il luogo e la sua memoria possono essere trasferiti nell'esperienza presente di quel





66

Immagini

Il ristorante La Patatina, nella pagina a fianco, immagini degli interni

Sopra: immagine della prima sala

luogo. La seconda è che questa esperienza può promuovere l'interazione sociale che coincide con l'interpretazione collettiva della memoria.

Il Campo di San Giacomo dell'Orio a Venezia è, nella sua unicità, in grado di contenere un'alchimia degli elementi che, se connessi alle soluzioni progettuali, permettono l'interazione continua tra spazio interno ed esterno.

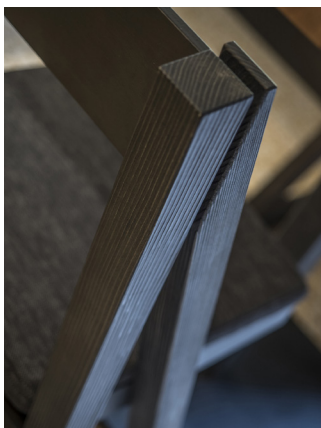
Il locale in cui si colloca l'intervento è una ex banca il cui sistema distributivo era definito da un asse orizzontale partito da una sequenza di piccoli spazi; dalle piccole vetrine sul campo al un giardino segreto posto sul fondo. Questa forte orizzontalità dello spazio e la sua sequenzialità hanno permesso di rimodulare l'intero sistema degli spazi mettendo in campo due strategie: l'uso delle trasparenze e la definizione dei locali attraverso il ripristino e la messa a nudo degli elementi e dei materiali originali.

Si sono individuate tre quinte interne principali: la soglia di ingresso, l'unità dei servizi intermedia, la cantina verso il giardino.

La sequenza così definita ha permesso di generare una continuità dello spazio, consentendo di trattare l'interno come continuità dello spazio esterno.

Il porre le murature a nudo, nella loro stratigrafia imperfetta, ha permesso di ricostruire un racconto abitato dai piccoli innesti di mattoni o dalla presenza di vecchi architravi lignei, segnale di aperture preesistenti oggi non più utilizzate. Lo stesso trattamento è stato adottato per gli elementi strutturali orizzontali, costituiti da grandi travi lignee. Si è anche proceduto al recupero della vecchia pavimentazione esistente in terrazzo.





Immagini

Il ristorante La Patatina,
nella pagina a fianco,
immagini degli interni

Sopra: immagine di dettaglio
della seduta e immagine del
prototipo

L'uso di materiali locali quali il legno di *bricola*, un legno di rovere ricavato dalle paline immerse nell'acqua della laguna che da secoli a Venezia segnalano la presenza dei canali, diventa strumento di definizione degli elementi di arredo. Il principio di erosione che li caratterizza rimanda agli stessi principi di stratificazione storica delle preesistenze materiali individuate all'interno dello spazio commerciale.

L'unicità di questi materiali, la sequenza degli spazi interni e la loro relazione continua, rendono riconoscibile lo spazio così riformato, che tende a fondere l'immagine del locale con l'immagine della città.

La definizione degli arredi, studiati e disegnati *ad hoc*, è stata occasione per testare materiali e sviluppare nuove linee, per la seduta, le librerie per l'esposizione e la vendita di prodotti del ristorante e i tavoli per la consumazione.

Lo sviluppo di tutti gli elementi è passato attraverso la sapienza artigianale dei falegnami del luogo.

Lo spazio interno è stato pensato per un uso differenziato: l'aperitivo al banco o nelle sedute esterne, la consumazione veloce in sala fronte campo, la consumazione lenta in cantina e nel giardino segreto posto all'interno. Tale modulazione è garantita dal banco, che presenta altezze variabili per rispondere a funzioni diverse: banco bar, *cicchetteria*, centro mescita ed estensione della cucina.

Grazie a queste strategie, dall'interno del ristorante, seduti, mentre si sorseggia un buon vino, si partecipa della qualità architettonica del campo all'esterno che, con l'abside della Chiesa di San Giacomo, domina di fatto le atmosfere interne del locale.



Studenti

Michela Battaglia
Giulia Bonetti
Ilaria Buffin
Elisa Cacaci
Mattia Chiarottini
Valentina Comar
Stefano Di Sotto
Luca Fano
Veronica Fusaro
Federico Galvagni
Michele Gammino
Enrico Leghissa
Eva Lepore
Enrica Michelazzi
Sophia Noacco
Alessio Pacor
Giulia Paron
Matilde Paronich
Sofia Pechiar
Davide Pecorari
Alessia Pelizon
Martina Piazza
Giulia Piovesan
Matteo Pojan
Andrea Scarabò
Veronica Tombolato
Alessia Troian
Elena Trombetta
Laura Vidali
Ilaria Zaupa

8

Dieci progetti

Workshop
Caffetteria / *Concept bar*
per il *brand* Qubik Caffè

25>29 gennaio 2016

01_ A different point of view

Un differente punto di vista

Il progetto nasce da una riflessione sull'esperienza del caffè e i diversi punti di vista attraverso cui può essere vissuta.

Sono stati individuati cinque tempi e modi di consumazione del caffè che si traducono in differenti possibili situazioni all'interno del bar. Queste riflessioni sono state portate all'interno del progetto con la volontà di non creare una separazione tra i diversi tipi di consumatore ma di porli, al contrario, il più possibile in relazione.

L'idea progettuale nasce dalla scelta di recuperare e rifunzionizzare un elemento preesistente facendone il principio generatore del progetto. Viene ripensata la funzione di supporto dei vecchi binari dell'ex macelleria sui quali vanno ad agganciarsi degli elementi flessibili quali sedute, tavoli o espositori. La struttura è pensata per poter essere replicata in qualsiasi altro possibile punto vendita.

Dove non sono presenti i vecchi binari, gli elementi vengono agganciati direttamente alla travatura del soffitto; è questo il caso del bancone sospeso e del social wall, uno schermo multimediale, in linea con il carattere giovane e social del marchio Qubik.

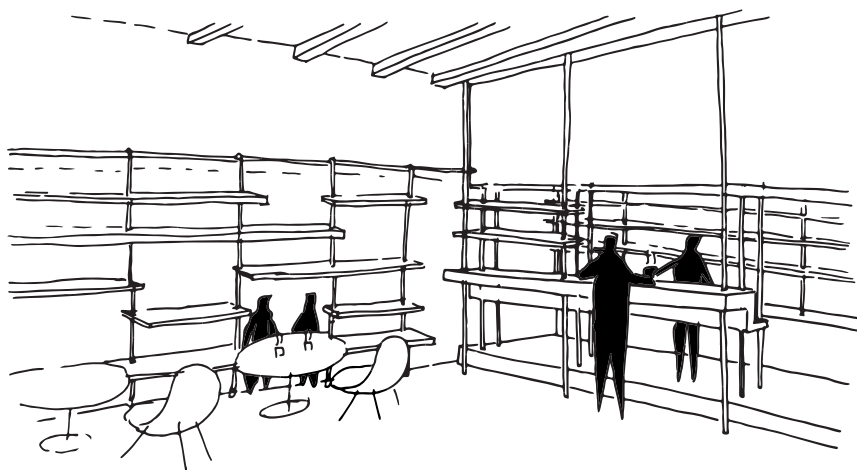
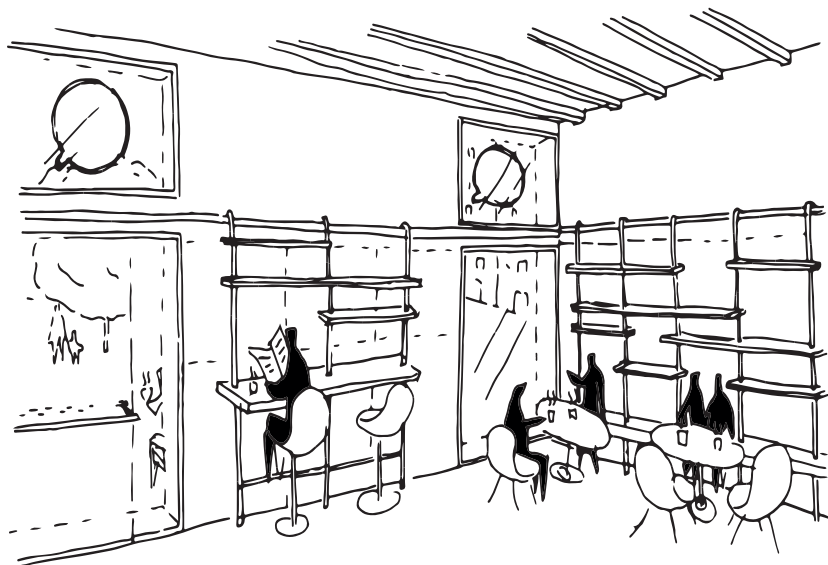
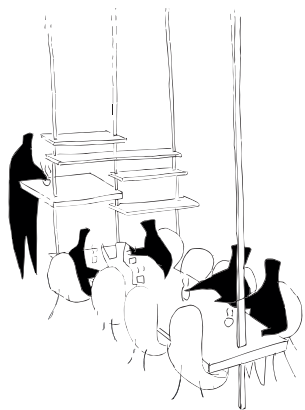
La nuova struttura è costituita da elementi verticali metallici su cui sono fissati, a diverse altezze, gli elementi orizzontali in legno dipinto di colore nero. Le pareti perimetrali conservano l'originale rivestimento in pietra d'Istria bianca ponendosi in contrasto con i nuovi elementi e determinando la bicromia bianco - nero caratteristica del brand. Per il pavimento è stato scelto un materiale che trasmetta una sensazione di calore ovvero il legno naturale.

72

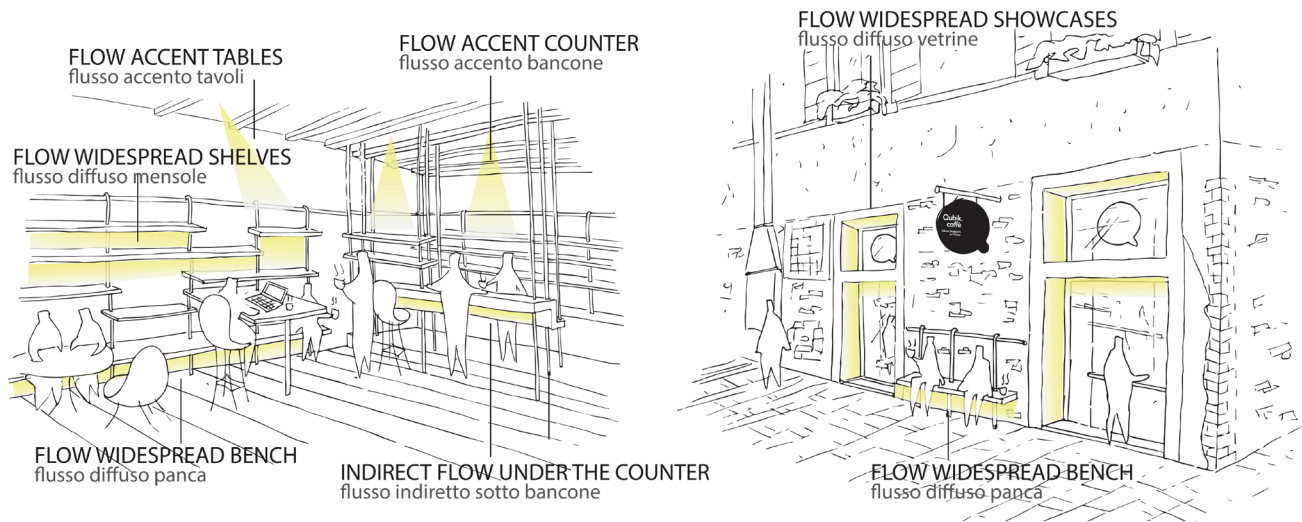
Studenti

Enrica Michelazzi
Matilde Paronich
Elena Trombetta



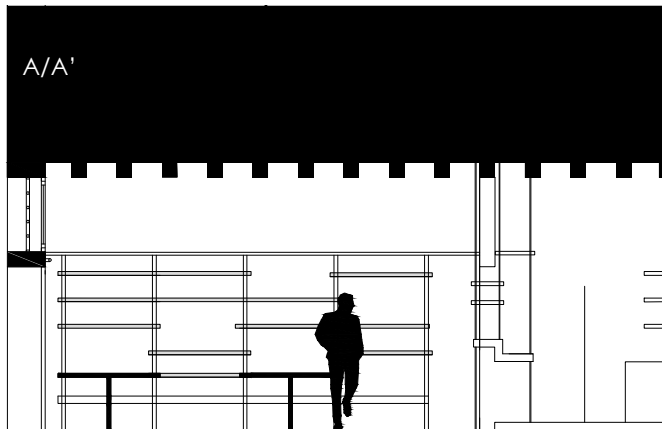






76 **Immagini**
Studio della luce e sezione di progetto

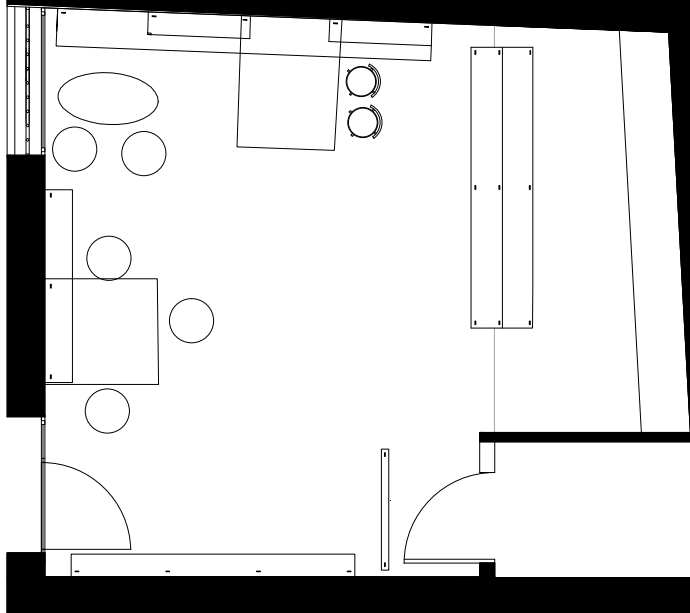
A lato: planimetria



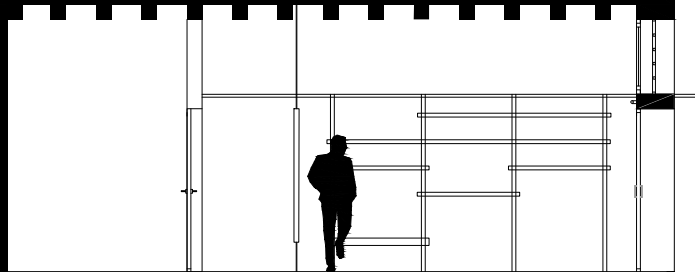
0 2 4 m

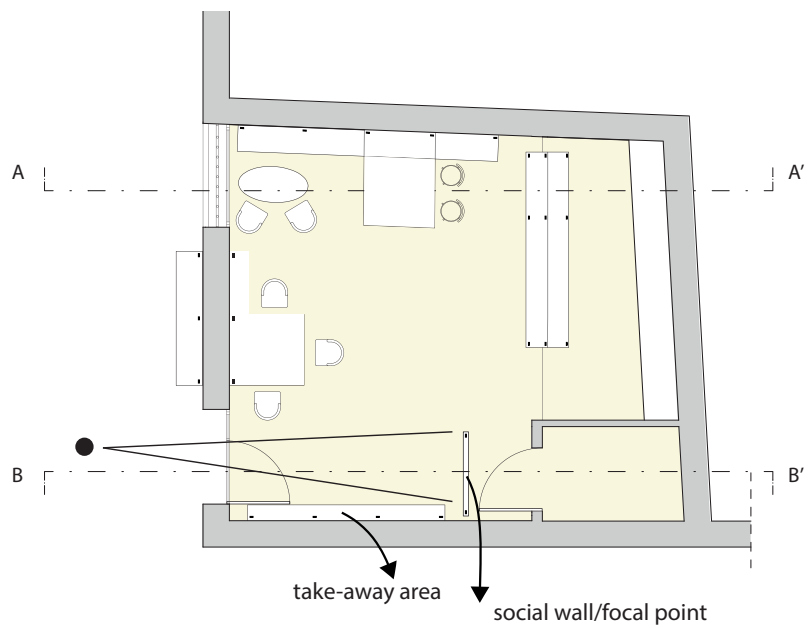
A/A'

B/B



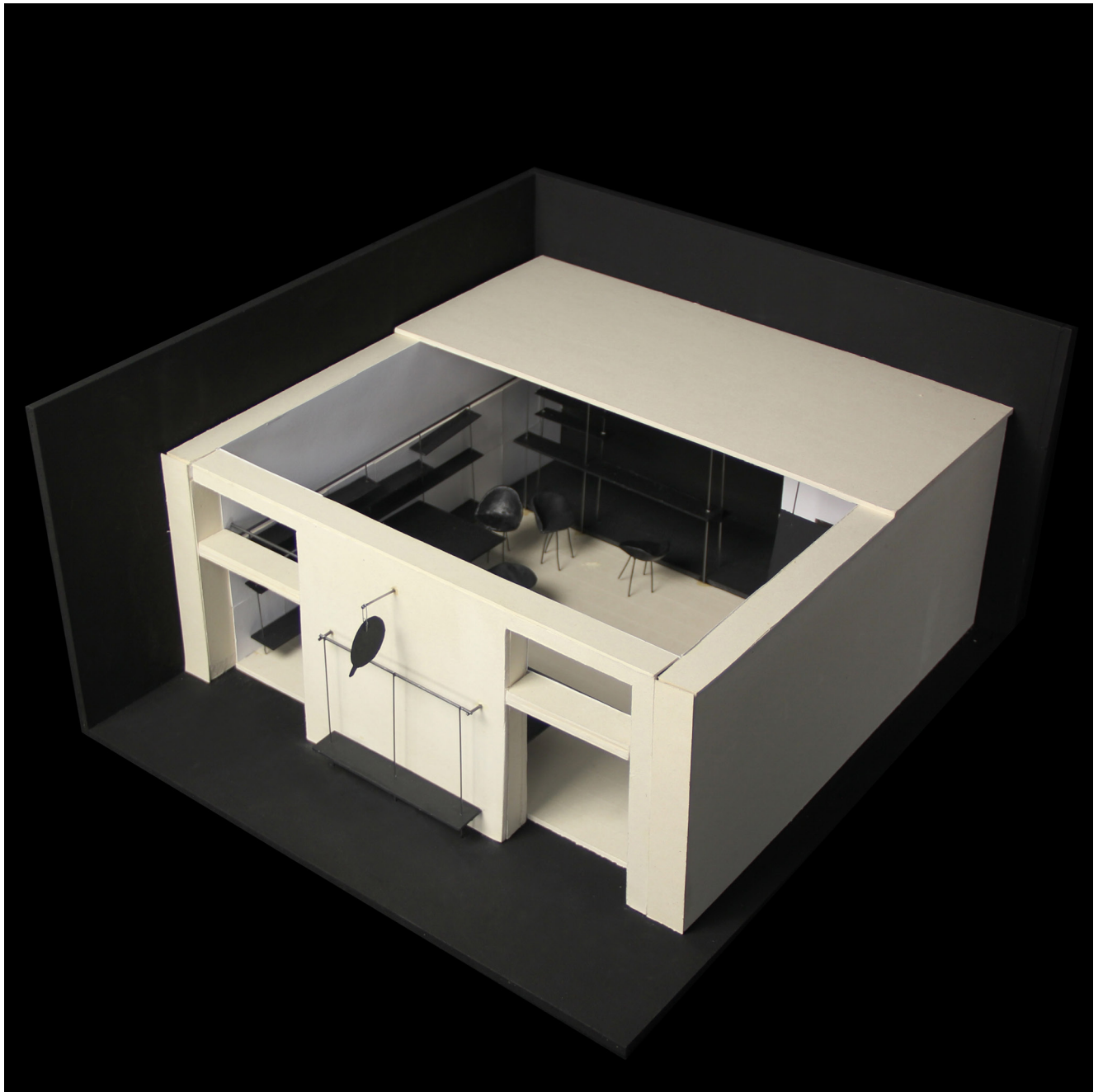
B/B'





78 **Immagini**
Planimetria degli spazi interni e
modelli di studio





02_Landscape of coffee

Paesaggio di Caffè

Il caffè è un'esperienza sensoriale che coinvolge tanto il gusto, quanto la vista, l'olfatto e il tatto. La stessa esperienza che si prova quando ci si trova "in the landscape of coffee". Il paesaggio del caffè diventa un punto focale: l'aspetto più importante considerato è la topografia. Quest'ultima è caratterizzata da profili con andamento uniforme e punti di discontinuità, come alberi e corsi d'acqua.

