



2014/1
Ateliê de ambientes comerciais
Isabella Gomes e Yasmin Rotondo

Kipling

a marca

História



A Kipling foi fundada em 1987 na cidade belga de Antuérpia por Xavier Kegels e Paul Van de Velde, um engenheiro marítimo que tinha como idéia original criar uma linha de mochilas de nylon de ótica qualidade, confortáveis e funcionais, com um estilo único, e toques de diversão e aventura.

No mundo



Comercializa seus produtos em mais de 65 países ao redor do mundo, encontrados em mais de 4.200 pontos de venda, 500 pontos dentro de lojas de departamento e 230 lojas próprias em cidades como Paris, Londres, Tóquio, Hong Kong e São Paulo. Toda a produção da empresa, aproximadamente 6 milhões de peças por ano, é feita em fábricas localizadas na China. O trabalho de criação dos modelos é realizado na sede da empresa, na cidade de Antuérpia.

Público-alvo



Os produtos agradam principalmente o público mais jovem, com design arrojado, funcionalidade e durabilidade. A marca tem muito apelo entre as crianças, adolescentes em idade escolar e jovens mulheres.

#aventureira

#multinacional

#funcional

#feminina

A partir da análise da marca, tira-se palavras-chaves para a construção de um

conceito:

A referência pega para o desenvolvimento do projeto foi a ideia inicial dos criadores da marca, que pensaram num **material durável** e resistente para os produtos afim de direcioná-los à aventura. A escolha do material foi feita com esse embasamento; o Nylon apresenta alta resistência mecânica e ao impacto, baixo coeficiente de atrito, autolubrificante, versátil, boa resistência à fadiga, ao desgaste à abrasão. Assim sendo, o **resgate do aspecto jovem**, com design arrojado e funcional foi o ponto de partida na criação da nova loja.

A partir do conceito,
cria-se um foco estético,

um PROJETO

no qual pretende-se
manter justificavelmente,
tais características:

harmonização entre o
mobiliário e o produto

já que a variedade de cores e estampas da marca é
uma característica importante a ser destacada.

Nichos e prateleiras
de cores claras

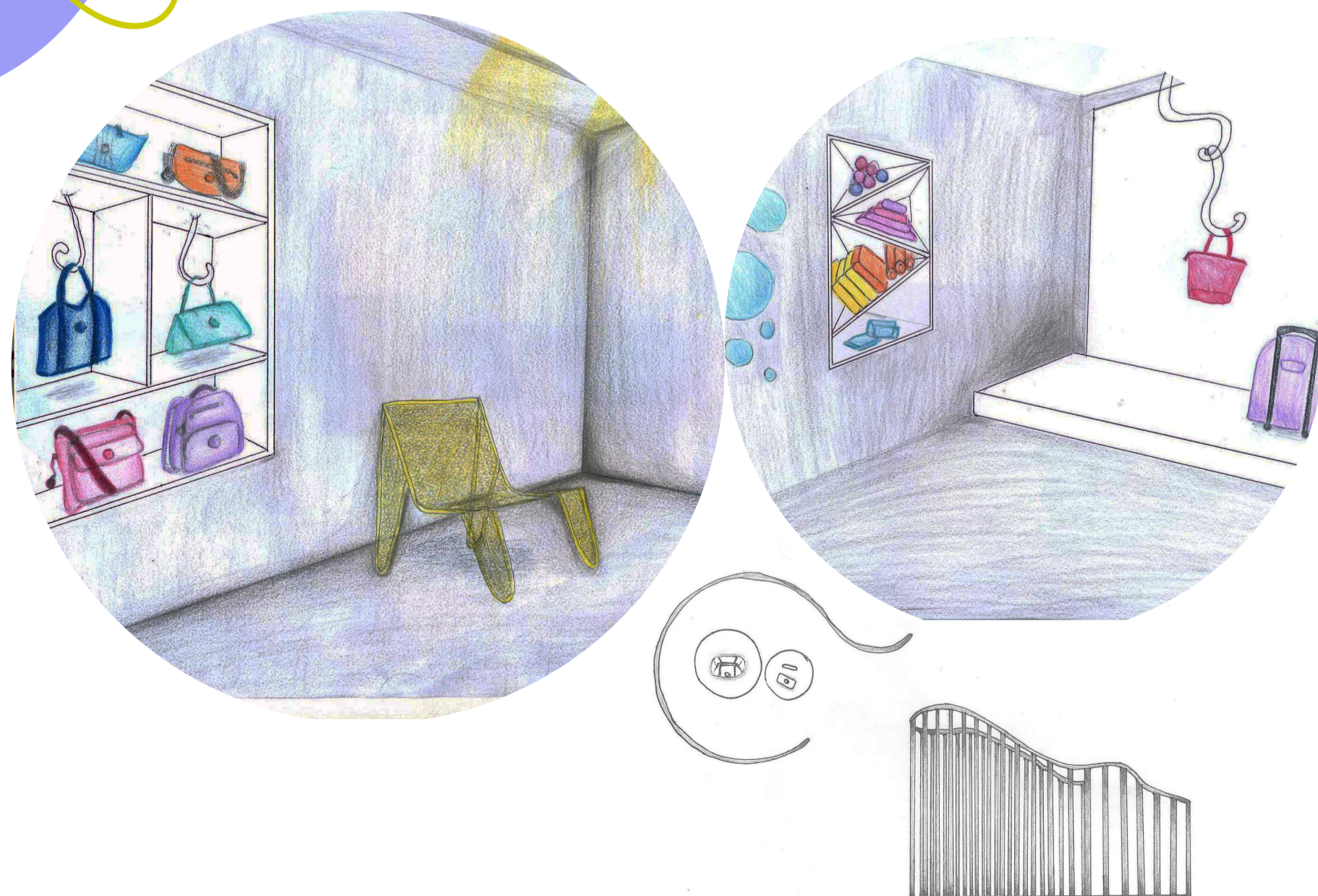
para contrastar com o que está sendo
apresentado.

Iluminação clara
e geral

afim de não alterar, visualmente, as cores
dos produtos e não "iludir" o cliente.

Disposição dos grandes
produtos nas laterais

para que o fluxo de clientes e funcionários não seja conturbado.



