

L'Arreda Negozi

Shopfitting Magazine

82



FEDERLEGNO ARREDO

Spazio Ufficio - Comodità - Leggerezza - Risparmio
Spazio Pubblico - Ambienti - Comodità

Rinasce
LA RINASCENTE

NUOVO ITAMBRO PER
COMETE GIOIELLI

NUOVA IMMAGINE
PER I NEGOZI **GEOX**

LA STILE **BUTTERO**
APPRODA A MILANO

PLAYSTRIP STILE
BACI & ABBRACCI

XT Retail news
Visual Merchandising
come è perché
investire.
Il caso **SPORT
ALLIANCE**



BAMBOO

ALBERTO APOSTOLI

PROGETTA IL NUOVO FLAGSHIP COMETE

Alberto Apostoli ha disegnato il concept retail e il Flagship di Comete Gioielli presentato a Creazzo in concomitanza con Orogamma settembre 2007.

Lorenzo Muraro S.p.A., leader company nella gioielleria italiana si è affidata alla creatività dell'architetto/designer veronese per il nuovo concept store, il quale, forte di esperienze consolidate in diversi ambiti progettuali, ha saputo rileggere un luogo d'acquisto tradizionale in una esperienza dal design multisensoriale ed emotivo.

L'idea nasce dal claim del conosciuto marchio Comete "Romanticamente schierati" che affianca ad un razionale e pragmatico atteggiamento alla vita una dimensione intima ricca di sentimenti ed emozioni di un altrettanto antitetico atteggiamento romantico.

Ecco che lo spazio vendita assume una dualistica dimensione, che permette di comunicare realtà e sogno con giocosa creatività.

Emozione, freschezza e ironia sono le parole chiave del progetto, interpretate principalmente attraverso un uso pesante di forme, luce, suoni e aromi.

Il punto vendita diventa una quinta luminosa "punteggiata" da vetrine circolari illuminate da Led di tre diverse dimensioni che sembrano fluttuare su un ipotetico orizzonte irrealmente avvolgente il cliente.

La luce della quinta si modifica in continuazione creando emozioni, temi e giochi sempre diversi durante non solo il giorno ma anche connessi alle stagioni o alle diverse occasioni periodiche o tematiche.

Il suono è parte integrante del progetto e, abbinato all'uso di essenze profumate utilizzate per il packaging, costituisce un unicum sensoriale speciale ed suggestivo.

Il bianco domina in maniera importante ma è il colore e la luce che creano gli scenari emozionali più interessanti.

La vetrina esterna è, invece, forma pura che lega l'interno del negozio all'esterno in maniera quasi naturale e geometrica. Un gioco di cerchi vuoti e pieni che sembra voler leggere attraverso una lente emozionale il mondo Comete volutamente alienato dal mondo reale.





COMETE
GIOIELLI



Il nuovo flagship di Comete Gioielli

Il progetto non poteva nascere senza una conoscenza approfondita delle tecnologie RGB e ad un bagaglio di esperienze progettuali legate al Wellness e alla multisensorialità che Apostoli ha fatto in questi ultimi anni.

Il concept, in conclusione, si prefigge l'obiettivo di imporre un nuovo modo di concepire il punto vendita del gioiello; un modo che cerca di stimolare il cliente tanto attraverso il prodotto e la sensazione "romantica" che questo esprime e tanto attraverso emozioni pure, poetiche ed modernamente evocative.

New Comete Gioielli flagship

The project has originated by know-how in depth of RGB technologies and thanks to design experiences linked to a wellness and to the multi sensorial path made by Aposoli in these last years.

In short, the concept is aimed at imposing a new way to conceive the jewel point of sales; a world that search for stimulating the customers through both products and romantic feelings that the jewel is able to express, and by means of pure, poetic and modern evocative emotions.







TRENDSHOP

Alberto Apostoli designs new Comete flagship store

Alberto Apostoli has designed the retail concept and the Flagship store of Comete Gioielli presented in Creazzo at the same time with Orogemma September 2007.

Lorenzo Muraro S.p.A., leading company of the Italian jewellery sector, has entrusted the creativity of the architect/designer from Verona with the new concept store; the architect, availing himself of his long-standing experience in different design fields, was able to revisit the traditional point of sales and to turn it into an experience of multisensorial and emotional design.

The idea has originated from the motto of the famous Comete brand; "Siding with romanticism" that combines a rational and pragmatic attitude with an intimate and rich dimension of feelings and emotions of an as much antithetic romantic behaviour.

So the store area includes a dualistic dimension that enables to communicate both reality and dream with playful creativity.

Emotion, freshness and irony are the key words of the design, mostly interpreted through the strong use of shapes, lights, sounds and aromas.

The point of sales becomes a luminous partition "dotted" by round shop windows lit by LED spots of three different sizes that seem to float into an imaginary horizon that wraps the customer.

The partition light constantly changes creating emotions, themes and different plays during the day, but also depending on seasons or on the different periods and themes.

Sound is an integral part of the design and, when combined to the use of perfumes for packaging, becomes a special and suggestive sensorial unicum.

White fully dominates, but colour and lighting create the most appealing emotional scenarios.

On the contrary, the external window is a pure shape that links shop interiors to outside in an almost natural and geometric manner. A play of empty and full circles that seems to read through an emotional lens the Comete world, which is far from the real world. ■