

AN

L'ARREDA NEGOZI
SHOPFITTINGMAGAZINE

Rivista internazionale
di arredamento
e innovazione
del punto vendita

*The international
magazine
of shop furnishing
and innovation*

IN PRINT • ONLINE • TABLET

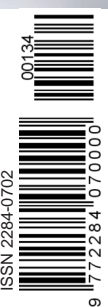


134 anno 23 Luglio / Agosto 2016

English Translation



BOLON Eyewear
Shanghai





Ottica **BOLON**

Shanghai

Bolon è uno dei maggiori produttori di occhiali al mondo ed il più importante brand di occhiali da sole della Cina, e si posiziona come marchio premium di questo settore. La campagna pubblicitaria che ha come testimonial l'attrice **Sophie Marceau**, simbolo della moda e dell'eleganza francese, offre una chiara interpretazione di questo mood. Il design del negozio ruota attorno ad una presentazione chiara, iconografica ed immediatamente riconoscibile del prodotto: pannelli quadrati bianchi, disposti ad angolo retto, creano una rigorosa griglia tridimensionale sulle pareti espositive, cosicché ogni paio di occhiali ha la propria collocazione. Il sistema di illuminazione rafforza ulteriormente il prodotto, mediante un uso sapiente della luce diretta: gli occhiali contro uno sfondo illuminato evidenziano il colore delle lenti; mentre un proiettore a LED è direzionato su un pannello verticale sospeso conferendogli una particolare enfasi. L'intero negozio è caratterizzato dall'impiego di materiali di alta qualità, come per la pavimentazione in marmo in bianco e nero adoperato nell'area vendita ed espositiva. Una parete rivestita in pelle incrementa il volume dello spazio e lo rende ancor più confortevole, come il soffitto dorato che risveglia ricordi di luminosissime giornate di sole. La presentazione del prodotto si adatta perfettamente all'architettura del flagshipstore, ma questo format può essere impiegato in modo altrettanto sorprendente e convincente anche in negozi più piccoli o shop-in-shop.



Project Bolon Eyewear
Client Xiamen Artgri Optical Co.,Ltd.
Location Shanghai, China
Area 94 mq/sqm
Architects Ippolito Fleitz Group
Team Anke Wankmüller, Hansen Hermawan, Mario Rodriguez, Michael Bertram, Peter Ippolito, Senhui Qiu, Tilla Goldberg, Tim Lessmann, Timo Flott, Daniel Juric, Ho Kim, Verena Schiffel
Lighting Design pfarré lighting design: Gerd Pfarré, Katrin Rohr, Marisa Mariscal
Photos courtesy Shuhe Architectural Photography, Ippolito Fleitz Group

BOLON EYEWEAR SHANGHAI

*Bolon is one of the world's largest spectacles manufacturers and China's best-known sunglasses brand. The Bolon brand is positioned as a premium lifestyle brand in this segment. The main advertising campaign, revolving around French actress **Sophie Marceau**, evokes French elegance and fashion consciousness: this design offers a clear spatial interpretation of this attitude. Unique spatial elements that retell a narrative, such as iconographic shelves and a polished gold ceiling, vividly illustrate the brand's realigned public image as a self-confident market leader. The design centres around a clear, iconographic and instantly recognisable product presentation. White square panels, set at right angles to each other, create a strict, three-dimensional grid on the presentation walls. Each pair of glasses sits on its own mini stage. The impression made by the product is further enhanced through a skilled*

use of directed lighting. Each pair of glasses is set against an illuminated background, thus highlighting the colour of the lenses. At the same time, a targeted LED spotlight is directed at the product from the vertical panel suspended immediately above it, giving it a subtle aural emphasis. The shop space is characterised by the use of high-quality materials such as a white marble floor and black marble for the characteristic presentation cases and service desk. A leather-covered expanse of wall provides an additional focal point within the space, as well as creating a warm setting for in-depth consultations. The golden ceiling makes the whole space glow, awakening memories of bright, sunshiny days at the beach. The iconic product presentation is perfectly suited to individualised flagship architecture. However it can be employed in an equally striking and convincing way in smaller stores and shop-in-shop units •

