

НАЕДИНЕ

с Филиппом Старком



Филипп Старк, по собственному признанию, «человек не светский». «Телевизор мы с супругой не смотрим и в гости не ходим», – обычно говорит он. Однако Елене Куфэн все же удалось основательно с ним побеседовать. Произошло это прямо в день открытия его нового проекта – отеля Lily of the Valley во французском курортном местечке Ла-Круа-Вальмер, недалеко от Сен-Тропе.

Дизайнер очень горд своим «творением», ведь он воплотил его целиком: начиная с фасада и до внутреннего убранства номеров, сьютов – вплоть до мельчайших декоративных деталей. Для разговора Старк выбрал один из самых живописных сьютов отеля с видом на прилегающий сад и море – очевидно, что это одно из его самых любимых на сегодняшний день мест.

Расскажите, как вы работали над проектом отеля Lily of the Valley? Что вас вдохновляло?

..... Я создал это место от А до Я целиком, по наитию. Первоначально было некое место, благодатная земля и явная необходимость построить на ней что-то. Я всегда восхищался живописью 1920–30-х годов с изображениями древнеримских и древнегреческих пейзажей, освещенных заходящим солнцем, всей этой немного тяжеловесной архитектурой с большими арками в окружении фруктовых деревьев. На этих картинах непременно присутствовали очень счастливые люди. И я подумал, что здесь, в Ла-Круа-Вальмер, как раз такое место, где люди могут быть абсолютно счастливы. В итоге я воспроизвел эту атмосферу картин на свой лад. Здания я построил так, словно они здесь стоят давно, почти как античное наследие. Потом поставил современные стекла, зеркальные поверхности. Я хотел, чтобы человек чувствовал себя на этой территории максимально комфортно, в то же время в гармонии с воздухом, природой, светом. Проект стал результатом моего глобального вдохновения Античностью.

Как обычно выстраиваются ваши отношения с заказчиком? Был ли карт-бланш в случае с Lily of the Valley?

Думаю, все давно знают, что я – абсолютно неконтролируемый и одержимый. Люди, которые обращаются ко мне, тоже, безусловно, в курсе. Им нравится то, что я делаю: они любят те истории, которые я рассказываю посредством дизайна. Впрочем, я отказываю в 95% случаев, потому что для меня важно разделять общие ценности с заказчиком. В этом случае сотрудничество складывается настолько гармонично, что я даже



ФИЛИПП СТАРК
ПЕРЕОСМЫСЛИЛ ДИЗАЙН
ПРЕЗИДЕНТСКОЙ
РЕЗИДЕНЦИИ
В ЕЛИСЕЙСКОМ ДВОРЦЕ



никогда не задумываюсь над этим вопросом. Вот и в проекте Lily of the Valley у меня был карт-бланш.

Во время работы над дизайном интерьера от чего вы отталкивались? Возможно, это были образы людей, которым предстоит здесь отдыхать, их ожидания, потребности?

Да, отчасти. Lily of the Valley – для людей со вкусом, с образованием, которые способны понять это место, ведь оно абсолютно вне моды. Вы, наверное, заметили, что в моде сейчас некие стандарты: фальшивое ретро, винтаж 1970-х, скандинавский стиль, а у меня в этом проекте совсем все по-другому. В отеле, например, нигде нет покраски: бетон – это бетон, дерево – это дерево, камень – это камень: все настоящее, нет подделки и лжи, ничего скрытого. Проект основан на другой философии, Lily of the Valley – место абсолютного покоя. Моей главной целью было создать райский островок, куда приезжают уставшие от работы и стресса люди и говорят: «Мне здесь просто невероятно хорошо» – и все. Побывав здесь, я в первый раз в жизни сам стал понимать вибрации юга Франции, хотя к ним вообще не привык. У меня самого ощущения пребывания на юге эпохи Античности.

Предполагается, что отель будет открыт круглый год: это обстоятельство как-то повлияло на дизайн?

Еще как. Вообще, Lily of the Valley создан для зимы. Почему-то, когда люди строят отель на море, они все делают в белых и голубых тонах, хотя море совсем рядом – и оно и так голубое. И если в такой отель вы приедете пожить зимой, то с вами случится депрессия – все белое и холодное, и вам покажется, что за вами захлопнулась дверь холодильника.

