

MODERN INTERIÖR

DESIGN | TREND | INREDNING | OFFENTLIG MILJÖ | ARKITEKTUR

112
SIDOR

Hyundai Seoul
**OMDEFINIERAR
DETALJHANDELNS FRAMTID**

**SPÄNNANDE OCH
UNIKA BUTIKSKONCEPT**
med välkomnande känsla

Hållbarhetscertifiering för
**INREDNINGSPROJEKT
UTVECKLAS
VIA SAMVERKAN**

Projekt
**NYA MISS VOON
SCANDIC KIRUNA**

SPECIAL
GOLV

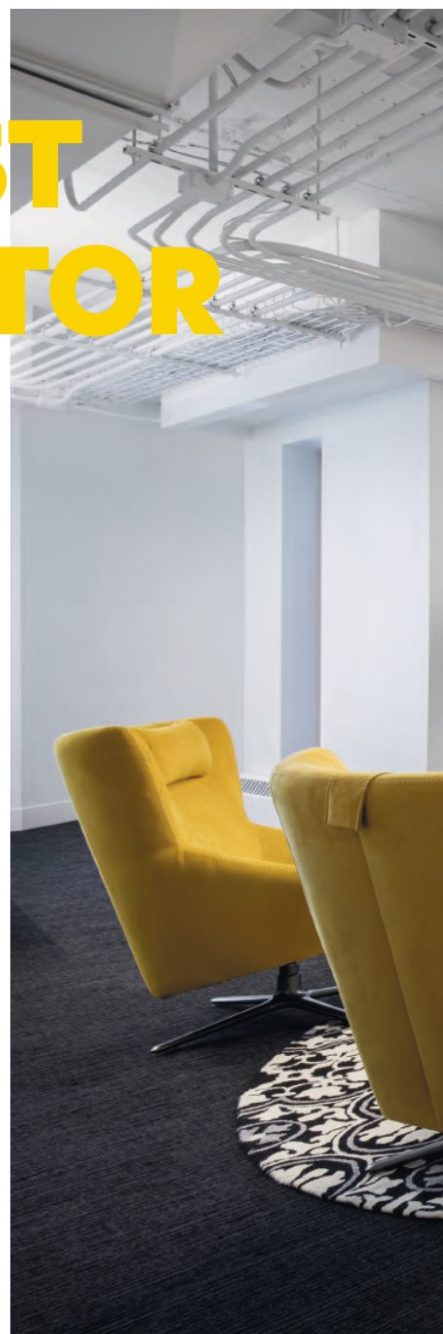
EDEN HYLLIE
skapad utifrån filosofin
"Symbiotic Building"

