

grafika plus produkt

# (2+3 D)

nr 52

ogólnopolski  
kwartalnik projektowy  
III/2014  
cena 20 zł (w tym 5% VAT)  
ISSN 1642-7602  
INDEKS 378348



# Przedmioty które rozumiesz

Od 1999 roku **Ronan i Erwan Bouroullecowie** współtworzą jedno z bardziej rozpoznawalnych na świecie studiów dizajnu. W ich portfolio znajdują się zarówno małe obiekty, jak i architektura, ale podstawowym polem ich aktywności jest projektowanie produktu i wnętrz.

 [www.bouroullec.com](http://www.bouroullec.com)

## Małgorzata Mozolewska

Autorka, projektantka, przez ostatnie trzy lata pracowała w studiu Marcela Wandersa w Amsterdamie, od dwóch miesięcy podróżuje, przyglądając się światu z ciekawością.

Bracia Bouroullecowie urodzili się w Bretanii we Francji; Ronan w 1971, a Erwan w 1976 roku. Od 1999 roku pracują razem. Projektują meble, akcesoria, biżuterię, ale również dekoracje wnętrz i architekturę. Współpracują z takimi firmami jak: Vitra, Kvadrat, Kartell, Axor, Alessi, Issey Miyake, Cappellini, Mattiazzi, a ostatnio Hay. Albumy poświęcone ich twórczości to *Works* i *Drawing*.



Jak mówi Erwan, walcą z brzydotą i przedmiotami, które są źle wykonane. Obiekty, które projektują, są symbolem czasu, a Bouroullecowie chcą, aby ludzie czuli, że żyją we właściwym stuleciu.

Pracują w Paryżu, w dzielnicy Belleville. Studio, schowane w niepozornym podwórku w chińskiej dzielnicy, zajmuje parter budynku. Wewnątrz, po lewej stronie od drzwi, stoi duży stół, przy którym pracują obaj bracia, a po prawej – biurka kilku młodych dizajnerów. Kamealnie. Antresola pełna prototypów i materiałów.

### Wasze studio jest niewielkie. Czy to świadomy wybór?

ERWAN: Sposób, w jaki prowadzimy studio, odpowiada temu, jak organizujemy swoje codzienne życie. Najważniejsza jest możliwość pozostania niezależnym. Możemy rozwijać się w wybranym przez nas kierunku, wprowadzać w naszym małym studiu zmiany, kiedy tylko zechcemy, i nic nie stoi na przeszkodzie, abyśmy przestali pracować, gdy nie będziemy mieli już na to ochoty.

RONAN: Jestem zafascynowany sztuką użytkową. Obiekt to dla mnie najciekawszy temat rozważań. Jedynym sposobem, aby być zadowolonym z projektów, jest poświęcenie im odpowiednio dużej ilości czasu. Robię wszystkie zdjęcia prasowe naszych projektów. Lubię pracę w ciszy, spokoju, kiedy nikt mi nie przerywa. Nie chcę kierować wielkim zespołem, wolę być otoczony małą grupą zaufanych osób. Nie widzę sensu prowadzenia dużego studia i robienia wielu projektów naraz. Nie lubię też za wiele mówić, nie przepadam za spotkaniami, a one są nieuniknione w większej firmie.

### Projektujecie kilka obiektów rocznie – dlaczego decydujecie się na określone tematy? Dlaczego w ogóle uważacie, że warto projektować nowe przedmioty?

ERWAN: Mam jeden klarowny powód. Nasza praca polega na zaangażowaniu się we współpracę z firmami, które tworzą Europę oraz europejską jakość. Ich istnienie jest często zagrożone taną produkcją. Jedyną metodą na utrzymanie pozycji na rynku oraz przetrwanie jest dla nich dodanie wartości w postaci dizajnu. Każda firma to żywy organizm – jak człowiek: może zachorować i odejść. Naprawdę jest o co walczyć.

RONAN: Jest wiele powodów, dla których to robimy. To suma różnych czynników, wypadkowa wielu spraw. Dla mnie ważny jest kontekst obiektów, które projektujemy. Ten sam przedmiot w jednym otoczeniu będzie wspaniały, w innym zupełnie się nie sprawdzi. Ważna jest także długowieczność wyrobów oraz nasza odpowiedzialność za to, co powstaje.