Lo scopo è portare "a piece of land in the Qubik's coffee bar" andando alla ricerca di una relazione tra la linea del paesaggio e il suolo.

L'intento del progetto è suscitare la curiosità di entrare nel locale dall'esterno, procedere con il guardare, l'assaggiare, lo stare e il divertirsi, passando da uno spazio pubblico ad uno più privato, intimo. Nello spazio vuoto del locale si dispone una "landa del caffè" che, tagliata, genera dei percorsi, facendo così emergere l'immagine della stratigrafia del terreno. Attorno alle colonne, che idealmente rappresentano gli alberi, vengono poste delle isole di chicchi di caffè di diverse essenze che si possono toccare. Il modello così creato è replicabile in altri luoghi.

L'esperienza sensoriale si vive attraverso:

- l'olfatto – i visitatori possono annusare le essenze dalla strada
- la vista – dalla collina interna si diviene spettatori
- il tatto – grazie alle isole di chicchi di caffè
- il gusto – sotto la collina il barman prepara il caffè ai clienti

Con questo progetto una caffetteria tradizionale diventa una Qubik LandCoffee.

80

Studenti

Matteo Scarabò

Giulia Paron

Sophia Noacco

sensorial experience like in

LANDSCAPE OF COFFEE



TOPOGRAPHY IS



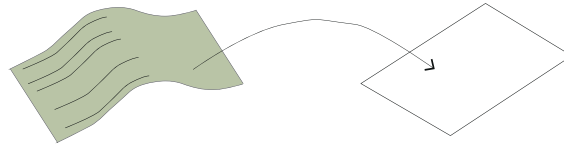
uniformity of moors

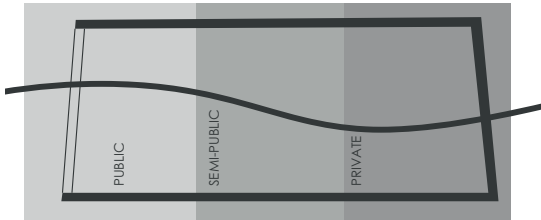
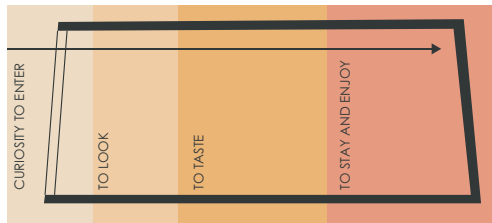


points of discontinuity

BRING A PIECE OF COFFEE LAND IN COFFEE QUBIK BAR

relation between ground and floor



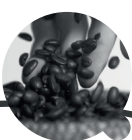
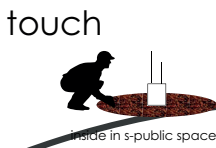
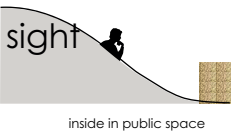


82

Immagini

Immagine concept e diagrammi funzionalità interne

A lato: planimetrie e schemi di progetto



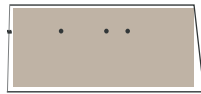
COFFEE BAR BECOMES QUBIK LAND

- Qubik caffè 8:20
- Qubik caffè FRE SHOT COFFEE
- Qubik caffè PURA ARABICA
- Qubik caffè Milano SIDA MO
- Qubik caffè VINO
- Qubik caffè GUSTO MALA TIGHT PASTORES
- Qubik caffè INDIAN PLANTATION
- Qubik caffè 0

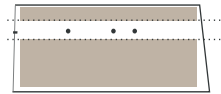
empty space



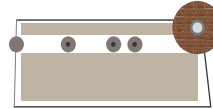
piece of land



cut moor, column like tree

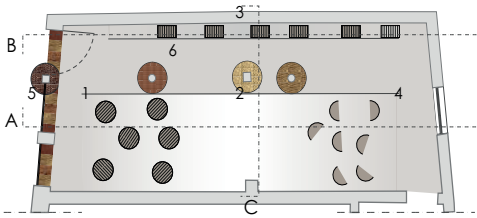


island of coffee

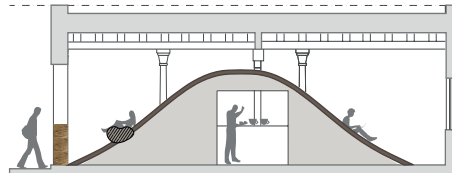


replicable model with another pieces of land

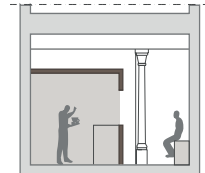
plant



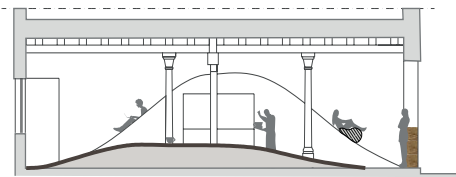
section A



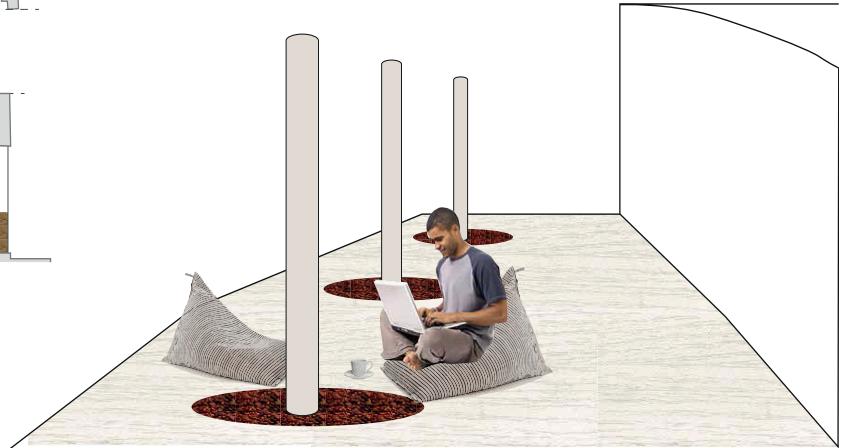
section C

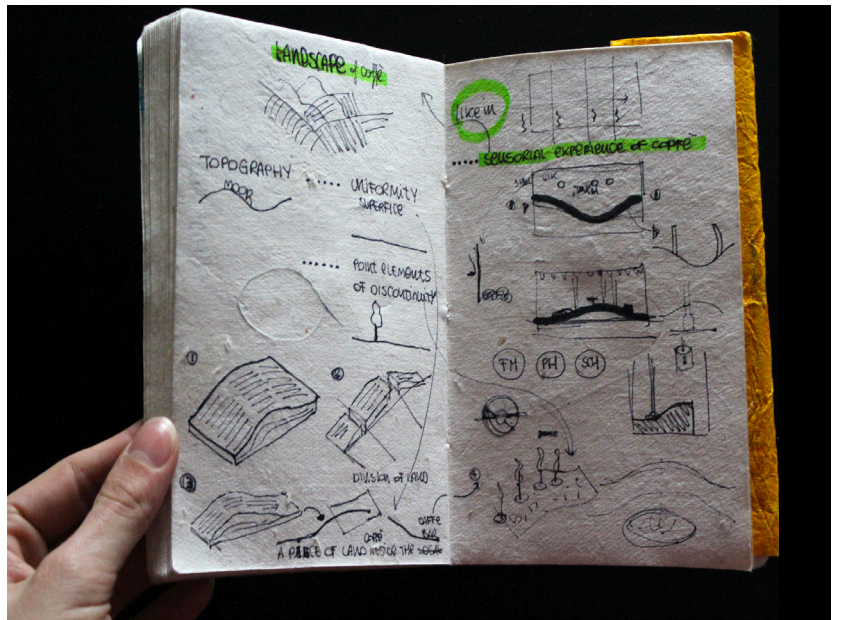


section B



- 1. public zone
- 2. counter
- 3. semi-public zone
- 4. private zone
- 5. smell
- 6. touch





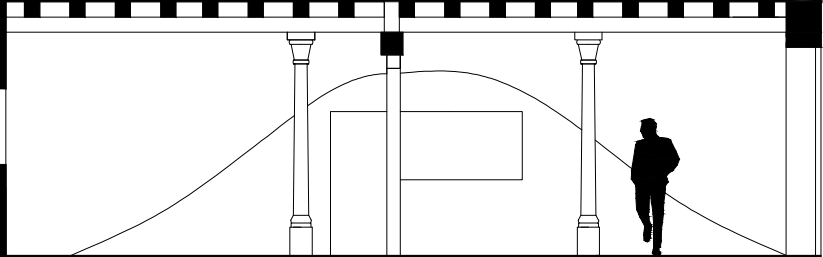
84 **Immagini**
 Schizzi di studio e Sezione di progetto

A lato planimetria generale

A/A'



B/B'

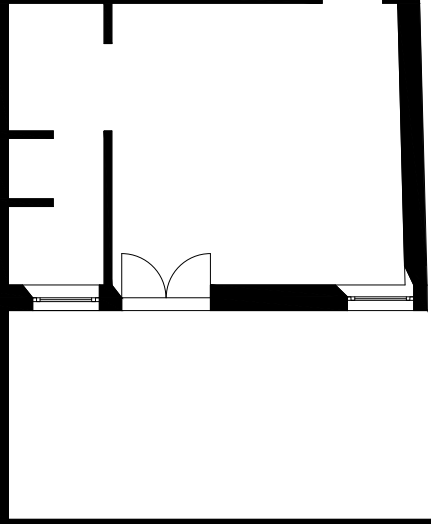


0 2 4 m

B/B'



A/A'





86 Immagini
Modelli di studio





03_Any Time

Ogni momento

Il modo che ognuno di noi ha di bere il proprio caffè è influenzato anche dal tempo di cui dispone: il bancone deve quindi adattarsi alle nostre necessità, rendendo l'atto del bere il caffè il più armonioso possibile. Per questo, l'altezza del bancone varia a seconda del tempo e delle modalità di assunzione del caffè, diminuendo man mano che la pausa si allunga.

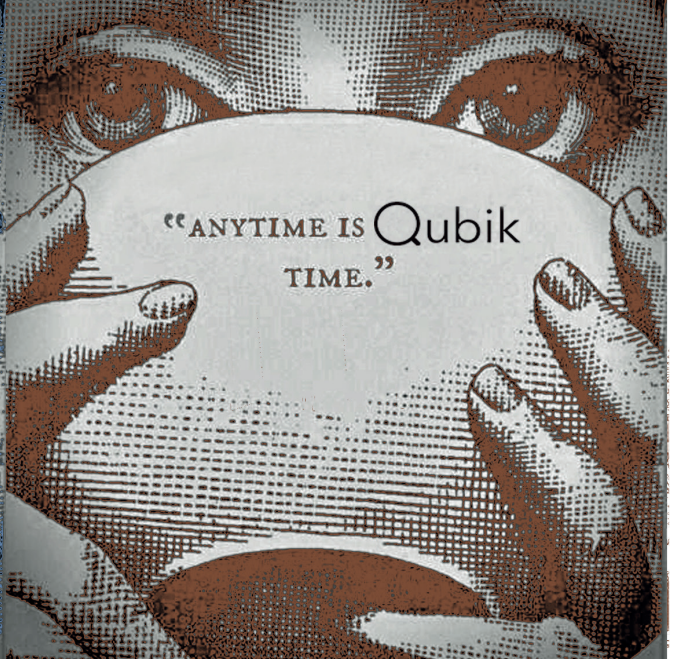
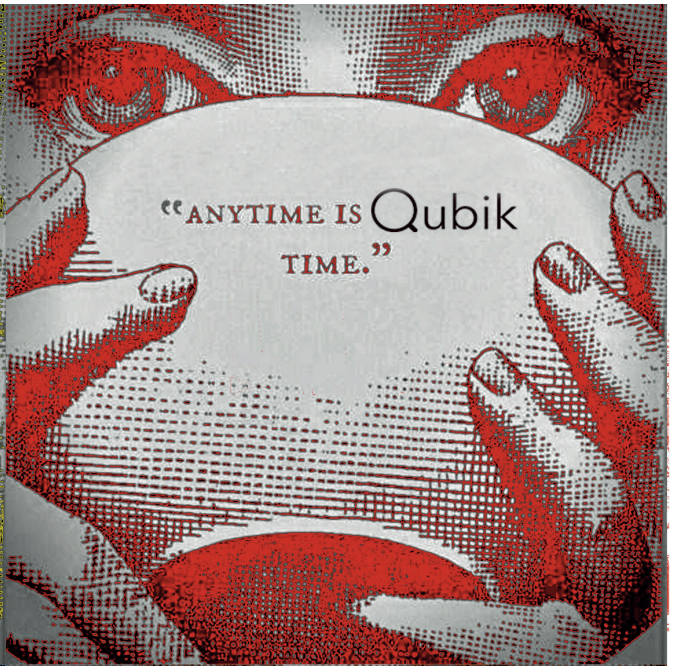
Una linea retta, che rappresenta il bancone, collega l'ingresso al retro del bar: gli elementi esistenti però vanno a modificarne il percorso esercitando rapporti di forza che la respingono o la attraggono. L'elemento caratterizzante del progetto si identifica col bancone, un unico elemento continuo verticale in Corten a cui vengono "appesi" i piani di lavoro in legno. Esso da solo racchiude la funzione di espositore, bancone, tavolo e seduta. I piani orizzontali possono inoltre essere spostati a diverse altezze a seconda della necessità. La postazione per il take away viene segnalata attraverso la fuoriuscita del bancone stesso all'esterno del locale, rendendo quest'operazione ancora più veloce e costituendo di fatto un elemento di riconoscibilità del locale.

Il retrobanco, accessibile dal personale ma non dal cliente, si caratterizza per un'inversione di orizzontalità e verticalità attraverso l'uso dei materiali: la parete verticale è rivestita in legno mentre gli scaffali orizzontali sono in Corten. Le mensole vengono tagliate in modo da leggere in negativo la Q (marchio del brand), che funziona da attrattore rispetto la spinta repulsiva della colonna. La vetrina esterna funziona da elemento di cerniera tra il sistema del bancone e quello del retrobanco.

88

Studenti

Elisa Cacaci
Eva Lepore
Martina Piazzi

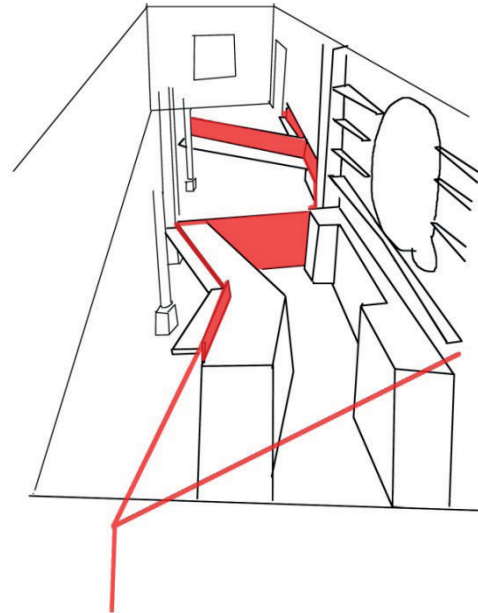
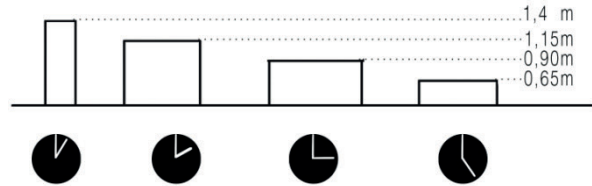
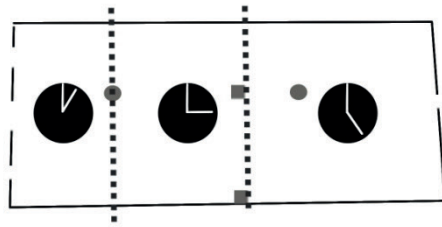
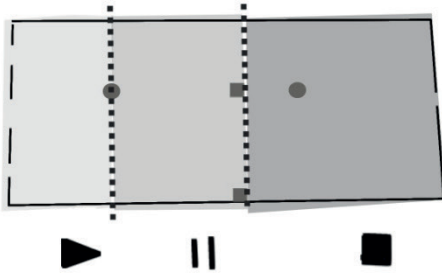
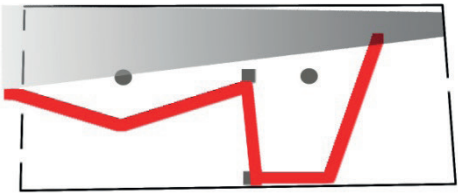
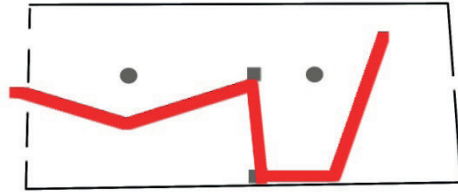
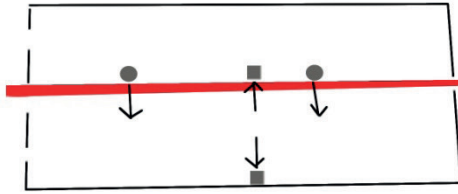


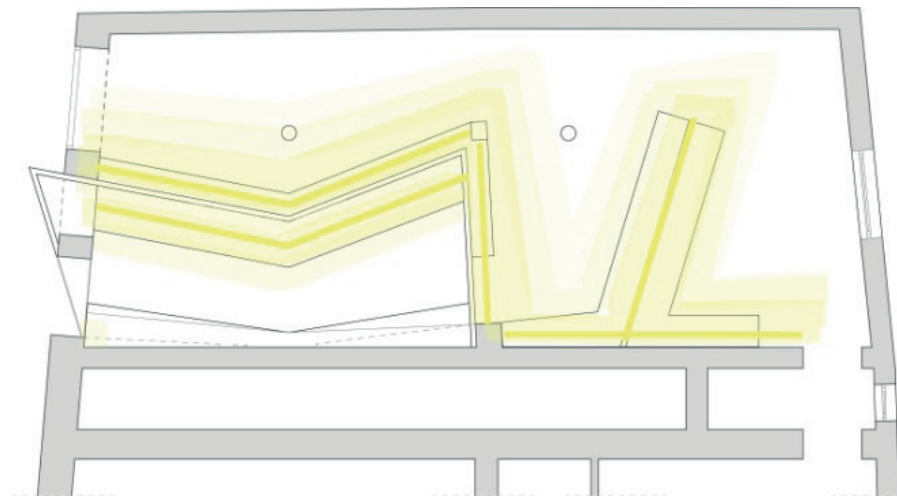


90 **Immagini**
Immagine concept e
foto rappresentazioni del
progetto

A lato: diagrammi di progetto



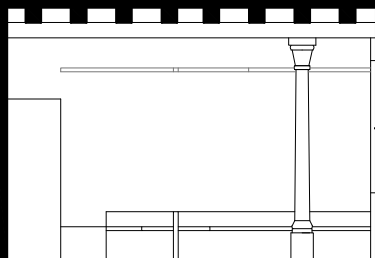




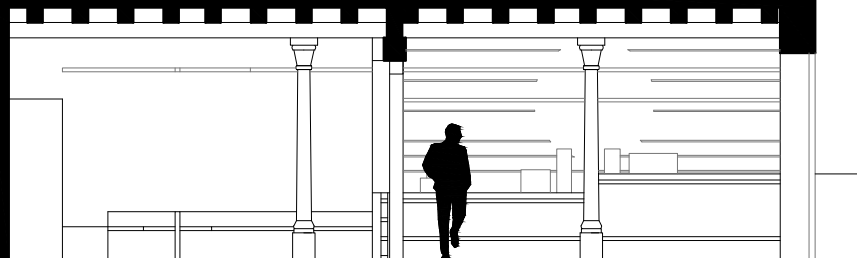
92 **Immagini**
Studio illuminotecnico
del banco bar e sezioni di
progetto

A lato: planimetria generale

A/A'

