

the k-design method



By Marin Mornieux

While Korean culture is becoming increasingly familiar to us—bringing to mind technology, cuisine, and, of course, music—the processes and contexts of its creation remain somewhat foreign.

This text is the result of a discussion held during a roundtable titled “The Rise of Korean Design”, featuring Oh Hyunseog, Lee Sisan, and Marin Mornieux, which took place on January 18, 2025, at Soho House in Paris.



Sisan Lee © TRNK

“Same age!” a Korean will often say when asked if they are friends with someone, highlighting the bond that comes from sharing the same birth year. Age—and age difference—is a powerful factor in shaping one’s social circle. It is common to be surrounded by people of the same age, a shared trait that fosters a sense of ease in interactions and creates a reassuring familiarity.

In Korea, interactions that do not brim with deference are rare and valuable. The attention given to gestures and words goes far beyond the simplicity of our formal address, reflecting an unwavering respect for elders. It is a fascinating choreography of movements and coded rituals—such as discreetly turning away to drink in the presence of a parent or superior—hinting at deeply ingrained codes of etiquette.

So when Oh Hyunseog and Sisan Lee are asked if they have a mentor, their answer—almost despite themselves—is no. Both designers, both 30 years old, they completed their two years of military service together and founded their respective studios in Seoul shortly after graduating. They first crossed paths at a joint exhibition, an encounter that greatly facilitated their connection. In their view, they became friends by sheer luck: *“It’s so rare!”* they explain.

What is rare in Seoul is forming friendships quickly. What is far less rare, however, is talented designers. A whole generation of young thirty-somethings is steadily climbing the ranks—on a ladder they are building themselves.

What emerges through Oh and Sisan is that they never relied on institutions or established figures in design to find their peers. In their early days, as they dreamed of launching their careers in Seoul, they had no one to look up to—simply because there were no clear examples to follow. Of course, Korea has long been home to extraordinary architectural and artistic talent, predating this new wave.

Yet before the 1990s, Korea was a land of frustration and restrained patriotism. So when Sisan names Ufan Lee (b. 1936)—the legendary artist who left Korea for Japan at the age of 20—as his idol, he envisions a similar path for himself, but this time, without leaving home. Freed from certain restrictive attitudes, this new generation is hyperactive and deeply communicative.

In Seoul, it seems that not a month goes by without the unveiling of a new object, project, store, luxury pop-up, or temporary installation—it's exhilarating. Everyone visits one another, takes the time to meet, and embraces these new moments of sociability, which feel all the more welcome. It's an artistic scene that is globally recognized, clearly defined yet constantly evolving.

While this new generation of creatives sets itself apart from its predecessors with a more fluid social dynamic, it retains one essential trait of South Korean upbringing: a deeply ingrained spirit of competition.

Rooted in the stress—sometimes even the trauma—of the grueling academic path leading up to the daunting **Suneung** (수능), the university entrance exam,

competitiveness profoundly shapes design practices in Seoul. With its obvious downsides, this high-pressure atmosphere explains the almost obsessive attention to detail and the extravagant efforts in staging—it's all about performance.

Bigger, stronger, faster—this is the *bbali bbali* (빨리 빨리) mindset: “*Quick! Quick!*” In Seoul, the urgency is not just to move fast, but to do it well. This relentless pursuit of efficiency, this drive to optimize everything, is what propels this new generation to make Seoul a global design destination.

Through design, one can grasp the broader dynamics that define contemporary South Korea and its new K-Wave. Just like the country's major industries—music, entertainment, beauty—Korean design also thrives on the world's enthusiasm for Korea's exports. Combined with the factors we've just explored, this momentum creates formidable career accelerators.

a fascinating choreography of movements
and coded gestures hints at deeply ingrained
codes of etiquette.

For Sisan Lee, Seoul’s economic buzz has brought him numerous interior design commissions for fashion boutiques. In this landscape, décor is essential to gaining recognition from a discerning clientele—whether for major brands or independent retailers. With retail experience standards set incredibly high, designers not only have a place in commercial spaces but often enjoy the creative freedom to fully express themselves.

