

As vitrines de vestuário escolhidas foram a loja Chanel (fig. 01) e a H&M (fig. 02).



Figura 1 – Ficha 1a da vitrine cenário da Chanel
Fonte: www.flickr.com/photos/journaldesvitrines/



Figura 2 – Ficha 1b da vitrine simples da H&M
Fonte: www.flickr.com/photos/journaldesvitrines/

A vitrine Chanel¹ foi escolhida enquanto composição tipo cenário, uma vez que apresentava elementos visuais, que compõem uma atmosfera para o produto exposto, buscando uma experiência de consumo diferenciada. Tal vitrine era integrante da loja desta marca na cidade de Paris (França) e foi inaugurada em novembro de 2011, para o período que antecede

o Natal. Enquanto a vitrine da empresa Hennes & Mauritz, mais conhecida por H&M², foi selecionada pela sua forma de simples exposição. Ela também foi montada na cidade de Paris, durante outubro de 2011.

Já as vitrines de joias escolhidas foram da marca Tiffany & CO (fig. 03) e da Firenze joias (fig. 04).



Figura 3 – Ficha 1c da vitrine cenário da Tiffany & CO

Fonte: <http://ny.racked.com/>



Figura 4 – Ficha 1d da vitrine simples da Firenze Jóias

Fonte: <http://www.daniporai.com.br/>

¹ A marca Chanel é uma conceituada empresa de vestuário parisiense fundada pela falecida Coco Chanel, uma das maiores estilistas da Europa, especializada em peças de Luxo e perfumes refinados.

² Empresa multinacional sueca de moda, que tem como foco oferecer moda e qualidade a preços acessíveis. É conhecida como uma das maiores redes de Fast fashion do mundo.