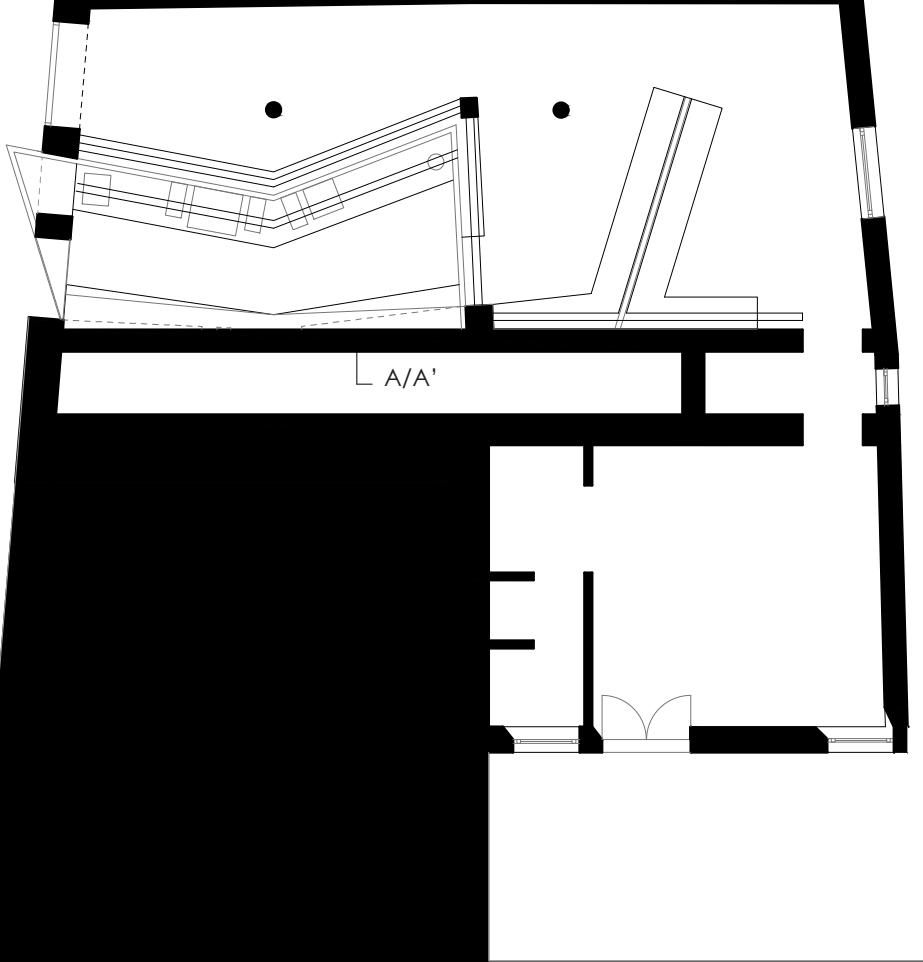


B/B'

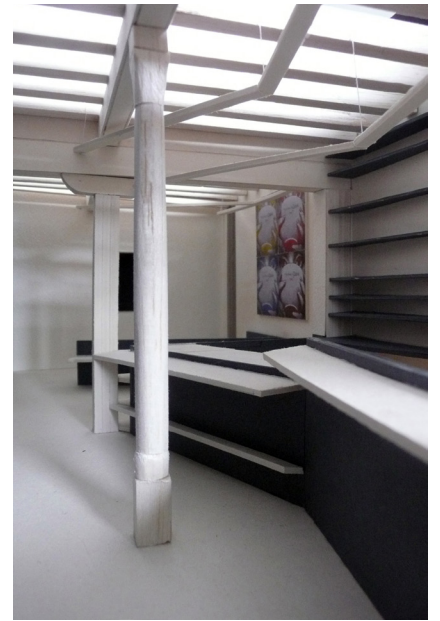
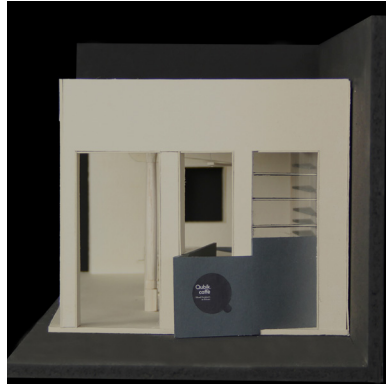


0 2 4 m

B/B'



A/A'



94 Immagini
Modelli di studio





04_Coffee time

Il tempo del caffè

Il nostro concept nasce dalla curiosità di comprendere innanzitutto che cos'è il caffè e si articola, a partire da questa idea, impostando il bar come una storia che spiega le fasi temporali del caffè: dalla raccolta, all'essiccazione, fino alla tostatura. Considerando questa linea temporale e quella che descrive la pausa per il caffè al bar e rappresentandole idealmente attraverso dei coni si nota come la loro sovrapposizione crei un contrasto tra produzione e consumo. La prima zona del bar, dove il consumo del caffè è veloce e senza sosta, nella linea del processo produttivo invece indica un tempo più lungo dove il caffè non è ancora lavorato. La seconda zona, collocata al centro del bar, identifica una sosta più lunga, paragonata alla fase dell'essiccazione e spinge il cliente ad una conoscenza più approfondita. L'ultima area del bar è stata pensata come più privata, dedicata alla degustazione, ma soprattutto alla vendita dei prodotti.

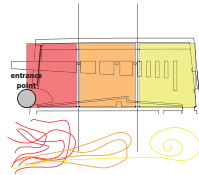
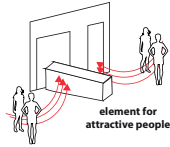
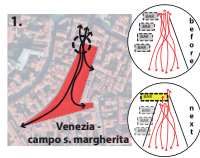
Da un punto di vista spaziale, l'elemento di forza del locale risiede nella sua posizione nell'intersezione dei flussi in entrata e uscita dalla piazza; quindi, per attirare l'attenzione, il bar si sporge all'esterno tramite l'allungamento del bancone, punto focale del progetto. La spazialità del locale si gioca prevalentemente su questo elemento, perno dell'attività di miscela del caffè, che si sviluppa in modo massiccio per tutta la lunghezza del locale. Il bancone viene ritmato e spezzettato in modo da definire spazi di lavoro precisi in linea con il concept di progetto mentre, nella parte finale, quasi si smaterializza per permettere alle persone di avvicinarsi in maniera più intima.

96

Studenti

Alessia Troian
Ilaria Buffin
Valentina Comar





98 Immagini
Diagrammi di studio

A lato: plaimetria di dettaglio

what do you think of this coffee?

well, it's just a coffee, nothing more

there are different types of coffees collected in different parts of the world and you know there are different types of roasting

oh, it's fantastic!

and do you know what you're drinking?

QUALITY PROCESS

PROCESS SLOWLY

COSTUMER SPEED

FAST COFFEE

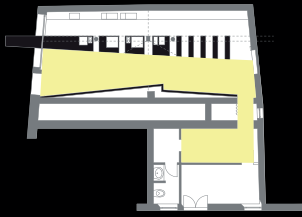
BAR CONCEPT

PROCESS MEDIUM

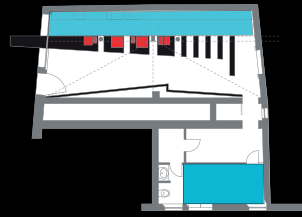
MEDIUM COFFEE

PROCESS FAST

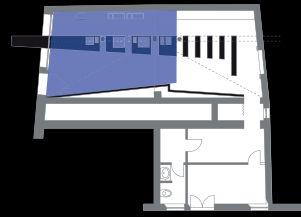
SLOWLY COFFEE



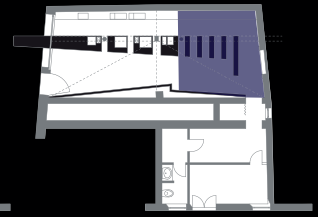
public space



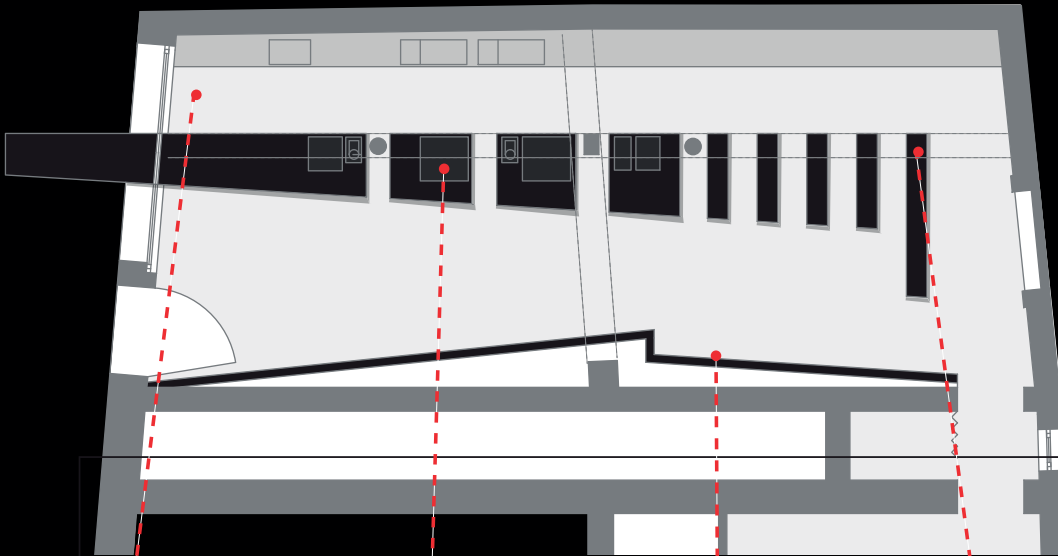
service



bar



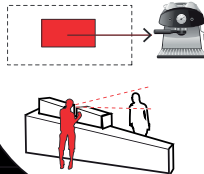
retail



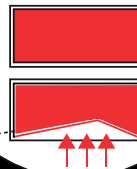
Take away zone



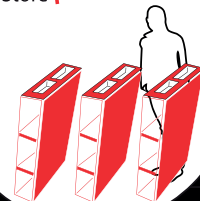
coffe machines



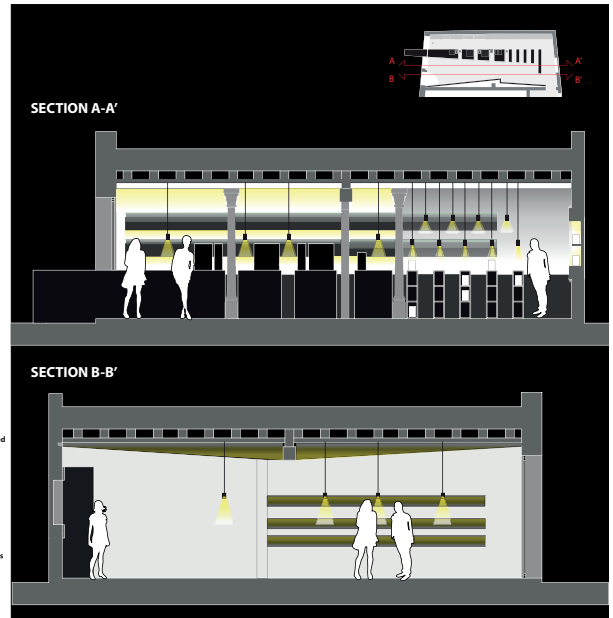
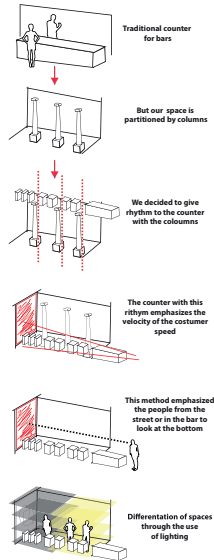
walls



Store

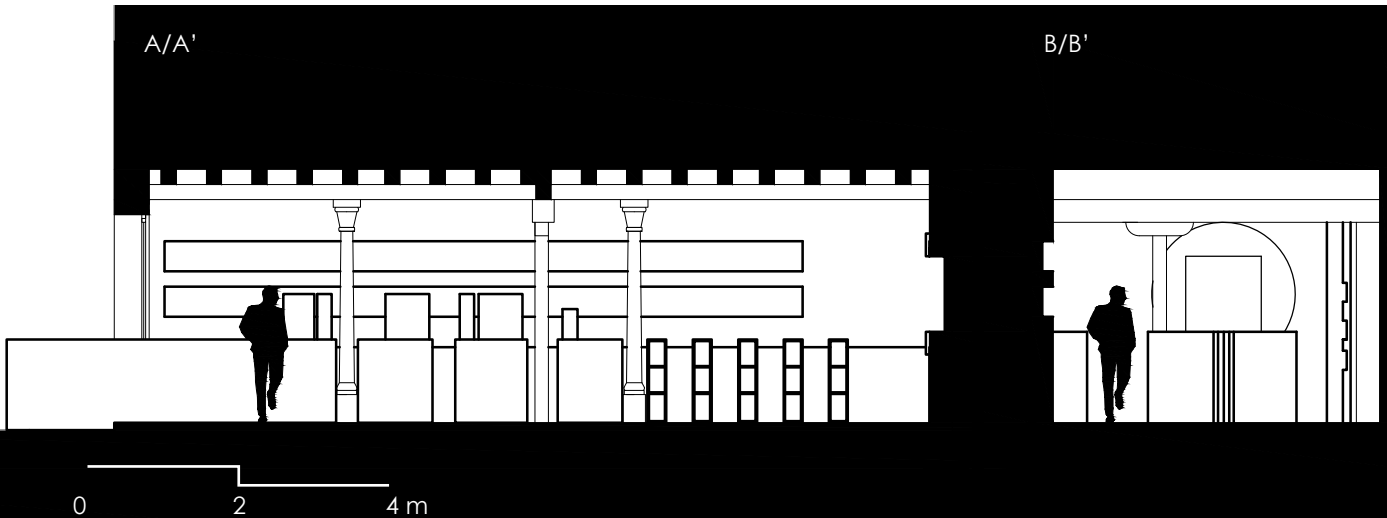


STRATEGIES FOR THE SPACE



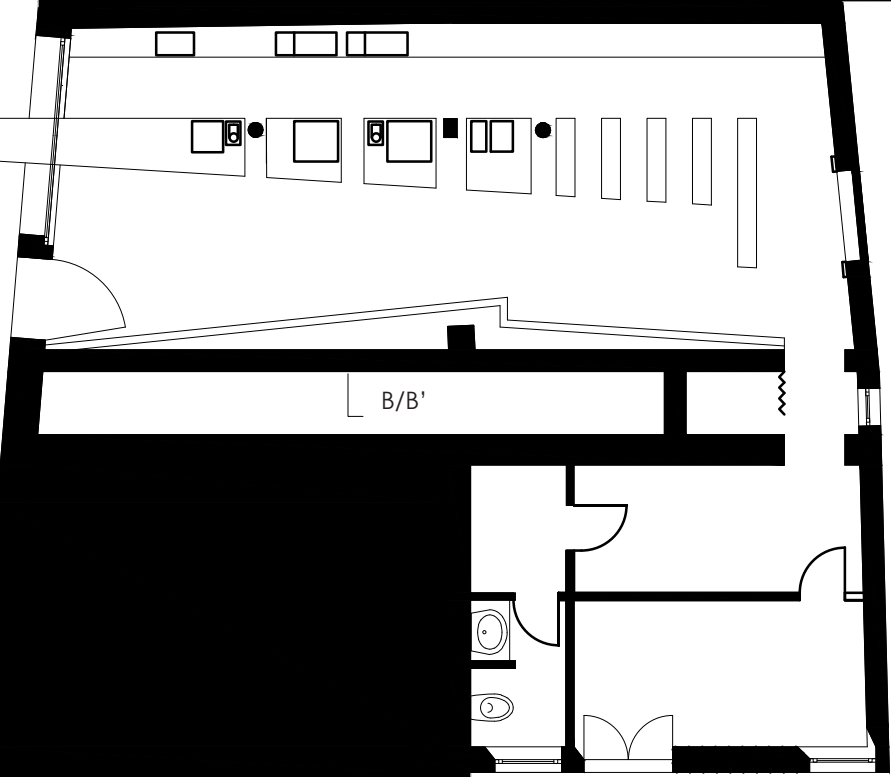
100 Immagini
Studio della luce e immagine
concept, sezioni di progetto

A lato: Planimetria generale



A/A'

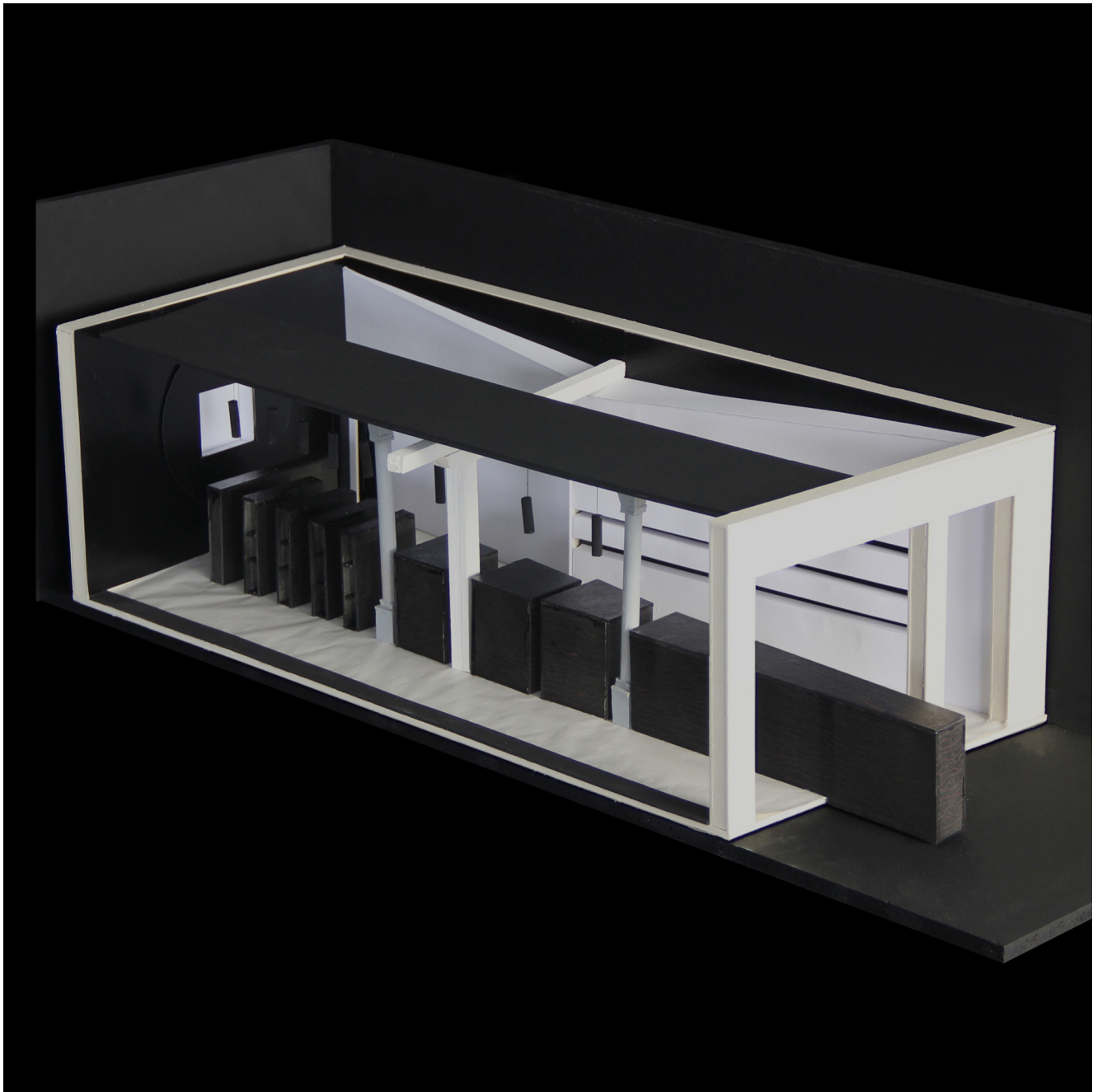
B/B'





102 Immagini
Modelli di studio





05_Social Cafe

Caffè sociale

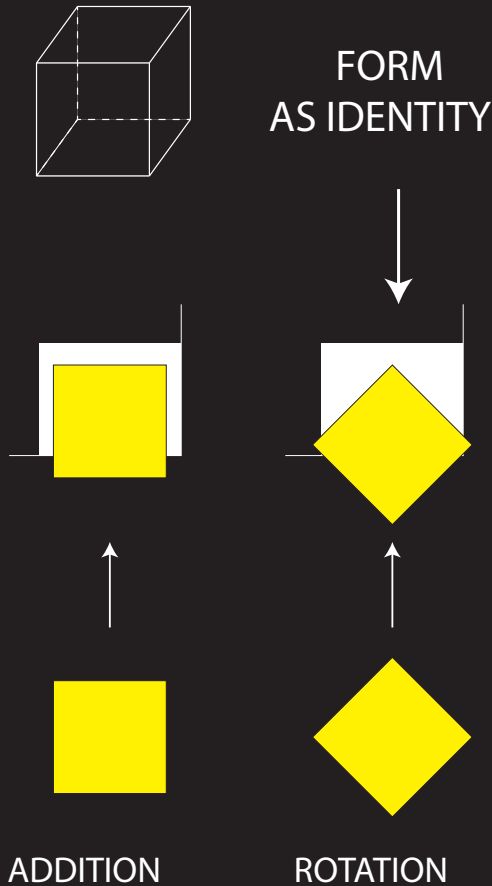
Il progetto si pone come obiettivo quello di tradurre nella realtà i valori fondanti del brand come descritti sul sito web del marchio: Qubik è giovane, semplice, curioso, eclettico e rilassato ma anche forma, colore, tipografia e aspetto.

