



PROJECTS

Bodrum Houses Turkey, Showroom Rubens Luciano Italy

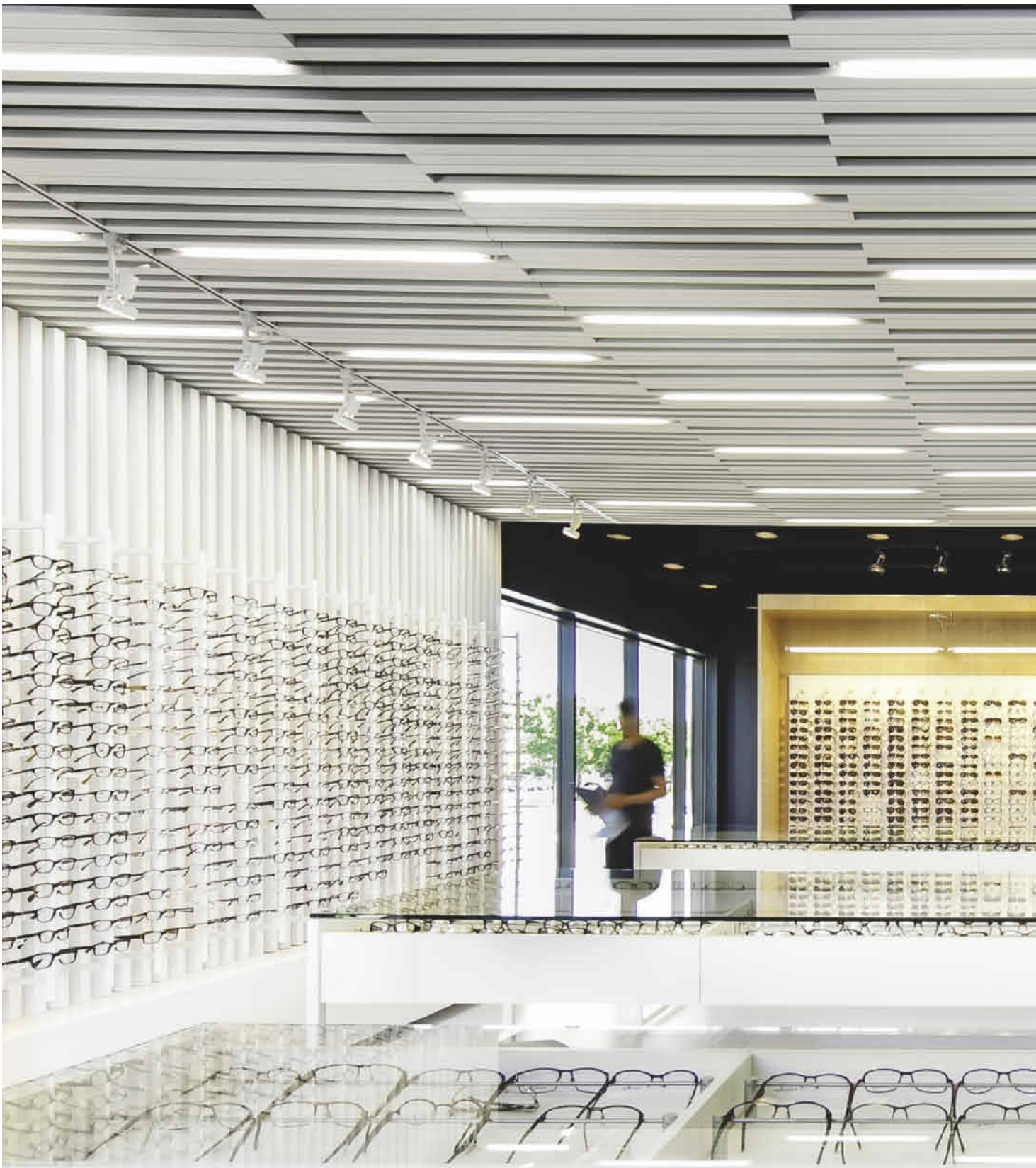
SPECIAL MATERIAL

Contemporary Stores, Future Materials, What's smart?

