

Diego Burdi

Paul Fiek

**Burdick** is a creative interior design firm based in Chicago. Burdick is responsible for the creation, development and execution of the design and branding for many iconic brands, including 7-Eleven, Disney, Vineyard Vines, and others. Burdick is a team of creative professionals who use design to create solutions and reflect our clients' changing customer needs as their offering changes. With a staff of 35 employees, the 17-year-old company is headed by Managing Partner Paul Fiek, and Creative Partner Diego Burdi.

Interview & Editor: Lee Han

**버디필릭 :** 버디필릭은 브랜드를 위한 인테리어 디자인 회사이다. 이들은 W 호텔, 스테이츠만 빌딩, 홈즈 렌트코, 브라운 토마스, 클립 오토, 나이키 등 아이코닉한 브랜드들을 위해 창조적인 해답을, 각 브랜드의 디자인 아이덴티티를 유지시키는데 일조해왔다. 버디필릭은 각 클라이언트들이 상대하기 되는 고객의 변화하는 요구에 부응하는 디자인을 실현한다. 35명의 직원을 두루마일 퍼스트를 통해 브랜드 크리에이티브, 브랜드 디자인, 버디필릭 사무소는 17년에 걸쳐 운영하고 있다. (출처: 버디필릭)





MURALE

Burdifilek, an interior design firm widely known for successful commercial design projects, has created remarkable spaces working closely with artisans and companies in various fields. Characterized by opulent and ornamental spaces, their works induce the participation of customers by presenting stories that captivate people. Thanks to a thorough research on finishing materials, the spaces stimulate one's sensibility with every step. The design philosophy of the firm is to embrace refinedness and creative intelligence. Burdifilek was commissioned to work for major fashion brands including Club Monaco, Holt Renfrew and Brown Thomas, who sympathized with the designers. In their successive projects, they proposed design that transcended the trends by seamlessly combining their own creative vision with refinedness, and helped elevating their brand image to a higher level. They have designed spaces to sell everything from couture to cell phones to jeans to condos to lipgloss, etc; each product requires a different solution in an entirely different fashion. They enjoy the challenge finding the best possible way to solve that puzzle.

**Tell us about your backgrounds. How did you become interior designers? Tell us the story of how your studio got started.**

Paul Filek and Diego Burdi both studied Interior Design at Ryerson University in Toronto, where we had the opportunity to explore creatively and hone our skills. After a few years in the workforce we decided to branch out on our own, founding the interior design firm Burdifilek. The firm's success speaks to how well our individual strengths and personalities complement one and other. After 17 years of growth, the firm's insight and breadth of knowledge extends to all facets of commercial design, having had experience in every category from fashion apparel, to real estate development and hotel design, for both small privately owned companies and large multi-national organizations.



MURALE

성공적인 상업디자인으로 크게 주목 받고 있는 버디필렉은 다양한 분야의 장인들과 기업과 긴밀하게 협력하여 완성도 있는 공간을 선보여왔다. 화려하여 장식적인 이들의 작업은 사람들을 현혹시킬 스토리를 담아 방문객의 참여를 적극적으로 이끌어낸다. 걸음을 옮길 때마다 새로운 현안을 드러내며 감성을 자극하는 공간들은 모든 세세한 요소까지 철저하게 계산된 마감재에 대한 연구가 뒷받침 되었기에 가능하다. 이들의 디자인 철학은 세련미와 창의적인 자성을 포용하는데 있다. 이들이 지향하는 세련미에 공감하는 클럽 모나코, 홀트 렌프루와 브라운 토마스 등의 비류 브랜드의 호응으로 궁극한 프로젝트를 지속적으로 담당해 왔고, 자신들의 창의적인 비전과 특유의 뛰어난 세련미를 유연하게 혼합하여 트렌드를 선도하는 디자인을 제안함으로써, 브랜드의 이미지를 한 단계 높은 차원으로 이끌어 내는데 일조했다. 이들은 맞춤 장식에서부터 휴대폰, 창바지, 콘도미니엄, 립글로스 등 다양한 제품의 판매 공간을 디자인 해왔으며, 각 프로젝트마다 이전에 존재하지 않았던 방식 으로 공간을 풀어내기 위한 고민을 최우선으로 생각했다. 버디필렉은 가장 좋은 방법을 찾아내기 위해 고민하는 그 시간을 즐긴다.

백그라운드에 대해 듣고 싶다. 인테리어 디자이너가 된 계기가 있는가? 스튜디오의 시작단계는 어떠했는가? 폴 필렉과 디에고 버디는 모두 토론토의 라이어슨 대학교 에서 인테리어 디자인을 공부하면서 창의력과 솜씨를 키웠다. 그러고 몇 년 동안 실무에서 일한 뒤 독립하기로 결정하고 인테리어 디자인 회사 버디필렉을 설립했다. 우리 회사가 성공한 것을 보면 우리 두 사람 각각의 경험과 개성이 서로 얼마나 잘 보완해 주고 있는지를 알 수 있다. 17년 동안 성장한 지금 우리 회사는 그동안 소규모의 개인 회사에서부터 대형 다국적 기업에 이르기까지 다양한 건축주를 위해 패션 의류에서부터 부동산 개발과 호텔 디자인에 이르기까지 다양한 종류의 작업을 맡으면서 통합 력과 지식 범위가 상업 디자인의 모든 방면으로 넓어졌다.





HOLT RENFREW DESIGNER COLLECTIONS



HOLT RENFREW DESIGNER COLLECTIONS

#### Is there a design process that is unique to Burdifilek studio?

Our creative success has always been driven by the challenge of working with new products and new clients. We approach each assignment with an open mind and look for the unique design opportunities within each project. We try not to get caught up in preconceived ideas we have about the brand, allowing our studio full creative exploration, and then we work from there to define the design language. We are also always asking questions and challenging convention, trying to push each other and our clients to achieve the best possible result.

#### What are the stuffs that inspire you with creative ideas?

Our studio is constantly inspired by things we come across in our travels and in daily life; by art, fashion, artisans, technology... and by the world around us.

#### With each project you are creating a space that appropriately combines very diverse colours, fabrics and finishing materials. How do you handle the study of materials?

The selection of materials is always very brand and site specific. We are constantly exploring and customizing as much of the materiality as possible; we work very closely with our suppliers to realize the studio's vision, and challenge our suppliers to create something new. We are always trying to push the boundaries of possibility. The material and finishes act as signature elements within the project design, unique to that client, and for that reason we need to be perpetually re-inventing and exploring different options.

#### When you work on a space you create a controlled design so that visitors would be attracted to the products themselves than to the design details. What do you think are the most important points when designing a retail space?

Retail design should always ultimately be about the product, we strive to create environments that



HOLT RENFREW DESIGNER COLLECTIONS

당신 스튜디오만의 독특한 디자인 프로세스가 있다면 알려달라.

우리 성공의 비결에는 언제나 새로운 제품, 새로운 건축주의 함께 일하는 데에서 오는 희열이 자리 잡고 있다. 우리는 개성적 마물가집으로 각 과제에 접근하며 각각의 프로젝트 내에서 독특한 디자인 기회를 모색한다. 브랜드에 대해 우리가 갖고 있는 틀에 박힌 아이디어에 갇히지 않으려 노력하면서 창작을 위한 답답에 우리 스튜디오가 온전히 나설 수 있도록 하며, 거기서 출발하여 디자인 언어를 정의한다. 우리는 또 늘 질문을 던지고 관습에 의문을 제기하면서 우리 서로를 또 건축주를 자극하여 있을 수 있는 최상의 결과를 얻고자 한다.