For Oh Hyunseog, the K-Wave opened the doors to Europe. International enthusiasm for his work quickly outpaced his opportunities in Seoul, setting off a highly virtuous cycle. His talent, combined with his origins, drew the attention of the global design scene. By exhibiting in Paris, Milan, and London, he built a reputation abroad that, in turn, reinforced his standing at home.

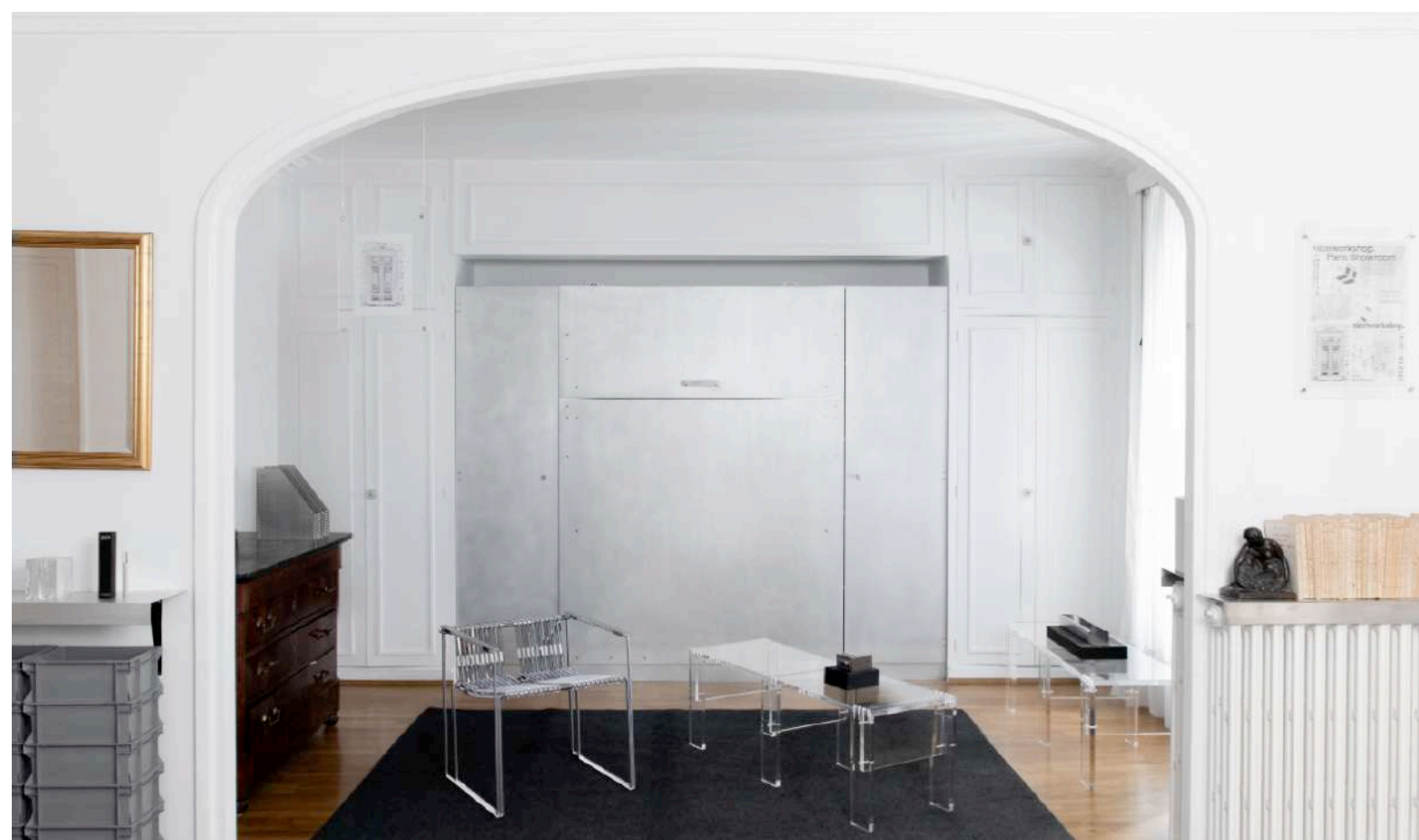
Among all the competitions young Korean designers engage in, the quest for international recognition takes precedence. But unlike Ufan Lee, the goal is to be known abroad as a proud representative of Korea. So, they learn English—quickly—and make every effort to forge connections with foreign designers, curators, galleries, and fairs.

