

שף העיר

נכון שהשף חשוב.... אבל לא רק!

על עיצובי חוויה



עיצוב: סטודיו 180

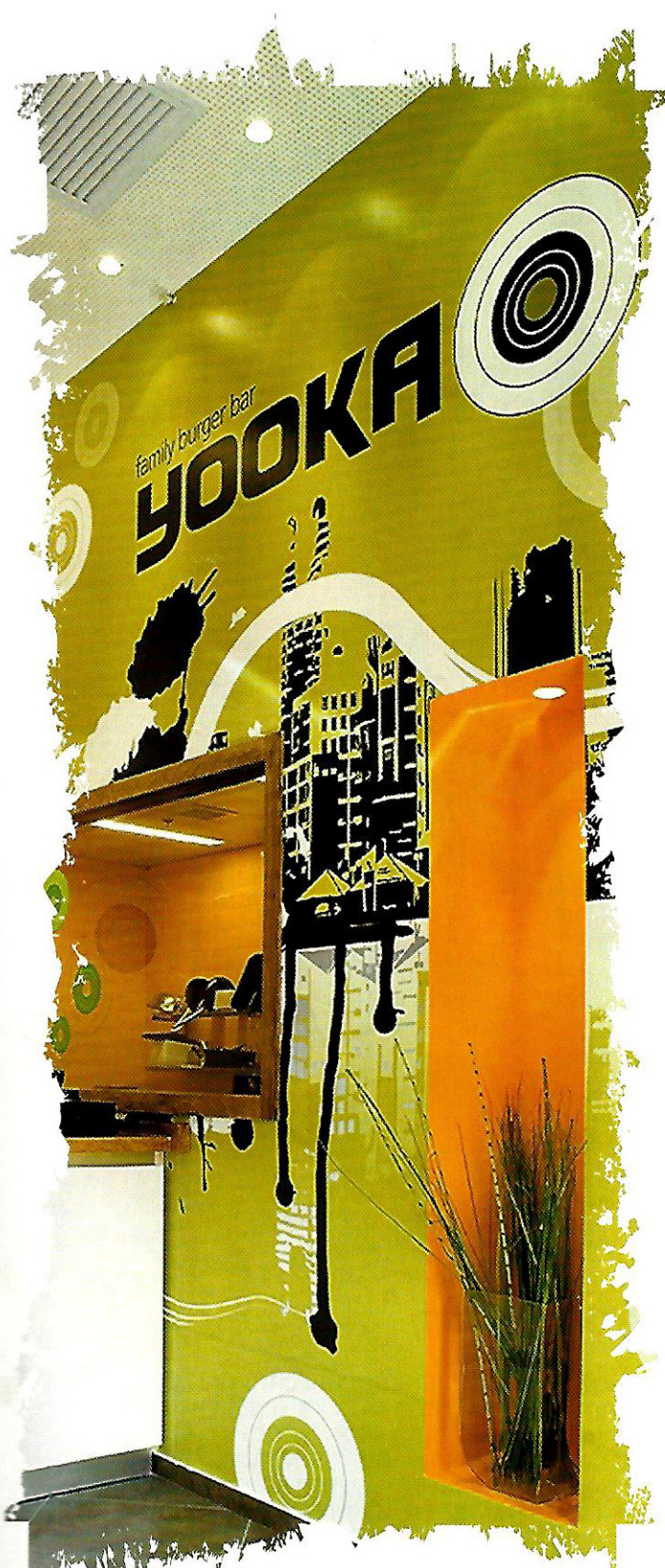
הראשונית של פתיחת העסק, או לפחות מהרגע שרוצים להפוך את הרעיון למציאות משום שלהבדיל מ"מנה לא מוצלחת" בתפריט שניתן לשנות ע"י מחיקה והוספה של מנה חדשה, עיצוב כושל לא ניתן לשנות בכזאת קלות והעלויות הן רבות.

"בכל תחילת פרויקט נשאלת השאלה מהי החוויה הרצויה", מסבירה בכר-רטנר "האם אנו רוצים להדהים את ההמון או לייצר אוירה מוכרת ונוחה או להיות יעודי לסקטור ספציפי".

