

ФРАНЦУЗСКАЯ ГОЛОВЛОМКА



Фабрис Оссэ — экспериментатор с юга Франции. В копилке работ дизайнера – лофты и замки, бутики и бизнес-центры, а его клиентами неоднократно становились Mercedes-Benz, Yves Saint Laurent, Thierry Mugler и другие знаковые марки.



Эмоции в архитектуре всегда присутствуют! Только подумайте, когда вы вспоминаете какую-то историю, вы ведь всегда привязаны к месту. Эмоция и воспоминание всегда ассоциируются с местом.



Я не люблю смешивать стили, но люблю, когда в интерьере всё на единой плоскости. Знаете, это как компромисс, как дуга между какими-то значениями. Смешивая идеи и стили в интерьере, нужно помнить про эту парадигму. Нельзя брать вещи из разных историй, потому что у каждой истории есть смежные. Например, если вы выбираете брутализм, то вы, так или иначе, близки к конструктивизму.



Когда в моей жизни что-то меняется, я продаю вещи, которые окружали меня какое-то время. Конечно, изначально я задумывался о том, что что-то стоит оставить моим детям как наследие. Однако потом я осознал, что моя жизнь — не музей, а значит, и хранить что-то лишь бы хранить — попросту глупо. Вещи должны служить. И этим правилом я руководствуюсь, создавая новые и новые свои работы.



Однажды я понял, что я минималист в барокко. Я люблю множество разных вещей и стилей, люблю цвет, но при этом я за чистоту форм утвари.



Я не смогу выделить какой-то один свой проект, потому что это для дизайнера то же самое, что спросить, кого он любит больше — дочь или сына.



Главное в работе дизайнера архитектуры — время. Никто не захочет ждать проекта десять лет. Важно делать нашу работу как можно оперативнее, пока у человека есть запас эмоций и не пропал интерес. Когда вы идёте в ресторан, вы ведь не планируете ждать блюда в течение всего дня, вы хотите прийти и поесть. С обустройством пространства то же самое. А иначе желание и мысли о доме или кабинете выветриваются.



Я не принимаю заказы, когда ко мне приходят и говорят: вот вам пример, сделайте так же. Зачем? Это ведь уже сделано! Я люблю делать что-то новое, прогрессивное, не придуманное прежде. А ещё я задам вам тысячу вопросов, принимая заказ. Например, вы захотите, чтобы я сделал для вас кофейную чашку. Я тут же захочу узнать: где вы пьёте кофе? Какой кофе вы пьёте? Какой вид окружает вас? А с чем вы пьёте кофе? И так далее. Так и должен работать дизайнер. Конечно, важно создавать что-то для массового потребления, но всё же, не надо стараться унифицировать изделие, если оно носит дизайнерский характер.