

prointerior

AMMATTISISUSTAMISEN JA TILASUUNNITTELUN ERIKOISLEHTI

prointerior.fi

HINTA 9,20 EUR 2 / 2010

Myymäläkonseptit
Stockmannin Herkku

LED – valon uusi aikakausi



Airamin Megaman-sarjan LED-lamput tarjoavat korkealaatuisen valaistustuloksen ja tuottavat kolminkertaisen valomäärän verrattuna muihin samantehoisiin LED-ratkaisuihin.

- Halogeenilamppuja vastaava valaistusvoimakkuus
- Erittäin hyvä värintoistoindeksi: Ra = 80 / 85 / 92
- Värilämpötilan toleranssi vain +/- 100 K
- Pitkä polttoikä; 20 000 h / 25 000 h / 30 000 h
- 80 % energiansäästö
- Valokeilat: 8° – 45°
- Lyhyt investoinnin takaisinmaksuaika
- Erittäin vähäinen UV- ja IR-säteilyn tuotto
- Värilämpötilavaihtoehdot 2800 K ja 4000 K

Käyttökohteet: ostoskeskukset, erikoisliikkeet, hotellit, ravintolat, museot ja galleriat. Lisää tietoa ja malleja LED-lampuista sekä alas- ja kiskovalaisimista: www.airam.fi.

Valaisimet lampulle LED PAR16, kanta GU10.



MR16 G5.3



CANDLE E14



PAR16 E14



PAR16 GU10



PAR20 E27



PAR30 E27



PAR38 E27



AR111 GU10

Lue lisää IDO Seven D
-sarjasta ja osallistu
kilpailuun osoitteessa
www.idosevend.fi

IDO Seven D

Pohjoismaisen pelkistetty

IDO Seven D -sarjan wc-istui-
met ovat edelläkävijöitä myös
tekniikassa. Hyvä esimerkki
on ainutlaatuinen **Fresh WC
-toiminto**, joka annostelee
automaattisesti raikastetta
jokaiseen huuhteluveteen.



Kotimaisen IDO Seven D -sarjan tuotteet on suunniteltu suomalaiseen kylpyhuoneeseen. Kyse ei ole vain silmää miellyttävästä muotoilusta vaan myös toimivuudesta ja pieniinkin tiloihin sopivasta mitoituksesta. IDO Seven D -sarjalla luot kylpyhuoneen, jossa ilta-askareet on ilo hoitaa ja aamutoimet yhtä juhlaa. Lisää tietoa löydät osoitteesta www.idosevend.fi.



Neljä vuodenaikaa lasitetulla parvekkeella

Parvekejulkisivut, parvekelasit ja -kaiteet kaikki toisiinsa yhteensopivina, teollisesti valmistettuina ja valmiiksi asennettuina. Valitse kestävä, vähähuoltainen, turvallinen Lumon.

• Parvekelasit • Kaiteet • Lasiterassit • Lasiseinät

Ilmava ja hienostunut Air-seinäkejärjestelmä

Air on Isku Interiorin uusi lasinen seinäkejärjestelmä, jolla voidaan vaivattomasti rakentaa moderneja, korkealaatuisia ja muunneltavia työ- ja neuvottelutiloja. Korkealaatuiset yksityiskohdat, oviratkaisut ja maitolasimaiset kuviot lasielementeissä tuovat tilaan viimeistelyä hienostuneisuutta.

Katso lisää osoitteessa www.iskuinterior.fi.





MEILLE JULKISTEN TILOJEN ÄÄNENTOISTO ON TUTTU PUHEENAINE.

Audico Systems on Suomen johtava äänentoistojärjestelmien toimittaja. RCF:n, BOSE:n ja muiden huippumerkkien maahantuonnin ja myynnin lisäksi suunnittelemme ja valmistamme omia järjestelmiä julkisiin tiloihin. Audicolla oikeat ihmiset kuuntelevat toiveitasi ja auttavat sinua löytämään sopivan ratkaisun juuri sinun tilasi vaatimuksiin, vuosien ammattitaidolla ja selvällä suomen kielellä. Palvelemme päätoimipaikassamme Turussa sekä uudessa Espoon myyntipisteessämme!

Audico Systems Oy

Tekniikantie 14 • 02150 Espoo • www.audico.fi
Ruunikkokatu 2 • 20380 Turku • puh. (02) 415 5400

AUDICO

JULKAISIJA

PubliCo Oy
Pätkäentie 19 A
00510 Helsinki
puh. 09 686 6250
faksi 09 685 2940
info@publico.com
www.publico.com

PÄÄTOIMITTAJA

Sami J. Anteroine

TOIMITUSPÄÄLLIKKÖ

Paul Charpentier

GRAPHIC DESIGN

A5 Plate Media Oy

TOIMITUKSEN KOORDINAATTORI

Mirkka Lindroos

ILMOITUSMYynti

Paul Charpentier
paul.charpentier@publico.com
Puh. 09 6866 2533

Tom Appelroth
tom.appelroth@publico.com
Puh. 09 6866 2524

TILAAJAPALVELU

tilaukset@publico.com

TOIMITTAJAT

Tage Erikson
Merja Kihl
Ari Mononen

PAINO

PunaMusta Oy

ISSN 1457-0955

PubliCo on Aikakauslehtien Liiton jäsen.

© 2010 PubliCo Oy Kaikki oikeudet pidätetään. Tämän julkaisun osittainenkin kopiointi ilman julkaisijan antamaa kirjallista suostumusta on ehdottomasti kielletty.

Myydään: pk-elämys

ELÄMYSNÄYTTÄMÖ, ELÄMYSTEHDAS, ELÄMYSKEIDAS. Kauppa ei ole enää kauppa, eikä myymälä myymälä. Ulkomaan gurut haluaisivat tehdä kuluttamisesta karnevaalin ja shoppailusta itsensä toteuttamisen välineen. (Ja että ihmiset vimmassaan ostaisivat myös heidän kirjojaan.)

Jos ennen muinoin taskulaskinmiesten konsepteissa myymälää kutsuttiin nimellä "Point of Purchase", niin tätä nykyä kyseessä on vähintään "Point of Pleasure" tai peräti "Point of Performance".

Myymälöiden muodonmuutos ei kuitenkaan ole mitään konsulttihöttöä, vaan tosiasia. Viimevuotisen RISC Monitor -tutkimuksen mukaan ostosten teko on suomalaisten suosituin harrastus kodin ulkopuolella heti liikunnan jälkeen. Kansa on kuitenkin ailahtelevaista ja liikkeillä kova tarve erottautua. Ylivertainen tuote tai halvin hinta ei aina ole se juttu.

Eräs edelläkävijä elämysrintamalla on vaateketju Abercrombie & Fitch, jonka erikoisalaa on casual luxury. Parikymppisille suunnatussa liikkeessä myyjä on store model, elektroijytä soi kipurajan tuntumassa ja kaikkialla leijuu ketjun nimikkotuoksu Fierce. Mainoksillaan A&F on tienannut kosolti tiedostavia nyökkäyksiä, sillä yritys on tuonut kuvankauniiden nuorten naisten rinnalle kuvankauniit nuoret miehet.

Yhtiön toimitusjohtaja Mike Jeffries on kertonut, että hän haluaa liikkeeseen astuvan nuoren (ja maksukykyisen) asiakkaan kokevan, että hän on saapunut fantasiamailmaan, hypännyt suoraan elokuvaan.

Lisäarvon tuottamisesta tietenkin on kysymys. Niken NikeTown-putiikit ovat muodostuneet sporttiväen pyhiinvaelluskohteiksi ympäri maailman, mutta ei edes alan innovaatioveturi voi jäädä polkemaan paikalleen. Pari vuotta sitten Nike lanseerasikin konseptishopin tiloissa toimivan "design studion", jossa asiakkaat saavat design-konsultin apua tussujensa tuunaamiseen.

Nike siis tunnustaa nyt, että maailma on muuttunut: pyhinkään brändi ei ole monoliitti, yksi, ainoa ja muuttumaton, vaan kuluttajan ja brändin välillä vallitsee aina vuorovaikutustilanne. Siis: hyvästi, Air Jordan; tervetuloa, Air Virtanen (ja anteeksi, DNA).

Brändin kannalta myymälätila on tietysti kuin seitsemäs taivas – tosin se on taivas, jossa pilven reunalta voi helposti horjautua, jos asiakas ei koe miljöötä omakseen. Vakavissaan ostoksia tekemään tullut peruskuluttaja saattaa myös hämmentyä ylipäänsä kaikesta tavallisuudesta poikkeavasta.

Tästä syystä myös myymäläkonseptointia ympäröivään keskusteluun on tullut maltillisempia sävyjä. Aina ei tarvita niitä suuria myymäläelämyksiä, vaan myös pienille ja keski-suurille elämyksille on paikkansa. Jos asiakkaan on miellyttävä asioida myymälässä ja hän kokee tehneensä hyvät kaupat, muuta ei tarvita.

Perinteisen myymäläsuunnittelun rinnalle on tulossa enenevässä määrin palvelumuotoilu. Siinä missä konventionaalinen suunnittelu toteuttaa tilaajan toiveita ja keskittyy myymälän visuaaliseen puoleen, palvelumuotoilu ottaa huomioon entistä paremmin myös asiakasnäkökulman.

Hyvä palvelumuotoilu parantaa asiakkaan palvelukokemusta kehittämällä ostoprosessia ja sorvaamalla kokonaan uusia palveluideoita. Samalla muotoilun määritelmä laajenee tuotekeskisyydestä kokonaisvaltaisten kokemusten, prosessien ja systeemien suunnitteluun.

Monialabisnekseksi syntynyt palvelumuotoilu yhdistelee sujuvasti muotoilua, markkinointi-viestintää ja myyntiä, sekoittaen mukaan mausteita psykologiasta, sosiologiasta, kulttuuri-antropologiasta ja/tai arkkitehtuurista.

Aineksissa löytyy, joten ähkyn vaara on ilmeinen. Tärkeää on muistaa myös skaalautuvuus: joskus kuiskaus jättää kuluttajan sieluun pysyvemmän muistijäljen kuin tykinlaukaus.

Sami J. Anteroine
Päätoimittaja



Kannen kuva:
Stockmannin Herkuu / Sini Pennanen

18 Myymälöiden muodonmuutos

Myymäläkonsepteissa taikasanana on elämyksellisyys – mutta miten temppe oikein tehdään?



KUVA: PIKVAL

26 Stockmannin Herkku kokee täydellisen muodonmuutoksen

Stockmannin laajennus on toteutettu keskellä vilkkainta ydinkeskustaa, tavaratalossa, joka toimii 100 % teholla koko ajan.



KUVA: SINI PENNANEN



14 ALUEPALVELUJA TURVATAAN KAAVAMÄÄRÄYKSILLÄ

'Tammiston Tähti' valmistui kaupunginosan näkyvimmälle paikalle. Vantaan kaupunki asetti rakennettavalle kiinteistölle tarkkoja laatuvaatimuksia.



22 HYVIN SUUNNITELTU KOHDEVALAISTUS SÄÄSTÄÄ SÄHKÖÄ JA LUO TUNNELMAA

VALOA Design on suunnitellut muun muassa vaativia valaistusratkaisuja suuriin tavarataloihin.



24 PUUME OY TARJOAA KALUSTERATKAISUJA MYYMÄLÖIHIN

Puume Oy suunnittelee ja valmistaa räätälöidyt myymäläkalusteet, joiden avulla myyntiartikkelit saadaan onnistuneesti esille.



25 GERFLORIN LATTIAPÄÄLLYSTEET KESTÄVÄT KOVAA KULUTUSTA

Tänä päivänä julkisiin tiloihin halutaan lattiapinnoitteita, joiden elinkaarikustannukset ovat alhaiset ja jotka on helppo asentaa.



36 VALOA HERKUILLE

Stockmannin Herkku ei ole helpoin mahdollinen tila valaistuksen näkökulmasta. Kauppatila sijaitsee kokonaisuudessaan maan alla, joten luonnonvalosta on turha haaveilla.



52 LED-VALAISTUKSEN VALLANKUMOUS JO TOSIASIA

LED-valo on nykyhetken voittaja valaisinmarkkinoilla.



38 LED-VALAISIMIA ASENNETTIIN STOCKMANNIN ARGOS-HALLIIN

Stockmannin Argos-hallin valaisimissa on käytetty LED-tekniikkaa, jonka avulla muun muassa valon värejä voidaan vaihtaa.



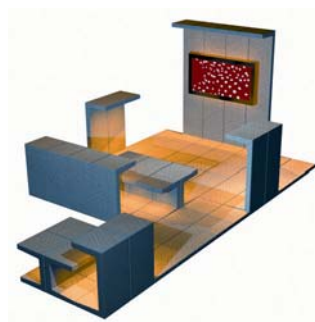
54 IDO SEVEN D -KALUSTEET OVAT SAANEET UUDEN ILMEEN

Kalusteiden käytännön toimivuus perustuu muotoiluun, kestäviin materiaaleihin, kosteita tiloja varten kehitettyihin tekniisiin ratkaisuihin sekä puhtaanapidon helppouteen.



40 ROSKIEN LAJITTELU TEHOSTUU KAMPISSA

L&T® Bermuda Tripla -astiat ovat kolmiosisaisia, joten samaan roska-astiaan voidaan kerätä kolmenlaisia kierrätettäviä jätteitä. Asiakkaille halutaan tarjota kierrätysmahdollisuus julkisissakin tiloissa.



58 KADONNUTTA VAPAA-AIKAA ETSIMÄSSÄ

Meidän jokaisen arkielämän viitekehyksen tulisi pitää sisällään merkityksellisyyttä ja toimivuutta.



44 KAUPPAKESKUSTEN ENERGIANKÄYTTÖÄ TEHOSTETAAN AUTOMAATION OHJAUKSELLA

Kauppakeskuksissa energiaa voidaan säästää esimerkiksi uusimalla talotekniikkaa ja sitä ohjaavia rakennusautomaatiojärjestelmiä.



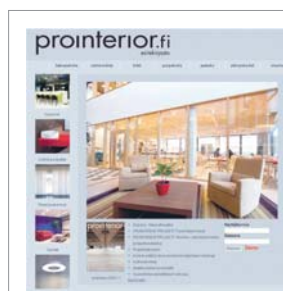
48 GASTRONOMIAA JA AKUSTIIKkaa

Ravintolatiloissa suositaan usein minimalistista sisustusta. Kun vielä seinä- ja kattopinnat ovat sileitä ja kovia eivät äänet vaimene.

05 ESIPUHE

08 UUTUUDET

64 PALVELUHAKEMISTO



prointerior.fi
ESITEKIRJASTO

MARATHON – FAGERHULT RETAILIN UUSI KOHDEVALAISINSARJA

UUSITTU MARATHON on Fagerhult Retail Lightingin kohdevalaisinvalikoiman viimeisin tulokas. Se on kompakti ja kapealinjainen valaisinsarja, jonka lieriönmallinen muoto sopii jokaiseen liiketilaan. Muotoilu on hyvin suoraviivainen ja yksinkertainen, mutta siitä huolimatta Marathon erottuu edukseen.

Kuten kaikkien Fagerhult Retail Lightingin valaisimien, myös uuden Marathonin suunnittelussa on panostettu erityisesti sekä suorituskykyyn että asennuksen ja huollon helppouteen. Nämä ovat tärkeitä tekijöitä etenkin liiketilojen valaistuksessa.

Alumiinirunkoinen Marathon on saatavana kolmessa eri koossa: MT, MTC/MTm ja HRGI. Valaisimen koko määrittää valittavissa olevat valonlähteet. Malliston vakiovärit ovat musta ja valkoinen. Valaisimiin on saatavilla kolme eri valonjakovaihtoehtoa sekä useita eri valonlähdevaihtoehtoja. Marathonissa on vakiona myös heijastimen vaijerikiinnitys, joka estää heijastimen putoamisen huollon yhteydessä.



Lisävarustevalikoimaan kuuluvat värisuotimet ja hunajakennonhäikäisy suoja. ■

Lisätietoja: www.fagerhult.fi, www.fagerhultretail.com, retail-info@fagerhult.fi

OSMO COLOR ESITTELEE PUUN PINTAKÄSITTELYÄ LAHDESSA

TEKSTI: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN



RIIHIMÄELLÄ TOIMIVA Sarbon Woodwise Oy tuo maahan Osmo Colorin puuöljyä ja puuvahoja.

Toukokuussa 2010 yritys järjestää Pro Puu ry:n tiloissa Lahdessa näyttelyn, johon on koottu esimerkkejä puun pintakäsittelyaineiden erilaisista käyttötavoista ja -mahdollisuuksista.

”Pro Puu ry:llä on usein erilaisia puuhun liittyviä teema-

näyttelyitä. Tämä on kuitenkin niistä ensimmäinen, jossa olemme mukana omalla nimellä”, kertoo pintakäsittelyn asiantuntija Sirpa Pitkänen Sarbon Woodwise Oy:stä.

Yhteistyökumppanit mukana näyttelyssä

Sarbon Woodwise Oy on ollut pitkään Pro Puu -yhdistyksen kannatusjäsenenä.

”Nyt järjestettävään ’Parasta puulle’ -näyttelyyn on pyritty saamaan mukaan kaikki Osmo Colorin käyttäjäryhmät: arkkitehdit, kalustesuunnittelijat, puusepät, oppilaitokset sekä teollisen pintakäsittelyn ammattilaiset. Näytteillä on useiden yhteistyökumppanien valmistamia öljytyjä ja vahattuja puutuotteita.”

”Näyttely antaa eri alojen puumuotoilijoille mahdollisuuden tuoda esiin omaa nimeään”, Pitkänen mainitsee.

Pintakäsittelyn suosio lisääntyy

”Puuöljyjen ja -vahojen suosio kasvaa muutenkin selvästi, kun markkinoille kehitetään entistä parempia tuotteita. Varsinkin luonnonöljypohjaiset valmisteet soveltuvat monenlaisille pinoille”, Pitkänen arvioi.

”Ihmiset ovat viime aikoina alkaneet rohkeammin kokeilla puun käsittelyä öljyllä. Asiakkaat etsivät juuri omiin käyttötarkoituksiinsa sopivia pintakäsittelytuotteita.”

Sarbon Woodwise Oy:n näyttely avataan 7. toukokuuta ja se jatkuu toukokuun loppuun. ■

Lisätietoja: www.propuu.fi tai www.osmocolor.com

LINDSTRÖMIN UUTUUKSIEN AVULLA SISUSTAT TILAN KUIN TILAN

TEKSTIILIPALVELUYRITYS LINDSTRÖM tarjoaa sisustuksen ammattilaisille vuokratekstiilipalveluita yhä räätälöidymissä muodoissa. Joukkoon on liittynyt uusia suunnittelijoita ja myös entiset mallistot kehittyvät koko ajan.



Markkinoiden kattavimmasta ravintoloiden vuokratekstiilivalikoimasta vastaava Lindström Ravintolatekstiilipalvelut on lanseerannut Jukka Rintalan suunnitteleman tyylikkään ravintolatekstiilimalliston. Lindströmin uusi Rintala OptimaPro® -mallisto koostuu neljästä näyttävästä kuosista. Malliston värimaailmassa on kylläisyys, raikkaita ja voimakkaita värejä sekä graafista mustavalkoisuutta. Lindströmin OptimaPro® -pöytäliinat ovat pinnoitettua puuvillapolyesteriä, jonka ansiosta ne hylkivät likaa. Lindströmin Optima Pro® vakiomallistossa on entuudestaan neljä erityylistä ja näyttävää teemakokonaisuutta, joiden alla on valittavana yli toistasataa erilaista vaihtoehtoa.

Myös Lindström Hygieniapalvelut on tuonut markkinoille täysin uudenlaisen tuotesarjan saniteettitiloihin. Paradise-sarja sisältää kattavan valikoiman annostelijoita, joiden tyylikkään värit tekevät hygieniatiloista viihtyisiä ja luovat yhtenäistä ilmettä. Paradise-annostelijoiden etuna ovat irrotettavat



etupaneelit, joita vaihtamalla koko WC-tilan ilmeen voi muuttaa hetkessä.

Lindström Mattopalveluiden mattoratkaisut tuovat tilaan kuin tilaan viihtyvyyttä ja tyylikkyyttä. Oikein suunniteltu matotus myös vähentää merkittävästi siivouksen tarvetta, joten mattojen avulla voi helposti säästää yrityksen siivouskustannuksissa. Lindströmillä on yli 40 vuoden kokemus vaihtomattopalvelusta, jossa tuotteiden elinkaarta hallitaan vastuullisesti ja ympäristöä kunnioittaen.