매 프로젝트마다 굉장히 다양한 색조와 패턴, 마감재 등의 적절한 배합으로 공간을 연출해오고 있다. 재료에 관한 연구는 어떤 식으로 진행되는가?

재료의 선택은 항상 브랜드와 장소에 따라 달라진다. 우리는 늘 재료에 대해 최대한 많은 부분을 탐구하여 개개의 프로젝트에 따라 맞춰낸다. 우리는 우리 스튜디오의 이상을 실현하기 위해 재료 납품자와 긴밀히 협력하며, 납품자들을 자극하여 새로운 것을 만들어내도록 한다. 우리는 언제나 가능성의 한계를 넓혀 나가고자 노력한다. 재료와 마감은 프로젝트 디자인 내에서 테마 요소처럼 적용하며 건축주에 따라 다르게 적용한다. 그렇기 때문에 우리는 여러 가지 선택의 가능성을 끊임없이 재창조하며 탐구해 나가야 한다.

#### 당신에게 창조적인 영감을 주는 것들이라면?

우리 스튜디오는 미술, 패션, 공예, 첨단기술... 등 우리가 여행하면서 또 일상생활을 하면서 마주치는 사물과 우리 주위 세계로부터 끊임없이 영감을 얻는다.

디자인 디테일보다는 제품 자체에 방문객들의 관심이 가도록 절제된 디자인을 하는 것으로 알고 있다. 리타일 디자인을 할 때 가장 중점을 두는 요소가 있다면?



# BURDIFILEK



STRATUS VINEYARD

elevates the customer experience and beautifully showcase the merchandise without detracting from it. We achieve this by making the functional elements within a space intuitive, guiding shoppers through a carefully orchestrated experience. We create invisible detailing that supports the larger statements and also use focal points to drive circulation.

**Have there been any turning points in Burdiflek's history? What are the projects that provided the momentum in those moments? <W Hotel Atlanta>, for example, was a very fresh experimentation that allowed you to expand into hospitality design in addition to retail.**

There have been a number of events that have driven the direction of our business. Very early on we worked with Canadian retailer Jo Mimran who then owned Club Monaco (he has since sold the brand to Ralph Lauren). Working with Club Monaco in the mid '90s we were given the opportunity to expand and evolve a great brand concept and that work led us to our first New York Flagship. The second major coup came when we were invited by another iconic Canadian brand, Holt Renfrew, to design their Toronto Flagship store's main level. Despite the fact that our firm had never design a department store, or a retail space of that scale, the company recognised our firm's creativity and skill. The results surpassed everyone's expectations and projected the firm into a new category. That project was the catalyst which expanded recognition for our firm's talents globally and ultimately lead to a number of other international projects. Much like our entry into the department store world, when we started working with W we hadn't done very much hospitality work, but again, Starwood embraced our unique style and creativity and gave us the opportunity to design our first hotel, which will hopefully be the first of many.



DAVIDS

**What is the design market environment like in Canada? We are aware that you want to make an entry into Europe.**

We have actually worked extensively in Europe, primarily focused in Germany, UK, Ireland, and Italy. The Canadian market is very design-aware, and in general, there is a respect, appreciation and support for good design across the country. We have fortunately been well recognised as leaders in retail design and have been able to leverage that success across the US and Europe. We have always embraced working on projects around the world and would welcome the opportunity to expand our scope Eastward should the right opportunity present itself.

**Tell us about the projects you are currently working on.**

We are currently working with a number of well known Canadian retailers including Simons department store, and Bell Canada, the country's largest mobile phone provider. We have recently completed the 'Luxury Hall' in <Brown Thomas> Dublin Flagship, a 520m<sup>2</sup> space housing luxury jewellery, watches and gifts. This fall we will be moving forward with the design for the Thompson Residences, hotel-inspired living by the Thompson Hotel brand values, developed by Freed Development.

**What would you like to experiment with in the future? What are your objectives for the future?**

We would love to do more hospitality design and expand our reach further into the European and Asian markets. We would also love to apply our craft to special projects, be that a gallery, museum, airplane interior... we believe the possibilities are endless! 🍷



STRATUS VINEYARD

매장 디자인은 궁극적으로 언제나 제품이 중심이 되어야 한다. 우리는 고객 경험을 고안시키고 또 관심이 다른 데에 쏠리지 않도록 하면서 상품을 아름답게 선보일 수 있는 환경을 만들고자 애쓴다. 이러한 목표는 공간 내의 기능적 요소를 직관적으로 만들어 주도면밀하게 구성된 경험 속으로 소비자를 안내함으로써 달성한다. 더 큰 디자인을 뒷받침하는 보이지 않는 세부를 만들고 또 초점을 부여 하여 동선을 유도한다.

버디파일렉에 일종의 터닝포인트가 있었다면? 리테일 디자인에서 호텔 디자인으로 영역을 넓히게 된 W 호텔 애틀랜타 프로젝트도 굉장히 신선한 시도였을 듯 하다.

우리 사업의 방향을 결정짓게 된 계기가 다수 있었다. 아주 초기에 우리는 당시 클립 모나코를 소유하고 있던 캐나다의 유통사업자 조지프 미르만과 함께 있었다. 그는 나중에 그 브랜드를 랄프로렌에게 팔았다. 1990년대 중반에 클립 모나코와 함께 일하면서 우리는 더 큰 브랜드 개념

으로 확장, 전하할 기회를 얻었고, 그 때의 작업 덕분에 뉴욕 플래그십 프로젝트를 처음 맡게 됐다. 두 번째의 전기는 캐나다에서 우뚝 자리 잡은 또 하나의 브랜드인 홀트렌프루가 우리에게 토론토 플래그십 매장의 주 매장 층 디자인을 맡겼을 때였다. 우리 회사가 백화점 내치 그러한 규모의 매장 공간을 디자인한 권력이 없었는데도 홀트렌프루는 우리 회사의 창의력과 기술을 인정했다. 그 결과물은 모두의 기대를 뛰어넘어 그 브랜드를 새로운 경지로 올려놓았다. 그 프로젝트가 촉매가 되어 우리 회사와 재능이 국제적으로 알려져 궁극적으로 수많은 해외 프로젝트를 맡기에 이르렀다. 우리가 백화점 세계에 진입했던 때와 아주 비슷하게, W와 함께 작업을 시작했을 때에도 우리는 설계 작업에 대한 권력이 그다지 많지 않았다. 그렇지만 이번에도 스타우드는 우리의 독특한 스타일과 창의력을 높이 사서 우리의 첫 호텔이 된 프로젝트를 맡겼으며, 바라컨대 다음 계기로 앞으로 호텔 프로젝트를 많이 맡게 되었으면 한다.



DAVIDS

캐나다의 디자인 시장과 환경은 어떠한가? 유럽 쪽으로 작업을 넓혀가고 싶어 한다고 들었다. 사실 우리는 유럽에서 활발하게 활동해 왔다. 주로 독일, 영국, 아일랜드, 이탈리아에서 활동하고 있다. 캐나다의 시장은 디자인을 매우 중시하며, 일반적으로 말해 전국적으로 좋은 디자인을 존중하고 진가를 인정하여 뒷받침하는 분위기가 있다. 다행히도 우리는 매장 디자인의 신두 회사로 잘 인정받고 있어서 미국과 유럽에서 그 점을 활용 할 수 있었다. 우리는 언제나 세계 어느 곳의 프로젝트든 환영해 왔으며, 좋은 기회가 생기면 한다면 동일으로도 범위를 넓힐 기회를 얼마든지 환영한다.

