



Barcelona, 2015

El sr. Carlos Tascón entra en el estudio con su hijo con la intención de modernizar sus zapaterías repartidas por toda España. Se trata de la segunda y tercera generación de la firma multimarca y tienen la necesidad de conectar con el público guiñi con ganas de comprar en el centro de Barcelona y en consecuencia con las nuevas generaciones. Tenemos la oportunidad de crear un nuevo concepto retail aplicado en dos tiendas de Barcelona en tan solo 5 semanas.

No hay tiempo para dudas, tenemos claro que la nueva fórmula debe transmitir cultura de zapato, cariño por la artesanía y la estética. Sin pretensiones, nos planteamos un proyecto ambicioso donde cada tienda debe tener su propia personalidad, estamos seguros que en este caso la diversidad creará riqueza de marca.

Nos proponemos crear también el entorno ideal del zapato y nos decidimos a utilizar hormas viejas de madera que una vieja fábrica desechaba. Las dos primeras tiendas reúnen más de un centenar de hormas que el estudio decorará y que la tienda exhibirá de manera sutil. La idea original del proyecto es invitar a otros diseñadores a decorar nuevas hormas para las sucesivas tiendas, cada cuál con su personalidad.

Cada tienda es monocromática, Pelayo azul turquesa, centro comercial La Maquinista verde césped,...pero todas ellas comparten un particular pavimento de madera de roble colocado en espiga, un sistema de mobiliario basado en mesas que nos recuerdan las setas, un diseño fresco y con puntos de fantasía.



Fotografías: Albert Font



---

GABINETE DE PRENSA LAGRANJA DESIGN:

---

Elvira Ràfols

t. 699 92 55 69

press@lagranjadesign.com

---

---