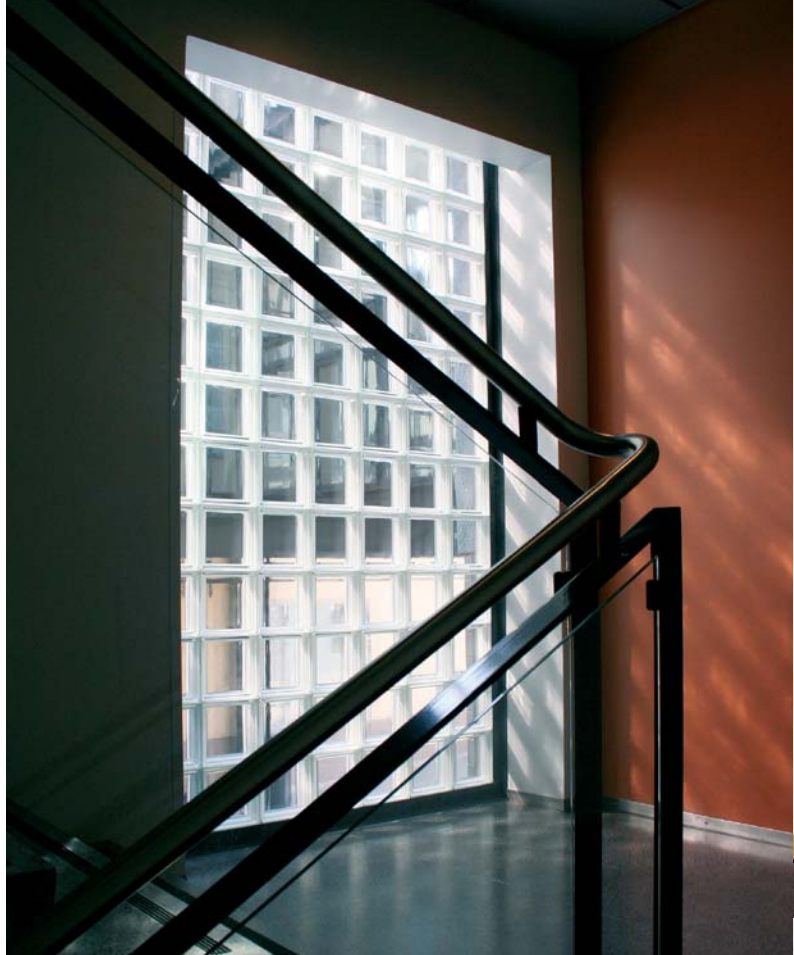
Lindströmin palvelut helpottavat arkea ja palvelukokonaisuuteen kuuluu huolehtiminen suunnittelusta, hankinnasta ja huollosta aina loppuhävitykseen asti. ■



VITREA TUO MARKKINOILLE UUDEN ENERGIAA SÄÄSTÄVÄN LASITIILEN

VITREA OY on Suomen johtava lasitiilien ja erikoislasien toimittaja. Vitrea Oy:n korkealaatuiset lasitiilet ja erityisesti pohjoismaiseen rakentamiseen kehitetyt omat asennusjärjestelmät ovat olleet lasitiilirakentamisen edelläkävijöinä viime vuosikymmeninä.

Nyt Vitrea tuo markkinoille uuden, entistä tehokkaammin energiaa säästävän lasitiilen, jonka rakenne vähentää lasitiilen lämpöhukkaa yli puolet entisestä. Lasitiiliseinällä on nyt asennustavasta riippuen mahdollista päästä jopa 1.4 U-arvoon.



Uusi matalaenergiaglasitiili soveltuu mittojensa puolesta sellaisenaan Vitrea-asennusjärjestelmiin tai muurattavaksi Vitrea-lämpölaastilla. Matalaenergiateknologia on saatavissa lähes kaikkiin Vitrea 190-mallin lasitiiliin (koko: 190 x 190 x 80 mm).

Uusi matalaenergiaglasitiili on kehitetty yhteistyössä Vitrean ja maailman johtavan lasitiilivalmistajan, eurooppalaisen Sevesin kanssa. ■

Lisätietoja: www.vitrea.fi





VUOLUKIVEN UUDET MUODOT

VUOLUKIVI ON ihana materiaali niin uneissa kuin sisustuksessakin. Sen elävä ja kaunis pinta luo aitoa tunnelmaa.

KYLPTYLOISSA VUOLUKIVEN ominaisuudet ovat omimmillaan. Se ei ole märkänäkään liukas, ja kun kivilattian alle yhdistää lattialämmityksen, on kiven tuntu paljaaseen jalkaan lämpeä ja miellyttävä.

VUOLUKIVEÄ SAA nyt monessa eri muodossa: laattana, mosaiikkina ja – uusinta uutta – raitana.

TUTUSTU VUOLUKIVIUUTUUKSIIN ja muihin luonnonkivituotteisiin osoitteessa: www.tulikivi.fi ■

Lisätietoja: Tulikivi Oyj, puh. 0207 636 820

PUKKILAN KEVÄT TUOKSUU KIELOLTA

TEKSTI: ANNA-KAISA TUOMI

PUKKILAN KEVÄÄN odotetut uutuudet ovat saapuneet. Kotimaan malliston uutuutena hurmaa Kielo ja maailman mallistoissa luonnolliset värisävyt, jotka tuovat kylpyhuoneeseen pehmeää tunnelmaa. Pinnoilla leikittelevät juovat, lehtiaiheet, köynnökset ja kukkakuviot. Kevään uutuuskoko on massiivinen 50x100 cm:n kokoinen Adamastor.

Kielo henkii kansallisromantiikkaa

Kielo on Pukkilan kotimainen uutuussarja, joka tarjoaa raikkaita lehtikuvioita ja lempeitä värisävyjä hurmaaviin laattakokonaisuuksiin. Helorinne & Kallion suunnittelema laattasarja käsittää neljä laattamallia ja kattavan valikoiman ajankohtaisia, pehmeitä värivaihtoehtoja. Kiiltävalasitteiset seinälaatat ovat kooltaan 20 x 25 cm ja valmistettu Pukkilan tehtaalla Turussa.

Sarjan innoittajana oli Suomen kansalliskukka Kielo, joka symboloi puhtautta ja viattomuutta. Se innoitti suunnittelijat tuomaan kevään uutuuslaattoihin vivahteikkaan kuvio- ja värimaailman. Kielon lehden orgaaniset muodot leikittelevät laatoissa valon kanssa luoden kauniin ja herkän kokonaisuuden.

– Kielo-sarjan innoittajina ovat kansallisromantiikan tunnelmat, jugendin pehmeät muodot sekä kevään heräävä luonto. Kielo tuo mieleen nostalgisia muistoja ja toivon uuden tulemisesta, suunnittelijat Harri Helorinne ja Jarkko Kallio kertovat.



Kielo-sarja tarjoaa houkuttelevia yhdistelymahdollisuuksia

Kielo-sarjan laatoissa yhdistyvät orgaaniset, hienovireiset lehtikuviot sekä luonnonmukaiset vaaleat sävyt kuten koivunvaalea, tähkänbeige, kelonharmaa, pioninpunainen, lemminsininen ja silmunvihreä. Erilaisia lehtiaiheisia laattamalleja ovat raikkaan valkoinen struktuurilaatta, lempeät väri- ja valkopohjaiset kuviolaatat isommalla ja pienemmällä lehtikuvilla sekä taidemaiset kuvalaatat.

Sarjan eri osia yhdistämällä voi rakentaa tunnelmaltaan hyvin erilaisia kokonaisuuksia, jotka sopivat monenlaisiin sisustustyyliin niin kaupunkikodeissa kuin vapaa-ajan asunnoilla. Pehmeän vaaleaa kokonaisuutta voi piristää ilmeikkäillä taidemaisilla kuvalaatoilla joko isona pintana tai listamaisena elementtinä pystyyn tai vaakaan. Kuvalaattapaketti rakentuu kahdesta laatasta muodostaen jatkuvan kuvaaiheen.

Pukkilan maailman mallistossa on uusia kiehtovia kokoja, muotoja ja värejä

Tuontimalliston uutuudet tuovat kaivatun mannermaisien lisän suomalaiseen sisustamiseen. Uutuusmallistossa on yksitoista erilaista isokokoisten lattialaattojen sarjaa ja seitsemän seinälaattasarjaa.

Uutuussarja Adamastorissa suurimman laatan koko on mahtipontinen 50 x 100 cm. Laatta sopii erityisen hyvin julkisiin tiloihin, kuten auloihin ja porraskäytäviin. ■

Lisätietoja: www.pukkila.com



LED-VALON UUSI AIKAKAUSI: UUDET LED-LAMPUT JA -VALAISIMET

LED-VALAISTUSRATKAISUJEN UUSI aika on alkanut.

Megamanin patentoima uusi LED-lamppujen rakenne ja TCH-jäähdytysteknologia (TCH = Thermal Conductive Highway™) mahdollistavat mullistavia etuja LED-valaistuksessa. Näistä tärkeimpiä ovat pienentynyt tehontarve, suuri energiansäästö ja pienet ylläpitokulut. Airam toimii Suomessa Megaman-energiansäästölamppujen ja -valaisinten sekä tehoLED-tuotteiden yksinedustajana.

Airam tuo maaliskuussa 2010 markkinoille uudet LED-kohdelamppu- ja -valaisinsarjat, mitkä tarjoavat korkealaatuisen valaistustuloksen ja tuottavat 3-kertaisen valomäärän verrattuna muihin samantehoisiin LED-ratkaisuihin. Käyttökohteita mm. ostoskeskukset, erikoisliikkeet, hotellit, ravintolat, museot ja galleriat. ■

Lisätietoja: www.airam.fi

Airamin LED-ratkaisujen ainutlaatuisia etuja

- Halogeenilamppuja vastaava valaistusvoimakkuus
- Erittäin hyvä värintoistoindeksi (Ra = 85 tai 92)
- Värilämpötilan toleranssi vain +/- 100 K
- Pitkä polttoikä; 20 000 h / 25 000 h / 30 000 h
- 80 % energiansäästö
- Kapea valokeila: 24°, 30°, 35°, 40°
- Lyhyt investoinnin takaisinmaksuaika
- Jopa 70 % vähemmän hukkälämpöä kuin halogeenilampuilla
- Erittäin vähäinen UV- ja IR-säteilyn tuotto
- Värilämpötilavaihtoehdot 2800 K ja 4000 K
- Ei sisällä elohopeaa
- Laaja ympäristölämpötila-alue - 30 °C ... + 40 °C
- Välitön syttyminen ja valontuotto



Tyyliä ja turvallisuutta julkisten tilojen lajitteluun

Tyylikkää ja turvalliset L&T® Bermuda -roska-astiat on suunniteltu erityisesti liikenneterminaalien, kauppakeskusten ja hotellien jätteiden lajittelutarpeisiin.

Lajittelua voidaan ohjata tarrojen teksteillä, kannen värillä ja täyttöaukon muodoilla.

Ergonomisesti mitoitettu muotoilu, kestävät materiaalit ja paloatukahduttava kannen muotoilu lisäävät L&T® Bermuda -astioiden käyttömukavuutta.



www.lassila-tikanoja.fi/ymparistotuotteet

ALUEPALVELUJA TURVATAAN KAAVAMÄÄRÄYKSILLÄ 'TAMMISTON TÄHTI' VALMISTUI VANTAALLA

TEKSTI: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN



Valimotien ja Ylästöntien risteyksessä Vantaalla avattiin maaliskuussa 2010 kauppakeskus, jossa on 11 myymälätilaa.

Kerrosalaa on 4 500 neliötä.

Uusi kauppakeskus sijaitsee Kartanonkosken asuinalueen vieressä, Valimotien ja Ylästöntien risteyksessä. Tammiston Tähteen muuttaneet erikoisliikkeet uskovat kuitenkin löytävänsä asiakkaita muualtakin kuin aivan lähialueelta.

VANTAAN UUSIMMAN kauppakeskuksen suunnitellut arkkitehti Leena Petäjä Innovarch Oy:n Espoon toimistosta toteaa, että 'Tammiston Tähti' valmistui kaupunginosan näkyvimälle paikalle. Aivan vieressä sijaitsevat esimerkiksi Bauhausin, Plantagenin ja Tarjoustalon suuret liikekiinteistöt.

"Koska paikka on kaupunkikuvallisesti varsin näkyvä, Vantaan kaupunki asetti rakennettavalle kiinteistölle tiettyjä laatuvaatimuksia. Tontin asemakaavaa valmisteltiin yhteistyössä kaupungin kanssa", Petäjä sanoo.

Rakennuksen kapeaan länsipäätyyn kaavoittaja halusi kahvilan tai ravintolan. Siellä toimiikin nyt kiinalainen ravintola.



Tammiston Tähtien pitkä julkisivu on Ylästöntien puolella. Valomainokset on keskitetty sisäänkäyntien yläpuolella oleviin ritilöihin.

”Lähtökohta tällaisten liiketilojen suunnittelussa on se, että tulevia myymäläyrittäjiä ei vielä tiedetä. On siis tehtävä yleispätevää liiketilaa: lopullista väliseinäjakoa ei voida suunnitella vielä siinä vaiheessa, kun rakennuslupaa anotaan. Vuokralaiset tulevat kuvaan mukaan pääosin vasta rakennusvaiheessa.”

”Tammiston Tähteen pyrittiin kuitenkin valikoimaan vuokralaiset siten, että myymälöiden tarjonta on monipuolista ja että eri liikkeet tavallaan hieman tukevat toisiaan. Kiinteistöön haluttiin yrityksiä, joiden imago sopisi keskeisellä paikalla olevaan kauppakeskukseen”, Petäjä selostaa.

Kauppakeskuksen rakennutti KVR-urakkana Lemminkäinen

Talo Oy Pääkaupunkiseutu. Kiinteistön omistaa Keskinäinen Henkivakuutusyhtiö Suomi.

Tontin muoto ratkaisi rakennuksen ilmeen

Petäjän mukaan julkisivujen suunnittelu oli Tammistossa erityisen tärkeä kysymys.

”Jo kaavoitusvaiheessa kaupunki asetti tietyt standardit kiinteistön ulkonäölle. Taloon haluttiin erityisesti paljon lasipintoja. Rakennuksen hahmo määräytyi kolmion muotoisen tontin mukaan.”

”Talo on betonirunkoinen ja siinä on Paroc-kevytelementtiulkoseinät, jotka on verhottu metallikaseteilla. Valimotien puoleisella kaarevalla julkisivulla on metalliritilä.”

Tammiston Tähdessä kaikilla liikkeillä on periaatteessa oma sisäänkäyntinsä suoraan ulkoa. Rakennuksessa ei ole yhteisiä aulatilajoja. Sisätilat on suunniteltu liikkeiden toiveitten mukaisesti: esimerkiksi yksi sisäänkäynti voi johtaa kahteen eri liiketilaan.

Tammistossa hieman kauempana Valimotiellä – Sähkötien kulmauksessa – on toinenkin Leena Petäjän suunnittelema kauppakeskusiinteistö, Ostospuisto Tammisto, jonka julkisivuissa on osittain samoja teemoja. Siinä metalliritilä on sijoitettu talon pitkälle julkisivulle, toisin kuin Tammiston Tähdessä.

Myös Ostospuisto Tammistossa toimii 11 erikoismyymälää, muun muassa vaate-, sisustus- ja kodinkoneliikkeitä.

”Nämä kaksi ovat tavallaan sisärrakennuksia julkisivuritiilä-ratkaisunsa vuoksi, vaikka ne muuten ovat erityyppisiä”, tiivistää Petäjä.

Asemakaavamääräykset vaikuttivat myymäläkokoon

Nykyään kauppakeskukset joudutaan Petäjän mukaan rakentamaan varsin nopealla aikataululla. Siksi niiden rakenteissa käytetään pääosin elementtejä.

”Betoni ja teräs ovat yleisimpiä materiaaleja”, hän kertoo.

”Tammiston Tähti on niin keskeisellä paikalla, että sitä ei oikein voi olla huomaamatta. Emme halunneet tontille umpiseinäistä markettia, vaan edustavamman rakennuksen.”

”Lasiseinät ja sisäänkäyntien sijoitus antavat rytmin virtaviivaiselle julkisivulle. Halusimme, että kauppakeskus tarjoaisi asiakkaille mahdollisuuden tulla vaikkapa iltaisin näyteikkunaostoksille.”

Uuden lainsäädännön mukaan kaupat voivat nykyään määrittää aukioloaikansa varsin vapaasti.

”Otimme Tammiston Tähtien suunnittelussa aukioloaikojen vapautumisenkin huomioon. Tosin kaupat ovat itsenäisiä yrittäjiä, ja jokainen liiketila määrittää itse aukiolonsa”, huomauttaa Petäjä.



Valokuutio, jossa näkyvät kaikkien liikkeiden nimet, on Valimotien ja Ylästöntien kulmassa.



"Arkkitehtitoimisto Innovarch Oy on erikoistunut suunnittelemaan kauppakeskuksia", arkkitehti Leena Petäjä kertoo.

Uusi kauppakeskus saa asiakkaita todennäköisesti kauempaakin kuin lähikortteleista. Tammisto tunnetaan kaupunginosana, jossa kauppakeskuksia oli jo ennestään paljon.

"Kun kauppakeskus hakee asiakkaita, lähialueella on tietenkin tärkein kohderyhmä, mutta toki asiakaskunta pyritään saamaan mahdollisimman laajaksi. Kun liikkeitä on alueella paljon, ne ikään kuin ruokkivat toinen toistaan. Kun asiakkaat käyvät esimerkiksi viikonloppuna jossain liikkeessä, he käyvät samalla jossain toisessakin, joka on sopivasti heti vieressä. Asiakkaan on silloin helppo löytää kaikki tarvitsemansa palvelut."

"Tammiston alue tarjoaa enemmän kaupallisia palveluita kuin sen lähialue tarvitsee. Niitä käytetään laajemminkin, joten Tammiston Tähteenkin tullaan ainakin parinkymmenen kilometrin päästä", Petäjä arvioi.

"Vantaan kaupunki haluaa säilyttää kaupunkimaiset pienliikkeet Tikkurilassa, joka on Vantaan keskusta. Siksi niillä liikkeillä, jotka ovat tulleet Tammistoon, on asemakaavassa vähimmäiskokovaatimus."

Kaava määrää, että liiketilojen koon on oltava keskimäärin vähintään 450 neliötä. Läheisen kaupunginosan liikkeiden

JÄRVENPÄÄN LIIKETALO SÄÄSTÄÄ ENERGIAA

ARKKITEHTITOIMISTO INNOVARCH Oy suunnittelee varsin paljon kauppakeskuksia. Tälläkin hetkellä useita kauppakeskushankkeita on vireillä ympäri Suomea.

Nykyään lähes kaikessa liikerakentamisessa keskeistä on rakennusten energiatehokkuus.

Samaan aikaan Tammiston Tähten kanssa esimerkiksi Järvenpäähän valmistui Innovarch Oy:n Lahden toimiston suunnittelema Kirjastokadun liike- ja toimistorakennus, joka on pyritty tekemään mahdollisimman vähän energiaa kuluttavaksi.

Järvenpään kiinteistön myymälätilat on sijoitettu rakennuksen ensimmäiseen kerrokseen. Uusi kiinteistö parantaa myymäläpalveluja Järvenpään Pöytäalhon kaupunginosassa, missä on paljon virasto- ja toimistotaloja.

Rautatien puoleisessa rakennuksen päädyssä on kolmikerroksinen toimistosiipi, joka on talon rakennuttajan YIT:n ensimmäinen 'Energianero'-toimisto. Sen rakenteissa ja kiinteistötieteessä on kiinnitetty erityistä huomiota siihen, että talon tuleva käyttö ei kuluttaisi energiaa turhan päiten.

Pienestä energiankulutuksesta on hyötyä sekä ympäristölle että talon käyttäjien kukkarolle. YIT:n mukaan kaikki yhtiön tästedes rakennuttamat toimistokiinteistöt toteutetaan 'Energianero'-periaatteella.

Järvenpään Kirjastokadun kiinteistön rakennussuunnitelusta vastasi arkkitehti Jouko Tomminen. ■

ei siis toivota kilpailevan niiden pienempien erikoisliikkeiden kanssa, jotka ovat Tikkurilan alueella.

Petäjän mukaan Tammiston Tähteenkin olisi ollut tulossa pienmyymälöitä, mutta kaava esti monien muuton Tammistoon. Pari pientä liikettä pääsi muuttamaan talon kapeaan länsipäähän.

