

PROYECTO CONTRACT

REVISTA DE INTERIORISMO PARA INSTALACIONES COMERCIALES, HOSTELERÍA Y OFICINAS

casaviva

Número 103 Precio España: 5,90 €

**MOLINS INTERIORS MALAMÉN HOTEL PLAZA EUROPA MAGATZEM LA BODEGUETA
DOCTOR MANZANA SABOC ZITRO GAMES DOSSIER EQUIPAMIENTO COMERCIAL**



Hospital de smartphones

Masquespacio proyecta Doctor Manzana, una tienda en Valencia especializada en servicio técnico para smartphones y tablets, con cuatro colores corporativos y un guiño a las pantallas táctiles.

FOTOGRAFÍAS: DAVID RODRÍGUEZ, CUALITI. TEXTOS: JOAN GUINARDÓ.



El proyecto empieza por su fachada llamativa que incorpora los mismos ángulos y colores de la imagen gráfica. Los colores verde y azul como referencia al doctor, el color salmón para los modernos y el morado para los más frikies. En los dos escaparates, los textos comunican de forma divertida los servicios de la tienda. Dentro, los ángulos que hacen referencia al reflejo de una pantalla táctil, se repiten continuamente en el espacio en su forma original o desfragmentado como con el logotipo. Un aire tecnológico inunda el local, mientras que en algunos detalles como la cortina azul se hace referencia metafóricamente al hospital.





Se trata de un proyecto de rediseño de la marca Doctor Manzanita y de su primer punto de venta ubicado en Valencia. El proyecto parte desde las necesidades de la marca Doctor Manzanita de abrir su primer punto de venta físico después de su gran éxito, resultado de un servicio técnico para smartphones y tablets online para toda España.

Como consecuencia del crecimiento de la marca, el estudio Masquespacio rediseña la imagen gráfica con el fin de fortalecer la identidad antes de su aplicación al punto de venta. El logotipo parte desde el eje principal del negocio 'la pantalla táctil' y su reflejo que crea un ángulo de 54 grados, el cual termina formando parte de toda la comunicación y se ha desfragmentado en diferentes aplicaciones que crean varias formas, aptas para la gráfica y el espacio.

En cuanto a la tienda física, el proyecto empieza por su fachada llamativa que incorpora los mismos ángulos y colores de la imagen gráfica. Los colores verde y azul como referencia al doctor, el color salmón para los fashionistas y el morado para los más frikies.

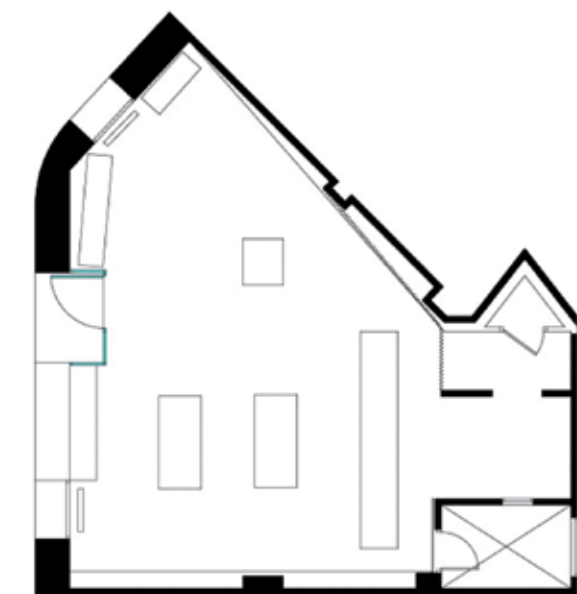
En los dos escaparates, unos textos comunican de forma divertida los servicios. Al entrar, destacan los colores corporativos, mientras que los ángulos que hacen referencia al reflejo de una pantalla táctil, se repiten continuamente en el espacio en su forma original o desfragmentado como el logotipo. Un aire tecnológico sopla a través del local, mientras que en algunos detalles como la cortina azul se hace referencia metafóricamente al hospital.

En cuanto a la desfragmentación del logotipo se puede ver como el cubo que se encuentra detrás del mostrador es una réplica de los packaging también realizados por el estudio. Otra curiosidad, es que su ángulo cambia según el punto de vista del espectador. Las patas de las mesas y los estantes expositivos de fundas siguen el mismo corte en su diseño. En cuanto a la exposición de las fundas se optó por me-

nos producto en venta y más en stock, para llegar así a un resultado más atractivo a la vista y con un orden que facilita al comprador escoger la funda favorita según su modelo de teléfono.

Debido a que el local estaba bastante deteriorado, el estudio decidió utilizar chapas de acero galvanizado para las paredes. En cuanto al suelo, el laminado no encajaba en el concepto general del proyecto y además tenía la necesidad de cambiarse. Utilizando pintura no solo se respondió a las necesidades del concepto sino que también fue una solución resistente y de durabilidad superior.

FICHA TÉCNICA: TIENDA DOCTOR MANZANA. Reino de Valencia 18, Valencia. www.doctormanzana.com. **Proyecto:** Masquespacio. Roger de Lauria 11, 1ª planta, Valencia. T. 963 527 756. www.masquespacio.com. **Cliente:** Doctor Manzanita. **Directora creativa:** Ana Milena Hernández.



La autora del proyecto, Ana Milena Hernández, ha encajado la parte gráfica con la espacial, de forma rigurosa. El logotipo parte desde el eje principal del negocio 'la pantalla táctil' y su reflejo que crea un ángulo de 54 grados, que termina formando parte de toda la comunicación y se ha desfragmentado en diferentes aplicaciones que crean una infinidad de formas aptas tanto para la gráfica como para el espacio.