Volendo, inoltre, concepire un bar che fosse replicabile e riconoscibile in quanto tale ma anche al passo con i tempi, in relazione ad aspetti come il sociale o all'offerta di un servizio take away pratico e facilmente accessibile, è nato il concept bar Qubik che prende le mosse da due semplici operazioni compositive quali addizione e rotazione: un quadrato nero, riconducibile alla matrice piana del cubo (cubo/Qubik/forma identitaria) viene inserito nello spazio designato e successivamente ruotato al fine di instaurare un rapporto più complesso tra esterno e interno, permeando l'uno dell'altro. Al di sopra di questa pavimentazione quadrata trova collocazione un grande tavolo sociale, chiamato QubikSocialTable, sul quale condividere idee, progetti, incontrare un amico o fare nuove conoscenze, il tutto davanti ad un buon caffè; il tavolo prosegue, inoltre, all'esterno del locale come luogo di consumo per il prodotto take away prelevabile da un'apposita postazione walk-through. Le sedute che circondano il tavolo sociale sono state pensate come cubi in legno con dei fori a forma di Q: i QubikCube possono anche essere posizionati uno sull'altro, creando uno spazio espositivo per i prodotti in vendita.

104 Studenti

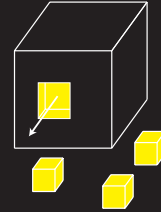
Stefano Di Sotto
Luca Fano
Erico Leghissa

QUBIK CAFFE' _CONCEPT BAR

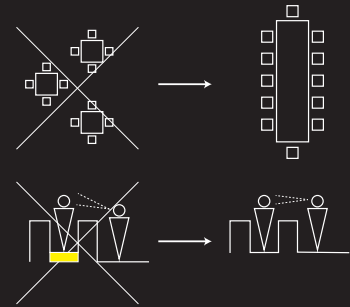


What is Qubik ?

PRACTICAL
take away
drink outside
sit everywhere

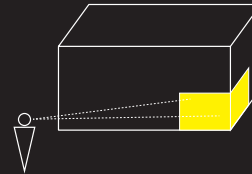


SOCIAL
social table
interaction
relax
entertainment



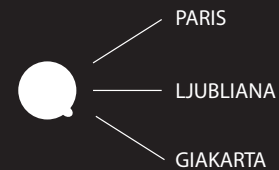
RECOGNISABLE

appearance
curiosity
emergency



REPLICABLE

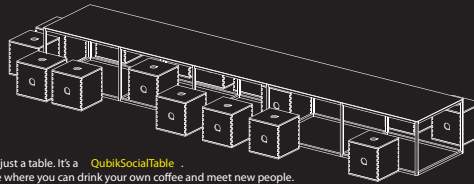
cosmopolite
multicultural



QUBIK CAFFE' _CONCEPT BAR



QubikSocialTable

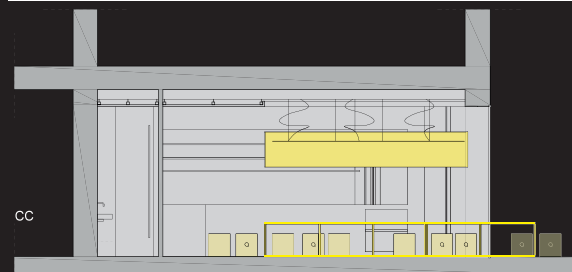


It's not just a table. It's a **QubikSocialTable** .
A place where you can drink your own coffee and meet new people.
A place where you can study or read a good book.
A place where you can work with your laptop alone or in good company.
But using this **QubikSocialTable** you will feel like being part of a big family .

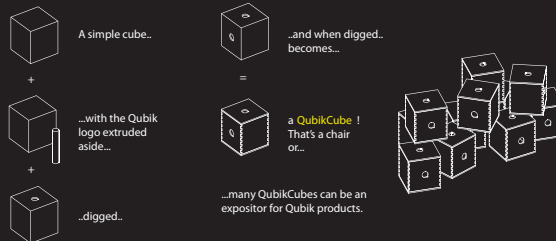
106 Immagini
Diagrammi e sezioni di
progetto

A lato: planimetria e concept

QUBIK CAFFE' _CONCEPT BAR

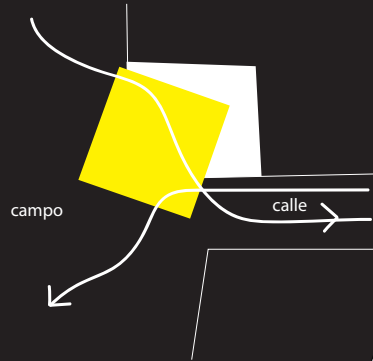


QubikCube

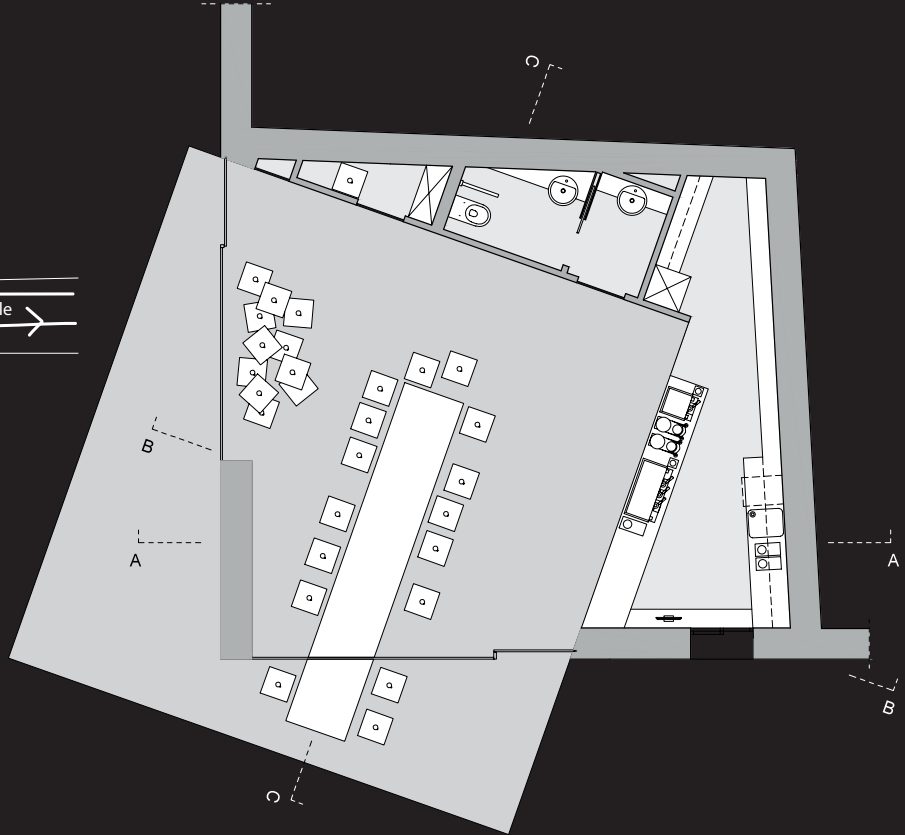


QUBIK CAFFE' _CONCEPT BAR

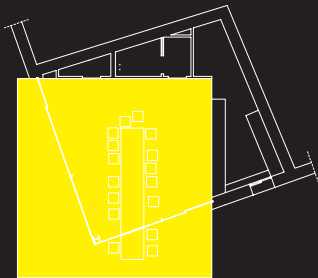
FLUSSI



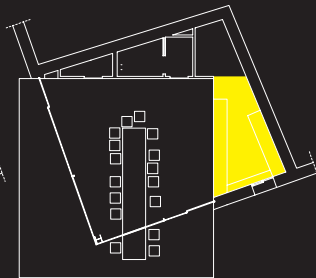
- 1_outside coffee space
- 2_inside coffee space
- 3_social table
- 4_working space
- 5_counter
- 6_back counter
- 7_cash register
- 8_service space
- 9_bathroom
- 10_technical room



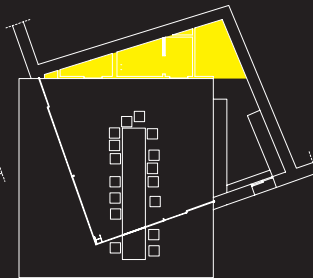
THE SOCIAL SPACE



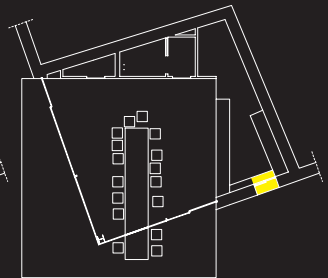
THE COFFEE SPACE

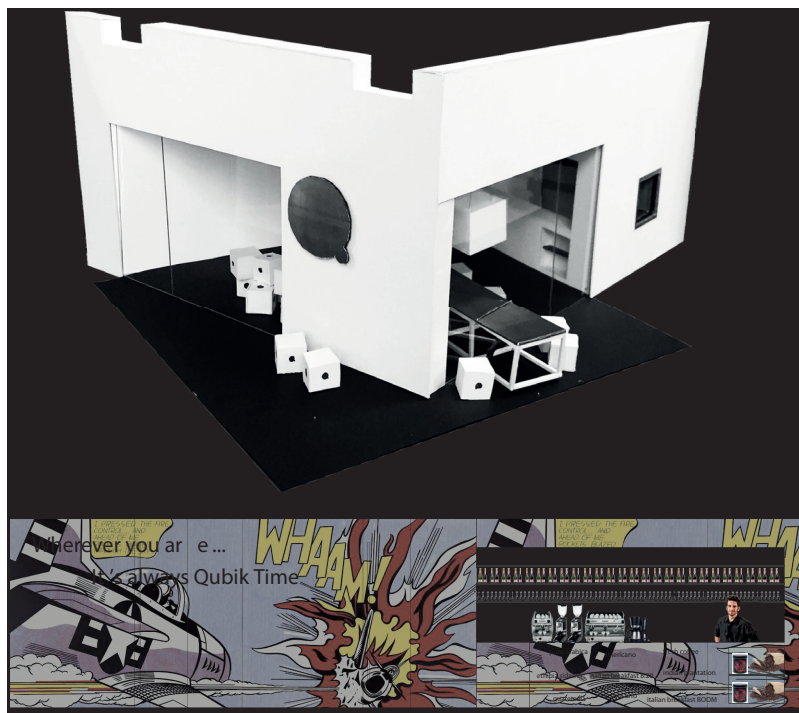


THE SERVICE SPACE



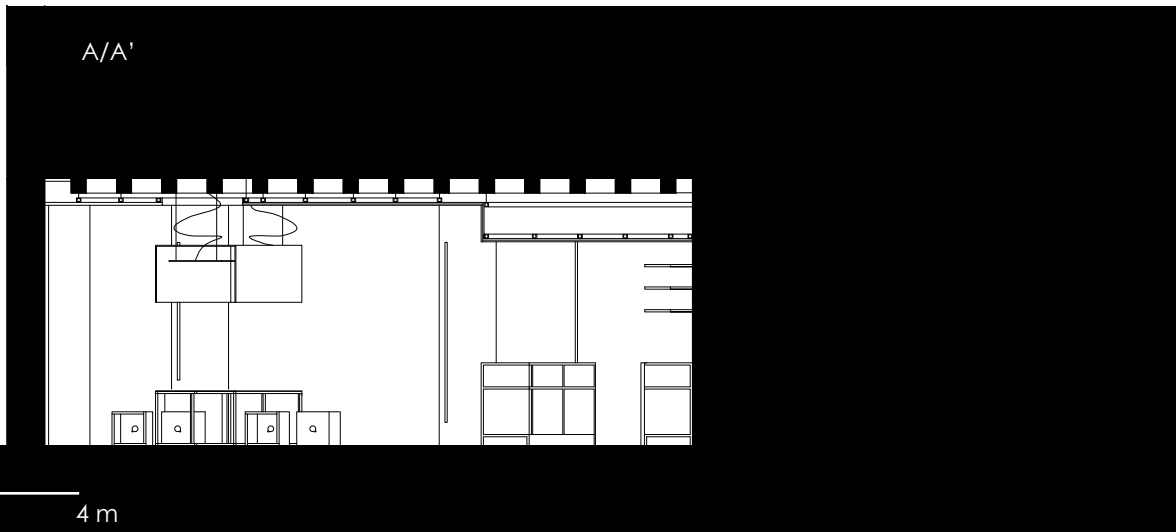
THE TAKE-AWAY SPACE



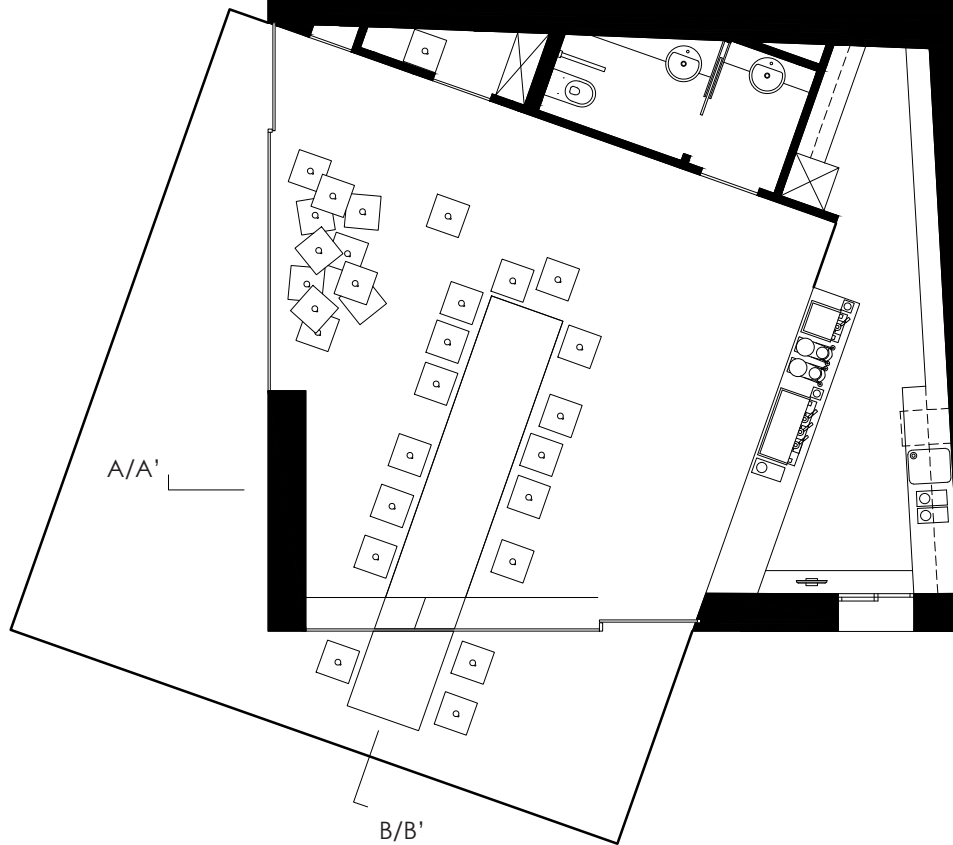


108 **Immagini**
Immagine concept Qubik e
sezione di progetto

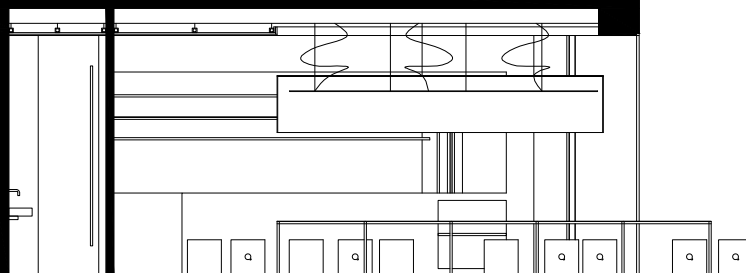
A lato: planimetria generale

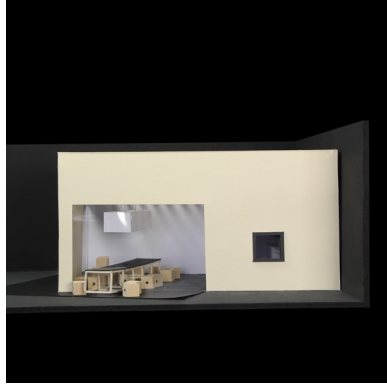


0 2 4 m

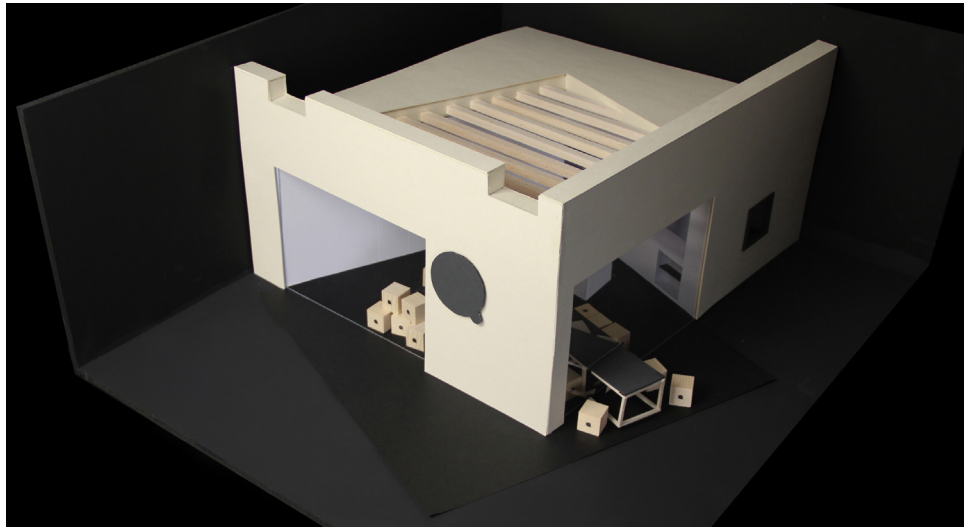


B/B'





110 Immagini
Modello di studio





06_Transparency

Trasparenza

Abbiamo immaginato il concept bar come fosse teatro della vita delle persone e allo stesso tempo dei prodotti del brand Qubik caffè. Abbiamo pensato che potesse essere utile fare riferimento a degli spazi espositivi e questo ci ha portato ad osservare due tipi di spazi: il Serpentine Pavilion dell'architetto Fujimoto, per le differenti relazioni che instaura con la figura umana, ed il padiglione della Croazia alla Biennale di Venezia del 2010 che reinterpreta il concetto di miraggio.

Trasparenza e adattabilità sono, quindi, le caratteristiche che ci hanno interessato e che connotano il nostro progetto.

Una trasparenza che renda protagonisti dello spazio prodotto e consumatore allo stesso tempo, instaurando delle relazioni di prossimità all'interno e verso l'esterno.

Adattabilità rappresentata da un volume/non volume ligneo che prende forma a seconda delle esigenze, da bancone a spazio espositivo a seduta o tavolo.