TRENDSOUT

Outdoor, Designer Chats: Georg Appeltshauer + Andreas Ostwald
Round The World ArchitecTour: Sydney





Optometrische Klinik mit Optikfachgeschäft in Québec/Kanada

SCHARFER BLICK



Die kanadischen Architekten von la SHED architecture bekennen sich mit ihrem Projekt zu einem hohen visuellen und architektonischen Kontrast. Sie stellen ihn mit einfachen und natürlichen Materialien dar.

[E](#) *English translation on page 92*



Im Verkaufsraum sieht es nicht nach Augenarzt aus. Die Zonen sind offen und zugleich klar strukturiert.



Weiß, Schwarz und Naturholz.
Harte Kontraste in Farbe und Material
heben die einzelnen Zonen hervor.





Eingestellte Strukturen definieren den Verkaufsbereich.

Architektur kann mehr als nur schöne Räume generieren. la SHED architecture nutzen die Chance, die Mitarbeiter der optometrischen Klinik 'L'Aire Visuelle' in Laval, einem Ort in der kanadischen Provinz Québec, mit ihrer Architektur zu motivieren und dem Unternehmen mit einem frischen Erscheinungsbild neue Ziele zu setzen. Der Projektauftrag bestand in der Planung und Entwicklung einer Augenklinik mit angeschlossenem Optikfachgeschäft im Erdgeschoss eines bestehenden zweigeschossigen Geschäftsgebäudes. In den vorhandenen Räumlichkeiten mit ihrer auf drei Fassaden verteilten Fensterfläche waren die knapp über 3000 m² Grundfläche auf einem sehr unregelmäßigen Grundriss untergebracht. Das Budget des Bauherrn erlaubte keine großen Sprünge: Nur 450000 Dollar (326000 Euro) standen für Möbel, Materialien und handwerkliche Arbeiten zur Verfügung. Der Verkaufsraum sollte weniger wie eine Praxis aussehen, als vielmehr Atelier und Boutique sein; mit niedrigen Tischen und viel Raum zum ungehinderten Schauen. Für den Kunden, der hier eine Korrektur seiner optischen Einschränkungen sucht, sollten scharfe Kontraste mit harten und klaren Linien den prüfenden Blick mit einer neuen Brille erleichtern. Für die Inhaber von la SHED, die Architekten

Renée Mailhot, Yannick Laurin and Sébastien Parent, sind Offenheit, Licht und eine klar erkennbare gestalterische Zielrichtung der architektonische Kern ihrer Projekte. Ihre Planungen sind, so haben sie es uns erläutert, das Ergebnis des konsequenten Einsatzes von langlebigen klassischen Werkstoffen, die eine kostengünstige Architektur erlauben. Ihre Inspiration holen sie sich direkt aus dem Projekt und aus der lokalen Tradition der Provinz Québec mit ihren typischen Materialien und handwerklichen Techniken.

Der zentrale Raum wurde so entworfen, dass die Verkaufsfläche an der Vorderseite des Gebäudes positioniert ist. Dort sind die größten Fensterflächen und auch der Eingang zu finden. Die Kunden können folglich, sobald sie die Klinik besuchen, alle Produkte mit einem Blick erfassen. Wer den Raum betritt, steht unmittelbar vor der Rezeption und kann von dort mit wenigen Schritten zum Wartebereich laufen. Dieser nutzt den einzigen zweigeschossigen Bereich des Ladengeschäfts und ist unmittelbar links vom Eingang zu finden. Dort nimmt man auf voluminösen grünen Sitzmöbeln Platz. Nichts stört den Blick des Kunden, der in dieser optischen Werkstatt, die zugleich Boutique sein will, seine neue Brille auswählt. Es gibt keine Displays oder andere Werbemaßnahmen, die sich ins Auge des Besuchers mogeln wollen. Der Raum ist komplett in einer wohltuenden Ordnung gefasst und präsentiert seine Ware ohne jede Aufdringlichkeit. Künstliches Licht sorgt für schattenfreie Flächen und eine gleichmäßige Ausleuchtung. Nur die Decke fällt aus dem Rahmen, sie sorgt für viel Dynamik und generiert mit ihrem rhythmischen Design die Illusion von Bewegung. Dazu passend schließt eine Wand aus vertikal angebrachten Gittern die Decke ab und modifiziert aus den angebotenen Brillengestellen einen filigranen Abschluss des Raums. Am Boden wird die Deckenfläche mit