**현재 진행 중인 작업은 무엇인가?**

현재 우리는 시몬스 백화점, 그리고 캐나다 최대의 이동 전화 공급자인 벨캐나다 등 캐나다의 유명 브랜드 다수와 함께 작업을 진행하고 있다. 최근에는 <브라운토머스> 더블린 플래그십 매장 내의 '허서리움'을 완성했다.

520m<sup>2</sup> 남짓한 면적의 고급 보석과 시계, 선물용품 매장이다. 올해 가을에는 프리드개발먼트가 개발하는 톰슨레지던스를 위한 디자인을 구체화하게 되는데, 톰슨 호텔 브랜드 가치에서 영감을 얻은 호텔식 생활 공간 프로젝트이다.

**향후 시도해보고자 하는 작업이나 앞으로의 목표가 있다면 알고 싶다.**

잠재 디자인을 더 많았으면 좋겠고, 유럽과 아시아 시장에서 우리의 영향력을 더욱 넓혔으면 한다. 또 클러티브 미술관 이든 비행기 인테리어든 특별한 프로젝트에 우리의 솜씨를 적용할 기회가 있으면 좋겠다. 가능성은 많이 있으니까!





Exterior view



View of the lounge

# BURDIFILEK

## THOMPSON RESIDENCE SALES CENTER

> SALES CENTER > Toronto

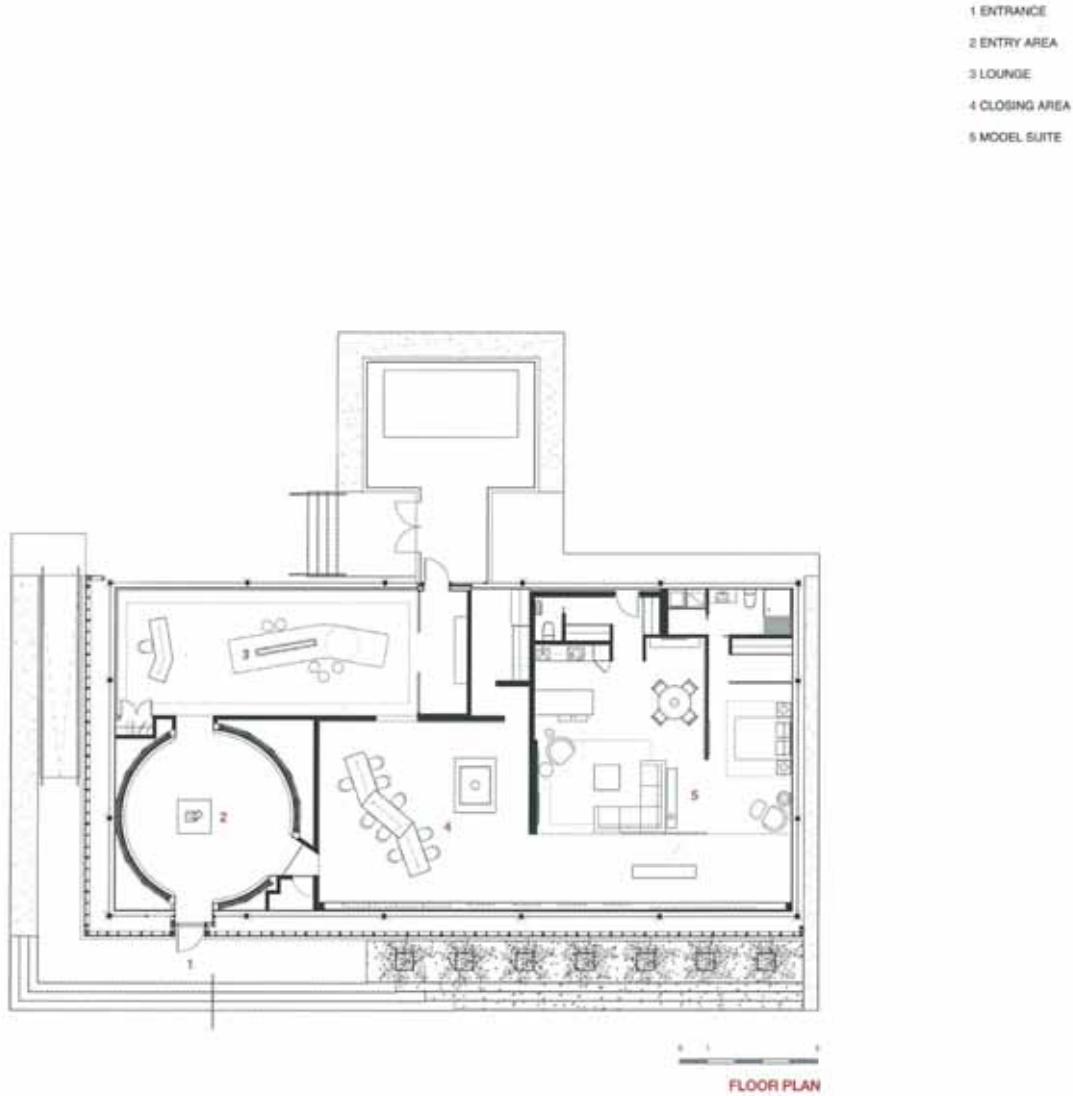
**Design :** Burdiflek **Design team :** Diogo Burdi, Paul Filek, Amy Chan, Spencer Lui, Thomas Moore, Anna Nornatovsky, Janice Kee Son, Sarah Gatenby **Client :** Freed Development **Location :** 621 King Street West, Toronto, Canada **Completion :** March 2010 **Built area :** 300m<sup>2</sup> **Photographer :** Ben Rubin/A Frame **Editors :** Lee Hamlin

<Thompson Residence Sales Center> is located at Toronto's Downtown art and design district. The sleek, reflective black facade of the Sales Centre attracts attention from passers by. The interior space is carved into 4 distinct areas: the entry, lounge, closing area and model suite; each devised from a singular vocabulary. Concave walls in the circular entry are bisected by a video installation introducing visitors to the development and leading them through to the lounge area. The lounge, in contrast, is a rich, warm tactile experience. Invoking a hotel lobby, the space is punctuated by a custom oyster-grey sectional and suspended wire art installation. The glossy-black stretched vinyl ceiling is contrasted by walls clad in mottled charcoal-chocolate coloured cork and lush custom-carpeted floors. Beyond the lounge, the space opens up to include the building model, sales area and finish selections all presented on a crisp, modern white backdrop. The model suite is uniquely positioned within the space, approached as if peering in through the exterior glazing. The space exudes comfortable, stylish sophistication. Eclectic furnishings range from modern to classic, with hand-picked details suggesting the carefully assembled fittings of someone with a clear sense of individuality. A quiet confidence is achieved with a palette of bold neutral tones complimented by touches of pale lavender. It's hotel-inspired city living at its best.

