

Concerne : Frey Wille Boutique Luxembourg
Angle Rue Philippe II / Grand Rue 83 – 1660 Luxembourg
Présentation du projet

La société Frey Wille, fabricant autrichien de bijoux en émail, souhaitait une boutique en étroite relation avec l'espace public dans le respect du « corporate identity », plus concrètement leurs couleurs classiques et les logos ainsi qu'une certaine manière de présentation.

Créant un espace ouvert sur l'angle Rue Philippe II / Grand-Rue avec les grandes surfaces vitrées n'étaient -à première vue- pas difficile, s'il n'y avait pas cette énorme colonne en béton au milieu de la surface commerciale et l'escalier hélicoïdale, fort gourmand en espace.

Le challenge de la grande surface vitrée consistait à pouvoir offrir un maximum d'étalages vers l'extérieur sans perdre le contact avec l'intérieur de la boutique, fort coloré et utilisé comme outil de communication et d'attraction pour le public. On a opté pour des étalages bas à simple niveau, qui permettaient d'établir une relation avec le client potentiel dans la rue et vice versa. L'inconvénient de cette surface vitrée était le manque de surface de présentation pour les bijoux à l'intérieur. Ici, on a opté pour une présentation à double niveau, visible depuis la rue et deux comptoirs, dont un qui fait disparaître l'escalier. Celui-ci était planifié en entourant l'escalier par des étalages pour pouvoir exposer les bijoux sans perdre de l'œil l'aspect pratique de l'escalier, notamment la relation avec les bureaux et le stock qui se trouvent dans les caves. On a décidé de mettre une couverture avec le logo en forme de Sphinx de Frey Wille sur vérin hydraulique, qui donne accès au sous-sol. Le reste du temps, ce trou est fermé et participe à l'ensemble de l'aménagement, sans que la clientèle se rende compte de sa fonction auxiliaire.

Un autre défi consistait à faire disparaître la colonne en béton. On a choisi de travailler avec des contrastes de couleurs – la colonne en béton enrobée des panneaux en MDF laqué blanc, sur lesquelles on expose des écharpes rétro éclairées, également en communication avec la rue, surtout le soir, quand le scénario d'éclairage se met en route suivant un schéma et des séquences bien étudiées, pour valoriser les bijoux en fonction de l'obscurité et l'heure.

On voulait une boutique ouverte, d'une lecture simple invitant le client à rentrer sans inhibition. Le design est assez épuré, simple et orienté vers une mise en scène des bijoux, qui, par leurs couleurs, apportent le charme et le bien-être une fois à l'intérieur. La circulation est simple et fonctionnelle, le client peut accéder à tous les étalages ou vitrines via l'espace central.

La technique du mobilier était aussi primordiale et demandait de recherches plus approfondies. Faire disparaître la quincaillerie sans renoncer à la sécurité était le souhait du client. On a opté pour des serrures électroniques commandées par cartes magnétiques, invisibles pour le client. Les « Aquariums », surface de présentation à l'intérieur, se trouvent derrière des surfaces vitrées maniables par des coulisses invisibles et s'ouvrant vers le haut et le bas, pouvant ainsi être facilement entretenus et nettoyés. Tous les supports des coulisses ou des tiroirs sont revêtus de cuir, offrant ainsi en cas d'ouverture toujours un aspect haut de gamme avec des finitions soignées, inévitables pour cette gamme de produits et leur clientèle exigeante.

On peut dire que la boutique a depuis son ouverture apporté un plus pour l'angle Rue Philippe II / Grand-Rue si on peut citer ici le bon feedback et les compliments sympathiques des gens sur le design et le réaménagement réussi de la boutique. Le client Frey Wille prouve également une forte confiance dans notre savoir faire; Depuis lors on a réalisé une dizaine d'autres boutiques à travers l'Europe dans toutes les grandes capitales comme Rome, Milan, Florence, Naples, Paris, Budapest et Bruxelles. La société compte aujourd'hui plus que 60 boutiques partout dans le monde.