

ПРАКТИКА СТИЛЬНЫХ ИНТЕРЬЕРО

№ 119 МАРТ 2010

МЕЗОНИН

MEZONI

ВЕСНА:

свежие идеи, новые ткани, притягательный свет

120

ИНТЕРЬЕРНЫХ
САЛОНОВ
МОСКВЫ
И ПЕТЕРБУРГА

ЖЕНСКИЕ ИНТЕРЬЕРЫ И ДИЗАЙН

Наш проект

«ДЕКОР СТОЛА» В ПАРИЖЕ



4 607006 430945

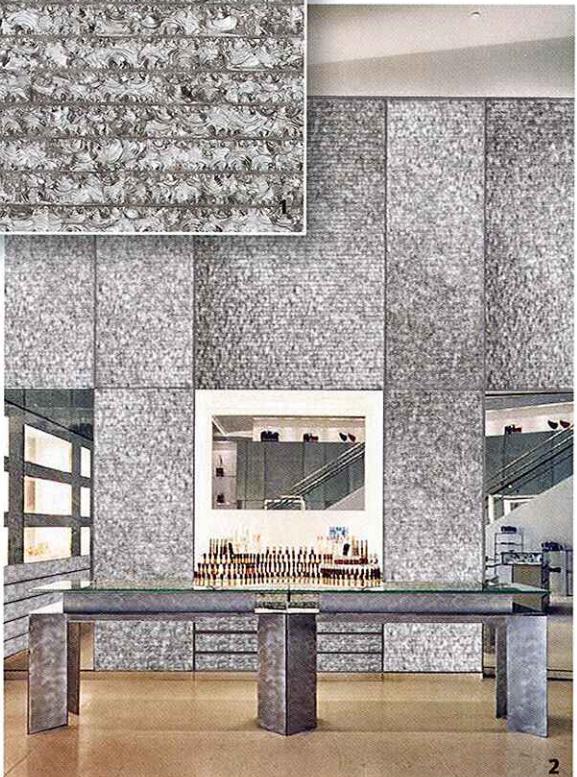
МАСТЕРСКАЯ

БЛЕСТЯЩАЯ РАБОТА

Парижский стекольщик Бернар Пикте оформляет бутики известных марок. «Dior», «Mikimoto», «Hermès», «Guerlain», «Bulgari» предпочли его хрупкий материал дереву, бетону, камню и пластику.



1. Фрагмент стены в бутике «Dior», Лос-Анджелес.
2. Бутик «Dior», Лос-Анджелес.
3. Бутик «Chanel», Париж.



Одна из причин взаимной любви Пикте и люксовых брендов в том, что стеклянная оболочка точно передает суть luxury. Роскошь – субстанция изменчивая, к нее невозможно привыкнуть, она должна удивлять, иначе превратится в casual. Примерно так изумляет стеклянный фасад, меняющий свой вид до неузнаваемости в зависимости от освещения.

Мастерская Бернара Пикте существует в течение тридцати лет, а ему самому нет еще и пятидесяти. Будучи совсем молодым человеком, студентом юридической школы, он наперекор родителям бросил учебу и купил стекольную мастерскую. «Ее продавал один пожилой мастер. Я взял у банка кредит в 20 тыс. франков и договорился с предыдущим владельцем, что он еще некоторое время у меня поработает», – рассказывает г-н Пикте. В те годы он был далек от искусства, архитектуры и тем более от производства стекла. Единственное, что он знал наверняка, – что хочет иметь собственный бизнес, это была его цель. Зато сегодня Бернара Пикте приглашают преподавать в парижские художественные вузы, а его продукция имеет сертификат «Entreprise du Patrimoine Vivant», что можно перевести как «Хранитель живого наследия». Этим товарным знаком Министерство экономики, промышленности и занятости Франции отмечает компании, преуспевшие в высоком ремесле и передовых технологиях.

«Роман» г-на Пикте с известными брендами начался не спонтанно: движение навстречу друг другу заняло полтора десятилетия. В конце 1970-х мастерская декорировала витрину гомеопатической аптеки. Следующим шагом стало оформление корнеров в больших универсальных магазинах. В конце 1990-х Бернар Пикте познакомился с Петером Марино, экстравагантным новоанглийским архитектором, начинавшим когда-то с Энди Уорхолом. Сегодня, по опросам «New York Magazine», Марино – второй по влиянию человек в мире моды после Анны Винтур (главного редактора американского «Vogue»). По его проектам сделаны бутики «Armani», «Chanel», «Fendi», он – доверенный архитектор группы «LVMH». Вместе с Марино Бернар Пикте оформил магазин «Dior» на Беверли-Хиллз в Лос-Анджелесе. Фотографии не способны передать очарование материала: на картинках мы видим лишь неровно-серые стены. На самом же деле большие стеклянные панели гравированы вручную с оборотной стороны и получившаяся поверхность покрыта белым золотом. В результате весь бутик мерцает, как серебряная шкатулка.

Что, собственно, отличает мастерскую Бернара Пикте. Здесь занимаются обработкой холодного стекла. Если вам нужна скульптура из расплавленной стекольно-



массы, следует обращаться к мастерам из Мурано или в «Lalique», где делают великолепные вещи, но не могут изготовить панели больших размеров. Размер панелей из мастерской Пикте доходит до полутора метров в ширину и трех в высоту, толщина колеблется от 0,9 до 22 мм. Можно и больше, но ограничения диктует вес: одна панель не может быть тяжелее 250 кг, иначе ее трудно доставлять. Единственный раз, когда это правило было нарушено, – декорирование книжного магазина «Taschen» в том же Лос-Анджелесе.

