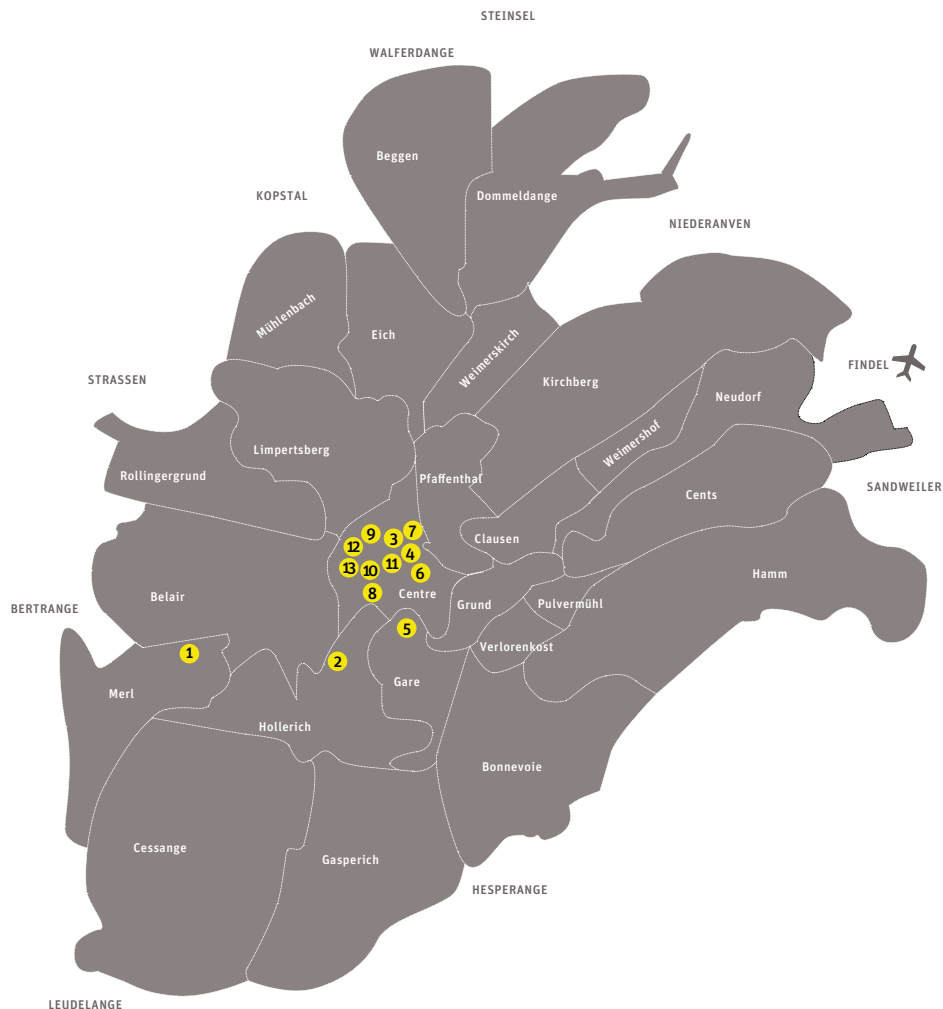


CONCOURS COMMERCE **DESIGN** LUXEMBOURG-CITY **2014**



Commerce**Design**Luxembourg

- 1 Agence BGL BNP Paribas
Jardins de Luxembourg
& Franz Van Issum
Architecture
- 2 Am Garage /Knopes
& Séverin Laface
- 3 Boutique M. Weydert &
Paczowski & Fritsch
- 4 Fabienne en Ville &
Moreno Architecture
& Associés
- 5 Glacier Bargello
& Marianita Perrone
Pinheiro
- 6 Honey\Mustard
& Charlotte Sauer
- 7 Inside Home & Tailor
& Polyform Group
- 8 Marc by Marc Jacobs
& Jaklitsch/Gardner
Architects
- 9 Mim'z Shoes &
Accessories
& Moreno Architecture
& Associés
- 10 Officine 904 &
Paolo Porcu Rodriguez
et Silvia Pavanello
- 11 Swarovski &
Retail Architecture
Interior-Design
- 12 Swimming Pool &
Zoom Architecture
- 13 Weckbecker City &
Moreno Architecture
& Associés



Partenaires



IMPRESSUM

UCVL - Union Commerciale de la Ville de Luxembourg

1, rue Philippe II, L-2340 Luxembourg, T +352 22 62 60
info@cityshopping.lu, www.cityshopping.lu

Conception et mise en page: cropmark.lu

Impression: Imprimerie Faber

DÉCOUVREZ LES 13 LAURÉATS SÉLECTIONNÉS PAR LE JURY DE PROFESSIONNELS.

**UN CONCOURS ORGANISÉ PAR L'UNION COMMERCIALE
DE LA VILLE DE LUXEMBOURG (UCVL)**

Élaboré d'après un concept original initié par la ville de Montréal, le Concours Commerce Design Luxembourg a pour but d'encourager la qualité en design sur le territoire urbain.

L'idée est de cibler en priorité les commerçants, qui par leur omniprésence dans la ville, ont un impact conséquent sur l'attrait de la ville et son dynamisme économique.

Le concours existe depuis 20 ans et s'est développé à travers le réseau de villes internationales suivant : Montréal, Trois-Rivières et Winnipeg (Canada), New York - Times Square (Etats-Unis), Eindhoven (Pays-Bas), Bruxelles (Belgique), Paris, Saint-Etienne, Strasbourg, Lyon, Marseille, Lille et Nantes (France).

Lancé en 2009 par l'UCVL à Luxembourg-Ville, le concours a pour but de récompenser les commerçants les plus représentatifs des différents secteurs. Il met en lumière des commerçants ayant une démarche globale pour recréer un univers unique, en s'entourant de professionnels qualifiés et talentueux. Ceci, dans le but d'offrir une expérience nouvelle aux clients.

Convaincue de l'importance du design de commerce dans le positionnement du commerce lui-même autant que dans l'attractivité de la rue/quartier où il est situé, l'UCVL a tenu à encourager les bonnes pratiques dans ce domaine. A l'heure du e-commerce, le commerce urbain se doit d'être force de proposition constante et de se différencier en créant de véritables univers et en offrant une expérience singulière et mémorable au client.

DISCOVER THE REVEAL OF 13 AWARDED CANDIDATES, SELECTED BY A PROFESSIONAL JURY.

