

KEYİFLİ MEKANLARDAKİ İMZA

"BURASI BENİM HAYALLERİMDEKİ YERE ÇOK BENZİYOR HATTA EDEBİLDİĞİMDEN BİLE DAHA HOŞ OLMUŞ" DİYE DÜŞÜNÜŞTÜM PEPPER MILL'E İLK GİRDİĞİMDE...

DUBAİ'DE ALIŞ VERİŞ MERKEZİ YAPAN, İSTANBUL BAŞTA OLMAK ÜZERE ANKARA, İZMİR, ANTALYA VE ESKİŞEHİR'DE BİRBİRİNDEN FARKLI PEK ÇOK KEYİFLİ MEKANA İMZA ATAN ÜNLÜ MİMAR CÜNEYT ONUR'UN ELİNDEN ÇIKMIŞ...

BU AY, CO MİMARLIK'IN SAHBİBİ CÜNEYT ONUR'U KONUK ETTİK SAYFALARIMIZA...

Mimar Cüneyt Onur kimdir? Bize kendinizden kısaca bahseder misiniz?

Cüneyt Onur: 1964 Ankara doğumluyum. 1990 senesinde Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık bölümünden mezun oldum. 1993 senesinde iki ortağımla beraber mesleğe atıldım. Bugün CO Mimarlık Ltd. Şti. adı ile kendi adıma devam ediyorum.

İstanbul'da yaşayan bir mimar olduğunuz halde Ankara'da adınızı sık sık duyuyoruz...

C.O: Ankara doğumlu olmam hatta askerliğimi Ankara'da yapmış olmama rağmen 2000 senesine kadar Ankara ile hiç iş bağlantım olmadı. 2000-2001 senesinde ilk olarak Ankara'da Armada AVM içinde Tadım Pizza Restoran dekorasyon uygulamasını yap-

tık. 2002 yılında Bilkent Ankuva AVM içinde Kyma ve 2003 senesinde Peppermill projeleri sonrasında Ankara'dan sık sık davet alır olduk. *Ankara'da kaç mekanda imzanız var? Hangi mekanları yaptınız?*

C.O: Ankara'da yirmi sekiz restoran, cafe, pastane ve eğlence merkezi gibi mekanda hizmet verdim. Dekorasyonunu yaptığım markaların çoğuna birden fazla mekan uyguladım. Kyma, Peppermill, Rollhouse, Kukla, Mirror, Balıkçıköy, Yeşim, Tadım Pizza gibi markaların bir kısmının doğmasında, bir kısmının genişlemesinde mimar olarak katkıda bulundum.

Ankara'da son bitirdiğiniz proje hangisi?

C.O: Son olarak hizmete açtığımız proje Bilkent Ankuva AVM içindeki Kyma 2008 senesi Eylül ayı itibarı ile hizmete açıldı. Bu projedeki katkımın sadece dekorasyon konseptinde olmadığını, işletme konseptinde de katkı olduğunu düşünüyorum.

Bir projenin tasarımına nasıl başlıyorsunuz?

C.O: Öncelikle bunun bir ekip işi olduğunu belirtmek gerekir. Bu sorulara cevap verirken işin mutlak kısmında bulunan tüm tasarım ekibinin fikirlerinin projeyi geliştirdiğini hatta bazen tamamını oluşturduğunu söylemek isterim. Bu grup çalışmasının özveri ve konsantrasyonu da mekanın kaderini etkileyebilir. Eğer bahsettiğimiz mekan restoran ya da cafe gibi halka açık sosyal bir mekan ise o zaman mevcut ya da aday işletmeci ile teorik toplantılar yaparız. Ürün (menü), hedef kitle, kişi başı beklenen ciro gibi konulardaki sorularımıza açıklık getirmelerini talep ederiz. (Bahsi geçen mekan; ev ya da bir ofis olsaydı, o zaman kullanacak kişinin yaşamsal alışkanlıkları, sosyal statüsü gibi konularda bilgi sahibi olmak isterdik.) Bu cevaplar sonrasında, mekanın bağlı olduğu fiziki

bölge, sosyal ve ekonomik yapı, rekabet koşulları hakkında gözlemler yaparız. Bu araştırma ve tanımlanmış sipariş sonrasında; içinde mimari konsept, renk doku ve malzemenin olmadığı taslak ve raporlar ile ve kişisel fikirlerimizi müşterilerimiz ile paylaşıyoruz.