Being a “globally recognized Korean” is, in itself, a major social distinction. This is precisely the achievement of K-Pop stars—reigning supreme in their homeland while effortlessly claiming the crown as Korea’s new cultural ambassadors.

In design, the challenge is to prove to one’s peers that success abroad doesn’t come at the cost of one’s identity—that one can thrive internationally while remaining unmistakably Korean. And in the process, each individual success elevates the entire scene, whose reputation continues to grow.

A traditional *jigae* (지개) – a tool used to carry heavy loads on one’s back – reimagined by Oh Hyunseog for RIMOWA. © NICEWORKSHOP





La première exposition parisienne de NICEWORKSHOP au 40Dr, en Juin 2023.

At the time of writing this article, Oh and Sisan were wrapping up a triumphant week in Paris—all expenses paid. The *Maison & Objet* fair had placed Korea at the heart of its focus and invited them, along with six fellow designers, in recognition of their *Rising Talent Award*. This invitation offered them a firsthand look at the best (or perhaps not) that France has to offer at the Villepinte Exhibition Centre.

the challenge is to thrive
internationally while remaining
unmistakably Korean



The k-design method
by Marin Mornieux

In MAGAZINE MAGAZINE SS25

March 2025

Thanks to Angelo Cirimele

k-design, une méthode



Par Marin Mornieux

Si la culture coréenne nous est de plus en plus familière, on pense à la technologie, la cuisine et bien entendu la musique, ses process et contextes de création nous demeurent assez étrangers.

Ce texte est le fruit d'un échange qui s'est déroulé lors d'une table ronde intitulée « The Rise of Korean Design » avec Oh Hyunseog, Lee Sisan et Marin Mornieux donnée le 18 janvier 2025 à Soho House à Paris.



Sisan Lee © TRNK

« *Same age !* » déclare souvent un Coréen à qui on demande s'il est ami avec un autre, rappelant ainsi la proximité que leur âge commun engendre. L'âge, et la différence d'âge, y est un facteur puissant de construction de son cercle social. Il est habituel d'être entouré de personnes du même âge. Ce point commun permet une décontraction précieuse dans les interactions et instaure une familiarité réconfortante.

En Corée, les échanges qui ne redoublent pas de déférence sont précieux. La vigilance portée aux gestes et aux mots dépasse largement la simplicité de notre vouvoiement, illustrant un respect constant envers les aînés. C'est une chorégraphie fascinante de mouvements et de manœuvres codées (se cacher pour boire à table en présence d'un parent ou supérieur hiérarchique) qui laissent deviner des règles de bienséance profondément ancrées.

Ainsi, lorsque l'on demande à Oh Hyunseog et Sisan Lee s'ils ont un mentor : malgré eux, c'est non. Oh et Sisan sont tous deux designers, ont 30 ans, ont conjointement fait leurs deux ans de service militaire, et ont fondé leurs studios respectifs à Séoul à peine sortis de l'université. Ils se sont rencontrés lors d'une exposition commune qui a grandement facilité leur rencontre. À leurs yeux, ils expliquent être devenus amis par chance : « *c'est si rare !* ».

Ce qui est rare à Séoul, c'est de se lier d'amitié rapidement. Ce qui est bien moins rare, ce sont les designers de talent. C'est toute une génération de jeunes trentenaires qui gravissent, un à un, les échelons d'une échelle qu'ils se construisent eux-mêmes. Ce qu'on lit à travers Oh et Sisan, c'est qu'ils n'ont pas compté sur les institutions ni les figures établies du design pour espérer rencontrer leurs pairs. Ils expliquent qu'à leurs débuts, en rêvant d'entreprendre à Séoul, ils ne savaient pas qui regarder, faute d'exemples. Bien entendu, la Corée regorge de talents architecturaux et d'artistes précédant ces jeunes gens.

En revanche, avant les années 90s, la Corée était une terre de frustration et de patriotisme muselée. Ainsi, quand Sisan tient pour idole Ufan Lee (b.1936) — artiste légendaire ayant quitté la Corée à 20 ans pour le Japon —, il se souhaite la même destinée, mais cette fois, à domicile. Délestée de certaines attitudes prohibitives, cette nouvelle génération est alors hyperactive et communicative.