**A COMPETITION ORGANISED BY UCVL,
THE LUXEMBOURG CITY TRADE ASSOCIATION**

Based on an original concept initiated by the city of Montreal, the Retail Design Award Competition (Concours Commerce Design) from Luxembourg-City aims to encourage the quality of design in the urban territory.

The idea is to target in priority retailers whose general presence in the city generates a substantial impact on the city's attraction and its economic dynamics.

The competition was set up 20 years ago and is now networked to the following international cities: Montreal, Trois-Rivières and Winnipeg (Canada), New York - Times Square (United States), Eindhoven (Netherlands), Brussels (Belgium), Paris, Saint-Etienne, Strasbourg, Lyon, Marseille, Lille and Nantes (France).

Launched in 2009 by UCVL in Luxembourg-City, the competition aims to award significant retailers within different sectors. It highlights the retailers who have a global approach when creating a unique retail space, and work with qualified and talented professionals. The perspective is to offer a completely new customer experience.

UCVL is convinced of the importance of retail design within the market positioning of retail itself. This, on the same level as the attractiveness of a street/area location. UCVL encourages all the good practices in this urban perspective. In order to fundamentally differentiate itself from e-commerce, urban retail should constantly develop new ways to interact with customers. It should always support a narrative that storytells about the brand identity of the place in order to offer a singular and memorable shopping experience.

**Adresse**

17, rue Guillaume de Machault

Quartier

Merl

Commanditaires

BGL BNP Paribas, Tom Scholer &
Tanja Lotti-Giacomantonio

Contexte

Ouverture d'une nouvelle agence

Année de réalisation

2013

Architecte / Designer

Franz Van Issum (membre OAI)





AGENCE BGL BNP PARIBAS
JARDINS DE LUXEMBOURG



FRANZ VAN ISSUM

AGENCE BGL BNP PARIBAS, JARDINS DE LUXEMBOURG & FRANZ VAN ISSUM ARCHITECTURE



Dans un esprit de « less is more », l'architecte a choisi de combiner les enjeux de l'espace existant dans son milieu urbain en plein développement. L'architecte a suivi le souhait du maître de l'ouvrage de véhiculer une vision minimaliste de sa présentation envers la clientèle en intégrant dans l'espace vécu les techniques de viabilisation tout en respectant les considérations environnementales. Il en résulte un espace généreux, transparent et convivial, à l'image des services et de l'évènementiel offerts aux clients.

La sélection des matériaux pour les revêtements de sols et murs, les cloisons vitrées, le mobilier et les installations techniques a été faite dans un souci de développement durable favorisant largement les produits, producteurs et fournisseurs régionaux.

The architect decided to integrate existing space challenges in the evolving urban plan, based on a "less is more" approach. He followed closely the contracting authority's will to convey a minimalistic visual presentation to the clientele, incorporating in the living space viable techniques in line with environmental considerations. The achievement is a generous, transparent and friendly space, perfectly echoing with the image and communication services that the company offers to clients.

The selection of materials from the surface flooring to walls, including glassed partition walls, furniture and technical installations, is thought to be part of a sustainable development favouring regional products, producers and suppliers.



« Une autre manière de
voir l'agence bancaire » »

"Looking at a bank branch differently"

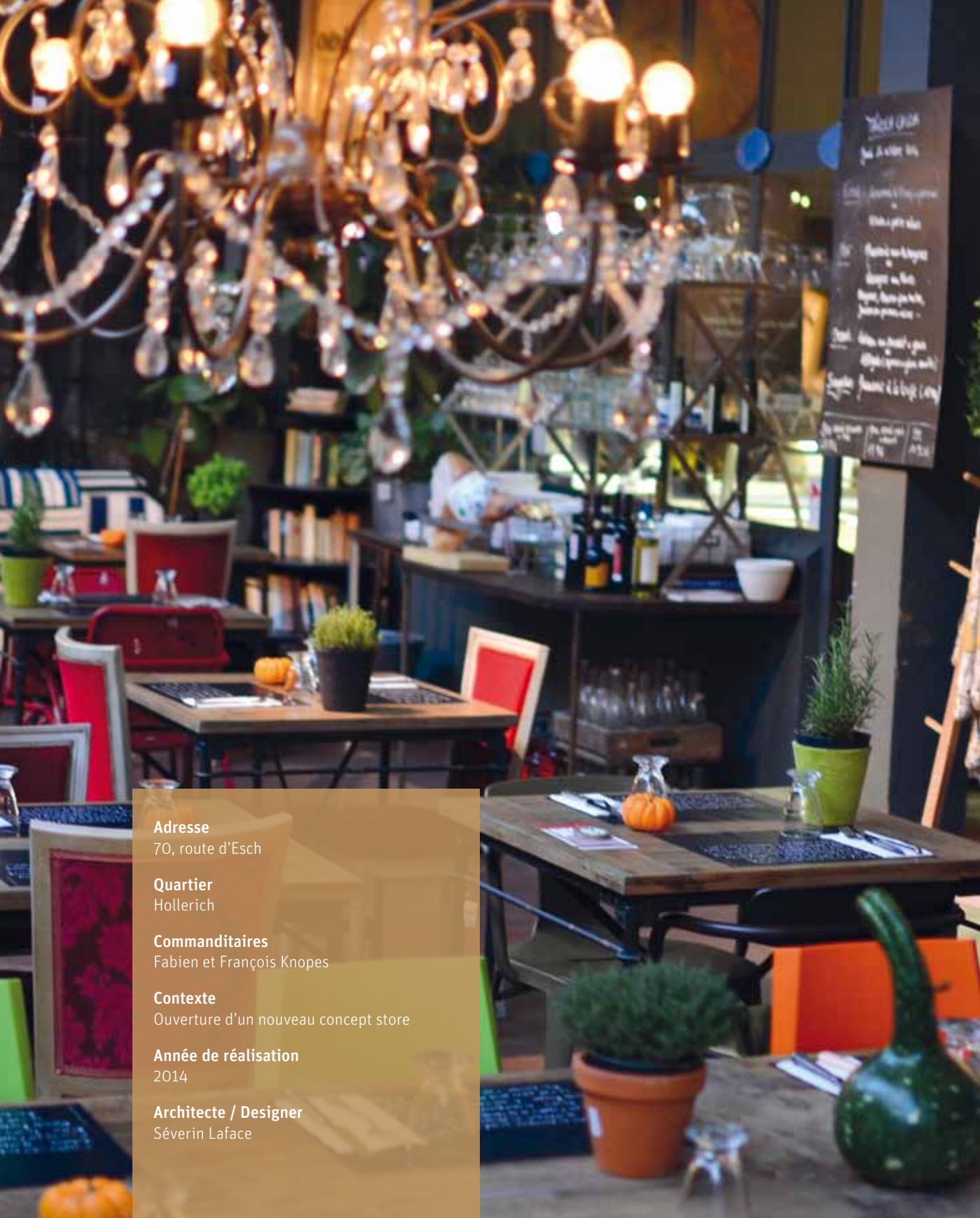


APPRÉCIATIONS DU JURY

Le parti pris de transparence du plafond et de fluidité a particulièrement plu au jury.
Réinvention de l'entrée et accessibilité optimale en utilisant le user-oriented design.