Tammiston Tähten eri myymälöistä lähes kaikilla oli omat sisustussuunnittelijansa.

"Rakennuksen arkkitehdin tehtävä oli koordinoida suunnitelmia ja huolehtia rakennuskokonaisuudesta", täsmentää Petäjä. ■



Katettu jalkakäytävä on osa Valimotien puoleista julkisivua.



MYYMÄLÖIDEN MUODONMUUTOS

MYYMÄLÄKONSEPTEISSA TAIKASANANA ON ELÄMYKSELLISYYS – MUTTA MITEN TEMPPU OIKEIN TEHDÄÄN?

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: PIKVAL

Elämystaloudessa kaikki on alisteista elämyksille.

Myymläsuunnittelussa konsepteihin on sisäänrakennettu monenlaista säpinää jo pitkän aikaa, mutta vasta viime aikoina on alettu hahmottaa, että arkiretki ruoka- tai rautakauppaan voi sisältää samaa elämyksellisyyttä kuin design-huonekaluliikkeen korskeat avajaiset. Koukuttavuus on tavoite, mutta koukkujakin on eri kokoa.

ILMIÖTÄ TUTKINUT konseptisuunnittelija Susanne Markkanen näkee, että myymälät vastaavat elämyshaasteeseen toisistaan erottuvien palveluin, yllättävien sisustussuunnitteluratkaisuin sekä vaihtelevan tuotevalikoiman keinoin – tarkoituksena on stimuloida kuluttajan aisteja, provosoida ajattelemaan ja tuntemaan. Markkanen huomioi, että tuotteiden ollessa samankaltaisia kuluttajat kiinnittävät entistä enemmän huomiota ostopaikan valintaan.

Konsulttikieleen ovat jo ilmestyneet termit retail-tainment,



shoptainment ja showpping, joita lausueissa voi toki mennä kieli solmuun – mutta jotain ne meille silti kertovat. Vanhan koulukunnan USP (Unique Selling Proposition) on kovimpien PowerPoint-miesten mukaan kohta historiaa ja tilalle kiilaa HSP (Holistic Selling Proposition), joka ottaa brändin huomioon kokonaisvaltaisesti.

Varsinkin pienet kaupat saattavat soveltaa Guerrilla Store -periaatetta, jossa koko myymälä on kuin performanssiesitys: täällä tänään, poissa huomenna. Guerrilla-sädekehä lisää liikkeelle mystistä, kapinallista imagoa – vaikka tarkoitus olisikin etupäässä laulattaa kassakonetta.

SIRKUS MENI JO Pentagon Designin luova johtaja Arni Aromaa huomauttaa, että elämyksellisyys palvomisessa voidaan helposti mennä liian pitkälle.

”Myymäläkäynnin ei tarvitse olla mikään ärsykesirkus ollakseen virikkeellinen ja elämyksellinen. Samalla lailla myös intuitiivinen, helpokäyttöinen ratkaisu rakentaa myönteistä asiakaskokemusta.”

Ruotsalaiset ovat raapaisseet omat puumerkinsä myymäläkonseptien historian kirjoitukseen ikeoillaan, mutta voisiko suomalaisilla olla jotain annettavaa myös? Aromaa pohtii, että Finnish Design voisi vallata myymälät useampaakin reittiä.

Yksi nouseva maailmanlaajuinen trendi, josta mahdollisesti löytyisi kosketuspintaa sinivalkoisille visioille, on New Luxury. Amerikkalaisgurujen muutama vuosi sitten hahmottelemassa ”uudessa luksuksessa” myös keskiluokka pääsee iskemään kyntensä himoituihin statussymboleihin – ainakin rajallisessa määrin. Jokainen voi kohdallaan miettiä, olisiko tuote sitten limusiini, kello vai tuplafrappuccino kermavaahdolla.

Vuoden teolliseksi muotoilijaksi valittu Aromaa näkee, että tavarataivaan lisäksi New Luxury voisi tarkoittaa jotain oikeasti kortilla olevaa: omaa aikaa, tilaa, hiljaisuutta tai aitoa luontoa.

”Suomalaiset voisivat konsepteissaan miettiä, mitä luontokokemukseen verrattavaa elämyksellisyttä myymälät voisivat tarjota.” Maanisen suorituslaukan vastapainoksi kauppareissu voisi olla meditatiivisen hidas kokemus.

KEEP IT SLOW, STUPID Aromaa hakee ajatuksilleen tukea slow life -liikkeestä, joka on levinnyt jo lähes kaikille inhimillisen toiminnan osa-alueille. Hän kysyy, onko myymäläsuunnittelussa syytä tuijottaa vain nopeuteen ja läpäisykykyyn – siihen että asiakas juoksee kaupan sekunneissa läpi ja rysähtää kassalle kädet täynnä tavaraa.

Toinen, vähemmän insinöörimäinen lähestymistapa aiheeseen voisi olla, että asiakas pitäisi saada viihtymään

kaupassa, viettämään siellä aikaa. Tätä kautta liikkeen valikoima tulisi paremmin tutuksi ja loppupeleissä myyntikin hyötyy.

Esikuvia haettaessa Aromaa ei neuvo katsomaan sen paremmin itään kuin länteen. Hän lainaa Kaj Franckin legendaarista lähetyksensä: ”Räjäyttäkää astiastot!” Franckin jyrähdys on vuodelta 1949, mutta edelleen ajankohtainen. Franck halusi aikanaan kiinnittää huomiota huolella muotoiltuihin arjen esineisiin, jotka ovat sekä kauniita että käytännöllisiä.

”Suomalaisissa suunnittelijoissa kiinnostavaa on tietty radikaali asenne, kyky nähdä asiat toisin”, Aromaa toteaa ja lisää, että Suomi-brändin on oltava muutakin kuin yksinkertaiset ja selkeät linjat. Mikään ei saa olla lähtökohtaisesti kiellettyä, jos aiotaan kahvikuppien lisäksi rikkoa myös rajoja.

DATAA KUIN SAAVISTA KAATAEN Suunnittelutyön pohjaksi on tarjolla kosolti tietoa kuluttajakäyttäytymisestä, mutta päästäänkö ostoskuitteja vertailemalla porautumaan asiakkaan päköppään – saati sydämeen? Aromaan mukaan tällä hetkellä vallitsee lievä epätasapaino määrällisen ja laadullisen tiedon välillä.

”Myymläkonsepteissa pitäisi panostaa kvalitatiiviseen puoleen enemmän – selvittää tarkemmin mikä asiakasta miellyttää, mikä taas häiritsee.”

Globalisaation lieveilmiöistä luova johtaja toteaa, että myymälöiden samankaltaistaminen ja monistaminen on ehkä jo saavuttanut lakipisteensä. Tilalle voisi tulla paikallisempia konsepteja, joilla on juuret yhteisössä.

Aromaa vetää esimerkiksi itävaltalaisen MPREIS-supermarkettijon, jonka toimipisteet ovat nousevien arkkitehtien



uniikkiluomuksia. Tämän asenteen valossa slogan ”The Seriously Sexy Supermarket” tuntuu jo itsestäänselvyydeltä.

Aromaa myöntää, että myymäläsuunnittelussa on haasteita, mutta toisaalta pay-off on huomattava, jos ajatellaan asiaa brändin näkökulmasta. Myymälä on ympäristönä ja mediana ylenpalttinen, sillä siellä voi kulkea ja koskea.

”Mahdollisuuksia on paljon, ne pitää vain löytää ja hyödyntää.” ■

PIKVAL HAASTAA ELÄMYSTEHTAILUUN

LAHDEN OLO.MUOTO ’10-messuilla maaliskuussa avattiin Elämyksellinen myymälätila -suunnittelukilpailu, joka rohkaisee suomalaisia kehittämään uuden sukupolven myymäläkonsepteja. Arkkitehteille, suunnittelijoille ja alan opiskelijoille avoin ideakisa pyrkii tuomaan esille uusia näkemyksiä myymäläilmeeseen ja asiakasta puhuttelevaan tuotteiden esillepanoon. Kisan lähtölaukauksena toimi Arni Aromaan avajaisluento aiheesta.

Kilpailun järjestää Pikval Oy, jolle suunnittelukisa on samalla yrityksen 60. juhlavuoden päätapahtuma. Vaajakoskelta käsin toimiva Pikval on Suomen johtava myymäläkalustaja, jonka asiakkaita ovat erikois- ja päivittäistavarakaupan ketjut, tavaratalot sekä julkiset tilat.

Myyntipäällikkö Kalevi Koistinen toteaa, että Pikval on ollut paljon mukana erilaisissa uusissa ja mielenkiintoisissa projekteissa, joissa on haettu otetta tulevaisuuden myymälätilaan.

”Meille tämä kilpailu on luonteva tapa selvittää, miten myymälät voidaan uudistaa”, Koistinen sanoo.

Pikvalin teollinen muotoilija Juha Tikkinen kehottaa kilpailuun osallistujia varomaan liian sovinnaisia ja turvallisia ratkaisuja. ”Jos haluaa luoda jotain aidosti uutta, niin se vaatii tietyn määrän riskinottoa”, Tikkinen linjaa.

Elämyksellinen myymälätila -kilpailun tulokset julkistetaan 29.9.2010. ■



UUSI MARATHON – UUDELLA ASEENTEELLA

Uuden Marathonin monipuolisuus on yksinkertaista. Kohdevalaisimen klassinen pyöreä muoto sopii kaikkiin nykyaikaisiin myymäläympäristöihin.

Kolme eri kokoa, useat valonlähdevaihtoehdot sekä runsas lisävarustevalikoima antavat vapautta valaistussuunnitteluun. Huomaamaton Marathon nostaa valon päärooliin – uudella asenteella.

Fagerhult Retail Lighting on täyden palvelun valaisintoimittaja. Ota yhteyttä, niin kerromme lisää.

FAGERHULT
RETAIL
LIGHTING

Fagerhult Oy, Pasilankatu 14, 00240 Helsinki, Puh. 09-777 1580.
Fax 09-777 15823. www.fagerhultretail.com, retail-info@fagerhult.fi

puume
puume retail design



Täyden palvelun myymäläkalustaja

Meiltä saat tarkoituksenmukaiset ja kustannustehokkaat ratkaisut, kun:

- kalustat myymälääsi tai apteekkiasi
- tarvitset tehoa esillepanoon
- suunnittelet tiskiä asiointiin
- haluat räätälöityjä erikoistuotteita
- etsit suunnitelmillesi yhteistyökumppania

Tutustu palvelutarjoamaamme ja ratkaisuihimme osoitteessa: www.puume.fi

HYVIN SUUNNITeltu KOHDEVALAISTUS SÄÄSTÄÄ SÄHKÖÄ JA LUO TUNNELMAA



TEKSTI: MERJA KIHl JA ARI MONONEN

KUVAT: VALOA DESIGN

Tamperelainen valosuunnittelutoimisto VALOA Design perustettiin vuonna 1997.

*"Toimintamme vahvuus on hyvä tiimityöskentely. Yrityksen suunnittelutehtävät ovat varsin laaja-alaisia",
toimitusjohtaja ja valosuunnittelija Roope Siirainen toteaa.*

Viime aikoina VALOA Design on suunnitellut muun muassa vaativia valaistusratkaisuja suuriin tavarataloihin.

SUUNNITTELUTÖISTÄ VALOA Design Oy:ssä vastaa kahdeksan henkilöä. Kotimaisten ammattilaisten lisäksi mukana on kaksi ulkomaista arkkitehtiä.

Roope Siiraisen mukaan useimmat yrityksen asiakkaat ovat kiinnostuneita sellaisista valaistusratkaisuista, joissa yhdistyvät visuaalinen ilme, tekninen kokonaisuus ja energiatalous.

"Toimintamme painopistealueita ovat kaupunkien ja kuntien valaistus sekä kaupallisten kohteiden kuten hotellien, myymälöiden, rakennusten julkisivujen ja kauppakeskusten valaistus", Siirainen luettelee.

"Usein valaistuksen tavoitteena on saada lisää asiakkaita kauppoihin tai tavarataloihin. Valaistuksen avulla kohteet voidaan tehdä muutenkin vetovoimaisemmiksi ja tunnetummiksi."

Valoa kauppakeskuksiin Suomessa ja maailmalla

Tätä nykyä myymälä- ja liiketilavalaisuksen osuus VALOA Designin koko toiminnasta kasvaa voimakkaasti ja kattaa liikevaihdosta jo puolet.

Yrityksellä on hankkeita koko Suomessa ja myös ulkomailla. Sen sivutoimisto Wienissä vastaa Itä-Euroopan projekteista.

"Valaistuksen merkitys osana visuaalista konseptia ja markkinointikokonaisuutta on huomattu", Siirainen päätelee.

Parhaillaankin käynnissä on useita liiketilojen valaistusprojekteja.

"Pääosin nämä hankkeet ovat kauppakeskuksia Suomessa, Itävallassa ja Latviassa. Myös Venäjällä on uudelleen käynnistymässä kauppakeskushankkeita."

"Juuri nyt neuvotellaan Slovakiaan rakennettavan jalkapallostadionin ja siihen yhdistetyn kauppakeskuksen suunnittelusta."

Kauppojen kovan kilpailun takia monet ulkomaisista liiketilojen valaistushankkeista ovat Siiraisen mukaan usein kuitenkin tarkoin varjeltuja liikesalaisuuksia.

Tampereen Kodin 1 sai uuden ilmeen

Yksi viime aikojen merkittävistä VALOA Design Oy:n liiketilavalaisussuunnitelmista on toteutettu Kodin 1 tavaratalossa Tampereen Lielahdessa. Siellä on käytetty useita erikoisratkaisuja,

joilla energiankulutusta on voitu pienentää peräti 40 prosenttia tavanomaiseen kulutukseen verrattuna.

Valaistuksen laadusta ei kuitenkaan ole tingitty.

”Pääsimme Anttila-projektiin mukaan jo hankkeen alkuvaiheessa. Tämä antoi meille mahdollisuuden pohtia tavaratalon visuaalista ilmettä yhdessä tilaajan suunnittelijoiden kanssa. Niistä tuli keskeinen osa liiketilojen uudistuvaa ilmettä ja talotekniikkaa”, Siirainen selostaa hankkeen suunnitteluperiaatteita.

Energian säästäminen kuuluu nykyään oleellisena osana valaistussuunnitteluun lähes kaikissa kohteissa.

”Järkevillä, perinteisistä ratkaisuista poikkeavilla tavoilla energiaa on mahdollista säästää todella paljon. Valaistuksen päätarkoitus on kuitenkin saada kohteen ilme ja tunnelma miellyttäväksi. Yhä enemmän halutaan myös muunneltavuutta, esimerkiksi kausivalaistusta”, Siirainen selostaa.

Kodin 1-tavaratalossa Tampereen Lielahdessa lähtökohdaksi otettiin heti alussa se, miten asiakas kokee myymälätilan.

”Pohdimme, mitä tilassa halutaan nähdä ja kuinka asiakas kokee myymälän sekä tarjolla olevat tuotteet”, Siirainen perustelee.

Samalla valaistus jäsennettiin toiminnallisiin osiin, jolloin perinteisestä yleisvaloratkaisusta voitiin luopua.

Energiaa säästävää kohdevalaistusta

Kodin Ykkösessä valaistus kohdistettiin ensi sijassa tuotteisiin.

”Valaistuksen onnistumista ei enää mitattu lattiatason valotehoilla, vaan yleisilmeellä ja tuotteiden näkyvyydellä. Tällöin tarvittava yleisvalaistus syntyy ikään kuin itsestään epäsuorana valona”, Siirainen mainitsee. Kun perinteinen yleisvalaistus korvattiin spottivaloilla ja



tarkoituksenmukaisella valaistuksella, voitiin käyttää kaksi kertaa tavallista pienempiä kohdevalotehoja.

”Valon laatu on korkealuokkaista, ja parhaimmillaan tuotteisiin suunnatun kohdevalaistuksen valovoimakkuus on yli 1000 luxia. Keskimääräinen valaistustaso perinteisin mittauksin vaihtelee 150–500 luxin välillä osastosta riippuen.”

Yhtenä pääideana olikin osastokohtainen suunnittelu. Esimerkiksi kodintekstiilien osastolla on raikas ja kirkas tunnelma, kun taas huonekaluosastolla pyritään kodinomaiseen tunnelmaan.

”Erikoisvalaistusta käytettiin harkiten tavaratalon konseptiin sopivalla tavalla. Julkisivun ja aulojen valoteemat vaihtuvat automaattisesti vuodenaikojen ja juhlapyhien mukaan. Myymälän ilmettä on keuhuttu suorassa asiakaspalautteessa”, huomauttaa Siirainen.

LED-valaistusta ei käytetty lainkaan, koska sitä pidettiin vielä epävarmana ratkaisuna.

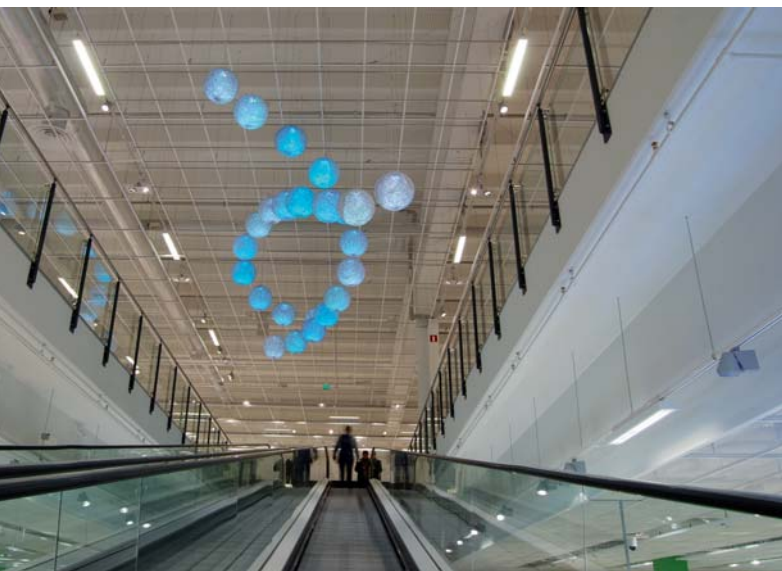
Projektit jatkuvat

Anttila Kodin Ykkösen projekti Tampereella kesti Siiraisen mukaan noin vuoden. Urakka jatkuu edelleen ketjun muissa myymälöissä, joissa samaa yleissuunnitelmaa sovelletaan myymäläkohtaisesti.

”Vastasimme itse valaistuksen suuntauksesta ja ohjelmoinnista. Valaistus on täysin muunneltava, joten asennusurakoitsijan tehtäväksi jäi vain kiskojen asennus. Lisäksi koulutimme henkilökunnan käyttämään valaistusta ja suuntaamaan sen siten, että valot eivät aiheuta häikäisyä.”

Huolella harkittujen ja energiataloudellisten valaistusratkaisujen suosio kasvaa tavarataloissa ylipäätään.

”Ohjelmoitava ja muunneltava valaistus ovat tätä päivää niin energiansäästön kuin tunnelmankin kannalta. Hyvällä valaistuksella on monta ilmettä ja monta valaistustasoa tilanteesta riippuen”, Siirainen tiivistää. ■





PUUME OY TARJOAA KALUSTERATKAISUJA MYYMÄLÖIHIN

TEKSTI: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN

Heinolalainen Puume Oy on keskittynyt myymäläratkaisuihin. Yritys suunnittelee ja valmistaa myymäläkalusteet puusta ja metallista. Se tarjoaa asiakkailleen myös räätälöityjä erikoistuotteita, joiden avulla myyntiartikkelit saadaan onnistuneesti ja houkuttelevasti esille.

PUUME OY tunnettiin aiemmin Metateline Oy:nä. Parikymmentä vuotta toimineen yrityksen nimi ja koko ilme vaihdettiin helmikuussa 2010. "Metateline-nimi ei vastannut yrityksen toimintaa ja osaamista, vaan antoi toiminnasta lievästi harhaanjohtavan kuvan. Siksi päätimme investoida tulevaisuuteen kaupan alan kireistä näkymistä huolimatta", kertoo Puume Oy:n myynti- ja markkinointijohtaja Arto Vuorenmaa.

"Toimintamme lähtökohtana ovat oma puun ja metallin osaamisemme sekä yhteistyö asiakkaan kanssa."

Vuorenmaan mukaan Puume Oy etsii yhdessä asiakkaiden kanssa teknisesti hyviä ja edullisia ratkaisuja. "Toimivat ja myyvät ratkaisut myös kalusteiden osalta syntyvät tiiviistä yhteisistä suunnittelijoiden ja arkkitehtien kanssa", Arto Vuorenmaa korostaa.