Text by Burdiflek

토론토 시내의 미술 다자인 거리에 있는 <톰슨리지던스 세일즈센터>가 최근 일반에게 문을 열었다. 광택 흑색의 미끈한 파사드는 지나가는 사람들의 관심을 끈다. 토론토의 개발사 피터 프리드는 버디필렉에게 톰슨 호텔그룹이 제시하는 라이프스타일을 압축적으로 표현할 수 있는 분위기의 연출을 맡겼다. 역시 버디필렉이 인테리어 디자인 및 앞으로 진행될 개발 사업은 314개의 콘도 및 로프트 세지던스 외에 멋진 옥상 풀장과 라운지, 바를 갖추게 된다. 이 세일즈 센터의 실내 공간은 진입구, 라운지, 계약구역, 모델 스위트 등 네 개의 구역으로 구획했으며, 각기 독자적인 어휘를 바탕으로 디자인됐다. 부드러운 라번더 라커로 마감한 원형의 진입구를 둘러싸는 벽면은 방문객에게 단지에서 대해 소개하는 비디오 설치물에 의해 양분되며, 방문객을 라운지 구역으로 안내한다. 그와는 대조적으로 라운지는 따뜻한 촉감의 풍부한 환경을 안겨 준다. 호텔 로비를 연상시키는 이 구역의 공간은 맞춤 제작하며 천장에 매달아 놓은 외이어 아트 작품이 공간의 강조점 역할을 한다. 비닐을 당겨 설치한 천장의 광택 흑색이 얼룩덜룩한 색 코르크를 위한 벽면 및 빛을 채찍한 목심한 카펫을 한 바퀴와 대비를 이룬다. 라운지를 지나면 건물 모델과 판매 구역과 마감재 전시물을 아우르는 공간이 드러난다. 모든 것이 깔끔한 벽색을 배경으로 살고 있다. 모델 스위트는 공간 내에 독특하게 자리 잡고 있어서, 외부의 유리를 통해 안을 엿보는 듯이 접근한다. 공간은 편안하고 세련된 멋을 풍긴다. 모던에서 클래식까지 이르기까지 여러 가지 가구를 배치했고 중성적인 따뜻한 색감에 얹은 라번더를 기이한 색조는 조화로운 분위기를 연출한다. 글 : 버디필렉





View of model suite



Model suite space exudes comfortable, stylish sophistication



# BURDIFILEK

## W HOTEL ATLANTA DOWNTOWN

**Design :** Burdifilek **Design team :** Diego Burdi, Paul Filek, Merrill Fung, Tom Yip, Jeremy Mendonca, Mariko Nakagawa, William Lau, Helen Chen **Client :** Starwood Hotels, W Hotels, Barry Real estate  
**Location :** 45 Ivan Allen Jr. Boulevard, Atlanta, Georgia 30308, USA  
**Completion :** December 2008 **Built area :** 18,580m<sup>2</sup> **Photographer :** Ben Rahn / A Frame **Editor :** Lee Hamin



View from entrance



Burdifilek has set a new standard in luxury hospitality with the creation of the new <W Hotel Atlanta Downtown>. The excitement the world has come to associate with W Hotels is reinterpreted with a verdant sanctuary that mimics the lushness of Georgia, while maintaining the brand's celebrated cosmopolitan edge. Just steps away from the bustle of a busy downtown, natural elements merge with a contemporary urban playground. This seductive Burdifilek retreat is ripe with sumptuous textures and rich tones that support innovative sculptural elements, all custom-designed by some of the most talented crafts-people in the world, including many renowned Canadian artistes. The multi-layered design reveals its hidden treasures progressively as guests move through the space, generating an understated, art-gallery effect. Undulating hand-carved solid walnut walls provide a rich backdrop to the entrance and lobby. Above three luminous check-in pods, a shimmering mobile, inspired by the underside of a tree canopy, features hundreds of metal leaves that float above the charcoal stone floor, refracting subtle light. A custom-designed metal sphere installation beneath a dramatic, scooped staircase lends even more theatrics to this exhibition. In the hotel Living Room, a requisite hive of activity for W properties worldwide, Burdifilek allows unconventional materials to drive the essential element of surprise. Bent-wood screens form sexy enclaves and curved seating merges with planting beds, while polished stainless steel lanterns cast a soft glow. A 6.7m water feature (at left) grounds the space, flowing from the ceiling through metal lilies to an onyx reflecting pool below. The garden party continues upstairs. Sultry guest rooms and suites, in shades of mulberry, teal or indigo, seduce the senses, extending the feeling of discovery initiated on the 1st floor. Luxe custom carpeting, soft linens, opulent Makassar wood and glossy acrylics infuse the environment with a slick and provocative veneer. Sensual spa bathrooms are just made for pampering, and spacious showers with full views of the room invite inventive ablutionary pastimes. All 140m<sup>2</sup> of the Extreme-Wow suite embody the purest opulence - a total escape from reality in every way. For business or pleasure, patrons of the new <W Hotel Atlanta Downtown> - from the creative worlds of music, film, fashion, art, design and beyond - will embrace the rare grandeur this haven offers with open arms, and come back for more time and again. Text by Burdifilek





View of floating shimmering mobile features hundreds of metal leaves refracting subtle light

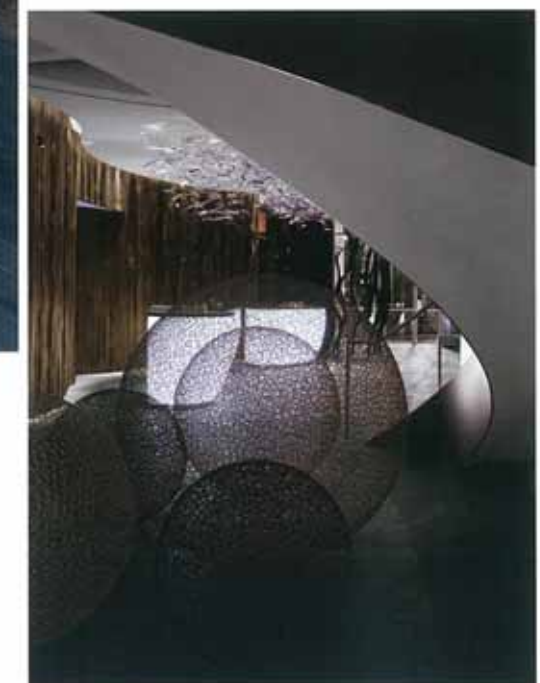


General view of living room in lobby area

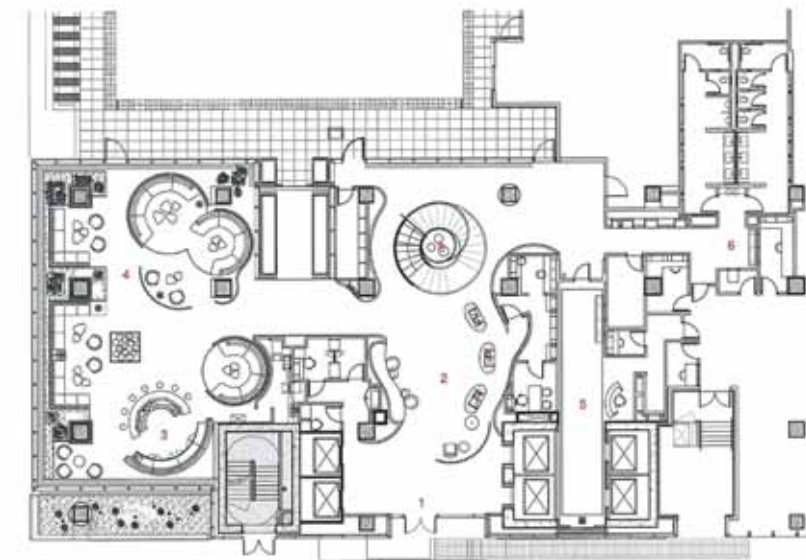
버디필릭은 새로 문을 연 <W 호텔 애플렌타 다운타운>을 통해 고급 점재 디자인에서 새로운 표준을 세웠다. 세계주의적인 이 브랜드의 뛰어난 장점을 그대로 유지하는 한편으로, 전 세계인이 W 호텔이라는 이름에서 떠올리는 흥분된 감정을 조지아의 무성함을 본뜬 푸르른 상어로 재해석했다. 부산한 시내 중심가로부터 겨우 몇 걸음 옮긴 곳에서 현대의 도회적 발달과 자연 요소가 어우러진다. 버디필릭이 디자인한 이 매력적인 문신처는 호화로운 질감과 풍부한 색조로써 캐나다의 여러 명인들을 비롯하여 승씨가 뛰어난 공예가들이 맞춤 디자인한 참신한 조각 요소들의 배열이 되어 준다. 디자인이 여러 커로 이루어져 있어, 손님들이 공간 속에서 움직임에 따라 그 속에 숨겨진 보물이 조금씩 드러나면서 차별한 아트갤러리 같은 효과를 연출한다. 호두나무 원목으로 수공으로 제작한 구불구불한 벽면은 진입구와 로비를 위한 풍부한 배경을 만든다. 고치 모양의 체크인 창구 세 곳 위로 기울거리는 모빌이 떠 있다. 나무를 아래에서 올라다본 모양에 착안한 이 모빌은 진회색 식재 바닥 위에 떠서 빛을 미묘하게 굴절시키는 수백 개의 금속 잎사귀로 이루어져 있다. 파란 듯한 극적 형태를 띠는 계단실 앞에는 맞춤 디자인한 금속구 설치물이 놓여 있어 극적 효과를 더욱 높여 준다. 전 세계 W 체인에서 반드시 갖추어야 하는 활동 중심구역인