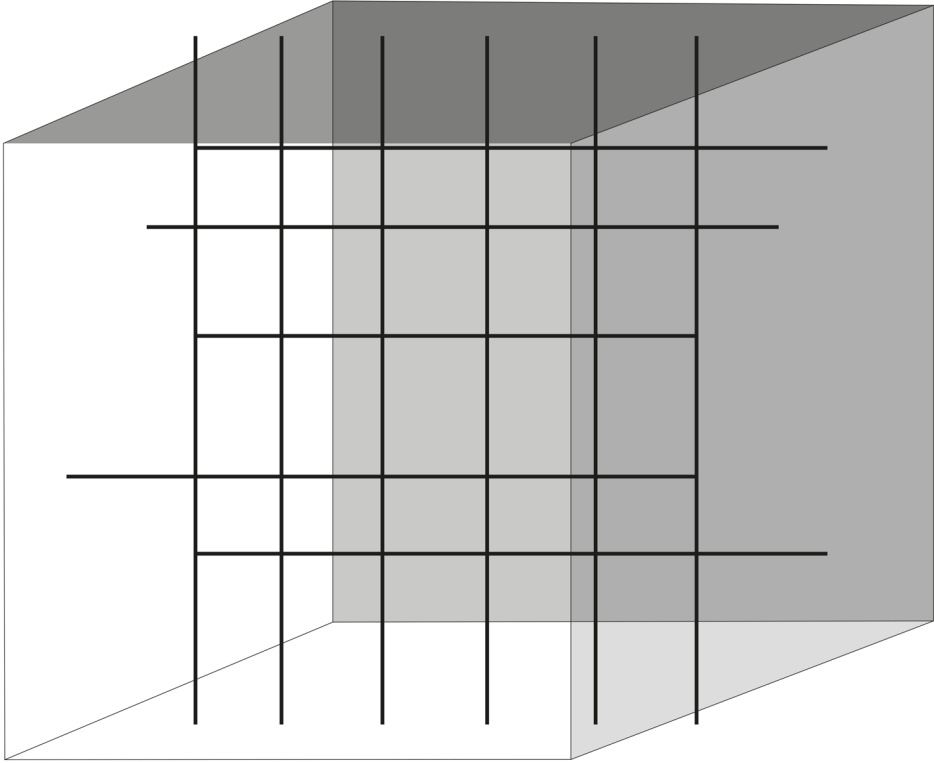
Il programma distingue, ma non divide, due ambiti: quello della consumazione veloce e quello della consumazione lenta.

Entrambi vengono valorizzati dal gioco della luce, indirizzante nel primo, avvolgente nel secondo.

Attraverso la vetrina, i passanti possono osservare tutto ciò che avviene all'interno: il canale prospettico che attraverso l'illuminazione porta lo sguardo direttamente alla macchina del caffè, fulcro simbolico del bar; gli addetti al lavoro; l'esposizione del prodotto e la soddisfazione del cliente nell'abitare lo spazio e assaporare i gusti del caffè.

112 Studenti

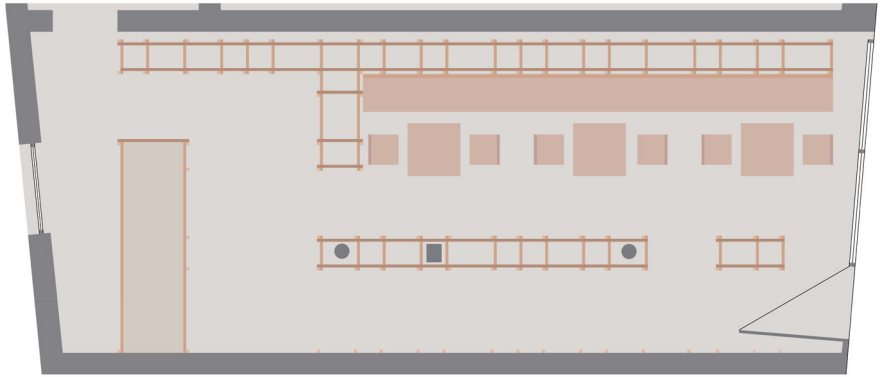
Laura Vidali
Alessio Pacor
Veronica Fusaro



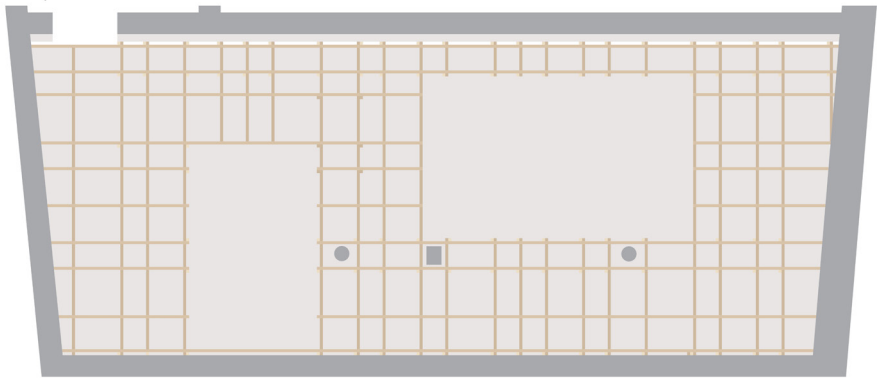
114 **Immagini**
Planimetria del distributivo
interno

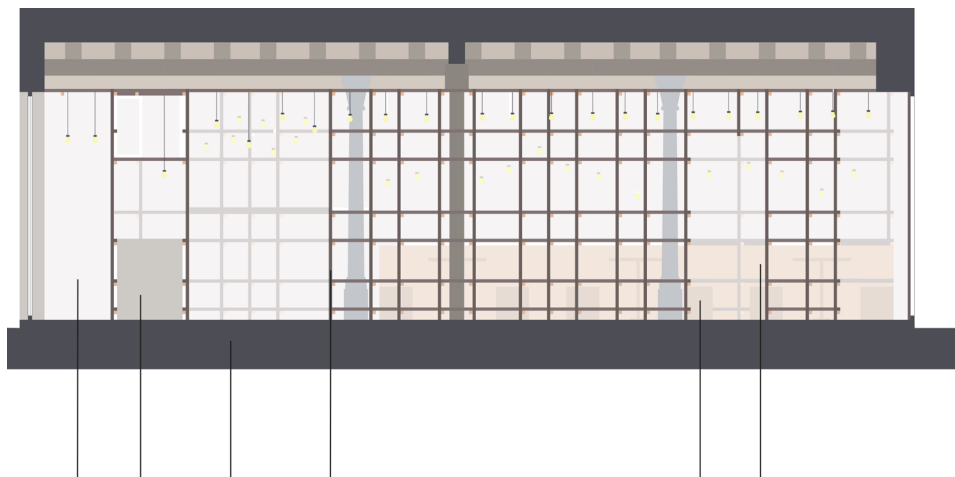
A lato: diagramma concept
Qubik

pianta scala 1:20



pianta carpenteria





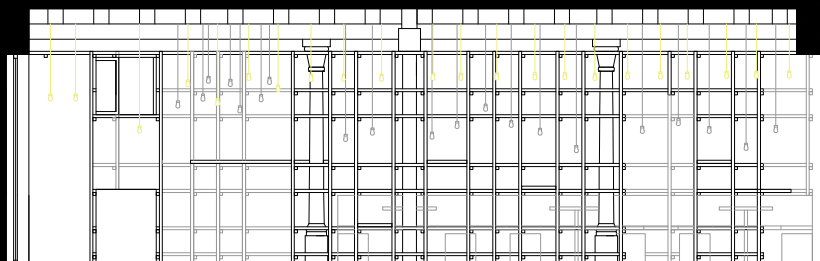
Materiali

pavimento struttura gabbia arredamento
 pareti laterali
 bancone
 CEMENTO LISCIATO LISTELLI DI LEGNO LISTELLI DI LEGNO

116 Immagini
 Sezione con analisi
 dei materiali e sezione di
 progetto

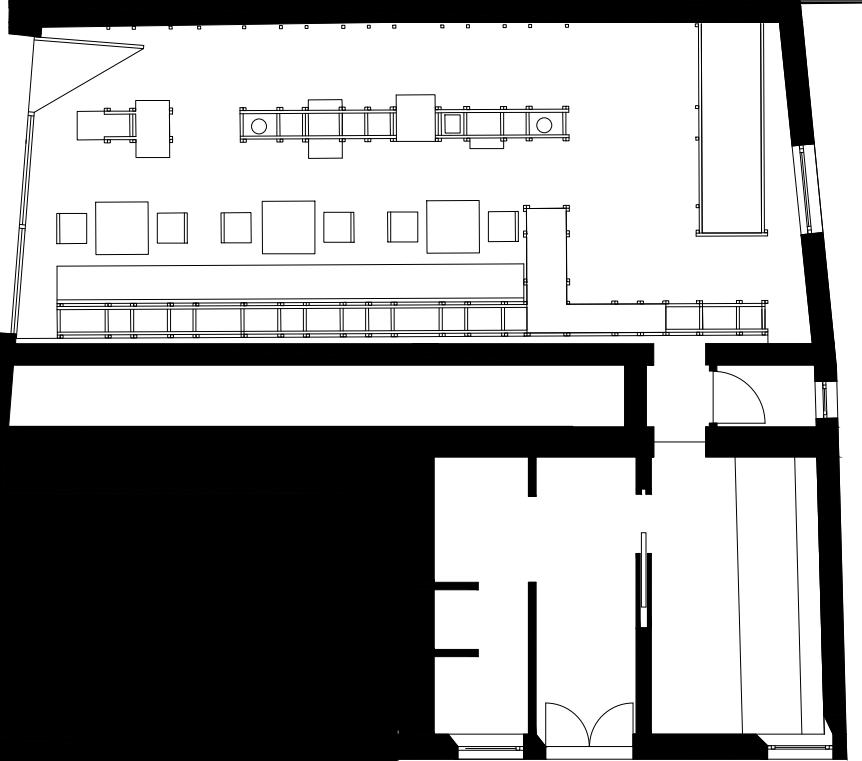
A lato: planimetria generale

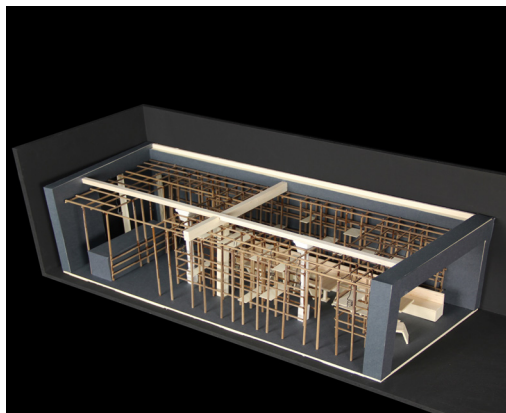
A/A'



0 2 4 m

A/A





118 Immagini
Modello di studio





07_Open, walking, meeting, Bar

Bar

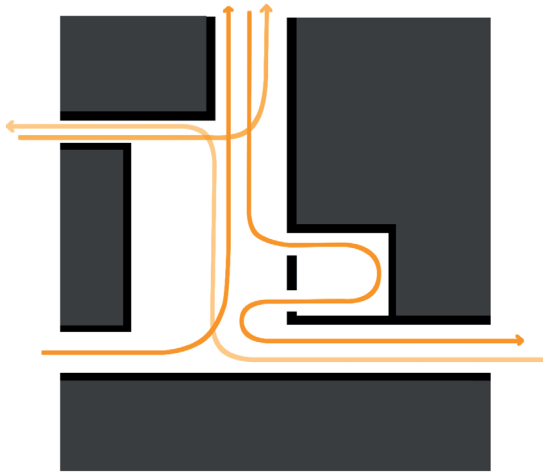
Una strada, una piazza o un caffè?

Prima di aprire un bar bisognerebbe chiedersi: perché qualcuno dovrebbe scegliere proprio il mio? L'offerta è vastissima, non basta distinguersi attraverso un buon design ma offrire una motivazione forte. Perché i clienti, anziché usare la propria macchinetta di casa o di ufficio escono in strada e cercano un buon posto? Il mondo oltre la porta di casa è inevitabilmente fondato sulle relazioni: una volta deciso di uscire in strada si è già deciso di parlare con qualcuno, con la voce o solo con gli occhi, è comunque un modo di comunicare.

Il nostro bar è il luogo in cui l'istinto dell'uomo di creare relazioni trova il suo palcoscenico. Le porte si aprono sulla strada, dove la gente passa alla ricerca di un impreciso qualcosa che sazi il desiderio di pausa, offrendo un luogo concentrato e semplice. C'è un bancone, lo si vede distintamente, ma è un oggetto dalla forma non comune che lascia il vuoto d'arredo intorno a sé. C'è solo la gente ed è chiaro che lì sta accadendo qualcosa, c'è frenesia e ad animarla, al centro, si riconosce il mattatore e la sua compagna elegante: sono il barista e la macchina del caffè, che suona la sua inconfondibile musica, diffondendo odore di caffè, latte e schiuma. È calore, è rumore, è il morbido profumo di vita sociale all'italiana. Vogliamo catturare così le persone che passeggiano, stimolare udito, olfatto e gusto, e dare la sensazione che entrare non sia impegnativo perché il bar ricorda uno stand temporaneo dove il venditore offre i suoi prodotti semplicemente allungando la mano senza interrompere la tua camminata.

120 Studenti

Michela Battaglia
Federico Galvagni
Ilaria Zaupa

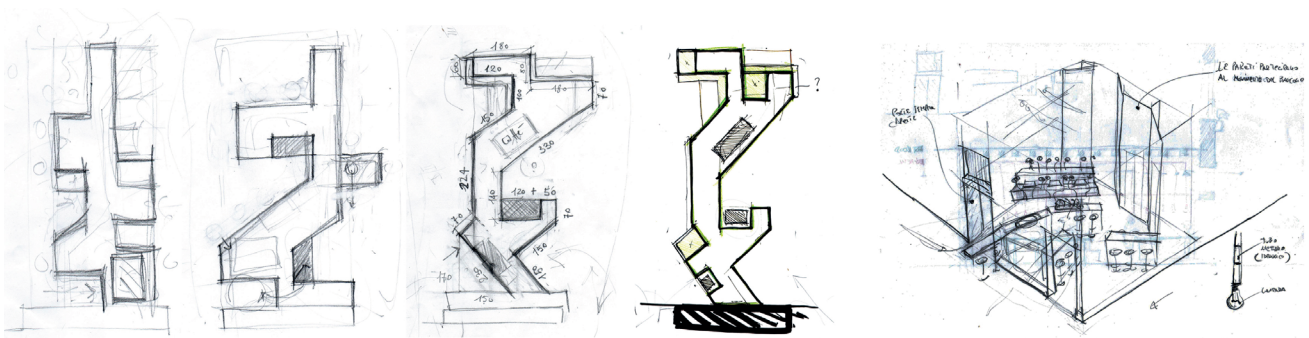
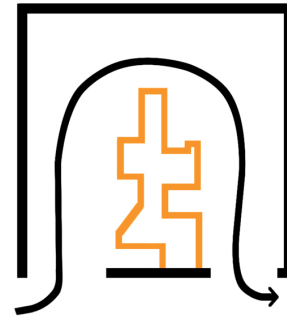
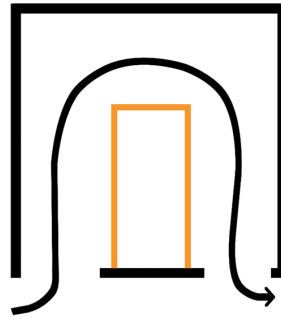
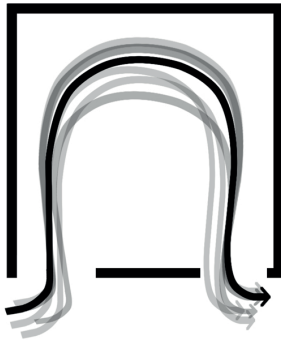


QUBIK IS NOT TRADITIONAL

The stream of people flows through the bar in the same way it walks through the street, because there is no barrier between outside and inside.

There is a shared space between customer and waiter, so that there are no real differences between the two, they are on the same level.

The central element in this design creates by itself a distinction among different situations, and it is the only element of the design to do so.



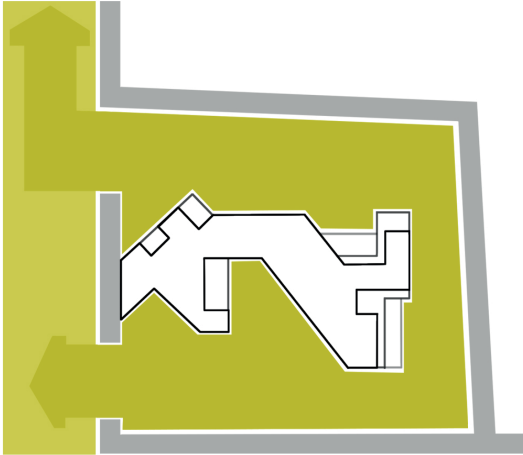
122 **Immagini**
Diagrammi di progetto

A lato: planimetria del
concept Qubik

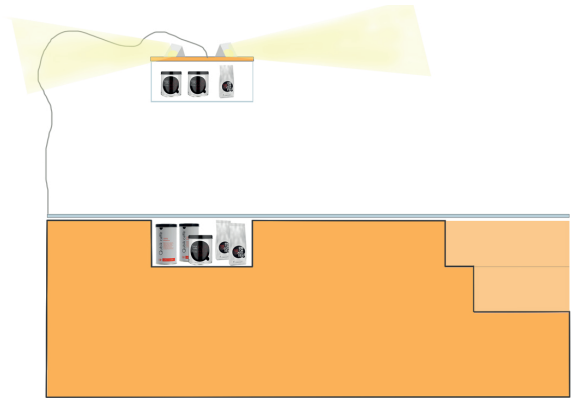
Per questo il bar ha sempre le porte aperte e a sottolineare la continuità tra esterno e interno il pavimento è lo stesso della strada. Ma, soprattutto, si infrange il limite che si trova in ogni altro caffè: non c'è barriera tra barista e clienti perché questi condividono lo stesso spazio, lo stesso tavolo in cui si svolgono tutte le funzioni. Il bancone è piegato e tagliato per ospitare funzioni del bar e sedute, da limite fisico che separa diviene oggetto di condivisione tra i clienti (conoscenti o meno) e tra questi e lo staff. Non ci sono barriere. E' la piazza. Per il banco pensiamo a una struttura modulare in acciaio, rivestita con pannelli di materiali e colori variabili, per sfruttare la forma dello "sfondo" ospitante, personalizzando il nostro oggetto: cambiando locale, cambierà forma e organizzazione, evitando la monotonia stilistica tipica delle catene. La macchina del caffè, fulcro e ragione d'essere del locale, trova posto al centro della forma, le tazze lavate e calde sono poste sopra, l'operatore ha a sua disposizione tutto l'occorrente di un normale bancone da bar. Nei punti d'angolo bacheche trasparenti ospitano la gamma di prodotti del marchio, con indicazione di origine geografica e processo di trasformazione. Non si trovano panini o altro, solamente selezione di caffè. Non resta che scegliere e ordinare. In base al tempo a disposizione, è possibile sedersi, accanto ad altri avventurieri con cui iniziare una conversazione, o restare in piedi osservando il barista preparare la miscela richiesta.

QUBIK IS WORLDWIDE

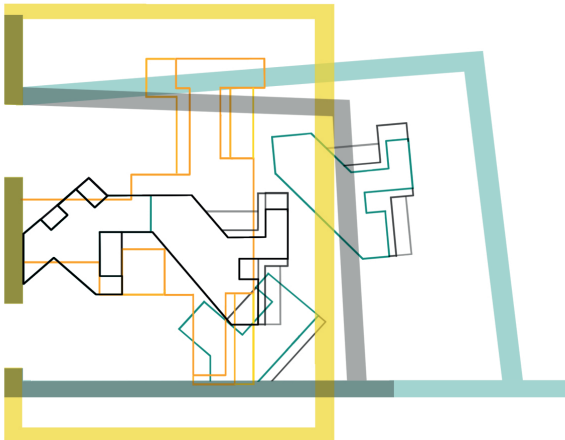
The bar is the same as the street.
The flooring is the same as the pavement outside.



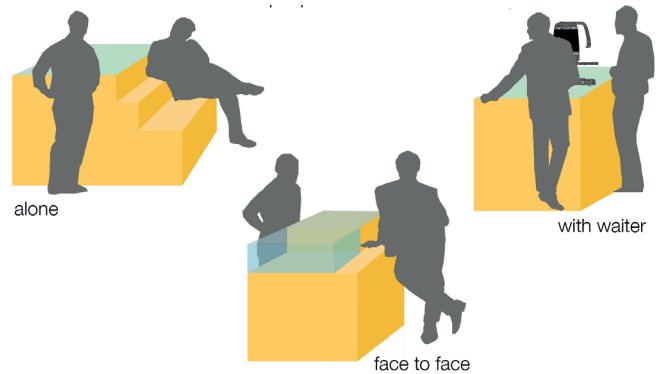
The central element contains all the functions
(table, chair, technical space, warehouse)



The layout is not as important, as there is only one
central element, and it can be changed to fit a
different physical arrangement.



