

**intégral. ruedi baur.
parís/berlín/zurich**

**intégral. ruedi baur.
parís/berlín/zurich**

LA CITÉ INTERNATIONALE UNIVER-
SITAIRE DE PARIS. 2002 - 2004

Concepción de una nueva identidad
visual y un nuevo sistema de señalética.

La Cité Internationale Universitaire
de Paris es un recinto de 34 hec-
táreas, dotado de instalaciones cul-
turales y deportivas y abierto al
público. Es un lugar en el que se
mezclan arquitectura y cultura, re-
uniendo 130 nacionalidades en unos
cuarenta edificios que muestran una
arquitectura del siglo XX muy diversa.

Partiendo de estos hechos, uno de
los requerimientos de la interven-
ción del equipo ha sido, gracias a la
identidad visual y a la señalética,
devolver al lugar su dimensión con-
temporánea, viva y dinámica.

La tipografía constituye un elemento
clave de la identidad del lugar. En-
fatiza el carácter multicultural único
de la Cité, integrando 57 caracteres
obtenidos a partir de escrituras de
diferentes culturas.

La entrada principal, con su patio
de acceso, exigía un gesto potente
acorde a la escala del lugar. Un
anillo de hormigón de 20 metros de
diámetro se integra a la perfección
con el entorno y evita recurrir a
múltiples paneles.

La elección del hormigón ha sido la
primera de las apuestas del proyecto,
para anclar al suelo elementos fuer-
tes, más esculturales que parte del
mobiliario, de formas atemporales,
coloreadas, que se "pegan" al terri-
torio y aportan un claro mensaje.

La información temporal de la pro-
gramación se presenta en tres
grandes telas, velos tensados por
postes de 7m de altura, visibles
desde el acceso.



PARIS' CITÉ INTERNATIONALE UNIVERSITAIRE. 2002 - 2004

A conception of a new visual identity and a new signage system.

Paris' Cité Internationale Universitaire is a 34 hectare enclosure, provided with cultural and sportive facilities and it is open to everyone. It is a place where architecture and culture get mixed, gathering 130 nationalities in more or less forty buildings that show a very diverse 20th century architecture.

Starting from this point, one of the requirements of the team intervention was, thanks to the visual and signage identity, to give back to the place its contemporary dimension, living and dynamic.

The typology constitutes a key element for the space's identity. It emphasizes the unique and

multicultural nature of the Cité, incorporating 57 characters that were obtained from different culture writings.

The main entrance, with courtyard access, demanded a big gesture in order to be at the place's scale. A 20 meters diameter concrete ring is perfectly integrated in the environment and avoids to turn to multiple panels.

The concrete choice was the first bid of the project, in order to anchor heavy elements to the ground, more like sculptures than part of the furniture, with coloured timeless shapes, that are "glued" to the territory bringing a clear message.

The temporal information is presented in three large cloths, veils tightened by 7m high poles, visible from the access.





DISEÑO DE EXHIBICIÓN. DISEÑO CORPORATIVO: MUSEO Y PARQUE KALKRIESE. 1999-2002

El proyecto para el museo parque Kalkriese (Alemania Norte) es extenso, incluyendo diseño corporativo, señalética para el museo y también el diseño de la exhibición para el mismo. Empezando por un concepto arquitectónico y paisajístico, el famoso Varus Battle es representado de forma comprensible para un amplio público - en el lugar exacto donde los romanos fueron derrotados por los guerreros Germanos en 9 AD.

En una primera fase se desarrollaron el diseño corporativo del museo y la información, a la vez que el sistema de señalética para el museo y el parque. La segunda fase se dedica a la concepción y realización de la exhi-

bición. Para todo el espacio (museo y parque), el contenido está estructurado de acuerdo a un criterio topográfico e iconográfico claro, permiti-

tiendo a los visitantes experimentar y descubrir la exhibición y su suelo, elemento históricamente importante en diferentes niveles.





EXHIBITION DESIGN. CORPORATE DESIGN: MUSEUM AND PARK KALKRIESE. 1999-2002

The project for the museum park Kalkriese (Northern Germany) was extensive, including corporate design, signage for the museum park as well as the exhibition design for the museum. Starting from an architectural and landscaping concept, the famous Varus Battle is to be portrayed in a form comprehensible to a broad audience - at exactly the place where the Romans were defeated by the Germanic warriors in 9 AD.

In a first phase, the corporate design for the museum and the information- and signage system for the museum park were developed. A second phase was dedicated to the conception and realisation of the exhibition. For the whole site (museum and park), the content is structured according to clear typographic and iconographic criteria, allowing visitors to experience and discover the exhibition and the historically significant ground on different levels.

IDENTIFICACIÓN- Y SISTEMA DE SEÑALÉTICA: MEDIACAMPUS ZURICH. 2002-2003

Identificación- y Sistema de Señalética para un antiguo edificio de la administración en Zurich.

