

29º CONCURSO ESCAPARATES DE ÁLAVA

COMENTARIOS DEL JURADO A LOS 10 ESCAPARATES PREMIADOS DEL CONCURSO DE NAVIDAD

FLORISTERÍA ARANTZA

- Brillante puesta en escena, evocadora de festividad, sofisticación y ornamentación.
- Gran capacidad de insertar el producto en el universo simbólico evocado.
- Eficaz contraste entre sobriedad cromática y barroquismo formal/volumétrico, lo que genera una poderosa atracción sensorial.

GOYA FLORISTAS

- Gran impacto visual/sensorial provocado en el transeúnte.
- Teatralización del espacio expositivo.
- Sabio manejo de minimalismo expresivo y sutil evocación simbólica (ej.: el foulard agitado por el viento).
- Enfatización extrema del valor de marca.

PERFUMERÍA LOREA

- Economía expresiva y la resolución positiva de un espacio reducido de exposición.
- Curiosidad y misteriosa seducción inducida en el transeúnte.
- Elegancia cromática y formal de la propuesta.

CARNICERÍA ELVIRA

- Profunda calidez sensorial del mundo bucólico evocado.
- Rigor técnico y precisión de la elaboración del escaparate.
- Elección y utilización de materiales con efectos hiperrealistas.

ARTEPAN

- Muy lograda evocación del universo celebrativo de las fiestas navideñas.
- Excelente acabado de formas y texturas, que connotan la excelencia del producto elaborado.
- Elegancia y calidez de las soluciones cromáticas adoptadas.

PESCADERÍA ANA MARI

- Capacidad de sorprender y entretener al transeúnte, tanto con el conjunto como con cada uno de los detalles.
- Evocación de un universo infantil que despierta de forma inmediata la ternura del público.
- Inmediatez y coherencia con el universo de producto.

MAITE CASTAÑO

- Economía expresiva que produce unos efectos simbólicos muy logrados de elegancia del mundo evocado.
- Eficacia en la transmisión de los valores de Celebración y Exclusividad, con toques de ceremonia casi “litúrgica”.

VOX

- Modernidad/Actualidad del discurso escapatístico propuesto.
- Ejecución impecable de la representación.
- Lograda evocación de la dimensión urbana del universo de consumo.

CICLAMEN

- Originalidad e Innovación en la propuesta global: no una exhibición del producto sino una estimulación de la dimensión voyerística del público.
- Sugere referencia a unos tratamientos “aristocráticos”, refinados y exclusivos.

ALBERIK`S

- Originalidad y radicalidad de la propuesta: discurso llevado al límite = personalidad de la marca y del producto.
- Evocación eficaz y coherente del universo de luces, brillos y artesanidad propios del producto.

COMENTARIOS DEL JURADO A LOS 3 ESCAPARATES PREMIADOS DEL AÑO

1º. GOYA FLORISTAS

- Expresión de compromiso y dedicación constante con el escaparatismo y el visual merchandising, hasta transformarlo en una seña de identidad de marca.
- Potenciación constante del branding, más allá de las evocaciones concretas de producto.
- Alcanzar una complicidad y un alto grado de fidelización con sus clientes a través de la generación de expectación hacia las nuevas propuestas de escaparates (voluntad de sorprender).

2º. PERFUMERÍA LOREA

- Reivindicación del detalle y de lo pequeño frente a la indeterminación y despersonalización del gran consumo.
- Coherencia y generación de una identidad de marca a través de un estilo expositivo personal y reconocible.
- Seguridad y esmero extremos en la ejecución de la representación, idea de mundo bien definido y con fuerte personalidad.

3º. CARNICERÍA ELVIRA

- Imaginación y sensibilidad hacia los aspectos más sensoriales del universo culinario.
- Ejecución magistral de las composiciones, acabados siempre notables.
- Constancia en la manifestación de un escaparate de autor.