



EMODA

Tokyo

EMODA, un marchio di fast fashion che dalle sue origini a Shibuya, il quartiere modaiolo di Tokyo, è cresciuto acquistando una ben radicata popolarità, ultimamente ha aperto punti vendita anche nei centri commerciali nazionali in Giappone. I punti vendita che EMODA gestisce in questi centri per lo shopping occupano una superficie standard di 200 mq, all'interno della quale i materiali chiave, utilizzati generosamente nella progettazione degli spazi, sono specchi e vetri colorati. Nei punti vendita, i clienti di questo marchio sono liberi di spostarsi tra i piani per trovare e scegliere i prodotti di loro gradimento, e il flusso di persone che si aggira tra gli ambienti è talmente pittoresco da evocare quasi una coreografia. I vetri e gli specchi colorati appesi alle pareti assomigliano a codici a barre e riflettono questo movimento sincopato in immagini dinamiche di continuo mutamento e attività inarrestabile. I pavimenti lucidi e uniformi si espandono su tutta la superficie dei punti vendita sfruttando la forza di materiali realizzati in modo altrettanto originale. I negozi di fast fashion solitamente attirano coloro che sono appunto interessati ad acquisti estemporanei, grazie ai prezzi contenuti di prodotti in voga al momento. Tuttavia, la vision del brand secondo EMODA punta a dare risalto anche al design dei punti vendita.

Emoda, a fast fashion brand that rose to claim deeply rooted popularity from origins in the trendy Shibuya quarter of Tokyo, in recent years has been opening stores in domestic Japanese shopping centers as well. In such mall venues, Emoda operates outlets on the standard of 200 square meters of floor area. Within this, generous use of colored glass and mirrors is made as the key materials in the spatial design. Inside such merchandise outlets the brand's customers are free to wander up and down the floors to find and select products that appeal to them. The flow of people around the premises is picturesque to the point of conjuring up images of choreographed dancing. The colored glass and mirrors, attached to walls in barcode-like configurations, reflect this stop-and-go movement in dynamic images of bustling change and activity. The lustrously seamless floors expand throughout the stores on the strength of equally originally developed materials. While fast fashion normally grabs equally instant attention for the low unit prices of the goods and the vogue that they generate, Emoda brand planning vision encompasses plans to draw notice to the retail design domain as well.

NORIYUKI OTSUKA DESIGN OFFICE INC.

Nato a Fukui in Giappone, Noriyuki Otsuka ha viaggiato in Europa dopo essersi laureato presso una scuola di design. Una volta tornato in Giappone ha lavorato come interior designer per la Plastic Studio and Associates e nel 1990 ha fondato la NoriyukiOtsuka Design Office Inc. che progetta interni per negozi di abbigliamento, ristoranti e unità residenziali. Ha inoltre partecipato al FuoriSalone di Milano in collaborazione con la STRATO Co. (un'azienda italiana produttrice di cucine).

Born in Fukui Japan. He went abroad to Europe after graduating from a design school. He worked as an interior design at Plastic Studio and Associates after returning to Japan. He found NoriyukiOtsuka Design Office Inc. firm in 1990, and works fashion boutiques, restaurants and housing interior design. Participated in Milano FuoriSalone 2003 in cooperation with the STRATO Co. (Italian kitchen company). •