CREDITS

Projekt: L'Aire Visuelle

Architekt: la SHED
architecture

www.lashedarchitecture.com

Standort: Laval, Québec/CA

Baufgabe: Optische Klinik
mit Verkaufsraum

Fertigstellung: Mai 2013

Anzahl Geschosse: 1

Geschossfläche: 3000 m²

**Materialien (Decke, Wand,
Boden):** Holz, Keramikfliesen,
Teppich, Holzverblendungen,
Gipsoberflächen; Leuchten von
Luminenpulse und von SHED

Möbel: Sesselkreation von Hee
Welling für Hay; Möbelentwürfe
der Architekten

Anzeige

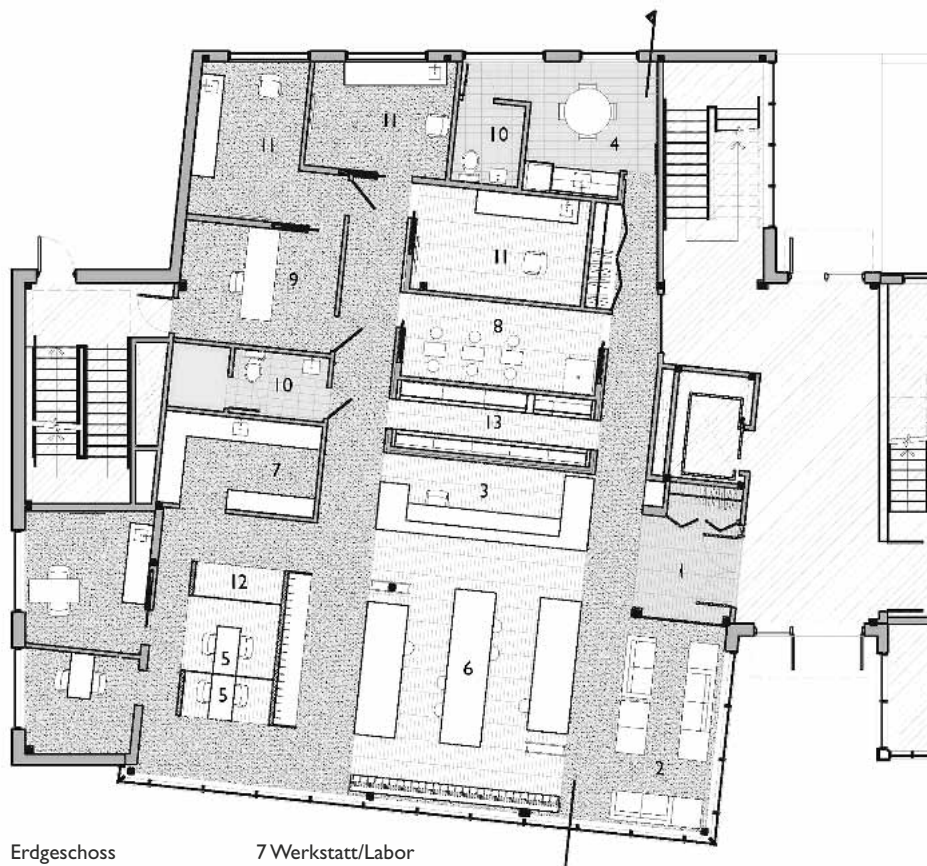
spitzbart treppen®

spitzbart.de

langen, schmalen Keramikfliesen zitiert, die eine harmonische Fortsetzung eines hellen Bands ist, das die Verkaufsfläche optisch umschließt

Ein schwarzer Teppich bedeckt den Boden in den Verkehrsflächen und in den Beratungszonen. Neben dem optischen Effekt hat er auch eine weitere Funktion: Er soll nicht nur das Licht vor der Verkaufsfläche absorbieren, sondern auch die Beratungszonen akustisch beruhigen. Die Architekten berichteten von einem hohen Risiko, dass sie mit der kraftvollen und dynamisch installierten Beleuchtung einigen. Das Ergebnis war nicht wirklich vorhersehbar und erst nach der Fertigstellung wurde klar, dass sich der Versuch gelohnt hatte. Mittlerweile wurden la SHED architecture für ihr Lichtkonzept ausgezeichnet.