ERWAN: Widzimy potrzebę nieustannego modyfikowania, dopasowywania wyrobów do zmieniających się sposobów produkcji. Przykładem może być krzesło Thoneta. W swoim czasie jego technologia była najlepszą przemysłową metodą produkcji, dzisiaj ten sposób wytwarzania jest luksusowym rzemiosłem. Na przestrzeni wieków zmieniają się też

Instalacja w Château de Versailles,  
Gabriel Chandelier, wykonanie:  
Swarovski, 2013



© Studio Bouroullec

same obiekty. Kilkaset lat temu, gdy pojawił się przedmiot odpowiadający dzisiejszej sofie, wyglądał inaczej. Zmieniły się sposoby wytwarzania, nasze zachowanie i kultura. Mebel stawał się coraz niższy i głębszy. Kiedyś na sofach przyjmowano pozycję bardziej wyprostowaną, raczej siedzącą niż leżącą – jak to jest w zwyczaju dzisiaj. Wynika to ze zmian relacji pomiędzy ludźmi i modyfikowania zachowań. To może być niezauważalne dla użytkowników, ale jest widoczne w statystykach. Jako projektanci musimy brać pod uwagę tradycję, metody wytwarzania, ale i zwyczajnie czy sposób bycia.

### **Zgłębiać wiedzę psychologiczną i socjologiczną czy raczej posługujecie się intuicją i obserwujecie?**

ERWAN: Problem w tym, że nie tak dużo zostało na ten temat napisane i nie ma aż tak wiele do studiowania. Myślę, że charakter i znaczenie otaczających nas przedmiotów to pokłosie funkcji, jaką miały spełniać, oraz sposobu wytwarzania. Jest wiele elementów, które są „naturalne” dla naszego mózgu, rozpoznajemy je automatycznie. Wszyscy kochamy drewniane krzesła z powodu ich klarownej konstrukcji, widocznych łączeń, pozwalających od razu zrozumieć przedmiot.

To, co widzisz, odnoszone jest do wcześniejszych doświadczeń, np. krzesła do drewnianych zabawek z dzieciństwa. Nie trzeba tego studiować, to się wie. Wzorzec, do którego nasz umysł się przyzwyczaił, daje nam poczucie komfortu, określa proporcje, które uznajemy za idealne. Szukamy nowego charakteru, ale jednocześnie rozpoznawalnych wartości, aby ludzie mogli szybko zrozumieć przedmiot. Jedno z ważniejszych pytań dotyczy tego, jak zachować tę klarowność przy masowej produkcji.

