

'a marenna

street food culture

L'immagine di Napoli che si vuole trasmettere dal progetto richiama la città partenopea di inizio 900, una città signorile, viva, piena di gente nelle strade, molto conviviale e ricca di storia. Da qui l'idea del negozio ispirato allo street food, cibo di strada, dalla cultura della piazza, di vivere le vie come luogo di incontro della vita pubblica. Si è deciso pertanto di mettere in comunicazione in maniera evidente il locale con l'esterno tramite l'utilizzo di grandi vetrate attrezzate con tavoli versatili che nelle belle giornate escono dalle vetrine aggiungendo sedute sul marciapiede, la vetrata sul bancone è anch'essa apribile in modo da permettere l'acquisto direttamente dal marciapiede senza dover entrare nel negozio da parte delle persone di passaggio, inoltre quale miglior vetrina della gente che mangia in un contesto conviviale e allegro?!. Quest'ultimo espediente darebbe al negozio una grande versatilità in quanto permetterebbe in orari con minore affluenza una minore spesa nei costi di gestione e personale poichè potrebbe restare aperta solo la vetrina esterna di vendita con il resto del negozio chiuso. Un altro tema a noi caro è la tradizione e lo star bene insieme, per questo i tavolini sono in comune accrescendo le possibilità di scambio tra le persone; il materiale scelto, il legno, diversi tipi di quest'ultimo accostati tra loro, meglio se di recupero, danno l'idea di calore e accoglienza ma anche di melting pot e aggregazione. L'accezione contemporanea e internazionale è data dalla grafica, il logo e la scelta del nome, 'a marenna, espressione dialettale che significa merenda, spesso un panino, suona bene in inglese ed il logo ricorda per l'appunto un panino imbottito; la dicitura street food culture evoca fortemente l'Italia in quanto sia il rimando al cibo di strada che la parola cultura rimandano al bel paese. All'interno e all'esterno del locale l'immagine coordinata è di impatto, sono previsti dei grossi pannelli con un linguaggio che gioca con le pietanze tipiche della tradizione partenopea disegnate in maniera semplice ed intuitiva e simpatici aneddoti che giocano con l'inglese e la cultura napoletana (ad esempio "Italians do it batter"). Anche il packaging, il menù e le insegne mantengono un linguaggio semplice ma di immediata riconoscibilità che rendono il negozio unico e ripetibile in contesti differenti.



'a marenna

Andrea Murciano, Gian Paolo Morelli

tav. 1/5

ADI
DELEGAZIONE
CAMPANIA

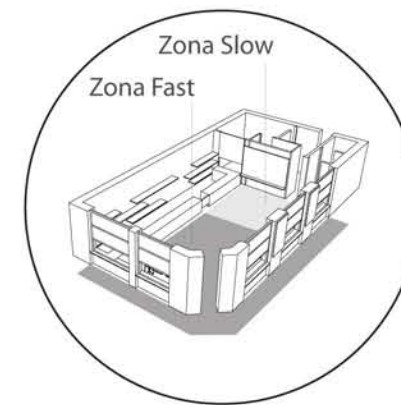


FUD s.r.l.

LOA
laboratorio
oltre
l'architettura



Possibilità di sfruttare il negozio secondo le ore di maggior afflusso come la pausa pranzo e di gestire a negozio chiuso con personale ridotto con un banco affacciato sulla strada nei momenti con minor afflusso di persone



Zone a diverse velocità più lenta verso il fondo della sala (zona Sit-In), più veloce verso l'ingresso con la cassa al centro e le sedute alte perimetrali (zona Take-Out)



'a marenna

Andrea Murciano, Gian Paolo Morelli

tav. **2/5**



FUD s.r.l.



