

Publication

Publication
ADM (I)

Page
38 / 40

Language
Italian

Issue
September 2009

Product / Project
Vodafone Store

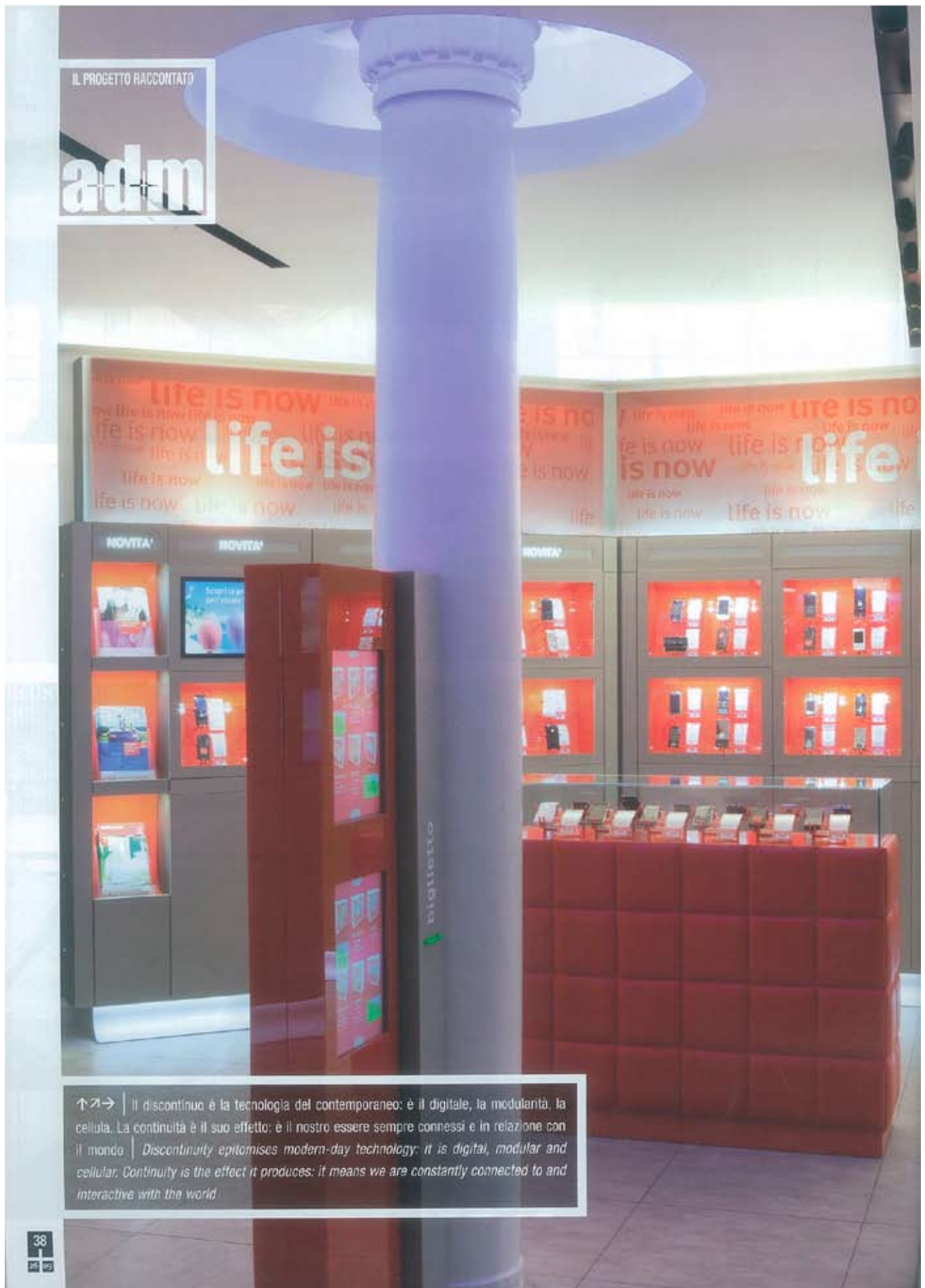


Matteo Thun
& Partners

Via Appiani 9
20121 Milano

Tel. +39 02 655 69 11
Facsimile +39 02 657 06 46

www.matteothun.com
mail@matteothun.com



↑↗→ | Il discontinuo è la tecnologia del contemporaneo: è il digitale, la modularità, la cellula. La continuità è il suo effetto: è il nostro essere sempre connessi e in relazione con il mondo | *Discontinuity epitomises modern-day technology: it is digital, modular and cellular. Continuity is the effect it produces: it means we are constantly connected to and interactive with the world*