Kontor i Montréal

DJÄRVT, COOLT OCH LJUST

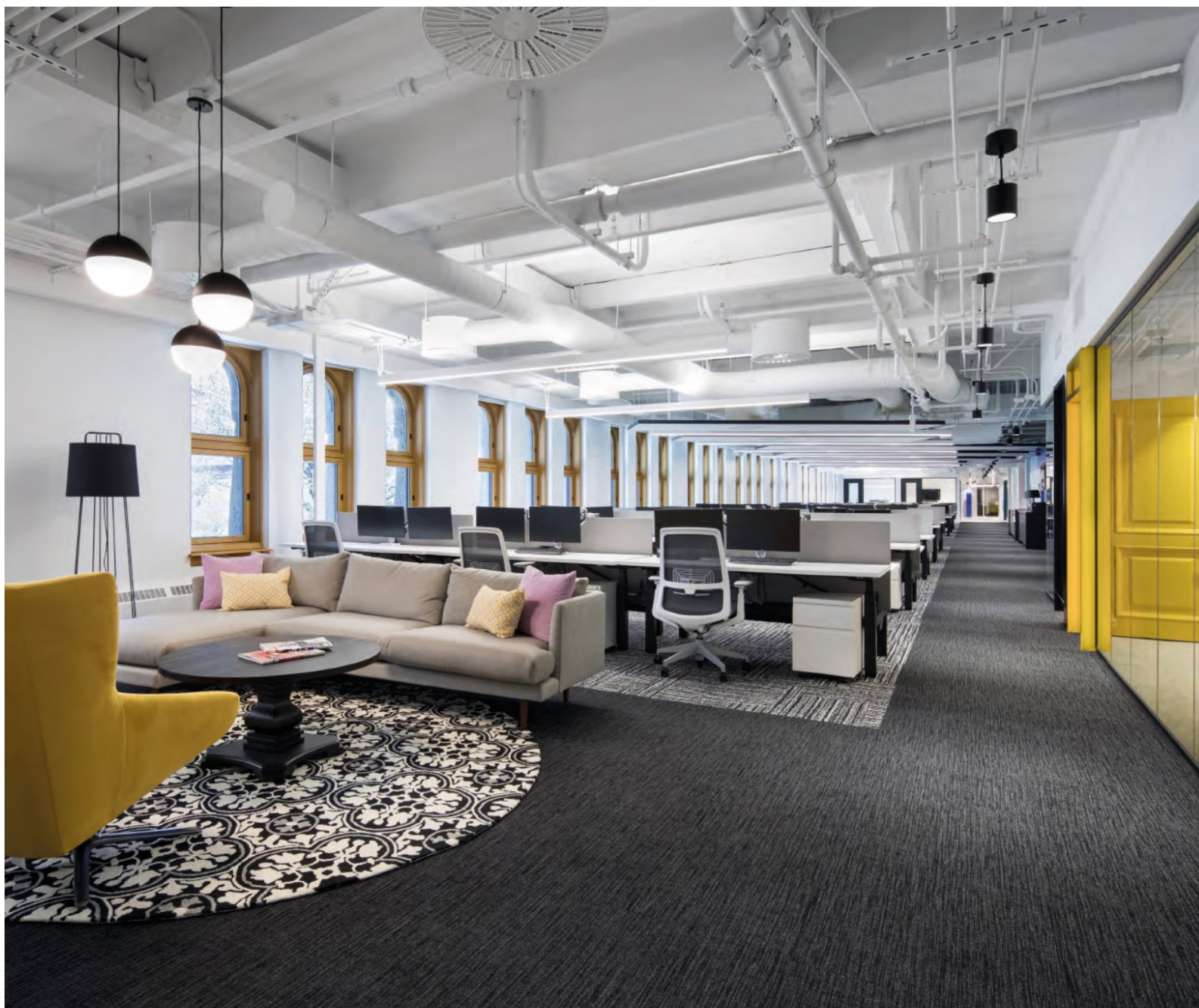
DJÄRVT OCH LJUST I NYÖPPNAT KONTOR I MONTRÉAL

I centrala Montréal har ett nytt huvudkontor, som formligen badar i ljus och djärv inredningsdesign, slagit upp portarna. Det 55 000 kvadratmeter stora kontoret vann häromåret Canada Interiors prestigefulla pris Best of Canada i kontorskategorin för sina "unika perspektiv, flöden och upptäckter".



I byggnaden huserade en gång järnvägsbolaget Canadian Pacifics resecentrum och mycket av den ursprungliga inredningen har bevarats. Lokalerna väcker associationer till trendiga SoHo-loft. Crédit Foto: Stéphane Brugger

De allmänna kontorsutrymmena har hållits relativt neutrala, men piggas av djärva designelement som kommer till uttryck i möbelvalet bland annat. Foto: Stéphane Brugger



ÖVERSÄTTNING OCH BEARBETNING SIMON MATTHIS

Belysningskonsulten Lumi Group och designkontoret Inside Studio har i samarbete utvecklat kontoret. Inside Studio fick av cybersäkerhetsföretaget OneSpan uppdraget att flytta deras huvudkontor till en mer central del av staden. Valet föll på de historiska kvarteren kring Windsor Station, i ett tidigare resecentrum tillhörande järnvägsbolaget Canadian Pacific.

Förutom att platsen tillgodosåg alla

krav vad gäller tillgänglig yta, samt flödes- och servicekrav, tillhandahöll den en unik ram – ett tomt skal – för designerna att visuellt fånga OneSpans nya identitet och varumärkesfilosofi: "Be Bold. Be secure".

