

ПРАКТИКА СТИЛЬНЫХ ИНТЕРЬЕРОВ

№ 115 Октябрь 2009

МЕЗОНИ

ИТАЛЬЯНСКИЙ ДИЗАЙН:

30 звездных фабрик

10 актуальных адресов

40 стильных предметов

100

ИНТЕРЬЕРНЫХ
БЮРО
МОСКВЫ
И ПЕТЕРБУРГА

САМЫЕ МОДНЫЕ ОБОИ

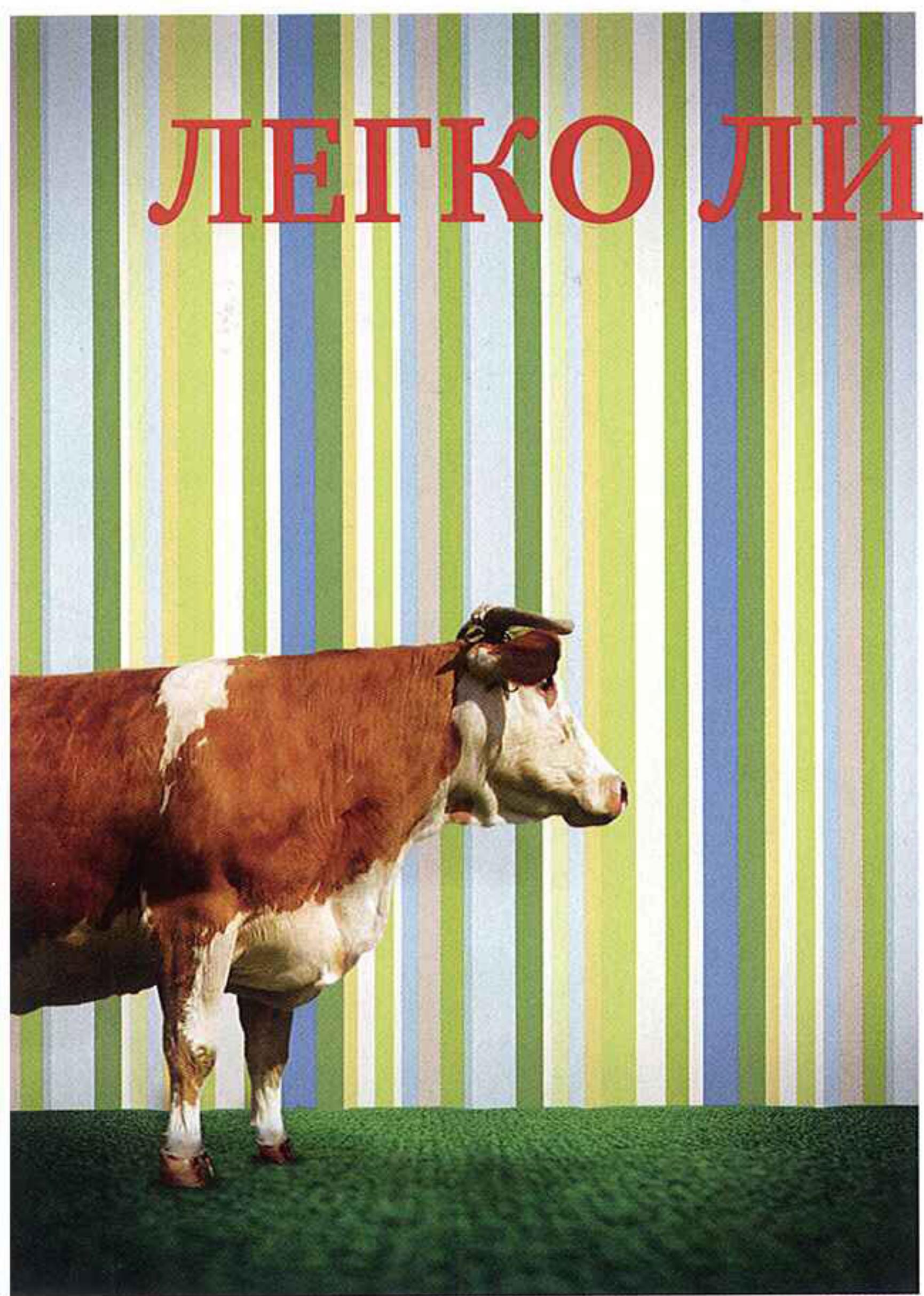


09

4 607006 430945

ЛЕГКО ЛИ БЫТЬ МОЛОДЫМ

Испанцы из Барселоны начали крестовый поход за возрождение искусства обоев. Трепещите, изготовители красок для стен!



«Мы – маленькая компания, которая производит много шума», – так представляет фирму «Tres Tintas» («Три краски») ее арт-директор Альберто Буизан. Не только маленькая, добавим мы, но и неприлично молодая – ей всего пять лет, хотя с ней уже успел поработать «испанское все» – дизайнер Хавьер Марискаль. Зато «материнская» компания, в недрах которой и родилась «Tres Tintas», имеет солидный возраст. В 1961 году в Барселоне Хуана Кутillas открыла магазин обоев «Papeles Pintados Aribau», который и сегодня находится по тому же адресу, только руководит им сын госпожи Хуаны, Хайме Бермехо Кутillas. У него, в свою очередь, тоже подросли три сына: Хайме-младший, Альберто и Даниэль. Первый выучился на архитектора, второй на рекламиста, третий на маркетолога. В один прекрасный день семья решила консолидировать интеллектуальный потенциал и предложить рынку авангардные обои.

