


**scénographie**  
proposition de vitrine  
pour le magasin Hermès  
Genève, dans le cadre d'un  
partenariat avec la HEAD.  
Réalisé avec les étudiants  
du Master Espace et  
Communication.

Dans l'oeil du prince est une  
proposition de vitrines centrée  
sur la question du regard et de  
la perspective.

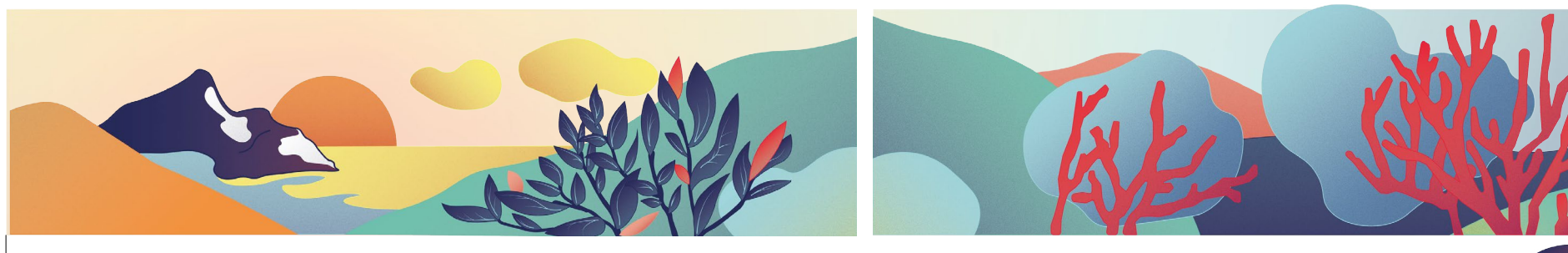
Un effet d'optique vient donner  
une illusion de mouvement à  
un paysage panoramique et  
amène le passant, intrigué à  
s'approcher et à y découvrir les  
produits de la collection.

# DANS L'OEIL DU PRINCE

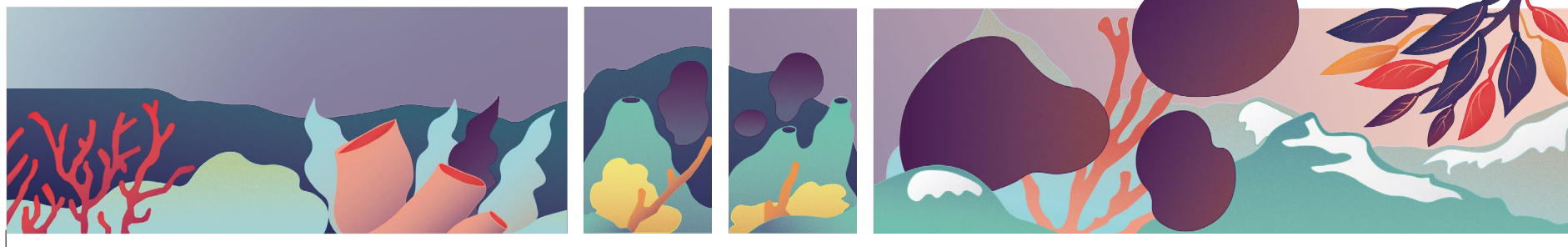




Quai du Général-Guisan



Rue Robert-Céard

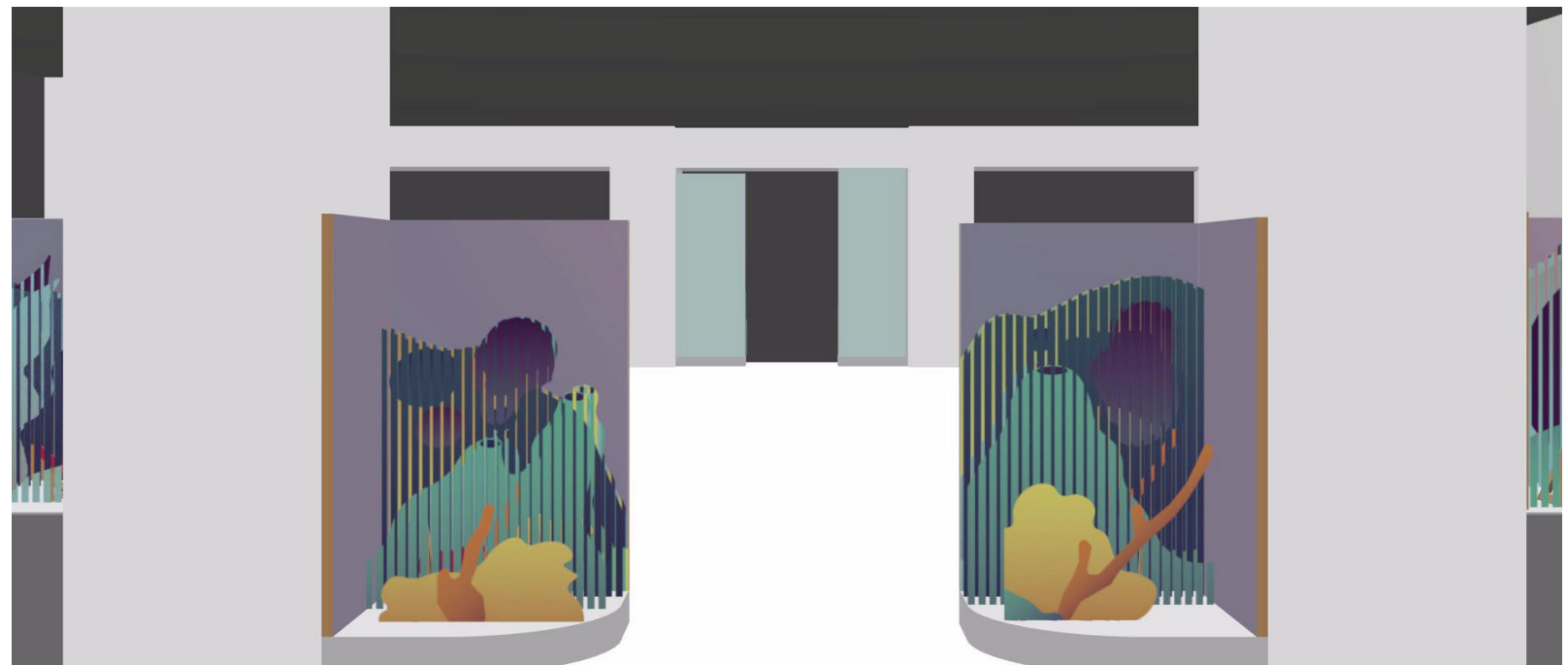


Rue du Rhône

Les vitrines forment ensemble un paysage panoramique où les points de vue varient des hautes cimes de s montagnes aux profondeurs lacustres.

Les paysages sont travaillés en forme de trames de sorte qu'ils créent un effet d'optique appelé l'effet moiré.

Une sorte de vibration est créée dans les vitrines et donne l'illusion d'un mouvement. L'effet d'optique s'opère lorsque que le passant déambule devant le magasin.



Les produits forment des compositions qui habitent ces paysages. Ils évoquent animaux, végétaux, petites architectures....