Text: Rolf Mauer
Fotos: Maxime Brouillet



Erdgeschoss	7 Werkstatt/Labor
1 Eingang	8 Sehtest
2 Warten	9 Büro
3 Empfang	10 WC
4 Bereich Kontaktlinsen	11 Behandlungsraum
5 Beratung	12 Warten
6 Gläser	13 Depot



Das franco-kanadische Architekturbüro la SHED wurde 2008 gegründet. Das Team von links nach rechts: Samuel Guimond, Renée Mailhot, Sébastien Parent, Anthony Bergoin, Dahlia Marinier-Doucet, Yannick Laurin.

Büro: la SHED architecture

Standort: 68 Rachel Est,
Montréal, Québec/CA
www.lashedarchitecture.com

Inhaber: Renée Mailhot,
Yannick Laurin, Sébastien Parent

Gründungsjahr: 2008

Mitarbeiter: Dahlia Marinier-Doucet, Samuel Guimond, Anthony Bergoin

Arbeitsgebiete: Wohngebäude,
Geschäftsgebäude, Ausstellungsarchitektur, Büroräume

Realisierte Projekte (Auswahl):

Maison de Mentana, Maison Blue Hills, Maison de Bullion

Ihre Gestaltungsphilosophie?

Offenheit, Lichtführung und eine klare Ansage, darum geht es im Kern bei allen Projekten unseres Studios. Unser Alleinstellungsmerkmal resultiert aus unserer funktionalen und zeitgemäßen Gestaltung und auch aus ihrer Verwendung von haltbaren, erschwinglichen und traditionellen Materialien. Wir begleiten ein Projekt penibel vom Anfang bis zum Ende der Bauausführung. So sichern wir auch den letzten Schliff.

Wie finden Sie Inspiration?

In der Lage des Projekts, sei sie ländlich oder städtisch. Uns inspirieren auch die Traditionen des östlichen Kanadas mit seinen typischen Materialien und Bautechniken. Selbstverständlich beeinflussen uns auch die Anforderungen der Bauherren – mit denen wir übrigens eng zusammenarbeiten – und deren Vorlieben. Auch fühlen wir uns der Einfachheit der skandinavischen

Architektur verpflichtet, in der wir viele Parallelen zu Québec sehen.

Welches Projekt war für die Entwicklung des Büros das wichtigste – und warum?

Vier Projekte waren für unser Büro entscheidend:

1. Das 'Maison de Bullion' war unser erstes Referenzprojekt. Wir waren unsere eigenen Auftraggeber und wollten uns damit ein Netzwerk zuverlässiger Bauausführender schaffen.
2. Das 'Maison de Mentana' war ebenfalls ein Frühwerk, programmatisch in Bezug auf unsere künftige Gestaltungsausrichtung. Das Projekt wurde mit dem 'Grands Prix du design 2011' in der Kategorie Wohnhaus ausgezeichnet.
3. Das 'Maison Blue Hills' war unser erstes Neubauprojekt und keine Renovierung. Es war auch das erste Bauvorhaben im ländlichen Raum. Das brachte uns viele neue Erfahrungen.
4. 'L'Aire Visuelle' ist unser erster Objektauftrag.

E English translation from page 46

Inspiring spaces

Materials for shop design



Walls in motion, scintillating surfaces and irritating visual effects – new technologies and materials activate space.

No, the destiny of the retail trade isn't an easy one. This is due to the fact, among others, that in our times almost everything can be ordered online while comfortably sitting at home on the sofa. By now this asymmetrical competitive environment has come to threaten the existence of many traditional distributors. But at the same time physical trade has a crucial advantage compared with the online world: here, the enactment of the world of commodities is not performed aseptically and two-dimensionally on a screen but acoustically, haptically, kinetically in a sensually perceivable spatial dramaturgy. Ideally this is not static but changes time and again into new constellations. Materials and systems that can passively or actively respond to their environment are the key to this interactive shopping world.

