



z u s a m m e n | p r o s p é r o n s
w a c h s e n | e n s e m b l e

Evelyne Baudraz, étudiante designer Es en visual merchandising.

Partenariat : Ecole supérieure en visual merchandising à Vevey et l'entreprise k-werkstatt à Zürich

Décembre 2008 - Janvier 2009



löwenberg

zusammen
wachsen

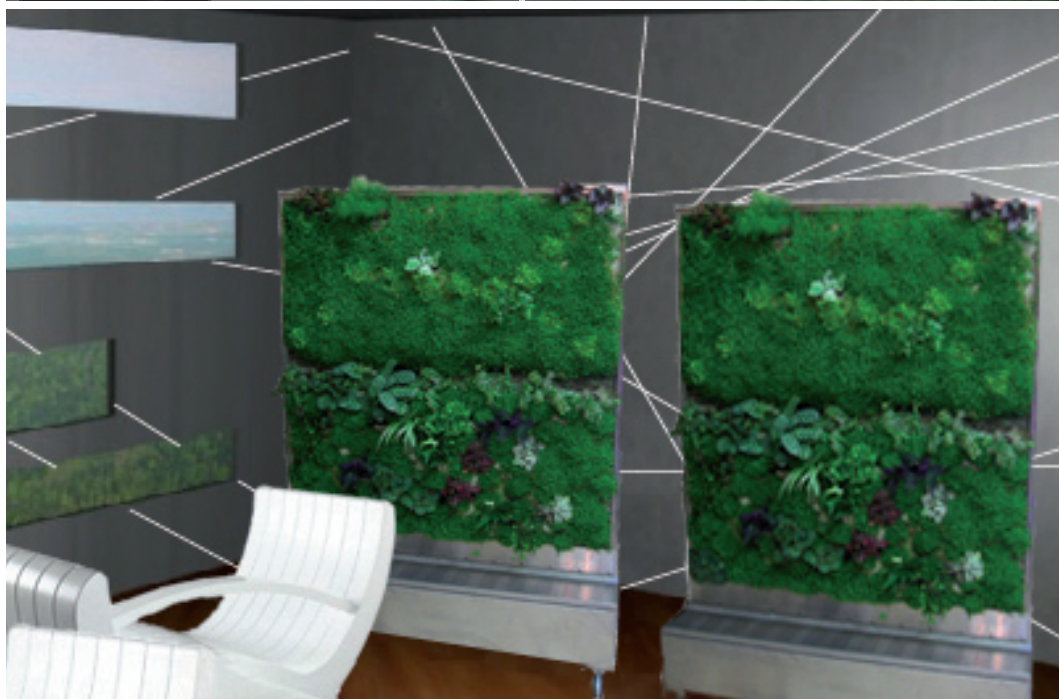
prospérons
ensemble



CONCEPT

Un centre commercial modulable, dynamique éveillant la curiosité et le regard du consommateur. Un centre évoluant dans le temps selon la demande, les besoins des consommateurs et les tendances.

Ma réponse se caractérise par une typologie de centre basé sur un nouveau type de locataire, une thématique dynamique et évolutive, mais surtout une philosophie nouvelle.



UNE NOUVELLE PHILOSOPHIE DE CENTRE COMMERCIALE.

Création d'un espace modulable dans le centre. Contrairement au reste du centre, cet espace accueille des locataires commerciaux à court terme. C'est-à-dire que chaque X mois, de nouveaux commerces suisses viennent exposer leurs produits.

Avantage pour le client : Une offre qui se renouvelle souvent, des produits provenant des quatre coins de la Suisse, la possibilité de choisir son offre, une découverte de nouvelle curiosité chaque mois.

Avantage pour le commerçant (locataire) : élargir son lieu de vente, toucher un nouveau public, accéder à la possibilité de vendre dans un centre commercial.

Avantage pour le centre commercial : avoir une image dynamique et tendance du centre commercial qui attirera les clients par la curiosité, proposer une offre qui évolue. Le centre est perçu comme un lieu de vie, dynamique et non un espace statique. Le consommateur reviendra voir les nouveautés.

Connaître les besoins de ses consommateurs par le biais d'une étude quantitative se trouvant sur le site et sur les bornes informatives dans le centre. Mais aussi par la Cardlow (carte avantage pour le consommateur).

Un mobilier modulable qui intègre l'identité locale par : les lucarnes laissant entrer le soleil.

La lumière naturelle est bénéfique pour l'être humain mais aussi pour les plantes des jardins nomades. Une ambiance qui reprend également le code graphique du logo.



LES ACTIVITÉS PROPOSÉES

Le jardin nomade permet d'intégrer une identité locale, la nature, de manière évolutive et modulable. Il permet de changer l'ambiance du centre selon les tendances, et d'intégrer un dynamisme dans le centre. Intégrer la nature à l'intérieur contribue au développement durable. La végétation contribue à améliorer la santé de la planète et de l'homme. De plus, source de bien être, de feng shui et d'équilibre, la végétation offre aux consommateurs une ambiance optimale. À travers ces jardins, une «exposition» promouvant la culture est développée.

La zone détente : une structure adaptée à un public qui s'installe de plus en plus dans la région, celui des jeunes femmes des jeunes cadres. C'est un lieu de détente, café adapté pour accueillir les jeunes mams et leurs enfants. C'est un lieu important car étant adapté pour elles, ces jeunes femmes rencontrent et font découvrir le centre à leurs copines laissées dans une autre région.

Les activités extérieures

Après étude du lieu, j'ai pu remarquer que cette région a un faible taux d'activité d'hivers, mais aussi un public très dynamique. Je propose donc d'intégrer au centre des activités d'hivers qui peuvent être modulées en activités d'étés, afin de couvrir toute l'année. Dans une région qui privilégie la mobilité douce, Je propose pour la période d'hivers une patinoire et pour les saisons estivales un mur de grimpe modulable offrant de nouveaux défis chaque mois. Ces deux activités ne sont pas encore présentes dans cette région et je trouve intéressant d'apporter de nouvelles expériences.