Проект делал Филипп Старк. Первый этаж магазина занимают традиционные деревянные книжные полки, а на втором, контрастом к дереву, Старк задумал стеклянную комнату – помещение для выставок редких книг. Для этого чудесного пространства было использовано голубое матовое стекло со сталактитовыми наплывами. Из стекла выложили все: стены, потолок и пол, – и комната зависла в пространстве магазина, как хрустальный ковчег со спящей царевной. Особенно сложно было делать сталактиты: пришлось склеивать несколько стекольных слоев, обрабатывать поверхность пескоструйной машиной и травить ее кислотой. «Магазин «Taschen» и офис компании «Louis Vuitton», где надо было смонтировать стеклянный потолок из матовых дуг, да еще с внутренней подсветкой, – самые сложные наши заказы», – комментирует Пикте. Впрочем, у него редко бывают стандартные проекты – его продукция, мягко сказать, недешева, поэтому к Пикте обращаются в исключительных случаях. Например, дизайнерам «Chanel» понадобилось стекло с узором в виде цветущей камелии. Узор разработали на компьютере – он, конечно, очень отдаленно напоминает камелию, скорее экспрессивную абстракцию с неявными цветочными аллюзиями. Двух одинаковых панелей с подобным рисунком нет, потому что граверы работали на чистой импровизации.

Для бутиков «Guerlain» мастера Пикте придумали стекло с узором-сеткой, причем образующие ее ромбы слегка трансформируются, словно сетка объемлет искривленное пространство. С оборотной стороны на стекло нанесли краску цвета антрацит, а сетку выгравировали и позолотили.

Бутик «Mikimoto» в Токио проектировал архитектор Ролан Де Ле. Главный фокус витрин – полутораметровые подставки под жемчужные ожерелья. Они сделаны из матового стекла, которое столь же эффектно, сколько и неудобно в использовании. Любое прикосновение к матовой поверхности оставляет на ней жирный след. В мастерской Пикте нашли способ справиться с этой проблемой. Стекло покрывают специальным тефлоновым маслом, которое покупают в Америке.

Любые виды гравировки, золочение-серебрение, рельеф и контуррельеф, покрытие краской, ламинация – в мастерской Бернара Пикте со стеклом делают все что угодно. Оно может пылать, как камин (декор бутика «Hermès» в Токио), или мерцать холодным неоновым светом – как витрины «Boucheron» на Вандомской площади в Париже.

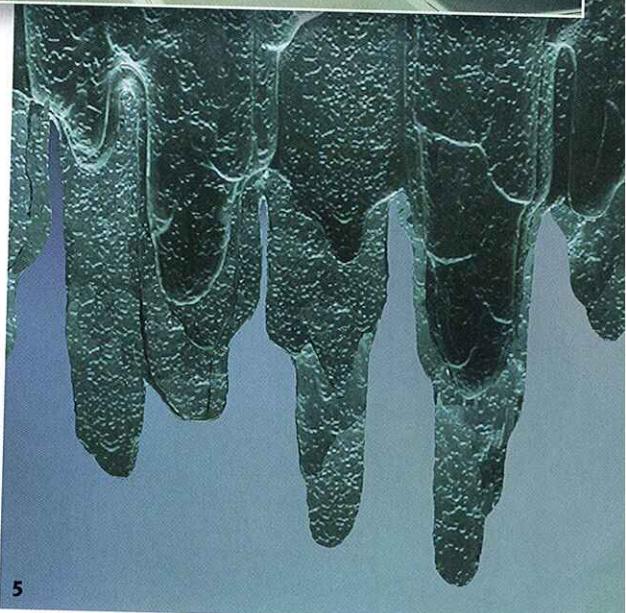
Сегодня в парижском ателье Пикте работает 9 (!) человек, и расширять производство владелец не планирует. «Мы – маленькая компания, которая производит большую прибавочную стоимость», – говорит он. Бернару очень нравится его положение на грани бизнеса и высокого искусства. Именно такой статус и позволяет создавать вещи уникальные, но предназначенные не только конкретным пользователям (хотя и заказы для частных домов он выполняет со страстью), а всему обществу. Этакий компромисс между роскошью для избранных и удовольствием для всех.

Людмила Лунина

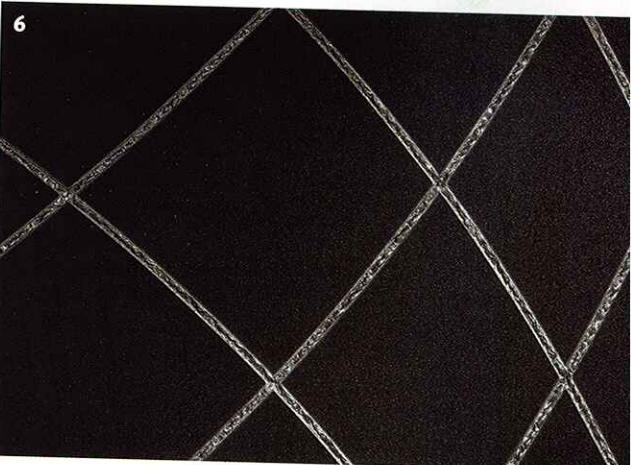


4

4, 5. Стеклянные сталактиты в книжном магазине «Taschen», Лос-Анджелес.
6, 7. Гравированная сетка в декоре бутика «Guerlain», Париж.



5



6



7