



Персона

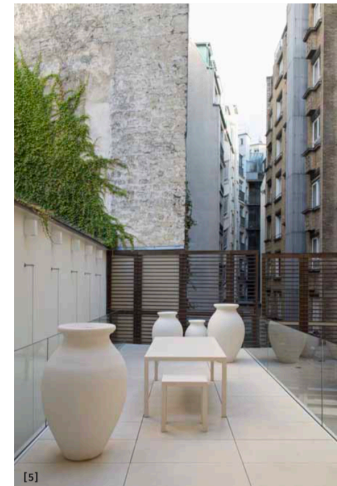
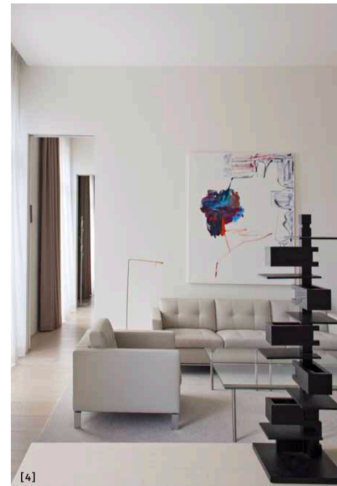
Законы простоты

МАТЕРИАЛ ПОДГОТОВИЛА ЕКАТЕРИНА СМОЛЕНСКАЯ

Французский дизайнер Кристоф Пилле (Christoph Pillet) в юности мечтал стать музыкантом, но его творческий путь сложился иначе. Сегодня Пилле слушает электропоп, проповедует каноны простоты и элегантности и отрицает тренды: объекты его дизайна неподвластны прихотям моды. Поэтому они и остаются в памяти навсегда.

Кристоф Пилле не слишком любит говорить о себе, и известно о нем немного. В 1985 году он получил диплом архитектора в Ницце, в l'École des Arts Décoratifs, затем последовал в Милан, столицу дизайна, которая так или иначе влияет на каждого великого мастера. Как дизайнер Пилле начал свою карьеру в бюро Филиппа Старка, но много работал и самостоятельно, проектируя объекты промышленного дизайна и мебельные коллекции. В 1993 году он открывает бюро своего собственного имени и становится

многопрофильным специалистом в области архитектуры и дизайна — оформляет интерьеры отелей и бутиков, выполняет частные заказы по интерьерным проектам, а также сотрудничает со знаменитыми мебельными фабриками по всему миру. Сегодня дизайнер работает преимущественно с сегментом люкс. Узнаваемая черта дизайна Пилле — это гармония и простота форм. Ее он видит важнейшей составляющей всех своих объектов: интерьеров, мебели и даже парфюмерных флаконов.



[1, 2] Интерьер флагманского бутика SNYRSTORE в Париже стиливает столяр Любиньяк дизайнером простота.
[3, 4, 5] В интерьерах головного отеля компании BRETEUIL дизайнер использовал максимально чистые линии, нейтральные цвета и минимум предметов.

Мы встретились с Кристофом Пилле во время выставки Salone del Mobile Milano 2019, на стенде фабрики FRAG, для которой дизайнер разработал новую коллекцию модельных диванов.
— Как бы вы определили свой стиль?
— Я не слишком забочусь о стиле. Я смотрю на себя каждый день в зеркало и спрашиваю: отношусь ли я к тем, кто формирует стиль? Я верю в простоту, поскольку если ты прост, то ты доступен и понятен людям, так что если хочешь быть

понятым, нужно быть простым, но при этом речь не идет о нарочитых упрощениях. Я довольно старомоден, верю в эстетику и люблю элегантность. Да, я бы так определила нечто, что зовут стилем: простота в сочетании с элегантностью. Но вообще, если честно, я не верю в стиль.
— Простота и элегантность — отличное сочетание. Звучит как нечто уникальное и универсальное одновременно. Расскажите, пожалуйста, о вашей новой коллекции, о диване, на котором мы сейчас сидим...