בעת עיצוב חלל המסעדה רצוי לבחור בחומרים המעצימים את החוויה ומשתלבים באותה שפה של הקונספט הכללי. יש לחשוב

אם בעבר ההשקעה במסעדה נסובה סביב התפריט, השף והתוכן שהוא יוצק לאוכל, הרי שכיום האתגר הוא סביב האווירה. חוויה רב חושית, עיצובית, יוצאת דופן, המנתקת אותנו מהעולם שבחוץ. "המילה 'חוויה' היא אחד המושגים הנפוצים בשיח העכשווי בנושא עיצוב, תשאלו כל אדם מה הוא מצפה לקבל במסעדה וסביר להניח שהוא יענה לך מהירות, טעם, ניקיון נוחות ושירות מהיר, אך החוויה לא פחות חשובה עבורו", אומרת אלונה בכר-רטנר, מרצה בתדמור ושותפה בסטודיו 180, בוטיק אדריכלות ועיצוב פנים. חווית הלקוח בעולם המסעדות צריכה להילקח כבר עם ההחלטה

שף העיר



עיצוב: סטודיו 180

על "היחסים" בין האוכל לצבע. בד"כ אנו מעוניינים לייצר חוויה המדברת אל כמה שיותר חושים: טעם, ריח, ראייה, שמיעה, מישוש - הכל נלקח בחשבון, כיצד כל חומר מרגיש לנו ואפילו ברמת הגשת התפריט או השולחן. קל מאד לקבל את ההשראה מהתבלינים והצבעים של המזון ולהשתמש בצבעוניות העליזה הזו, שמסדרת רעננות וטריות.

דוגמא נוספת היא השימוש בסמנים האתניים והפיכתם לאייקונים עיצוביים. זאת במידה ואנו מדברים על מזון אתני כגון אוכל סיני, יפני, או הודי. ניתן להתייחס לצורת ישיבה שונה באוכל מקסיקני. לעומת זאת ישנם אינספור סמלים או איקונים שניתן לתת להם אינטרפרטציה מערבית.

תאורה נכונה למקום גם היא משפיעה בחלל ויכולה להעצים או לגרוע מהחוויה. האם אנו רוצים לשדר דרמה או להיפך - להציף את החלל באור ולייצר מרחב חיוני?

קיימות מסעדות שהרעיון בהם הוא לייצר חלל חווייתי, שהמעבר אליו מ"העולם החיצוני" הריאליסטי, היא אל עולם שונה, דמיוני, בעל חוויה חזותית, תנועתית וקולינרית. מקומות מפגש כאלו יוצרים עבורנו חוויה חדשה או שונה מחוץ לקיום היום יומי.

המשמעות היא שימוש בגוונים צורמים, שימוש מוגזם בחומרים ותמיד החלל יהיה מרהיב וראוותני, תוך יצירת אשליה. בעת כניסה למקומות מיוחדים כאלו אנו נכנסים לתוך הפנטזיה ומחפשים אחר הבידור האישי.

בנוסף, האוכל והעיצוב במסעדות וברים צריכים להיות אופנתיים לפי דרישת הציבור שיגיע אליהם. עיצוב הפנים של מקומות אלו הוא מסחרי ולא אישי וצריך להיות גמיש ומותאם לצו האופנה. כך מסעדות רבות מעוצבות מחדש או מרעננות את חלליהן מדי מספר שנים כמו את תפריטם הקולינרי.

עיצוב הפנים הינו הדרך לייצר זהות למקום אשר תבדל ותבליט אותנו ממתחרינו. יצירת שפה עיצובית נכונה תוך כדי התחשבות באוכל ובאווירה אותה אנו מעוניינים להעביר תעביר ללקוח חוויה עוצמתית יותר.

אלונה בכר-רטנר, מרצה בתדמור ושותפה בסטודיו 180, עיצבה מספר בתי קפה ומסעדות ודוגלת בשיטת העיצוב החווייתי, תוך יצירת זהות ייחודית למקום ולקונספט של המאכלים, על מנת לתת המשכיות עתידית ליזמי הפרוייקט.

