

# SITES

N° 239 - Juin 2014 - CAHIER N°2

ARCHI

CIGUË  
LES NOUVELLES  
FRONTIÈRES  
DE LA MATIÈRE

---

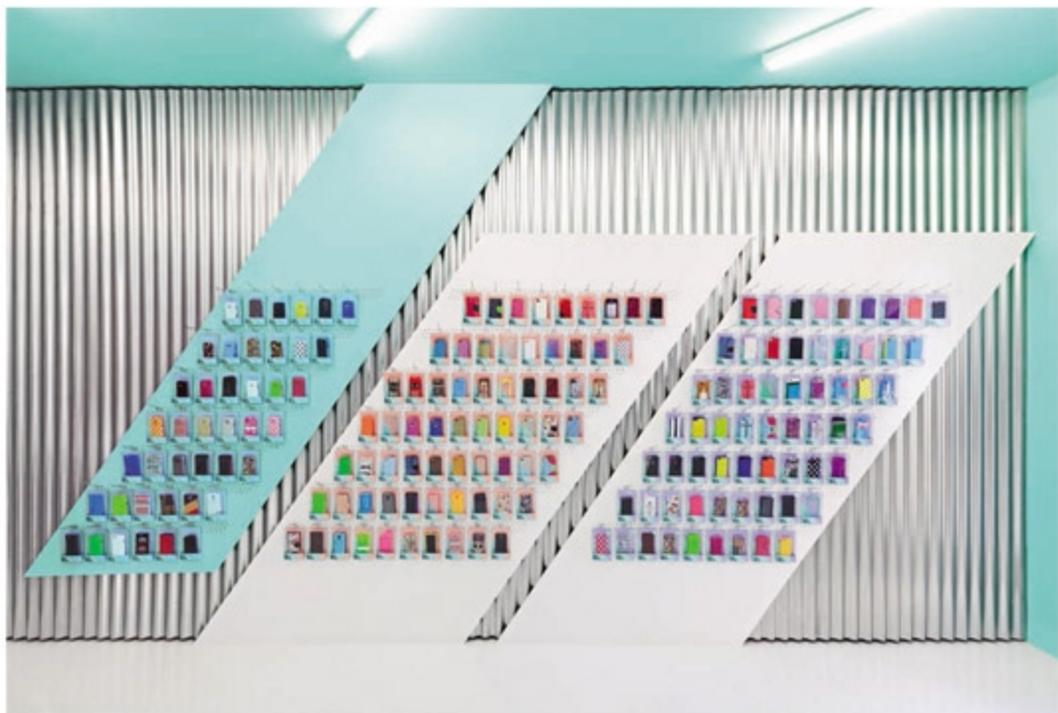
MIYAKE DANS SON REALITY LAB.

DESSANCE : UN RESTO À LA BAGUETTE

# DOCTOR MANZANA

## LA CLINIQUE NUMÉRIQUE

Pour cette première boutique d'une enseigne espagnole de réparation de produits numériques, l'agence **Masquespacio** a développé, comme à son habitude, un concept ludique et haut en couleur.



▲ Faisant d'une contrainte économique un atout, Masquespacio a recouvert les murs de plaques ondulées en acier galvanisé. Celles-ci apportent une touche industrielle surprenante à l'ensemble.

- ✓ La boutique décline sa partition architecturale selon un angle de 54°, en référence au logo de l'enseigne, lui-même repris sur le packaging.



**D**octor Manzana est un réparateur espagnol pour tablettes et smartphones ainsi qu'un vendeur d'accessoires numériques. Forte d'un beau succès sur Internet, la marque a décidé d'ouvrir sa première boutique physique, à Valence.

Dessiné par l'agence de design global Masquespacio – déjà remarquée dans ces pages pour son écriture ludique et colorée (entre autres, la boutique de vêtements pour enfants Piccino et le stand Kids Shoe) - le concept architectural est une extension du packaging conçu par la même agence. Afin de renforcer la nouvelle identité, Masquespacio a choisi une esthétique



- ▲ La façade, entièrement repeinte aux couleurs pop de l'enseigne, enveloppe le pied d'un immeuble d'architecture classique.



▲ L'agence Masquespacio, fondée à Valence par Ana Milena Hernández Palacios, se caractérise par un design ludique et coloré, puisant souvent dans des références enfantines.

⬇ L'architecture de la boutique est une extension du packaging, dessiné également par Masquespacio.

très colorée, basée sur des formes géométriques angulaires qui, du logo-type jusqu'aux présentoirs, épousent un angle de 54 degrés. Angles qui, en se recombinant par quatre, forment aussi bien un carré qu'une infinité de variations graphiques.

Ana Milena Hernández Palacios, directrice de la création de Masquespacio : «Puisque nous partions d'un nom associé au médecin, nous avons d'abord voulu créer un concept basé sur l'hôpital. Toutefois, ne voulant pas faire un design conventionnel, nous avons écarté cette option tout en conservant le bleu et le vert, en référence au premier mot du nom de l'enseigne.»

D'un vert écrasant, relevé de touches bleues, saumon et violettes, la façade, haute en couleur, annonce d'emblée le ton décalé que l'on retrouvera à l'intérieur. Dans la boutique de 40 m<sup>2</sup>,

les mêmes codes flashy, déclinés à l'infini, sur fond de murs en tôles galvanisées ondulées, matériau à petit prix mais à effet maximal. Pour plus d'efficacité à la fois esthétique et commerciale, l'agence a obtenu de l'enseigne de réduire le nombre de produits exposés.