THE JURY'S APPRECIATIONS

The jury was particularly seduced by the unusual transparent ceiling and overall free flow effect.
The entrance is reinvented in a user-friendly design for optimal access.



Adresse

70, route d'Esch

Quartier

Hollerich

Commanditaires

Fabien et François Knops

Contexte

Ouverture d'un nouveau concept store

Année de réalisation

2014

Architecte / Designer

Séverin Laface



FABIEN ET FRANÇOIS KNOPES

MORGANE DAULARD
ET SÉVERIN LAFACE

KNOPES/AM GARAGE & SÉVERIN LAFACE



Cet ancien garage automobile abrite désormais un concept store inédit à Luxembourg : showroom de meuble & déco, torréfaction de café & coffeeshop, table & épicerie bio, bar à mozzarella, cave à vin... L'endroit se présente sous la forme d'un vaste hangar où plusieurs commerçants aux identités propres se sont réunis. Sont présents notamment : Robin du lac, Artisan torréfacteur Knopes, Come à la maison.

L'espace est résolument authentique et friendly, susceptible d'être modulable à souhait.

Il s'agit d'un lieu alternatif, voire expérimental, où l'évènementiel y est spontané. Une atmosphère singulière se dégage de ce cadre industriel brut, composé en majeure partie d'éléments de récupération.

This old car garage is now a new concept store in Luxembourg: furniture & interior design showroom, coffee roasting & coffeeshop, restaurant & organic grocery, mozzarella bar, wine cellar... The place is a large shed combining several shopkeepers, present with their own identity: Robin du lac, Knopes Artisan torréfacteur, Come à la maison and Nature Elements. The space is genuine and friendly, as well as easy to adjust.

It is definitely an alternative place, kind of experimental – all about spontaneous communication. A singular atmosphere comes out of this industrial raw space, largely made of recycled elements.



« Les différents comptoirs
a priori hétérogènes
forment un tout séduisant » »

“The different counters appear heterogeneous
and the whole place is harmonized”



APPRÉCIATIONS DU JURY

On aime la symbiose entre les différentes cellules commerciales et la motivation de ses commerçants. La collaboration et l'esprit de groupe ressort de ce lieu.

Insertion d'un espace commercial dans un univers. Une atmosphère vivifiante et un apport dans le quartier.

THE JURY'S APPRECIATIONS

We like the symbiosis of the different shop units and the people's motivation. A great spirit of collaborating together.

Integration of a retail space in a place with previous identity. A refreshing addition to the area.



Adresse

1c, rue Beaumont

Quartier

Centre

Commanditaire

Catherine Colling

Contexte

Déménagement d'une boutique existante

Année de réalisation

2012

Architecte / Designer

Mathias Fritsch (membre OAI)



CATHERINE COLLING

PAUL ET MATHIAS FRITSCH ET
BOHDAN PACZOWSKI

BOUTIQUE M. WEYDERT & PACZOWSKI & FRITSCH

Pour inscrire harmonieusement cette boutique de mode - sobre et raffinée - dans une maison ancienne, les concepteurs ont gardé le langage franchement moderne de l'ancienne boutique mais basé sur des géométries régulières, classiques et sur l'emploi de matériaux naturels, avec une forte présence du bois, pour créer une ambiance chaleureuse – un cadre proche de l'élégance discrète et recherchée des produits que la boutique offre à ses clients.

Pour corriger les dimensions réduites du local, un jeu des miroirs a été introduit, ce qui double optiquement la profondeur de l'espace du magasin, et crée une fausse transparence d'un bout à l'autre, avec, au fond, l'image réfléchie de la rue. Les étagères horizontales invitent les clients à explorer toute la surface de vente, tout en augmentant l'impression de profondeur, comme le fait le rythme caractéristique des éléments d'éclairage linéaires, suspendus au plafond en vogue.

To integrate with harmony in an old house this fashion boutique, understated and refined, the designers kept the modern feel of the old boutique basing it on regular geometries. A classic style, using natural materials, including a lot of wood, which conveys a friendly atmosphere. Clients are offered a setting with discrete elegance and a selective product sourcing.

To improve the size of the place, there is an optical effect with mirrors doubling the space depth, creating transparency from each side, and reflecting directly the image from the street. The horizontal shelving invites clients to explore the whole selling space, adding perspective through linear elements, hanging from the undulated ceiling.

« Une réinvention habile d'une maison établie dans le paysage luxembourgeois »

"An astute reinvention of a house established
within the Luxembourgish scene"





APPRÉCIATIONS DU JURY

Une boutique de grande qualité avec un style classique, voire old school. L'aspect intérieur du commerce reflète la culture d'entreprise et les produits. L'aménagement intérieur semble avoir été fait pour durer dans le temps.

Cadre raffiné et utilisation intelligente de l'espace par un travail du mobilier, de l'éclairage et de miroirs.

THE JURY'S APPRECIATIONS

A highly qualitative boutique in a classic style, kind of old school. The interior aspect of the store says a lot about the company values and products. The interior design is thought to stand the test of time. A refined setting with a smart use of the space through furniture, lighting and mirrors.



