

213 - JUN

SHOP





DESIGN

LES AIRES NOIRES

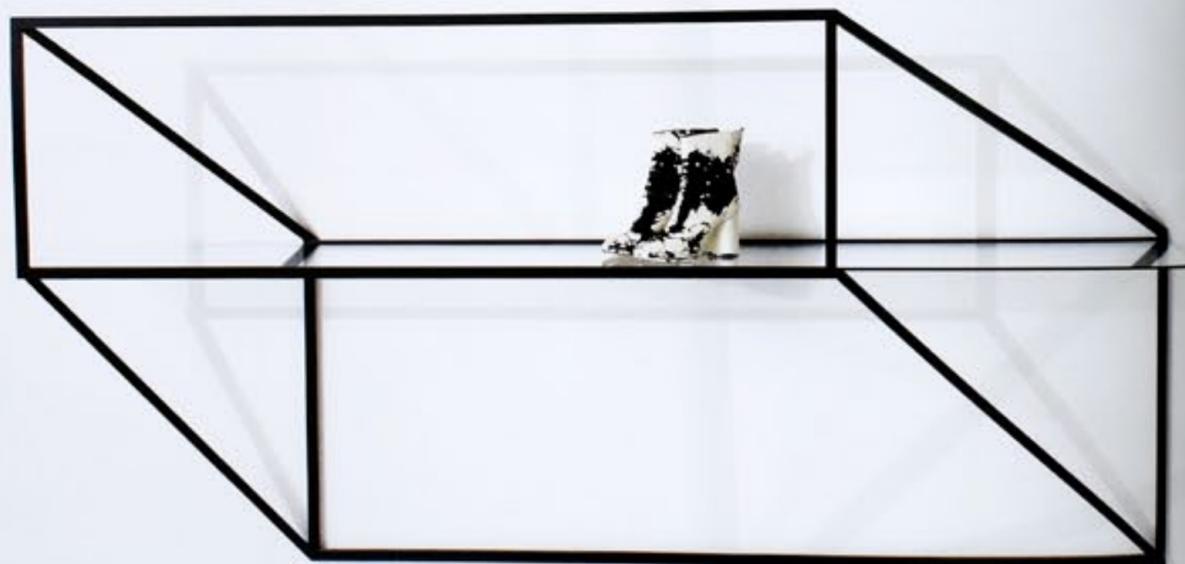
TEXTO DANIELA SANTOS

STORE DESIGN

ESCRITÓRIO DE DESIGN CRIA "ARARAS" ESPECIAIS - QUE UNEM FUNCIONALIDADE E BELEZA E AGREGAM CHARME E ESTILO À LOJA E REACENDEM A DISCUSSÃO POR UM LAYOUT DE LOJA PERFEITO

Se você acredita que araras, cabides e displays são itens meramente funcionais e que não podem contribuir (ou estragar) o visual da sua loja, então precisa rever os seus conceitos. O estúdio de design +TongTong, que acumula projetos para restaurantes, hotéis, escritórios e residências, criou especialmente para um varejista de Toronto, no Canadá, as Les Ailes Noires – um tipo de "arara" para roupas e outros artigos que se destacam pela flexibilidade, funcionalidade e irreverência do projeto. Usando barras de aço soldado as "clothing racks" são versáteis e divertidas e mostram que pode haver muita beleza no

minimalismo do conjunto parede branca + chão de concreto vidrificado, fitas pretas de alta fixação e tubos de metal também fosco preto, criando araras minimalistas que, com o efeito de luz e sombra, acabaram criando toda uma atmosfera tridimensional. As formas personalizáveis podem se moldar às necessidades de cada cliente, a partir das partes independentes que se fixam à parede sem a necessidade de parafusos e outras parafernálias. O desenho final do item é determinado pelo cliente, que pode alterar o layout das racks de acordo com as suas necessidades – permitindo, inclusive, a renovação do espaço a cada troca de coleção. Isso sem comprometer a qualidade do produto.