İlk taslaklarımız (avan proje) daha çok yerleşimin çalışıldığı yani mekanın fiziksel kullanımının tasarlandığı çalışmalardır. Sizin mimari ekol, moda, malzeme, doku, renk olarak bütün olarak algıladığınız tasarım dekorasyon çalışmasından önce bu tip bir ön araştırma ile başlar. İşte dekorasyon projesi dediğimiz çalışmalar bizce bu aşamanın sonrasında oluşur.

Çevre, hedef kitle, ürün gibi olgulardan bahsettiniz.

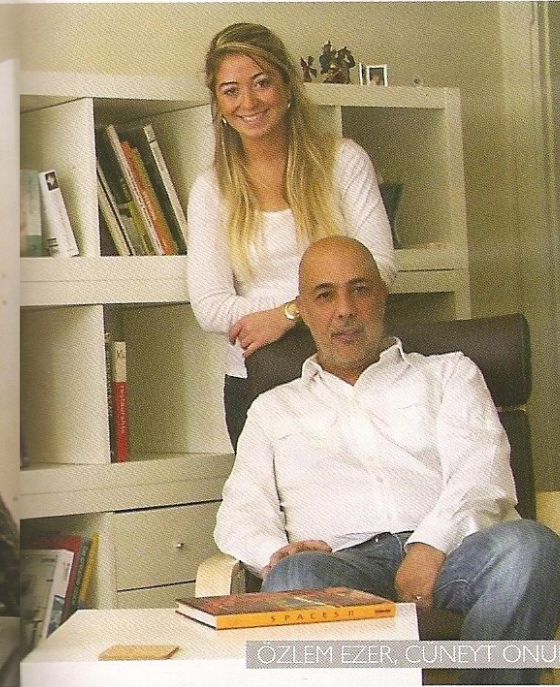


ÖZGÜ GÜVENLİ, BURAK HAYTA

Tasarımı bunlar mı şekillendiriyor?

C.O: Evet. Örnek olarak Kyma'yı seçelim. Sattığı ürün (menüsü) ki bu konuda da ilave önerilerimiz oldu. Bu menünün sunulacağı hedef kitle ve sosyal çevresi bu mekanın ana karakterini, kişiliğini hatta mekanın cinsiyetini belirlememizi sağladı.

Bence; özellikle restoran, cafe gibi mekanların, kendi dekorasyon kişilikleri olduğu gibi cinsiyetleri de vardır. Hedef kitesinin içinde kendini iyi hissedeceği, mutlu olacağı bir mekan için doğru çizgi, doğru malzeme, doku, renk ve doğru ışığın tasarlanması gerekir. Çünkü hedef müşteri satın aldığı lezzet ve hizmet ile beraber, mekanın genel konsepti ve atmosferini de kiralamış olur. Restoran ve cafe gibi sosyal mekanlar sadece karın doyurmak için gitmediğimiz, topluma bütünleştiğimiz, sosyal olduğumuz, bu ihtiyaçlarımızı karşılarken bir şeyler yediğimiz veya içtiğimiz mekanlardır. Müşteri daha önce hiç gelmediği bir mekanda önce, ait



ÖZLEM EZER, CÜNEYT ONUR

olduğu ya da içinde bulunmak istediği sosyal statü uygunluğunu denetler, ayrıca içinde bulunmaktan zevk alacağı, kendini mutlu hissettirecek konsepti kiralar sonrasında o mekandan lezzet ve hizmeti satın alır.

