

## TELEFÓNICA CRÉATION D'UN FLAGSHIP STORE EXPÉRIMENTAL

Nous avons conçu un espace convivial résolument moderne et interactif destiné à révéler la nouvelle image de la marque historique de téléphonie espagnole. L'environnement de marque que nous avons mis en scène fait du premier flagship de Telefónica un véritable espace de connexion entre l'entreprise et ses clients.

### NOS INTERVENTIONS

Stratégie de marque  
Design graphique  
Design industriel  
Architecture commerciale  
Environmental Design  
Architecture



Le siège social de Telefónica est un bâtiment des années 20. Il fait partie du patrimoine historique de la ville, ce qui imposait des contraintes architecturales strictes (en haut). Un éclairage extérieur spectaculaire et des écrans LED aussi larges que des vitrines attirent l'attention et offrent un avant-goût de l'univers à découvrir à l'intérieur (en bas à gauche). Nous avons modernisé l'intérieur du bâtiment en développant des motifs et des textures à partir d'éléments de décoration existants. Ce jeu entre passé et présent est un thème récurrent dans le projet, agissant comme une métaphore de la vie de la marque (en bas à droite).

# TELEFÓNICA

## CRÉATION D'UN FLAGSHIP STORE EXPÉRIMENTAL

### MISSION

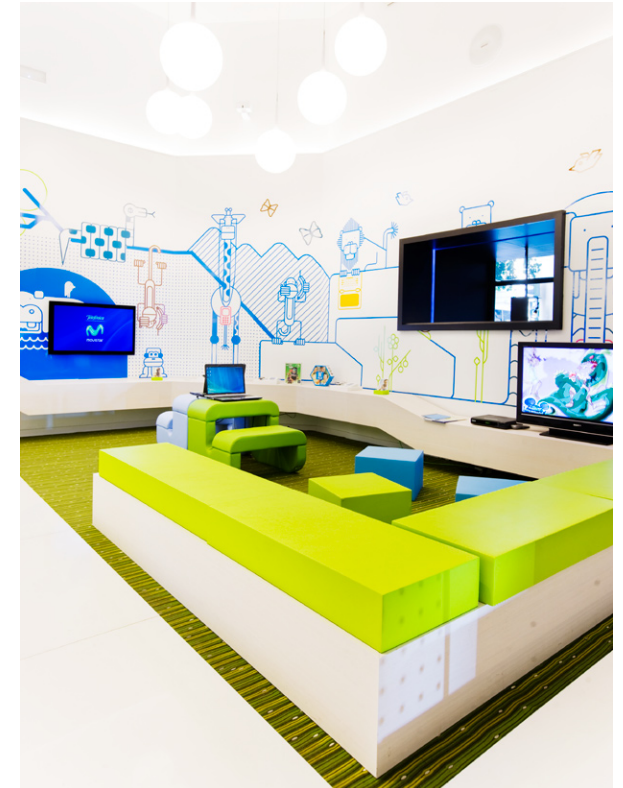
Telefónica occupait une position que beaucoup de marques lui enviaient : son statut d'ancien monopole lui avait assuré un taux de notoriété de 100% en Espagne et une relation privilégiée avec ses clients. Mais sa légitimité s'est érodée à mesure que le monde de la téléphonie évoluait, laissant la compagnie à la traîne. Ses parts de marché diminuaient, tandis que son image devenait celle d'une compagnie arrogante, lente, chère et dépassée. Quand Telefónica nous a confié la reconversion de son siège social historique, un local de 3.000 m2 situé dans le centre de Madrid, il s'agissait résolument de lui donner un nouvel élan.

### SOLUTION

Créer un magasin emblématique pour imposer le positionnement moderne de la marque, véritable lieu d'expérience où les clients actuels et futurs peuvent découvrir et acheter tout l'éventail des produits et services Telefónica. L'environnement a été conçu pour séduire, informer et inspirer. Il illustre comment la technologie Telefónica peut rendre la vie plus facile à ses clients... et plus gaie aussi. Nous avons aménagé des univers (maison, bureau, enfants...) où chacun peut tester les services en situation. Les clients découvrent une marque rendue plus pertinente et plus accessible ; ils ressortent de cet espace avec une nouvelle image de l'opérateur.



Le rez-de-chaussée accueille l'ensemble de l'offre de la marque : mobiles, téléphones fixes, services internet et divertissement. Les visiteurs peuvent tester les matériels en toute liberté.



Un espace ludique et coloré permet aux enfants de se familiariser avec les nouvelles technologies et de patienter pendant que leurs parents sont pris en charge par les conseillers.