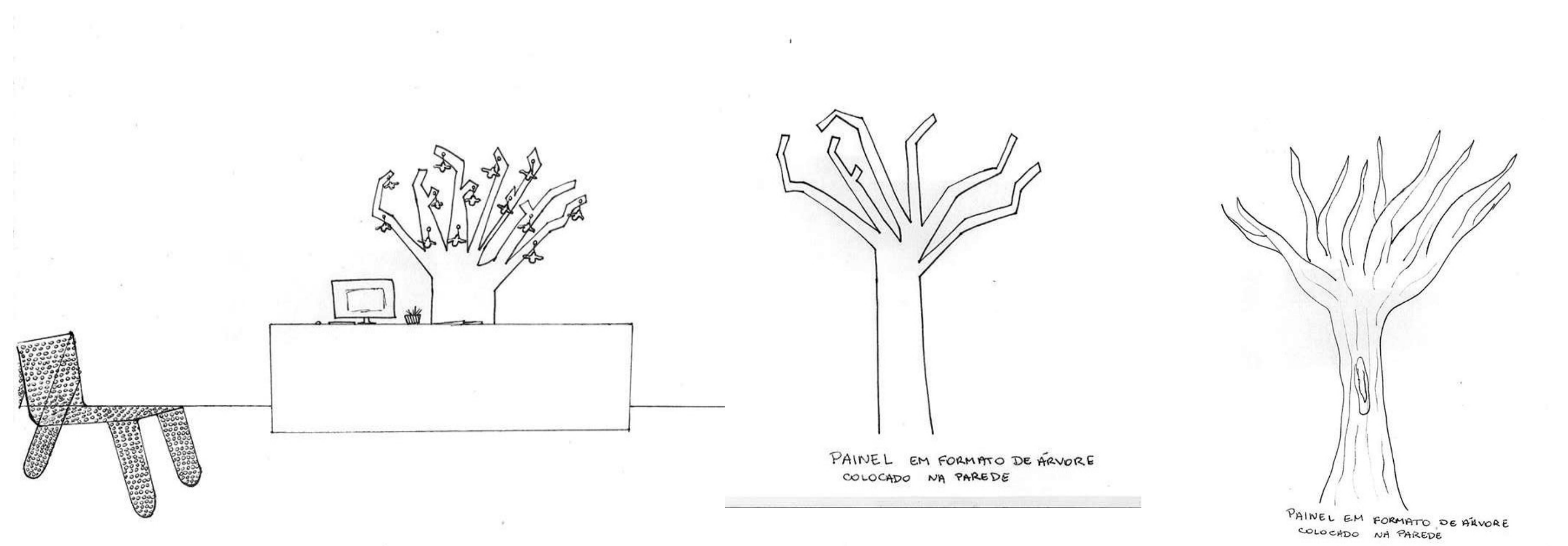
os
es
tu
dos

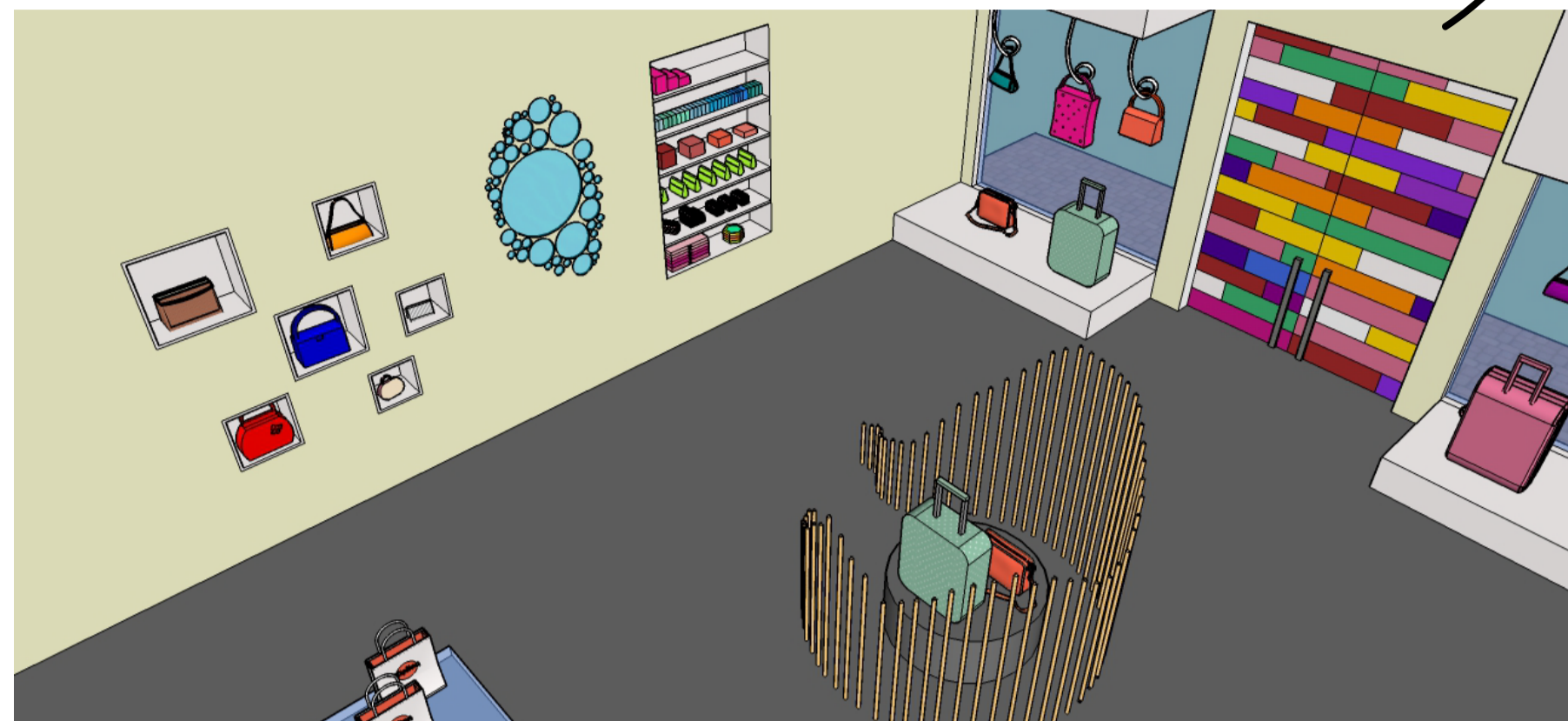
A escolha do módulo no center shopping

A análise dos fluxos foi feita pessoalmente e percebe-se
um **espaço propício para uma loja contemporânea** por se
localizar em frente a uma loja de departamentos reconhe-
cida e bem frequentada, além de ser ao lado da Provanza, loja
que oferece um espaço para se sentar, podendo haver avaliação
dos produtos da vitrine da Kipling de forma calma.

