Paleet - kontinental eleganse

Palett på Karl Johansgate i Oslo gjenåpnet i høst etter full rehabilitering. I 16 måneder hadde det vært et yrende håndverkerliv bak de ærverdige fasadene, og ved ferdigstillelsen kunne mange med stolthet sette et prosjekt med kontinental klasse på referanselista si.

Av Bjørg Owren/ifi.no, ifi.no



Faglig dyktighet og stolthet er begrep senterleder i Paleet Øystein Aurlien også benyttet flittig, da vi snakket sammen vel en måned etter åpningen.

– Skriv gjerne «håndplukket», sier han og mener at det oppsummerer hele prosjektet på en dekkende måte. Menneskene som jobber her, butikkene, varene, alt er valgt med omhu. Dette skal være en destinasjon med eksklusive varer man ikke finner alle andre steder i Norge.

Han lovpriser også «det gode håndverket» og trekker fram blikkenslagerne som nok har hatt sitt livs oppdrag, hele fem tonn med kobber pryder og preger lokalene.

-De kunne sitt fag. Det samme har vi ønsket med alle som skal jobbe her og få Paleet til å leve, sier han.



Øystein Aurlien, senterleder

Videreført opprinnelig karakter

«Et Paris i miniatyr» ble kvartalet på Karl Johan kalt på 1800-tallet og da Paleet kjøpesenter ble åpnet i 1990 brakte det på nytt noe kontinentalt inn i Oslos hovedgate. Men tiden går og stilutrykk skifter. Det engang så moderne og framtidsrettede senteret framsto etter hvert noe utgått på dato og ble. Nå framstår det igjen oppdatert med kontinental eleganse.

Det anerkjente arkitektkontoret Jarmund/Vigsnæs Arkitekter har i samarbeid med RISS interiørarkitekter stått for den visuelle forvandlingen.

-Paleets opprinnelige karakter, basert på eksklusiv materialbruk og et lunt særpreg, har blitt videreført på en ny måte og målet har vært å skape et interiør som føltes intimt, eksklusivt og litt røft, sier Håkon Vigsnæs.



Paleet huser ca 30 unike butikkonsept med hvert sitt kunnskapsfelt innen mote og livsstil. Produktene er plukket ut av innkjøpere med brennende lidenskap for sitt fag.

Kontinental stil

Senterlederen er strålende fornøyd. Han forteller om at flid og omtanke bak materialer og farger bare er en del av Paleets nye profil og han snakker seg varm om betydningen av kundens totale opplevelse.

-Det estetiske er bare en del av det folk skal møte her. Vi jobbet mye med hva Paleet skal være, hvilken stil og uttrykk vi skulle gå for. Skandinavisk design eller en mer kontinental stil? Vi valgte det siste. Målgruppen vår er Oslos kjøpesterke, de reiser mye og er vant til høy servicegrad og kvalitet. Og det var det vi ønsket å by dem her.



Over atriet henger en gedigen lysekrone i vridd kobber.

Faglighet og service viktige verdier

Selv har han lang fartstid fra byrå og prosjekter med identitet- og omdømmebygging.

-Det kan jobbes mye med design og kampanjer, sier han, men innholdet må være bra. Hos oss er det menneskene som jobber her som skal gjøre forskjellen. Det handler om trivsel og service. Vi har gjort noen viktige strategiske valg og jobbet tydelig med alle leietagerne. Høy faglighet og service er verdier vi har hatt dialog rundt og som de har vektet tungt i rekrutering av sine ansatte, sier Aurlien.

Her skal fagkunnskap og kompetanse være motvekt til netthandel. Vi har ønsket å ta videre den atmosfæren som Paleet var kjent for tidligere.



Her skal fagkunnskap og kompetanse være motvekt til netthandel.

Vi testet

At materialer og farger påvirker oss er udiskutabelt og på Paleet er ingen ting overlatt til tilfeldighetene. Her skal kvalitetsbevisste nordmenn oppleve at de tas på alvor og materialer og farger er plukket for å skape den riktige stemningen. Det var gode intensjoner og høye mål.

