



Narciso, Eurolegno

Интерпретатор

(беседовала Анна Коломиец /



Marco Poletti (род. 1968) — молодой итальянский архитектор, после получения диплома в знаменитом Politecnico di Milano в 1997 году основывает Studio Poletti.

В начале профессиональной карьеры проектирует шоурумы для таких знаменитых модных брендов, как Cerruti, Emenegildo Zegna, Ferré, Mandarina Duck, Missoni, Valentino, создает проекты выставочных стендов для Pitti Uomo и Linea Pelle.

В последующие годы посвящает себя промышленному дизайну и архитектурному проектированию. Начинает работать с таки-

ми фирмами интерьерного сектора как Bongio, Eurolegno, Huber, D.A.S., Faraone, Fornara & Maulini, Scarabeo, Jacuzzi, Sistemamen, Wind и производителем бытового оборудования Bieleffi, Barifa, Olivan, Olivetti и Tre-P.

В последнее время часто приглашается как эксперт для реконструкции и оборудования в Россию и Украину, где разрабатывает линию шоурумов для Marco Trevi.

За проект Moon, созданный для Bongio в 2002 году, был награжден престижной премией ADI INDEX DESIGN Compasso d'Oro.

После защиты диплома вы, молодой архитектор, начали свою деятельность как дизайнер интерьера модных бутиков во Флоренции. Этот опыт как-то повлиял на ваше профессиональное формирование? Работа в сфере fashion изменила ваш взгляд на искусство интерьера и предметный дизайн?

Опыт работы для fashion невероятно обогатил мое профессиональное становление и дал возможность посмотреть на дизайн с другой стороны, а также сформировал мой взгляд на искусство декорирования интерьера. Сектор моды в те годы был совершенно иным, чем сегодня, как и сама концепция дизайна. Их взаимное влияние сводилось к минимуму, так как в то время это были два разных мира с совершенно различными ритмом и подходом. Если же говорить о ситуации сегодняшней, она воистину противоположна, потому что современный «эмансипированный» дизайн, оставаясь ограниченным в интерьере сектора, в fashion наслаждается уверенной независимостью и передовой ролью, определяя модные тенденции. Моей большой удачей стала возможность «прожить» дизайн в обоих секторах и сформировать свой особый взгляд.

Отличается ли ваш подход в работе с предметом и с интерьером в целом? Что для вас интереснее?

Конечно, разнородность. Процессы создания объекта и интерьера следуют разным правилам. Если сам проектный подход с креативной точки зрения похож, то методы воплощения очевидно различны. Чтобы получить лучший результат, в любом случае важно четко представлять, как будет реализовываться каждый из проектов.

Поскольку эти два проекта — предмета и пространства — различны по сути, то мне априори сложно сказать, какой из них меня привлекает больше: я оцениваю ситуацию каждый раз по-новому, исходя из проектного предложения.

Говоря о пространстве, как вы прокомментировали бы тот

факт, что ванная комната становится сегодня важной частью современного жилья, можно сказать, его протагонистом, которому уделяется не меньше, а, пожалуй, больше внимания, чем всем прочим помещениям? По-вашему, это тенденция или мода?

Ванная комната, без сомнения, является протагонистом современного дома. Растет как ее площадь, так и наши ожидания, особенно учитывая большое количество специальной продукции высочайшего качества. Исторически ванная претерпела существенные изменения, превратившись из служебной комнаты в помещение, предназначенное для релакса — это почти spa (salus per aquam — лат. «здоровье через воду»).

Я не верю, что это скоротечная мода, поскольку этот процесс уже растянулся на все последние десятилетия и наверняка продлится еще как минимум столько же. Думаю, что правильнее было бы говорить именно о тенденции, не забывая, что по своей природе тенденции цикличны, они переживают подъемы и спады общественного внимания, пока не утверждаются окончательно.

За последние годы вы создали несколько оригинальных коллекций мебели для ванных комнат (Forme, Volo, Narciso, Giuletta, aeromo для Eurolegno) и ставших знаковыми смешителей (Volo для Huber, One, Mirò и Acqua Viva для Bongio). То, что вы так активно творите именно для этого интерьерного сектора, как-то связано с проектным и технологическим бумом, с тем, что именно в этом секторе происходит сегодня самые интересные и революционные изменения? Куда пойдет, по вашему мнению, этот процесс в ближайшем будущем?

Совершенно верно, сегодня Studio Poletti посвящает большую часть своих творческих ресурсов проектированию для сектора ванных, потому что именно он претерпевает самый настоящий технологический и проектный бум. Не будем, однако, забывать, что



Volo, Huber



Forme, Eurolegno



нашей студии было выполнено немало проектов и в других многообещающих направлениях, таких как архитектура и дизайн интерьера.

В ближайшем будущем я предвижу важные эволюционные изменения: ванная станет еще в большей мере объектом высоких технологий, параллельно будет возрастать количество новых экспериментальных материалов и отделок.

Как вы создаете свои линии смесителей (Volo, One, Asqua Viva)? Ведь помимо эстетического аспекта, здесь еще очень важна технология, то есть их функциональность и возможность производства. Вам помогают в работе технические специалисты? Что остается первоначальным в работе над проектом – эстетика или функция?