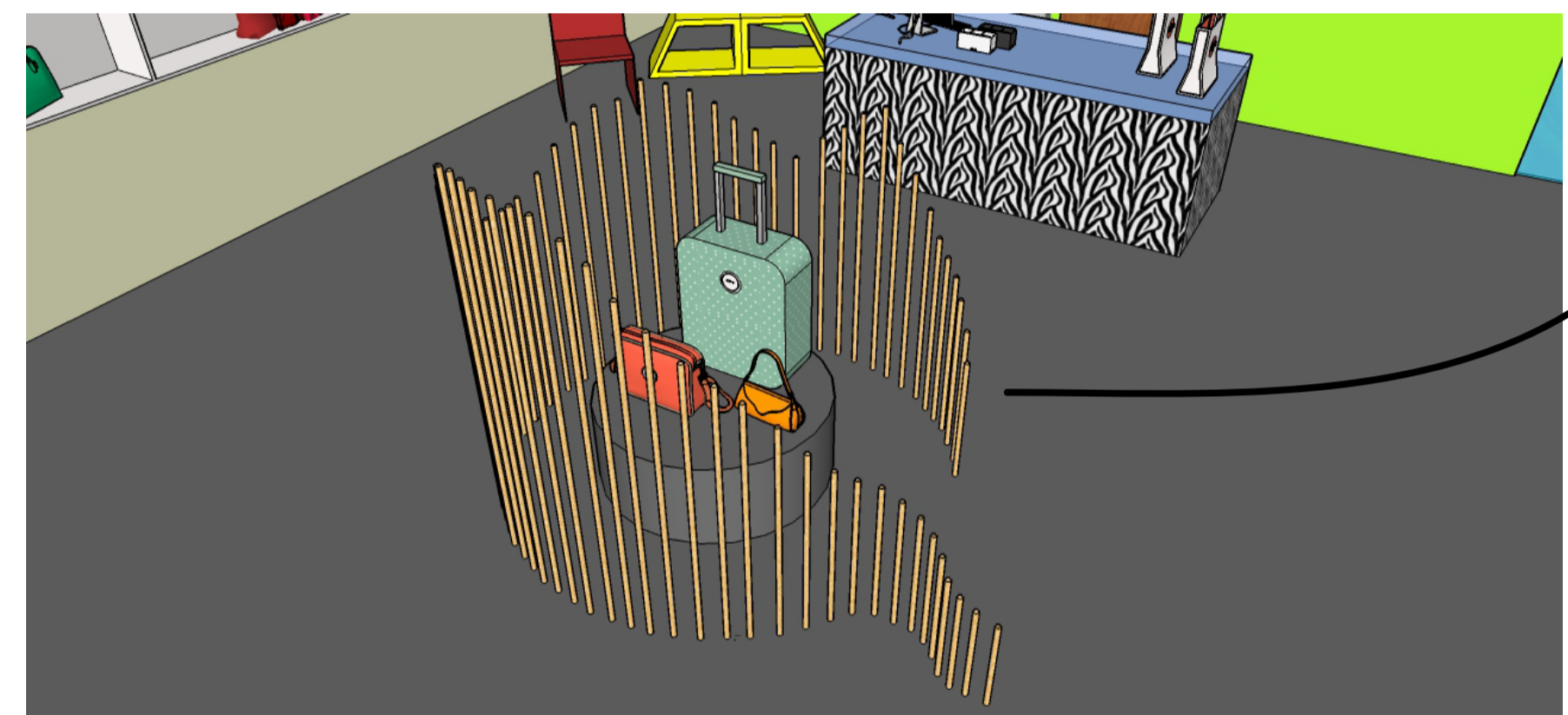
O box escolhido corresponde ao da atual loja Samsung, que foi
selecionado por disponibilizar **produtos que também não
necessitam de provador**, característica que mantivemos
no módulo e possibilitamos a **redução do orçamento**.

A escolha do local onde seria colocada a nova proposta de
loja da kipling foi feita baseada na **observação de fluxos possíveis
pelo shopping** e pela localização. A entrada proposta é a da praça
principal, onde acontecem eventos que trazem uma **concentração
alta de pessoas** sendo um ponto positivo para as lojas que se
encontram por ali.





Porta pivotante de mogno com adesivo lúdico representando cores presentes na loja.



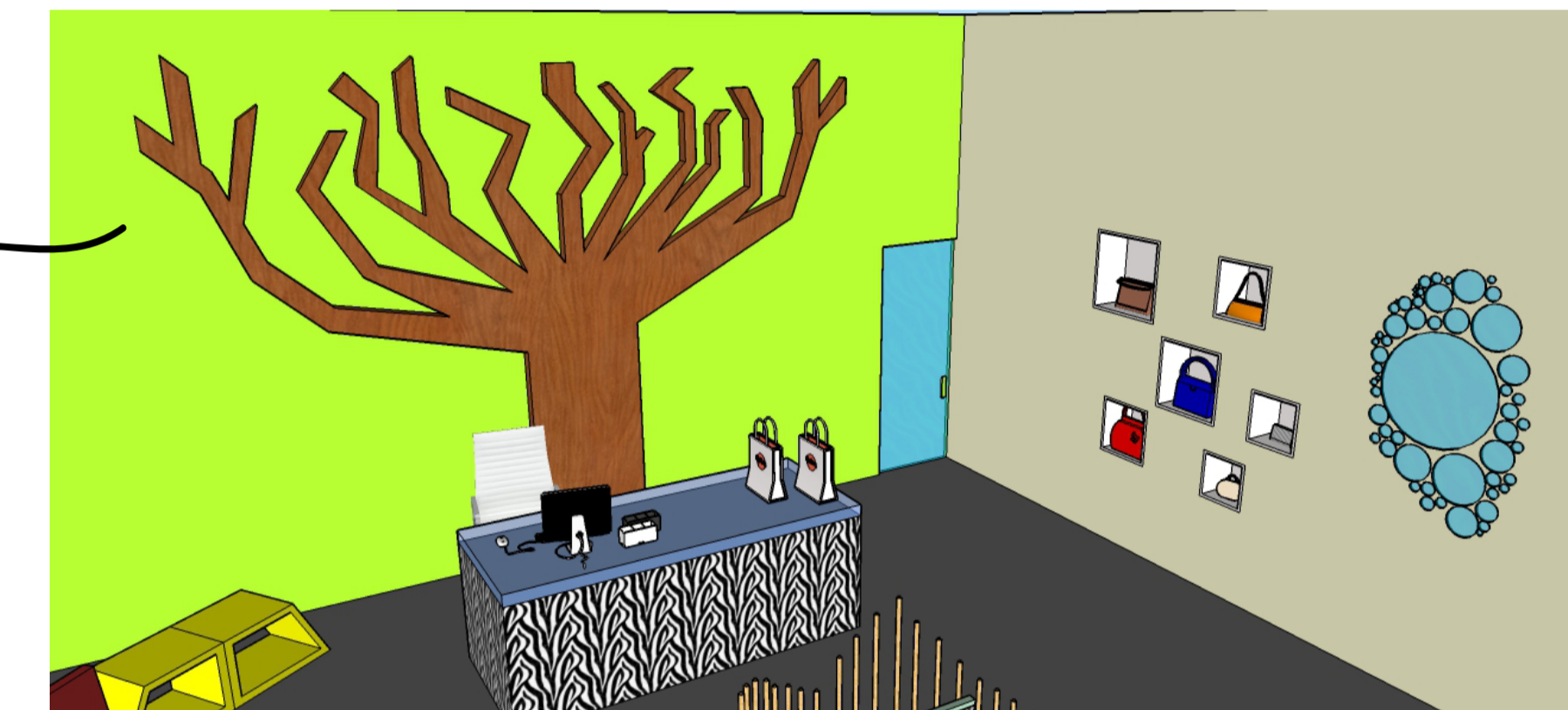
Pinos de ba,bú representando o lado aventureiro da marca .



Balcão personalizado com papel para paredes.



