

3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Mit dem Begriff „**Storytecture**“ lässt sich das Standkonzept perfekt beschreiben. **Von 2D zum Objekt zum Raum: Die Umwandlung der MarkendNA in eine Architektur, die an jeden Kontext angepasst werden kann,** macht den Messestand einzigartig. Bei der nächsten Messe wird **das Material der „Origami Flowers“ wieder neu interpretiert, um zum prägenden szenografischen Element zu werden.**

—— The term “**Storytecture**” describes the stand concept perfectly. **From 2D to the object to the space: The conversion of the brand DNA into architecture which can be adapted to every context** makes the stand concept unique. At the next trade fair, **the material used to make the “Origami Flowers” will be re-interpreted again in order to become the defining scenographic element.**













Exhibitor Louis Vuitton Malletier SAS, Paris | **Photos** Louis Vuitton Malletier SAS, Paris (Miami); Stéphane Muratet, Paris (Milano); atelier oï-sa, La Neuveville (London); Yong Joon Choi (Seoul); Louis Vuitton Malletier SAS Benoît Pailley (Origami Flowers) | **Architecture / Design** atelier oï-sa, La Neuveville

Um sich vor Nachahmungen durch Konkurrenten zu schützen, entwickelte Georges Vuitton

1896 zu Ehren seines verstorbenen Vaters eines der bekanntesten Markenzeichen der Welt: stilisierte Blüten im Monogram-Canvas-Muster. Dieses Logo hat in der Zwischenzeit nicht nur viele Designschaffende zu neuen Ideen inspiriert, sondern auch die „Objets Nomades“ wesentlich geprägt – eine limitierte, dem Reisen gewidmete Möbelkollektion, die seit 2012 stetig erweitert wird. Um diese in angemessenem Rahmen zu präsentieren, entwickelte das atelier oï ein Gestaltungskonzept, das auf einer Origami-Blume basiert und damit das eindrückliche Markenzeichen von Louis Vuitton in den Raum übersetzt. Ursprünglich in Leder verarbeitet, kam die „Origami Flower“ dabei bereits in einigen Markenräumen des Pariser Luxuswaren-Herstellers zum Einsatz: auf dem Salone del Mobile.Milano 2018, in Shops in London und Seoul oder zuletzt auf der Design Miami/ 2019. Mit jedem Auftritt neu interpretiert, formten die gefalteten Blüten bei letztgenanntem Messestand eine dachartige Struktur aus irisierendem Polypropylen und rahmten die „Objets Nomades“ auf 54 Quadratmetern schillernd ein. ————— To protect himself from imitations by competitors, in 1896 Georges Vuitton created one of the world’s best-known trademarks in honour of his deceased father: stylised flowers incorporated into the monogram canvas pattern. Over the years, this logo has not only inspired many designers to come up with new ideas, but also played a key role in the development of “Objets Nomades” – a limited furniture collection dedicated to travel which has been steadily enlarged since 2012. To present this new collection in an appropriate setting, atelier oï dreamt up a design concept based on the origami flower, thus giving the impressive trademark of Louis Vuitton a spatial dimension. Originally made of leather, the origami flower has already been used in a number of brand spaces of the Parisian luxury goods manufacturer: at the Salone del Mobile.Milano 2018, in shops in London and Seoul or most recently at the Design Miami/ 2019. Reinterpreted for every appearance, for the latter the folded blooms formed a roof-like structure crafted from iridescent polypropylene, creating a dramatic setting for the “Objets Nomades” arranged on the 54-square-metre stand.