



NEWS · 30 Novembre 2023

Le Botteghe dell'Esperienza

Il **Consorzio Parmigiano Reggiano** ha chiesto allo **Studio FaseModus** e a **RBA Design** un progetto di concept retail per definire lo stile e il linguaggio dei diversi caseifici del Consorzio. Il retail ha quindi lo scopo di cercare un anello di congiunzione tra le identità dei singoli caseifici situati nelle province di Reggio Emilia, Modena, Parma, Bologna e Mantova e quella del Consorzio stesso.

“Dopo uno studio accurato dei linguaggi del Consorzio e delle singole realtà, molto diverse tra loro”, spiega l'architetto Stefano Cellerino dello Studio FaseModus, *“abbiamo deciso di definire uno stile autonomo da quello del Consorzio, ma in grado di unire in modo rispettoso e versatile situazioni molto differenti, tipiche dei caseifici. Per fare questo abbiamo analizzato e cercato ispirazione dal territorio e dalla storia, i due elementi che caratterizzano la filiera produttiva del Parmigiano Reggiano”.* Non si tratta quindi di un processo di omologazione, ma altresì di identificazione e caratterizzazione di ogni singola realtà, in un contesto qualitativo aggiornato alle esigenze della clientela di oggi.

E proprio in riferimento al territorio e alla sua storia, nel processo creativo lo Studio FaseModus e RBA Design hanno subito adottato come citazione il *“Casello”* (così erano denominati gli antichi caseifici con cottura a legna) che identifica il legame con il luogo, un elemento di autenticità e il simbolo di una produzione fatta ancora in modo artigianale.

Il concetto creativo del Casello è interpretato attraverso la caratteristica costruzione della *“gelosia”*, la storica finestra areata tipica della maggior parte delle costruzioni rurali.

“Per l'elaborazione dei progetti”, continua Cellerino, *“partiamo sempre da un'analisi dello stato dell'arte, affrontando in modo organico tutti i passaggi di una visita in stabilimento. Successivamente, mettiamo a punto un percorso esperienziale che metta in evidenza criticità e punti di forza”.* Il percorso esperienziale prevede una serie di *“tappe”* che portano il visitatore a immergersi completamente nell'atmosfera del Caseificio.

All'esterno, il progetto di riqualificazione ha previsto una razionalizzazione degli spazi mediante un sistema di *“segnali”* per favorire l'orientamento dei visitatori e degli acquirenti. Una nuova pavimentazione marca i percorsi di visita e delimita una zona di accoglienza più ordinata e riconoscibile. Una serie di paletti indicatori, alcuni dei quali provvisti d'illuminazione segnapasso, definisce le zone destinate a parcheggio e le zone destinate ai pedoni.

All'interno, le zone che vanno a connotare le fasi della visita hanno caratteristiche diverse per quanto riguarda materiali e colori, e si declinano con un set di forme lungo il tragitto, a seconda delle funzioni.

La prima accoglienza esterna avviene attorno a un tavolo tondo disegnato ad hoc che trae ispirazione dalla tradizione. Lo stesso tavolo è utilizzato nelle successive tappe del percorso come supporto per l'esposizione dei prodotti o per la degustazione.

La disposizione degli arredi all'interno del negozio porta il visitatore a immergersi nel mondo dei prodotti del Caseificio e del territorio. Da una prima stanza dedicata alla conoscenza del mondo della filiera del Parmigiano Reggiano e del Caseificio ospitante, alla zona lounge attrezzata con una panca e con tavolini alti e sgabelli, per sorseggiare un caffè nell'attesa. Per maggiori informazioni visitate il sito www.fasemodus.com.



Subscription