Adresse

11 A, place du Théâtre

Quartier

Centre

Commanditaire

Fabienne Freising

Contexte

Déménagement d'une boutique existante

Année de réalisation

2014

Architecte / Designer

Stefano Moreno (membre OAI)



FABIENNE FREISING



STEFANO MORENO

FABIENNE EN VILLE & MORENO ARCHITECTURE & ASSOCIÉS



Le défi de ce nouveau commerce a été de relocaliser au centre-ville une boutique de prêt-à-porter féminin située depuis de nombreuses années à Belair. La relocalisation du commerce, le style d'aménagement d'intérieur ainsi que le « rebranding » ont été les 3 éléments fondamentaux de cette évolution. Le parti pris a été de tirer profit de la contrainte budgétaire pour en faire le concept. Le délai de réalisation a été très court ; 3 semaines ! Le souhait a été d'allier un matériau unique et le décliner en différents mobiliers aux formes simples et fonctionnels. L'accent a été mis sur les vêtements et leurs matières nobles. Les mobiliers en forme de boîtes permettent de créer, côté intérieur du magasin, les espaces penderies, étagères, cabines d'essayage et côté extérieur, un fond de vitrine.

La seule touche de couleur est un dégradé en bandes verte jade pour se terminer en aplat au plafond. La présence du noir dans certains détails surligne l'ensemble.

The challenge of this new store has been to relocate an existing womenswear boutique in Belair to the city-centre. The relocated space, the inside styling and the “rebranding” have been 3 fundamental elements of the concept's evolution. The budget played a significant role in the design of the concept. It was compelled in only 3 weeks! The idea was to use only one material and create simple and functional units. The real focus is more on the clothing and sourcing noble materials. The furniture from the shopfloor is shaped in boxes allowing ample space for hanging, shelving, fitting rooms, and on the outside, a unit for the display window.

The only touch of colour is acqua green, shaded and then covering the ceiling. A hint of black punctuates some details.





« Une atmosphère chaleureuse
sur base de mobiliers
élémentaires »

"A very pleasant atmosphere with elementary furniture"



APPRÉCIATIONS DU JURY

L'histoire et l'utilisation du mobilier sont intéressantes. Soin particulier apporté à la vitrine. La corporate et notamment le logo sont bien adaptés à l'endroit. Occupation intéressante d'un petit espace. L'aménagement de la vitrine et la corporate forment un tout homogène.

THE JURY'S APPRECIATIONS

There is an interesting use of furniture and a story behind it. Special mention for the display window design. The brand identity and logo are very well suited for the place. It is a very smart way of equipping a small space. The whole concept is homogenous.

BARGELLO

L'ARTE DEL GELATO FIORENTINO

Adresse

13-15, rue du Fort Elisabeth

Quartier

Gare

Commanditaire

Laura Fontani

Contexte

Ouverture d'un nouveau commerce

Année de réalisation

2013

Architecte / Designer

Marianita Perrone Pinheiro (membre OAI)

Contributeurs

Massimiliano Corsi & Fabio Francesconi





LAURA FONTANI

MARIANITA PERRONE
PINHEIRO

GLACIER BARGELLO & MARIANITA PERRONE PINHEIRO

La crème glacée (gelato) telle que nous la connaissons aujourd'hui, est née à Florence pendant la Renaissance, au XVI^e siècle. C'est à Florence que se trouve le célèbre Bargello, cet ancien palais communal reconverti en Musée d'histoire. De ce patrimoine est né la gelateria Bargello. Le concept, unique au Luxembourg, réinvente le glacier dans ses moindres détails, mêlant habilement l'élégance du lieu et le raffinement du savoir-faire florentin. Le décor contemporain évoque l'atmosphère florentine avec ses murs en bois clouté, détail de la porte du Bargello ou encore la forme octogonale du logo en référence au puits du palais ; tandis que les glaces sont conservées à l'abri dans un somptueux comptoir de pozzetti. L'atmosphère est résolument moderne et l'esprit reste médiéval.

The ice cream (gelato) as we know it today comes from Florence, back into the Renaissance period of the XVIth century. In Florence, the History Museum is located in a notorious old communal palace named Bargello. This heritage has inspired gelateria Bargello. The concept, unique in Luxembourg, reinvents the gelato experience in all its details, astutely mixing the elegance of the space with the refinement of the Florentine artisanal know-how. The contemporary decor conveys this Florentine atmosphere with studded walls from the Bargello door or the octagonal shape of the logo, another reference to the palace. The gelatos are all safely preserved within the radiant pozzetti front counter. The atmosphere is resolutely modern, yet the spirit is kept medieval.



« Le commerce raconte une histoire
surprenante autour d'un produit
aujourd'hui banalisé »

"The retail space tells a surprising story
around a product, today considered quite banal"



APPRÉCIATIONS DU JURY

Une histoire étonnante autour d'un produit sublimé. Synthèse d'histoire, de subtilité en termes de matières et autour d'un produit. Bonne surprise pour le quartier !

THE JURY'S APPRECIATIONS

A surprising story around a sublimated product. A great synthesis of history and subtlety of produce. A fantastic surprise for the area!

Adresse

11, rue du Marché-aux-Herbes

Quartier

Centre

Commanditaires

Carolyn Gobran, Antoine Weber
et Thomas Decker

Contexte

Ouverture d'une nouvelle boutique

Année de réalisation

2012

Architecte / Designer

Charlotte Sauer



ANTOINE WEBER, CAROLYN GOBRAN
ET THOMAS DECKER



CHARLOTTE SAUER

HONEY \ MUSTARD & CHARLOTTE SAUER



Située près du Palais, à Luxembourg Ville, la boutique se décline dans des tons blancs alliés à beaucoup de boiseries. Des marques nordiques y sont exposées dans une atmosphère détendue et sympathique.

Tout comme les marques nordiques qui y sont représentées, la boutique prend son inspiration de la philosophie du design scandinave : épurée et simple, mettant ainsi parfaitement en valeur les produits. L'ambiance est résolument minimaliste, épurée et chic.

Suspendu au milieu des escaliers et entouré d'un mur de rideaux blancs, un mobile en forme de nuage installe une atmosphère poétique et crée un lien entre le rez-de-chaussée et l'étage.

Located next to the Palace, in Luxembourg City, the clothing store is all about white and wood. Scandinavian brands are visually displayed in a relaxing and pleasant atmosphere.

The store philosophy is inspired by Scandinavian design and its simple and clean lines to highlight the product, echoing with the Nordic spirit of the brands represented. The place is minimal, airy and chic.

There is a movable cloud hanging in the stairs surrounded by a wall of white curtains, conveying something poetic in the air and linking the ground floor to upstairs.



