

Informations de presse

Super-Care Pharmacy, Dubai Mall

Client :	Gulf Marketing Group, Dubai
Surface :	900 m ²
Branche :	Health & Beauty
Architecture intérieure :	Bluehaus, Dubai
Construction du magasin :	Visplay Dubai; Al Raha, Dubai
Conception de l'éclairage	Ansorg GmbH, Mülheim/Ruhr
Produits :	Cardo, Maxx, Pizza, Linea
Photographe :	Max Schulz, Mülheim

Une pharmacie tirée des contes des mille et une nuit

Ansorg a élaboré, en coopération avec le bureau de design Bluehaus, une solution d'éclairage pour la pharmacie Super-Care située dans le centre commercial Dubai Mall, un éclairage propre à faire resplendir ce temple du bien-être.

Cette pharmacie - qui a ouvert ses portes depuis février 2009 dans le Dubai Mall - est probablement la plus grande des Emirats arabes. Pour cette marque créée il y a quelques trente ans, les signes sont à l'expansion. Elle ouvre la voie qui conduit d'une pharmacie classique à un centre moderne pour la santé et le bien-être – et offre un large éventail de prestations. Cette stratégie a été mise pour la première fois en pratique dans ce magasin de 900 m² situé dans un des plus grands centres commerciaux du monde.

« L'objectif était d'allier l'ancienne idée de la pharmacie à une nouvelle conception du bien-être », explique Tara Veldmann, directrice du design de Bluehaus. « Il s'agit plus d'une offre de santé globale que d'une officine typique. » En effet, en plus de l'assortiment d'une pharmacie classique, Supercare propose au client une offre de Wellness étendue. Il existe même - sur place - des salles de soins qui combinent tous les souhaits : de l'analyse de la peau au make-up sans oublier le massage. Dans le monde arabe la beauté et les soins corporels jouent un rôle important. A ceci s'ajoute encore le fait qu'il n'existe pas ici de droguerie et que le

**Veillez nous faire parvenir un exemplaire. Nos plus vifs remerciements !
Vous obtiendrez de plus amples informations ainsi que des photos auprès de :**

Informations de presse

nouveau magasin constitue aussi une nouveauté puisqu'il se profile ainsi comme fournisseur one stop dans le domaine du Wellness.

Le défi présenté par un espace ouvert

L'énorme surface du magasin et les 4 mètres de hauteur de la pièce constituaient, tout à la fois, une chance et un défi, puisque Super-Care ne devait, en aucun cas, évoquer un supermarché. L'espace de vente a été divisé en différentes unités, le bois chaud a été choisi comme matériau dominant – ce qui représente plutôt une exception dans ce centre commercial et constitue un signal clair qui, tout à la fois, différencie Super-Care de la concurrence et signale le redéploiement de la marque.

Par ailleurs, le produit est toujours au centre : pour le monde varié et coloré de Super-Care, on ne peut que choisir un environnement clair et neutre. Le Credo de Bluehaus était « clean ». Cette idée centrale a été soutenue par une solution d'éclairage intelligente qui assure la promotion des ventes, donne une atmosphère à l'espace commercial et souligne le caractère de Wellness.

De plus l'exploitant du Dubai Mall avait donné des instructions techniques qui ont dû être intégrées dans la planification.

Une atmosphère relaxante

Des profils de conception spéciale ont été suspendus aux plafonds très élevés pour y monter les réflecteurs Cardo. Ils servent à éclairer les zones marginales et à accentuer les différents domaines de vente. La mobilité de Cardo redevable au système à cardans permet une répartition de la lumière dans les différentes directions. Celle-ci est encore soutenue par les réflecteurs Flood qui contribuent à un rendu soyeux des formes et à une ambiance lumineuse harmonieuse. Les Downlights Maxx assurent un éclairage homogène et non

**Veillez nous faire parvenir un exemplaire. Nos plus vifs remerciements !
Vous obtiendrez de plus amples informations ainsi que des photos auprès de :**

Informations de presse

éblouissant des zones de passage. Les lampes HIT, utilisées dans l'espace de vente garantissent un bon rendu des couleurs. Dans les vitrines des luminaires Cone bleus équipés de filtre de couleur bleue mettent en scène la couleur sur laquelle s'appuie l'identité visuelle de Super-Care. Dans les salles de soins de beauté, le downlight Pizza à variateur de lumière répand une lumière diffuse et non aveuglante et crée une atmosphère de bien-être.

Les prochains magasins de Super-Care sortant des sentiers battus ne sauraient se faire attendre !

A suivre : les contes des milles et deux nuits !

**Veillez nous faire parvenir un exemplaire. Nos plus vifs remerciements !
Vous obtiendrez de plus amples informations ainsi que des photos auprès de :**

Ansorg GmbH Stefan Grote Pilger Straße 11 45473 Mülheim a. d. Ruhr
Fon + 49 (0) 208.48 46 - 1122 stefan.grote@ansorg.com www.ansorg.com

Lighting solutions
for retail and architecture.