

Oksana Tandit *concept store*

Oksana Tandit *concept store*

Tornimäe 5, Tallinn

autorid/authors ___ Elo Pärloja, Maarja Malvre
projekt/project ___ MUST SAB
tellija/client ___ Oksana Tandit (Tandit Vision)
ehitaja/builder ___ Sander Ehitus
metallitööd/metal work ___ Narro
lühter/chandelier ___ SEOS valgustus, Tõnis Vellama
valgustus/lighting ___ Moodne Valgustus
pehme mööbel/
soft furniture ___ Borg
eritellimusmööbel/
custom furniture ___ A-ruut
fotod/photos ___ Kalle Veesaar

MUST SAB on sisekujundusbüroo, kelle kireks on disain ja põnevad ülesanded! Meile meeldib lähteülesanne algosadeks lammutada ning leida analüüsi abil kontseptsioon, loogiline ruumiplaan, sisearhitektuurne maailm, mis väljendab kliendi või ettevõtte visiooni. Lisaks erakodudele oleme teinud koostööd selliste brändidega nagu Mulberry, Fazer, KV Couture, Carita ja OT concept store.

MUST SAB is an interior design office that is passionate about design and exciting assignments! We like taking apart terms of reference to the basic pieces and using analysis to come up with a concept, a logical layout, and an interior architectural world that expresses the vision of company or customer. In addition to private homes, we have worked with brands such as Mulberry, Fazer, KV Couture, Carita and OT concept store.



Mida lihtsam, seda keerulisem. Tausta loomisest jõulisele moebrändile räägivad Elo Pärloja ja Maarja Malvre.

Kui brändi graafiline disain, logo, sildid, etiketid, hinnasildid jm on välja töötatud 2010. aastal ja tootemärk Oksana Tandit on registreeritud 2012, siis otsus luua kollektsioonile originaalne kontsept-keskkond tekkis alles 2013. aastal. Klassikaline vanalinna salong-butiik ei oleks väljendanud brändi olemust – soov oli liikuda *city'sse*, nüüdisaegsele ärikeskkonnale ja sihtgrupele lähemale.

Eesmärgid olid põnevad: luua kollektsioonile originaalne kontsept-keskkond ning mõelda tootemärgi stiilile vastav interjöö, kus on olulised värvigamma, naturaalsed viimistlusmaterjalid, valgustus, eksponeerimine, pakendid, teenindus – kõik, mis lubab kollektsioone parimal kombel klientidele esitleda. Samas peab kontseptsioon töötama eri ruumides ja linnades, andes igas olukorras edasi brändi olemust.

Teine lähtekoht oli kaasata projekti võimalikult palju eesti disainerid, teha läbi tootearendus kaubamärgi jaoks ainulaadsete toodete leidmisel ning esitleda eesti disaini tervikuna. Lahendusteni jõudsimise vaidluste, veenmiste ja emotsioonide kaudu. Sellise inimesega nagu Oksana Tandit on väga huvitav koos töötada.

Kauplusepinna kohta on ruum väike (44 m²), originaalse kontsept-keskkonna jaoks aga piisav selleks, et veenduda: suurus ei loe.

Tugevaks elemendiks on mitmetes faktuurides ja tonaalsustes hall värv ning domineerivaks motiiviks brändi logo (autor Marge Robam).

Monokromaatiline värvilahendus annab kollektsioonidele hea tausta. Iga varjund – betoon, seinakrohv, hall nahk, samet, viskoosvaip ja pärlmutterpeits spoonpaneelidel – annab oma nüansi, tõestades, et ka hall hallil ei ole igav. Märksõnadeks on *rafineeritud elegants*, sikk selgejoonelisus ja *minimalism*. Valgustatud särav peegelpind, toodetele suunatud siinis olevate metallhaliidlampide efekivalgus, LED-valgustus, mis kordub stangedes, riiulis ja teenindusletis, loovad miljöõ ning tekitavad matile karedapinnalisele krohvile elegantse vastutekstuuri.

Kesksemaid detaile on logo alusel välja töötatud lühter, mis koosneb silindrikujulistest klaaspulkadest, mis omakorda on asetatud silindrikujuliselt üksteise sisse, lastes nii klaasil särada.

Pisidetailid on sama tähtsad kui suur pilt. Nii töötasime koos sisekujundusega välja täiesti erilised riidepuud (metall + nahk!) ning spetsiaalsed stanged, ümatorud, mille ots moodustab brändi logo ja mille sisselõikes kumab valgust andev LED-riba.

Tehnoloogiliselt ja esteetiliselt uue materjali laminami kasutamine nõudis pingutusi eritellimusmööbli valmistajalt. Ruumi kõrgus seadis mööblile oma nõuded, nii aknaesiste spoonitud paneelide kui ka ühes tükis peegli valmistamisel. Isegi naturaalse nahaga vooderdatud vitriiniga teeninduslett on lahendatud pealtvaates logokujuliselt, täites sealjuures uskumatult palju funktsioone.

Lihtsatele geomeetrilistele vormidele taandatud sisustus on universaalne ja lähtub tervikliku kontseptsiooni ideest – seda annab modifitseerida ruumist ruumi ja linnast linna. Aga lugu, mida ruum jutustab, on unikaalne nagu Oksana Tanditi looming.



More basic means more complicated. Elo Pärlioja and Maarja Malvre talk about creating the backdrop for a powerful fashion brand.