« Une mise en scène cohérente
et épurée autour de marques
nordiques »

"A coherent and minimal setting with nordic brands"

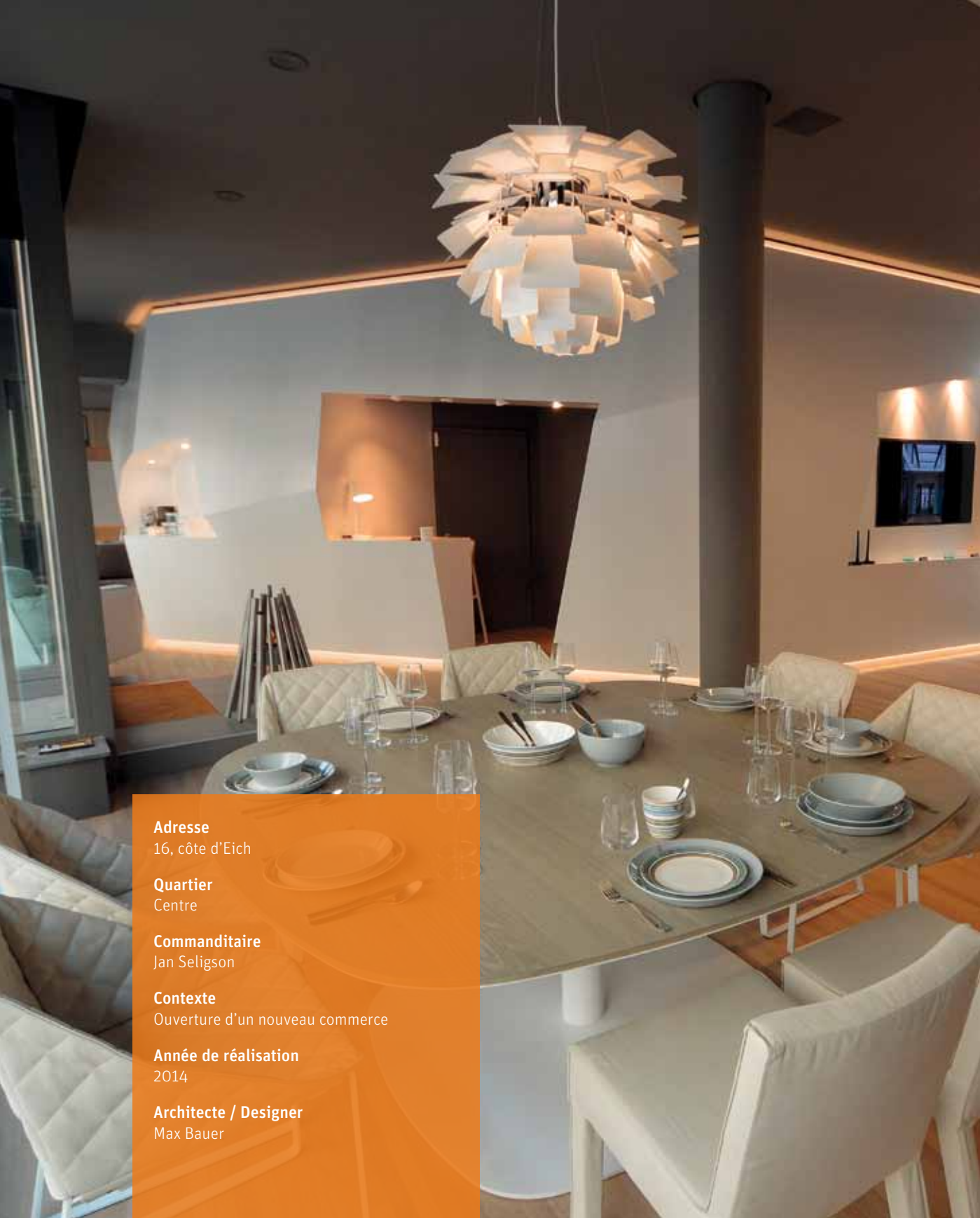


APPRÉCIATIONS DU JURY

Justesse du concept par rapport à la clientèle ciblée. Belle harmonie entre la façade et l'aménagement intérieur contemporain chic.

THE JURY'S APPRECIATIONS

Accuracy of the concept and target clientele. The outside wall and the chic, contemporary interior, blend harmoniously.



Adresse

16, côte d'Eich

Quartier

Centre

Commanditaire

Jan Seligson

Contexte

Ouverture d'un nouveau commerce

Année de réalisation

2014

Architecte / Designer

Max Bauer



JAN SELIGSON



MAX BAUER

INSIDE HOME & TAILOR & POLYFORM GROUP



Inside Home &Tailor présente dans sa boutique son savoir-faire en menuiserie sur mesure. Le showroom étant composé de deux unités commerciales, le principal défi a été de trouver un moyen pour créer une harmonie entre les deux espaces et de rendre plus accueillant l'étroit passage qui mène d'un local à l'autre. Le « cube » crée non seulement une cohérence entre les deux unités, mais son aspect décalé et futuriste crée un effet « waow » auprès des visiteurs.

Le choix des matériaux et des finitions s'est fait pour faire du showroom un lieu exceptionnel.

Grâce au partenariat avec l'Audiophile, le showroom prend une dimension « high-tech » et met en valeur la menuiserie faite sur mesure pour envelopper ces produits.

Inside Home &Tailor showcases their expertise in tailor-made woodwork in their own space. The showroom is made of two commercial units, the main challenge being to harmonize both spaces and improve their narrow separation. The “cube”, apart from emphasizing the coherence between the two units, adds a quirky futuristic element that surprises pedestrians, who can admire it directly from the street.

The choice of materials and perfect finishings make it an exceptional showroom.

A partnership with l'Audiophile gives a “high-tech” dimension to the showroom, highlighting the tailor-made woodwork of each product.

« Plus qu'un showroom,
la vitrine d'un service
sur mesure » »

"More than a showroom, it is an incredible
display window for the tailor-made service"





APPRÉCIATIONS DU JURY

Un aménagement très bien conçu et exécuté.
Le service proposé est clair, grâce à la très bonne utilisation du design. Un projet qui respire le professionnalisme.

THE JURY'S APPRECIATIONS

The interior is really well designed and carried out. The service offered is clearly displayed. A project showing a lot of professionalism.