호텔의 '리빙룸'에서 버디필릭은 일반적이지 않은 재료를 사용하여 의외성이라는 필수 요소를 선보인다. 목재를 구부려 만든 칸막이가 매력적인 구역을 만들고 곡선의 좌석이 화단과 어우러지는 가운데 광택 스테인리스스틸 전등이 부드러운 조명을 비춰 준다. 6.7m크기의 수조각들(원목)이 공간의 무게를 잡아주면서 천장으로부터 금속 백합꽃을 통해 그 아래에 있는 철목의 반사빛으로 흘러든다. 청원의 향연은 위층에서도 계속된다. 암자주색, 임회색, 또는 인디고를 주조색으로 하는 객실과 스위트가 감각을 유혹하며 1층에서 시작된 발견의 느낌을 이어간다. 화려한 맞춤 카펫, 부드러운 리넨, 풍부한 마카사르 목재와 광택 이크림이 매끄럽고 유혹적인 마감을 이루어 주위에 스며든다. 관능적인 스파 욕실은 탐닉을 위한 곳이고, 넓찍한 샤워에서는 객실 내부를 완전히 바라볼 수 있어 몸을 씻는 의식을 유희로 바꿔 준다. '익스트림-와우' 스위트의 면적 140m<sup>2</sup> 전체가 지운한 풍요로움을 그대로 구체화하고 있으며 모든 면에서 현실로부터 완벽한 탈출을 실현한다. 업무로든 휴식으로든, 음악, 영화, 패션, 미술, 디자인 등 창작의 세계를 품고서 새로 문을 연 <W 호텔 애플렌타 다운타운>을 찾는 손님은 이 파란치가 제공하는 보기 드문 희려함을 두 팔 벌려 받아들일 뿐 아니라 자꾸자꾸 찾아오게 될 것이다. | 버디필릭









1ST FLOOR PLAN



SUITE FLOOR PLAN

- 1 ENTRANCE
- 2 RECEPTION
- 3 BAR
- 4 LOUNGE / LIVING ROOM
- 5 CONDO LOBBY
- 6 TOILET
- 7 CHECK-IN POOL
- 8 STAIRCASE



Bedroom view in Suite



Bathroom view in Suite



# BURDIFILEK

## W HOTEL CONDOMINIUM SALES CENTER

**Design :** Burdiflek **Design team :** Diego Burdi, Paul Filek, Mariko Nakagawam, William Lau, Helen Chen, Anthony Tey, Anna Jurkiewicz, Edwin Reyes **Client :** Barry Real Estate **Location :** Atlanta, USA  
**Floor area :** 600m<sup>2</sup> **Completion :** February 2008 **Photographer :** Ben Rahn / A Frame **Editor :** Lee Hamlin



General view from entry



As part of the W Hotel Downtown Atlanta Hotel and Condominium project, Burdiflek was invited to design a <W Hotel Condominium Sales Center> that would wow. The 600m<sup>2</sup> space needed to elicit excitement and expand the profile of the development within the Atlanta community, generate interest in the project and provide an environment that would produce sales. The signature space references the sexy, sophisticated modernism of the hotel. Giving a sense of what living in a W Hotel property would be like; the sales centre draws guests in and fully engages them, creating a complete departure from the everyday. Luxurious finishes envelop visitors as the juxtaposition of rich texture, form and light create a backdrop for the unexpected. A sense of discovery is created through the use of reflective smoked-glass screens, giving a hint off what lays beyond. The grey-green mirrored emulsion glass was embellished with a textural pixilated leaf and flower motif that references the overall 'urban oasis' theme of the development. Clean lines are complimented by playful curved seating, custom carpets and glossy finishes. Black terrazzo flooring is contrasted in the closing rooms with chalky white walls. The unconventional materials palette is designed to inspire excitement and bring out a refined sense of discovery. A richly appointed model suite showcases sumptuous finishes seduces the senses. A fusion of custom furnishings, soft linens, subtle colours and careful lighting reveal an elegant sophistication that promises to delight and comfort. Furnishings from international manufacturers such as Minotti, B+B Italia and Knoll were curated and styled by Burdiflek to appeal to a discerning, design-conscious buyer. Every detail is perfectly considered to heighten the overall experience. The design of the <W Hotel Condominium Sales Center> projects a truly refined aesthetic, a signature space that fully engages and inspires.

Text by Burdiflek





Smoked-glass screens giving a hint off what lays beyond



W 호텔 다운타운 애크랜트 호텔·콘도미니엄 프로젝트의 한 부분으로서 버디발액은 <W 호텔 콘도 세일즈 센터> 디자인을 의뢰 받았다. 600㎡ 공간은 용분을 불러일으켜 이 개발 프로젝트의 위상을 애크랜트 지역사회의 내에서 확대하고 프로젝트에 대한 관심을 유발하며 찬양을 이끌어낼 수 있는 환경을 제공해줄 필요가 있었다. 테마 공간은 W 호텔의 색채하고 세련된 모더니즘을 가리키며, W 호텔이 만든 공간의 생활이 어떠할지를 느껴보게 한다. 청각 센터는 손님을 안으로 끌어들이며, 일상과는 완전히 다른 경험을 인거중으로써 적극적으로 관심을 갖게 만든다. 풍부한 질감과 형태와 빛이 어우러져 뜻밖의 것을 경험하기 위한 배경을 만드는 가운데 호화로운 마감재가 방문객을 에워싼다. 거울 효과가 있는 스모크 유리 칸막이를 사용함으로써 발견의 요소를 만들어 그 너머에 무엇이 있을지 암시를 준다. 여기에 사용된 회색색 유화 거울 유리는 픽셀화한 질감의 빛과 빛 도인으로 장식하여, 전체적으로 이 프로젝트가 주제로 삼고 있는 '도회의 오아시스'를