YKSILÖLLISIÄ RATKAISUJA Puume Oy:n toiminta on keskitetty Heinolaan, missä myös tuotteet valmistetaan. Yrityksen markkina-alueena on kuitenkin koko Suomi. Yritys työllistää yhteensä viitisenkymmentä ihmistä.

"Kilpailu alalla on kovaa. Emme ole markkinaosuuksissa ihan terävimmässä kärjessä Suomessa. Nyt tarkoituksemme on polkaista markkinointi kunnolla käyntiin ja tulla yhä tunnetummaksi ja halutummaksi yhteistyökumppaniksi."

"Uuden ilmeen myötä olemme tehneet Puume-designista 'brändin'. Tulemme tekemään myös ihan omia tuotteita, sekä moduuliratkaisuja asiakkaiden tarpeisiin", Vuorenmaa visioi. "Me valmistamme asiakkaille heidän tarpeensa ja imagonsa mukaisia ratkaisuja. Ratkaisuista on kyettävä rakentamaan pitkäjänteisiä ja joustavia mahdollisimman pitkällä tähtäimellä. On otettava huomioon, että kaupan konsepteillakin on 5–7 vuoden sykli ja elinkaari."

"Usein voidaan käyttää aika voimakkaitakin värejä. Kuitenkin valkoinen on aina suosittu, koska se viestii puhtaudesta. Myös punainen on suosittu, sillä se on itsetuntoa kohottava väri."

Tällä hetkellä LED-valaistus valtaa alaa myymälöissä. "Tyypillisesti LED-valaisimia voidaan asentaa esimerkiksi lasipintaisten hyllyjen alle, jolloin tuotteet saadaan paremmin esille", Vuorenmaa selvittää. ■

GERFLORIN LATTIAPÄÄLLYSTEET KESTÄVÄT KOVAA KULUTUSTA

Keskieuropalaisilla Gerflor-lattiapäällysteillä on Suomessa pitkä historia, joka juontaa juurensa jo 1930-luvulle. Nykyisin saman valmistajan tuotteet edustavat alan uusinta kehitystä. "Gerflorin uutta Creation Clic -lattiapäällystettä ei tarvitse liimata alustaan. Sen saumat vain nuijitaan tiiviiksi", kertoo Gerflor Oy:n toimitusjohtaja Ari Ketonen.

TEKSTI: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN

GERFLORIN TUOTTEITA on myyty Suomessa kauan.

Aikanaan 1930- ja 1940-lukujen vaihteessa kaikki Suomen sairaalat, joiden leikkaussaleissa on sähköä johtava matto, hankkivat sairaalatiloja varten suunnitellun Mipolam-erikoispäällysteen. "Siihen aikaan ei juuri muita toimittajia ollut. Mipolam oli saksalainen, tuolloin vielä erillinen yritys, jonka Gerflor myöhemmin osti." Myöhemmin Gerflorilla on ollut Suomessa useita maahantuoja. "Vuosi sitten, maaliskuun lopussa 2009, Gerflor osti silloisen maahantuojansa eli Pintakeskus Ketonen Oy:n osakekannan. Näin Suomeen perustettiin oma tytäryhtiö. Tämän vuoden alussa muutimme nimen Gerflor Oy:ksi. Toimipisteemme on Lahdessa. Se on logistisesti hyvä paikka." Nykyään Gerflor Oy työllistää kymmenkunta henkilöä, jotka ovat erikoistuneet myyntiin. Tuotteet valmistetaan Ranskassa ja Saksassa.

Helppohoitoisia pintamateriaaleja

Tänä päivänä julkisiin tiloihin halutaan lattiapinnoitteita, joiden elinkaarikustannukset ovat alhaiset ja jotka on helppo asentaa. Kysyttyjä ovat myös pinnat, jotka estävät liukastumisia. "Aikaisemmin safety-versiot, jotka eivät olleet liukkaita, olivat tavallaan kompromisseja: jos pinta ei ollut liukas, niin sitä oli vaikea hoitaa. Sitten Gerflor on kehittänyt polyuretaanipinnan (SparClean), joka helpottaa siivottavuutta merkittävästi. Samalla kuitenkin sen liukkaudenesto on pysynyt hyvänä", Ketonen mainostaa.

Gerflorin asiakkaina on edelleenkin useita sairaaloita, joiden lattiapäällysteremontteihin yhtiö tarjoaa tuotteitaan jatkuvasti. "Sairaaloiden erikoislattiapäällysteitä varten meillä on jopa ihan oma saumaussysteemi. Sen avulla saadaan aikaan ihan saumattomalta näyttävä lattia. Saumassa on



Toimitusjohtaja Ari Ketonen kertoo, että luonnollisen näköisillä puulaatoilla on paljon kysyntää.

sama polyuretaanipinta kuin matossakin. Se ei kerää bakteereja", Ketonen kehuu.

Muotituotteita moneen makuun

Gerflor Oy:n tuotteiden loppukäyttäjät ovat yksityis- ja yritysasiakkaat – myymälät ja toimistot – osuudet ovat aika lailla yhtä suuret, 50 ja 50 prosenttia. Eroa on lähinnä siinä, millaisia tuotteita eri asiakasryhmät haluavat. "Nykyisin julkisten tilojen asiakkaat suosivat harmaita värejä. Yksityiskultajia miellyttävät siniharmaat sävyt. Meiltä löytyy kyllä värejä ja materiaaleja ihan laidasta laitaan. Tuotteita on valtavasti. Tavoitteenamme on: oikea tuote oikeaan paikkaan", Ketonen kertoo yritysstrategioistaan.

Ketosen mukaan yritykseltä tulee kevään 2010 mittaan markkinoille vielä kaksi uutta irtoasennettavaa tuotetta. "Ne soveltuvat vaikka varastokäyttöön, joten niiden päällä voi ajella trukilla. Ne soveltuvat niin ikään myymälöiden kovaan kulutukseen", Ketonen vihjaa.

Gerflor antaa tuotteilleen myös takuun. Euroopan kulutuksen mittapuun mukaan takuu-aika on 15–20 vuotta. Vahaamatomuustakuu on yli 20 vuotta. "Tämä perustuu kokemukseen. Tiedämme, että jokin pintatyyppi on ollut yli 20 vuotta vahaamattomana ja on silti kestänyt hyvin", Ketonen toteaa.

Nyt Suomessa käyvät parhaiten kaupaksi julkisten tilojen homogeeniset muovimatot. Kotikäyttöön myydään paljon tekstiilipohjaisia muovimattoja.

Ketosen mukaan Gerflor Oy:n valikoimiin kuuluu erikoistuotteiden ohella myös laaja valikoima perinteisiä liimattavia lattiapäällysteitä. ■

MAKU EDELLÄ

STOCKMANNIN HERKKU KOKEE TÄYDELLISEN MUODONMUUTOKSEN

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: SINI PENNANEN



Stockmannin tavaratalon massiivinen laajennusprojekti lähestyy loppuaan. Vuodesta 2001 vireillä ollut laajennus- ja peruskorjausurakka – nimeltään Stockmann Kasvu-projekti – säntää loppusuoralle syksyllä, kun Stockmannin Herkku aukeaa koko laajuudessaan. Herkkua on tosin ollut runsain mitoin tarjolla jo maaliskuusta, sillä kahdesta tasosta yhteen siirtynyt makujen maailma on jo lähes kaksinkertaistanut neliönsä.

EDELLISEN LAAJENNUKSEN jäljiltä vuonna 1995 startannut Stockmannin Herkku käsitti alle 2 000 neliometriä, kun jo uuden remontin ykkösvaiheessa tilaa on yli 3 500 m². Syyskuussa valmistuvan kakkosvaiheen myötä kokonaisneliömääräksi tulee yli 4 500.

Tilaa on saatu lisää rakentamalla uusi myymälä vanhan Herkun alatasolta Keskuskadun ja Akateemisen Kirjakaupan alle. Herkkupuoti tarjoaa entistä laajemmat valikoimat, ja myös uusia ruokamaailmoja on luvassa.

Arkkitehtitoimisto Laatio Oy:ssä projektia yhdessä Pekka Laation kanssa vetänyt arkkitehti Weikko Kotila on elänyt urakan kanssa jo vuodesta 2001, jolloin rustattiin hankkeen alustavia suunnitelmia. Kotila kertoo, että arkkitehdin näkökulmasta työn luonne hakee vertaistaan kansainvälisessäkin katsannossa.

”Stockmannin laajennus on toteutettu keskellä vilkkainta ydinkeskustaa, tavaratalossa, joka toimii 100 % teholla koko ajan.” Mahtiremontin hintalappu pyörii 200 miljoonan euron pinnassa.

Kasvun takana neliveto

Stockmannin kiinteistöpäällikkö Kurt Blomqvist kertoo, että viitisen vuotta sitten laadittiin Kasvu-teesit, jotka ohjasivat varsinaista rakentamista.

”Ihan ensimmäinen asia oli se, että projekti piti häivyttää asiakkaalta”, Blomqvist linjaa. Mm. oivaltavien suojaseinien avulla tässä tavoitteessa onnistuttiin. Kotila kertoo, että hänen arkkitehtikollegoitaan kävi Stockmannilla varta vasten kurkistamassa remontin etenemistä ja ihmetteli sitten, että missähän se työmaa oikein mahtaa olla.

Toisena teesinä Stockmannilla oli oikeiden olosuhteiden luominen työntekijöille, joita oli enimmillään 600.

”Työmaainfrasta piti saada mahdollisimman toimiva. Tämän takia mm. perustettiin Hernesaareen varikko, jotta esivalmistetut osat saatiin ajallaan työmaalle”, Blomqvist toteaa.

Kolmas ydinasia koski käytännön riskinhallintaa. Perusteellinen turvallisuussuunnittelu on kantanut hedelmää hyvin: työmaan onnettomuusfrekvenssi on ollut erittäin alhainen alusta loppuun.

”Neljäs teesi taas oli toteutusmalli, johon kuului töiden vaiheistus ja aikataulutus toiminnan ja muun muassa teknisten mahdollisuuksien asettamin reunaehdoin, hankkeen yksityiskohtainen urakka- ja tehtäväjako sekä projektiorganisaatio”, Blomqvist toteaa. Parhaimmillaan mukana oli yli 100 suunnittelijaa ja asiantuntijaa.



Luovuus laskuvarjona

Kotila ja Blomqvist tiimeineen yhdistivät voimansa suunnittelu- vaiheessa, jotta mahtiorakka saatiin sopiviin raameihin. Kotila toteaa, että Blomqvistin parinkymmenen vuoden kokemus talosta oli kullannarvoista monessa käänteessä ja näin parhaat käytännöt kaivettiin esille.

Arkkitehti itse kuvaa urakkaa pitkälti ”loikkana tyhjyyteen”. Varsinkin alussa työtä ja sen laajuutta oli vaikea hahmottaa; remontti oli ikään kuin hämärän peitossa.

”Kuitenkin sitä piti heittäytyä täysillä siihen tekemiseen. Oman mielikuvituksen varassa siinä mennään – on nähtävä se talon tuleva tarina etukäteen.”

Taaksepäin katsellessaan Kotila pohtii, että organisoiminen ja tiedon jakaminen kaikille osapuolille olivat projektin kriittisiä osia. Suunnittelussa on ollut määräävänä tavaratalon

ja työmaiden toiminnan turvaaminen. Ennakoitavuus on pyritty maksimoimaan joka käänteessä.

Lähempänä omaa leipätyötä oli tilan visuaalinen suunnittelu, jossa rima oli myös asetettu korkealle:

”Sen pohjaltahan tilaa tullaan lopulta arvioimaan, että miltä se näyttää”, Kotila summaa.

Paljon vartijana

Laation luottomies sai tehdä työtään tiettyjen tiukahkojen reunaehtojen vallitessa. Stockmannin ulkopuolen ollessa suojeltu, ainoastaan ennallistavat toimenpiteet voivat tulla kysymykseen. Kaupungin silhuettia ei saa radikaalisti muuttaa, vaikkakin esimerkiksi katolle tekniikkaa sai sijoittaa.

Silti, Kotila kehaisee useaan otteeseen yhteistyön Museoviraston ja Helsingin kaupunginsuunnitteluviraston kanssa



sujuneen hyvin: asioista pystyttiin keskustelemaan hyvässä hengessä ja hyvin perustellut muutosehdotukset menivät järjestään läpi.

Sisäpuolella, etenkin Herkun osalta, arkkitehti on pyrkinyt suhteellisen neutraaliin ulkoasuun, koska myymälän esillepanot vaativat paljon joustavuutta. Arkkitehdin kynässä on ollut enemmän vipinää talon kolmea aulaa suunnitellessa.

"Entistetty vanha keskusaula, uusi aula ja edellisen rakennusvaiheen asussa oleva Argosin aula ovat kaikki huikean mielenkiintoisia kohteita", Kotila kertoo.

Kotilan sydäntä lähellä on valopihan uudistus, jossa valopihan yläpuolinen osa katettiin lasikatolla "Stockmannin isän", arkkitehti Sigurd Frosteruksen 1950-luvun luonnosten viitoittamana. Kotila on perehtynyt Stockmannin historiaan erittäin tarkasti ja pitää Frosterusta korkeassa arvossa:

"Frosterus oli hyvin rationaalisesti ja kaukokatseisesti ajatteleva suoranainen nero, joka käytti koko elämänsä talon kehittämiseen."

Metropolin oma herkkukeidas

Herkku on vahva osa Stockmannin brändiä ja tulevaisuudessa yhä vahvempi. Uusiutuneessa Herkussa tulee olemaan yli 22 000 elintarviketuotetta, kertoo Stockmannin Kasvu-projektin yhteys- ja tiedotuspäällikkö Riitta Lassander.

"Valikoima on 20 prosenttia suurempi kuin Stockmannin muissa Herkuissa."

Kierros Herkun eri osastoilla tuo luonnollisesti veden kielelle. Heti Herkuun astuessa vastaan tulee kokkipiste: esittelykeittiössä on toimintaa joka päivä aamusta iltaan, eli luvassa on yllin kyllin ruoanvalmistusnäytöksiä ja maistiaisia.





CASA[®]
STOCKMANN
—HACKMAN—
SIEMENS





Itse Herkussa tilaa hallitsevat rauhalliset, vaaleat puusävyt. Weikko Kotila kertoo, että alituisena haasteena oli matala katto – Keskuskadun ja kaikkiaan kolmen naapurikiinteistön alle osittain sujahtava Herkku ei ilmapuudella pääse pröystäilemään, vaan joka sentistä on pitänyt taistella. Kaikkein matalimpaan soppeen kehiteltiin erikoisratkaisu, joka käänsi heikkoudesta vahvuuden:

”Juomakellariin tietty luolamaisuus sopii, ja katto saakin olla matalammalla kuin muualla”, Kotila kertoo. Kivistä rakennetut rososeinät kruunaavat vaikutelman.

Tiskillä tavataan

Herkkutehtaan ”tuotantolinjoista” ehdoton ykkönen löytyy aivan tilan perältä: kaupungin pisimmällä palvelulinjalla on tällä hetkellä mittaa 54 metriä (ja syksyllä tiski venähtää 88 metriin).

Juustotiski (4 metriä) on nyt väliaikaisella paikalla, ja sen lopullinen pituus tulee olemaan 11,5 metriä. Luvassa on yli 600 erilaista juustoa.

Leikkelepuolella säilyttää vaikkapa wasabi-vasikka tai kakkosvaiheessa taloon saatava prosciutto-kaappi. Tuoreen leivän tuoksulla tilaa somistavat mm. lähileipomot Koivula, Avikainen ja Kannisto ja irtomyyntissä on myös Eromangan lihapiirakoita.

Lisäneliöiden ja parantuneen valikoiman myötä myös palvelua petrataan entisestään. Herkun oma palvelupiste tarjoaa opastusta, tuoteneuvontaa ja menu suunnittelua. Kakkosvaiheen avausta odotellessa kärryöjät, kantaajat ja pakkaajat ovat asiakkaan apuna.

”Jatkossa pakkaajat tulevat hätiin sesonkiaikoina”, Lassander täsmentää.

Kaksin käsin kiinni

Vuosien saatossa Stockmannin Herkusta on muodostunut instituutio ja kaupunkilaisten ruokakauppa arjessa ja juhlassa. Lassander kuitenkin muistuttaa, että tässä asiassa Stockmann on pyristellyt vastavirtaan:

”Monet eurooppalaiset tavaratalot tekivät päätöksen luopua herkkuosastoistaan 1980-luvulla, mutta täällä siihen todella uskottiin ja toimintaa haluttiin kehittää strategisesti.”

Arkkitehti Kotila on varma, että ”lopullisen valmista” Stockmannista ei tule koskaan:

”Tavaratalon historiassa halki vuosikymmenten korostuu, että aina on ollut erilaisia kehitysprojekteja meneillään. Nyt hengähdetään hetki – ennen kuin aletaan miettiä niitä seuraavia.” ■







KONSEPTI- SUUNNITTELU OMISSA KÄSISSÄ

MYYMÄLÄSUUNNITTELIJA EIJA SALO Stockmannilta kertoo, että Kasvu-projektin konsepteja hiottaessa haluttiin saada aikaan erityisen toimivia kaupallisia ratkaisuja.

”Kyseessä on tietysti tavarataloryhmän kannalta flagship-talo, joten halusimme tuoda mukaan jotain aivan extraa.”

Konseptia lähdettiin tekemään työryhmässä, jossa oli edustettuina tavaratalon eri funktiot ostoista tilasuunnitteluun. Perusteellisen työn tuloksena saatiin aikaan muhkea 160-sivuinen konseptikirja, jossa tehdään selväksi muutoksen nuotit.

Eija Salo kertoo, että konseptisuunnittelu tehtiin lähes kokonaan omin voimin. Brittitoimisto Conran oli hetken mukana remmissä muutama vuosi sitten, mutta osallistui vain sangen pienen ja tarkasti rajatun konseptin osan luomiseen.

Konseptisuunnittelussa ratkaisevan tärkeää oli luonnollisesti yhteistyö pääsuunnittelijan eli arkkitehtitoimisto Laation kanssa. Yksi avainhenkilö projektissa oli Kati Myöhänen, joka toimi kaupallisena projektipäällikkönä teknisten projektinvetäjien rinnalla ja sukkuloi myös työmaalla.

Tarjouskilpailun perusteella pääasialliseksi kalustetoimittajaksi valikoitui saksalainen Umdasch. Salo kertoo, että kaikki asiat käytiin toimittajan kanssa juurta jaksen lävitse jokaista listaa ja kulmapalaa myöten.

”Umdasch on tehnyt tosi siistiä jälkeä”, Salo kehaisee.

Lisää on tulossa syksyllä, kun laajennuksen kakkosvaihe valmistuu. Paljolti on kyse siitä, että toimintoja siirrytään maaliskuussa avatulta Herkun alueelta väljemmille vesille uudelle puolelle, mutta myös kokonaan uusia vetoja on luvassa.

”Esimerkiksi perunakellari tulee olemaan aika mielenkiintoinen”, Salo lupaa ja kertoo, että tässäkin kohtaa onnistuttiin kääntämään potentiaalinen heikkous vahvuudeksi: rakenteellisista syistä tiettyjä seiniä ja kuiluja piti jättää vanhoille paikoilleen, mikä meinasi ensin saada otsat rypistymään. Sitten keksittiin, että perunakellariin kuilumaisuus tietysti sopii paremmin kuin hyvin. ■



VALOA HERKUILLE

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: SINI PENNANEN

Stockmannin Herkku ei ole helpoin mahdollinen tila valaistuksen näkökulmasta. Muhkea 3 500 neliön (syyskuusta alkaen kokonaispinta-ala 4 500 m²) kauppatalo sijaitsee kokonaisuudessaan maan alla, joten luonnonvalosta on turha haaveilla. Herkku sukeltaa Keskuskadun ja Akateemisen Kirjakaupan alle, mikä taas asettaa omat reunaehdot tilan korkeudelle.

FAGERHULT RETAIL Lighting on ollut Suomessa edelläkävijä myymälöiden valaistuskonseptien saralla. Yritys otti haasteen vastaan ja lähti mukaan toteuttamaan valtakunnan ykkösruokamaailmaan valaistusta, joka toisi esiin herkkujen parhaat puolet – ja tietenkin johtaisi mahdollisimman moneen ostopäätökseen.

Liiketilöiden valaistusyksikön liiketoimintapäällikkö Mika Vaarne kertoo, että yritys toimitti Stockmannin Herkkuun useita eri kohde- ja yleisvalaisimia sekä led-tekniikkaan perustuvia turvavalaisimia.