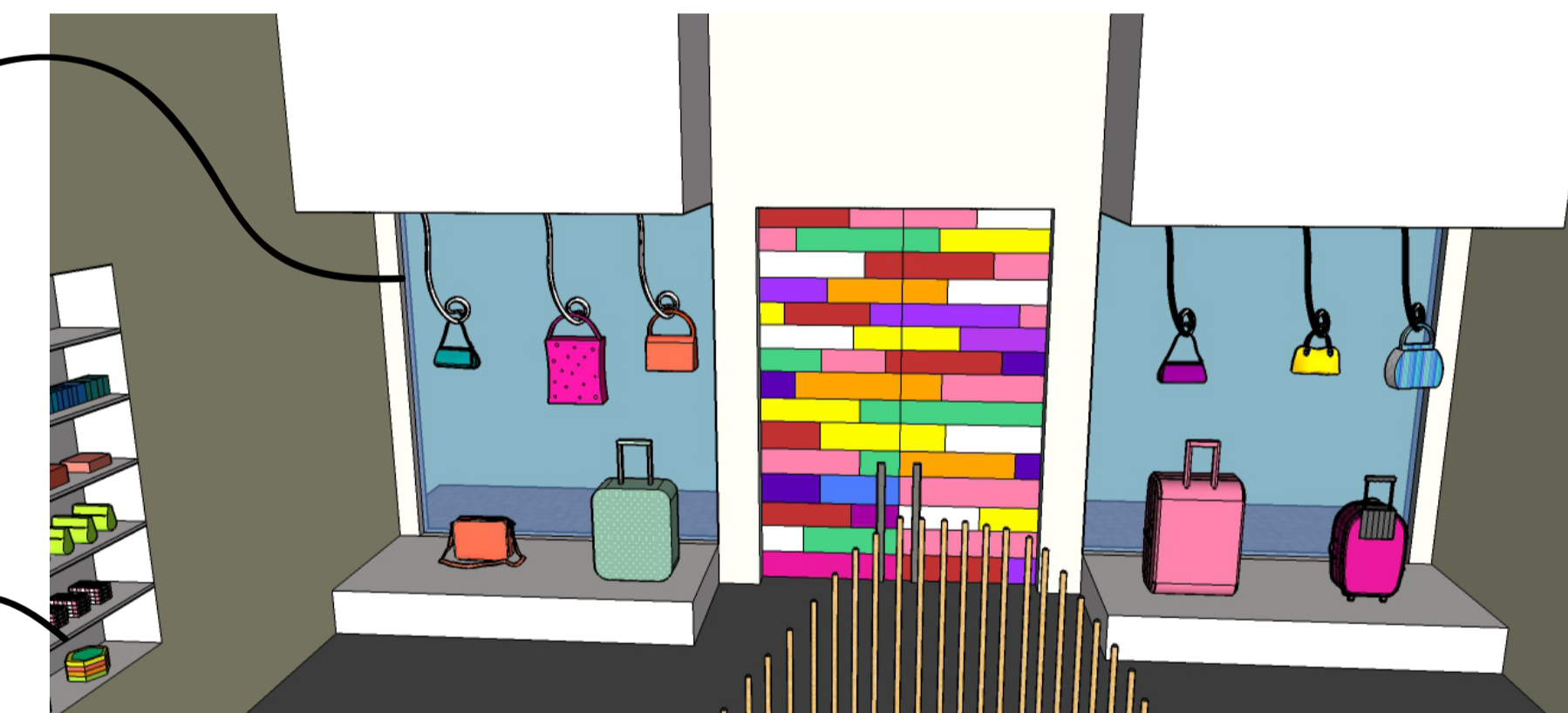
Mogno: Usado na árvore de exposições e na porta frontal



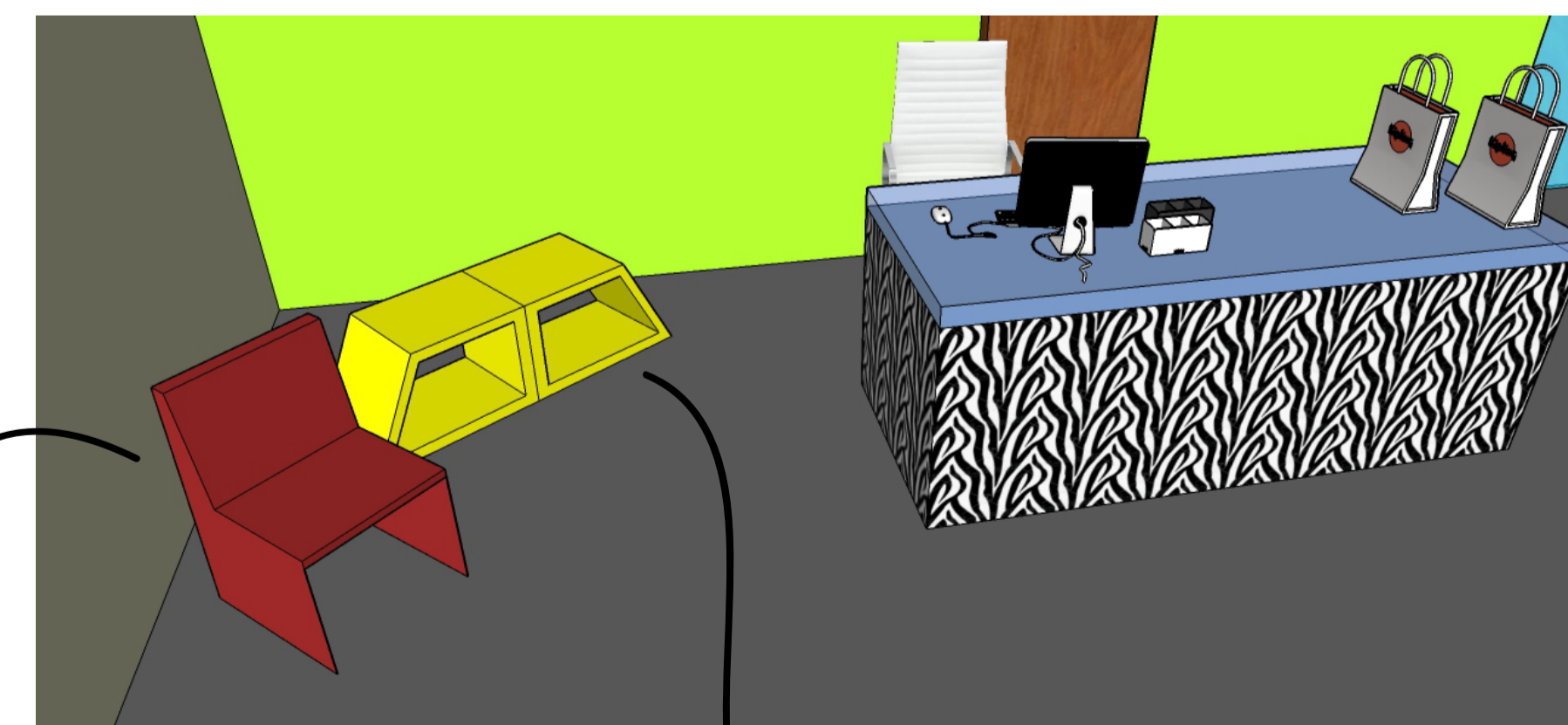
Exposição dos produtos de forma diferenciada com o uso do MDF torcido.