가리키도록 했다. 깔끔한 직선이 유화적인 곡선의 장식, 빛을 카펫, 광택 마감과 어우러진다. 검은 테라초 마감한 바닥이 파스텔 흰색의 벽면으로 둘러싸인 침실과 대기를 이룬다. 일반적이지 않은 재료들을 사용한 것은 흥미를 자아내 발견이라는 세련된 감각을 이끌어내려는 의도에서다. 풍부한 설비를 갖춘 모델 스위트는 호화로운 마감을 자랑하며 감각을 유혹한다. 맞춤 가구, 부드러운 리넨, 섬세한 색상, 주도면밀한 조명이 혼연일체가 되어 즐거움과 안락함을 보장하는 품위와 세련미를 드러낸다. 버디발액은 Minotti, B+B Italia, Knoll 등 세계적인 제조사들의 가구를 사용하여 공간을 장식함으로써 디자인을 중시하는 수준 높은 고객들의 관심을 끌고자 했다. 전체적으로 수준 높은 경험을 제공하기 위해 모든 세부 디자인을 완벽하게 고려했다. <W 호텔 세일즈 센터> 디자인은 진정으로 격조 높은 미학을 보여주며, 사람의 관심을 사로잡는 영감 가득한 테마 공간으로 완성됐다. 글 : 버디발액

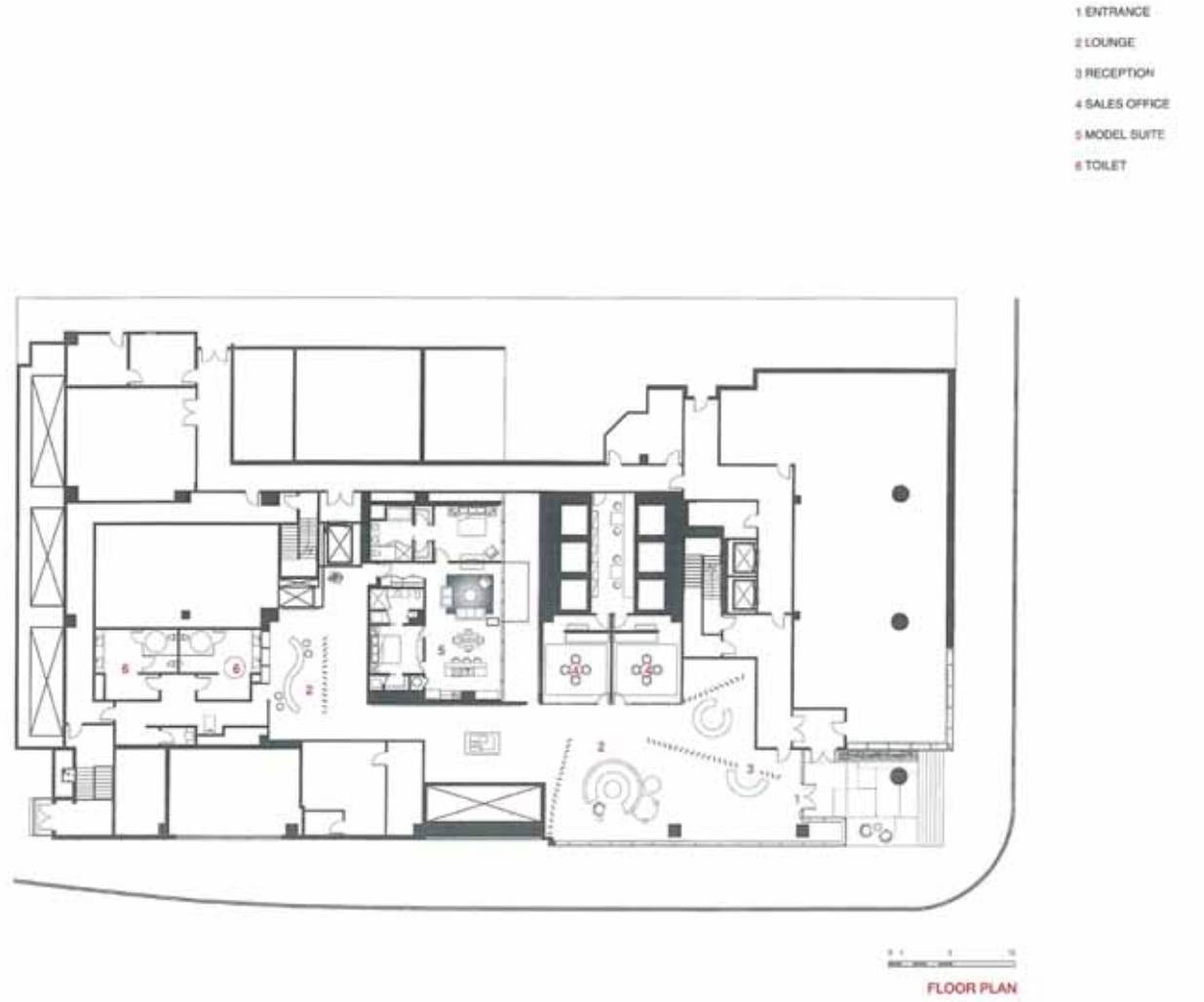




View of a lounge



View to sales office



View of bedroom in model suite



View of living room in model suite





View of contemporary zone



View of oceanic-blue display table in contemporary zone

# BURDIFILEK

## BROWN THOMAS

> SHOP > Dublin

**Design :** Burdiflek **Design team :** Diego Burdi, Paul Filek, Jeremy Mendonca, Helen Chen, William Lau, Anthony Tey, Jacky Ngan, Edwin Reyes, Anna Jurkiewicz, Amy Chen, Tom Yip **Client :** Brown Thomas & Co. **Location :** 88-95 Grafton St, Dublin, Ireland **Completion :** September 2008 **Built area :** 2,200m<sup>2</sup> **Photographer :** Ben Rahn / A Frame **Editor :** Lee Hamin

Burdiflek has reconceived the lost art of men's shopping at Dublin's <Brown Thomas>. The new Men's World lower concourse at the 160-year-old Grafton Street retailer reveals two distinct spaces that reflect the double-edged persona of today's gentlemen, deftly simulating the balance between work and play. The concept generates both a bespoke sensibility and a contemporary energy in ways befitting the intelligent, style-conscious 21st-century male. The Tailoring sector embodies a classic, Old-World subtlety, masculine and confident. An undulating solid walnut wall sculpture provides the focal point, mimicking the very fabrics it is highlighting. Rich Makassar ebony, custom wool carpeting and suede-paneled walls in chocolate brown, oyster white and soothing smoke grey together lend a traditional comfort to a refined and elegant backdrop. A Contemporary zone showcases the more playful and fashion-forward wares with a panoramic, sculpted layout - creating a seamless, art-gallery atmosphere. Punctuated with vibrant, oceanic-blue display tables and polished stainless steel, these environs are vigorous, functional and fun. The dual architectural language and role-playing of the two spaces commingle with a few shared design denominators. Ambient cove lighting compliments the unrushed serenity, while more focused lights help display colours and fabric textures in their truest form. Furniture and fittings are all custom designed by Burdiflek or commissioned, such as the Vladimir Kagan sofa in the Tailoring area. Soft, espresso-brown granite flooring grounds the space. A handsome change room adopts an amusing, lacquered bento box-like facade, secreting away the discerning international shopper for a few contemplative moments, before he emerges recharged, re-fitted, reworked - and ready for today's modern city streets. Brown Thomas is a landmark shopping destination in Ireland, part of the Wittington Investment Group, a worldwide company specializing in retail excellence. Text by Burdiflek