”Projektin myötä useisiin valaisinpositioihin tehtiin asiakas-kohtaisia räätälöintejä”, Vaarne kertoo.

Työtä tehtiin yhdessä valaistussuunnittelijan ja asiakkaan kanssa. Herkku-projektissa valaistussuunnittelijoina olivat Jari Vuorinen ja Sanna Forsman Olof Granlund Oy:stä. Projektivalaisimet tehtiin Fagerhultin omilla tehtailla.

”Haasteellista projektissa oli tiukka toimitusaikataulu yhdessä asiakaskohtaisten ratkaisujen kanssa, mutta onnistuimme tässä kuitenkin erinomaisesti”, toteaa Vaarne. Hänen mukaansa tällaiset vaativat projektitoimitukset ovat yksi Fagerhultin ehdottomista vahvuksista.

ARKIPÄIVÄN ELÄMYKSIÄ Vaarne näkee, että uusi uljas Stockmannin Herkku on hyvä ruokapuolen esimerkki siitä, mihin suuntaan myymälävalaistuksessa ollaan menossa. Tällä hetkellä kurssi on selvästi kohti mielenkiintoisia myymäläympäristöjä, joissa asiakkaat viihtyvät ja saavat uusia elämyksellisiä ostokokemuksia.

”Shoppailu on yhä enemmän muuttumassa seikkailuksi, pois arjen rutiineista”, Vaarne kuvailee ja lisää, että trendi on voimakkaammin nähtävissä muotipuolella. Erityisesti nuorisomuoti näyttää mallia siitä, mitä tuleman pitää, hän uskoo.

”Valaistuksella on erittäin tärkeä rooli tuotteiden oikeassa esiintuonnissa ja liiketilan tunnelman luonnissa”, Vaarne painottaa.

Liiketilöiden valaistuksen lisäksi Fagerhult Oy:llä on kaksi muutakin liiketoimintayksikköä, julkisten tilöiden valaistus ja ulkovalaistus. Suomalaisen tytäryhtiön palveluksessa on tällä hetkellä 26 henkilöä ja sen emoyhtiö on Pohjoismaiden suurin valaistusalan yritys, ruotsalainen Fagerhults Belysning AB. ■





OSAAVA SUOMALAINEN myymälätilojen kalustaja



PIK|VAL

Puh. 020 712 1611 | www.pikval.fi



Vision Control

Ainutlaatuinen lasiratkaisu
läpinäkyvyyden hallintaan



- Mahdollista toteuttaa manuaalisella tai sähköisellä ohjauksella
- Korkealuokkainen hygieenisuus ja haluttaessa täydellinen näkösuoja
- Ihanteellinen oviin, ikkunoihin, väliseiniin, kattolasituksiin sekä julkisivuihin
- Saatavilla suorakaiteen muotoisena, kolmiolaisena ja puolisunnikkaisena
- Lamellien väri sekä lasit valittavissa kohteen vaatimusten mukaisesti



www.vitrea.fi

VITREA
ERIKOISLASIT

LED-VALAISIMIA ASENNETTIIN STOCKMANNIN ARGOS-HALLIIN

TEKSTI: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN

KUVA: SINI PENNANEN

Helsingin keskustan Stockmann-tavaratalon valaistusta on uusittu. Tammikuusta 2010 lähtien Stockmannin Argos-hallin valaisimissa on käytetty LED-tekniikkaa, jonka avulla muun muassa valon värejä voidaan vaihtaa. Hallin kattokupolin taakse sijoitetut LED-valonheittimet suunniteltiin alunperin julkisivujen korostusvalaistukseen, mutta ne soveltuvat myös sisäkäyttöön myymälätiloissa.

HANKE STOCKMANNIN Argos-hallin valaistuksen kehittämiseksi lähti liikkeelle alkusyksyllä 2009. Hallin yhteyteen oli tavaratalon remontin yhteydessä rakennettu lisää myymälätilaa, joten tiloihin haluttiin uutta ilmettä.

Lisäksi kupolin valaistus oli ollut pitkään poissa käytöstä ja tarvitsi korjausta. Argos-halli kuuluu Stockmannin kiinteistön keskeisiin tiloihin ja siellä on vuosien varrella järjestetty niin erilaisia näyttelyitä kuin muitakin tapahtumia.

HUOMAAMATONTA KORISTEVALAISTUSTA Tavaratalosta otettiin yhteyttä Philips Valaistus Oy:n LED-valaistuksen segmenttipäällikköön Jari Uusitaloon.

”Pidimme heti katselmuksen Argos-hallissa. Paikalla olivat Philipsiltä myös Etelä-Suomen aluemyyntipäällikkö Jani Suojanen sekä avainasiakaspäällikkö Paula Fagerroos”, Uusitalo kertoo.

Koska Argos-halli on historiallisestikin arvokas tila, valaistuksen suunnittelu edellytti erityisen huolellista harkintaa.

"Sellaisiin tiloihin ei yleensä haluta uutta tekniikkaa näkyville. Valaistuksen on oltava mahdollisimman saumatonta ja huomaamatonta. On tärkeää, että vanha tunnelma säilytetään", korostaa Uusitalo.

Syksyn kuluessa Philipsillä suunniteltiin halliin sopivia valaistusratkaisuja, joista tehtiin myös koeasennuksia.

Stockmann hyväksyi suunnitelmat marraskuussa ja teki tilauksen. Tammikuun 2010 puolivälissä valaistus oli asennettu käyttökuntoon.

VAIHTUVIA VÄREJÄ Uusi valaistus tavaratalon Argos-hallissa perustuu LEDeihin eli valodiodeihin (LED = Light Emitting Diode).

"Talven aikana hallin kupolin yläpuolelle asennettiin LED-valonheittimiä, joilla valon väriä voidaan vaihtaa. Sinne asennettiin kahdeksan valonheitintä, joista jokaisen maksimiteho on 290 wattia", Uusitalo selostaa.

"Kun käytetään täyttä tehoa, valo on väriltään valkoista. Esimerkiksi punaisilla LEDeillä teho on vain vajaat sata wattia. Tehonkulutus laskee myös silloin, kun osa LEDeistä on himmennettyinä."

Lisäksi hallissa olleita hehkulamppu- ja pienloistelamppuvalaisimia, yhteensä sata kappaletta, korvattiin 6 W:n LED-lampuilla.

"Nämä pienitehoiset LED-lamput toimivat ikään kuin tähtitaivaana hallin katossa", Uusitalo kuvailee.

"Argos-hallin kupolin yläpuolella on DMX-ohjain. Sillä ohjataan valaistuksen erilaisia värinvaihto-ohjelmia ja staattisia värejä. On myös mahdollista käyttää aikaohjattuja ohjelmia, jolloin erilaisia valonvärejä ja värisävyjä otetaan käyttöön esimerkiksi eri kellonaikoina sekä juhlapäivinä."

DMX-ohjaimilla pystytään ohjaamaan muun muassa näyttämövalaistusta.

Argos-hallin uuden valaistusratkaisun avulla tavaratalossa on mahdollista toteuttaa esimerkiksi kaupunkikampanjoihin liittyviä lippujen värityksiä, esimerkiksi Milan- ja Paris-kampanjoiden yhteydessä.

ULKOVALAISIMET SISÄKÄYTÖSSÄ Uusitalon mukaan Argos-halli oli haasteellinen asennuskohde monestakin syystä.

"Useimmiten LEDeillä valaistaan paljon matalampia tiloja. Suurenkin hallin valaistus voidaan toteuttaa melko helposti LEDeillä, jos tila on enintään 6–8 metrin korkuinen. Argos-halli on kuitenkin kahdeksan kerroksen korkuinen avoin tila."

Hallin normaali yleisvalaistus saadaan päivänvalosta, joka tulee kattokupolin läpi. Lisäksi halli on avoin alakerrokseen asti, joten myös tavaratalon eri kerrosten valaistus on osa yleisvalaistusta.

"Nyt LEDit toimivat enemmänkin koristevalaistuksena. LED-valaisimista ei tulekaan alas lattiatasolle asti kovin paljon valotehoa", Uusitalo toteaa.

"Argos-hallin lasisen kupolin pinta on kiiltävä, joten LED-valonheittimet oli sijoitettava kupolin yläpuolelle ja valaistava hallia lasin läpi."

Stockmannille asennettiin Philipsin kehittämät 'Color Reach' -valonheittimet, jotka tulivat markkinoille 2009. Ne on alkujaan tarkoitettu ulkokäyttöön esimerkiksi julkisivujen korostusvalaisimiksi, mutta ne soveltuvat myös sisätilan koristevalaistukseen myymälätiloissa.

"Yksi syy LEDien yleistymiseen on niiden pienempi lämmöntuotto muihin lamppuihin verrattuna. Esimerkiksi halogeenivalot tuottavat paljon lämpöä myymälätiloihin, mutta LEDien valo ei sisällä lämpösäteilyä lainkaan", Uusitalo pohtii.

LED-TEKNIikkaa MONEEN KÄYTTÖÖN Sähkö- ja hissitekniikkapäällikkö Riku Vihervaara Stockmann Oyj:ltä kertoo, että tavaratalo on tehnyt Philips Valaistuksen kanssa tiivistä yhteistyötä jo useita vuosia.

"Aluksi ajatuksena oli, että Argos-hallin valaistus korjattaisiin entiselleen. Toisaalta oli myös alustavasti pohdittu, että valaistuksessa voitaisiin aika ajoin käyttää erilaisia kampanjoiden mukaisia värejä."

"Kun LED-ratkaisua mallinnettiin, se alkoi kuitenkin näyttää todella hyvältä. Niinpä otimme heti valaistuksen avulla vaihtuvan värimaailman mahdollisuuden käyttöön", Vihervaara sanoo.

"Nyt Argos-hallia valaistaan aamuisin valkoisella valolla, mutta päivän mittaan valaistus muuttuu asteittain. Illaksi valon väri on muuttunut yötaivaan siniseksi. – Kesällä tosin luonnonvaloa on keskipäivällä niin paljon, että se peittää osan valaistusefekteistä."

Stockmannilla päädyttiin LEDien hankintaan osaksi energiansäästösyistä, mutta ennen kaikkea siksi, että LED-lamput eivät juuri tarvitse huoltoa.

Myös valaistuksen ohjausjärjestelmään Vihervaara on ollut tyytyväinen.

"Ohjelmointi sallii mielikuvituksellisetkin ratkaisut. Käyttäjän pystyy luomaan uusia valaistusefektejä ja muuttamaan ajastuksia."

Vihervaaran mukaan Stockmannilla on tarkoitus vielä laajennustöiden yhteydessä uudistaa halliin liittyviä tiloja ja niiden valaistusta.

"Helsingin Stockmannin julkisivuvalaistustakin tullaan parantamaan. Siinä todennäköisesti tullaan osittain käyttämään uutta LED-tekniikkaa", Vihervaara mainitsee. ■

ROSKIEN LAJITTELU TEHOSTUU KAMPISSA

TEKSTI: MERJA KIHILÄ JA ARI MONONEN

Helsingin linja-autoaseman vieressä sijaitsevassa Kampin keskuksessa on 12 uudentyyppistä roska-astiaa. Lassila & Tikanoja Oy toimitti ne sinne keväällä 2010.

KAMPIN KESKUKSEN

L&T® Bermuda Tripla -astiat on valmistettu Suomessa. Ne ovat kolmiosisia, joten samaan roska-astiaan voidaan kerätä kolmenlaisia kierrätettäviä jätteitä.

”Olemme myyneet vastaavanlaisia L&T® Bermuda -roska-astioita myös muihin kauppakeskuksiin Riihimäellä, Tampereella, Ylöjärvellä, Lappeenrannassa ja Rovaniemellä”, kertoo Lassila & Tikanoja

Oy:n ympäristötuotteiden myyntipäällikkö lida Vakkuri. Hän vastaa roska-astioiden, kompostointituotteiden ja jätehuollon teknisten laitteiden myynnistä Suomessa.

Kampin keskuksessa L&T® Bermuda -astioihin kerätään biojätettä, paperia ja energiajätettä.

”Nämä vaihtoehdot soveltuvat hyvin kauppakeskuksiin. Esimerkiksi Kampissa monet asiakkaista lukevat ilmaisjakelulehtiä, jotka voidaan heittää paperiastiaan”, Vakkuri selittää.

”Myös muovia tai sekajätettä voitaisiin kerätä samanlaisilla roska-astioilla.”

Lajittelua on mahdollista ohjata tekstitarroilla, kannen värillä ja täyttöaukon muodoilla. Esimerkiksi pullojen keräämistä varten astioihin on suunniteltu kansi, jossa on pyöreä täyttöaukko.

L&T® Bermuda -tuoteperheeseen kuuluu lisäksi kaksi pienempää mallia, jotka mahdollistavat yhden tai kahden eri jätteen lajittelun.



MEKANISMI LISÄÄ

PALOTURVALLISUUTTA

Uudentyyppiset roska-astiat tuovat Vakkurin mukaan tyyliä julkisten tilojen jätteenlajitteluun.

L&T® Bermuda -roska-astiat onkin suunniteltu erityisesti liikenneterminaalien, kauppakeskusten ja hotellien käyttöön.

”Koska astiat ovat design-mallisia, niitä voidaan sijoittaa esimerkiksi rullaportaiden

päähän. Astioihin voidaan asentaa molemmien puolin A2-kokoinen ’snapframe’-mainostila, joka on peitetty pleksilasilevyllä. Vastaavanlaisia helposti vaihdettavia mainoskehysiä on esimerkiksi bussipysäkeillä”, mainitsee Vakkuri.

L&T® Bermuda Triplan tilavuus on 3 x 100 litraa ja paino 42 kiloa. Astiat valmistetaan mustaksi polttomaalusta rakenneteräksestä tai ruostumattomasta teräksestä.

Paloturvallisuuden lisäämiseksi astiat on varustettu tulentukahdutusmekanismilla. Kannen muotoilu estää alkavaa tulipaloa saamasta happea ja tukahduttaa palon.

”Kierrätysastiat ovat uusi suuntaus. Asiakkaille halutaan tarjota kierrätysmahdollisuus julkisissakin tiloissa”, Vakkuri toteaa. ■

LOISTAVAA MAINONTAA VUODESTA 1967

WWW.TAMMERNEON.FI



Jo yli 40 vuotta laadukasta valomainontaa toteuttanut Tammerneon Oy on tänä päivänä yksi johtavista valomainonnan huippu-osaajista Pohjoismaissa ja Itämeren alueella. Pitkän kokemuksemme lisäksi jatkuva tuotekehityksemme, tekninen ammattitaitomme, laadukkaat materiaalit ja mittava valmistuskapasiteettimme takaavat toimitustemme laadun, joustavuuden ja kustannustehokkuuden.

Autamme valomainosten toteutuksessa tuoterakenteiden suunnittelusta aina väri- en valintaan.

tammerneon
THE IMAGE BUILDER™

Tammerneon Oy

Yrittäjänkulma 5, 33710 Tampere
Puh. 03 2831 111, faksi 03 2831 500
info@tammerneon.fi
www.tammerneon.fi

osmo[®]
...color

...puulattioille



Lisätietoja: SARBON WOODWISE OY
puhelin: (019) 264 4200, sähköposti: info@osmocolor.com

www.osmocolor.com

Näytämme tien energiatehokkuuteen

Schneider Electric
pystyy energianhallinnan
maailmanlaajuisena
asiantuntijana muuttamaan
käsitksesi kiinteistöjesi
hallinnasta, automatisoinnista,
energian käytöstä sekä
turvallisuudesta.

Integroitujen ratkaisujemme
ansiosta voit rakentaa
kestävän strategian
kiinteistöjesi ylläpitoon
ja energiankäyttöön.

Lisätietoja

www.schneider-electric.fi

Näkökulmaa kiinteistöihin tarjoaa

myös verkkolehtemme www.ylennys.fi

Make the most of your energy

Schneider
Electric



SUOMI
S O F F A

Alkuperällä
on väliä. 

Kajaanissa valmistetut
sohvat ja sängyt
tunnistat myymälässä
avainlipusta!



Meiltä saat sellaisen sohvan kuin haluat.

Yli 300 sohvavaihtoehtoa. Myös mittatilaustyönä.

Suomi-Soffan Kajaanin tehtaalla valmistetaan käsityönä yli 200 sohvaa päivässä.

KAUPPAKESKUSTEN ENERGIANKÄYTTÖÄ TEHOSTETAAN AUTOMAATION OHJAUKSELLA

TEKSTI: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN

KUVAT: CITYCON



Kauppakeskuksissa energiaa voidaan säästää esimerkiksi uusimalla talotekniikkaa ja sitä ohjaavia rakennusautomaatiojärjestelmiä.

"Energiaremonteissa yhtenä tavoitteena on, että mitään koneita tai valaistusta ei pidetä turhaan päällä. Tekniikan oikea käyttö on yhtä tärkeää kuin erilliset investoinnit", toteaa kehitysjohtaja Lauri Heikkinen Schneider Electricistä.

Energiatohokkuutta parantamalla kauppakeskuksissa voidaan säästää paitsi huomattavia rahasummia myös luontoa.

KUN SCHNEIDER ELECTRIC suunnittelee kauppakeskusten remonteja, yrityksen edustaja aluksi keskustelelee asiakkaan kanssa ja kysyy, onko tämä kiinnostunut energiansäästöstä.

"Yleensä vastaus on myönteinen. Ennen energiaremontti kiinnosti kiinteistöjen omistajia pääasiassa kustannusten säästämisen takia, mutta tänä päivänä myös ympäristöasiat otetaan vakavasti", Heikkinen kertoo.

Schneider Electric on ollut viime aikoina mukana useiden kauppakeskusten energiatohokkuusremontissa tehostamassa niin olemassa olevien kuin uusienkin kaupakiinteistöjen sähkön ja lämmön käyttöä.

"Oikealla tavalla toteutetun rakennusautomaatiojärjestelmän avulla energiaa voidaan säästää merkittävästi", kehitysjohtaja Lauri Heikkinen korostaa.



"Projektin aluksi pyydämme kohteesta energiankulutuslukumat ja tunnuslukumat. Niiden avulla teemme tuottavuustarkastelun ja selvitämme säästöpotentialin. Vertaamme lukuja Motivan ja Kuntaliiton yleisiin arvoihin, mutta sen lisäksi vertaamme lukuja omassa kulutusseurannassamme olevien parin tuhannen kiinteistön kulutusarvoihin", Heikkinen selittää.

"Esitämme tulokset kiinteistön omistajalle. Jos hän haluaa, niin jatkamme ja teemme kartoituksen. Sen jälkeen meillä on lista toimenpiteistä, joiden avulla energiaa voitaisiin säästää."

Ilmanvaihdon tehostaminen pudottaa kustannuksia

Kauppakeskusten suurimpia energiasyöppöjä on ilmanvaihto.

"Energia remonttien tavoite on, että ilmanvaihto on jatkossakin riittävä ja tarpeenmukainen, mutta koneita ei pidetä käynnissä turhaan. Tästä kertyy arvaamattoman suuria säästöjä", Heikkinen mainitsee.

"Ensin tehostetaan olemassa olevan järjestelmän käyttöä. Jos se ei auta, niin sitten parannetaan ilmanvaihdon ohjausta."

Tyypillisesti tarvitaan erilaisia ohjaustapoja ja ilmanvaihdon uusia säätöjä.

Säästöhankeissa ei yleensä puututa ilmanvaihtokanavistoon.

"Koko ilmanvaihtokanaviston uusiminen on niin iso operaatio, ettei siihen ryhdytä pelkästään energiansäästön vuoksi. Joskus kanavistoon lisätään säätöpeltejä, joiden avulla kanavien tiettyjä haaroja voidaan säätää paremmin. Jos on vaikkapa kaksi tilaa vierekkäin ja niitä käytetään eri aikoina, niin ilmaa voidaan ohjata nimenomaan siihen tilaan, missä sitä tarvitaan", Heikkinen selvittää.

"Poistoilmasta otetaan yleensä talteen lämpö ja siirretään sitä tuloilmaan. Lämmön talteenottojärjestelmät (LTO) ovat käytössä – ainakin jollakin tasolla – jo vanhemmissakin kauppakeskuksissa."

Heikkinen kuitenkin muistuttaa, että niin lämmön talteenotto koneistot kuin ilmanvaihtojärjestelmän pumputkin kuluttavat usein turhan paljon sähköenergiaa. Paremmalla tekniikalla sähköä ehkä säästyisi.

Myös valaisimien ja niiden ohjauksen uusiminen voi pienentää kauppakeskusten energiankäyttöä.