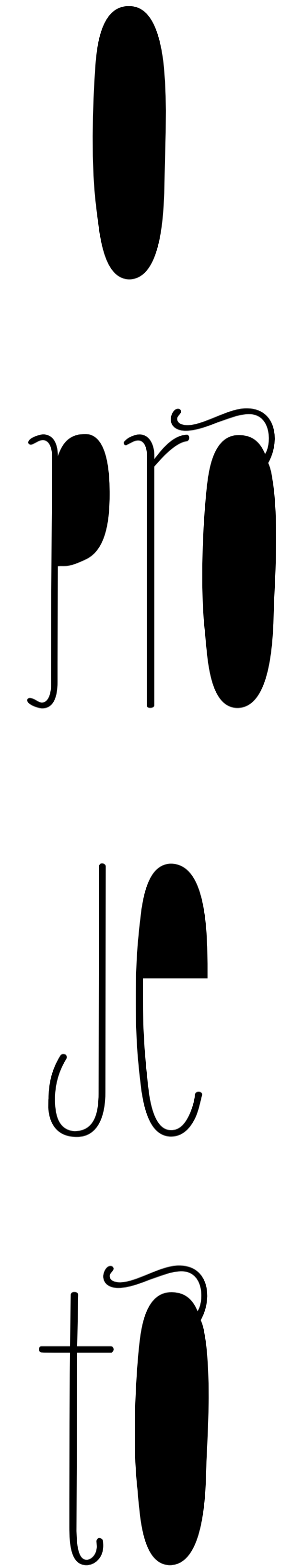
Mdf revestido com fo'rmica branca: Compõe os nichos nas paredes, os rabos contidos na vitrine e os tablados da mesma.

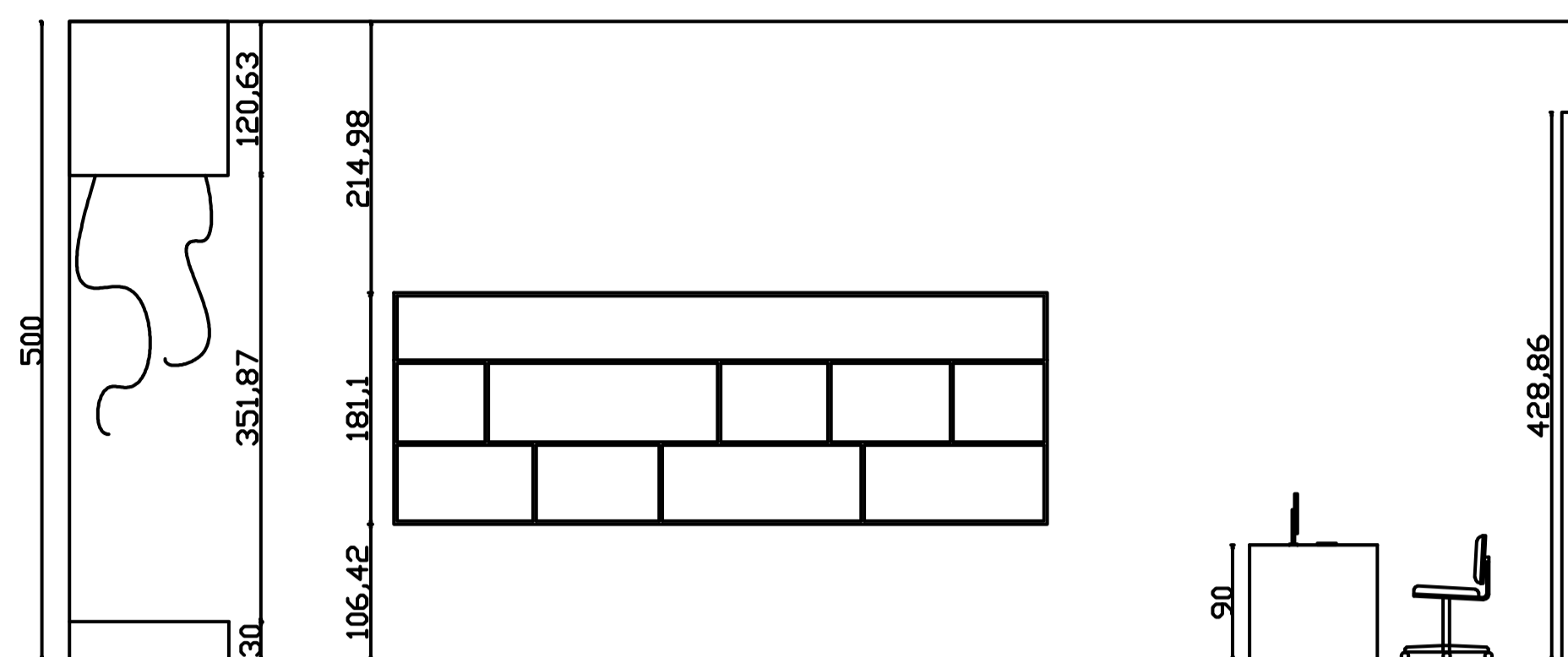


Cadeira Toiix, de Zanini de Zanine.