The bar creates different situations
there are different kinds of relation
between the spaces, there are new relation
between people



our Project

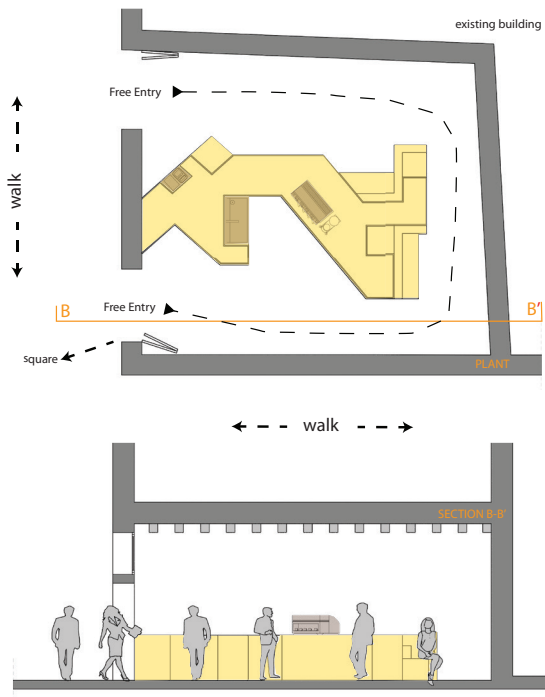
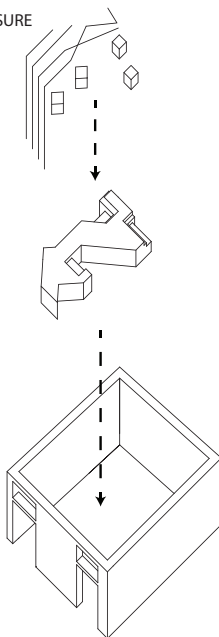
standing, leaning, sitting

LIGHTS / EXPOSURE

TABLE

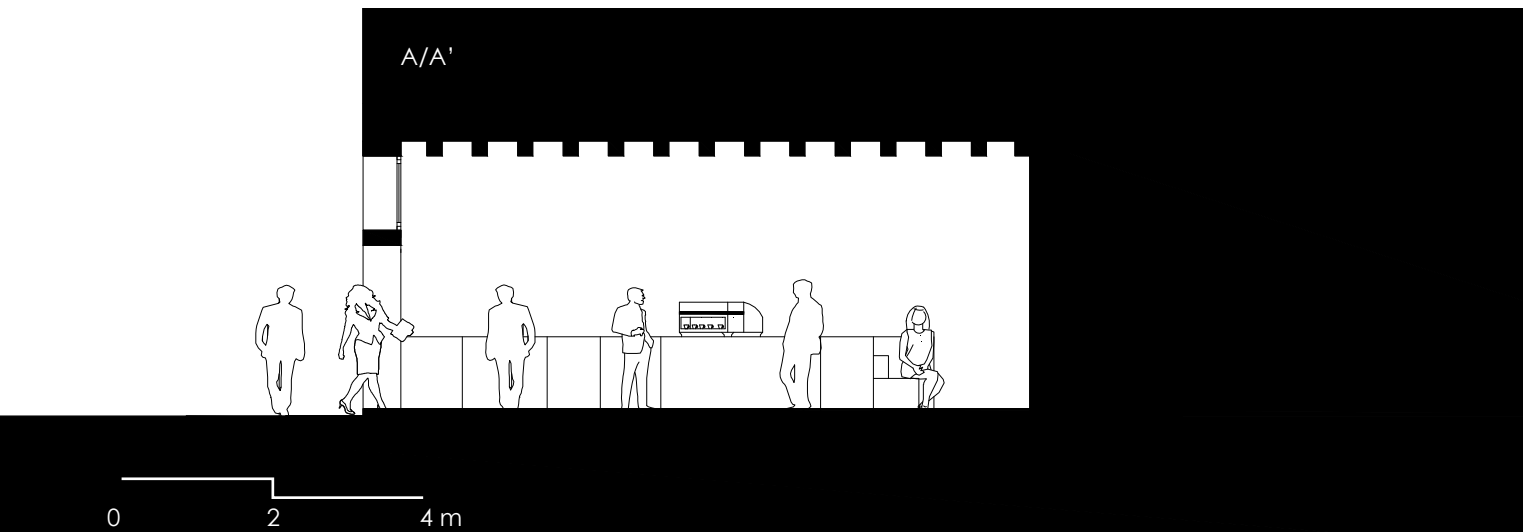
CONTAINER

LOGIC DIAGRAM



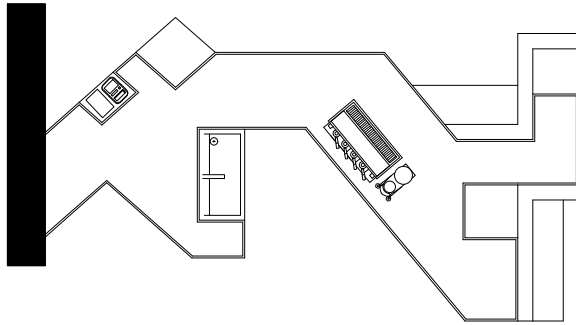
124 Immagini
Diagrammi e concept interno
e sezioni

A lato: planimetria di progetto

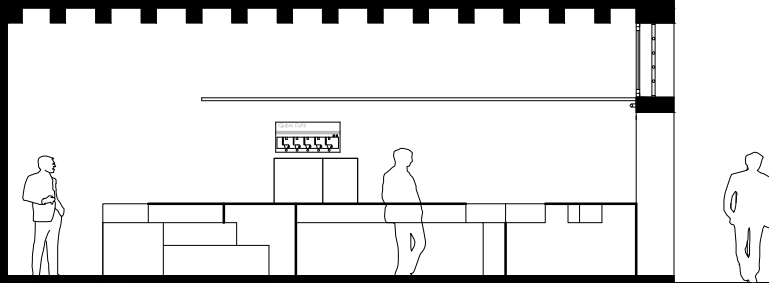


A/A'

B/B'

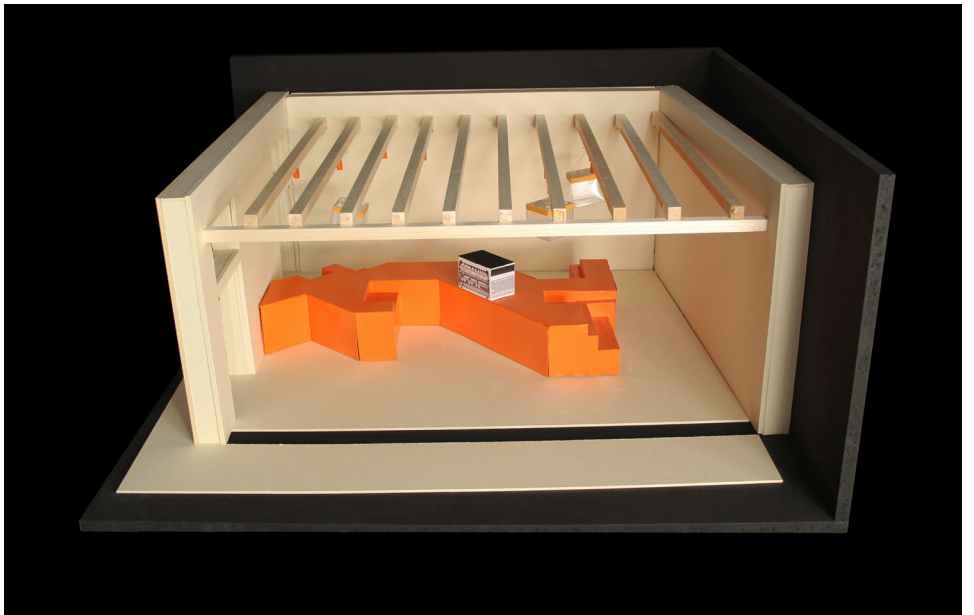


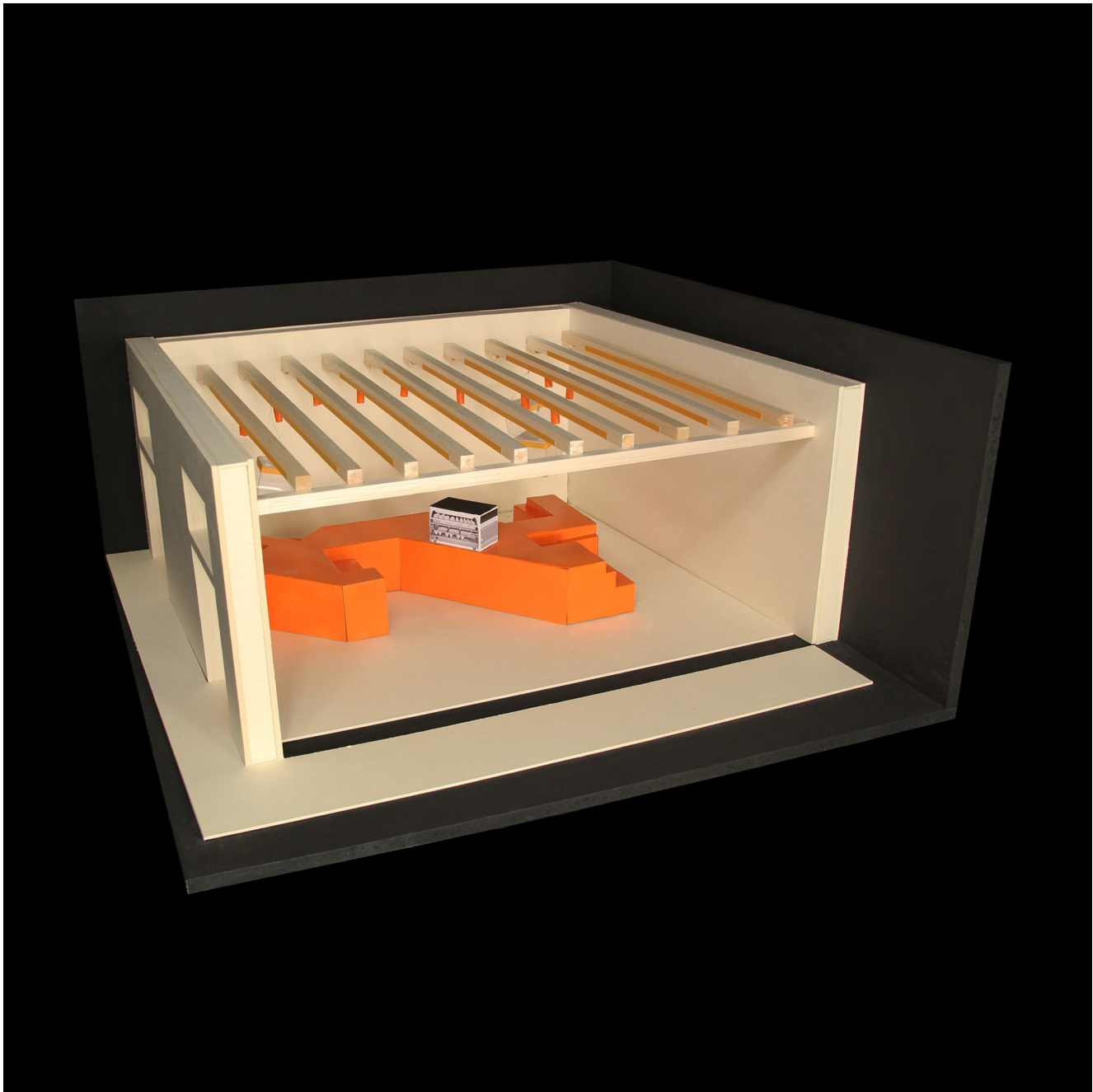
B/B'





126 Immagini
Modello di studio





08_Coffee desk

Banco da caffè

Per noi Qubik oscilla tra globale e locale, sociale e calmo, giovane e tradizionale.

Il progetto coglie l'orientamento longitudinale dell'ambiente in cui si inserisce, leggendone una sequenza per fasi basate sui tempi di consumazione.

Si è quindi lavorato sulla scelta dei materiali di progetto e si è individuato nel legno un materiale che soddisfa i requisiti del brand: è facilmente reperibile in tutto il globo ma presenta particolarità legate al contesto (globale/locale), per questo è saldamente legato all'esperienza diretta di tutti (sociale, tradizionale) e dona all'ambiente calore e comfort (calmo, riflessivo). In particolare, si è optato per tavole di rovere, orientate secondo l'orditura delle travi in legno presenti sul soffitto. Si è poi scelto di accostare il legno ai colori del brand, il bianco e il nero, utilizzati per i rivestimenti di pareti e arredi. Per ciascuna delle fasi si è pensato ad un dispositivo di consumazione: dei "ponti di legno" (wooden bridges) che si alzano dal pavimento ad altezze diverse, consentendo la seduta o la sosta in piedi; elementi d'illuminazione puntuali calati dall'alto illuminano il piano di appoggio e marcano i wooden bridges.

In accordo con il carattere social del brand, le aree di media e veloce consumazione si fondono insieme, cercando di favorire relazioni tra diverse tipologie di consumatori e generando così percorsi non lineari che stimolano la curiosità del visitatore e lo spingono ad addentrarsi all'interno dell'ambiente.

128 Studenti

Giulia Bonetti
Michele Gammino
Alessia Pelizon

1. identity

group 8

giulia bonetti, michele gammino, alessia pelizon

global/
local

social/
calm

young/
traditional

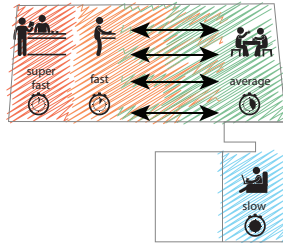
Qubik
caffè

— *scelto e torrefatto
a Trieste.*

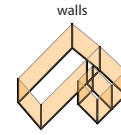
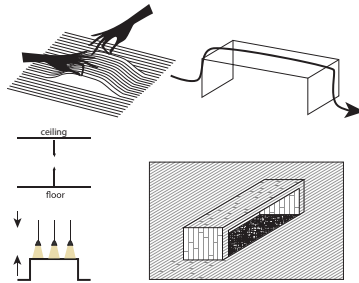
2. concepts and materials

group 8
giulia bonetti, michele gammino, alessia pelizon

areas and speed of consumption

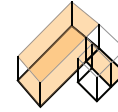


wooden bridges and light system



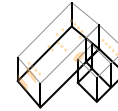
walls
washable plaster
WHITE

floor, ceiling and furniture



local WOOD

punctual elements

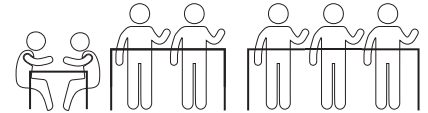


BLACK paint

materials



modules



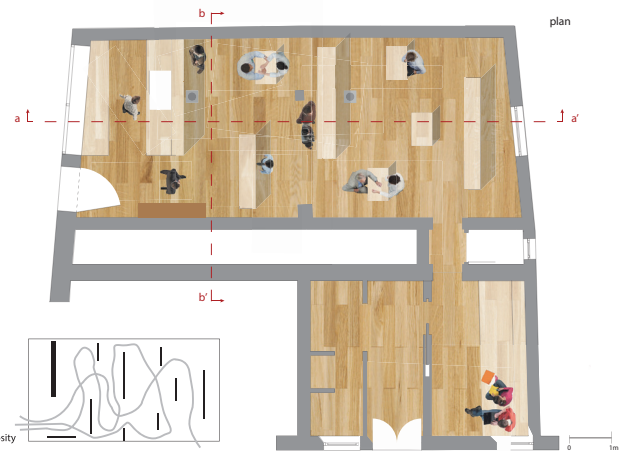
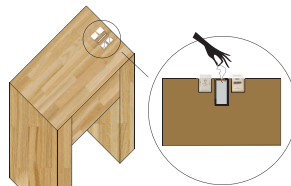
generates

130 **Immagini**
Diagrammi di progetto e di rappresentazione delle soluzioni di arredo adottate

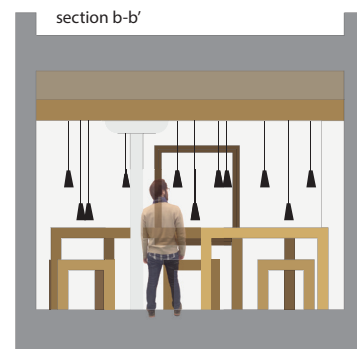
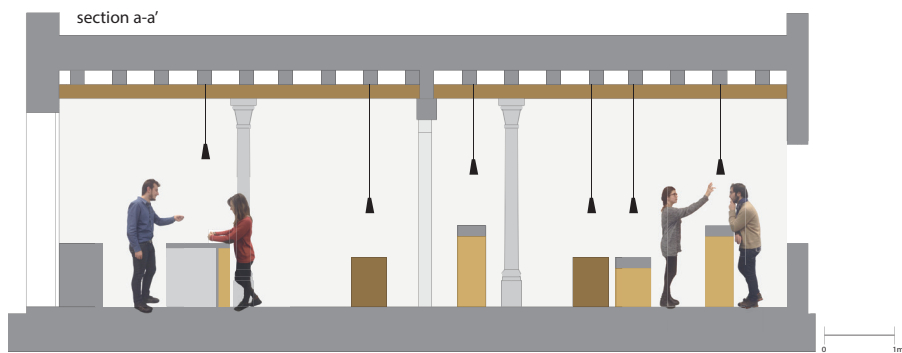
A lato: vista interna

3. plan and sections

group 8
giulia bonetti, michele gammino, alessia pelizon

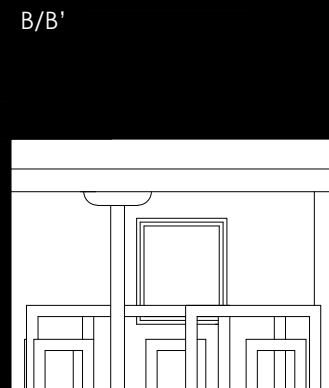
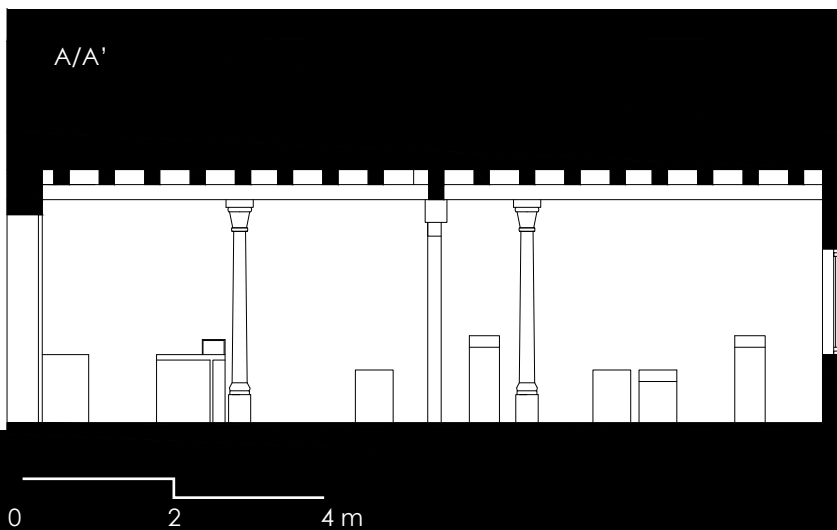




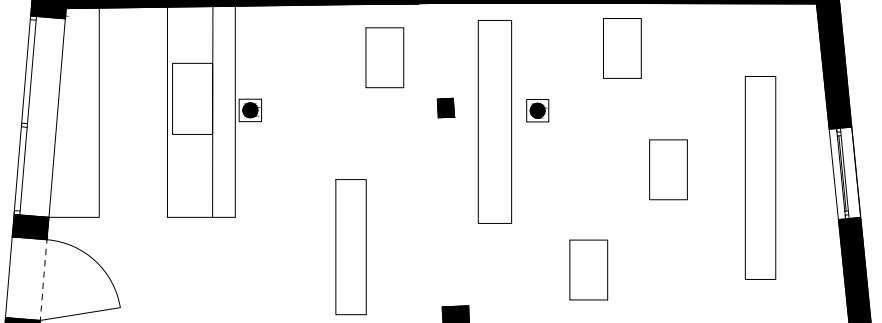


132 **Immagini**
 Fotomontaggi soluzioni
 di arredo interne e
 sezioni di progetto

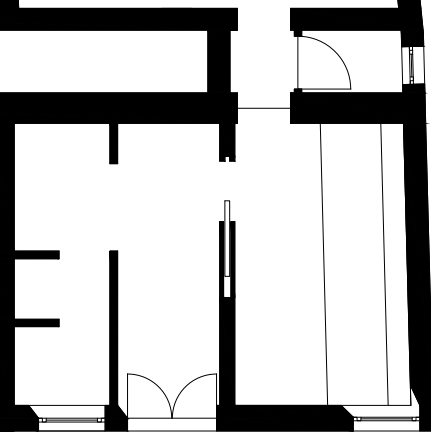
A lato: planimetria generale



A/A'

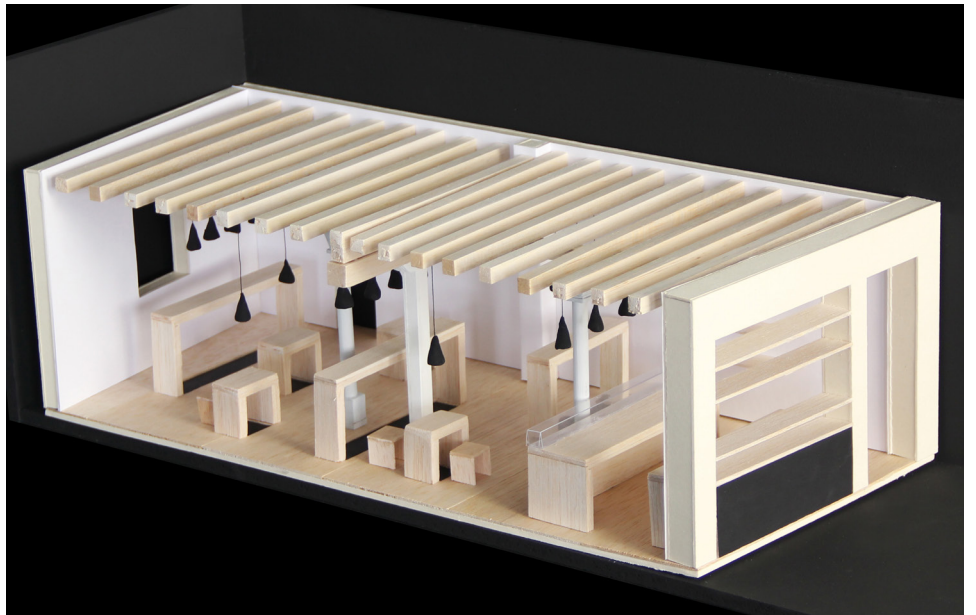


B/B'





134 Immagini
Modello di studio





09_Archipelago / soFàST

Arcipelago

Il nostro Qubik bar vuole rievocare la storia e la cultura del caffè presso la popolazione turca che, fin dall'antichità, usava passare il tempo libero rilassandosi e chiacchierando nei tipici "caffè turchi". Il progetto si caratterizza per estremizzare i modi e le velocità di bere il caffè.