– Kundens etos har byggts in i vårt designkoncept från början, tillsammans med kundens krav på hur grupper arbetar i kluster och "loopar", säger Susie Silveri, huvuddesigner och grundare av Inside Studio. ➔



” KUNDENS ETOS
HAR BYGGTS IN I
VÅRT DESIGNKONCEPT
FRÅN BÖRJAN, TILLSAMMANS
MED KUNDENS KRAV
PÅ HUR GRUPPER ARBETAR
I KLUSTER OCH LOOPAR”

*Förnyelsen av den gamla järnvägsbyggnaden har varit som en tidsresa som lett till nya spännande upptäckter, bland av valv och ursprungliga tegelpartier. Inslag som bevarats i interiören och som legerats med OneSpans nya varumärkesfilosofi: "Be Bold. Be Secure".
Foto: Stéphane Brugger*



Mötesrummen har mattor i djärva texturer, vilka också sticker ut. Foto: Stéphane Brugger



Belysningen har varit en central del av projektet, mycket beroende på den galleriakänsla lokalerna ger. Foto: Stéphane Brugger



Golv av vit ek i en korridor. Foto: Stéphane Brugger

→ – Arkitektur diktar flödet i rummet och denna vackra byggnad gav ideala möjligheter att navigera i OneSpans verksamhet, tillägger hon.

Med en djärv blick på det förflutna
Kunden tog omedelbart till sig denna vision och insåg potentialen av att bevara rum som redan var utsmyckade med stora fönster, gjutna terrazzogolv och exponerade originaltegelpartier. Ändå återspeglade de grundläggande designelementen i rummet fortfarande deras ursprungliga syfte, så Inside Studio inledde en lång rivningsprocess för att reducera inredningen till det mest väsentliga. Som en tidsresa har denna process resulterat i en rad spännande upptäckter, till exempel ytterligare →

originaltegelstenar, valv, eldstäder och ursprungliga snickerier.

Med så mycket karaktär och historia hade byggnaden en atmosfär som påminde om ett trendigt SoHo-loft. Med kundens etos i åtanke bestämde sig formgivarna för att legera varumärkets djärva koncept med de ursprungliga delarna av byggnaden.

För att harmonisera så kontrasterande element infördes vissa SoHo-inslag, såsom strategisk placering av popkonst på väggarna samt fokus på en övergripande eklektisk stämning. Designbyrån kompletterade med vissa "fantasifulla" element i rummet, vilket märks i valet av möbler för kontorets gemensamma utrymmen. De bestämde sig även för att behålla några av originalbyggnadens prydnads-



Den strategiska placeringen av de "flytande" kontoren frigör utrymme för gemensamma lounges.
Foto: Stéphane Brugger