Братьями Буизан двигали сентиментальные чувства – они хотели вернуть обоям былую популярность. «Кому-то это покажется странным, – рассказывал Альберто Буизан, – но наше детство прошло среди обоев: мы наблюдали, как их делают и наклеивают, мы использовали их в своих играх, знали, какие обои модные, сколько они стоят». Однако сантименты не отменяют маркетинг. Исследования, проведенные братьями Буизан, показали, что в обществе сильна ностальгия по 1970-м, «The Beatles» и «Rolling Stones» и что молодежи не хватает материалов для маркировки своей среды. (Действительно, что современный декоратор может предложить в интерьер тинейджеру – мебель с морской тематикой, напольный глобус с баром внутри?) В 2004 году увидела свет первая коллекция «Tres Tintas» – «Revival» («Возрождение»). Она была сделана на основе архивных образцов из семейного магазина в стиле поп-арт: геометрический орнамент, кричащие цвета. «К обоям отношение ироническое: «А-а, бабушкины цветочки!» Мы столько раз это слышали, что решили сделать бабушкины цветочки», – говорит Альберто Буизан. Так появилась линия «Flores» дизайнера Джуллии Пелльтье.

Старт «Tres Tintas» более чем благосклонно встретили покупатели и пресса. В 2005-м появилась коллекция «Déjà Vu». Молодым дизайнерам, которые родились в 70-е, дали «карт бланш» – результат получился разностильным, но суммирующим опыт поколения, выросшего в интерьерах с обоями. Например, Джульетта Альварес в модели «Flapatos» воспроизвела фигуры фламинго и утки из книжки «Удовольствия животных». Рисунки были созданы на основе «исследования интимности, эротизма и нежности у птиц и животных».

Третью по счету коллекцию, «All City Papers», разработала для «Tres Tintas» дизайн-студия «Inocuo»: Хави Гутьерез, Давид Фернандес и Тксема Алгуасиль. Для них отправной точкой стало уличное искусство Нью-Йорка 1980-х (в России практически неизвестное), а также работы художников-граффитистов и мастеров тату. Например, модель «Mr. Ino» посвящена «Taki 183» – нью-йоркскому подростку, который в 1971 году работал посыльным и, бегая по городу, оставлял на стенах домов и в метро знак «Taki 183». Ему начали подражать, движение распространилось на все США и

Европу. В Нью-Йорке было даже отделение полиции, боровшееся с этим стихийным искусством. В обоях «Mr. Ino» старинная каллиграфия сплелась с почерком Таки, и в результате возникла фреска, пронизанная музыкальным ритмом.

Даже краткого обзора достаточно, чтобы понять, что каждая модель «Tres Tintas» «сделана с умом». Что не отменяет чисто пластических достоинств и высочайшего качества этих обоев: они красивые, прочные, легко клеятся и снимаются со стен. Они актуальны по стилю и адресованы молодежной аудитории. Обоями «Tres Tintas» в Испании оформлены магазины «Zara».

Шума вокруг компании стало так много, что «великий и ужасный» Хавьер Марискаль нарисовал им следующую коллекцию – «9 Selvas» («9 образов джунглей»), причем к каждой модели написал по белому стиху. Вот, например, об обоях «Морские джунгли»:

Пальмы на ветру
Полная луна
Отражения морских волн
Ритмы вечеринок
На пляже
Тропической ночью

«Tres Tintas» с большим юмором промоутирует свои коллекции, приглашая в рекламные лица модных певиц и манекенщиц, а наряду с ними – никому неизвестных расклейщиков обоев. В каталоге нередки невинные шутки типа «В 2004 году обои «Sara Palmer» украшали обложку престижного журнала «Beautiful Delay» («Прекрасное промедление»). Для рекламы обоев «Lamparas» (орнамент из пирожковых люстр) братья Буизан сфотографировали свою бабушку, а «рекламной задницей» обоев «Galaxia» стал Даниэль Буизан: на постере он изображен в обнимку с девушкой, в одних трусах, вид со спины.

В 2009-м компания выпустила «Wall-a-porter» – обои в стиле fashion. Большинство авторов, работавших над моделями, – женщины, дизайнеры одежды. Например, Чель Мирас – главный художник марки «Prada Man». Обои она сочинила в сюрреалистическом духе: овальная рама, в ней фотоаппарат, в объективе фотоаппарата – глаз. Черно-белая гамма. Это вам не привычные флоральные орнаменты, вялая геометрия, пастельные тона, ожидаемое подражание обоям ар нуво. Это – обои нового тысячелетия.

Нельзя сказать, что «Tres Tintas» одиночки в своем революционном подходе к искусству обоев. Совершенно замечательные изделия выпускает французская фирма «Elitis»: виниловые обои передают трансформации 3D-пространства. Не так давно немецкая «Marburg» выпустила обои по рисункам Карима Рашида. И все же по системному подходу и жесткой фокусировке на актуальном дизайне «Tres Tintas» трудно найти равных.

Сегодня братья Буизан всерьез думают о двух вещах: о выпуске под своей маркой интерьерных аксессуаров и о выходе на рынки Японии, Италии и... Ирана. Зачем им Иран? «Во-первых, у нас там друзья, – объясняет Альберто Буизан. – И в этой стране какая-то новая энергетика. Мы в поисках вдохновения».

Людмила Лунина
Адрес – на с. 188.

В обществе сильна ностальгия по 1970-м, «The Beatles» и «Rolling Stones», а молодежи не хватает материалов для маркировки своей среды.