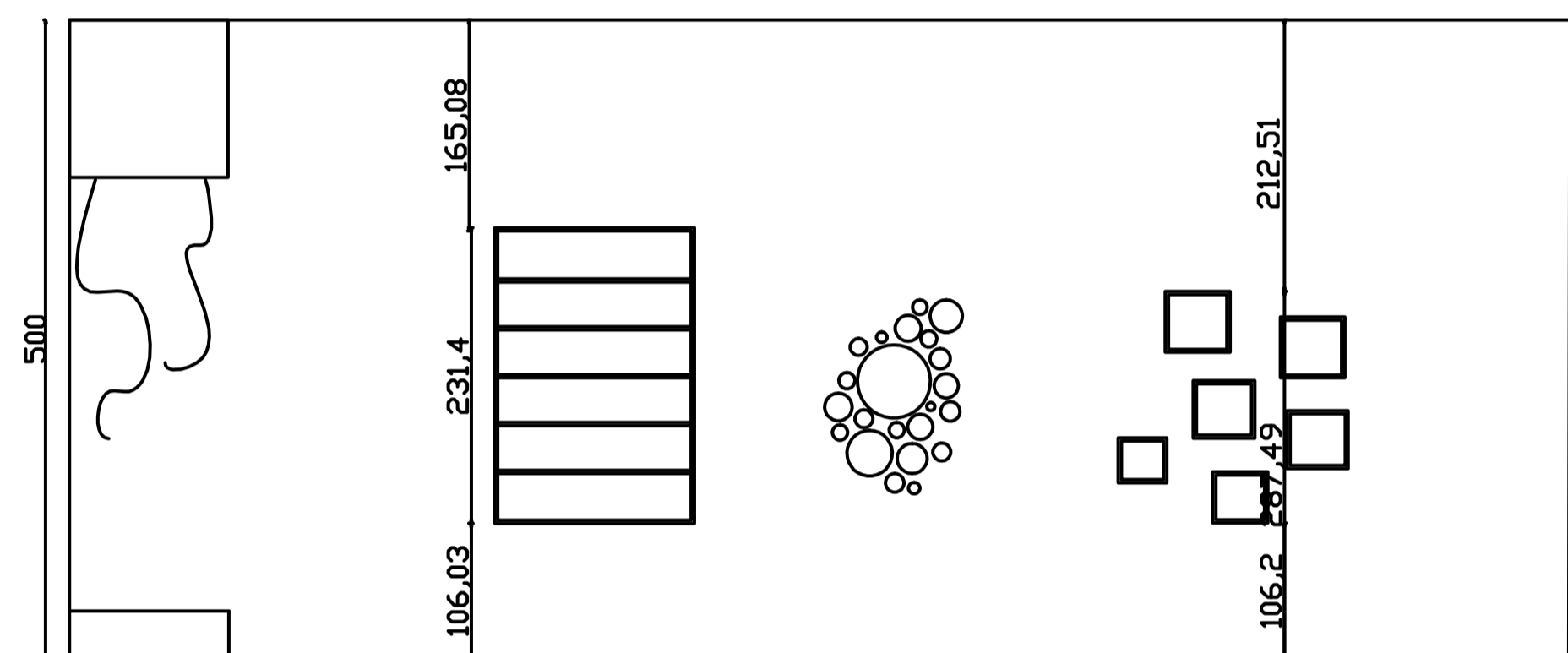


Bancos gumo, assinados por Zanini de Zanine. Peças trapezoidais, estruturadas em metal telado.