À Séoul, il semble qu'il n'y ait pas un mois sans la présentation d'un nouvel objet, projet, magasin, pop-up de luxe ou installation temporaire... c'est très excitant. Et chacun visite l'autre, prend le temps de se rencontrer, et profite de ces nouveaux moments de sociabilité si bienvenus. C'est une scène artistique, reconnue dans le monde, identifiée et changeante.

Bien que ces nouveaux acteurs se distinguent de leurs aînés par une sociabilité plus libre, ils conservent un trait essentiel de l'éducation sud-coréenne : l'esprit de compétition. Enracinée dans le stress — parfois traumatique — des études préparant au redoutable Suneung (수능),

l'examen d'entrée à l'université, la compétitivité influence profondément les pratiques du design à Séoul. Avec ses évidents revers, cette atmosphère explique les efforts délirants de mise en scène, et d'attention au détail... c'est toute la performance.

Plus grand, plus fort, plus vite, c'est l'attitude dite du bbali bbali (빨리 빨리), soit « Vite ! Vite ! ». À Séoul, l'urgence est de faire vite, mais surtout de bien faire. C'est ce rêve d'efficacité maximale, d'optimisation de tout, qui conduit cette nouvelle génération à faire de Séoul la destination mondiale du design.

À travers le design, on perçoit les dynamiques qui caractérisent plus largement la Corée du Sud contemporaine, celle de la nouvelle K-Wave. À l'égal des industries majeures (musique, divertissement, beauté), le design coréen profite également de l'enthousiasme mondial pour les produits d'exportation de la Corée. Associée aux facteurs que nous venons d'évoquer, cette conjoncture offre de formidables accélérateurs de carrière.

une chorégraphie fascinante de mouvements et de manœuvres codées laissent deviner des règles de bien-séance profondément ancrées

Pour Sisan Lee, le bourdonnement économique de Séoul lui a offert de très nombreuses commandes de design d'intérieur de boutiques de mode. La décoration y est essentielle pour être reconnu par une clientèle avertie, que ce soit pour les grandes marques ou les indépendants. Et, les standards d'expérience retail sont tels que les designers ont toute leur place, et souvent liberté, pour s'exprimer au sein d'un espace commercial.