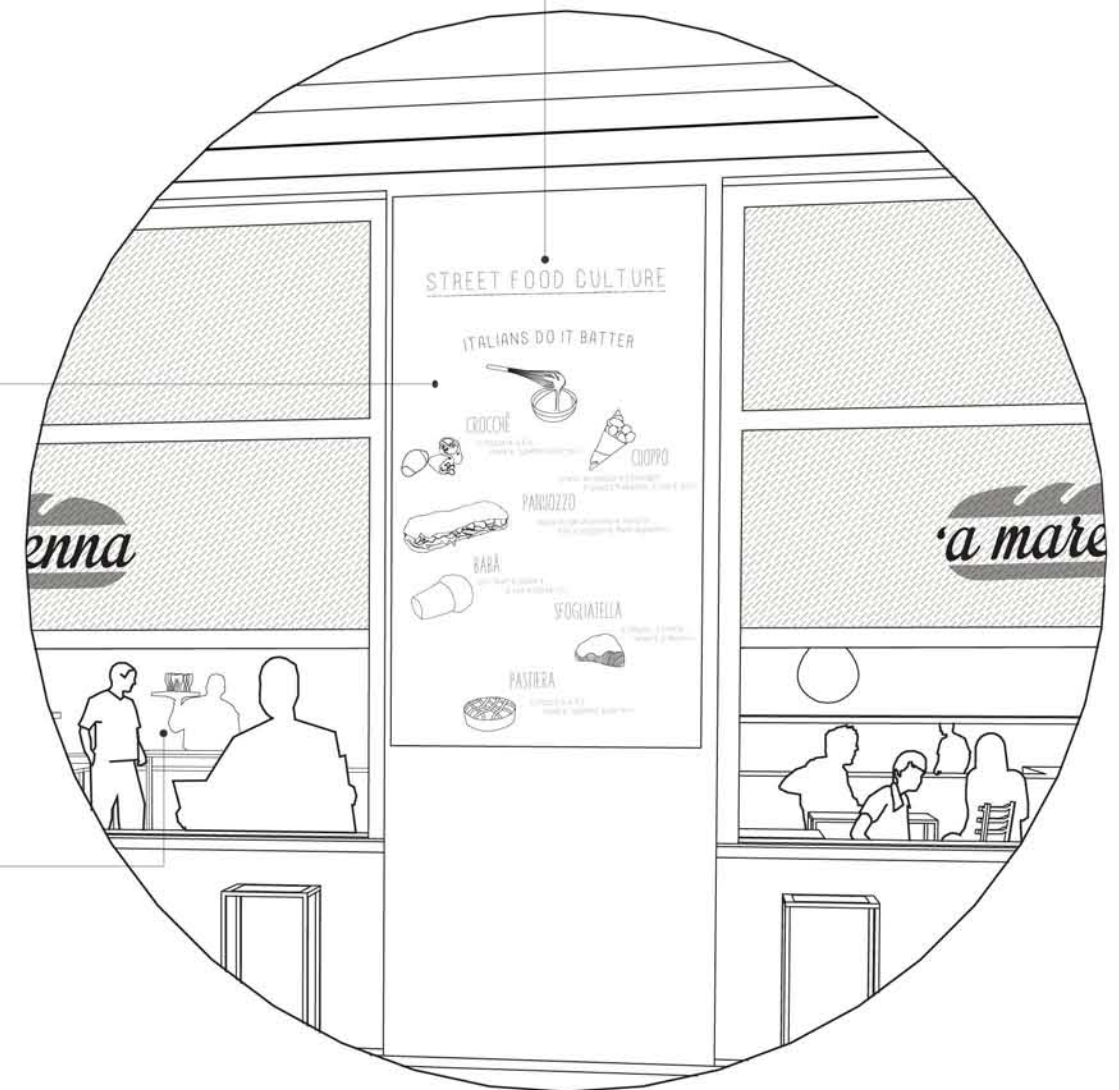
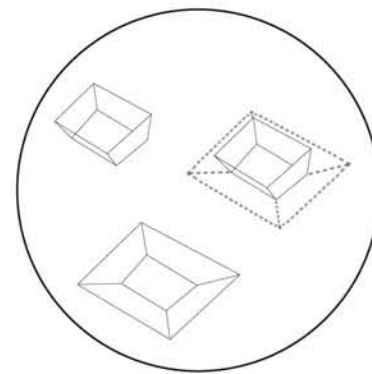
Giochi di parole (batter_pastella) e disegni semplici con un font di scrittura a mano ricordano il clima delle trattorie italiane.



