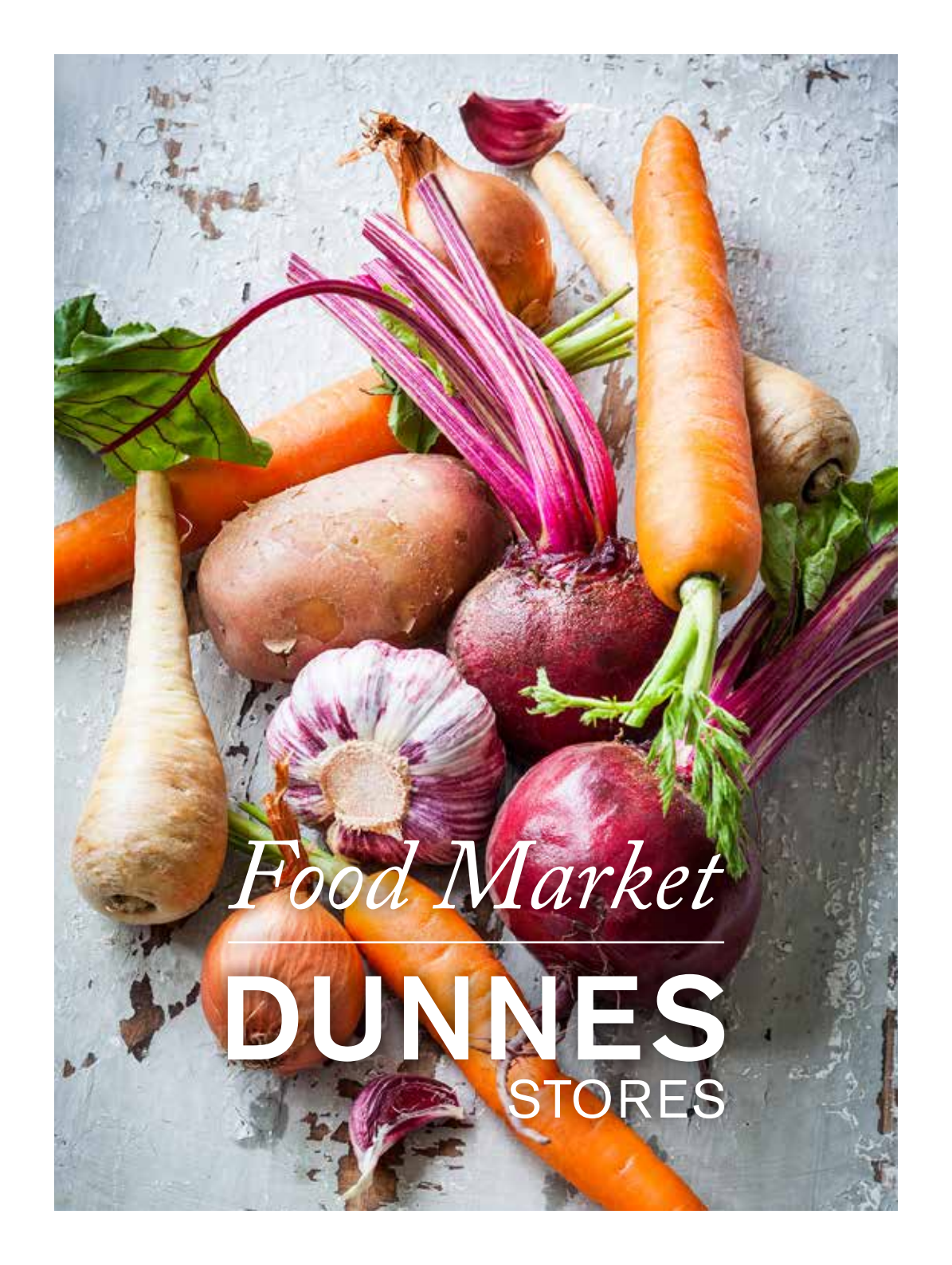


A top-down photograph of various fresh vegetables arranged on a light grey, textured surface. The vegetables include several orange carrots, two large red beets with green stems, a large russet potato, a head of purple garlic, and several onions, including one with a long green sprout. The lighting is soft, highlighting the natural colors and textures of the produce.

*Food Market*

**DUNNES**  
STORES

# DUNNES STORES FOOD MARKET

## STEPHEN'S GREEN



Im neu renovierten Dunnes Stores Food Market kommen Foodies und Gourmets auf ihre Kosten. Das Geschäft mit einer Fläche von ca. 1'500m<sup>2</sup> liegt im Untergeschoss des dreistöckigen Dunnes Stores im Stephen's Green Shopping Centre und ist sieben Tage die Woche geöffnet.

Die Geschäftsfläche wurde in zwei «Piazas» aufgeteilt.

Die erste «Piazza» ist den frischen Produkten gewidmet und zeigt damit auch den Schwerpunkt des Food Markets. Dort findet man neben verschiedensten Frischetheken für Fisch, Käse, Früchte und Gemüse auch eine eigene Bäckerei und eine Theke mit verschiedenen Delikatessen zum Mitnehmen. In der zweiten «Piazza» findet man das restliche Angebot eines typischen Lebensmittelladens.