Andy Martin and his team conceived such a smart environment for the flagship store of the Richard James brand in London. Formally, the interior is very reduced and at first glance characterized by the simple material identity of wood and metal. This fixed appearance is counteracted by the varying elements of the semi-transparent room dividers. Their iridescent colours change depending on the observer's position and the lighting conditions. This effect is caused by dichromatic coated 3M films inserted between two PMMA panels. The stretch ceiling with its adjustable homogeneous backlighting acts as a spatial bracket. Thanks to LED technology, illuminated ceilings can now be installed in very restricted heights; they are also easy to maintain and energy-efficient, especially

so in RGB-based coloured versions. And they can also be dynamically controlled or adjusted to any sales situation. Light temperature in particular, which can be changed almost infinitely with the current LED modules, allegedly influences consumer enthusiasm at the point of sale considerably. Research on this subject is under way.

With the 'Hexi' concept by Thibau Sallard from Pantin three-dimensionally active walls can be implemented. The hexagonal panels respond to movements in the room. The system consists of panels, cameras and analysis software. When the software detects passers-by via the cameras, it transfers control commands to the panels' motors. Each of them has a drive for swivelling and tilting the element. The 'Hexi' prototype is programmed so that the 60 panels respond to passers-by in a wavy movement. Thibault says that other kinetic effects can also be programmed, and panels with larger dimensions may be realised. Fixed with magnets, 'Hexi' can easily be arranged differently in other structures.

Fascinating effects

The 3D facade, on the other hand, works with a presumably much more complex technology. It was installed in Sothchi by London architect Asif Khan and the Swiss 'iart' company in the pavilion of the Russian telecommunications MegFon concern. In the eight metres high and 18 metres wide facade and framed by a white textile membrane, 10,000 linear cylinders are at work that can extend up to two metres. A ball-shaped RGB LED element is attached at the tip of the push rod of each cylinder. In Sothchi this technology was used to three-dimensionally display groups of faces that had been scanned all over Russia before the event. Silence is kept, however, on the costs associated with the complex technology. The 'Opto 4D' polyamide foil of Austrian manufacturer Isosport, however, stays passive. The 0.55 millimeter thin foil plays with the depth effect that results from its transparency and the imprinted structure. The small circles, ellipses, stripes or dots cannot be focused, and the eye always jumps to and fro. The foil is produced in rolls and can be laminated on any carrier, but only if the

whole finished product is transparent will the depth switch be optimally preserved. Thermochrome surfaces generate fascinating effects, as is the case with the tiles by Movingcolor (USA), which have been treated accordingly. The tiles are offered in numerous variants and textures and respond to temperature differences by activating colour gradients and patterns. But like with all the other smart materials the well-known maxim should be kept in mind that "less is more". Too many effects and combinations will, in the last analysis, end in an unsettling cacophony.

Text: Armin Scharf

E English translation from page 50

A sharp view

Optometric clinic and optician's shop in Québec/Canada



With their project, the Canadian architects of 'la SHED' architecture aspire a distinct visual and architectural contrast. They achieve this with simple and natural materials.

Architecture can do more than generate beautiful spaces. 'La SHED' architecture take the opportunity to motivate the staff of the L' Aire Visuelle optometric clinic in Laval, a place in the Canadian province of Québec, with their architecture and to set new targets for the company with a fresh appearance.

The project assignment was to plan and develop an eye clinic with an attached optician's shop on the ground floor of an existing two-storey office building. In the available rooms, with windows distributed on three facades, 3,000 m² of floor area were accommodated on a rather irregular and scattered floor plan. The owner/builder's budget did not allow for spending enormous sums of money. Only 450,000 US-\$ (326,000 euros) was available for furniture, materials and

craftsmanship. The sales area was supposed not to look like a medical practice but rather convey the flair of a studio or boutique with low tables and a lot of space for unhampered looking. Sharp contrasts with hard and clear lines were to alleviate the view through new glasses for clients who are looking for a correction of their visual impairment. For the owners of 'la SHED', architects Renée Mailhot, Yannick Laurin and Sébastien Parent, openness, light and a clearly identifiable design orientation make up the architectural core of their projects. They explained to us that their plans are the result of a consistent use of long-lived and classical materials that enable cost-effective architecture. They draw their inspiration directly from the project and the local tradition of the province of Québec characterized by typical features and craftsmanship techniques.

