

SHOP

MANAGEMENT



N°2 NOVEMBRE/DICEMBRE 08

STILI & TENDENZE

ILLUMINOTECNICA

ATTREZZATURE & ACCESSORI

MARKETING - STYLE - LAYOUT - QUALITY



Apostoli per Comete Gioielli: il design che stimola i sensi

Quando si acquista un gioiello si sceglie razionalmente ma si cerca anche un oggetto che interpreti un'emozione o un ricordo. Partendo da questa idea Alberto Apostoli ha creato il nuovo concept store di Comete Gioielli. Un percorso creativo, morbido e avvolgente.

Con i nuovi flagship di Milano e Bari, Alberto Apostoli interpreta le nuove tendenze del design "sensoriale" e lo fa seguendo il proprio stile: una "contaminazione" di architettura, design e marketing. Il risultato è assolutamente innovativo dal punto di vista creativo e caratterizza il progetto sia negli aspetti estetici che in quelli commerciali. In questo senso, le precedenti esperienze dell'architetto e del suo studio si sono rivelate fundamenta-

li. L'equipe si è sempre confrontata non solo con il Retail, ma anche con il Wellness e l'Hotellerie, mondi dove l'attenzione agli aspetti emozionali e sensoriali del cliente sono necessari e, in alcuni casi, prioritari per la scelta del layout, dei materiali e delle tecnologie.

Il nuovo concept store di Comete Gioielli nasce dal payoff del brand "Romanticamente schierati", che affianca un razionale e pragmatico atteggiamento alla vita (schierati) a una dimensione intima ricca di

sentimenti ed emozioni, stilisticamente in linea con il romanticismo in senso classico. Il momento dell'acquisto diventa occasione per stimolare i sensi del cliente, attraverso colori, profumi, forme, luci e suoni orchestrati con attenzione e gestiti da tecnologie e scelte progettuali all'avanguardia. Chi sceglie Comete sceglie razionalmente e con decisione, ma cerca un oggetto pensato ed esposto per creare emozioni e ricordi, fa esperienza del vivo contrasto tra vivere e so-

Flagship Comete -
Milano, Corso
Vercelli.
Vista interna.

Flagship Comete -
Milano, Corso Vercelli.
Vista interna



Show room aziendale -
Creazzo, Vicenza.
Vista panoramica
(colore arancione)
Illuminazione
scenografica con tubi
fluorescenti RGB.

gnare, desidera emozionarsi tanto nel regalare quanto nell'acquistare.

"Romanticamente schierato" è quindi anche il punto vendita Comete: un luogo dove il romanticismo è stato applicato alle istanze creative legate ai sensi, unite ad un design particolarmente ricercato nelle forme e nei materiali, morbido e avvolgente nel layout e nei percorsi interni.

Il concept si concentra sulla visualizzazione di uno spazio dove il pro-

dotto, esposto su vetrine in cristallo illuminate da LED ad alta resa e chiuse attraverso serrature elettroniche a controllo remoto, costituisce un punto d'attenzione assoluto in contrasto con la quinta perimetrale retrostante realizzata in telo Lycra.

La quinta è retroilluminata con lampade fluorescenti RGB che modificano il colore delle pareti in continuazione attraverso una centralina elettronica - programmata e in parte progettata su specifiche direttive

dello studio Apostoli - che gestisce anche le luci generali del punto vendita, i suoni e la musica, nonché l'emissione di aromi emessi nell'aria attraverso vaporizzatori.

L'essenza sensoriale del progetto è costituita dalla possibilità di modificare tematicamente o periodicamente colori, suoni e odori a seconda della giornata o dei singoli momenti di questa, piuttosto che in funzione di occasioni d'acquisto periodiche come il Natale o San Valentino.



Flagship Comete - Milano, Corso Vercelli. Vista interna.

La vetrina è formata da un grande "anello" legato strutturalmente alla parete espositiva interna e completato con la presenza di vetrine autoportanti e spazi per la comunicazione e il logo.

Degna di nota, per l'aspetto funzionale e per il "percorso di vendita", è anche l'isola packaging che assume una valenza non solo estetica ma soprattutto emozionale e ritualistica. È infatti in quest'isola, particolarmente articolata nella struttura e nelle funzioni, che si conclude la vendita attraverso la scelta di box diversi, accessori di personalizzazione o carte da regalo. È qui che emerge il valore emotivo di un gesto spesso trascurato, che si rivela essenziale nel momento in cui "romanticamente" si acquista per altri o meglio ancora per chi si ama.

Il format dei flagship store è stato pensato per spazi vendita di circa 60/80 mq, interamente arredati perimetralmente e realizzati in legno: metallizzato/brunito per la pavimentazione e laccato semi lucido per il resto.

Il marchio Comete Gioielli, nato nel 1996 per volere della società Lorenzo Muraro S.p.A., rappresenta un punto di riferimento nel panorama della gioielleria italiana non solo dal punto di vista del prodotto, ma anche per le scelte coordinate e ricercate in termini di design, comunicazione e marketing. Significativa, in questo senso, la scelta dell'azienda di collaborare con lo studio Apostoli, una realtà dove l'attenzione al design sempre si coniuga con le strategie di marketing del committente. ■

Scheda Tecnica:

Designer:	Studio Alberto Apostoli
Location:	Milano Corso Vercelli
Cliente:	Muraro Spa
Marchio:	Comete Gioielli
Superficie totale:	60 mq
Start design:	Febbraio 2007
Apertura:	Febbraio 2008
General Contractor:	Interfiere
Sistemi di sicurezza vetrine:	Cemit
Illuminazione:	Hikary - F.Ili Griante - Tecnoluce
Progettazione elettrica ed Elettronica:	Marco Rossi
Cristalli:	di sicurezza temperati "ultra chiari"
Led:	Osram
Corpi illuminanti led:	L&L
Cerniere su misura:	acciaio Inox
Corpo lampade:	SIDE
Tessuto elastico:	Pointex
Pavimento:	Top Trend "Vulcano"
Reglette fluorescenti RGB:	DALI
Legno:	Laccato bianco