

Окно в мир

Заглядывать в окна неприлично? Зато в витрины — можно, для того они и сделаны. Корреспонденты Rm с большим вниманием присматривались к витринам магазинов, чтобы выбрать наиболее яркие и оригинальные из них для конкурса «Окно в мир».

Сеть чайных магазинов «Унция»

Движущиеся фигуры в витринах магазинов «Унция» неизменно привлекают внимание прохожих. Особенно популярна витрина магазина на Невском, 63, появившаяся в ноябре 2004 г., на ее фоне очень любят фотографироваться гости Петербурга. Идея витрины с движущимися фигурами принадлежит совладельцу компании Алексею Асварищу. Он сразу говорил, что движение должно быть «крупным», то есть заметным глазу. По заказу компании работу выполняли театральные мастера — кукольник и декоратор, имя которых компания держит в тайне.

Все витрины объединяет общий сюжет и персонаж — путешественник-англичанин, объезжавший в начале XX века чайные плантации. На композициях «Унции» можно увидеть разные транспортные средства, с помощью которых передвигается путешественник: велосипед, воздушный шар, дирижабль. Фигуры приводятся в движение с помощью моторчика: путешественник крутит педали велоси-

педа, а воздушный шар машет фантазийными какими-то крыльями. Кроме того, летательные аппараты, домики и прочие мелкие детали подсвечиваются изнутри. Такие витрины «Унция» оформляет, в основном, в отдельно стоящих магазинах — и собственных, и франчайзинговых.



ФОТО: ЕВГЕНИЙ АСМОЛОВ / TREND; СОФЬЯ МИТИНА

Сеть обувных магазинов «Терволина»

На новой осенней витрине «Терволины» воплощена, как формулируют создатели, «идея сверкающего гламурного Голливуда, мир великолепных и блистательных голливудских див, кинозвезд». Впрочем, «Терволина» интригует намеренно: зимой компания обещает сиквел. «Композиция будет дополнена новыми деталями, что полностью раскроет заложенный смысл и идею», — обещает представитель «Терволины». Отдел рекламы и маркетинга компании всегда имеет в виду какой-то образ, придумывая оформление витрины. Например, в летней витрине «Терволины» отозвался сюжет фильма «Сердца трех» (подробнее — в рубрике «Фишки», стр. 52 этого номера Rm). Так как композиция, выставленная за стеклом, состоит из большого количества деталей, у витрин «Терволины» нередко можно заметить улыбающихся людей, которые попались на удочку и пытаются ответить на вопрос: «Что хотел сказать автор?»

Терволина, под вывеской которой работает более 200 магазинов, оформляет витрины в едином стиле, так что композицию, созданную отделом рекламы и маркетинга компании, можно увидеть почти во всех больших городах.



Магазин «Продукты 24 часа»

Москва, Большая Серпуховская, д. 28

Обычный продуктовый магазин — из тех, которые как правило вообще не задумываются о витринах: в лучшем случае — просто заклеивают их. Здесь же оформители с любовью и заботой расставили кувшины и вазы по полочкам, и даже подсветили эту инсталляцию. Правда, лампочки в одной витрине перегорели, а окно задрапировано не до конца, так что верхние полки все-таки видны с улицы.

Пусть все смотрят

У вас яркая, необычная и красивая витрина? Это могут заметить не только проходящие мимо пешеходы и ваши покупатели, но и профессиональное сообщество. Примите участие в конкурсе «Окно в мир», его итоги будут подведены летом 2009 г., в рамках церемонии Retailer best. Rm будет с большим рвением искать интересные витрины, но — нельзя объять необъятного. Если вы считаете, что витрина вашего магазина может принять участие в конкурсе, пишите в редакцию и присылайте фотографии. Если у вас на примете есть интересные витрины, сообщайте о них, пожалуйста. Редакция Rm и читатели журнала будут вам благодарны.

Подробнее об условиях — на портале Retailer.RU. Фото витрин будут выборочно публиковаться в Rm, полная галерея расположится на портале Retailer.RU.