**Adresse**

34, rue Notre Dame

Quartier

Centre

Commanditaire

Oroluk Investments Sàrl

Contexte

Ouverture d'une nouvelle boutique

Année de réalisation

2012

Architecte / Designer

Stephan Jaklitsch

Contributeur

Mathias Fritsch (membre OAI)

MARC BY
MARC JACOBS



STEPHAN JAKLITSCH

MARC BY MARC JACOBS & JAKLITSCH/GARDNER ARCHITECTS



Situé à l'angle de la rue Notre-Dame et Philippe II, la boutique occupe un bâtiment style Beaux-Arts sur deux étages avec une large vitrine. Le parti pris a été de laisser intact l'extérieur du bâtiment, tandis que le design intérieur a pu tirer profit de l'identité du lieu.

Le design crée une atmosphère relaxante et accueillante, offrant un intérieur plutôt inattendu. Le rez-de-chaussée tout en lumière et en clarté invite le client à découvrir le vaste espace au 1^{er} étage en transitant par l'imposant escalier en verre. L'intérieur de la boutique utilise une palette de bleus que l'on retrouve sur les murs et les meubles, créant ainsi un espace cohérent.

Located on the angle of rue Notre-Dame and Philippe II, the boutique occupies an entire Beaux-Arts style building, on two levels, with a large display window. The idea was to keep the outside of the building intact and play with interior design to enhance the identity of the place.

There is a relaxing and welcoming atmosphere, offering something unexpected. The ground floor allows a lot of daylight, inviting the customer to discover the first floor via impressive glass stairs. The store interior is designed with different blue shades, also present in the walls and furniture, creating a coherent space.



« Une approche qui s'adapte
au lieu, plutôt que de
le forger à son image » »

"An integrated approach of the space, as opposed to transposing an image"



APPRÉCIATIONS DU JURY

Bel intérieur, cohérence dans les couleurs utilisées. Equilibre entre la vitrine extérieure et l'intérieur. L'escalier et le verre sont un plus ; la banquette bleue attire l'œil. Une approche singulière de grande enseigne.

THE JURY'S APPRECIATIONS

Beautiful interior, coherence of the selected colours. A great balance between the outside window and the interior. The staircase and the glass are outstanding; the blue seating attracts the eye. A singular approach for a notorious brand.



Adresse

22, avenue de la Porte-Neuve

Quartier

Centre

Commanditaire

Myriam Abid

Contexte

Ouverture d'une nouvelle boutique

Année de réalisation

2014

Architecte / Designer

Stefano Moreno (membre OAI)



MYRIAM ABID



STEFANO MORENO

MIM'Z SHOES & ACCESSORIES & MORENO ARCHITECTURE & ASSOCIÉS



Créer un magasin avec un intérieur sobre et intemporel paraissait essentiel pour valoriser au mieux l'aspect du cuir, de la soie ou des toiles. L'escalier en métal, les meubles en bois ainsi que le sol en pierre participent à l'élaboration d'une ambiance brute. Les murs conservent toutes leurs aspérités et sont peints d'une seule couleur harmonisante qui participe à cette atmosphère. La grande vitrine en angle reste presque transparente.

Le choix judicieux des couleurs (mastic, beige et noir) s'efface pour mieux révéler les teintes des chaussures et accessoires de la boutique.

Un monte-charge a été installé afin de gérer les flux entre espace de vente et stockage. Avec son habillage en verre, c'est une vraie attraction.

Creating a store with an understated and timeless interior was key to highlight the leather, silk and canvas pieces sold. The metallic staircase, wooden furniture and industrial floor give a raw element to the place. The walls maintain their natural appearance and are painted in one single colour to harmonize the whole atmosphere. The large corner window display seems almost transparent.

The smart choice of neutral colours (mastic, beige and black) allows to reveal the leather qualities of the shoes and bags at their best.

There is a goods lift in glass to manage the flows between the retail space and the stock room – a great visual point.



« La réussite d'une démarche
d'indépendante à souligner » »

"A success for an independent retailer"



APPRÉCIATIONS DU JURY

Un bel exemple de rentabilité optimale du mobilier grâce au design. Utilisation intelligente de l'espace exigu et des vitrines. Un clin d'œil au monte-charge astucieux.

THE JURY'S APPRECIATIONS

A great example of optimal use of furniture through design. Smart use of the exiguous space and window displays. The wink to the goods lift is astute.

**Adresse**

7-9, rue Philippe II

Quartier

Centre

Commanditaire

Gilbert Tullio

Contexte

Ouverture d'une nouvelle boutique

Année de réalisation

2014

Architectes / Designers

Paolo Porcu Rodriguez et Silvia Pavanello



GILBERT TULLIO

PAOLO PORCU RODRIGUEZ
ET SILVIA PAVANELLO

OFFICINE 904 & PAOLO PORCU RODRIGUEZ ET SILVIA PAVANELLO

La boutique représente l'essence de cette marque de créateurs et designers italiens, à savoir un dialogue libre entre l'art, la mode, le design et l'architecture.

Tout dans cette boutique a été pensé par ses créateurs : les formes, les couleurs, les packagings et les matériaux.

Officine 904 est un véritable laboratoire de styles combinant un design épuré à des matières colorées et hautement texturées. Le trait d'union est le leitmotiv de la boutique, où la mode rencontre sans cesse le design intérieur. L'esprit de « less is more » se retrouve dans les lignes minimalistes et les formes uniques, mettant ainsi en valeur toute la qualité de l'artisanat made in Italy. Le design intemporel et l'attention portée aux détails rend chaque produit iconique.

The boutique breathes the essence of the brand, created by Italian designers, allowing a free dialogue between art, fashion, design and architecture.

Everything in this store has been carefully thought by the designers: shapes, colours, packagings and materials.

Officine 904 is a unique laboratory of styles combining highly simple design with colourful and highly-textured materials. A common thread as a leitmotiv in every aspect of the boutique, where fashion meets interior design. The “less is more” spirit is present via the minimal lines and unique shapes of the designs, highlighting an artisanal quality, made in Italy. The timeless design and the special attention drawn to all details make every piece unique.



« Une véritable boutique
de designers à l'ambiance crafty »

"A unique designers boutique with a crafty seal"



APPRÉCIATIONS DU JURY

La démarche globale du projet est cohérente et harmonieuse. On aime le travail graphique jusqu'à la conception du packaging utilisé.

THE JURY'S APPRECIATIONS

The global approach of the project is both coherent and harmonious. We appreciate the graphic work even in the packaging.



