

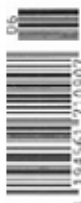


ARCHITEKTUR | INNENARCHITEKTUR | TECHNISCHER AUSBAU
ARCHITECTURE | INTERIOR | TECHNICAL SOLUTIONS

6-2008 BAR HOTEL RESTAURANT

**FOSTER + PARTNERS, PLASMA STUDIO,
SEBASTIÁN IRARRÁZAVAL, IPPOLITO FLEITZ
GROUP, CHRISTIAN BIECHER, LEGORRETA +
LEGORRETA, PIERLUIGI PIU, BERT HALLER**

D 10,90 EUR
A 11,90 EUR
CH 21,40 SFR



4 194561 710307

Think Pink

Cafébar und Restaurant Fauchon, Peking, China
Entwurf Design Christian Biecher & Associés, Paris, Frankreich

Als Christian Biecher und seinem Team der Auftrag für eine allumfassende Neukonzeption der französischen Traditionsmarke Fauchon erteilt wurde, lautete die Devise vor allem: „think pink“! Fauchon sollte ein komplettes Facelifting bekommen und mit einem optimistischen Pink in die Zukunft weisen. In Peking wurde im vergangenen Jahr eines der Konzepte fertiggestellt – die in Tokio, Paris und Casablanca folgen. Restaurant Fauchon, Beijing, China When Christian Biecher and his team were commissioned with developing a comprehensive new concept for Fauchon, a French brand with a long-standing tradition, the primary motto was "think pink"! Fauchon should undergo a complete face-lift and look ahead with an optimistic pink. In Beijing one of the concepts was completed last year, followed by Tokyo, Paris, and Casablanca.



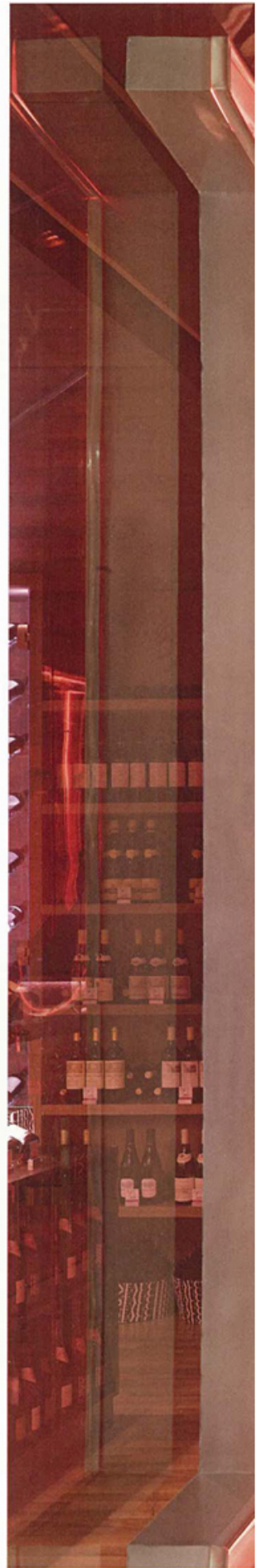
Fotos: Luc Boegly, Paris



Der von Christian Biecher & Associés entworfene blumig gemusterte Teppich korrespondiert mit der Möblierung. The flowery carpet designed by Christian Biecher & Associés corresponds to the furnishing.



Private Essbereiche „schützen“ Geschäftsleute vor neugierigen Blicken Private dining areas "protect" business people against curious looks.





Die Pink getönten Glasflächen kennzeichnen vor allem die Erschließungsbereiche des Fauchon House. The pink-tinted glass surfaces primarily indicate the circulation areas of Fauchon House.