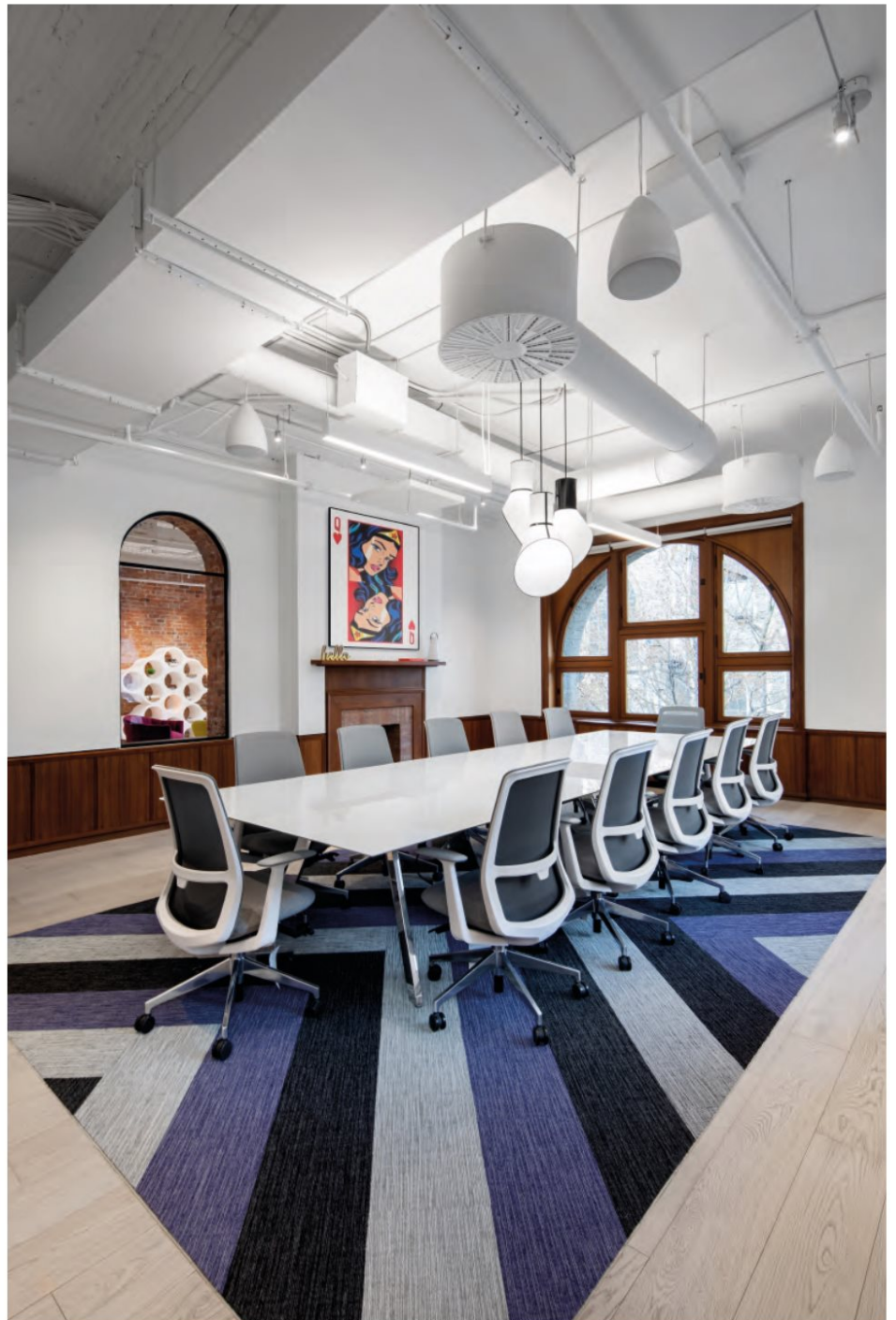


Man har valt att bevara några av originalbyggnadens prydnadsdörrar till konferensrummen. Foto: Stéphane Brugger

”MÖTESRUMMEN
HAR OCKSÅ MATTOR
I DJÄRVA TEXTURER,
OCH DESSA
ELEMENT STICKER
OCKSÅ UT”.



Belysning med kraftig ljusstyrka hjälper till att framhäva vissa detaljer i inredningen.
Foto: Stéphane Brugger



Mer än ett dussin olika belysningslösningar har noga valts ut för mycket specifika funktioner.

dörrar till kontorets konferensrum, vilket förseglade fusionen mellan dåtid och nutid med en "djärv" färgsättning och modern glasinramning som ger dörrarna liv.

– Vi ville att de övergripande kontorsutrymmena skulle förbli ganska neutrala, men med djärva element

som sticker ut och tydligt definierar vissa områden och funktioner, säger Tina Rahaniotis, Inside Studios huvud-designer för OneSpan-projektet.

– Mötesrummen har också mattor i djärva texturer, och dessa element sticker också ut.

Insikt i estetik, funktion och effektivitet →

→ I entrén till OneSpans kontor omger ursprungliga tegelväggar och valv den stora receptionen. En intelligande korridor, med golv av vit ek och utsmyckad med inslag av OneSpans färger violett och lila, leder in i hjärtat av våningsplanets L-formade planlösning. För att leka med skalan valde man att hänga upp stora svängbara belysningsdiskor i taket, som lyckas ge liv, form och rymd åt korridoren.

Belysningen spelade en viktig roll i designen av OneSpans kontor, då mer än ett dussin belysningsprodukter noga valts ut för mycket specifika funktioner. Lösningen består av en kombination av roliga, djärva och nyckfulla val som tagits fram på förhand av formgivarna, samt allmänna ljusscheman som utvecklats i nära samråd med LumiGroup.