Adresse

49, Grand-Rue

Quartier

Centre

Commanditaire

Salvatore Barberio

Contexte

Ouverture d'une nouvelle boutique

Année de réalisation

2013

Architecte / Designer

Alexander Roedlach

Contributeur

Rodolphe Mertens (membre OAI)



SALVATORE BARBERIO (AU CENTRE)



RETAIL ARCHITECTURE INTERIOR-DESIGN

SWAROVSKI & RETAIL ARCHITECTURE INTERIOR-DESIGN



La boutique reprend le concept de la « Crystal Forest » (Tokujin Yoshioka) avec une multitude de prismes en acier inoxydable. Cette façade éclatante absorbe et réfléchit la lumière extérieure, assurant ainsi un impact fort auprès des passants.

La « Crystal Forest » prend vie grâce aux murs faits de prismes blancs réfléchissants. L'atmosphère est celle d'un univers poétique et raffiné déclinant des codes comme l'impressionnant cygne de cristal placé derrière la caisse. Code le plus spectaculaire, une œuvre-d'art réalisée en cristal est suspendue au plafond de la boutique Swarovski, incarnant la créativité et la volonté d'innovation de la Maison. Tel un bijou dans l'espace, ce lustre baptisé « Chrysalis » est composé de plus de 2800 pierres de cristal.

The boutique is based on the "Crystal Forest" concept (Tokujin Yoshioka) around many different prisms in stainless steel. The radiant façade absorbs and reflects the daylight, creating a strong impact for visitors.

The dynamic of the "Crystal Forest" is animated by reflecting prisms. The atmosphere is poetic and refined, playing with codes such as the impressive crystal swan located behind the till. One of the most spectacular identity code is the Art piece suspension all in crystal, in reference to the creativity and innovative spirit of the House. The suspension is named "Chrysalis" and is made of more than 2800 crystal stones: a piece of jewellery floating in the air.

A photograph of a jewelry store window display. The display features several white mannequin necks and stands holding various gold and black beaded necklaces, earrings, and bracelets. The background is dark, and the lighting is warm, highlighting the jewelry. The text is overlaid on the image.

« Création d'un point de repère
dans la ville par un travail de façade
sur l'ensemble du bâtiment »

"Creating a landmark in the city by reworking
entirely the façade of a building"



APPRÉCIATIONS DU JURY

Cohérence entre l'intérieur et les façades extérieures. Le concept développé met en valeur le bâtiment et l'angle de rue. Travail abouti au niveau de la qualité de l'aménagement intérieur en relation avec les produits. Une approche soignée de grande enseigne.

THE JURY'S APPRECIATIONS

Coherence between the inside and outside of the store. The developed concept highlights the building and the street angle. High-level of quality in the interior design connected with the products. A dedicated approach from a famous brand.

The image shows a modern clothing boutique interior. The walls are a vibrant teal color, and the ceiling is white with track lighting. Clothing is displayed on white metal racks and on a small table. A large red garment is prominently displayed on the left. The floor is light-colored and reflective. In the foreground, there is a glass table with a geometric pattern. The overall atmosphere is clean and contemporary.

Adresse

13, avenue de la Porte-Neuve

Quartier

Centre

Commanditaire

Pascaline Smets

Contexte

Ouverture d'une nouvelle boutique

Année de réalisation

2012

Architecte / Designer

Florent Cenni



PASCALINE SMETS



ESTELLE BENATAR ET FLORENT CENNI

SWIMMING POOL & ZOOM ARCHITECTURE



Le concept de la boutique est directement inspiré de l'origami. Tous les murs de la boutique ont été rhabillés par une succession de surfaces laquées permettant aux clients de découvrir l'espace au fur et à mesure de leur progression dans le magasin.

L'espace surréaliste semble défier les lois de la physique. A l'image de l'œuvre de Leandro Erlich Swimming Pool (PS1 NYC) le magasin laisse une trace unique, à la fois ludique et appropriable. L'espace devient un lieu. La couleur turquoise, fluide et transparente symbolise l'éphémère. Le champ visuel est régénéré en permanence.

L'espace suscite la curiosité, participe à la notoriété du groupe au niveau international. Les visiteurs s'attardent dans l'espace et créent une dynamique positive.

The boutique concept is directly inspired by origami. All the walls of the boutique have been set up in lacquered surfaces allowing clients to discover the space as they walk along the store.

The surrealist space challenges physics principles. In reference to the Art piece by Leandro Erlich, Swimming Pool (PS1 NYC) leaves a dynamic and accurate mark. The store becomes a place. The use of turquoise colour, flowy and transparent, is a reference to the ephemeral. The visual merchandising is constantly updated.

The space arouses curiosity, participating to the international reputation of the group. Visitors take time to explore this retail space, interacting with it.



« Plus qu'une boutique, un véritable espace de communication visuelle »

"More than a store, it is a unique space for visual communication"



APPRÉCIATIONS DU JURY

Concept étonnant, véritable espace de communication. Il s'agit d'un véritable écran avec une identité, que l'on peut qualifier d'excentrique. Le jury a particulièrement apprécié le travail des couleurs.

THE JURY'S APPRECIATIONS

A surprising concept allowing great communication space. Playing with identity codes, it can be eccentric. The jury particularly appreciated the colour work.

The image shows a modern office space with a warm, minimalist aesthetic. The room is characterized by extensive use of glass partitions and wooden furniture. In the foreground, a light-colored wooden desk is equipped with a computer monitor, keyboard, mouse, and a telephone. A black office chair is positioned at the desk. In the background, a tall black shelving unit holds numerous binders. The ceiling features recessed lighting and several black pendant lights hanging over the work areas. The overall atmosphere is professional and contemporary.

Adresse

9-11 avenue de la Porte-Neuve

Quartier

Centre

Commanditaire

Laurent Neuhengen

Contexte

Ouverture d'une nouvelle agence

Année de réalisation

2013

Architecte / Designer

Stefano Moreno (membre OAI)



LAURENT NEUHENGEN



STEFANO MORENO

WECKBECKER CITY & MORENO ARCHITECTURE & ASSOCIÉS



Ancienne boutique de chaussures, le local a été découpé en deux parties. Dès l'entrée, la pierre est reprise pour matérialiser une grande table d'accueil, support des échanges entre agents immobiliers et clients. L'entrée et l'espace de discussion sont recouverts d'un plafond miroitant et lumineux. Une grande cloison de verre sépare l'espace d'entrée et un couloir donnant accès à un bureau et une salle de réunion, lieux de confidentialité.