Per garantire migliore accessibilità e quindi rapidità di servizio, viene proposto un sistema take away esterno alla caffetteria: il lungo bancone interno si estrude, infatti, in una forma di cubo sulla piazza antistante. All'interno, invece, è stata utilizzata la forma curva che conferisce sinuosità e morbidezza agli spazi, abbracciando il cliente nel momento di pausa e offrendogli diversi gradi di interazione con il resto del locale e socializzazione. Questo sistema è definito da una regola fissa di distanze minime, tramutate poi in cerchi che inseriti nel locale si schiacciano e deformano andando a creare gli spazi finali.

Così si generano il bancone, da noi interpretato come elemento di unione tra interno ed esterno, e le "isole collettive" di divani con varie altezze e dimensioni che creano situazioni sempre diverse. L'attenzione massima va all'unico cerchio che ha mantenuto intatta la sua forma ed esplicita il leitmotiv dell'intero progetto, il Qsofà: qui viene sviluppata una location particolare, in cui il cliente può distendersi e abbandonarsi alla tranquillità di un luogo semichiuso e può sentirsi protetto dal resto del locale e immerso nell'atmosfera del Brand Qubik.

136 Studenti

Mattia Chiarottini
Sofia Pechiar
Veronica Tombolato

Immagine a lato:
Istanbul cafe,
acquarello,
Amedeo Preziosi, 1850





Two ways to take the coffee

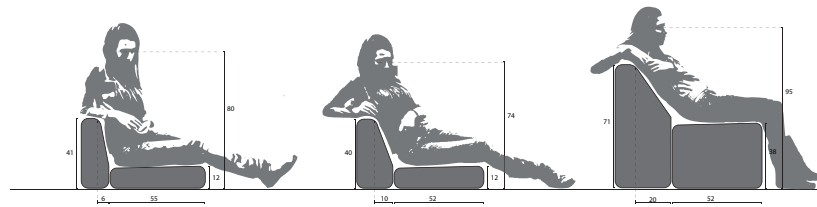


Two times to take the coffee

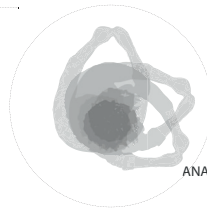
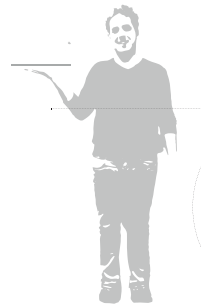
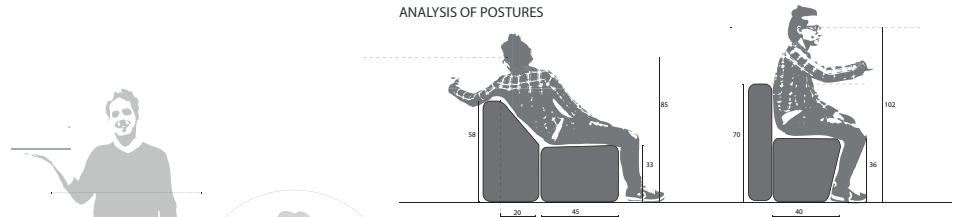


138 Immagini
Diagrammi e concept

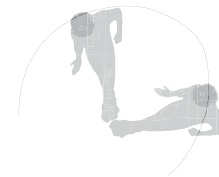
A lato: diagrammi descrittivi
della spazialità interna



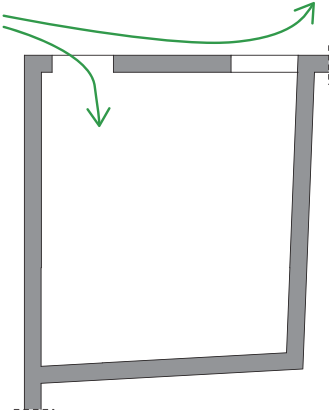
ANALYSIS OF POSTURES



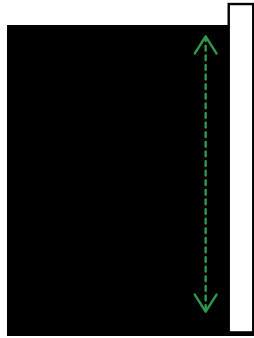
ANALYSIS OF SPATIAL DIMENSIONS



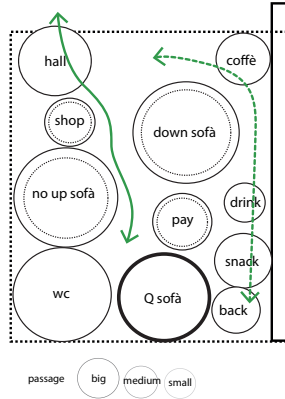
TWO WAY TO TAKE THE COFFEE
TWO OPENING WITH TWO WORK



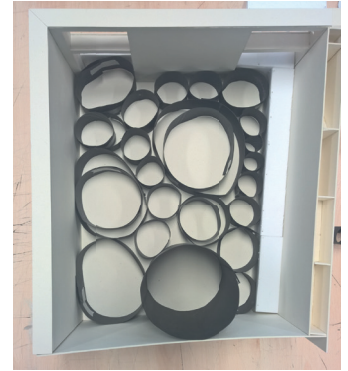
ONE WORK BENCH



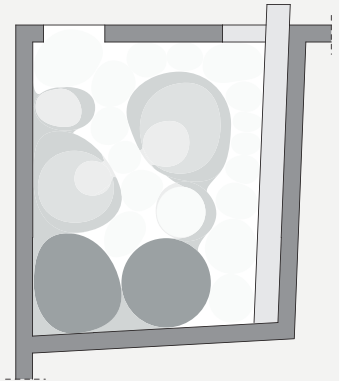
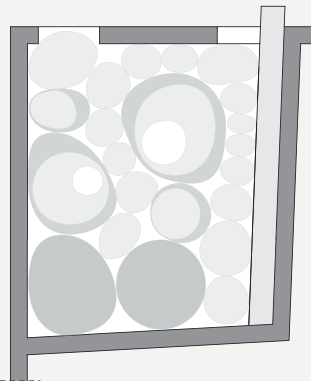
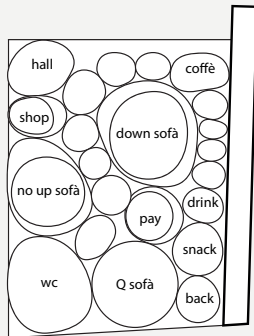
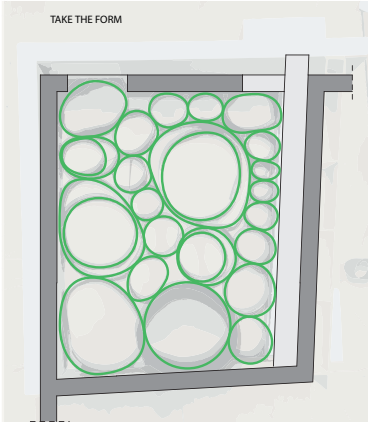
AT EVERY PLACE ITS FUNCTION
AT EVERY FUNCTION ITS SIZE
AT EVERY SIZE ITS SPACE



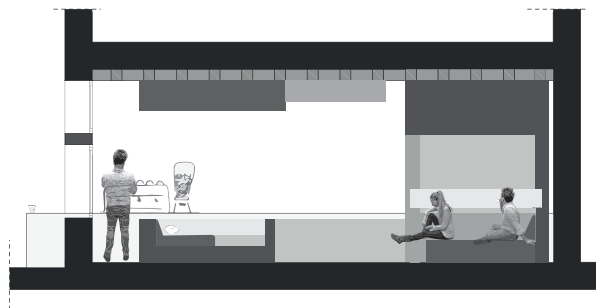
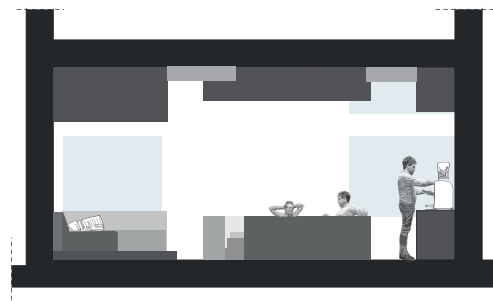
FULL EVERY SPACE



TAKE THE FORM



CONCEPT INTERNO



140 Immagini
Fotomontaggi e sezioni di
progetto

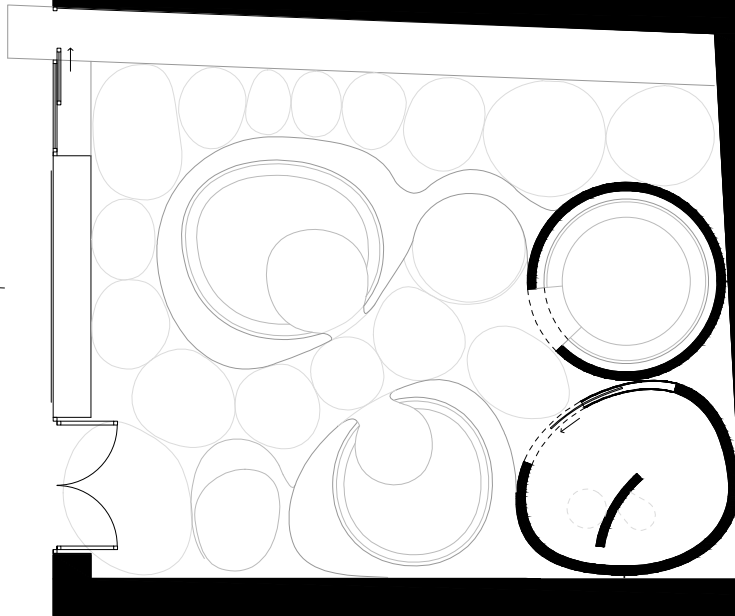
A lato: Planimetria e sezioni di
progetto

A/A'



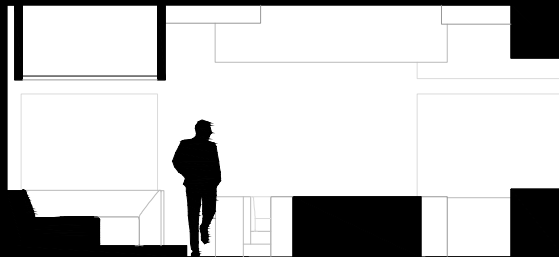
0 2 4 m

A/A'



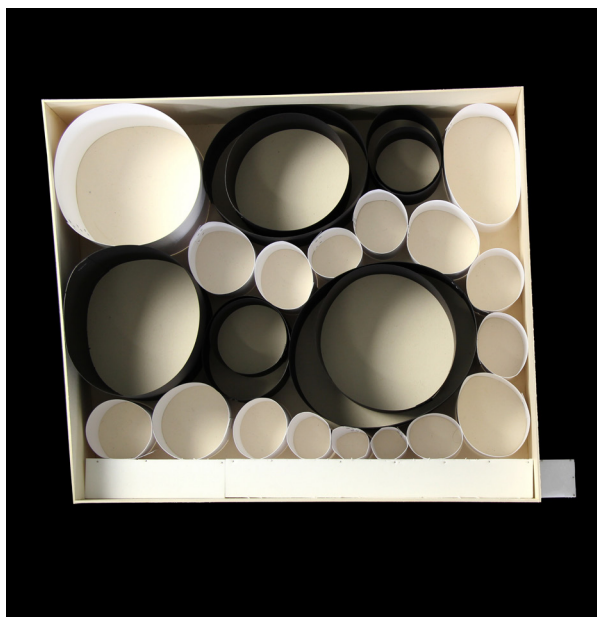
B/B'

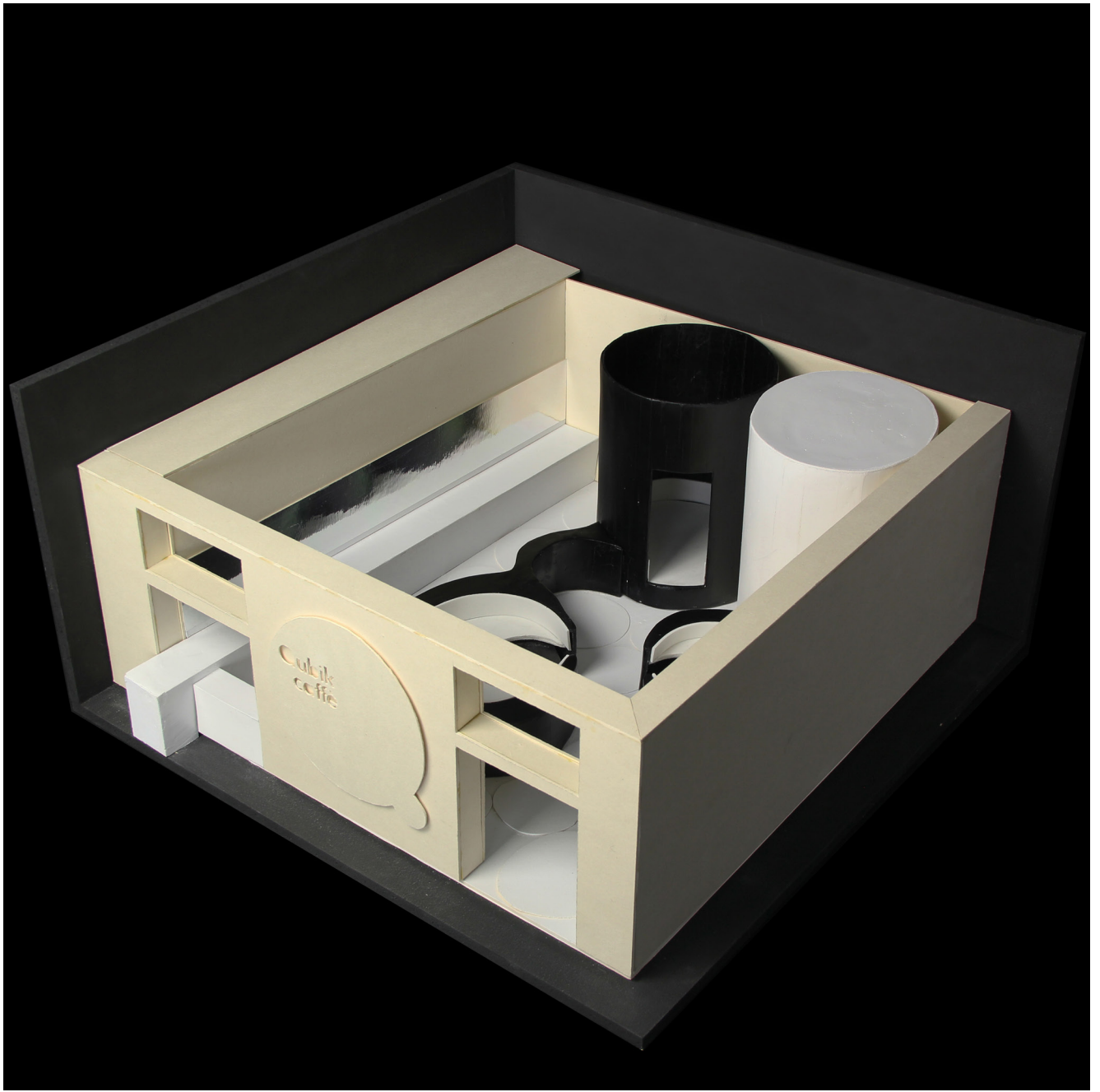
B/B'





142 **Immagini**
Modello di studio





10_Mise-en-scène

Messa in scena

Venezia è una città d'arte e con questo progetto vogliamo creare un concept bar, visto come una galleria Qubik: uno spazio dove il cliente può degustare il prodotto ed esplorare l'ambiente e che promuove l'attività di giovani artisti esponendone i lavori.

Il progetto, attraverso l'approccio adottato, riesce a trasmettere alcuni caratteri su cui Qubik caffè punta molto come l'aspetto social del brand.

Abbiamo costruito il nostro progetto a partire da una griglia modulare 50 x 50 cm.

Al centro dello spazio, abbiamo inserito il bancone, in quanto elemento che caratterizza l'intero ambiente.

Il flusso di clienti si sviluppa in senso circolare attorno al bancone e in tale percorso si possono trovare: l'area degustazione, vicino all'entrata, e l'area esposizione, che sfrutta le strutture metalliche esistenti come sostegno alle opere esposte, con un'illuminazione a binario a faretto orientabili;

L'area più compressa, determinata dalla parete retrostante il bancone, si presta all'attività di proiezione di video e immagini.

La degustazione del caffè può avvenire in due modi : veloce, consumando il caffè in piedi al bancone, oppure lenta, sorseggiando il caffè mentre si guardano le opere esposte o seduti guardando i video proiettati.

Il progetto richiede l'uso di pochi e semplici elementi perché la nostra idea è quella di conferire ricchezza all'ambiente sfruttando la presenza dei materiali originali, come ad esempio la pietra d'Istria o la struttura metallica originale, lasciando quindi gli elementi di progetto semplici e puri.