Pareti tematiche caratterizzate con infografiche sulla cultura culinaria napoletana.



Packaging dalla grafica semplice ma ricercato nei contenuti, la vasca in cui viene servito il cibo diventa tovaglietta ed eventualmente taccuino per appunti e schizzi.



'a marena

Andrea Murciano, Gian Paolo Morelli

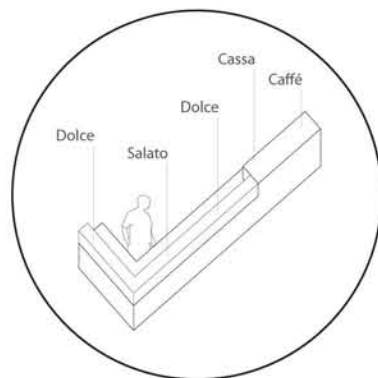
tav. **3/5**



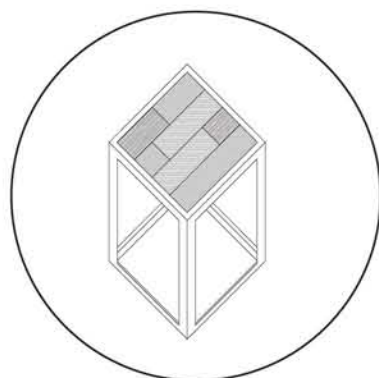
FUD s.r.l.



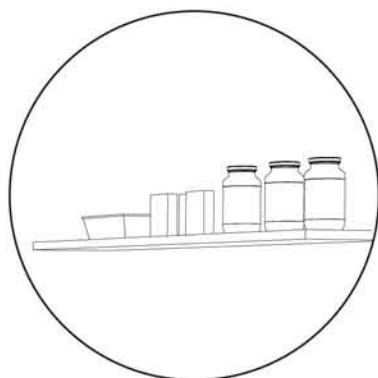
Il bancone, elemento unico contiene e mostra tutti i prodotti in vendita. La sua disposizione ad elle permette di essere sfruttato sia per l'interno del negozio che verso la vetrina esterna.



Tavoli e sgabelli con profilo in metallo e pianale in legno che richiamano il calore e la tradizione italiana. Il piano è fatto con diversi legni recuperati di differenti colori e qualità che donano un'immagine di riuso delle risorse e dimelting-pot.



Le mensole alle spalle del bancone servono ai camerieri per la preparazione dei piatti e del caffè e nei ripiani più alti mostrano prodotti di origine Campana (come la pasta di Gragnana) in vendita presso lo store.



'a marenna

Andrea Murciano, Gian Paolo Morelli

tav. 4/5

ADI
DELEGAZIONE
CAMPANIA



FUD s.r.l.

LOA
laboratorio
oltre
l'architettura

Grande vetrata che dà sulla cucina,
sinonimo di trasparenza e funziona da stimolo
per la curiosità del cliente che può
sbirciare le preparazioni.



Possibilità di gustare un autentico
caffè napoletano alla maniera di Edoardo De Filipo
con la caratteristica "cuccumella"



Il negozio è adattabile a diverse metrature
mantenendo la propria forte riconoscibilità
tramite il rapporto con la strada dato
dai tavolini a ridosso delle vetrine e dal
bancone affacciato verso l'esterno.



'a marenna

Andrea Murciano, Gian Paolo Morelli

tav. 5/5

ADI
DELEGAZIONE
CAMPANIA



FUD s.r.l.

LOA
laboratorio
oltre
l'architettura