

## PROJET MONO

lieu : Paris

surface : 35m<sup>2</sup>

statut : en cours

programme : boutique de soin/cosmétiques

Dans un monde saturé de promesses cosmétiques complexes, une nouvelle marque fait son apparition avec une vision simple et puissante : Mono.

Son concept repose sur une idée forte et limpide – explorer un ingrédient unique par gamme de produits, en capturant toute sa quintessence pour en révéler les bienfaits les plus purs.

Pour son premier lancement, Mono choisit un ingrédient d'exception : le citron yuzu.

Afin d'incarner pleinement son identité, Mono investit un espace éphémère de 35m<sup>2</sup>, transformé en véritable écrin sensoriel dédié au yuzu. En franchissant les portes de ce lieu exclusif, les visiteurs sont plongés dans une atmosphère lumineuse et épurée où le jaune vibrant du yuzu évoque la fraîcheur et l'énergie.

un mono-produit

Le yuzu devient est le concentré de cette nouvelle gamme.

Sa dualité — entre acidité vive et douceur aromatique — se décline dans les soins cosmétiques proposés.

un espace mono-lithique

Les lignes sont franches, les formes affirmées, et l'esthétique volontairement minimale. Les produits sont présentés sur un linéaire d'étagères formées de carreaux de ciment glossy, à la surface irrégulière, pour rappeler la peau du fruit. Ils sont également mis en valeur par la création d'un estrade qui permet de rythmer l'espace attiré le regard du consommateur.

un jaune mono-chrome

L'espace s'habille entièrement de nuances jaunes, capturant l'essence du fruit dans un univers monochrome lumineux et chaleureux. Des matières multiples — béton texturé, surfaces laquées, textiles et matières minérales — jouent sur les contrastes subtils tout en restant dans une cohérence chromatique absolue.