"Yleisvalaistuksen on kuitenkin oltava hyvä", Heikkinen suosittaa.

Kokonaisjärjestelmä ohjaamaan toimintoja

Käytännössä kauppakeskusten ilmanvaihtoa ohjaa rakennusautomaatiojärjestelmä. Suurissa tiloissa integroitu ohjausjärjestelmä on usein hyvä vaihtoehto energian säästämiseksi.



”Yksi järjestelmä, jossa ilmanvaihto ja jäähdytys, energia, valaistus ja sähkönjakelu on kytketty yhteen turvajärjestelmän ja tietoliikenteen kanssa, on helpompi hallita. Kokonaisjärjestelmä tarjoaa myös huomattavia säästöjä sekä asennusvaiheessa että käyttökuluissa”, Heikkinen korostaa.

Jos esimerkiksi turvajärjestelmä sekä ilmastointi ja jäähdytys ovat yhteen integroituja, voidaan niiden avulla pienentää energiankulutusta. Turvajärjestelmän liiketunnistimet reagoivat huoneiden käyttöasteeseen, jolloin valaistus, lämmitys, jäähdytys sekä ilmanvaihto kytkeytyvät päälle tai pois tilanteesta riippuen.

Kokonaisjärjestelmä säästää myös ympäristöä, kun energiankulutus vähenee. Lisäksi pitkällä tähtäimellä käyttökustannukset alenevat Heikkisen mukaan merkittävästi.

Energiaremontin voi jaksottaa useille vuosille

Parhaillaan Schneider Electric toimii yhteistyössä Citycon Oy:n kanssa Vantaan Myyrmannin kauppakeskuksen energiankäytön tehostamiseksi.

”Myyrmannissa uusitaan autohallien lämpöpuhaltimien ohjaus, oviverhopuhaltimien ohjaus, veden virtaamien säätö ja ilmanvaihtojärjestelmän tasapainotus. Myös ilmanvaihdon ohjausta tehostetaan”, Heikkinen luettelee.

Säästöjen aikaansaannin varmistamiseksi kiinteistö on kytketty Schneider Electricin etäkäyttöpalveluun, joka vastaa kohteen energiatehokkaasta käytöstä.

”Myyrmannin kokoisen kauppakeskuksen energiatehokkuusremontissa kertyvät säästöt ovat 100 000 euron luokkaa vuodessa.”

Kaikkea ei voi aina tehdä kerralla vaan työt on jaksotettava usealle vuodelle.

Myyrmannissakin energiasäästöä edistävät toimenpiteet tehdään siten, että koko kauppakeskus on koko ajan käytössä.

”Liikkeiden toiminnalle ei saa aiheutua minkäänlaista häiriötä. Kauppiaat ja asiakkaat eivät missään vaiheessa huomaa, että siellä olisi jotain tapahtumassa. Korkeintaan he huomaavat, että olosuhteet muuttuvat entistä paremmiksi.”

”Myyrmannissa investoinnit on jaettu viidelle vuodelle. Tämän vuoden investoinnit on jo pääosin tehty. – Toinen mahdollisuus on tehdä kaikki asiat projektin alussa. Silloin investoinnit voivat nousta suuriksi.”

”Pitkän aikavälin remonttimallissa on se hyvä puoli, että kun kauppakeskuksessa on säästetty rahaa jo tehtyjen investointien ansiosta, niin sitä voidaan käyttää uusiin energiainvestointeihin lisäsäästöjen aikaansaamiseksi. Näin saadaan aikaan positiivinen kierre”, Heikkinen kertoo uudenaikaisista remonttiratkaisuista. ■

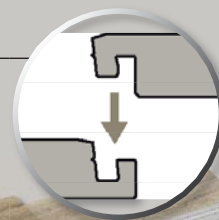
CREATION CLIC lukkopontti | gerflor.fi

Nopea ja helppo asentaa
Paksuus 6 mm
Kulutusluokka 34
PUR-pinta
Vinyylilankun koko 17,6 cm x 100 cm
Ei formaldehydiä
100% valmistettu Euroopassa
Kestää kosteutta
100% kierrätettävä
Ympäristöystävällinen

Gerflor Oy, p.010-617 5150

Uusi innovaatio

1 Nopea asennus lukkopontti



2 Irtoasennus ei liimaa



Gerflor
theflooringgroup

Gyptone-alakatot Idea ja inspiraatiota



Gyptone-tuotteiden akustiset ominaisuudet yhdistettynä elävään pintakuviointiin antavat erinomaisen lähtökohdan toimivan ja tyylikkään alakaton suunnitteluun. Tule ja tutustu laajaan tuotevalikoimaamme ja uudistettuuihin internet-sivuihin: www.gyptone.fi

Gyptone[®]

GASTRONOMIAA JA AKUSTIIKKA

Lehdistä ja netistä löytyy runsaasti ravintola-arvosteluja. Arvostelut tähtineen ja arvosanoineen sekä asiakkaiden omat kokemukset paljastavat, että Suomessa on monia erinomaista ruokaa tarjoavia ravintoloita. Eikä niiden viinitarjonnassakaan ole moittimista.

RAUHALLISIA RUOKAHETKIÄ TOIVOTTAA!

JYRKI KILPIKARI

ECOPHON-AKUSTIIKKAKATOT

AKUSTIIKAN ALALTA elantoni ansaitsevana kuljen aina ääniä kuunnellen ja lehtien ravintolavalokuviakin katselen 'sillä korvalla'. Ravintolatiloiissa suositaan usein minimalistista sisustusta. Kun vielä seinä- ja kattopinnat ovat sileitä ja kovia eivät äänet vaimene. Tämä merkitsee meluista ja rauhatonta ympäristöä. Voi tuntua siltä, että naapuripöydän ruokailija on lähempänä kuin oma pöytäkumppani. Nauti siinä sitten ruuasta kun toisella puolella tehdään osakekauppaa ja toisella golfataan. Ja kolmannella kasvatetaan lapsia. Omia tai naapureiden. Onneksi neljännessä lähellä olevassa pöydässä puhutaankin jo japania. Kieli, jota ei osaa, ei häiritse niin pahasti. Ääniympäristöltään epämiellyttävä tila ei anna tukeaan hyvälle pöydän antimille. Ravintola-asiakkaan tyytyväisyys riippuu monesta tekijästä: ruuasta, palvelusta, seurasta, sisustuksesta ja myös akustiikasta.

Uudessa-Seelannissa paikallinen akustinen (www.acoustics.ac.nz/crai.php) seura pitää yllä kahviloiden ja ravintoloiden akustista luokitusta. Tähtiä myönnetään asiakkaiden arvioiden mukaan. Olisiko-han meillä Suomessa tilausta tällaiselle? Uskon, että aika monta listasta kiinnostunutta ravintolan etsijää löytyisi.

Ravintoloissa paremman akustiikan saavuttamiseksi pätee sama konsti kuin kouluissa, toimistoissa ja muissakin tiloissa. Akustinen suunnittelu ennen uuden

tilan rakentamista tai vanhan remontointia auttaa. Oikea pintamateriaalien valinta ja pöytien harkittu sijoittelu auttaa hyvän ääniympäristön toteutuksessa. Ääntävaimentava materiaali on usein kätevintä ja tehokkainta asentaa kattoon. Vaimennusmateriaalia saadaan riittävä määrä ja näin saadaan äänen heijastuminen huoneen suurimmasta pinnasta estettyä ja melutasoa alennettua. Katon lisäksi kannattaa akustiikkalevyjä sijoittaa myös seinille.

Melu ei ole pelkästään asiakkaiden ongelma. Ravintolakeittiöissä riittää ääntä: kilinää, kolinaa ja hurinaa. Meluisa ympäristö voi aiheuttaa stressiä. Näin etenkin jos työ on muutenkin kiireistä. Sama resepti pätee keittiössä kuin ravintolasalissakin. Tehokas ääntävaimentava katto estää äänen leviämisen ja rauhoittaa tilaa. On toki muistettava, että keittiössä levyt on oltava puhdistettavia ja niiden on täytettävä hygieniavaatimukset.

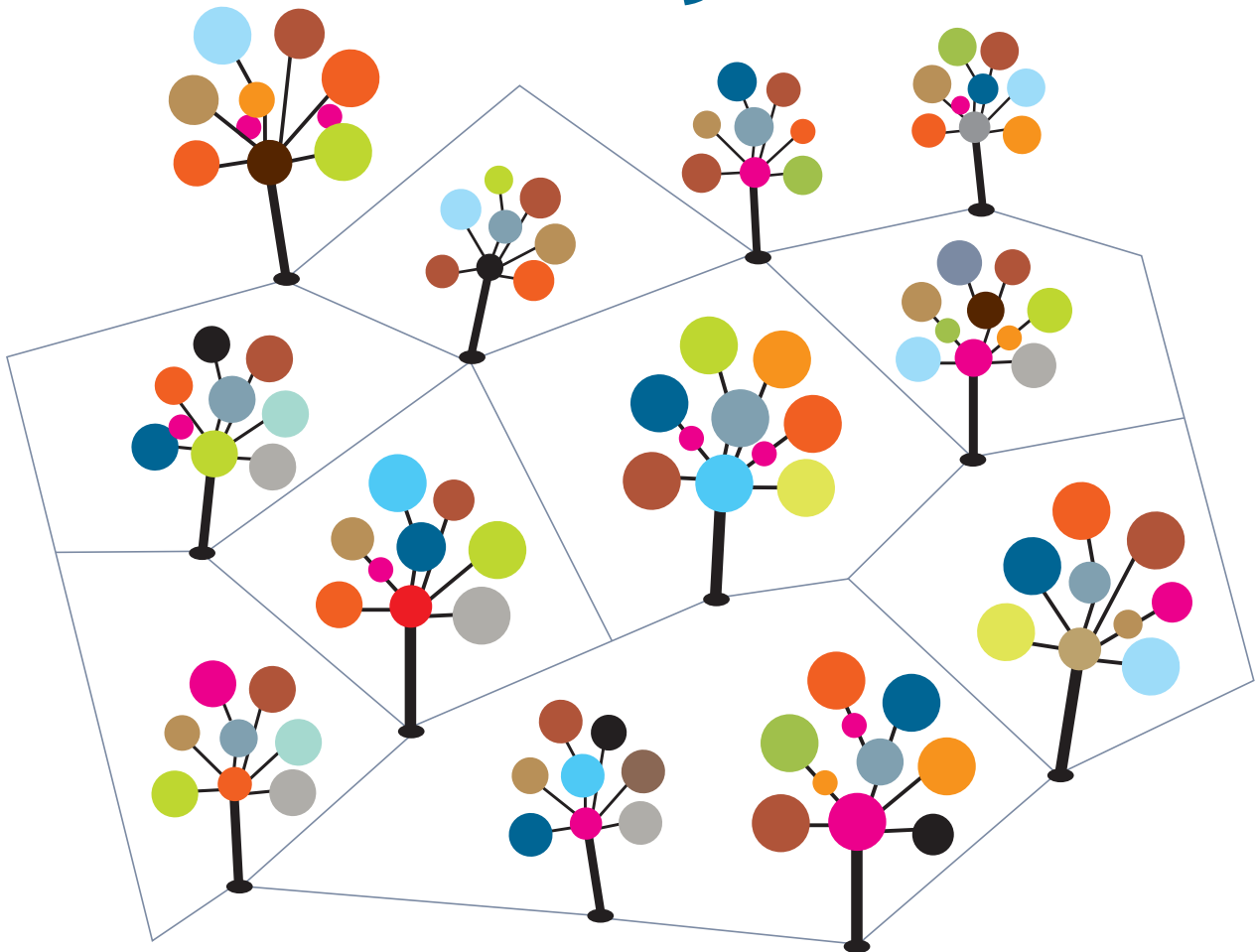
Ravintolasalien kattopinnaksi sopivat mainiosti Ecophon Focus sisäkattojärjestelmät. Seinäpinnoilla voidaan käyttää Ecophon Wall Panel-levyjä, joiden tekstiilipinnoille voidaan tulostaa myös suuria kuvapintoja. Keittiötiloissa akustiikkaongelmiin ratkaisu on Ecophon Foodtec-levyt. Ne ovat erityisesti suunniteltu keittiötiloihin ja tarvittaessa ne voidaan painepestä. ■

Lisätietoja: www.ecophon.fi



Ääntävaimentava
Ecophon Focus Ds
sisäkattojärjestelmä sopii
hyvin moderniin
ravintolasisustukseen.

To be among the top 100. Easy.



Unless you compete in the world league and can't be older than one year of age.

The biannual Designpartners100 exhibition showcases the hundred most inspiring new products. Represented are architecture, industrial, furniture, fashion, graphic, textile, web and service design.

The multidisciplinary exhibition is part of Habitare –

Furniture, Interior Decoration and Design Fair on September 1-5, 2010 in Helsinki, Finland.

Participation is easy. Just fill an application form at www.designpartners.org

THE ENTRIES ARE EVALUATED WITH THREE CRITERIA: IDEA, FORM, REALIZATION.

The exhibition will be curated by **Mr Kari Korkman**, the founder of **Helsinki Design Week**.

The participation fee is **EUR 1.500**, covering all exhibition costs specified in the application form.

You are warmly welcome to join the exhibition that
breaks the barriers of design disciplines in **Helsinki, the World Design Capital 2012**.



E-GLAS

QUANTUM
GLASS
INSPIRING SOLUTIONS BY SAINT-GOBAIN

Sisustamisen nautinto

The Joy of Decoration

www.b-guided.net

Sisustusopas
interior design guide



2009-2010

LED-VALAISTUKSEN VALLANKUMOUS JO TOSIASIA

TEKSTI: TAGE ERIKSON

Ei tarvitse epäillä – LED-valo on nykyhetken voittaja valaisinmarkkinoilla. Tämän todistavat äsken päättyneet Light + Building messut Frankfurtissa, maailman suurin valaistusalan tapahtuma. Thaimaasta Pohjoismaihin ollaan yhtä mieltä siitä että LED on lähitulevaisuuden selvä ykkönen, aluksi julkisessa sisustuksessa, mutta yhä enenevässä määrin myös kodeissa.



”VUONNA 2020 noin 75 % valolähteistä perustuu energiaa säästävään LED-tekniikkaan. Enää ei keskustella tekniikasta, kuten montako lumenia pystytään tuottamaan wattia kohden tai mitkä valosävyt ovat mahdollisia Kelvin-asteikon mukaan. Nyt keskitymme sovelluksiin ja silloin asiakas on keskipisteessä; miten uusi tekniikka auttaa luomaan parempaa työympäristöä toimistoissa, kaupoissa, sairaaloissa ja kouluissa”, totesi Rudy Provoost, Philips Lighting-ryhmän toimitusjohtaja, esitellessään jännittäviä uusia valaistusratkaisuja.

Philips on maailman johtava valolähteiden valmistaja – joka kolmas ulkotiloissa käytetty lamppu tulee Philipsiltä – ja yhtiö on aina ollut tekniikan edelläkävijä. Uusi suuntaus merkitsee sisäistä vallankumousta – tästä lähtien Philips haluaa tarjota auttavan käden arkkitehteille ja suunnittelijoille, jotka pohtivat tulevaisuuden valaistusratkaisuja. LED-tekniikka tuo loistavia mahdollisuuksia käyttää valoa muuhun kuin pimeän karkottamiseen.

Pohjoismaat fokuksessa

”Philips näkee Pohjoismaat erittäin tärkeänä markkina-alueena, koska olosuhteista johtuen kiinnitetään paljon huomiota valaistusratkaisuihin”, kertoo Garrett Forde, Philips Valaisinryhmän markkinointijohtaja. ”Uudet LED-valaisimet tuottavat erisävyistä valkoista valoa – värit hahmottuvat luonnollisemmin kuin natriumlampun valossa. Turvallisuus kasvaa – pystyt tunnistamaan kasvot kymmenen metrin päässä. Uusi valaistus on Lontoon kokeilussa nostanut asuntojen arvoa jopa 30 prosentilla!”

Garrett Forde paljastaa että Philips on luonut uuden kotisivun palvelemaan tärkeitä yhteistyöpartnereita.

”Yritämme puhua arkkitehtien ja suunnittelijoiden kieltä. Meille on uutta yhdistää tunnearvot ja rationaalinen tekniikka.

Philips on aina ollut luova, jopa leikkisä – tuntuu luonnolliselta laajentaa yhteistyötä muiden luovien tahojen kanssa mm. seminaarimuodossa. Tavoitteena on parantaa ihmisten elämää uuden LED-tekniikan sovellutusten kautta.”

Garrett mainitsee Lähi-idän ostoskeskuksia, missä valo seuraa kulkijaa; hotelleja, missä valo vuoteen yläpuolella on taivaansininen; marketit, missä valo aamupäivällä on sopeutettu eläkeläisten rauhalliseen rytmiin ja iltaapäivällä nuorten perheiden kiireiseen vauhtiin.

”Sairaloissa potilaat rauhoittuvat ja paraneminen sujuu nopeammin kun vältetään kovaa, stressaavaa valaistusta. Philipsin tutkijat ovat plasmafysiikan avulla selvittäneet teknisiä vaihtoehtoja, nyt on psykologien ja sisustusarkkitehtien vuoro kehittää hyviä sovellutuksia kanssamme.”

Hotellit mielenkiintoinen kohde

Simon Poulter, Philips Lightingin ammatti-asiakasryhmän viestintäjohtaja, toteaa että hotelli on erinomainen kohde uusille LED-pohjaisille valaistusratkaisuille.

”Hotellissa valot palavat 24 tuntia vuorokaudessa. On monia erilaisia tiloja, alakerran pysäköintihalli, vastaanotto, ravintolat, huolto- ja varastotilat ja tietenkin asiakashuoneet. Valaistus on merkittävä kustannuserä. Nykyään hotellivieraat saattavat valita majapaikkansa hotellin energiakäytön ja ympäristöarvojen mukaan, esimerkkinä Lontoon uusi viiden tähden Rafayel, ensimmäinen 100 % LED-hotelli. Avullamme valaistusenergian kulutus on vähentynyt jopa 80 prosentilla.”

Pia Lindhe Ruotsin Philipsistä mainitsee, että Tukholman Elite Plaza hotelli on korvaamassa perinteisiä valolähteitä LED-lampuilla.

”Uutta on että Philips yhteistyössä asiakkaan kanssa kehittää kokonaisvaltaisia valaistusratkaisuja, emme vain vaihda hehkulamppuja uusiin LED-lamppuihin.”



Uutta valoa toimistoihin

Saksalaisen tutkimuksen (TNS Infratest 2010) mukaan 63 % asiakkaista mainitsee energiakulutuksen tärkeimmäksi ominaisuudeksi kun hankitaan valolähde. Valon laatu kiinnostaa 55 % ja elinikä 54 % asiakkaista. Hinta, muotoilu ja tuotemerkki ovat selvästi vähemmän mielenkiintoisia.

Tekniset ratkaisut kuten optiikka ja valon värin ja voimakkuuden portaaton säätö vaikuttavat viihtyvyyteen työpaikalla. Philipsin tutkimusten mukaan oikea valaistus voi johtaa jopa 15 % parempaan työsuoritukseen.

DayZone on LED-valaisin, joka sallii valotehon (2 000–3 500 luumenia) sopeuttamisen digitaalisesti päivänvaloon, esimerkiksi toimiston aurinkoisella puolella. Asentamalla älykkäät kaihtimet voidaan säästää vielä 20 prosenttia.

LuxSpace Downlight-sarja on nyt täydellisempi – uudet kohdevalaisimet ovat erittäin pitkäikäisiä. Älykkyys piilee myös pinnan alla. Uudet LED-valaisimet yhdistettyinä uuden sukupolven ohjausyksiköihin mahdollistavat Philipsin mukaan jopa 300 000 euron säästöt 5 000 neliön toimistossa 15 vuodessa verrattuna perinteisiin valaistusratkaisuihin.

Tekniikalla lähes kaikki on mahdollista

Light + Building osoitti että tekniikan rajat on jälleen siirretty eteenpäin. Uudet OLED-valaisimet (Organic Light Emitting Diode) ovat siirtyneet laboratoriosta kaupalliseen maailmaan.

Kristin Knapstein, Philipsin OLED-valaisinten kaupallistamisjohtaja, sanoo että uudet, superohuet valolähteet vähitellen valtaavat oman tilansa markkinoilta.