For å teste det nye senteret, inviterte ifi.no en shoppingekspert i særklasse med på en runde. Gunn-Helen Øye, sosialantropolog, trendspotter med en master i Luxury Management, godt kjent for mange av Fargemagasinets lesere, tok utfordringen.

-Dette er helt rått, konkluderer hun. Vi har landet i en hyggelig bar i andre etasje fulle av inntrykk. Hun sikter ikke til den nypressede gulrotjuicen hun nettopp har fått servert. Det er hele konseptet hun sammenfatter på denne måten og superlativene strømmer på.

-Dette er et senter for framtiden. Her er alt fra de mest hippe for innovatørene til de som går for det mer klassiske. Men det er kvalitet. Her har de virkelig studert hvordan «brandhouse» bygges. Tenkt på det relasjonelle i arkitektur, materialvalg, mat, kunst og underholdning til og med nye fenomen som pop-up butikker finner vi her. Det er noe intellektuelt over det hele. Dette er ikke senter for den blinde shopperen. Hit vil de bevisste og moderne komme, sier hun videre.

De har vært dristig med fargevalg. Se på detaljene avbryter hun seg selv. Se på den grønnfargen, i hvilket annet kjøpesenter finner du den! Hun peker på sofabenken jeg sitter i. Vi blir enig om at den gir assosiasjoner til et engelsk bibliotek.

- Det er en opplevelse å gå her! utbryter hun.



Gunn-Helen Øye

Unik service

Da vi bestilte kaffe og juice, ble alt tilberedt der og da. Han som presset juicen, foreslo litt appelsin for å runde gulerotsmaken.

– Dette er ikke et kjøpesenter. Dette er Paleet, det er et eget univers! Her er det veldig høyt servicenivå på en naturlig måte. En genuin vennlighet, som ikke læres på kurs. De som jobber her er trent til å huske ansikter og navn. Vi blir sett. Her husker de deg og hva du har kjøpt neste gang du kommer igjen. Vi liker å bli sett. Det er veldig viktig i dag. –dette har jeg ikke opplevd i noe annet norsk senter før, men i andre land, sier hun.



Hele underetasjen er forbeholdt servering.

Ikke kjøpesenter, men Paleet

Hun har skrevet en artikkel om livet på kjøpesenter, der folk haster blindt av gårde innom butikker der du knapt blir sett. Og får du et spørsmål, så høres det like mekanisk ut som fra et samlebånd, eller en matvarebutikk.

-Se her, sier hun og viser, folk går sakte. De koser seg. Det er fargene som gjør det. Dette er en annen måte å være i et senter på.

Et studieprosjekt for bransjen

Hun mener alle i bransjen burde ta seg en tur hit, sette seg ned og oppleve atmosfæren og legge merke til hva som fungerer.

-Det er jo fargene og materialene som er med å skape atmosfæren, produkter bransjen lager og selger. Også er det jo noe å lære om kundebehandling og sammenhengen mellom lokalene og det å bli fristet til kjøp sier hun med glimt i øyet.



Sted for matopplevelser.

Du trekkes inn

Fasaden mot gaten er uendret og to innganger fører inn til senteret. Det nye oppleves først når du er innenfor. Inngangen kan være et kritisk punkt, men her har de bevisst styrt unna «lukusfellen» som får folk til å føle seg avvist i døra.

–Det er lett å bomme her, mener Gun Helen og forteller at mange vegrer seg for å trå innenfor dersom det virker for eksklusivt. Her er det en varmhet og koselighet som er så viktig og folk vil bli trukket inn, de vil få lyst til å være her lenge og ikke minst de vil få lyst til å handle, sier hun.



Senteret har en fin balansegang mellom eksklusivitet og tilgjengelighet.

PALEET

Paleet eies av KLP-eiendom. 11 500 kvm er rehabilitert og ombygget med et budsjett på nærmere 200 millioner kroner. Fasade og interiør er utformet av Jarmund/Vigsnær Arkitekter AS MNAL, RISS interiørarkitekter og Lysstoff.