

MOBILM NEWS

Arquitectura comercial | Creación de conceptos | Diseño de productos | Identidad visual

Especial Levante

3 proyectos creativos



Afan de ruptura |

Farmacia La Mata |

Contraste en blanco

golpe de efecto en
Torre Pacheco

cómo encontrar el justo
medio

una apuesta personal en
Denia



Mobil M sólo trabaja con los mejores. En eso somos inflexibles. Daniel Ferrer es el nombre de nuestro arquitecto en Levante. Junto con Yolanda Baeza forma el estudio de arquitectura YTRASD, que inició su carrera de éxito en el 2000. Nuestra colaboración está dando tan buenos frutos que nos hemos visto obligados a hacer un especial MOBIL M NEWS para recoger sólo una pequeña parte de nuestros proyectos en común. Este breve pero iluminador repaso muestra el resultado de sumar creatividad y creatividad.



MOBIL M
architecture & design
ESPAÑA

c/ Aragón, 348-350
08009 Barcelona
España
Tel. (34) 902 195 226
Fax. (34) 932 650 820
info@mobil-m.es
www.mobil-m.es



Mobil M trabaja para convertir la farmacia en un espejo: reflejo de la personalidad del propietario, de los clientes existentes y futuros, del marco con el que se funde. Y en la farmacia La Mata (Torrevieja), el entorno nos pedía naturaleza.

Mar y montaña

El Parque Natural de La Mata ha tenido una influencia vital para el proyecto de comunicación visual: el espacio interior se ha labrado con flores, tallos, hojas... ¿Vegetación sobre fondo azul? Desde luego: ¿acaso el mar no es también naturaleza? La Mata es una población costera en cuyo pasado y presente ha tenido una importancia decisiva el Mediterráneo. En nuestros proyectos, ningún detalle es gratuito.

laterales, unos paneles en caviar hacen opaca la visión del interior. Sólo dejan un espacio visible; un fotograma que justifica toda la película. Dentro, el azul marítimo en sus distintas tonalidades nos acompaña por los paneles, los mostradores Topos, de Mobil M, y los distintos accesorios de la farmacia. El resto se pinta en blanco.

Nada en demasía

La farmacia La Mata es un buen ejemplo de cómo conjugar con éxito modernidad y tradición. Las innovaciones en tecnología y lo último en diseño se unen para servir mejor al cliente. Su frescura consigue atraer a los jóvenes sin intimidar a los mayores. Nada en demasía, ya lo dijeron los griegos: la medida es la respuesta, siempre.

El reto

Cómo convertir un restaurante de comida rápida en un soberbio espacio de bienestar en tan sólo dos meses. Difícil pero no imposible. La fachada de obra se convirtió en una de vidrio laminado que recorre el perímetro del local. Desde los





farmacia Ramos

Afán de ruptura

Pocos creían que la farmacia del futuro tomaría tierra en Torre Pacheco (Murcia). Como siempre, la visión de un cliente fue lo que nos llevó allí. Sin sus ideales no existiríamos. Nosotros ponemos los medios; el sueño lo ponen ellos.



Libertad creativa

El mayor reto en el diseño de la farmacia Ramos ha sido superar el miedo a la libertad. Mobil M y el estudio de arquitectos tenían control absoluto sobre el proyecto y carta blanca en la creación. ¿Nuestra respuesta? Romper expectativas. Cuando el entorno parece exigir una farmacia convencional, sin estridencias, la mejor alternativa siempre es la rupturista.

Naranja puro

El resultado ha sido concebir una farmacia con una personalidad muy marcada. Empezando por la fachada: el cristal que la recorre deja entrever el interior, a través de unas enormes letras de hierro en que se lee la palabra FARMACIA. Una vez dentro, el impacto es espectacular: el gris casi negro

concede mayor realce al naranja puro, auténtico protagonista de los 200 metros cuadrados que se han destinado al público. Lo más llamativo es la sucesión de cinco cilindros de distintas alturas que encontramos en el techo. Estas formas geométricas perfectas, unidas al suelo por medio de unos pilares, se reparten por el espacio superior sembrándolo de distintas tonalidades de naranja. Los círculos son, además, la base de la creación del diseño gráfico. Arquitectura y comunicación visual se dan la mano en total sintonía: la misma tipografía; los mismos colores gris y naranja; los mismos círculos, esta vez superpuestos.

Impactante

Los antiguos 80 m² que Julia Ramos debía exprimir para conseguir algo de intimidad con sus clientes, se han convertido en un colosal espacio (el tamaño total de la farmacia es de casi 400 m²) que hará posible ampliar y mejorar sus servicios. El cambio ha sido impresionante, aunque no sólo en las dimensiones. Los habituales de la farmacia resaltan sobre todo la sensación de bienestar que transmite el local.



farmacia **Romany** contraste en blanco

Cuentan que era costumbre de los pueblos tracios señalar con una piedra blanca los días felices y con una piedra negra los aciagos. De esta forma, al acabar el año, podían calcular la bienaventuranza de sus vivencias según la proporción de un color u otro.



Blanco, símbolo de perfección

La Farmacia Romany (Denia) emana frescura, pureza, seguridad... todo el bienestar que viene sugerido por la máxima luminosidad. No hay nada en el mobiliario ni en todo el diseño arquitectónico que no sea blanco. Los colores se han reservado únicamente para la comunicación visual, que nos recuerda la importancia del entorno: el mar. Sobre una base en turquesa y gris oscuro se elevan las olas de Denia, dando coherencia al diseño gráfico que nos guía por todo el espacio.

Menos es más

Dentro, la ausencia de color hace más patente si cabe un trabajo arquitectónico de líneas deliberadamente sencillas. La tan gastada expresión menos es más, credo del minimalismo, adquiere en esta farmacia toda su significación primera. Las curvas son la nota dominante, de nuevo vinculándose con el omnipresente mar levantino. No hay más tramo recto que el de la zona de medicamentos, así que el mobiliario que se

imponía era sin duda el ISATOS, de Mobil M, con una variante en semicircunferencia serpenteante en la parte central de la farmacia.

Rotundo éxito

La automatización de la farmacia Romany es una apuesta personal por la modernidad, que se suma a otros servicios pensados por y para el cliente. Enrique Romany, titular de la farmacia, asegura que la reforma llevada a cabo por Mobil M ha incrementado las ventas en un 20 o 25%, cifra que, mes a mes, va incrementándose. Sólo un dato: la presencia de dos personas nuevas en plantilla, que asesoran y aconsejan al cliente sobre cosmética e higiene, certifica el éxito de público.