The central room was designed such that the sales area is positioned at the front of the building, where the biggest windows and the entrance are. Which means that clients, as soon as they visit the clinic, can perceive all products at one glance. When you enter the room, you find yourself directly in front of the reception, from where you will reach the waiting area with just a few steps. This section makes use of the only two-storey area of the shop and is accommodated directly to the left of the entrance. There, clients take a seat on voluminous poisonous green seating furniture. Nothing impedes the client's view who chooses his or her new glasses in this optical workshop, which also wants to be a boutique. There are no displays or promotional material striving to finagle their way into the visitor's view. The whole room breathes pleasant order and presents its wares without any obtrusiveness. Artificial light produces shadowless surfaces and uniform illumination. Only the ceiling is out of the ordinary, creating a lot of dynamics and generating an illusion of movement thanks to its rhythmic design. A matching wall of vertically attached grids acts as a transition between wall and ceiling and transforms the spectacle frames offered here into a filigree conclusion of the room. The floor is a quotation of the ceiling with

its long, slim ceramic tiles, continuing harmoniously a light-coloured band that visually encloses the sales area. In the customer-access areas and consultation zones, a black carpet covers the floor. Apart from the visual effect, it fulfils an additional function. It is meant not only to absorb the light in front of the sales area but also calm down the consultation zones acoustically. The architects tell about the high risk they took with the powerful and dynamically installed lighting. The result was not really predictable, and it was only after completion that it became clear that the experiment had paid off. In the meantime, 'la SHED' architecture were awarded a design prize for the lighting concept of L' Aire Visuelle.

Text: Rolf Mauer



The young Franco-Canadian architects' studio 'la SHED' architecture was

founded by Renée Mailhot, Yannick Laurin and Sébastien Parent in 2008. As you can see, there are three additional staff members: Dahlia Marinier Doucet, Samuel Guimond and Anthony Bergoin.

Office: 'la SHED' architecture
68 Rachel Est, Montréal, Québec/CA
www.lashedarchitecture.com

Owner: Renée Mailhot, Yannick Laurin and Sébastien Parent

Founding year: 2008

Employees: Dahlia Marinier Doucet, Samuel Guimond and Anthony Bergoin

Work areas: residential, commercial, exhibit space, office ...

Projects realised: Maison de Bullion, Maison de Mentana, Maison Blue Hills, L'Aire Visuelle

Describe your design philosophy:

Openness, lighting and alignment are at the very core of all projects completed by the studio. Our achievements stand out as a result of their functional and contemporary layout, as well as their use of materials that are durable, affordable and classical. The importance given to finishing touches and the general quality of our achievements is, amongst other reasons, a result of tight monitoring

throughout the entire project execution process from start to end of construction.

How do you find your inspirations?

We find it in the context where the project is located, either it's urban or rural. We also find it in the tradition of Eastern Canada with its typical materials and construction techniques.

What also guides our design is our clients needs and tastes, even though we have a common guide line we designed custom projects made for unique clients with specific tastes. We always work closely with our clients.

Other than that, we find inspiration in the simplicity of the Scandinavian architecture in which country we find a lot of similarities with Québec.

What project was the most important one for the evolution of the office – and why?

There are 4 projects that were decisive in the development of our firm.

1. Maison de Bullion: We did this project for ourselves, we were our clients. It was the first project we did for creating an expertise, a client and collaborators network and a built project for our portfolio.

2. Maison de Mentana: This house was designed during our early career and is probably the project where we most created our today's guideline and design identity. This project rewarded at the Grands Prix du design 2011 in the residential category.

3. Maison Blue Hills: This house was the first project that wasn't a renovation and that was all brand new. It was also the first project we did in a rural context outside the city. We learned a whole new expertise with this project.

4. L'Aire Visuelle: Our first commercial project. Again we developed another expertise and proved that we were good in doing other types of project than houses and residential buildings.