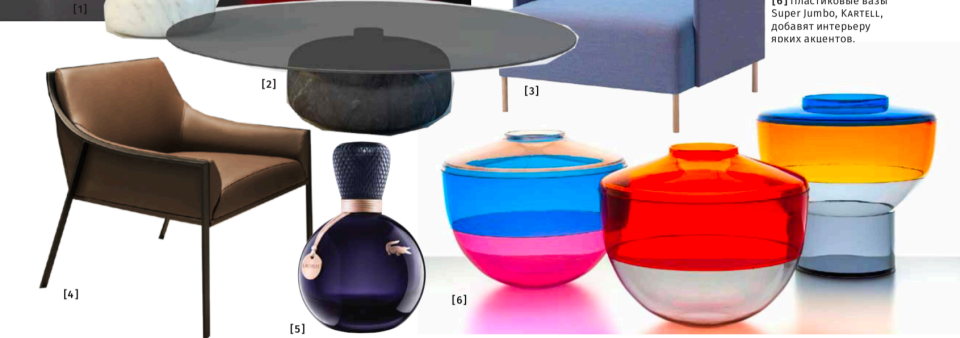


ЛЮБИМАЯ МУЗЫКА
Я очень селективен и одновременно очень эклектичен во вкусах. Сейчас слушаю r'n'b, британскую группу Nonne, вообще люблю британский электропоп. Уже больше года слушаю.

ЛЮБИМЫЕ ЗАНЯТИЯ
Путешествия, путешествия, путешествия (смеется).

ЛЮБИМЫЕ МЕСТА ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЙ
Япония. Три года назад был, рассчитываю там проект оформить. Франция, Бразилия — тоже.

ИДЕАЛЬНЫЙ ДЕНЬ. ОДНИМ СЛОВОМ
Идеальный день, ммм... Пусть будет просто счастливым.



1 Кресло для компании Porro.

2 Журнальные столики Inoa для ENEE были выполнены из стекла, металла, пластика и камня.

3 Диваны и кресла из линии Block Sofa System для компании Ogeest — это «простоя» мебель в минималистичном contemporary.

4 Кресло из новой коллекции для FRAG выполнено из кожи и дерева. Модель удобная и стильная, как и все у Лиле.

5 Кристоф Пилле выступил дизайнером флакона парфюма Eau de Lacoste Sensuelle, Lacoste.

6 Пластиковые вазы Super Jumbo, Kartell, добавляют интерьеру ярких акцентов.

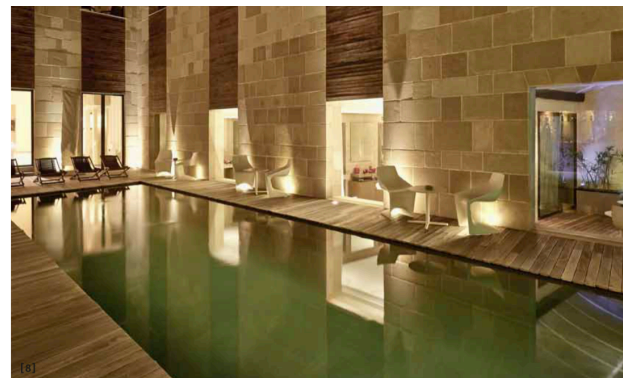
— В этом году я работал для FRAG. Определение коллекции будет такое же, какое я только что дал понятию «стиль», — простота, элегантность. Вместе с тем в вещах этой марки присутствует определенный вызов, но это не лиризм или экспрессивность, это сокровенная чувственность. Такие вещи очень простые, очень открытые, вневременные, и они скорее классические, нежели модные. Поэтому, работая над этим объектом, я стремился не столько создавать дизайн, сколько сообщать ему некую притягательность.

— Когда начинали работать, были ли у вас какие-либо технические рамки? Например, только сталь, только текстиль?

