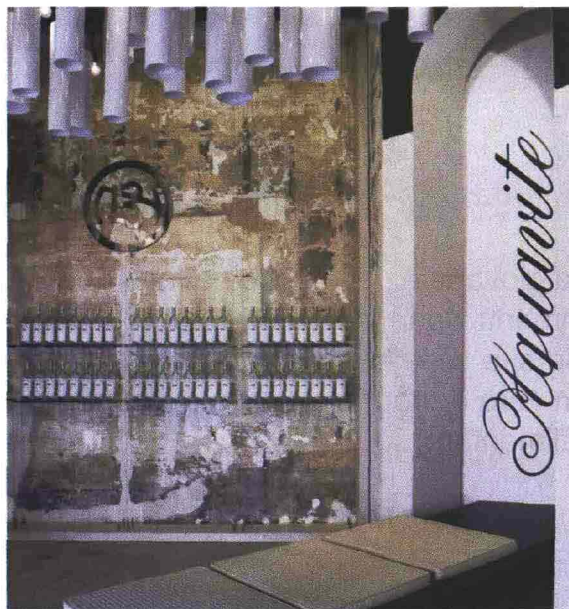


□ locali / case history

di Roberto Barat



*Il fenomeno temporary evolve.  
Un'opportunità che possono cogliere  
anche i locali "normali".  
Ma bisogna saperla sfruttare*



## BOOM DEI BAR A TEMPO

**T**emporaneo e strategicamente effimero. Ma tutt'altro che evanescente. Quello dei temporary store, o pop up store o temporary shop, è oggi un fenomeno in forte crescita e trasformazione che attira l'attenzione di ricercatori e sociologi. Un ricco studio sul tema viene da Francesco Catalano e Francesca Zorzetto che hanno appena dato alle stampe "Temporary Store, la strategia dell'effimero". Uno studio approfondito del fenomeno che parte dalla storia dei primi shop e si conclude con le interviste ai protagonisti di case history esemplari (Ovs, Prada, Philips tra gli altri altri). Un lavoro con cui si chiarisce subito un concetto. Ovvero che temporary non significa nuova formula distributiva, ma nuovo strumento di comunicazione. Una sorta di mordi e fuggi del marketing che vanta numerosissimi esempi pratici anche nel settore del fuori casa. Per esempio il Temporary Café di via Pietrasanta a Milano, aperto nel 2007



e poi diventato bookstore, gallery, Ktm temporary café e, infine, Molinari temporary café spazio in cui l'azienda di Civitavecchia ha promosso i suoi prodotti e una vasta gamma di cocktail a base di Sambuca Extra, London Dry Gin, Vodka Tovarich e tutti gli altri prodotti che compongono il suo portafoglio.

Aperto fino a ottobre alla Triennale di Milano è, poi, il Camparitivo, ovvero il temporary Campari che visto il successo dello scorso anno viene replicato anche per il 2010. Ma anche illy ha fatto parlare di sé con la sua Push Button House, un grande container

In alto Il temporary Nardini presentato in occasione del Salone del Mobile di Milano e il Camparitivo, aperto alla Triennale fino a ottobre. A sinistra il Cavalli&Stalloni di Vercelli, locale nato per durare poche stagioni



□ locali / case history



A sinistra la discoteca Ultraviolet di Teramo, a destra l'Urban Wine Store e, sotto, il Temporary Café Molinari di Milano. Sotto a sinistra, il T35, sempre a Milano

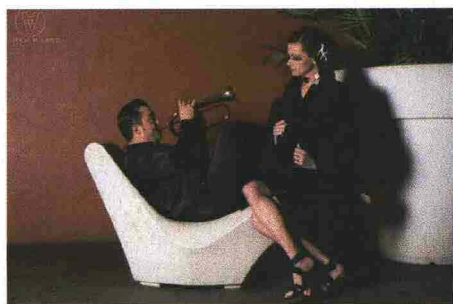
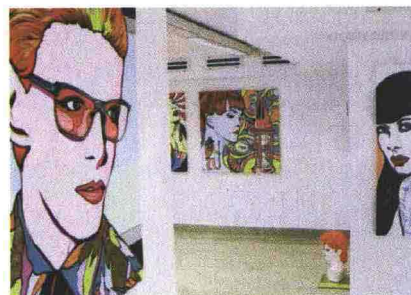


Foto Giulio Zilotti

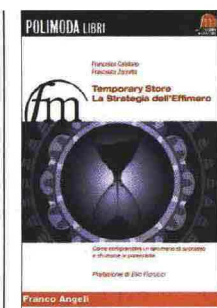
che si trasforma velocemente in un salotto dall'ambiente e raffinato. E, ancora, Saeco che con il suo Café Boutique ha creato uno spazio polisensoriale dove sono stati uniti e fusi multimedialità, design e gusto o, ancora, la Distilleria Nardini che per soli cinque giorni, lo scorso aprile in occasione del Salone del Mobile di Milano, ha sperimentato il suo primo "pop up".

I concetti del temporaneo vanno oltre il semplice shop a tempo. Per esempio una versione "lunga", ovvero locali destinati a durare qualche anno invece che poche settimane, viene da Andrea Langhi architetto e progettista. In sostanza, la teoria di Langhi è che se il locale per essere davvero trendy non può durare più di poche stagioni allora ha senso partire da

una progettazione che preveda impianti e attrezzature che durino e pensare sin da subito agli elementi di arredo come a un qualcosa che deve vivere solo il tempo che serve.

Paradossalmente anche il bar stabile può diventare "temporaneo". Come, per esempio, in quei locali che attraverso elementi mobili o illuminazioni ad hoc cambiano pelle a seconda dei momenti della giornata offrendo spazi diversi a seconda dei momenti. Certo il concetto qui può sembrare estremo, ma in realtà risponde a quei criteri dell'effimero trattato nel volume di Catalano e Zorzetto. Luci, videoproiezioni, elementi d'arredo capaci di trasformarsi diventano i protagonisti del cambiamento del locale nel corso della giornata. Da mettere in pratica ogni giorno, in ogni locale. ■

## TEORIA DEL TEMPORARY



### IL VOLUME GIUSTO

È *Temporary Store*, la strategia dell'effimero, edito da **Franco Angeli** e scritto da **Francesco Catalano** e **Francesca Zorzetto**, 160 pagine, 21 euro.



### IL CORSO PROFESSIONALE

Il corso di Poli. Design dedicato ai "manager" del temporary si svolgerà dal 17 gennaio all'11 febbraio 2011. [polidesign.net](http://polidesign.net)