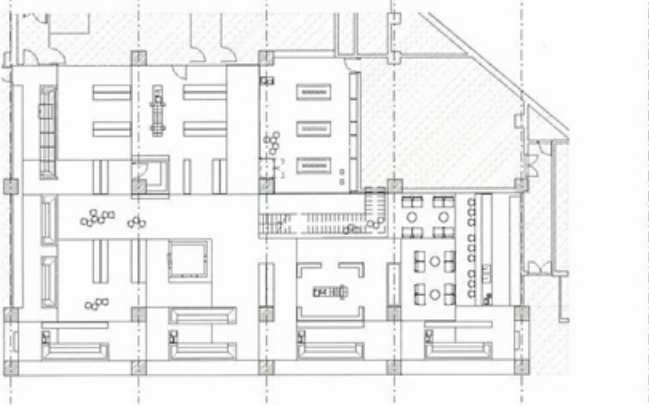
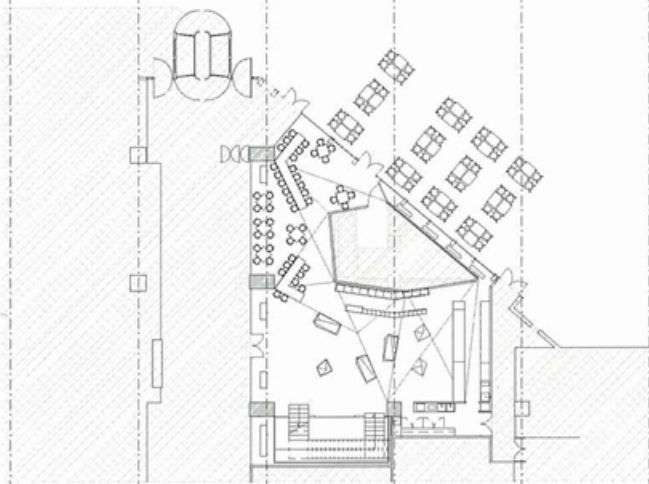
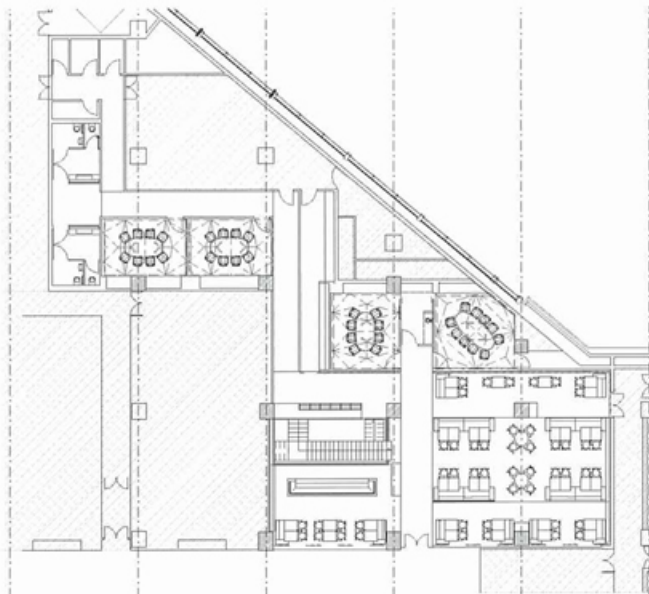
Spiegel, Fadenvorhänge, Sitzmöbel, laminierte Wände und Decken – alle Oberflächen glänzen, glitzern und spiegeln sich silbern. Mirror, string curtains, sitting furniture, everything glitters, and reflects in silver.



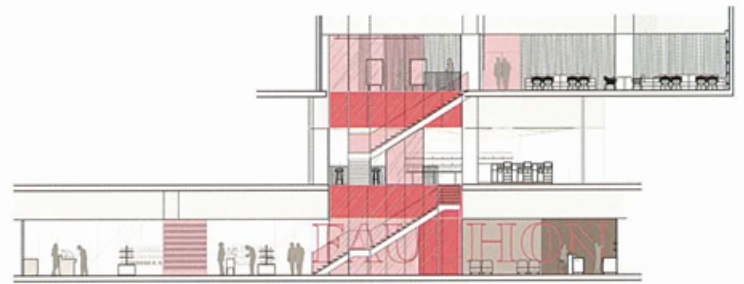
Selbst die Vitrinen für Madeleines und Schokotörtchen entwarfen die Architekten. The architects also designed the showcases for Madeleines and small chocolate cakes.



Gebäck wird in goldenem Ambiente präsentiert, die Geschenkabteilung in frischem Pink. Golden pastries are presented in a golden ambience; the gift department in fresh pink.



Grundrisse Floor plan



Schnitt Section

project location: Shin Kong Place
Beijing
occupancy: 3 floors with direct
access from public square.

(F2)
Restaurant

Cafe-Bakery

(F1)

interior
stair case
connecting
3 floors
line (B1)
grocery
store



main entrance from
public square

entrance from
B1 gallery



Fauchon in Peking, China

Der Markenname Fauchon hat in Paris eine lange Tradition und klingt nicht nur ausgesprochenen Liebhabern von Schokolade und anderen süßen Leckereien wie Musik in den Ohren. Gegründet wurde das Label bereits 1886 von Auguste Fauchon und es fand seinen ersten Standort an der Place de la Madeleine in Paris. Fauchon avancierte schnell zur exklusivsten Adresse für Gebäck und Süßwaren in der französischen Hauptstadt – auch im Ausland blieb der Erfolg nicht aus. Nach einer wirtschaftlichen Krise wollte der neue Inhaber Michel Ducros der Marke ein neues Gesicht geben, ohne die Tradition des Unternehmens und die erfolgreiche Vergangenheit aus den Augen zu verlieren. Er beauftragte Christian Biecher und sein Team mit der Entwicklung einer komplett neuen Shop- und Gastronomiekonzeption. Biecher hatte viele Jahre bei Bernhard Tschumi gearbeitet und an der Columbia University in New York gelehrt bevor er 1997 in Paris sein Büro gründete. Mit Projekten wie dem Pariser Restaurant Korova, dem Issey Miyake Headquarter in Tokio oder den Harvey Nichols Stores in Hongkong und Dublin, aber auch mit Möbelentwürfen machte Christian Biecher auf sich aufmerksam. Mit seinem Team entwickelte er für die Marke Fauchon ein interessantes, vielseitiges und doch wiedererkennbares Konzept. Das „Fauchon House“ in einem Shoppingcenter in Peking eröffnete im Sommer vergangenen Jahres, ihm folgen Filialen in Tokio, Paris und Casablanca. In ihrem Konzept sehen die Architekten eine Dreiteilung der Räume vor, die sich sowohl in ihrer Funktion als auch farblich unterscheiden. Die Farbe Pink, die das schwarze, zurückhaltend gestaltete Logo fortan unterstützen soll, ist vorherrschend im Eingangsbereich und innerhalb der Verkehrsflächen zu finden. Hinzu kommen im Bereich des Lebensmittelgeschäfts mit Catering und Weinverkauf Schwarz-, Weiß- und Grautöne. Die Bäckerei und Cafébar schimmert golden, während der Restaurantbereich neben leuchtendem Pink vor allem silberige Töne aufweist. Pekings Fauchon House am Shin Kong Place erstreckt sich über großzügige 2200 Quadrat-