Dolayısı ile mekan kurgusu ya da dekorasyon tasarımına başlamadan önce tüm bu olgular, sorumluluk bilincimizle beraber bize ışık tutar. Sorumluluk bilincimiz dedim, çünkü mimarın kendi egosu ya da mimari komplekslerinden arınmış olması gerekir. Sonrasında ise o mekanın tasarımı suyun akışı gibi kendiliğinden oluşuyor.

ZAMAN ZAMAN MODA OLMUŞ BU EKOLLERE AIT KENDİMCE YORUMLAR YAPTIM. MODA AKIMLARININ NE ARKASINDA NE DE ÖNÜNDEYİM.

Tasarladığınız mekanlarda sizi nasıl tanırız?

C.O: Tanıyamazsınız ve bence tanımamalısınız da... İmza attığım tüm mekanlar çocuklarım gibi. Doğumlarında bulundum. Çoğu üniversiteye gidiyor ve hemen hemen hepsinin kardeşleri, şubeleri için de hizmet verdim. Anlatmak istediğim; çocuklarının hepsinin farklı karakterleri ve amaçları olduğu. Her birinin konseptleri, çizimleri, dokuları ve renkleri farklı. Benzer menüü satan, benzer sosyal çevre ve aynı hedef kitleye servis veren mekanlara hizmet ettik ve daha önce söylediğim gibi farklı fiziksel özellikleri ve kişilikleri var.

Hangi mimari akım, hatta hangi rengi kullanmayı seviyorsunuz?

C.O: Herhangi bir mimari akıma diğerlerinden daha yakın değilim. Hatta bir ekol ya da bir rengin tek doğru olduğuna inanmıyorum. Özellikle renklerin dili

olduğuna inanıyorum. Bir mekan, mor-beyaz da olabilir, kırmızı ya da siyah da. Bunların hepsini de uyguladım. Ankara da imza attığım yirmi sekiz restoran projesinde her markanın akımı da rengi de dokusu da farklıdır. Zaten benzer olmamalıdır da... Aksi takdirde hepsinin tek bir kişiliği olurdu... Ya da ben kendim için mekanlar yapmış olurum. Bu durumda kendimi tekrar etmiş ayrıca kendimi yenilememiş ve düşüncelerimle ters düşmüş olurum...

Bir modanın var olabileceğini inkar etmiyorum. Ancak bu modanın takipçisi değilim. Zaman zaman moda olmuş bu ekollere ait kendimce yorumlar yaptım. Moda akımlarının ne arkasında ne de önündeyim. Ama bir mekanın karakteri varsa, bağlı olduğu bir ekol olabilir. Ancak bu moda olmayabilir.

Kyma hangi mimari akıma daha yakın?

C.O: Kyma aslında genç, çok dinamik, çlgın ve rahat bir kişilik. Hedef kitlesi Bilkent Üniversitesi öğrencileri, çevresinde konuşlanmış işyerlerindeki beyaz yakalılar, çiftler, rahat sohbet etmek isteyen hanım grupları, toplantı mekanı ve akşam yemeklerinde de ek olarak ailemizin rahat ettiği bir restoran. Tüm bu müşteri gruplarını gün içinde sürekli olarak gözlemleyebilirsiniz.

Kyma, direkt olarak bir ekola ait değil ama loft mimariye yakın olabilir. Çünkü malzeme olarak bazı duvarlar beton görüntüsü olduğu halde, yerde masif mantar parke uygulandı ve aydınlatma armatürleri atölye tipi olarak seçildi. Kyma'yı tarif etmem gerekirse rahat, çok rahat, aydınlık ama insanların kendini güzel hissedeceği kadar loş, çok renkli ama sade, basit ama net, çok samimi ayrıca potansiyel müşterinin talep ettiği çizginin de bu yönde olduğunu düşünüyorum. ■

Adres:
CO Mimarlık Dekorasyon İnşaat ve Dış Tic. Ltd. Şti.
Cemil Topuzlu Cd. No:9A Blok D:10
Selami Çeşme - İstanbul
Tel: 0216 368 42 26
www.comimarlik.com



PEPPERMILL - EMEK



KYMA - BİLKENT



BALIKÇIKÖY - TUNALI



HAYALHANE