– Det är så viktigt att arbeta med en ljuskonsult som förstår din vision i form av kvantitet, intensitet, färg och design, och vi har vänt oss till LumiGroup i över ett decennium varje gång vi har stött på en utmaning. När det gäller belysning eller en speciell specifikation, konstaterar Rahaniotis.

– Belysning var en stor del av OneSpan-projektet, särskilt på grund av gallerikänslan i rummet, tillägger hon.

I konferensrummen valde inredningsbyrån dekorativa belysningslösningar som har en dämpande effekt i traditionella mötesrum och ger dem en mer ombonad, hemlik atmosfär. Takbelysning i rader lyser upp individuella arbetsplatser medan en elegant spårupphängd belysning med kraftig ljusstyrka hjälper till att framhäva vissa arkitektoniska detaljer.



*I konferensrummen valde inredningsbyrån dekorativa belysningslösningar som har en mer dämpande effekt än i traditionella mötesrum och ger en mer ombonad atmosfär.
Foto: Stéphane Brugger*



OneSpans färgschema violett och lila går igen i hela kontorsbyggnaden. Foto: Stéphane Brugger



TEKNISK DOKUMENTATION

Projekt: OneSpans huvudkontor

Färdigställande: 2021

Design: Inside Studio

Belysning: LumiGroup



Från byggnadens stora fönster flödar ljuset in. Foto: Stéphane Brugger

Sömlös anslutning

Bland andra kreativa designelement kan nämnas installationen av väggar för kontorshytterna i mitten av rummet. Den strategiska placeringen av de "flytande" kontoren, som badar i glas och är inramade i ljusa färger, frigör utrymme för gemensamma lounges.

På så vis kan man dra nytta av det naturliga ljuset som flödar in genom byggnadens stora fönster och där traditionella kontorsrum skulle ligga. Dessutom binder dessa centralt placerade kontor bättre ihop dem som sitter i dem med de omgivande arbets-
teamen. ♦



Hyundai Seoul **OMDEFINIERAR DETALJ- HANDELNS FRAMTID**

Det största köpcentret i Sydkoreas huvudstad Seoul, Hyundai Seoul, har genomgått en ansiktslyftning signerad den prisbelönta inredningsbyrå Burdifilek. Byggnaden är ett stort komplex med flera användningsområden, där fritidsaktiviteter, shopping och andra verksamheter samlats under samma tak.

ÖVERSÄTTNING OCH REDIGERING: SIMON MATTHIS

Hyundai Seoul har introducerat ett nytt koncept i shopping-miljöer samtidigt som köpcentret kan skapa historia genom att omdefiniera detaljhandels framtid. Här används riklig grönska, golvplattor och en trädgård med vattenfall som designelement; tillsammans bidrar de till att skapa en minnesvärd, avslappnad ➔





” ATRIET MED SIN
ROGIVANDE DESIGN
ÄR SYNLIKT FRÅN ALLA NIVÅER
I KÖPCENTRET OCH
FÖRSTÄRKS AV RIKLIGT
NATURLIGT LJUS SOM
SLÄPPS IN GENOM
ETT TAKFÖNSTER I
BYGGNADENS MITT.

Till Hyundai Seoul vallfärdar shoppingsugna i Sydkoreas huvudstad Seoul. På bilden syns botten våningens atrium med vattenfallsträdgården. Foto: Yongjoon Choi Photography



På andra våningen ligger avdelningen för damskor med internationellt välkända varumärken.

→ kundupplevelse där avantgardistiskt mode och visuellt stimulerande samtida design utgör bakgrunden.

Lugn och välbefinnande

Burdiflek fick i uppdrag att inreda tre våningar i köpcentret, inklusive den Zen-liknande atmosfären i atriet.

Atriet med sin rogivande design är synligt från alla nivåer i köpcentret och förstärks av rikligt naturligt ljus

som släpps in genom ett takfönster i byggnadens mitt. Genom att utnyttja byggnadens unika arkitektur med flera genomgående "tomrum" har Burdiflek tagit fram ett koncept bestående av ett grönt band som sveper runt utrymmena och ger kontinuitet till det övergripande temat, som är lugn och välbefinnande.

