MEBLE

Duża scena dla mody

Dla jednych jest ulubioną rozrywką, dla innych przykrą koniecznością: w kwestii zakupów zdania są podzielone. Jedno w każdym razie jest pewne: chodzi nie tylko o swerty, bluzki i spodnie, które przeglądamy - ich prezentacja i atmosfera sklepu mogą zdecydować, czy zakupy będą przeżyciem, czy tylko zwykłym spełnieniem obowiązku. Dlatego niemieckia firma odzieżowa Marc Cain wzięła temat wystroju sklepu we własne ręce: każdy z ponad 100 sklepów firmowych Marc Cain na całym świecie, do tego również salony wystawowe i biura planowane są we własnym zakresie, wykonywane we własnej stolarni i uszlachetniane lakierami ADLER.

Aranżacja

Obok mody to architektura jest drugą dużą pasją Helmuta Schlotterera, który założył Marc Cain dokładnie 50 lat temu. Było i jest dla niego zrozumiałe, że nie tylko jego odzież produkowana jest w zakładzie dziewiarskim w siedzibie firmy w Bodelshausen (Baden-Württemberg), ale również meble prezentacyjne i elementy dekoracyjne sklepów. Odpowiedzialny za to jest 22-osobowy dział wnętrz, w kórym współpracują architekci (wnętrz), projektanci przemysłowi, kreślarze budowlani, koordynatorzy projektu, magazynierzy i stolarze. „Każdy sklep jest dla nas indywidualnym projektem. Nie chcemy po prostu «narzucać» z góry pomieszczeniu określonej koncepcji sklepu, ale chcemy uwzględnić istniejącą sytuację przestrzenną, otoczenie oraz częściowo elementy historyczne i połączyć z naszym własnym stylem MarcCain, aby każdemu sklepowi nadać własne fascynujące oblicze”, wyjaśnia kierowniczka działu Tatjana Haag. A jak wygląda ten styl Marc-Cain? Firma modowa świadomie stawia na minimalistyczny wystrój wnętrz z wyraźnymi liniami i monochromatycznymi powierzchniami: scena należy tutaj tylko i

Zastosowane produkty

Aduro Ecofill

wyłącznie do kolorowej kolekcji mody, wystrój powinien ją podkreślić, a nie konkurować z nią. Aby zapewnić udane zakupy, zespół ds. wnętrz coraz częściej planuje strefy wspólne, w których osoba towarzysząca może poczekać i zrelaksować się przy filiżance kawy lub wznieść toast za udany zakup kieliszkiem Prosecco.

Najnowsza moda: pastele

Trendy w modzie to codzienność Marca Caina - także w projektowaniu sklepów. Podczas gdy przez długi czas na topie była klasyczna biel, zespół ds. wnętrz stawia dziś coraz częściej na odcienie pastelowe. Najnowsze "dziecko" działu wnętrz, nowy sklep Marc Cain w ’s-Hertogenbosch na południu Holandii, emanuje zachęcającą atmosferą w ciepłych pastelowych odcieniach różu i jasnej szarości. Monochromatycznie zaprojektowane powierzchnie stanowią atrakcyjny kontrast z ciemnym parkietem w jodełkę i masywnymi belkami sufitowymi zabytkowego domu na starym mieście ’s-Hertogenbosch. Sklep posiada również wyrafinowaną aranżację oświetlenia, która wchodzi w dialog z błyszczącymi meblami ekspozycyjnymi. „W przypadku naszych mebli świadomie pracujemy na wysokim połysku. Dzięki temu meble są nie tylko mniej wrażliwe i łatwiejsze w czyszczeniu, odbijając światło, przyczyniają się też do jasnej i przestronnej przestrzeni naszych sklepów i tworzą idealną scenerię dla naszej mody", wyjaśnia Tatjana Haag. Aby uzyskać idealną powierzchnię, stolarnia Marc Cain stawia na powłoki firmy ADLER: foliowane płyty MDF są najpierw wypełniane PUR-Ecofill, a następnie lakierowane 2-komponentowym lakierem w wysokim połysku Pigmopur Gloss NG w odpowiednim kolorze. Dzięki swojej bardzo dobrej odporności powierzchnia jest doskonale chroniona przed niemiłymi spotkaniami z ostrymi paznokciami lub spadającymi wieszakami na ubrania. Jednocześnie zapewnia znakomity połysk i nieskazitelną przejrzystość oraz oferuje promienną scenę dla niekwestionowanej gwiazdy w pomieszczeniu: mody Marca Caina.

Nagłówek