”Olemme yhdessä suunnittelija Tom Dixonin kanssa luoneet ‘Flat Lamp’ valaisinsarjan. Lumiblade-moduulit tuottavat pehmeätä hajavaloa ja ne voidaan asentaa huonekaluihin, seiniin (esimerkiksi varaueloskäytävään), peiliin jne. Väritoisto muistuttaa hyvin paljon päivänvaloa. Käyttöjännite vaihtelee 3–6 voltin välillä, valoteho on nyt noin 75 lumenia/W, eikä OLED tuota lämpöä muiden valolähteiden tavoin.”

Toinen alue, missä Philips on selvästi kilpailijoita edellä, on LED-valaisinten ohjaus. Näppärällä kaukosäätimellä voidaan vaihtaa väri LivingColors-valaisimeen tai säädellä valon voimakkuutta. Anturit sijaitsevat LED-lampun kannassa.

Tärkeä messu-uutuus oli myös ensimmäinen korkeatehoinen LED-lamppu. Valoteho vastaa perinteistä 60 watin hehkulamppua. Uusi, ensi syksynä ilmestytävä 12 W lamppu säästää jatkuvassa käytössä sähköä noin 20 euron edestä vuodessa.

Philips esitteli myös järjestelmän, joka mahdollistaa 12 V halogeenilamppujen korvaamisen 4 ja 7 W LED-lampuilla. Energiansäästö on 80 % luokkaa. Ja kaikkein energiapihe in on katuvalo, jonka pylväässä on satoja aurinkokennoja... ■

FANTASIAN RAKENTAMISEN UUSI ILME

FANTASIARAKENNE OY on Suomen suurin teemaympäristöjen rakentaja. Fantasiarakenteen ilme ja nettisivut siirtyi kerralla uudelle vuosituhannele ja niiden tavoitteena on viestiä tarinakeskeisestä suunnitteluprosessistamme ja vahvistaa uskottavuuttamme valtakunnan merkittävimpänä teemarakentajana. Fantasiarakenne on mukana suunnittelemassa myös Suomen paviljongin näyttelykonseptia ja valaistusta Shanghaiin maailmannäyttelyn, joka avautuu toukokuussa 2010. ■

TUTUSTU FANTASIAN

maailmaan osoitteessa:
www.fantasiarakenne.fi



IDO SEVEN D -KALUSTEET OVAT SAANEET UUDEN ILMEEN

Kaarle Holmbergin ja Pasi Pänkäläisen IDOLle suunnittelema IDO Seven D -kylpyhuonesarja on uudistunut. Sarjan kaapistot ovat saaneet täysin uuden ilmeen ja uudet tyylikkäävät värit: mustan saarnin ja valkoisen. Sarjan posliinivalikoima on nyt täydellinen, pesualtaista löytyvät kaikki koot ja wc:istä sopiva vaihtoehto tilaan kuin tilaan.

Kaikkien kaapistojen syvyys on vain 400 mm, minkä ansiosta tasoaltaat ja kaapistot sopivat hyvin myös pieniin suomalaisiin kylpyhuoneisiin. Kalusteiden käytännön toimivuus perustuu muotoiluun, kestäviin materiaaleihin, kosteita tiloja varten kehitettyihin teknisiin ratkaisuihin sekä puhtaanapidon helppouteen. Kaikki Seven D -tuotteet noudattavat samaa mitoitusjärjestelmää, jolloin vaaka- ja pystylinjojen rytmi säilyy läpi koko malliston.

IDO Seven D -wc:issä on kaikissa mullistava, integroitu Fresh wc -raikastinjärjestelmä. Raikastinpuikko pujotetaan painonapin alle, mistä raikastetta liukenee sopiva määrä jokaisen huuhtelun mukaan. Kylpyhuoneessa on aina raikas tuoksu ja ympäristökin kiittää, kun erillisiä muovisia raikastimia ei tarvita. ■



Posliinituotteet ja kylpyhuonekalusteet:
suunnittelija Studio Kaarle Holmberg.
Ammeet: suunnittelija Adolf Babel.

Lisätietoja kampanjasivulla www.idosevend.fi,
missä voi myös osallistua kilpailuun ja voittaa viikon
matkan kahdelle hengelle Baleaareille.

FinnBUILD

Kansainväliset rakennus- ja talotekniikkamessut

6.–9.10.2010

Helsingin Messukeskus



- Ammattilaisten tapaamispaikka
- Suomen suurin ja tärkein rakennusalan tapahtuma
- Laadukas ja laaja ohjelmasisältö
- Esittelee alan mielenkiintoisimmat uutuudet

KATSO LISÄTIETOJA:
www.finnbuild.fi



Samanaikaisesti:

Ympäristö, Yhdyskunta, Vesi & Viemäri,
Jäte & Kierrätys sekä Arena.

Mediayhteistyössä:

Rakennuslehti


Suomen Messut

SUOMI-SOFFA LUOTTAA RÄÄTÄLÖINTIIN

JO NELJÄNNES SOHVAOSAAJAN TUOTANNOSTA ON MITTATILAUSTOITÄ

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

Kuluttajien suosiossa oleva Suomi-Soffa on kokenut kehäkettu myös projektimaailmassa. Kajaanilainen yritys toteuttaa projekteja ja hankkeita yritysten ja sisustamisen ammattilaisten kanssa. Suomen suurimman sohvatehtaan resurssit ja yhteistyöverkosto on näin myös suunnittelijoiden käytössä.

TOIMITUSJOHTAJA, YRITTÄJÄ Marita Keskinen-Toivainen toteaa, että tehtaalla pystytään toteuttamaan jos jonkinlaista kalustevisiota, mutta ykköstuotteesta ei silti tule epäilystä:

”Sohva edellä mennään, siltä puolelta meidän erikoisosaminen on peräisin”, hän vahvistaa.

Projektit voidaan toteuttaa joko tiiviissä yhteistyössä suunnittelijoiden kanssa tai sitten – asiakkaan niin halutessa – Suomi-Soffa vastaa koko sisustussuunnittelusta. Erikoismitoitettut kalusteet ja asiakkaan tarpeisiin räätälöidyt tuotteet ovat yritykselle tuttua kauraa

”Arviolta 25 prosenttia tuotannosta on itse asiassa mittatilaustoitä”, Keskinen-Toivainen toteaa.

”Projektipuolella käytettävissä oleva tila määrittelee kalustetarpeen hyvinkin tarkasti – standardisohva ei vain käy joka paikkaan.”

SUUNNITTELUN POHJOINEN ULOTTUVUUS Ketterän räätälöinnin mahdollistaa yrityksen oma tuotesuunnittelu: kajaanilaisten käytössä on Lectra-mallisuunnittelu-ohjelmisto ja innovatiivinen suunnitteluryhmä, joka ei haasteita pelkää.

”Suunnittelutiimissä on tällä hetkellä vajaa kymmenen henkeä”, kertoo Keskinen-Toivainen.

Vuoden alussa toimitusjohtajaksi loikannut yrittäjä toteaa, että teknologia on yritykselle se ankkuri, joka mahdollistaa vaativatkin projektit.

”Teknisesti kehittyneiden laitteiden ansiosta kykenemme räätälöimään kalusteet tarpeen mukaan”, Keskinen-Toivainen

toteaa. Kaluste voidaan piirtää alusta loppuun asiakkaan toiveiden mukaisesti – tai sitten voidaan varioida mallistosta jo löytyviä tuotteita. Katalogissa on valmiina esimerkiksi yli 300 sohvamallia.

Yritysassiakkaat ovat viime vuosina ottaneet sohvatehtaan omakseen ja Suomi-Soffa on kalustanut mm. elokuvateattereita, ravintoloita ja hotelleja ympäri Suomenniemen. Esimerkiksi Sellon Bio-Rex ja Vuokatin Sokos-hotelli ovat vahvoja näyttöjä toimivista, näyttävistä ratkaisuista.

”Myös keilahalleja olemme toteuttaneet useita”, yrittäjä lisää.

TEHTY KESTÄMÄÄN Julkisen puolen kalusteissa käytetään tilojen vaatimusten mukaisia raaka-aineita. Runkojen kantavissa rakenteissa käytetään koivua ja koivuvaneria, muissa



Cocktail Bar Inteam, Ravintola Hullu Poro Levintori.



Bowlcircus Sello, Kauppakeskus Sello.

osissa voidaan käyttää havupuuta, jonka osuus liikkuu 5–17 prosentin tietämissä. Näin saavutetaan paras mahdollinen kestävyys. Lastulevyä yritys ei käytä ollenkaan.

Mallin niin vaatiessa sohva voidaan toteuttaa myös teräsrungolle ja verhoilumateriaaleista löytyy laaja skaala vaihtoehtoja eri tarpeisiin. Erilaiset materiaalien erikoisvaatimukset täyttävät vaihtoehdot löytyvät mallistosta myös, olipa sitten kyse palo- tai kosteussuojauksesta, pestävyydestä tai hankauskestosta.

Sohvaimperiumi otti merkittävän askeleen joulukuussa, kun uusi sänkylinja valmistui. Uuden laajennusosan myötä Kajaanin tehdas käsittää 15 000 neliötä tuotantotilaa.

”Ensimmäinen malli, nimeltään LeVolle, on nyt myymälöissä. Loppuvuodesta markkinoille tulee lisää malleja”, Keskinen-Toivainen paljastaa.

SINIVALKOISTA SANOMAA Toinen iso asia yritykselle on keskittyminen ainoastaan kotimaisiin kalusteisiin jatkossa. Ulkomaisten kalusteiden loppuunmyynti alkoi helmikuun lopussa. Rohkean strategisen vedon myötä Suomi-Soffa uskoo luovansa 100 uutta työpaikkaa.

Tulevaisuudessa Suomi-Soffa luottaa kotimaisen tuotannon tehokkuuteen ja jatkuvaan tuotekehitykseen. Tällä saralla yrityksellä onkin mielenkiintoinen projekti päällä: VTT:n kanssa toteutettava älysohvahanke. Kyseessä ei ole täsmäisku sohvapaperunoita vastaan, vaan hoivaympäristön innovaatio, jolla voi olla kansainvälistäkin merkitystä.

”Sohvaan asennetaan sensoreita selkänojaan ja istuinosaan ja näin liikettä sohvalla voidaan monitoroida”, Keskinen-Toivainen kuvailee. Tätä kautta esimerkiksi omaiset voivat saada tietoa siitä, miten isoäiti pärjää kotona.

”Sovelluksen ensimmäinen vaihe oli jo esillä Habitaressa, ja nyt kehitämme sitä edelleen.” ■



Aidot luonnonkivet kivisisustamiseen

- Keittiö- ja kylpyhuonetasot
- Laatat seinien, lattioiden ja portaiden laatoituksiin
- Tunnelmalliset tulisijat

Tervetuloa tutustumaan Tulikiven lämpimään maailmaan osoitteeseen www.tulikivi.fi

TULIKIVI

Tulikivi Oyj Lautamiehentie 1, Espoo, puh. 0207 636 820

puhelut: 8,21 snt/puhelu + max 14,9 snt/min

KADONNUTTA VAPAA-AIKAA ETSIMÄSSÄ

TEKSTI: MARIKA LAAKKO YTM
SISUSTUSARKKITEHDIT SIO RY PÄÄSIHTEERI

Edellisessä numerossa Sisustusarkkitehdit SIO ry:n puheenjohtaja Taneli Koskela käsitteli lähiympäristön merkityksen tärkeyttä. Meidän jokaisen arkielämän viitekehyksen tulisi pitää sisällään merkityksellisyyttä ja toimivuutta. Viime aikoina on puhuttu paljon ihmisten suhtautumisesta kotiin ja erityisesti kodin merkityksen korostumisesta.

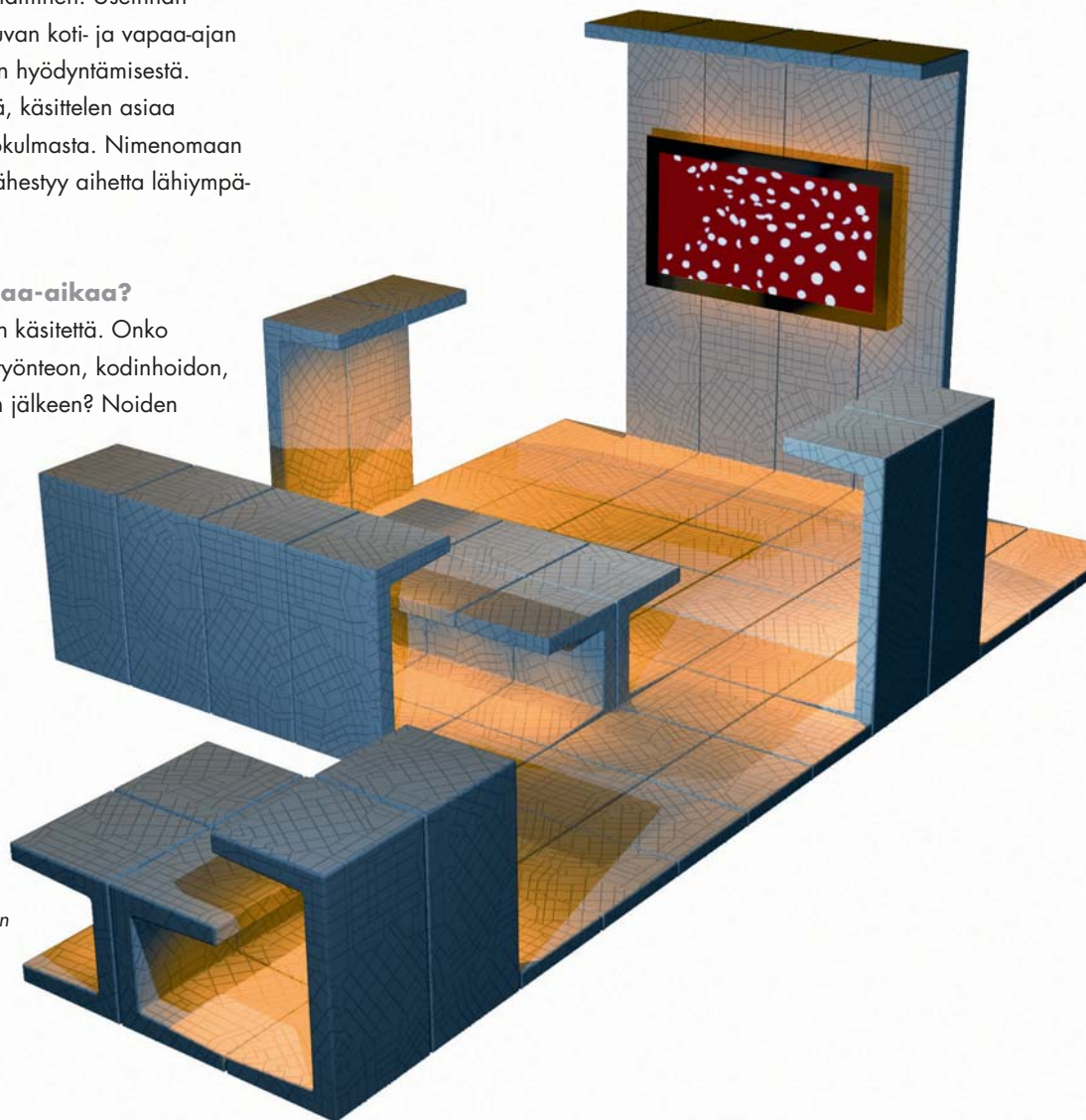
TALOUDELLINEN LASKUSUHDANNE saa – näin meille kerrotaan – ihmiset panostamaan lähiympäristön viihtyvyyteen. Toisaalta viime aikoina on yleistynyt erilaisten hyvinvointi-, elämys- ja toimintakeskusten rakentaminen. Useinhan ajatellaan ihmisten vapaa-ajan koostuvan koti- ja vapaa-ajan viettoon erityisesti suunniteltujen tilojen hyödyntämisestä. Pysyäkseni Koskelan jutun aihepiirissä, käsittelen asiaa yksittäisen käyttäjän vapaa-ajan näkökulmasta. Nimenomaan vielä sellaisesta näkökulmasta, joka lähestyy aihetta lähiympäristön kannalta.

Miten ympäristö muovaa vapaa-aikaa?

Ensiksi on hyvä täsmentää vapaa-ajan käsitettä. Onko vapaa-aika sitä, joka jää kaiken sen työnteon, kodinhoidon, harrastusten ja fysiologisten tarpeiden jälkeen? Noiden

jälkeen käteen jää se aika, jolloin ei ole mitään tehtävää eli on vapaata aikaa. Vapaa-aika on perinteisesti käsitetty sellaiseksi ajaksi, jolloin ihminen tekee sitä, minkä hän kokee mielekkääksi. Toisin sanoen vapaa-aika on jossain määrin problemaattinen käsite. Vapaa-ajan laajasta näkökulmasta katsottuna ihmiset eivät välttämättä tarvitse erinäisiä välineitä tai paikkoja vapaa-aikansa toteuttamiseen. Vai onko toteuttaminen liian päämäärätietoista?

Vapaa-ajan kapeammassa merkityksessä ihminen harrastaa jotain mielekästä, jonka käsitteleminen on helppoa, joko harrastuspaikan tai -tavan kautta. Nyky-yhteiskunnassa puhutaan usein suorittamisesta ja toteuttamisesta. Vapaa-aika



Sisustusarkkitehti Tatu Ahlroosin "katugalleria" idea palkittiin Ornamo-säätiön stipendillä vuonna 2009.

on helppo liittää näihin katsantotapoihin, jolloin ympäristön ja erityisesti rakennetun lähiympäristön rooli on todella merkittävä. Ympäristöön kuuluvat elementit luovat omanlaisia vapaa-aikaa.

Mahdollisuuksia ja mahdollisuuksien paikkoja

Lähiympäristömme muuttuu, välillä käyttäjäkeskeisesti ja välillä ei. Ihmisten elämä nähdään useasti suorittamisena, johon kuuluu olennaisesti erilaiset vapaa-ajanviettopaikat. On olemassa huikeita esimerkkejä liittyen esimerkiksi harrastuksiin, luovuuden ilmaisemiseen ja muiden samanhenkisten ihmisten tapaamiseen. Ihmisten viihtyminen ja paikkojen korkea käyttöaste ovat parhaita indikaattoreita ympäristön onnistumisesta. Ihmisten elämä voi olla paljon muutakin kuin suorittamista. Silloin vapaa-ajan kokemiseen voi riittää hyvät perusedellytykset. Toimiva ja elävä ympäristö johtaa siihen, että vapaa-aika ei välttämättä tarvitse erillistä ajankohtaa tai paikkaa. Mukaansatempaava elämä pitää ihmisen elämän elämyksellisenä ja antoisana. Tämä pätee molempiin tapoihin viettää ja käsitellä vapaa-aikaa. Mutta muuttuuko vapaa-aika vai katoaako se peräti?

Kadonneen etsijät

Viitatakseni otsikkoon, voimme käsitellä ympäristön ja vapaa-ajan suhdetta 'proustilaisella' suhtautumisella. Mieleemme muistelee, etsii ja muodostaa kokemuksia. Ympäristömme voi tarjota kokemuksia suunnitellusti rakennetun tai rakennetun ympäristön kautta. Inhimillinen todellisuus rakentuu niistä kuvista, joita koemme ympärillämme. Vapaa-aika voi kadota tai muuttaa muotoaan lähiympäristöön kuuluvien elementtien valossa. Ihmisillä on mahdollisuus valita millainen elämäntapa on itse kullekin sopiva ja mitä kenenkin lähiympäristöön kuuluu. Suorittavaa, toteuttavaa, oivaltavaa ja elämyksellistä ympäristöä ja vapaa-aikaa on olemassa monella eri tavoin. Meidän on vain löydettävä oma suhtautumisemme kadonneeseen vapaa-aikaan lähiympäristöstämme. Kun se vapaa-aika löytyy, on sisältö jokaisen oma valinta.

Lähiympäristö ja vapaa-aika

Kun ihmiset viihtyvät ja tuntevat olevansa osa ympäristöä, tulee vapaa-aika laajemmaksi ja lähemmäksi ihmistä. Elämästä nautitaan – ehkä juuri sillä Taneli Koskelan mainitsemalla italialaisella tavalla. Lähiympäristö elää ja siinä voi kokea ja tuntea (ei siis toteuttaa) vapaa-aikaa. Tämä toimii kyllä. Mutta mahdollista se on toki muutenkin. Kun yleislakko on taas sulkenut kaupat, lämmintä vettä ei tulekaan ja pyöräkin on varastettu, sujahtaa mieleen vain yksi asia. Ja se yksi asia on Suomi. ■

Pukkilan uutuuslaatat saapuneet



Adamastor Grey
50 x 100 cm



FINNISH DESIGN YEARBOOK 2010-11 ILMESTYY TOUKOKUUSSA!