Я ЗНАЮ, КАК СДЕЛАТЬ ПРОЕКТ СТОИМОСТЬЮ В МИЛЛИАРД ДЛЯ ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА. МЕНЯ ЭТО УВЛЕКАЕТ И ПОТОМУ, ЧТО ЛЮДИ, У КОТОРЫХ ЕСТЬ МИЛЛИАРД, КАК ПРАВИЛО, УМНЫЕ, И Я МОГУ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ИХ ДЕНЬГАМИ ДЛЯ ЭКСПЕРИМЕНТОВ В СВОЕЙ ТВОРЧЕСКОЙ ЛАБОРАТОРИИ. НАПРИМЕР, Я РАЗРАБАТЫВАЮ ДИЗАЙН ДЛЯ МЕГАЯХТЫ: ЭТОТ ПРОЦЕСС – ЦЕЛАЯ ЛАБОРАТОРИЯ НОВЫХ ИДЕЙ, И НОВИНКИ ОТСЮДА ОЧЕНЬ БЫСТРО ПРИДУТ В ИНТЕРЬЕРЫ ОБЫЧНЫХ КОРАБЛЕЙ ДЛЯ МНОЖЕСТВА ЛЮДЕЙ

Почему же Lily of the Valley для зимы? Летом мы все равно живем снаружи, а не внутри, и проводим большую часть времени на террасе. Я вообще хочу, чтобы летом здесь однажды испортилась погода, полил дождь. Тогда вы оцените, как здорово валяться в кровати, читать, смотреть на деревья, а потом подняться в ресторан, где есть шесть каминов. Уютно там устроиться и продолжать читать, потягивая коктейль. В этот момент, я уверен, вас охватит настоящее счастье. Сейчас могу с уверенностью заявить, что на юге практически нет отелей, которые были бы сделаны для комфортной жизни зимой.

Честно скажу: когда я приезжаю в Lily of the Valley, то стараюсь ощущать себя там клиентом – и наслаждаюсь, не находя изъянов.

Кстати, о клиентах: как изменились за эти годы запросы богатых людей? Вы наверняка заметили эволюцию.

Меня богатые люди не интересуют. Я не люблю понятие «роскошь», я ценю ум и человеческие качества. Кроме того, в жизни мне часто приходится говорить богатым и сильным: «Вы лишаетесь корней, возвращаетесь в реальную жизнь. Вы не ходите на рынок, вы сами не готовите, вы лишили себя радости». Однажды я сказал клиентам: «Ваш салон, в который вы даже никогда не заглядываете, я преобразую в большую кухню и найму вам шеф-повара, который научит вас готовить». Эти люди (не могу вам назвать имена) теперь готовят сами для себя, для своих детей, для друзей и очень довольны. Они сами ходят на рынок, чтобы выбрать себе картошку. Проблемы низов и верхов абсолютно различны, но они всегда являются проблемами. Моя работа с богатыми состоит в том, чтобы сделать их место таким, где не видно, сколько денег



туда вложено, где они не соревнуются с себе подобными. Я говорю: «сначала – жизнь, счастье, семья». Помогаю снять оболочку и посмотреть в суть вещей.

Вы сами предпочитаете работать над частными проектами или масс-маркетом? Что приносит больше денег и творческого удовлетворения? Порой простые и функциональные вещи – вызов для дизайнера не меньший, чем запросы одного богатого клиента.

Мне не нужно выбирать, потому что я умею делать и то, и то. Я знаю, как сделать предмет стоимостью в один доллар для миллионов, и как сделать проект стоимостью в миллиард для одного человека. Меня это увлекает и потому, что люди, у которых есть миллиард, как правило, умные, и я могу воспользоваться их деньгами для экспериментов в своей творческой лаборатории. Например, я разрабатываю дизайн для мегаяхты: этот процесс – целая лаборатория новых идей, и новинки отсюда очень быстро придут в другую область, то есть в интерьеры обычных кораблей для множества людей. Вообще, как я уже говорил, с рождения у меня есть болезнь, называемая «креативность». На моей стадии это даже не просто недуг, а неизлечимая болезнь. Я творю по 18 часов в сутки, без выходных, без отпуска. И когда ты обладаешь талантом, ты должен помогать людям. Я не умею спасать жизни, но я способен создать людям лучшую жизнь. Я что-то вроде «уборщика в социуме»: хожу с веником, выметаю все то, что не нужно в жизни людей, что не основано на чем-то настоящем. На это место я кладу настоящее, нужное, полезное. Эта миссия не настолько важная, как спасать жизни, но я смог сделать дизайн умным, недорогим, экологичным и всегда с юмором, потому что я сам живу только юмором и любовью. **‘S**