Panoramic view of contemporary zone



View from hallway to shoes area



View of shoes area

버디필름은 일어버린 남성 쇼핑의 묘미를 더블린의 〈브라운 토머스〉에서 되살려냈다. 그래픽턴스 프리트에 자리 잡은 160년 역사의 이 백화점에 새로 생긴 〈브라운 토머스〉의 남성복 매장은 오늘날의 신사가 지나는 양날의 인격을 반영하여 일과 놀이 간의 균형을 능숙하게 재현해내고 있는 두 개의 뚜렷하게 구별되는 공간을 드러낸다. 이 개념을 바탕으로, 스타일을 의식하는 21 세기의 지적 남성에게 어울리는 방식으로 맞춤 의복을 위한 감각과 현대적 에너지를 모두 이끌어 낸다. 테일러링 구역은 클래식한 옛 세계의 심세함과 남성미와 자신감을 구체화하고 있다. 호두나무 원목으로 기복을 넣어 만든 벽면이 그 곳에서 선보이고 있는 작품들을 그대로 흉내 내는 조각물이 되어 공간의 초점을 잡아 준다. 풍부한 마카사르 흑단, 맞춤 오직 카펫, 밤색 스웨이드 패널로 마감한 벽면, 회색과 차분한 흑색이 어우러져 세련되고 우아한 배경에다 전통적 인화감까지 더해 준다. 컨템퍼러리 영역에서는 넓게 펼쳐진 조각적인 배치 속에서 좀 더 재미있고 패션 지향적인 상품을 선보이면서 매끄럽게 이어지는 아트갤러리 분위기를 만든다. 강렬한 오션블루

진열대와 광택 스테인리스틸로 강조된 이곳은 에너지가 넘치고 기능적이며 재미있다. 두 공간의 역할과 이종의 건축언어는 몇몇 디자인 공통분모를 통해 서로 하나가 된다. 천장에서 이루어지는 간접 조명은 평온하고 여유로운 분위기와 잘 어울리는 한편, 좀 더 집중된 조명은 색상과 직물의 질감을 원래의 모습 그대로 진열할 수 있게 해 준다. 테일러링 구역의 Vladimir Kagan 소파를 비롯하여 가구와 설비는 모두 버디필름이 직접 또는 외부에 의뢰하여 맞춤으로 디자인했다. 부드러운 커피색 화강암 비단재가 공간의 기초를 잡는다. 멋진 탈의실은 레커 마감한 반합 모양의 재미있는 파사드를 채용하여, 안목이 높은 해의 손님들이 잠시 동안 호젓하게 관조의 순간을 보낸 다음, 새로 만든 새 옷을 입고 새로운 에너지를 얻어 오늘날 현대 도시 속의 거리로 나설 수 있도록 했다. 〈브라운 토머스〉는 아일랜드의 쇼핑 명소, 고급 쇼핑을 전문으로 하는 세계적인 회사 워싱턴인베스트먼트그룹의 일원이다. 글 : 버디필름

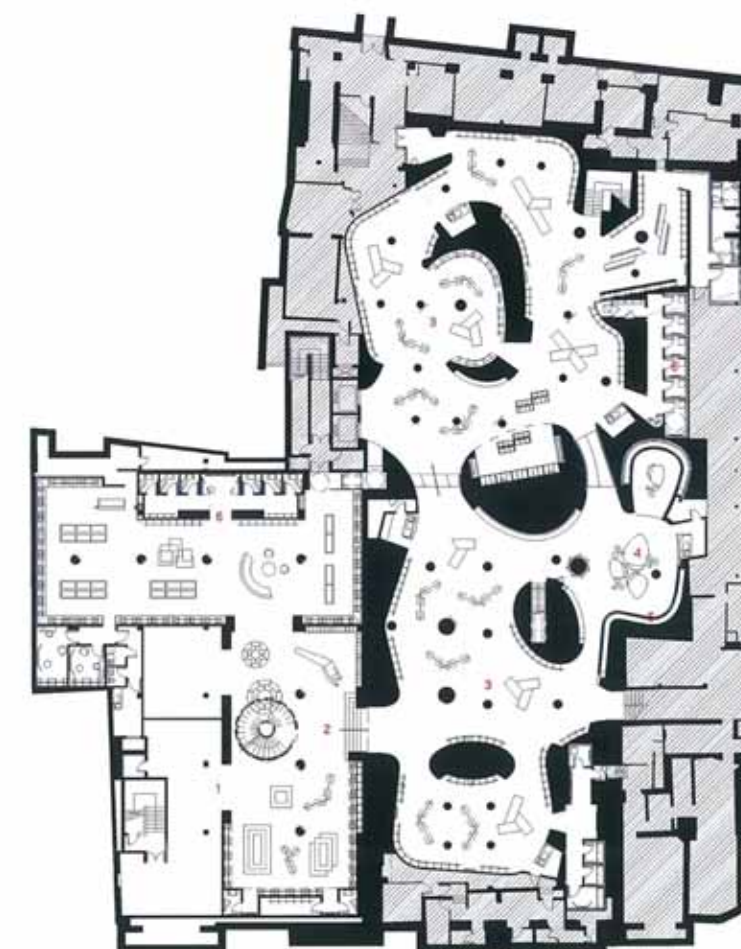




General view of the Tailoring sector with custom designed sofa



View of undulating solid walnut wall and glossy black pillar



1ST FLOOR PLAN

- 1 ENTRANCE
- 2 TAILORING SECTOR
- 3 CONTEMPORARY ZONE
- 4 SEATINGS
- 5 SHOES DISPLAY WALL
- 6 FITTING ROOM



View of change room with lacquered bento box-like facade





Walls, ceilings and floors merge into each other

# BURDIFILEK

> SHOP > Toronto

## CAPEZIO

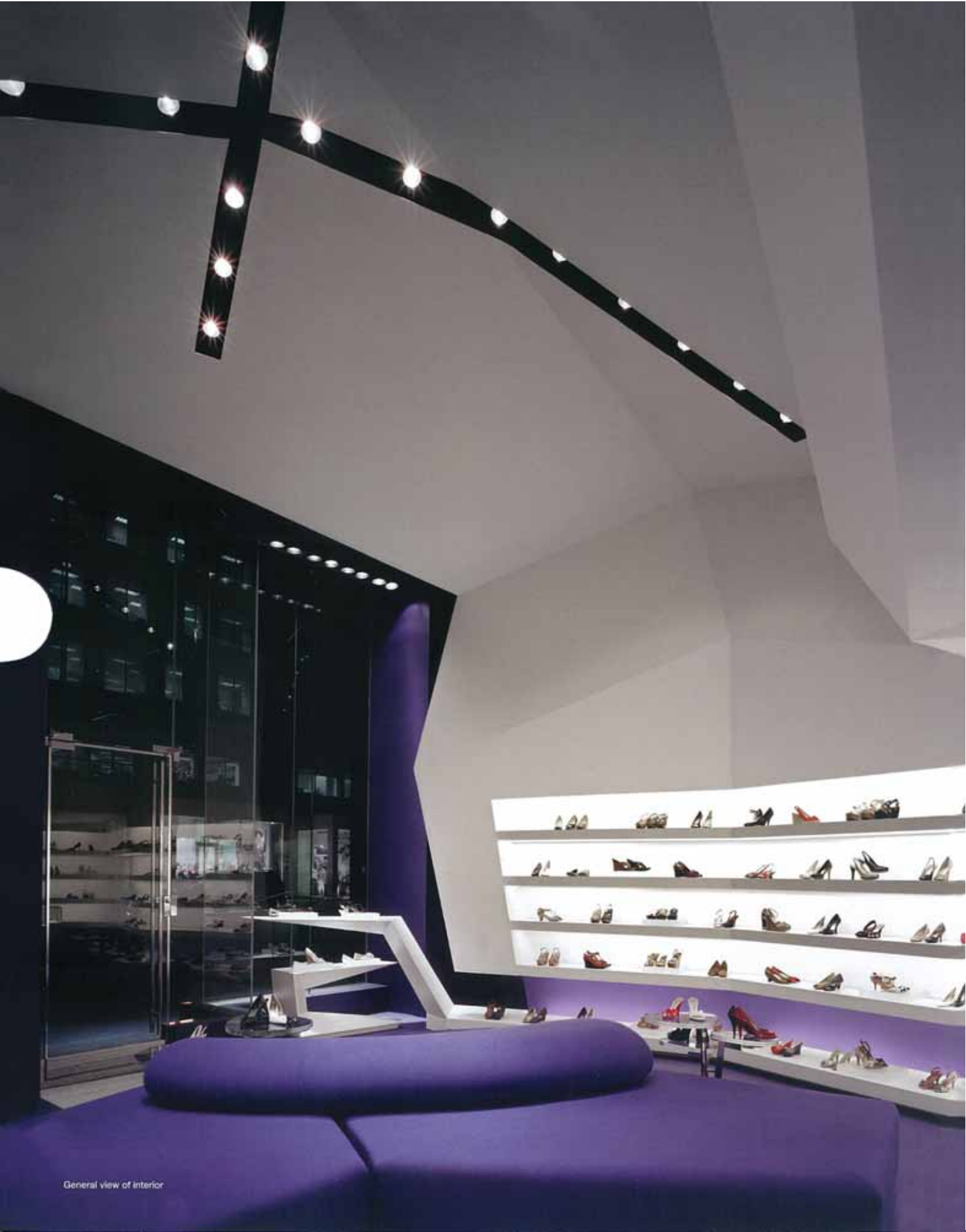
**Design :** Burdiflek **Design team :** Diego Burdi, Paul Filek, Jeremy Mendonca, Maria Kakarantza, Janice Kee-son, Alison Prestman, York Wu, Tom Yip **Client :** Markio Designs **Location :** 70 Bloor street west, Toronto, Canada **Built area :** 100m<sup>2</sup> **Photographer :** Ben Rahn / A Frame **Editor :** Lee Hamlin