Il filo rosso della comunicazione

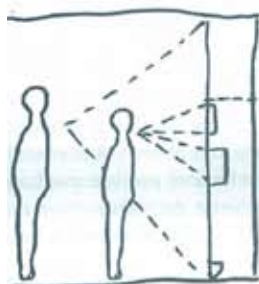
Design and text by Matteo Thun & Partners | Photos by Paolo Riolzi

The continuous thread of communication

VODAFONE
ORIZZONTI EMOZIONAL
ABBATTIAMO I MURI

I nuovi negozi Vodafone si basano su due concetti: la modularità flessibile delle loro parti e una comunicazione continua, lineare e avvolgente

Two concepts for Vodafone new sales outlet: the flexible modularity of the various parts, and constant, linear, enveloping communication

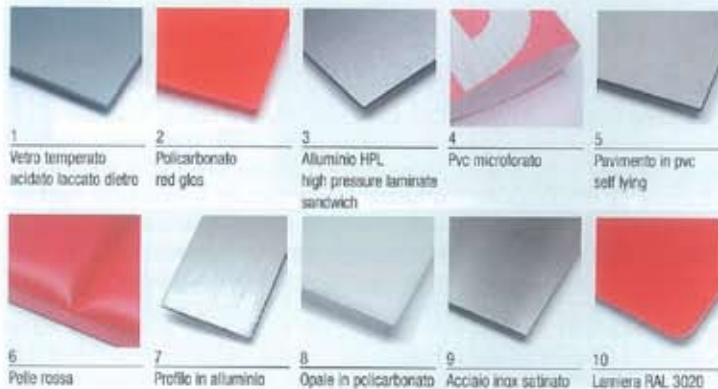


Il progetto Vodafone One Retail System dà corpo alla metafora stessa della telefonia mobile: dove la modularità (discontinua) compone il filo rosso (continuo) della comunicazione. La comunicazione mobile è un costante spostamento tra territori, domini, caselle confinanti tra loro (le celle), che coprono quasi il globo intero e che attraversiamo senza sosta. Il discontinuo è la tecnologia del contemporaneo: è il digitale, la modularità, la cellula. La continuità è il suo effetto: è il nostro essere sempre connessi e in relazione con il mondo.

Questo mondo, che è il mondo Vodafone One, trova oggi nel punto vendita la sua sintesi tangibile. I nuovi negozi Vodafone One (più di 800), infatti, si basano su due concetti: la modularità flessibile delle loro parti e una comunicazione continua, lineare e avvolgente. Il negozio è un contenitore nitido, bianco nelle pareti a smalto, unicamente rivestito con un PVC autoposante a pavimento. Al suo interno, l'esposizione corre lungo tutto il perimetro, avvolge lo spazio e dà continuità alla scansione modulare degli elementi di arredo.



↑ ↓ | Gli espositori prodotto sono elementi modulari rivestiti in vetro acidato retroverniato, che ospitano i prodotti in nicchie rosso lucido retroilluminato, alcune rivestite in pelle, e li valorizzano con un'illuminazione a LED diretta | *The product displays are modular features, covered with rear-lit acidified glass, which hold the products in shiny red niches, some covered with leather, and spotlights them by means of direct LED lighting.*



Intorno, ad anello, quattro bande parallele organizzano altrettanti orizzonti comunicativi ai diversi livelli. In alto la brand identity, che è già un elemento saliente. Subito sotto, la comunicazione dei servizi offerti. Ad altezza uomo, con attenzione ergonomica, l'esposizione del prodotto. Infine, al livello più basso, trova posto lo storage. La brand identity è un elemento vibrante, che identifica immediatamente tutto lo spazio. È un lightwall continuo su due livelli: il claim di Vodafone in primo piano, una texture stampata su laminato sullo sfondo, il tutto illuminato con luce fluorescente, per una dinamica stratificazione delle immagini. Tutta la comunicazione è dinamica, aggiornata in tempo reale sugli schermi LCD, interattiva nelle aree self-service, piacevolmente tattile sugli espositori prodotto. Questi sono elementi modulari rivestiti in vetro acidato retroverniato, che ospitano i prodotti in nicchie rosso lucido retroilluminato, alcune rivestite in pelle, e li valorizzano con un'illuminazione a LED diretta. Ma anche la luce indiretta proviene dagli arredi, con spot orientabili sul top, in totale autonomia dai diversi spazi in cui, grazie a una studiata modularità (multipli di 30 cm e a profondità costante) tutto si adatta nel tempo con flessibili configurazioni. E poi un elemento di rottura: i moduli free standing, punti focali sulle novità, mobili morbidi su ruote che abitano liberamente lo spazio e ne rifiniscono le funzioni, per dare una risposta completa a tutte le richieste del cliente. Mentre alle richieste energetiche, dà risposta un sistema di fonti di illuminazione a bassissimo consumo e dalle elevatissime prestazioni ■