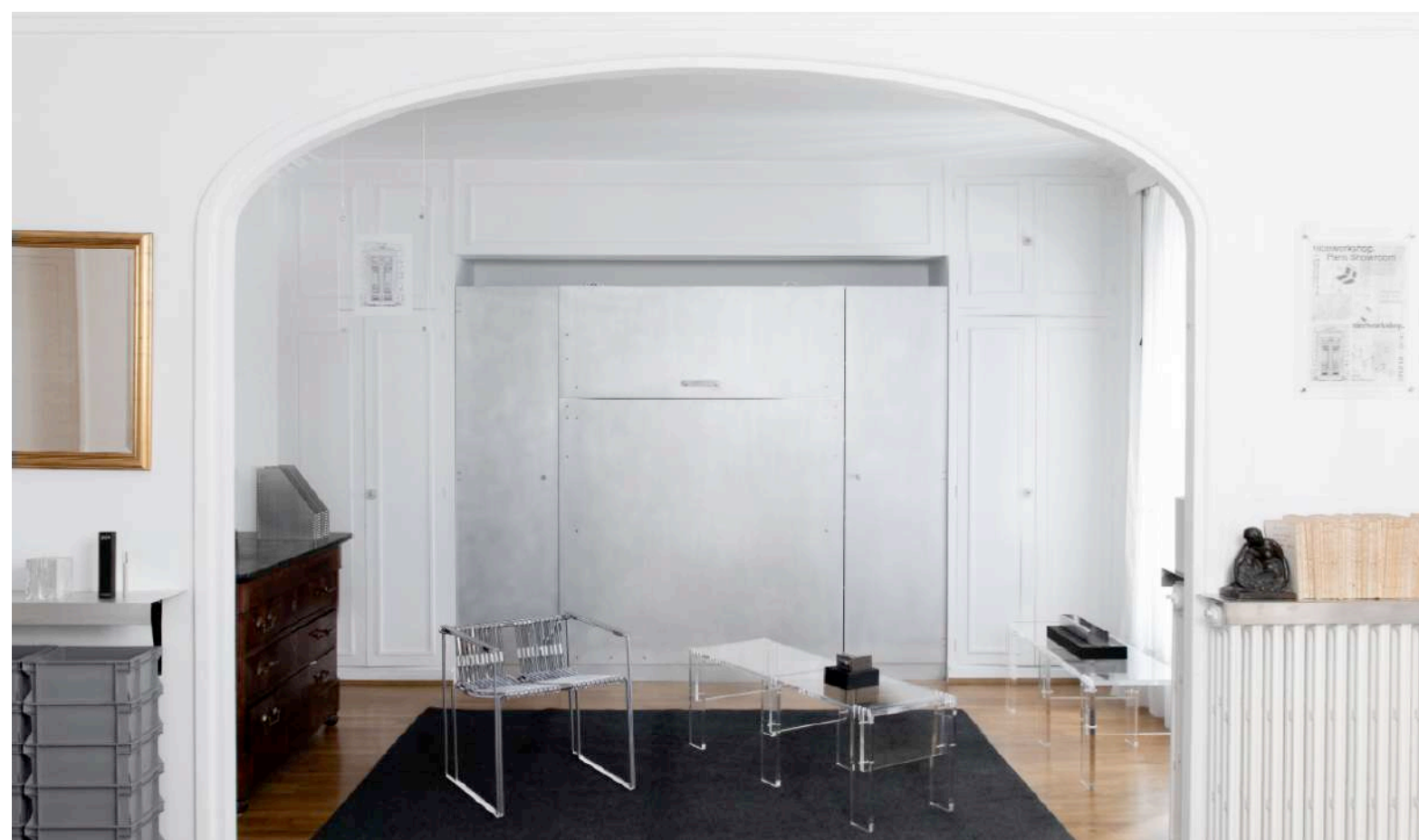
Pour Oh Hyunseog, la K-Wave a ouvert la porte de l'Europe. L'enthousiasme international pour son travail a rapidement surpassé ses opportunités à Séoul, et cela déclencha une dynamique très vertueuse. Son talent et son origine lui permettant d'attirer l'attention de la scène mondiale, c'est en exposant à Paris, à Milan, à Londres... qu'il nourri sa réputation chez lui.

Parmi toutes les compétitions auxquelles se livrent les jeunes designers coréens, c'est la quête de reconnaissance internationale qui prime. Mais, à la différence d'Ufan Lee, il s'agit d'être connu à l'étranger comme fier représentant de la Corée. Alors, on apprend l'anglais, au plus vite, et on s'efforce à nouer des liens avec d'autres designers étrangers, des curateurs, des galeries, des foires...

De fait, être un « coréen mondialement connu » constitue un signe distinctif social majeur. C'est tout l'exploit des K-Pop stars, rois dans leur royaume, qui remportent haut la main la couronne des nouveaux ambassadeurs de la Corée. En design, il s'agit de montrer à ses pairs qu'on a su s'exporter tout en restant sois même, coréen. Au passage, la réussite de l'un profite ainsi à toute la scène, dont la réputation ne cesse de croître.

Un jigae (지개) traditionnel, outil pour transporter des charges lourdes sur son dos, et sa version revisité par Oh Hyunseog pour RIMOWA. © NICEWORKSHOP





La première exposition parisienne de NICEWORKSHOP au 40Dr, en Juin 2023.

Au moment de l'écriture de cet article, Oh et Sisan terminaient une semaine de succès à Paris, tous frais payés. La foire Maison & Objet avait placé la Corée au centre de ses préoccupations, et les a invités, avec six confrères, au nom de leur prix Rising Talent Award, à découvrir ce que la France sait faire de mieux (ou pas) à Villepinte au Parc des Exposition

en design, il s'agit de montrer
à ses pairs qu'on a su
s'exporter tout en restant
soi-même, coréen



k-design, une méthode
Par Marin Mornieux

In MAGAZINE MAGAZINE SS25

Mars 2025

Merci à Angelo Cirimele