Genom att plocka upp ledtrådar från den stora piazzan blir det gröna bandet →



Damavdelningen med internationellt kända varumärken för kläder, skor samt accessoarer. Foto: Yongjoon Choi Photography



*Detalj från vattenfallsträdgården.
Foto: Yongjoon Choi Photography*



Modeavdelning för män och kvinnor. Här blandas avantgardistiskt mode med samtida design.
Foto: Yongjoon Choi Photography

- en ram för vardagsaktiviteter, alltifrån sociala interaktioner till konstutställningar, popup-scener och inspirerande möten.

Hörselupplevelse

Vår resa genom köpcentret börjar med en hörselupplevelse - av ett forsande vattenfall. Ett 12 meter högt vattenfall som tycks trotsa gravitationens lagar har en framskjuten plats i huvudatriet och är omgivet av flytande öar. Kring vattenfallet och den omgivande trädgården, med deras rogivande effekt,

finns sittplatser.

Naturbegreppet löper vidare i speglingar som liknar lugna vattenmönster längs innerkanterna av takplanet, vilket skapar den visuella effekten av att titta upp på en reflekterande damm.

– Vi fick ett stort stycke arkitektur med många atrier. Hyundai's vision var att använda 50 procent av denna golvyta till att skapa offentliga utrymmen där människor kan umgås i en mycket mer upplevelserik miljö än den vanliga upplevelsen i köpcenter, säger Diego →





Designbyrån Burdifilek har vinnlagt sig om att skapa en avslappnad kundupplevelse i inredningen. Foto: Yongjoon Choi Photography



Det genomgående temat i designen är ro och välbefinnande. Foto: Yongjoon Choi Photography



Ambitionen i hela detaljhandelsfilosofin är att skapa en shoppingupplevelse som går utöver det vanliga. Foto: Yongjoon Choi Photography



Provrumssavdelningen. Foto: Yongjoon Choi Photography



Från golv till väggar, tak, möbler, inventarier och materialval tillhandahåller varje våningsplan sitt eget böjningsmönster av upplevelser och visuella element, allt skräddarsytt för den typ av produkter och livsstilstrender som visas upp. Foto: Yongjoon Choi Photography

” - VÅR FILOSOFI
VAR ATT SKAPA
MILJÖER PÅ VARJE VÅNING
SOM SKULLE TALA TILL EN
SPECIFIK DEMOGRAFI, MED
ETT ANNAT FORMSPRÅK
OCH SAMTIDIGT LOCKA FRAM
NATUREN I UTRYMMENA PÅ
OLIKA SÄTT.

Burdi, medgrundare och kreativ chef för Burdifilek.

–Till slut blev vår lösning inspirerad av Seouls omgivande natur. Vi valde att flytta in utsidan och skapa något oväntat som leker med skalan, och när det gröna konceptet började breda ut sig till hela omgivningen blev byggnaden mjukare och som gjord för minnesvärda upplevelser.

Som att tolka ett nytt språk

I konceptualiseringen av varje våning utnyttjade Burdifilek sin erfarenhet och expertis för att fullända detaljerna i varje enskilt element och på så sätt skapa en varumärkesmiljö som förstärks av summan av dess delar. Från golv till väggar, tak, möbler, inventarier och materialval tillhandahåller varje våningsplan sitt eget böjningsmönster

av upplevelser och visuella element, allt skraddarsytt för den typ av produkter och livsstilstrender som dem som är mest benägna att handla där vill associera sig med.

En hel palett av upplevelser

På andra våningen, i Skulpturträdgården, har Burdifilek gett sin tolkning av framtidens högoktaniga dammode, en plats för elegans och tidlös lyx. Här ligger betoningen på texturer och en skulpturell stil, och de galleriliknande ytorna slingrar sig fram. Användning av mjuk, indirekt belysning accentuerar flytande former och utstrålar en eterisk atmosfär. Specialanpassade hängande armaturer med raffinerade detaljer lyfter fram känslan av lätthet samtidigt som de ger ett sammanhängande "språk" för utvalda varumärken att ➔



Avdelning med modeaccessoarer. Foto: Yongjoon Choi Photography



Modeaccessoarer. En plats för elegans och tidlös lyx. Foto: Yongjoon Choi Photography

→ glänsa genom. En kombination av en dämpad färgpalett med lager på lager av reflekterande element och genom-siktlighet förstärker den sofistikerade atmosfären ytterligare.