While the brand's graphic design, logo, signs, labels, and price tags etc were developed, in 2010 and the trademark Oksana Tandit was registered in 2012, the decision to create an original concept and environment for the collection developed only in 2013. A classic Old Town salon and boutique would not have expressed the nature of this brand – the desire was to move a step closer to the city, modern business environments and the target group.

The goals were exciting ones: to create an original concept/environment for the collection and come up with an interior to match the style of the trademark, where spectrum, natural finishing materials, lighting, display, packaging, service are important – everything that allows the collections to be showcased to customers in the best way possible. The concept has to work in different spaces and cities, conveying the brand's identity in every situation.

The other condition was that as many Estonian designers as possible had to be included in the project, product development had to be pursued to find unique products for the trademark, the project had to be a gateway into Estonian design as a whole. We reached the solutions through disputes, persuasion and emotions. It was very interesting to work with a person such as Oksana Tandit.

For a retail space, the room was small (44m²), but sufficient to be sure: size didn't matter for an original concept-environment.

The colour grey – in various textures and tonalities – was a strong element, and the brand logo was the dominant motif (created by Marge Robam).

The monochromatic colour solution is a good background for the collections. Each shade – concrete, wall plaster, grey leather, velvet, viscous carpet and mother-of-pearl stain on veneer panels – lends its own nuance, proving that grey on grey is not boring. The keywords were refined elegance, chic directness and minimalism. The gleaming illuminated mirrored surface, the effect track lighting from metal halide bulbs, LEDs, repeated in the metal bars, shelves and service counter, all create an ambience and elegant counter-texture to the rough-textured matte plaster.

One of the most central details is the chandelier developed based on the logo, which consists of cylindrical glass rods that are in turn positioned, cylindrically, into one another, allowing the glass to shine.

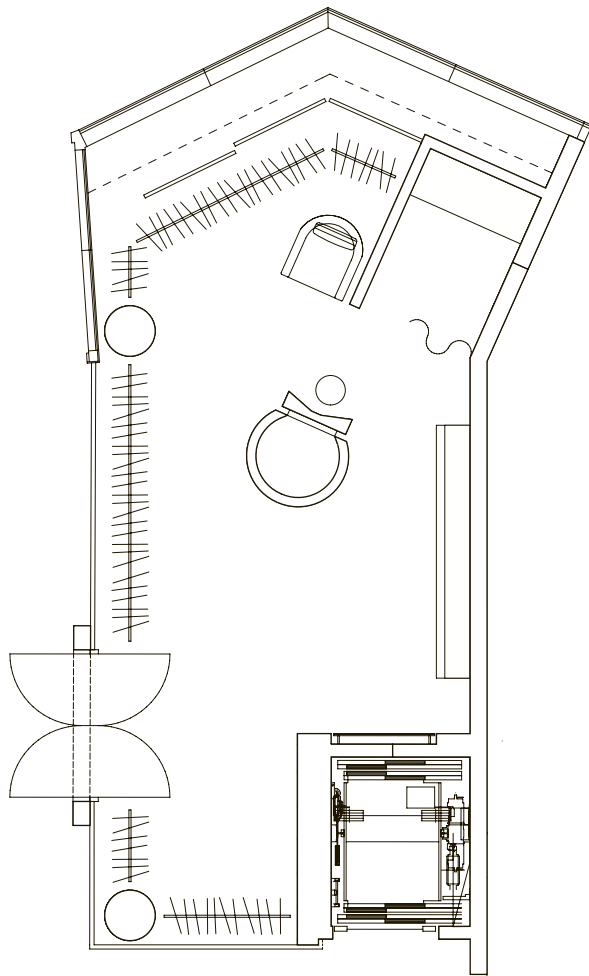
The small details are just as important as the big picture. Along with the interior design, we developed completely different clothes hangers (metal + leather!) and special metal bars, round pipes, where the end forms the brand logo, with a LED strip recessed in it.

The use of a technologically and aesthetically new material, laminami, required effort from the custom furniture producer. The height of the room imposed requirements on the furniture, both in preparing the veneer panels in front of the windows and the one-piece mirror. Even the service counter with a natural leather-lined display case was designed in the shape of the logo, seen from above, and thus fulfils unbelievably many functions.

The furnishings are boiled down to simple geometric forms – it's universal and is based on the idea of integral concept – it can be modified from room to room and city to city. But the story the room tells is unique, like Oksana Tandit's creations.



Põhiplaan
Plan



See on koht, kus mina tunnen ennast hästi ja samamoodi ka klient. Oma lugu jutustav ruum toetab brändi olemust ja loob lisaväärtuse, mida ka klient mõistab. Ta ei osta seelikut või pluusi – ta ostab emotsiooni. Kui meil pole suuri eesmärke, soovi laieneda, konkureerida kogu maailmas, siis pole asjal mõtet. Kui me kõik töötame koos visiooni nimel, siis toimib see hästi. Üksi ei jõua kuhugi. Tähtis on usaldada neid, kes on omal alal paremad kui sina. Kaasata tuleb parimaid!

It's a place I feel comfortable in, and so do customers. A space that tells its own story supports the brand's identity and creates value added and the customer understands this. They don't buy a skirt or a blouse – they buy an emotion. If we don't have major goals, the desire to expand, compete everywhere in the world, there's no point to the venture. If we all work together in the name of a vision, it will work well. Alone, we won't make it anywhere. It's important to trust people who are better than you in their field. You have to involve the finest!

– Oksana Tandit