L'ensemble du mobilier a été choisi avec soin et reprend d'une part les caractéristiques des matériaux déjà en place : chrome teinté (reflet), cuir et bois (matériaux naturels) ainsi que d'autre part les couleurs du lieu par un camaïeu de sépia, marron chaud et camel.

The store used to be a shoe boutique, prior to being restructured into two spaces. In the entrance, a welcoming table made of stone, is the central place for interactions between real estate agents and clients. Both the entrance and the conversational space are covered by a ceiling with mirrored and lightening effects. A large partition wall divides the entrance and a hall gives confidential access to the office and meeting rooms.

On one side, the furniture has been carefully selected to enhance key features of existing materials: tinted chrome-plated (reflecting), leather and wood (natural materials). On the other side, colours are shaded in a cameo of sepia, chocolate brown and camel.



« Décor raffiné et travail soigné
des matières pour concevoir
un lieu d'accueil, plus qu'un lieu
de transaction » »

“Refined decor and carefully selected choice of materials create
a welcoming setting, instead of a simple transaction atmosphere”



APPRÉCIATIONS DU JURY

Ce lieu est une interprétation poétique : les matériaux utilisés pour le mobilier (bois, béton, etc.) symbolisent le domaine de la construction. L'intérieur très soigné et chic contraste avec sa localisation dans une cour commerciale.

THE JURY'S APPRECIATIONS

This space has been revisited with a poetic insight: the materials used for the furniture (wood, concrete, etc.) are all symbolic of the construction sector. The interior is very well-kept for a chic contrast between the location in the courtyard of a shopping arcade.



JURY PROFESSIONNEL | PROFESSIONAL JURY

Présidente du jury |
Jury's president:

Mme Marie-Josée Lacroix
Commissaire au Design
Directrice de Design Montréal
Ville de Montréal, Québec

Vice-président du jury |
Jury's vice-president:

M. Rodolphe Mertens
Architecte | Architect,
Rodolphe Mertens Architects,
Luxembourg

Membres du jury |
Jury's members:

M. Nico Steinmetz
Architecte | Architect,
Président de la Fondation
de l'Architecture et de
l'Ingénierie | President of FIA,
Architecture and Engineering
Fondation, Steinmetz &
Demeyer associés, Luxembourg

Mme Ingrid Van der Wacht
Project Manager
Capital D
Design Cooperation Brainport
Eindhoven, Pays-Bas

M. Jos Dell
Architecte | Architect,
Président de l'Ordre des
Architectes et des Ingénieurs
Conseil | President of OAI,
Architects and Engineering
Advisors, M3 Architectes,
Luxembourg

M. Georges Zigrand
Designer & consultant
Luxembourg

Observateurs | Observers:
Anne Darin-Jaulin, UCVL
Pauline Vogel, UCVL

LAURÉATS

Ils ont été désignés par un jury de professionnels, sélectionnant entre 10 et 20 commerces lauréats, ex æquo.

Les lauréats ont en commun d'avoir développé des projets novateurs à grands et petits budgets. Ils ont démontré un souci d'aménagement de qualité, qui peut inspirer voire se multiplier dans d'autres quartiers de la ville et secteurs d'activité commerciale. Les lauréats sont devenus de véritables ambassadeurs de la qualité en design de commerce et font l'objet d'une campagne de promotion auprès du grand public.

VOTE DU PUBLIC

Les visiteurs participent directement à l'expérience du concours par leur vote pour élire le « Coup de cœur » retail & design. A la grande majorité, l'espace Am Garage a remporté la distinction pour l'édition 2014.



AWARD WINNERS

The professional jury has selected 10 to 20 retail businesses ex æquo in their award. The award winners have all developed innovative projects, of smaller or larger budgets.

They have all showed a highly qualitative sense of style in their retail design, that can inspire and multiply other areas of the city, across all retail sectors. The award winners, act as ambassadors of retail design quality and are part of a promotional campaign beside the general public.

THE VOTE OF THE PUBLIC

Via a vote contest, people have chosen their favorite "Coup de cœur". The vast majority among voters has elected the concept store Am Garage this year.



MODALITÉS DU CONCOURS

ADMISSIBILITÉ

Pour pouvoir participer au concours, les commerces doivent remplir les critères suivants :

- Être situés sur le territoire de la Ville de Luxembourg
- Avoir été aménagés ou réaménagés les 3 dernières années
- Avoir réalisé les travaux avec l'aide de professionnels qualifiés : architectes, designers, graphistes, etc.
- Être ouverts au grand public, tous secteurs confondus (boutiques, restaurants, services, grandes enseignes...)

CRITÈRES D'ÉVALUATION DES CANDIDATURES

Les membres du jury ont été en visite d'immersion durant deux journées pour évaluer sur base de critères spécifiques l'ensemble des commerces candidats:

- Créativité, innovation
- Fonctionnalité, accessibilité et sécurité des lieux
- Esthétique du commerce
- Esthétique de la façade
- Qualité de l'étalage en vitrine
- Harmonie entre l'intérieur et l'extérieur du commerce
- Entretien des lieux, pérennité
- Performance du design compte tenu du budget
- Performance du design compte tenu de la vocation du commerce et du quartier
- Justesse du design compte tenu de la clientèle ciblée
- Impact sur la revitalisation du quartier

Le jury a retenu des réalisations très variées qui reflètent des budgets différents et diverses vocations commerciales, identités et styles de cultures de quartier.

TERMS OF THE COMPETITION

ADMISSIONS

To participate to the competition, retailers need to comply to the following criteria:

- Located within the territory of Luxembourg-city
- Design or re-design of the space within the past 3 years
- Professional qualified work plan: architects, designers, graphic designers, etc.
- Opened to the general public, across all sectors (boutiques, restaurants, services, corporate brands...)

EVALUATION CRITERIA OF THE CANDIDATES

The members of the jury have all been immersed visiting for two days all retail spaces candidates, evaluating them upon specific criteria:

- Creativity, innovation
- Functionality, accessibility and safety of premises
- Retail aesthetics
- Façade aesthetics
- Window display quality
- Harmony between the inside and outside of the retail space
- Maintenance of the premises, durability
- Design performance based on budget
- Design performance based on initial plans of the retail shop and area
- Accuracy of design according to the target clientele
- Impact on revitalizing the area

The jury has selected a variety of retail achievements reflecting different budgets, business authority, as well as a diversity of identities and style cultures.

SOIRÉE DE REMISE DES PRIX – 20 NOVEMBRE 2014





**BGL
BNP PARIBAS**



www.cityshopping.lu