Las necesidades para esta intervención fueron inusuales, ya que el edificio y el área fueron diseñados para un uso aproximado de 15 años, con la mínima inversión posible para su recuperación y mantenimiento. La idea de desarrollar el lugar se piensa como premisa para las compañías de comunicación con grandes redes en internet e intranet, que tienen su origen en el "boom" del "punto.com".





La intervención consiste en organizar la reestructuración del lugar a la vez que marcar su conexión con el sistema de señalética para exterior e interior.

El concepto se basa en la idea de usuario-plataforma, lo cual nos lleva a interpretar toda el área como una especie de tablero de circuito urbano. De acuerdo con esto, el diseño de los elementos bidimensionales y tridimensionales siguen estas ideas.

Los cambios totales de la arquitectura fueron mínimos, por consiguiente tenía que darse un significado para transmitir el nuevo impulso del lugar para con el espacio urbano. Microarquitecturas fueron desarrolladas como hitos para señalar los accesos, usando elementos estéticamente y formalmente similares.

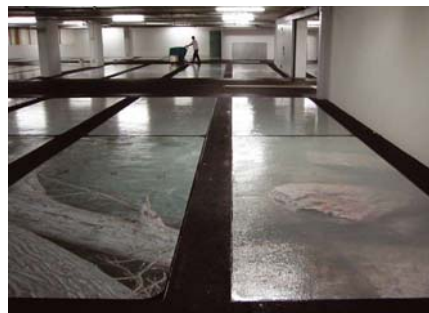
El acceso a las áreas públicas, como por ejemplo el acceso al restaurante, tienen un status especial.

SEÑALÉTICA: ZONA DE APARCAMIENTO TERME DI MERANO. 2003

Dos intervenciones independientes fueron programadas:

1. Arte y Arquitectura (Kunst am Bau) - Diseño de la Zona de Aparcamiento Subterráneo.

Se pidió a cinco artistas que presentaran un concepto para el diseño de la zona de aparcamiento subterráneo de los nuevos Baños Termales de Meran (Italia). Los cinco proyectos fueron seleccionados para su realización - el garaje se convirtió en una galería de arte. El concepto estaba influenciado por la situación del ga-



raje (cerca y debajo del río Passer y cerca, por encima, del Spa Hotel).

Las plazas de aparcamiento no fueron numeradas consecutivamente, sino que fueron personalizadas con imágenes. Una imagen, y con ella una ciudad de referencia del Norte de Italia, fue asignada a cada plaza de aparcamiento. La búsqueda del coche funciona visualmente, no con un sistema numérico o alfabético.

2. Señalética

La señalética toma la idea de "galería" para designar e identificar las plantas. Cada planta se diseña con una imagen de referencia de la obra de arte y un número. La identificación de las plantas con ayuda visual será la opción elegida aquí también. Los planos de planta en ascensores y accesos / salidas se asemejan a un índice de un catálogo de arte.

IDENTIFICATION- AND SIGNAGE SYSTEM: MEDIACAMPUS ZURICH. 2002-2003

Identification- and Signage System for a former administration building in Zurich.

The requirements for this task were unusual, as the building and the area were designated for an intermediate use of approx. 15 years, with as little investment in modification and maintenance as possible. The idea to develop the site as premises for media companies with high standard networks for inter- and intranet originates from the time of the dotcom-boom.

The task was to organise the restructuring of the site as well as its marking in connection with the development of a signage system for the exterior and interior. The concept is based on the

idea of a user-platform, which lead us to interpreting the whole area as a kind of urban circuit board. Accordingly, the design of all two- and threedimensional elements follows this notion.

The overall changes to the architecture were minimal, therefore a means had to be found to convey the new impulse for the site to the urban space. Micro-architectures were developed as plug-ins to mark the entrances, using aesthetically and formally similar elements. The access to public areas, as for example the entrance to the restaurant, were given a special status.

SIGNAGE: PARKING TERME DI MERANO. 2003

Two independent tasks were set:

1. Art and Architecture (Kunst am Bau) - Design of the Underground Parking
Five Artists were asked to submit a concept for the design of the underground parking of the

new Thermal Baths Meran (Italy). All five projects were chosen for realisation - the garage became a gallery. The concept was influenced by the location of the garage (next to and below the river Passer, next to and above the Spa Hotel).

The parking spaces were not consecutively numbered, but personalised with images. An image and with it a reference city in Northern Italy was assigned to each parking space. The retrieval of the cars works by visuals, not by a numerical or alphabetical system.

2. Signage

The signage takes up the idea of the gallery for designating and identifying the floors. Each floor is designated by a reference image of the work of art and a numeral. The identification of the floors with the aid of visuals does work here as well. The floor plans in elevators and at the entrances / exits look like the table of contents of an art catalogue.