— Обычно, когда я сотрудничаю с брендом, у меня нет строгого запроса, и это мне очень нравится. Как правило, мне предлагают: давайте что-нибудь сделаем? Есть определение — кресло или диван. Иногда заказчики говорят: хотим четкой структуры. А я им: нет. И тогда мы вместе пытаемся найти решение. Это и есть сотрудничество, коллаборация. Ко мне не приходят с приказами, ко мне

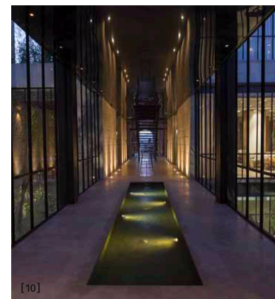
— Расскажите о вашей работе для парфюмерных брендов. Насколько различается работа над флаконом для духов и над креслом?

— Разница, с одной стороны, есть, с другой — нет. Я искренне верю в то, что сегодня дизайн — это история, повествование. Мы не придумываем мебель, я имею в виду, что представление о ножках и спинках уже не меняется. В течение тысяч лет стоа был и остается столом (смеется). Мы используем объекты как медиаторы, посредников, чтобы рассказать людям историю. Моя работа ничем не отличается от работы писателя или режиссера: книги и фильмы создаются точно так же. Я создаю объекты мебели, чтобы рассказать свою личную историю. Сюжеты могут быть разными: как быть вместе, как быть счастливым, как взаимодействовать с окружающей средой, как быть проще, открытее. И вот создание флакона для парфюма — это доведение всего перечисленного до предела. Чего ждут производители от флакона? Это ведь не эстетика, собственно, это сложная законченная история о бренде и о новом продукте. Это касается интеллектуального содержания продукта. Вы рассказываете историю о героине — кто она, обладательница этого



[7, 8] Интерьер отеля Riad в городе Фес, Марокко.

[9, 10] Лаконичные интерьеры отеля Sahrai, Фес, Марокко.



— Дизайнер — рассказчик. Кстати, раз уж мы об этом заговорили, какие личные и профессиональные качества позволяли вам стать дизайнером?

— Моё стремление к диалогу с публикой. Как музыкант — когда он исполняет, он говорит. Главное — быть честным. Это моя личная история. Если вы хотите рассказать историю людям, чтобы вами восхищались, или даже больше — чтобы вас понимали, это должна быть неповторимая захватывающая история. И нужно работать. Талантаivism быть не обязательно, я, например, не талантливый, я просто работаю. Вам нужно быть честным, и вам нужно быть самим собой. Честность — это работа. И работать надо по полной.

— Назовите три наиболее влиятельных на сегодня тренда в интерьерном дизайне.

— Да не верю я в тренды. Я верю в стремление людей изменить свою жизнь, но вот тренды... Посмотрите вокруг. Если вы спросите кого-нибудь, а какие сегодня у нас тренды, вам ответят: красный бархат! Ну, есть у вас красная бархатная деталь, а куртка при этом — коричневая. Понимаете, тренд в более протяженном разрезе... да нет, не существуют

быть актуальным хотя бы лет десять. Мы устали от модных концептов, вот это и есть общая тенденция. Наш продукт не является «хорошим», он новый, но с течением времени он станет таковым, поскольку не потеряет своей значимости. Мы воспитаны в модернистской идеологии, когда новое воспринимается лучше, чем старое. Перестало быть новым — выкинули. Теперь мы все чаще хотим, чтобы вещи, которые нас окружают, имели значение спустя несколько лет. Это эволюция нашего менталитета, взаимодействие со средой, которое, на мой взгляд, наиболее важно.

— Тренды — это, по сути, рыночный формат.

— Тренды придумали журналисты, чтобы укомплектовать куда-то очень медленную эволюцию явлений между прошлым и будущим.

— Расскажите о ваших планах на ближайшее будущее...

— У меня много незаконченных изделий. На это всегда требуется время. Есть у нас в планах мебельные коллекции, есть проекты отелей — в Германии, в Марокко. Наши новые вещи, в общем-то, похожи на уже известные. Я лоялен к знакомым мне брендам, и архитектурные истории тоже уже проверен-