meter und drei Ebenen. Betreten wird der kulinarische Tempel von einem öffentlichen Platz aus. Im Eingangsgeschoss lockt die Farbe Pink in das Lebensmittelgeschäft und begleitet den Besucher ins Café „La Boulangerie“ im ersten Geschoss. Hier lassen die Inhalte der Glasvitrinen nur erahnen, was das Restaurant eine Ebene darüber erst alles zu bieten hat. Eine weitere Treppe führt in das Restaurant „La Café“: verspiegelte Decken, schillernde Vorhänge und Silberfarbene Sofas bestimmen dort das Bild. Silber sind auch die durchsichtigen Vorhänge vor den Fensterfronten und die Fadenvorhänge, die als Raumteiler mit der spiegelnden Wand- und Deckenbekleidung korrespondieren. Der blumig gemusterte Teppich in Grau- und Rosetönen ist ein echter Blickfang am Boden. Runde und rechteckige Tische mit einheitlich rosafarbenen Tischplatten werden scheinbar wahllos kombiniert. In knalligem Pink präsentieren sich die Übergänge zum Erschließungsbereich mit der Treppe zu den unteren Ebenen und dem Zugang zur Terrasse. Das Konzept soll durchgängig auf alle noch entstehenden Fauchon-Filialen angewandt werden – je nach regionalen Anforderungen oder individuellen Bedürfnissen mit kleineren Modifikationen. Da beispielsweise in China wohlhabendere Geschäftsleute ungern in der Öffentlichkeit essen, wurde im Restaurant in Peking ein privater Essbereich realisiert, den das Konzept in anderen Städten nicht vorsieht. Auch die Sitzgelegenheiten im Café und der Bäckerei wurden hier auf ein Minimum reduziert, da ungern auf Barhockern oder am Tresen gegessen wird. Trotz des Wunsches nach Privatheit gibt sich das Restaurant sehr aufgeregt und bewegt. Die Oberflächenmaterialien – Spiegel, glänzende Beschichtungen und Glasflächen – reflektieren jedes Möbel und die kleinste Bewegung. Das frische Pink und die schwarz-weiß gemusterten Stühle auf dem „Blumen“-Teppich tun das Ihrige, um Augen und Emotionen in Bewegung zu halten – auf jeden Fall eine eindrucksvolle Kulisse für die berühmten Schokotörtchen und Madeleines.

ag

The Parisian brand Fauchon was founded in 1886 by Auguste Fauchon; it soon became the most exclusive location for groceries and sweets in the French capital as well as abroad. After an economic crises, the new proprietor Michel Ducros wanted to give the brand a new appearance without ignoring the corporate tradition and the successful past. He therefore commissioned Christian Biecher and his team with the development of a completely new shop concept. Biecher founded his Paris-based practice in 1997 after having worked with Bernhard Tschumi and having taught at Columbia University in New York for several years. With projects such as the Issey Miyake headquarters in Tokyo or Harvey Nichols Stores in Hong Kong and Dublin, Christian Biecher attracted international attention. For the Fauchon brand his practice has developed a versatile and yet always recognisable shop concept. The „Fauchon House“ in a Beijing shopping centre at Shin Kong Place was opened last summer, followed by branch stores in Tokyo, Paris, and Casablanca. The architects propose a trisection of the rooms varying regarding their function and colour. Pink, which will from now on support the subtle black logo, prevails in the entrance and circulation areas. Black, white, and grey hues have been added in the grocery. The bakery and café bar shimmer golden, whilst the restaurant is distinguished by pink and silver. The concept ought to be consistently applied to all Fauchon branches to be realised, yet with slight modifications depending on regional or individual requirements. As well-off Chinese business people do not like to eat in public, the Beijing restaurant offers a private dining area. Seats in the café and bakery were also reduced to a minimum, because eating on bar stools at the counter is not popular. Despite the private zone the restaurant appears very animated, because the materials reflect the furnishing and the slightest movement. Fresh pink additionally stimulates the interior.