Проектировать сегодня означает соединить эстетический аспект с техническим и функциональным. Однако часто желание создать новый необычный объект вызывает необходимость более внимательного инженерного подхода, изучения проблемы ad hoc, то есть «по месту», чтобы возможность его производства лучшим образом интегрировалась с эстетикой дизайна. В этих случаях проект движется «в четыре руки», совместно с техническими отделами при фабриках, для которых я проектирую.

Поэтому в роли архитектора моей прерогативой остается жесткая, прочно сочлененная с вниманием к функции.

Читая каталог к вашим «изделиям» для ванн, как коллекции Forgie или Giuliettaaromeo, отмечаешь повторяющуюся фразу об их вариативности и композиционной свободе. Вы специально ставите себе эту задачу, когда приступаете к проектированию, или это получается спонтанно, как самопроникающий творческий акт, но наизуно?

Мебель для ванной комнаты можно разделить на три основных типа: единичная (single), komponующаяся и частично komponующаяся. Обычно у меня есть две альтернативы: первая — определить вместе с фабрикой тип проекта и, следуя точной стратегии отдела маркетинга, сформулировать линии будущего продукта, а значит и коллекции; вторая — и предлагаю фабрике свою оригинальную идею, более свободную от догмат рынка и ориентированную на тенденции дизайна.

В обоих случаях идея становится продуктом только, когда соответствует запросам рынка.

Есть ли доля игры или шутки в вашей женско-мужской коллекции мебели для ванн Giuliettaaromeo? Расскажите о творческой подоплеке этой оригинальной линии, созданной для Eurolegno.

Giuliettaaromeo — коллекция komponующейся мебели для ванной на разный вкус и достаток. На проектом этапе самой большой проблемой оказалось придумать «историю», которая придала бы продукту уникальную индивидуальность, начиная от базовых элементов, как прямая и кривая линии, еще даже не углубившись в формы. Искомый эффект состоял в необходимости создать двойную сущность, объединяющую классику и современность, выразить идею баланса и стабильности одновременно с движением и модулем. Почти как в «чувствах» (именно отсюда родилась аналогия с двумя знаменитыми влю-

бленными), в проектной мысли это реализовалось в соединении пустого и полного, прямых линий и чистых поверхностей.

Конечно, изначальная творческая подоплека коллекции Giuliettaaromeo во многих аспектах септиментальна и человечна... Естественно, мы поставили на первое место женщину!

После эпохи минималистских и конструктивных коллекций вы создаете нео-классический проект Narciso в криволинейных, почти барочных формах, с сусальным золотом и серебром, который называете аллюзией на темы «бабушкиной мебели» (mobili della nonna), но в современных материалах и отделке. Теперь вы пошли еще дальше и разделили эту свою коллекцию в Narciso Fashion, пришлось в нее еще большие роскоши, со ставшей сегодня уже неотъемлемой частью мебельного ряда инкрустацией Swarovski. Это следование «вещам моды», но есть чуткость творца к требованиям современного рынка, или произошли какие-то изменения в вашем вкусе?

Первое поколение моих изделий, как One и Volo, представляли собой по имени, форме и содержанию продукт, связанный с очевидной задачей создания чего-то единичного, где ни один из компонентов не зависел бы от другого и не влиял бы на него. Сейчас же эта тенденция изменилась. Нужно быть чутким к вкусам рынка, актуальным сегодня в этом секторе, и согласно им трансформировать свои изделия, что было сделано в последних коллекциях Narciso, Narciso Fashion, Glamour и Amarcord для Eurolegno — в них были применены новые для зоны ванной материалы, как, например, покрытия, характерные для мебели жилой части дома. Именно в этом состоит главное отличие от прошлого. Изменилось не качество самого изделия, но степень чувствительности дизайнера и фабрик к актуальным тенденциям рынка. Эволюция Eurolegno происходит параллельно с изменениями в секторе мебели для ванн,



One, Volo



Amarcord, Eurolegno



в отличие от других секторов, еще не готовых к таким шагам.

Вы в своей работе уделяете большое внимание актуальной сегодня теме экологии и эко-совместимости (ecosustainability) в проекте: так, Studio Poletti стала одним из инициаторов прошедшего в Милане в апреле этого года форума "ECOMADE. Valore verde" (Ценность зелени), посвященного темам ответственности проектировщика перед будущим, а также — инновационным и энергосберегающим материалам, здоровому эко-дому. Каким образом вы учитываете эти аспекты в своих проектах, как предметных, так и интерьерных?

Верно, что уже больше десяти лет мы проводим ECOMADE, мероприятие, посвященное теме экологической совместимости в мире дизайна интерьеров и сбережению энергоресурсов. Эта идея всегда была мне близка, но если раньше, еще несколько лет назад ecosustainability была темой, интересной лишь узкому кругу специалистов, сегодня она представляет собой дополнительную ценность, которую ведущие фирмы-дистрибуторы прилагают к продукции. Ясно, что не всегда можно учесть эти параметры на фазе проектирования, но все же тогда это удавалось сделать, и использовал материалы вторичной переработки (recycle) и экологическую упаковку для продукции — важная лепта в улучшение качества нашей жизни. »