Burdiflek's retail concept for <Capezio> is an experiment in progressive architecture and a departure from the formulaic and typical. Walls, ceilings and floors merge into each other as a traditional sense of space is distorted and the store becomes a sculptural installation in itself. The footwear and accessories line the perimeter of the space in avant-garde coves which merge seamlessly with the pristine white space. The space uses pristine white and a dramatic deconstructivist aesthetic to create a completely arresting sculptural installation that stops traffic, but also successfully display the fashion forward product. The floor and seating areas are rendered in a modern Tokyo purple, and the organic custom seating area seems to unexpectedly grow in the centre of the space looking like a curated piece of art. There are small eccentric Lucite tables that 'grow' organically around it adding a sense of animation to the feature. The bright colour offers a dramatic counterpoint to the white architectural planes of the surrounding wall and ceiling design. Drama and cutting edge modernism articulate this retail experience and the shopping elite will appreciate the store's international sensibility. Text by Burdiflek

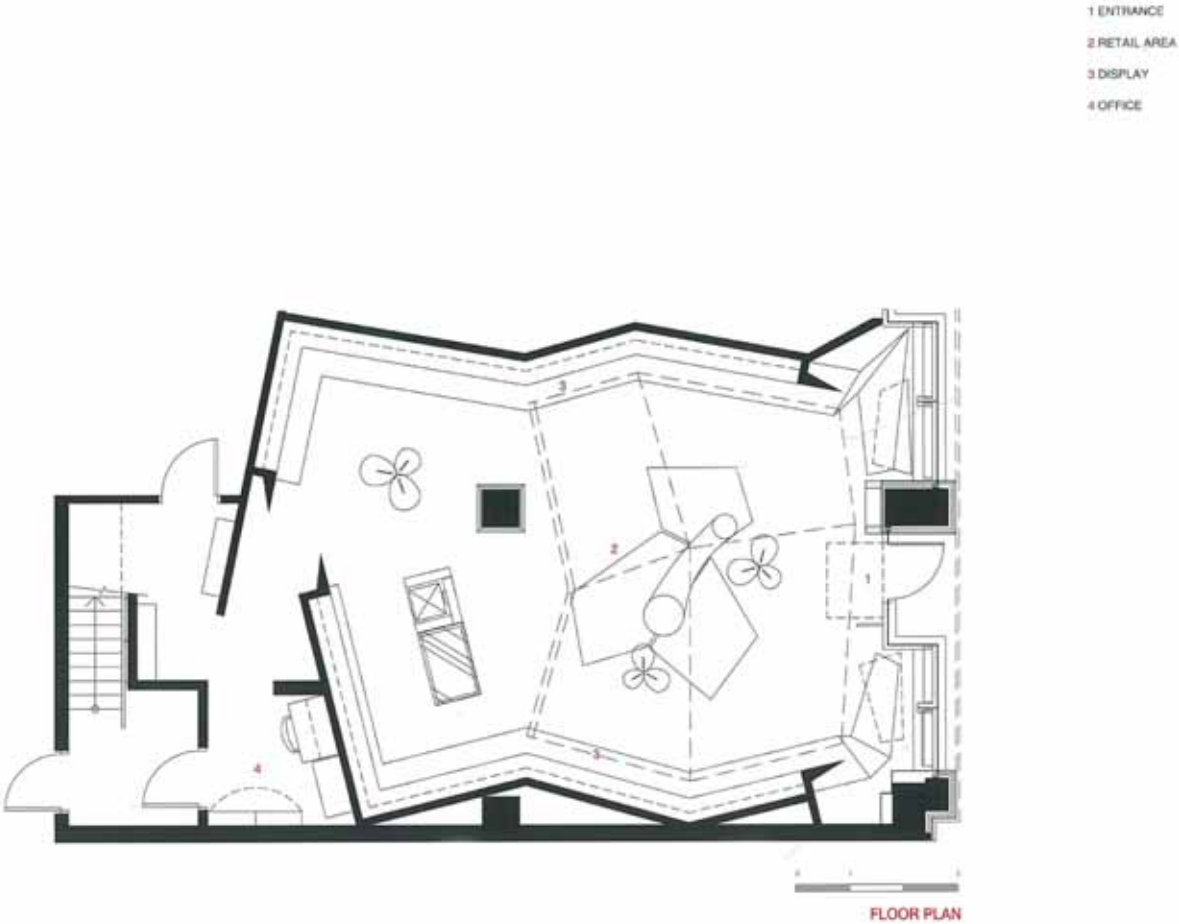
<카페지오>를 위한 버디파일렉의 매장 개념은 틀과 정형으로부터 벗어난 진행형 건축에 대한 실험이다. 벽과 천장과 바닥이 서로 녹아들어 전통적 의미의 공간이 왜곡되면서 매장이 그 자체로 설치조각들이 된다. 순백의 공간과 매끄럽게 융합되는 이방가르드한 굴 속에서 구무와 액세서리가 공간 가정지리를 두르고 있다. 순백색과 극적 해체주의 미학을 사용한 공간이 사람의 시선을 고스란히 사로잡아 발길을 멈추게 하는 설치조각품을 만들지만, 그러는 동시에 패션 지향적인 제품들을 성공적으로 선보이고 있다. 바닥과 좌석 구역은 현대적 감각의 짙은 보라색으로 연출했고, 유기적 형태로 디자인한 좌석구역은 마치 전시해 둔 예술품처럼 공간 중앙에서 예기치 않게 자라난 듯 보인다. 여기에 그 주위에서 유기적으로 '자라나는' 특이하게 생긴 작은 루사이트 테이블이 활기를 더해준다. 밝은 색이어서 주위 벽과 천장 디자인의 건축적 백색 평면과 극적 대비를 이룬다. 이곳의 매장 경험은 극적 효과와 첨단 모더니즘으로 대변된다.

문 | 버디파일렉





General view of interior



View from street

Counterpoint of modern Tokyo purple and white