Das Storedesign, Visual Merchandising Konzept und die gesamte Instore Kommunikation wurde von Interstore Design geplant und in Zusammenarbeit mit Schweitzer Project erfolgreich umgesetzt.

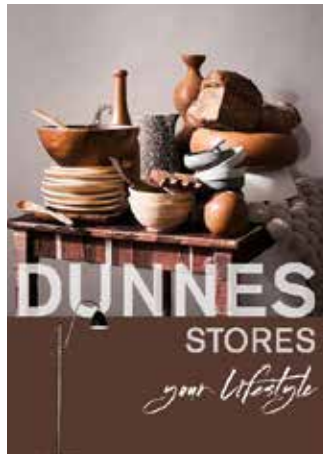
In the newly renovated Dunnes Stores Food Market foodies and gourmets find what their hearts desire. The store with an area of about 1'500m<sup>2</sup> is situated on the lower ground floor of the three-storey Dunnes Stores in the Stephen's Green Shopping Centre and is open seven days a week.

The retail space has been divided in two «Piazas».

The first «Piazza» is dedicated to fresh products and therefore shows also the main focus of this Food Market. Besides different fresh food counters for fish, cheese, fruits and vegetables also an own bakery and a counter with deli food to-go can be found here. At the second «Piazza» the product range of a typical grocery store can be found.

The store design, visual merchandising concept and the whole in-store communication was planned by Interstore Design and successfully implemented in collaboration with Schweitzer Project.

DESIGN & BUILD BY US!



# COMMUNICATION CONCEPT & GRAPHICS

Die gesamte Instore Kommunikation wurde ebenso neu entwickelt und auf das Storytelling von Dunnes Stores Food ausgerichtet.

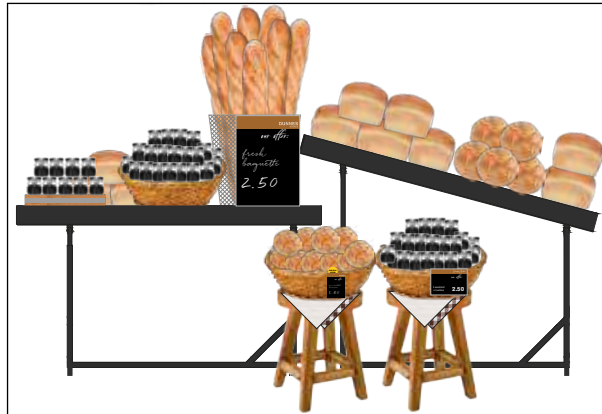
Neben dem Redesign des Logo wurde eine ansprechende und starke Bildsprache entwickelt, ein einheitliches und klares Beschriftungssystem bis zum Pricing.

Auch die Tragetaschen und sämtliche weiteren Kommunikationstools wurden der Grafiksprache angepasst und vermitteln die neue Botschaft von Dunnes Stores Food.

The whole in-store communication was redeveloped and adapted to the storytelling of Dunnes Stores Food.

Besides the redesign of the logo, an appealing and strong imagery was developed, a consistent and clear labeling system including even the pricing.

Also the shopping bags and all other communication tools were adapted to the graphic design and convey the new message of Dunnes Stores Food.



# VISUAL MERCHANDISING

Im selben Zuge wurde ein neues und dem Storytelling entsprechendes Visual Merchandising Konzept entwickelt und umgesetzt. Die einzelnen Frischbereiche wurden mit entsprechenden Visual Merchandising Artikeln versehen und anschließend die Ware entsprechend inszeniert.

Beim Brot wurde beispielsweise das Traditionelle unterstrichen, indem nicht nur die entsprechenden VM Artikel eingesetzt wurden – in Kombination mit einer ansprechenden Wareninszenierung wirkt das Ganze natürlich und man spürt die Frische in allen Facetten. In der Fromagerie werden Feigen, Trauben und Chutney in Drahtkörben präsentiert. Ein Gourmet-Feeling mit einfachen Mitteln.

At the same time, a new visual merchandising concept in accordance with the storytelling was developed and implemented.

Several fresh food areas were equipped with relevant visual merchandising items and the products were staged accordingly.

At the bakery for example, a traditional flair was not only created by using the right VM items – great product staging also makes sure you can feel the freshness in every possible way.

At the Fromagerie, figs, grapes and chutney are staged in wire baskets. Gourmet feeling created with simple tools.





INTERSTORE DESIGN



# BAKERY





INTERSTORE DESIGN



schweitzer 

















# WE THINK RETAIL!

Interstore Design | Hardturmstrasse 253 | CH-8005 Zürich | T +41 44 542 90 40  
info@interstore.ch | interstore.ch

---

Schweitzer Project | Industriezone 7/9 | I-39025 Naturns | T +39 0473 670 670  
info@schweitzerproject.com | schweitzerproject.com