Nyt jo kolmannen kerran ilmestynvä vuosikirja on laaja-alainen katsaus suomalaiseen nykymuotoiluun: kirjassa esitellään yli 200 tuotetta, muotoilijaa ja valmistajaa. Alan ajankohtaisia ilmiöitä valotetaan myös asiantuntija-artikkelein ja vaikuttajahaastatteluin.

ENSISIJAISESTI KANSAINVÄLISILLE markkinoille suunnattu englanninkielinen kirja tulee kansainväliseen jakeluun kirja- ja verkkokauppoihin, design-messuille, tapahtumiin ja lehdistölle. Finnish Design Yearbook 2010-11 on mm. myynnissä Suomen paviljongissa Shanghain maailmannäyttelyssä ja New York Design Weekillä toukokuussa. 128-sivuisen kirjan painos on 6 000 kpl.

Vuosikirjan julkaisijana toimii suomalaisen muotoilun promootio-organisaatio Design Forum Finland. Kirjan päätoimittaja on designtoimittaja Anne Veinola ja sen ulkoasusta vastaavat Piritta Hannonen ja Riina Laihomäki. Edellinen Finnish Design Yearbook 08-09 sai laajalti kansainvälistä näkyvyyttä ja sitä toimitettiin yli 30 maahan. Visuaalisesti korkeatasoinen vuosikirja palkittiin ulkoasustaan graafisen suunnittelun Vuoden Huiput 2008 -kilpailussa ja se valittiin myös Suomen kirjataiteen komitean Vuoden kauneimmat kirjat 2008 -kokoelmaan.

Finnish Design Yearbook 2010-11 esittelee 4 näkökulmaa muotoilun käyttöön

Muotoilu luo parempaa elämää. Se lähtee tarpeista ja toiveista ja ottaa huomioon erilaiset käyttäjäryhmät. Se on käytettävyyttä ja toimivuutta, esteettömyyttä, tasa-arvoa ja huolehtimista.

Muotoilu on ilmaisukeino. Se on luovuuden väline, taidetta ja itseilmaisua, rajojen ylittämistä ja uuden löytämistä – muotia ja pelejä, kuvia tarinoineen, virtuaaliympäristöjä ja muunneltavia minuuksia.

Muotoilu tekee tulevaisuutta. Muotoilulla voidaan vaikuttaa kauas tulevaisuuteen. Kestävä muotoilu on pitkäikäistä ja ekologista, se ottaa huomioon tuotteiden koko elinkaarren.

Muotoilu on liiketoiminnan väline. Se lisää työllisyyttä, parantaa yritysten kannattavuutta ja auttaa erikoistumaan ja saamaan kilpailuetua. Muotoilua hyödynnetään myös esimerkiksi markkinointiviestinnässä, yrityskuvan luomisessa tai brändien hallinnassa.

Asiantuntija-artikkelit kirjaan ovat kirjoittaneet kiinalainen musiikki- ja designtuottaja Nee Bing, Neogamesin johtaja KooPee Hiltunen, muotoilija Pekka Toivanen, englantilainen Design Business Associationin toimitusjohtaja Deborah Dawton, Design Forum Finlandin toimitusjohtaja Mikko Kalhama sekä johtaja Markku Salimäki ja kehitysjohtaja Mikko Korja Aalto-yliopiston IDBM-ohjelmasta. Haastateltavien joukossa ovat mm. kuraattori Paola Antonelli MoMAsta ja tulevan World Design Capital 2012 -hankkeen johtaja Pekka Timonen. ■

Lisätietoja: www.finnishdesignyearbook.fi

Finnish Design Yearbook 2010-11
Vuosikirja on englanninkielinen, sidottu, 128 s.,
nelivärikuvitus, 33 € / kpl (sis. alv 8%)
Design Forum Shopissa ja verkossa
ISSN 1796-5829

**ZUMTOBEL**www.zumtobel.com

Palkittuja uutuustuotteita
valaistukseen ja
valaistuksen ohjaukseen



DISCUS LED valaisin



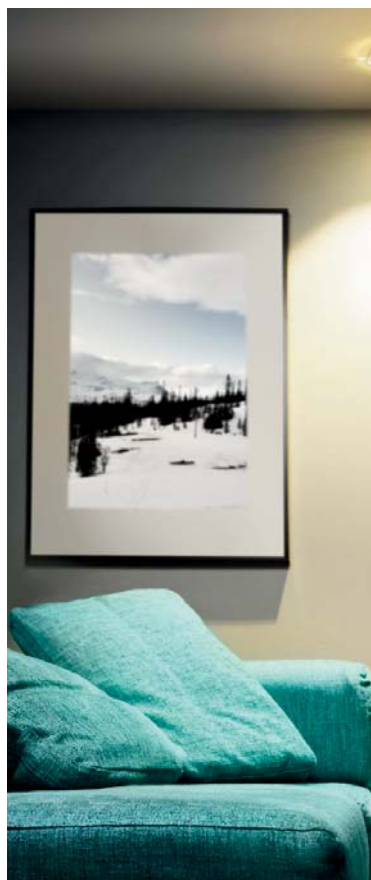
ECOOST T16 valaisin



CIRIA LUXMATE ohjain



Hedengren yhtiö
Lauttasaarentie 50, 00200 Helsinki
Puh. (09) 682 881
www.hedtec.fi
lighting@hedtec.fi



NÄE LED UUDESSA VALOSSA

Spot S102 on tehokas ja pitkä-ikäinen LED-kohdevalaisinsarja esimerkiksi myymälöiden yleis- ja kohdevalaistukseen. Valaisimessa on ainutlaatuinen Ambient-toiminto, jolla luot myymälään helposti erilaisia sisustuksellisia tunnelmia.



CONCEPT i LINE

Non Automotive Solutions by Hella

LAADUN TAKAA HELLA

Concept i Line on Hella Lighting Finlandin tehokas ja edistysellinen LED-valaisinmallisto, joka on suunniteltu ja valmistettu Suomessa vuosien kokemuksella LED-tekniikasta. Hella tunnetaan myös ajoneuvojen valaistussuunnittelun uranuurtajana.

www.hella.fi/conceptiline

VALOA KOHTI

LED TULEE KOTIIN JA KAUPPAAN

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN



LED-valo tekee tuloaan useammallakin eri rintamalla.

Konsepteja hiotaan käyttäjäystävällisempään suuntaan ja tarjonta monipuolistuu. Yksi suomalaisista LED-veteraaneista on Hella Lighting Finland Oy, joka teki kannuksensa ajoneuvoteollisuuden parissa.



"TEIMME HELLASSA ensimmäiset LED-sovellukset lähes 20 vuotta sitten", kertoo myyntijohtaja Jarmo Salo. Pitkän aikaa yritys vaikutti mm. autojen takavalojen ja sisävalojen erikoisosaajana, mutta loikka koti ja kiinteistö -markkina oli uusi aluevaltaus.

Ensimmäiset Hella CONCEPT i LINE -kaluste- ja tunnelma-valaisimet tulivat markkinoille joulukuussa. Sarja laajeni helmikuussa Universal Design -tuotteilla. Alkuvuoden uutuudet ovat valovoimaisia ja energiatehokkaita huoneistojen valaisimia. Useissa tuotteissa on lisäksi tunnelmavalaisuuteen suunniteltu himmennystoiminto sekä värillinen ambient-toiminto.

Salon mukaan himmennystoimintoa tarjoavat muutkin valmistajat, mutta tunnelmaa luova ambient on yrityksen oma keksintö. Ambient-toiminto lataa tilaan tunnelmallista värihehkua, joka tekee taatusti sävöyksen. Koska LED-valot vievät vain vähän energiaa, voi ambient-toimintoa käyttää turvallisessa pimeyden poistamisessa esimerkiksi yövaloina ja portaikoissa.

Jarmo Salo kertoo, että ambientin värihehku oli alun perin

suunniteltu autoihin ja oli käytössä esimerkiksi BMW-malleissa.

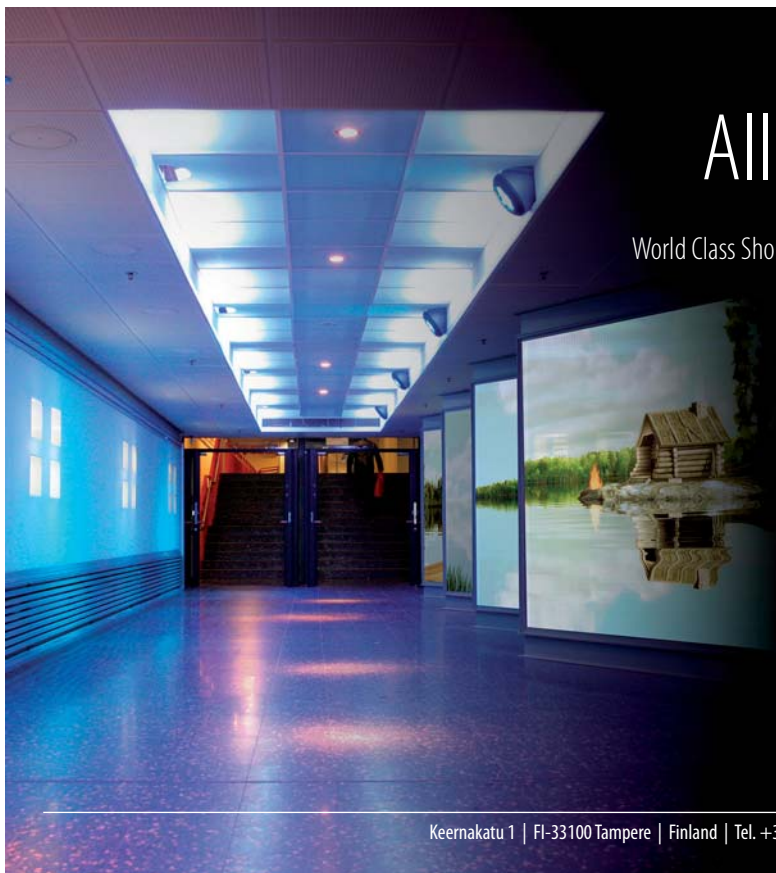
"Päätimme ikään kuin laittaa innovaation kiertoon", Salo toteaa.

Hella CONCEPT i LINE -tuotteissa on tavanomaisia LED-valoja suurempi valoteho. Kaikki valaisimet valmistetaan yrityksen Salon tehtaalla.

VALOT VAIHTUVAT Salo kertoo, että uudet tuotteet on otettu hyvin vastaan: kommentit kentältä ovat erittäin positiivisia ja nyt neuvotellaan mm. sähkötukkujen kanssa, jotta saadaan jakelukanavia laajennettua.

Yrityksessä uskotaan, että valo- ja valaistusmarkkinoilla on meneillään murrosvaihe. Syykin on selvä: hehkulamput poistuvat asteittain vuoden 2012 loppuun mennessä ja halogeenit tämän jälkeen. Tilalle valitaan joko LED- tai energiansäästölamppuja.

"Energiansäästölamput ovat kuitenkin vain välivaihe, ja odotukset siirtyvät seuraavan teknologivaiheeseen, jonka LED antaa", Salo kuvailee.



All You can see is light

World Class Shopping Centre Lighting Design to make your vision a reality

VALOA design

Keernakatu 1 | FI-33100 Tampere | Finland | Tel. +358 3 3444 737 | Fax +358 3 3444 709 | email@valoa.com | www.valoa.com

LED-tuotteiden etuja ovat hyvä valoteho, pieni energiankulutus ja pitkä ikä. Oikein suunniteltuina

LED-valaisimet eivät myöskään kuumene. LED-valaisimet on lisäksi helppo asentaa. Ne sietävät hyvin tärinää, eivätkä sisällä rikkoontuvia osia, joten ne ovat lähes huoltovapaita.

CONCEPT i LINE -tuotteiden käyttöikä on jopa 50 000–60 000 tuntia, jonka jälkeenkin valovoimasta on vielä jäljellä 70 prosenttia. Käytännössä tämä tarkoittaa, että LED-valaisimien elinikä on normaaleissa olosuhteissa jopa 25 vuotta.

”Luvut perustuvat noin kuuden tunnin päivittäiseen käyttöön”, Salo täsmentää.

OPTIIKKAA OPTIMOIMASSA Hella Lighting Finlandin kokemus LED-valaisimien suunnittelusta, valmistuksesta ja käytöstä antaa oikeuden syvään rintaäänäen käyttöön. Hella Lighting Finlandilla on myös oma optiikkasuunnittelu, joka takaa tuotteiden laadun.

”Meillä on 15 hengen tuotekehitysryhmä, johon kuuluu kaksi optiikkasuunnittelijaa”, Salo kertoo. Yrityksellä on kattava valo- ja ympäristölaboratorio, ja kaikki tuotteet testataan perusteellisesti – sekä itse että puolueettoman ulkopuolisen tahon toimesta.

Pääsiäisen jälkeen Hella iski kyntensä ensimmäistä kertaa myymäläsuunnitteluun, kun kauppakeskus Skanssin Sonera Kauppa sai oman LED-ratkaisun. Kyseessä on muutaman

metrin pituinen myyntipöytä, johon aseteltuja matkapuhelimia valaisevat kattoon upotetut spotit.

”Kohteessa on käytössä Universal Design -tuotesarjaan kuuluva S102, jossa on 4 000 K neutraali värilämpötila”, kertoo Salo.

Hellalaiset odottavat nyt palautetta spoteista – ja mikäli Skanssin pilotti osoittautuu menestystarinaksi, konsepti on helppo monistaa.

”Upotettavien spottien lisäksi meillä on tulossa tehokkaita kiskovaloja loppuvuodesta”, Salo vinkkaa.

ELINKAARIAJATELU KUNNIAAN Salo uskoo alkaneen vuosikymmenen tarjoavan muhkeita mahdollisuuksia laadukaille LED-tuotteille. Vihreiden arvojen ohjatessa kulutusta enenevässä määrin, yhä useampi valitsee LEDin. Toisaalta myös kukkaronsa nyörejä tiukkaan varjelevat vakuuttuvat nopeasti LEDin ylivoimaisuudesta.

”LEDillä aikaansaavat säästöt ovat yllättävän suuret, vaikka LEDin hankintakustannus onkin suurempi kuin mihin on totuttu”, Salo toteaa ja muistuttaa, että ihmisten pitäisikin oppia katsomaan tuotteen koko elinkaarta ja suhteuttaa hintapolitiikkaa sen kautta.

”Sitten taas liiketiloissa on käytössä paljon halogeenejä, jotka tuottavat lämpöä. Tällöin tila pitää kuitenkin viilentää jollain konstillalla ja taas energiaa kuluu”, Salo vertailee. ■

LUOTETTAVA LASI- JA METALLITALO



Yhdistämme vaivattomasti ja ammattitaidolla kaikenlaiset lasit ja metallit näyttäväksi rakennkokonaisuuksiksi.

Ariglas Oy
PL 52, Taskalinnmäentie 7, 49401 Hamina
puh. 05 344 4950, faksi 05 344 4955
ari.ala-turkila@ariglas.fi, www.ariglas.fi

**JULKISIVUT HALUTULLA PINNALLA
KUTEN HIOTTU, GRAAFINEN,
HIENOPESU, LAATTA, TAIVUTETTU
LUONNONKIVI. PARVEKE-ELEMENTIT,
VALMISKYLPYHUONEET,
ERIKOISTYÖT PIIR. MUKAAN.**



Betoniluoma Oy
PL 37, 64701 Teuva
puh. 0108 410 140, faksi 0108 410 154
info@betoniluoma.com, www.betoniluoma.com

STOCKMANN HERKKU – VÄLISEINÄMUURAUKSET

Larmix Oy

Rakennamme laadukkaasti ja asiakkaan toiveen mukaisesti:

- vaativat betonirakenteet
 - sairaalat, koulut
 - toimisto- ja julkiset rakennukset
- Projektinjohto, -KVR- tai kokonaisurakkana

Lyhtykuja 6, 00750 Helsinki
puh. 09 440 052, faksi 09 440 053
www.larmix.com

JO VUODESTA 1848 ALKAEN – KOKEMUS TUO NÄKEMYSTÄ



Cares for your image

Ravintolatekstiili-, matto-, hygieni-,
työvaate-, henkilönsuojain-, yrityslehja- ja
teollisuuspyyhepalvelut

Lindström Oy
Hermannin Rantatie 8, 00580 Helsinki
puh. 020 111 600
www.lindstrom.fi

TULOSTAMME YKSILÖLLISTÄ ILMETTÄ TILAAN



Seiniin tapetoinnit, teippaukset taulut ja
valokaapit ym.

Lattiolle matot ja tilanjakajat ym.

Ikkunoihin kankaat, teippaukset ja somisteet ym.

Kattoihin valaisimet, roikot, opasteet ja
bänderit ym.

PixMill Oy
puh. 020 755 9600
www.pixmill.fi

FANTASIA RAKENNE

Fantasiarakenne on erikoistunut
elämyksellisen tilan suunnitteluun ja
rakentamiseen. Teemoitettu ympäristö
syntyy yhdistämällä skenografinen ja
teatteritekniikan osaaminen.

Fantasiarakenne Oy
Minna Canthin katu 4 A, 4.krs, 70100 Kuopio
puh. 0201 555 420, faksi 0201 555 429
jere.ruotsalainen@fantasiarakenne.fi
www.fantasiarakenne.fi

SEURAAVASSA NUMEROSSA

ESITTELYSSÄ MM.

MEILAHDEN

SAIRAALA-ALUEELLE

VALMISTUVA

KOLMIOSAIRAALA



prointerior

KAIKKI MARKKIISIT JA KAIHTIMET



**Kaidin Pukkila on uuden ajan aurinko-
suojatuotteiden sisustusmyymälä!**

Voit tilata myös ilmaisen kotiesittelyn:

Soita ja kysy lisää!

www.puukaidin.com

Viinikankatu 36, Tampere

Puh. 03 3122 0900

Avoimena: ma–pe 10–17, la 10–14





CitySpirit



eW Reach Powercore



LuxSpace



Spot LED 3



ArcTone

Lediosaamisen kirkkaimmassa kärjessä

Ledivalaistus on räskyvän värikästä, hillityn tyylikästä, kaunista korostusta – tai mitä vain, niin sisällä kuin ulkonakin. Philipsin laajalla, innovatiivisella valikoimalla toteutat haasteellisimmatkin projektisi. Philips on luotettava yhteistyökumppanisi. www.valaistus.philips.fi

PHILIPS
sense and simplicity



"Kilometriedulla säästämme muutakin kuin aikaa ja rahaa."

Asia on pihvi, nähdään taas ensi viikolla", sanoi Kimmo. Kokous savonlinnalaisen arkkitehti-toimiston ja helsinkiläisen asiakkaan välillä oli päättynyt.

Nykytekniikan ansiosta asiat oli helppo hoitaa kasvotusten ilman, että kenenkään tarvitsee poistua työpaikaltaan. "Suurin osa kokouksista sujuu nykyisin verkkopuheluilla. Eipä tarvitse enää turhautua tuntikausia auton ratissa. Ja kaiken seurauksena autovakuutusmaksumme ovat pienentyneet", kertoo arkkitehtitoimiston vetäjä Kimmo.

"Kimmon arkkitehtitoimiston vuotuiset ajokilometrit tippuivat alle 20 000:een

kilometriin. Tämän vuoksi he maksoivat 15 % vähemmän autovakuutusmaksuja", Mikko Vanhanen Ifistä kertoo.

Savonlinnalaiselle arkkitehtitoimistolle Ifin tarjoama kilometrietu on ollut niin edullinen, että se on sijoittanut säästöt henkilöstön sairaanhoitovakuutukseen.

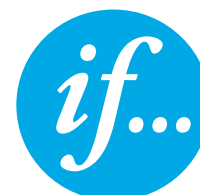
"Nyt hommat toimivat varmemmalla pohjalla, ja henkilökunnan yhteishenki on yhtä huppea kuin vanhan ajan nuorisoseurassa. Luontokin kiittää, kun turhat ajelut ovat vähentyneet", toteaa Kimmo tyytyväisenä.



Pyydä tarjous osoitteesta if.fi



Yritysten ja yrittäjien tarpeet ovat yksilöllisiä. Siksi on tärkeää valita kumppaniksi vakuutusyhtiö, joka todella tuntee toimialasi riskit. Saat heti käyttöösi parhaimmat asiantuntijat sekä laajan kokemuksemme riskienhallinnasta. Valitse oikea kumppani, me valitsemme yrityksellesi oikeat vakuutukset.



Ole huoletta. Me autamme.