AMBIGUIDADE

"Estava tentando criar algo que fosse mais do que um trilho pendurado sobre rodas ou um sistema de parede", diz o diretor da +TongTong, John Tong. Inspirado pela simplicidade do desenho e da cor, as linhas podem se comunicar em três dimensões, brincando com a percepção espacial e volumétrica do produto. O acabamento preto fosco acentua a ambiguidade espacial das formas, que oscilam entre o bi e o tridimensional. "Essa percepção confusa da realidade pode ser manipulada pelo jogo de luz e sombra sobre o traçado, mas quando você se move próximo ao rack ou pendura alguma coisa nele, o volume assumido se desenrola da perspectiva", afirma Tong. "Les Ailes Noires é a expressão em francês para 'asas negras', e isso, para mim, é uma reação à forma como essas coisas parecem se mover quando você anda ao seu redor. Eles não vibram, mas têm a leveza de asas", pondera o criador.





MENOS É MAIS

Além delas, o kit inclui um espelho de corpo inteiro, um aparador de parede com prateleira de vidro, um compartimento que pode ser afixado ao teto e oito prateleiras independentes, que podem ser reconfiguradas de infinitas maneiras. As unidades autônomas possuem, ainda, pés de borracha e para-choques de parede. Todas as partes, por natureza, são ajustáveis às paredes ou superfícies sólidas, sem a necessidade de parafusos ou qualquer ferramenta para fixação. E esse é o 'pulo do gato' que permite a alteração do seu desenho, sem força física, sujeira ou desperdício de tempo. "Esse projeto está tornado algo muito banal e comum em algo especial", acredita Tong, enfatizando a valorização o seu produto.



VEJA A EVOLUÇÃO DO PRODUTO, DESDE O PROJETO ATÉ O USO EM LOJAS NO SITE DA TONGTONG
WWW.TONGTONG.CO

TREND VM
WWW.TRENDVMBLOGSPOT.COMBR

BUSINESS DESIGN CENTRE
WWW.BUSINESSDESIGNCENTRE.CO.UK

PROVAR
HTTP://WWW.PROVAR.ORG/INDEX.ASP

VALORIZAÇÃO

"Com certeza esse produto gerará muita curiosidade e interesse devido sua forma inovadora e flexível, aspectos esses muito importantes num projeto de layout de varejo", avalia responsável pela área de Layout de Varejo da Provar – Programa de Administração de Varejo da Fundação Instituto de Administração (FIA) – Giorgio Chiesa. "O desafio será combinar sua possível utilização em diversos ambientes, espaços. O ponto forte está nas formas personalizáveis que podem se moldar às necessidades de cada cliente, pondera o especialista.

Chiesa explica que os equipamentos utilizados no interior da loja devem ser posicionados de maneira a oferecer ao consumidor mais informação sobre o seu produto. E o posicionamento correto desses itens contribui para o consumidor "conseguir visualizar, inclusive, a composição entre os produtos", o que o deixa mais próximo da decisão de compra. "O layout da loja deve favorecer aos aspectos sensoriais e funcionais do ponto de venda. Às vezes a loja fica uma 'obra de arte', mas o operacional fica prejudicado. Deve existir um equilíbrio entre o design, a beleza, e a operação do ponto, até mesmo porque hoje a loja é o lugar onde o consumidor degusta o produto", ressalta ele, pontuando que para o cliente "nada substitui o prazer da compra presencial".

Para tanto, ele aposta no fluxo logístico para que os produtos encontrem o cliente – caminho oposto ao utilizado pelo marketing, que leva o cliente ao produto. "O layout de varejo será sempre um vendedor invisível e silencioso que prestará o serviço de atendimento ao cliente desde a entrada na loja, durante sua permanência para diversos fins até sua saída, deixando uma imagem na sua mente de todo o processo", ratifica Chiesa. "O varejista deve ter a opção, inclusive, de modificar o layout da loja de acordo com a mudança no perfil dos clientes que ocorre durante o dia".

E esse é um dos principais atrativos da Les Ailes Noires, que usa o design para ressaltar o seu produto e contribuir para a facilidade da operação da sua loja.