

AN

SHOPFITTINGMAGAZINE

The international
magazine
of shop furnishing
and innovation

*Rivista internazionale
di arredamento
e innovazione
del punto vendita*

Year 27 November / December 2020

160

IN PRINT • ONLINE • SOCIAL



ISSN 2284-0702
00160
9 772284 070000

ESPAI MIETIS Barcelona
Design EVVO RETAIL



The first “Beautyque”
Liliana Paduano
bears the signature
of **Studio Apostoli**

The flagship store project, which is headed by the most famous Italian cosmetics academy, was entrusted to **Alberto Apostoli**, “Architect of Wellness” and is the first store in the development of a new and ambitious chain of beauty centres



A shop window on one of the main streets of luxury shopping in Naples and 150 sqm to tell the philosophy of **Liliana Paduano**: the first flagship store that bears the name of the famous trendsetter in **professional aesthetics and cosmetics** is a precious casket, which consists of a shop area, in close collaboration with the Inglot brand, a manicure room and an area dedicated to facial and body treatments with private cabins.

It was born from this mix of functions, and from the vision of its owner, the name "Beautyque", which encapsulates in a single word the vocation of the shop, located at no. 6 Nisco Street and designed by architect **Alberto Apostoli**, international leader in the design of SPAs and Wellness areas.

From the design point of view, the space is ethereal and sophisticated and harmonizes references to the baroque style, strongly rooted in the city of Naples, with some of the materials most appreciated by the female target. Large marble-effect ceramic slabs cover the floors and some portions of the walls, interspersed with mosaics in the same finish and brushed brass metal inserts. The frontal perspective at the entrance culminates on a panel that is treated with stabilised green and ensures depth, as well as well-being.

In this interweaving of natural textures and geometric compositions, which define the cladding, the product displays are then inserted in the sales space at the entrance to the shop: supported by portals that mark the long and narrow rectangular space, are made to measure in glossy white lacquered wood and defined by details also in brass. Spotlights on the ceiling, treated with glossy white paint, create direct lighting while some decorative suspensions are placed in the centre and at the checkout.

The display case is framed by a large brass frame and becomes a composition of small geometric volumes above a marble-finished platform, for a valorisation of Liliana Paduano's cosmetic world, which marks her first debut in Naples, followed by other openings in the main Italian cities, according to the same concept developed by Studio Apostoli.

CEO **Carlo Matthey** and **Architect Apostoli** comment: *"We have created an innovative format that combines Liliana Paduano's biocosmeceutical cosmetics retail and Inglot brand makeup, as well as being a nail centre and an avant-garde beauty centre. Four macro activities in the same street shop: this is the novelty that will represent a real trend in the sector."*





Project Studio Apostoli
Concept Design Alberto Apostoli
Project manager Veronika Antoniazzi,
 Georgia Alloro

LA PRIMA "BEAUTYQUE" LILIANA PADUANO PORTA LA FIRMA DI STUDIO APOSTOLI

IL PROGETTO DEL FLAGSHIP STORE, CHE FA CAPO ALLA PIÙ CELEBRE ACCADEMIA COSMETICA ITALIANA, È STATO AFFIDATO AD **ALBERTO APOSTOLI**, "ARCHITETTO DEL BENESSERE" E SI PONE COME PRIMO PUNTO VENDITA NELLO SVILUPPO DI UNA NUOVA ED AMBIZIOSA CATENA DI CENTRI ESTETICI

Una vetrina su una delle strade principali dello shopping di lusso a Napoli e 150 mq per raccontare la filosofia di **Liliana Paduano**: il primo flagship store che porta il nome della celebre trendsetter nell'estetica professionale e nella cosmesi è uno scrigno prezioso, che si articola in un'area shop, in stretta collaborazione con il marchio Inglot, una sala manicure ed una zona dedicata ai trattamenti viso e corpo con cabine private.

Nasce da questo mix di funzioni, e dalla vision della sua proprietaria, la denominazione di "Beautyque", che racchiude in una sola parola la vocazione del negozio, posto al civico 6 di via Nisco e disegnato dall'architetto Alberto Apostoli, leader internazionale nella progettazione di SPA e aree Wellness.

Dal punto di vista del design, lo spazio è etereo e sofisticato ed armonizza tra loro citazioni allo stile barocco, fortemente radicato nella città partenopea, con alcuni dei materiali più apprezzati dal target femminile. Grandi lastre, in ceramica effetto marmo, rivestono i pavimenti ed alcune porzioni delle pareti, intervallate da mosaici nella stessa finitura ed inserti in metallo ottone spazzolato. Un intero pannello, in cui culmina la prospettiva frontale all'ingresso, è invece trattato con verde stabilizzato ed assicura profondità, oltre che benessere.

In questo intreccio di trame naturali e composizioni geometriche, che definiscono i rivestimenti, si inseriscono quindi gli espositori dei prodotti nello spazio di vendita, all'ingresso del negozio: ritmati da portali che scandiscono l'ambiente rettangolare, lungo e stretto, sono realizzati su misura in legno laccato lucido bianco e definiti da dettagli sempre in ottone. Faretti al soffitto, trattato con una pittura bianca lucida, creano un'illuminazione diretta, mentre alcune sospensioni decorative sono collocate al centro ed in corrispondenza della cassa.

La vetrina è incorniciata da un grande frame in ottone e diventa una composizione di piccoli volumi geometrici al di sopra di una pedana con finitura marmo, per una valorizzazione del mondo cosmetico di Liliana Paduano, che segna, quindi, a Napoli il primo debutto, al quale seguiranno altre aperture nelle principali città italiane, secondo il medesimo concept elaborato da Studio Apostoli.

L'AD **Carlo Matthey** e l'**Architetto Apostoli** commentano: "Abbiamo creato un format innovativo che unisce il retail di cosmetici del marchio Liliana Paduano biocosmeceutici e di makeup a marchio Inglot, oltre ad essere un nail center ed un centro estetico d'avanguardia. Quattro macro attività in uno stesso shop su strada: questa è la novità che rappresenterà un vero trend nel settore." •