Tredje våningen: Provocerande vildmark

På den tredje våningen har formgivarna skapat en helt annan stämning och bjuder in till en annan värld. Denna antar en abstrakt blomstrande form, som en förlängning av begreppet natur och skulpturträdgården. Våningsplanet behåller dock en viss grad av likhet med andra våningen när det gäller de skulpturala elementen, men de uttrycks här i djärvare form, mot bakgrund av häftiga djupblå, hängande mönster, aggressiv materialitet med betoning på kontrasten mellan naturliga och konstgjorda material. Bakgrunden präglas också av oavslutade tak, specialbyggda



Naturbegreppet frammanas i innertaket där speglingar påminner om krusningar på vattnet och kan skapa den visuella effekten av att titta upp på en reflekterande damm. Foto: Yongjoon Choi Photography



Designfilosofin gick ut på att på varje våning skapa miljöer som skulle tala till en specifik demografisk grupp. Foto: Yongjoon Choi Photography

skulpturala väggar och en enkel färgpalett som talar mer direkt till de utvalda varumärkena. I detta moderna butikscenter kolliderar konst-, design- och modevärldar för att skapa en kulturell upplevelse som överskrider den vanliga shoppingupplevelsen.

–Vår filosofi var att skapa miljöer på varje våning som skulle tala till en specifik demografi, med ett annat formspråk och samtidigt locka fram naturen i utrymmena på olika sätt. Vi strävade också efter att skapa en del gemensamma ytor genom skulpturala element som ger gästerna en fysisk upplevelse att förundras över och utforska, säger Diego Burdi.

Perspektiv

När Burdifilek tog sin an detta ambitiösa projekt var deras vision att skapa ett starkt perspektiv som skulle bli minnesvärt för slutanvändaren. Genom att ➔



Genom skulpturala element vill man ge besökarna en fysisk upplevelse att utforska och förundras över. Foto: Yongjoon Choi Photography

→ avvika från globala detaljhandelstrender designade formgivarna golvytorna i Hyundai Seoul så att de skulle vara lättillgängliga, samtidigt som de skulle tillhandahålla visionära designelement och färgpaletter som är både inspirerande och ambitiösa. Projektet över-skrider traditionell detaljhandelsfilosofi genom att erbjuda ett unikt perspektiv på hur en vanlig upplevelse som shopping kan förhöjas avsevärt.

– Detta projekt är en hyllning till många pusselbitar från detaljhandel och teknisk innovation till enastående design och arkitektur, som samtliga bidrar till att skapa minnesvärd upplevelse, säger Paul Filek, medgrundare till Burdifilek.

–Att arbeta med Hyundai var också idealiskt eftersom det är ett mycket designmedvetet företag med en framtidsinriktad vision när det gäller innovation inom detaljhandeln, säger Diego Burdi. ♦



TEKNISK DOKUMENTATION

Projektnamn: Hyundai Seoul

Kund: Hyundai Department Store Group

Plats: 108 Yeoui-daero, Yeoui-dong, Yeongdeungpo-gu, Seoul, Sydkorea

- Del av Hyundai Parc 1 komplex för blandad användning

Inredningen är designad av Burdifilek

Bottenvåningens atrium (vattenfallsträdgård) och våningarna 2,3,4 (utvalda områden)

Områden:

Våning 2: 2 673 m²

Våning 3: 2 733 m²

Våning 4: 2 734 m²

Total yta: 9 552 m² (av en total yta på 89 100 m²)

Projektet slutfördes i februari 2021



I detta moderna butikscenter kolliderar konst-, design- och modevärldar för att skapa en unik kulturell upplevelse. Foto: Yongjoon Choi Photography

Designbyrån har velat ge plats för det oväntade, bland annat genom att leka med skalan. Foto: Yongjoon Choi Photography