

# Spazi al servizio del cliente



Aree libere senza percorsi guidati, contatto diretto con il cliente e, come leit motiv di questi 230 metri quadrati, un intenso colore rosso fuoco

- ① BANCO PRINCIPALE VENDITA
- ② ZONA CASSETTIERE
- ③ BANCO COSMESI
- ④ ESPOSIZIONE COSMESI
- ⑤ MODULI ESPOSITORI VETRINA
- ⑥ GONDOLE ESPOSIZIONE
- ⑦ BOX ESTETICA / AUTOANALISI
- ⑧ RISCONTRO MERCI
- ⑨ MAGAZZINO A DOPIO VOLUME
- ⑩ LABORATORIO
- ⑪ ARCHIVIO DOCUMENTI
- ⑫ SERVIZIO IGIENICO/SPOGLIATOIO

Per sfruttare al massimo anche le vetrine, sono stati realizzati degli espositori trasparenti in legno e vetro che lasciano filtrare la luce dall'esterno

In pianta si individuano due zone distinte per utilizzo, una più piccola per le necessarie attività di stoccaggio e laboratorio e una, molto più ampia, per accogliere la clientela. In quest'ultima area non esistono percorsi o divisioni degli ambienti per avere una libera circolazione e un contatto immediato con gli operatori



inaugurata da poco, dopo la ristrutturazione di tutto lo stabile, questa farmacia fiorentina in via Statuto ha come imperativo un breve ma esplicito motto dettato dalla sua titolare: «la ricerca del contatto diretto con la gente».

## La libertà della pianta

Prima di diventare una farmacia, questi 230 metri quadrati erano occupati da un centro commerciale e non presentavano quasi nessun vincolo progettuale: nessun muro importante da conservare, nessun pilastro con cui fare i conti. Sarebbe stato facile per chi ha ri-studiato la disposizione interna creare percorsi e movimentarne gli spazi trasformandolo in una grande esposizione guidata. Ma chi ha disegnato gli ambienti, lo studio Prisma Ingegneria, e chi ha realizzato gli arredi, l'azienda Sebrim, hanno abbracciato la filosofia della titolare, Cecilia Miceli, lasciando gli spazi liberi per un contatto immediato e diretto con i clienti. Banditi, quindi, i percorsi guidati, le rigide divisioni dei locali in favore di un unico grande spazio di accoglienza. Non solo, per far sentire a proprio agio il cliente, è stato dato un taglio netto a quell'atmosfera algida e aseptica che accompagna spesso questa tipologia di negozi.

## 7 affacci su strada, vantaggi e svantaggi

Eredità della precedente attività commerciale sono le 6 vetrine, più l'ingresso: in posizione ad angolo, garantiscono luminosità e danno visibilità alla farmacia dalla strada. Possono, però, diventare un limite nell'allestimento degli interni, dal momento che si devono lasciare due lati liberi dagli arredi. Per questi motivi, sono stati realizzati moduli espositori «trasparenti», costituiti da cornici quadrate in legno nelle quali sono stati inseriti l'illuminazione a strip led e una serie di ripiani in vetro acidato, così da renderli permeabili alla luce esterna.

## Un colore d'impatto

Per il cliente che oltrepassa la soglia, è importante avere, già all'ingresso, un'immediata visione di tutto il locale e dei prodotti in vendita. A parte uno spazio dedicato ad attività «private» come il magazzino, l'archivio e il laboratorio, tutto l'ambiente destinato al pubblico è lasciato assolutamente libero e, per evitare confusione e smarrimento, le zone destinate alla vendita devono essere immediatamente individuabili. Ecco quindi la scelta di un colore deciso, come il rosso ciliegia, che diventa la connotazione immediata e rassicurante dei punti focali di tutta la farmacia.

## Arredi su misura del cliente

Tutti gli arredi sono stati eseguiti da Sebrim su disegno di Prisma Ingegneria. I banconi sono in legno laccato lucido di colore rosso bordeaux con un top in marmo crema marfil e una zoccolatura in alluminio naturale con illuminazione a strip-led. Questo tipo di luce, inserita nella struttura stessa, dà leggerezza e crea la sensazione che i banconi siano sospesi. All'interno della filosofia che guida tutto il progetto, era indispensabile riuscire a creare un ambiente accogliente che fosse in grado di offrire alla clientela la possibilità di parlare con l'operatore in posizione defilata, a totale tutela della privacy. La scelta di un grande banco a L nasce proprio dalla volontà di creare un'appendice più riservata rispetto al lato fronte ingresso. Le gondole sono disseminate liberamente per tutto il locale. Sebrim le ha mantenute piuttosto basse per non trasformarle in intralci visivi e grazie alla struttura leggera sono facilmente spostabili a seconda delle esigenze. Sono in legno laccato con vernice texturizzata antigraffio in color tortora, mentre le scaffalature a parete sono in legno laccato in un essenziale colore bianco sporco con ripiani in vetro acidato.

Queste tonalità chiare fanno da fondale neutro a tutta la farmacia: bianche sono le pareti, e sabbia è la pavimentazione dell'intero locale (spazi di servizio compresi) in gres porcellanato 30x60 dalla finitura naturale.

Le piastrelle sono posate con fughe a 45° così da formare una scacchiera. A soffitto, invece è stato realizzato un sistema di controsoffitti a pannelli 60x60 in fibra minerale, posati a 45° come la pavimentazione. Ad eccezione delle velette sui banconi, in cartongesso a lastra, che riprendono il colore rosso tutto il soffitto è lasciato bianco per assicurare una maggiore luminosità.

## Luce che crea benessere

Il colore della luce era fondamentale nel progetto per sottolineare l'aspetto accogliente della farmacia, e la soluzione scelta coniuga al meglio l'esigenza del risparmio energetico con quella estetica. Per l'illuminazione generale della farmacia sono stati scelti apparecchi a led di ultima generazione con bassissimo spessore e ottima efficienza, che garantiscono un colore e un'atmosfera piuttosto caldi. Per le vetrine si è invece optato per faretti da incasso ad alogenuri metallici, più performanti per l'uso a cui erano destinati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il rosso ciliegia è il colore scelto per individuare immediatamente i banchi di vendita. Le luci inserite nella parte inferiore della struttura danno allo spazio una sensazione di leggerezza



Il bancone è in legno laccato lucido con top in marmo e una zoccolatura in alluminio. La scelta di una forma a L permette di offrire alla clientela la possibilità di parlare con gli operatori con una maggiore privacy

# intervista al farmacista