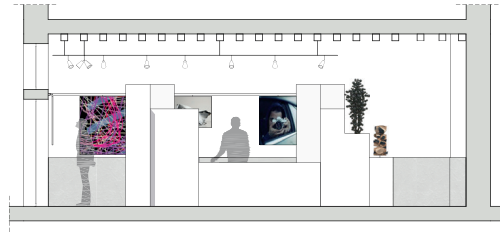
144 Studenti

Davide Pecorari
Giulia Piovesan
Matteo Pojan

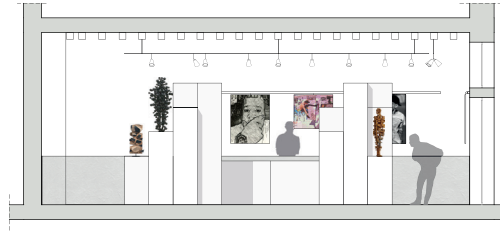


Qubik gallery, caffè like an art gallery

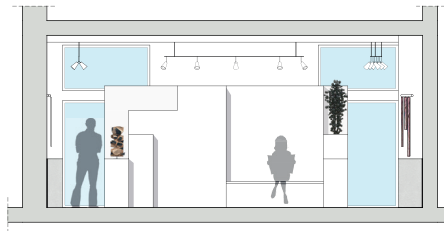
SCHEMES PROJECT



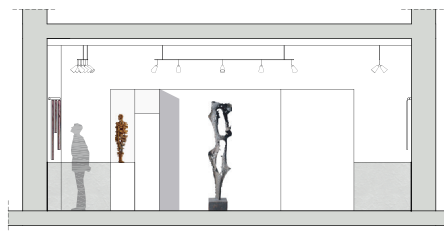
sezione A-A



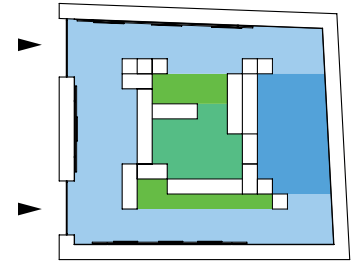
sezione C-C



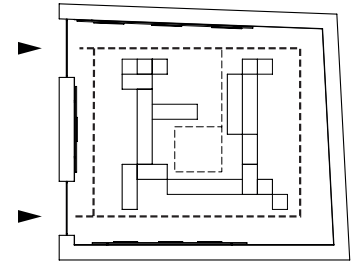
sezione B-B



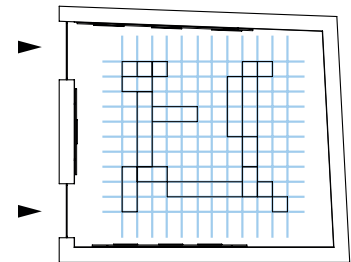
sezione D-D



- projection area
- exhibition area
- staff area
- tasting area



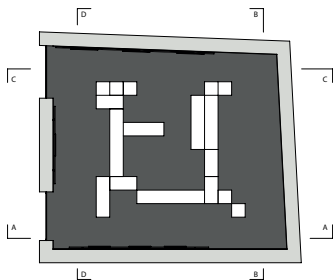
- client flux
- staff flux

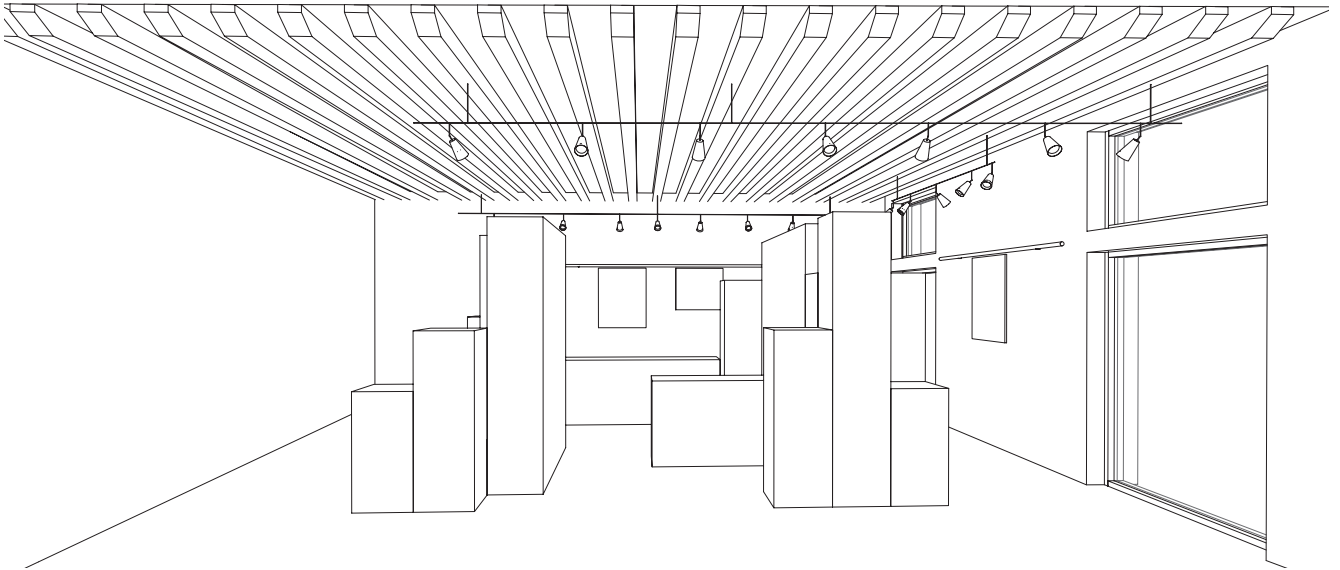
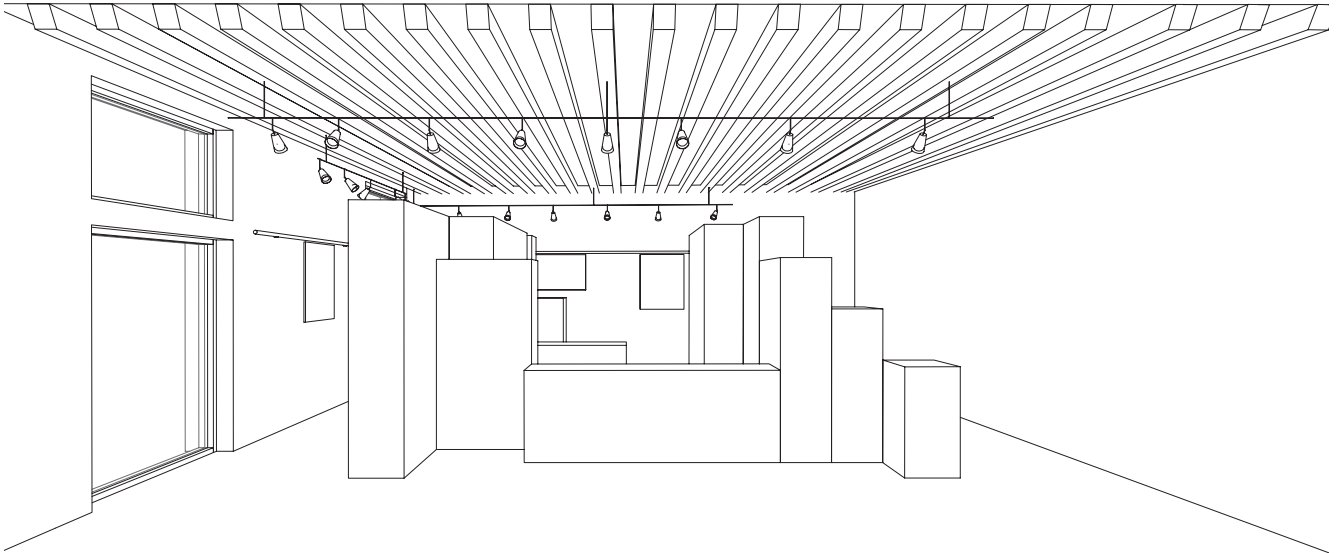


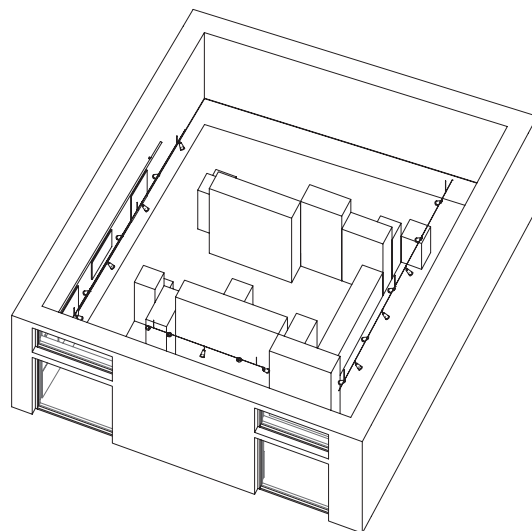
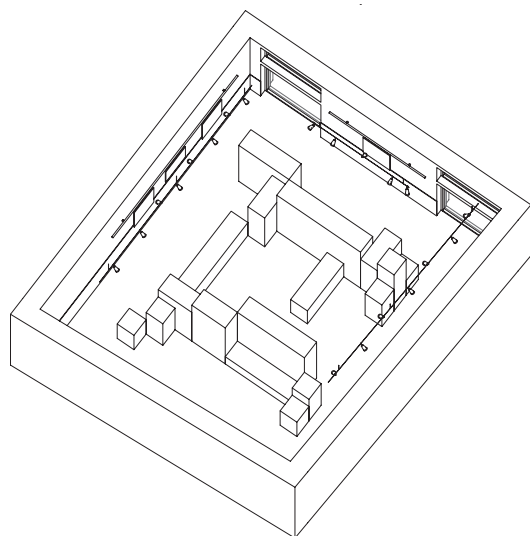
- modular grid 50 x 50

146 **Immagini**
Diagrammi e sezioni di progetto

A lato: viste e assonometrie

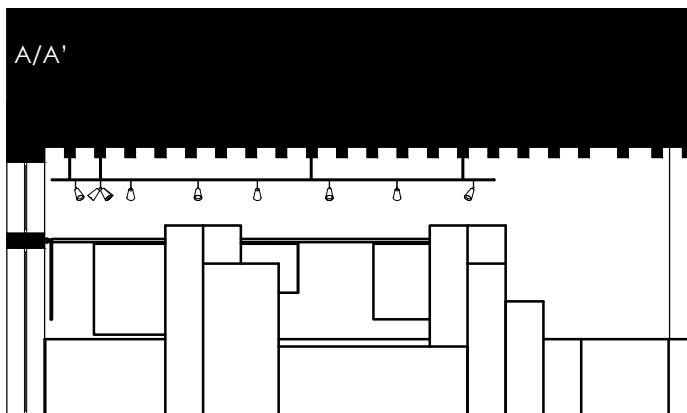






148 **Immagini**
Viste assometriche e sezione
di progetto

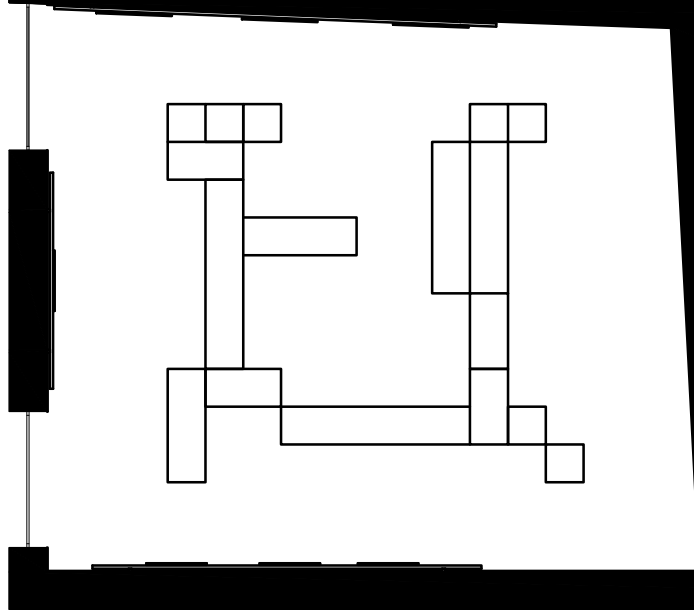
A lato: planimetria generale



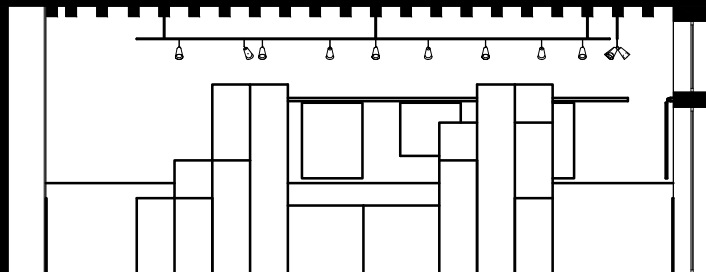
0 2 4 m

A/A'

B/B'



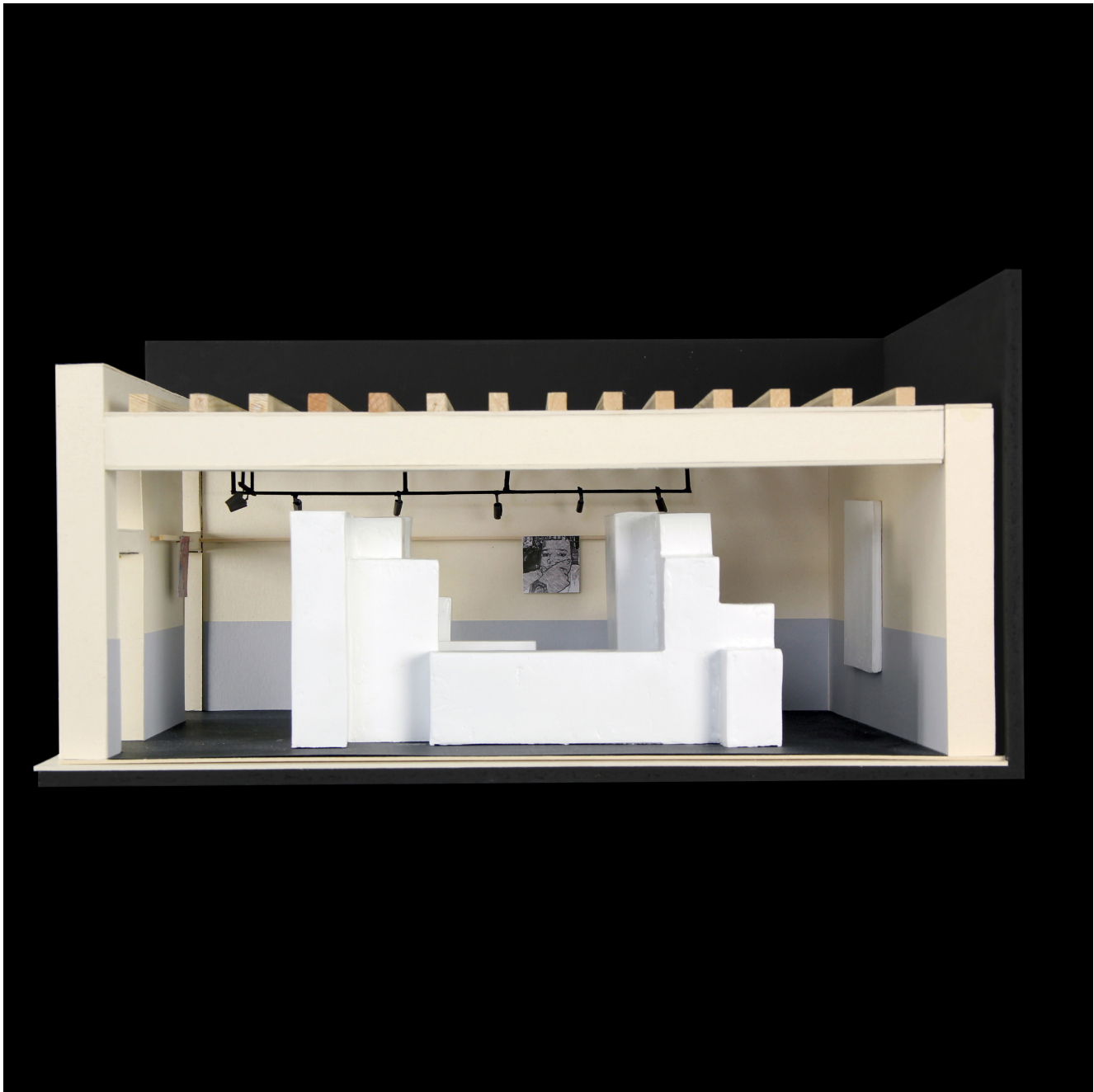
B/B'





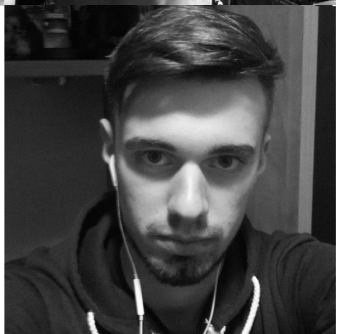
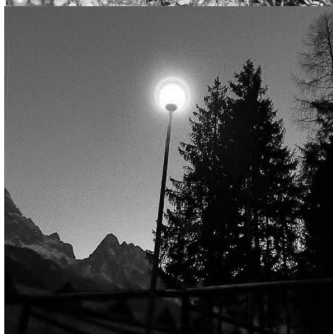
150 Immagini
Modello di studio

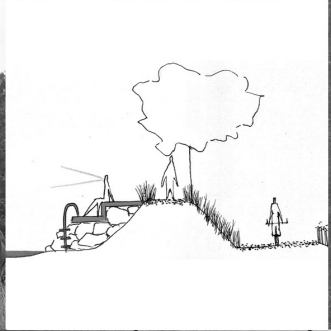
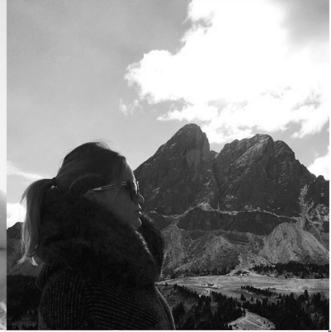






152





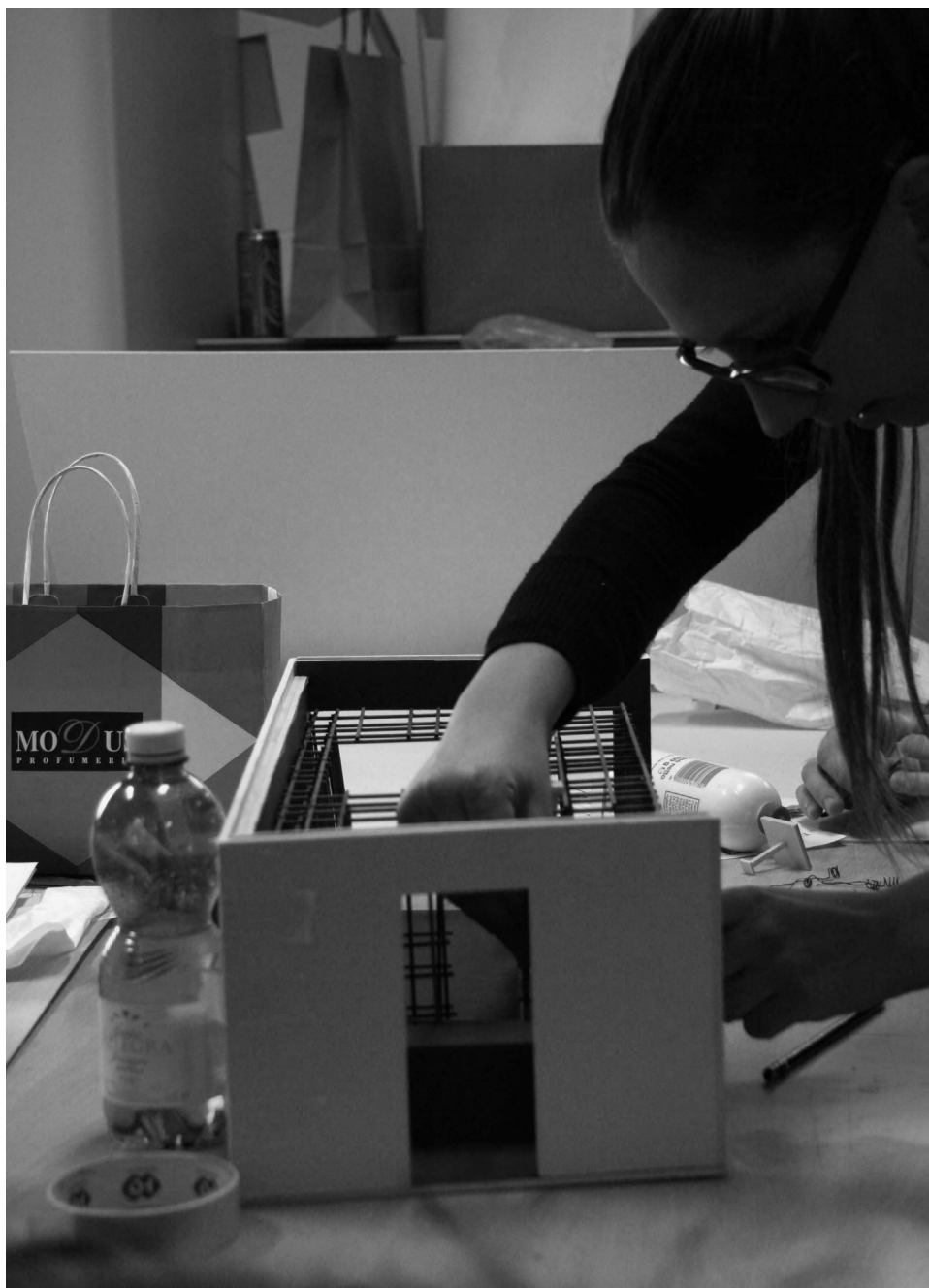


154 Immagini
Attività in aula
durante il workshop





156 Immagini
Attività in aula
durante il workshop







158 Immagini
Attività in aula
durante il workshop e
seminario sul *Lighting design*







160 Immagini
I lavori della giuria e la
premiatura dei progetti





Finito di stampare nel mese di aprile 2016
presso EUT Edizioni Università di Trieste