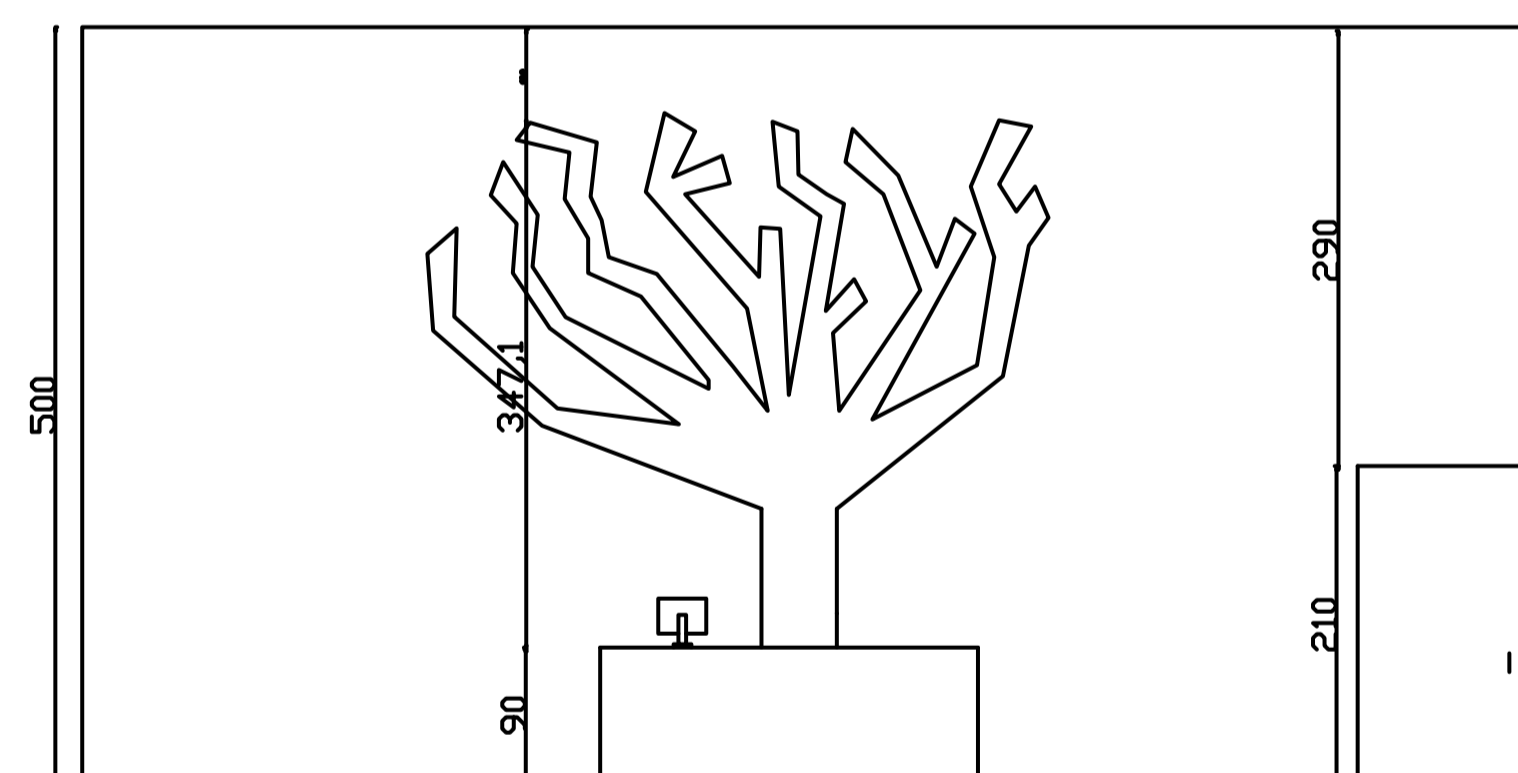




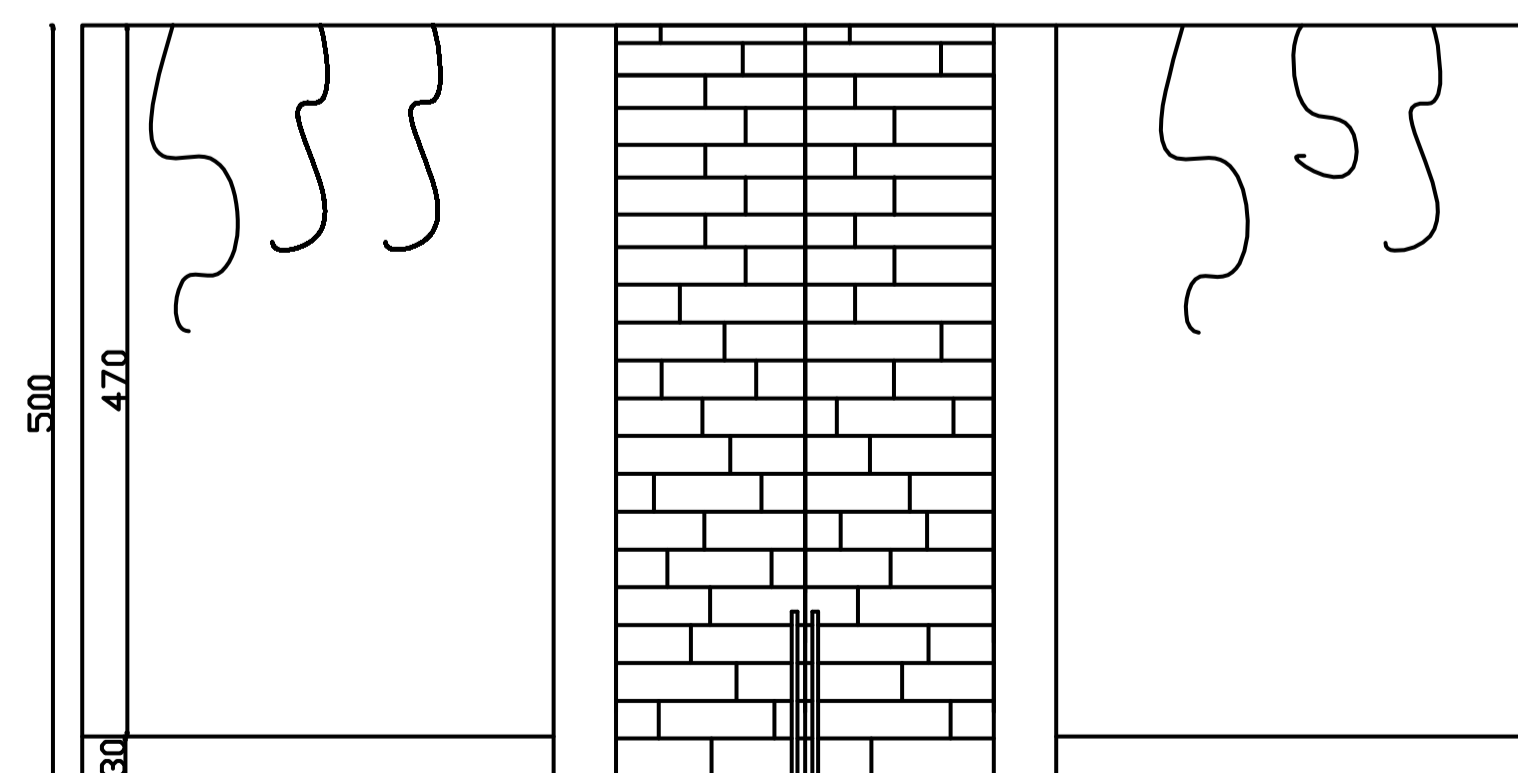
Vista D



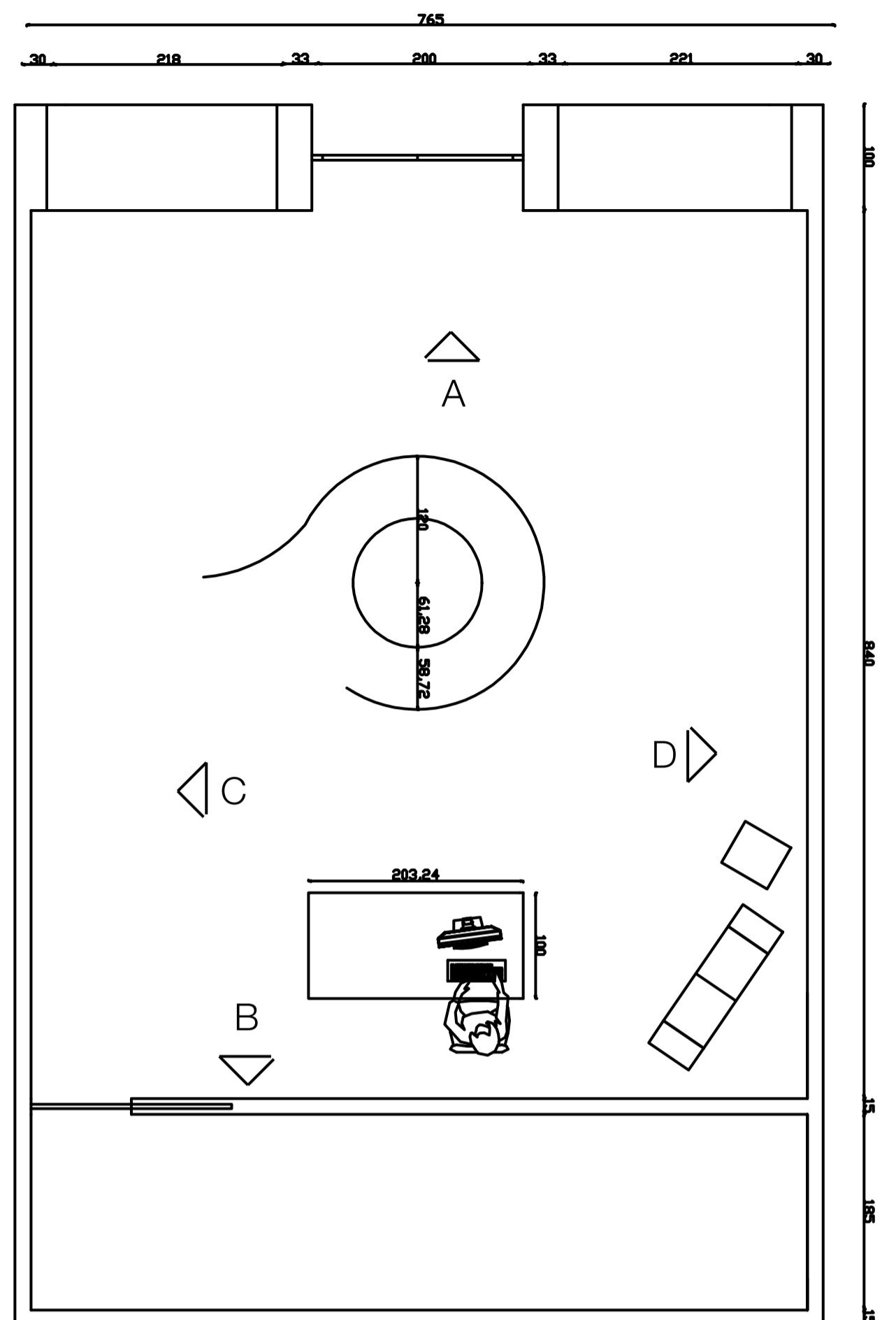
Vista C



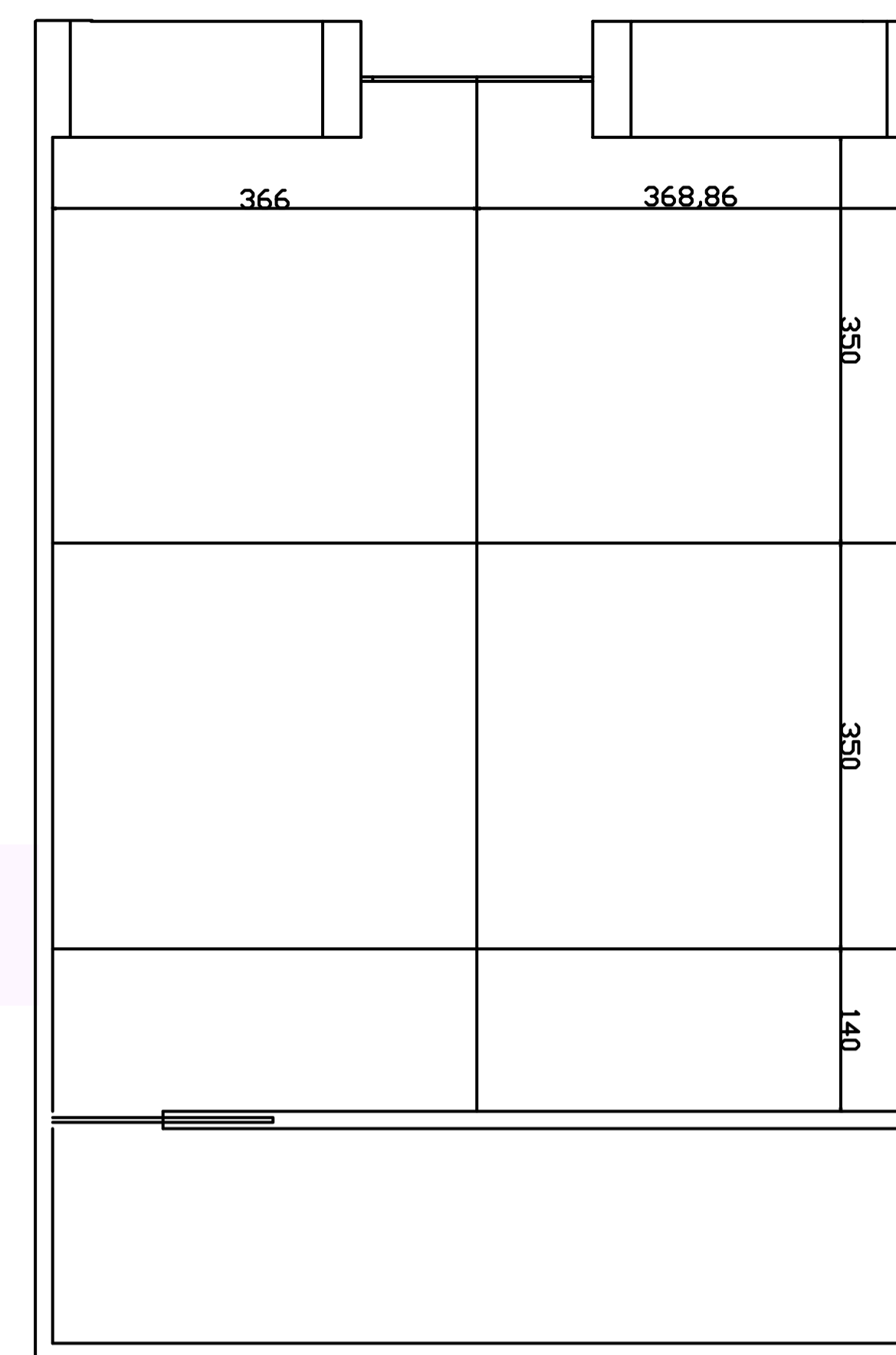
Vista B



Vista A



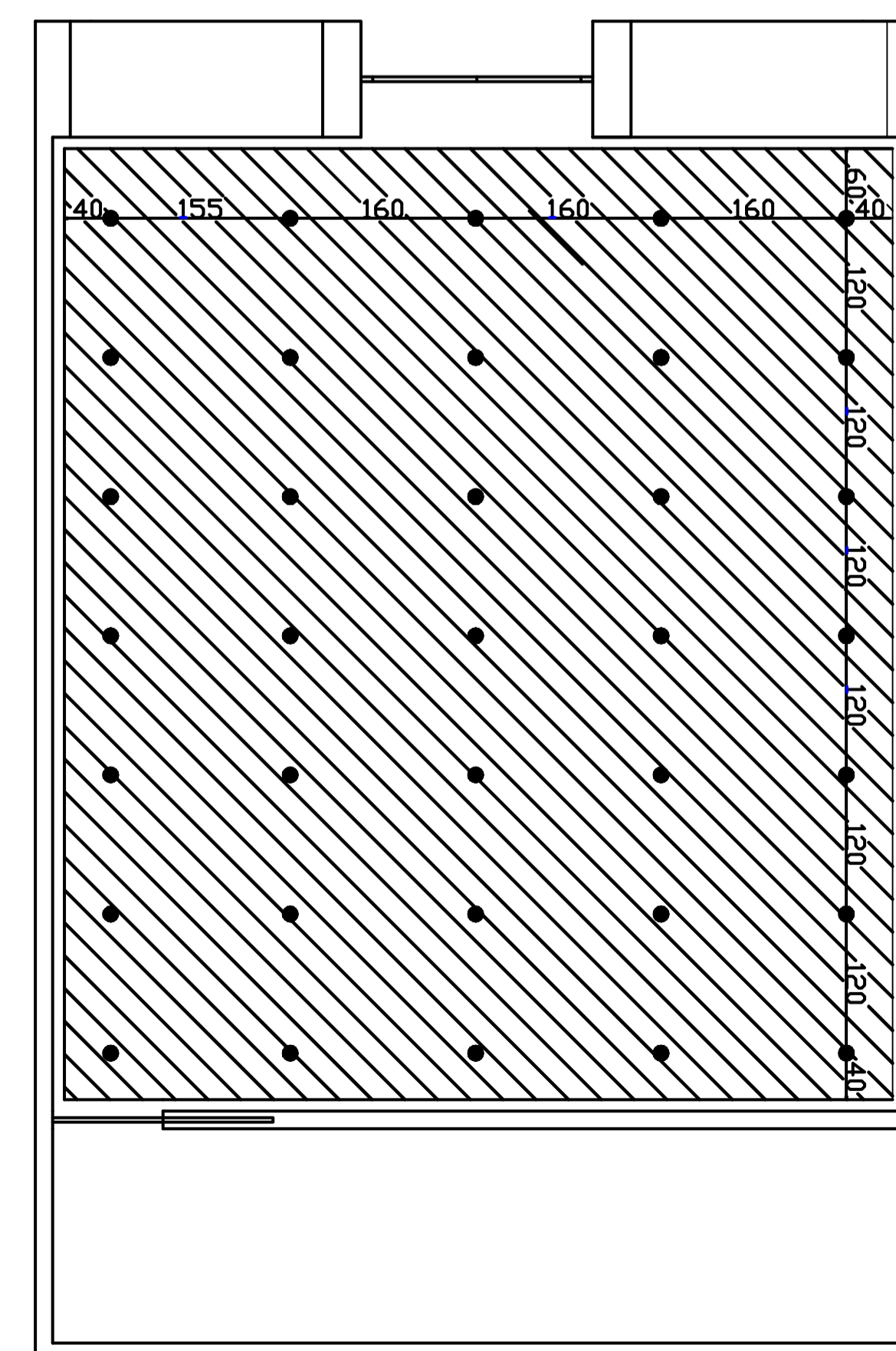
Planta baixa



Paginação de piso o piso será de cimento queimado com junta de assentamento de 3mm

O projeto tem um foco aventureiro e adota materiais que remetem a isso. As medidas foram pensadas de modo que a loja tivesse fluxo livre e sem conturbação, e o Layout feito com conceitos criados a partir do estudo da marca. A lucidez e o foco na qualidade do produto definem a proposta.

o p r o j e t o



Paginação de teto

Foi usado spot embutido orientável IO17 - Nuru de base soquete E27 ; branco de alumínio.