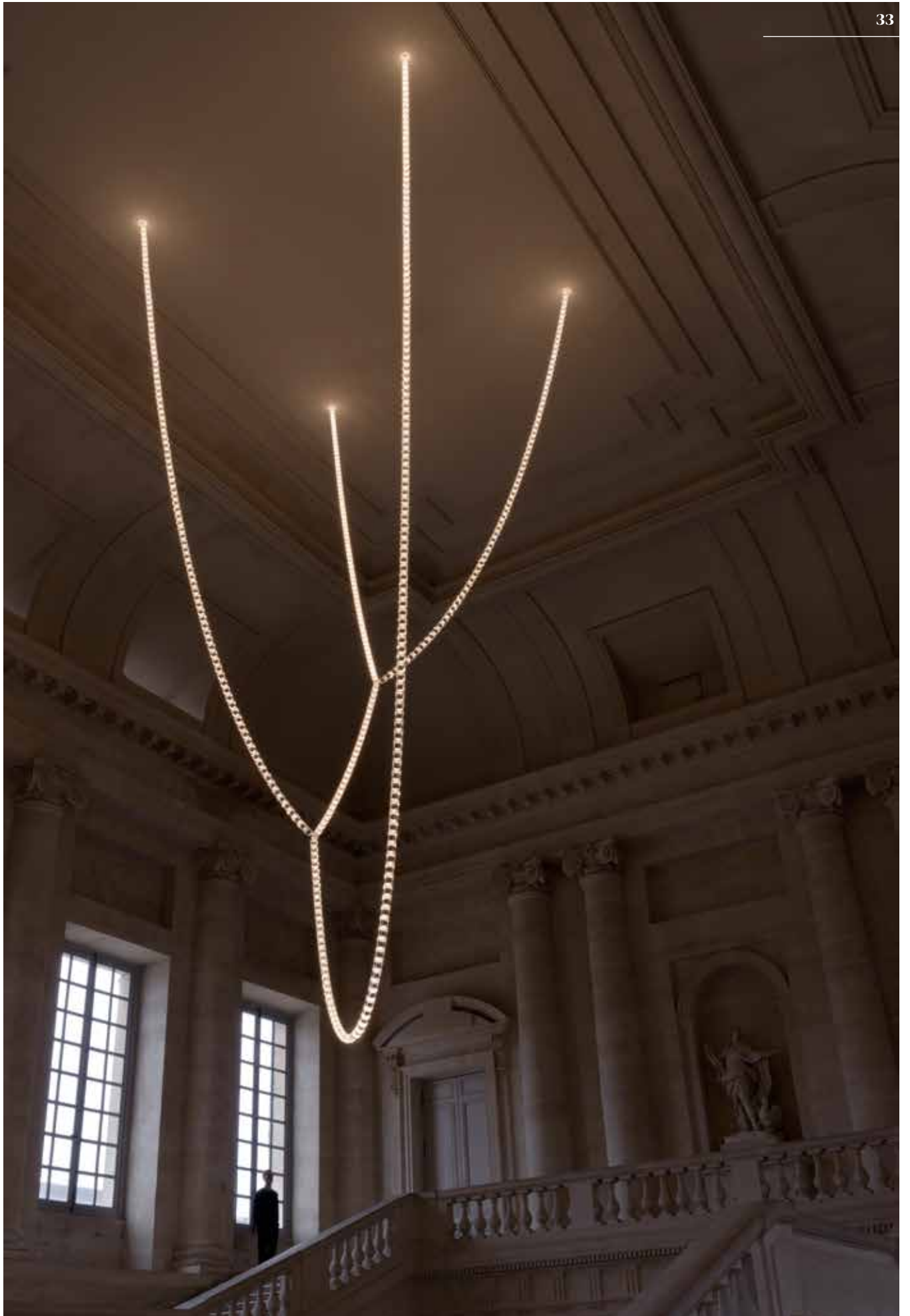
### **Co przez to rozumiesz?**

ERWAN: Nabywca często nie wie, jak przedmiot został skonstruowany i przez kogo. Klientowi 50, 60 lat temu było łatwiej. Kupował wyroby produkowane tuż obok. Do krawca udawał się z własną tkaniną i jeśli wybrany krój nie był dobry czy nie dało się wykonać danego rodzaju szycia, rzemieślnik informował o tym i tłumaczył dlaczego. Klient mógł zamówić inny sposób wykonania. To budowało obopólne zrozumienie i akceptację. Dziś jest inaczej. Dlatego ważne jest, aby tworzyć obiekty nietrudne do zrozumienia, tak aby użytkownicy mogli przedmiot odczytać. Łatwiej jest „przyjaźnić się” z kimś, kogo rozumiesz, kiedy wiesz, kim jest i skąd pochodzi.

### **Pracujecie dużo z rzemieślnikami. Czy wynika to z kwestii, o której mówisz?**

ERWAN: To podejście może się odnosić do każdego rodzaju produkcji, zarówno masowej, jak i rzemiosła. Praca z rzemiosłem i z przemysłem doskonale się uzupełniają. Tak jak w naturze, rzeczy współegzystują. Duże drzewa obok małych roślin. Pracując na rzecz rzemiosła, musimy się wykazać większym pietyzmem, ponieważ obcujemy z techniką, która może zniknąć.

RONAN: Jestem zafascynowany przedmiotami i różnorodnymi metodami wytwarzania. Lubię projektować do produkcji maszynowej, szybkiej i efektywnej, ale cieszę mnie również spędzanie czasu z rzemieślnikiem w jego warsztacie. Wszystkie metody są jak kolory. Nie ma ładnego ani brzydkiego koloru – jedynie kontekst, w jakim są użyte, może być niewłaściwy.





### Co projektanci mogą zrobić, aby pomóc przetrwać rzemiosłu?

RONAN: Ważne jest krytyczne pytanie o przyszłość rzemiosła i ludzi, dla których jest ono jedynym źródłem utrzymania. Każdy przedmiot wykonany rzemieślniczo jest droższy niż produkowany przemysłowo. Sądzę jednak, że z projektowaniem stanie się to samo, co z jedzeniem: świadomość konsumentów będzie się rozwijać. Będą ciekawi, gdzie przedmiot powstał, kto go wykonał, z jakich materiałów. Pytanie o rzemiosło to pytanie o rekonstrukcję naszego świata, tak aby na powrót był on szanowany we wszystkich aspektach przez swoich mieszkańców, którzy będą rozumieć potrzebę myślenia całościowego i dalekosiężnego. Często mówi się o chronieniu rzemiosła, ale nie sądzę, aby sztuczne podtrzymywanie przy życiu czegoś, co nie ma przyszłości, było dobrym pomysłem. Trzeba stworzyć nowe perspektywy.

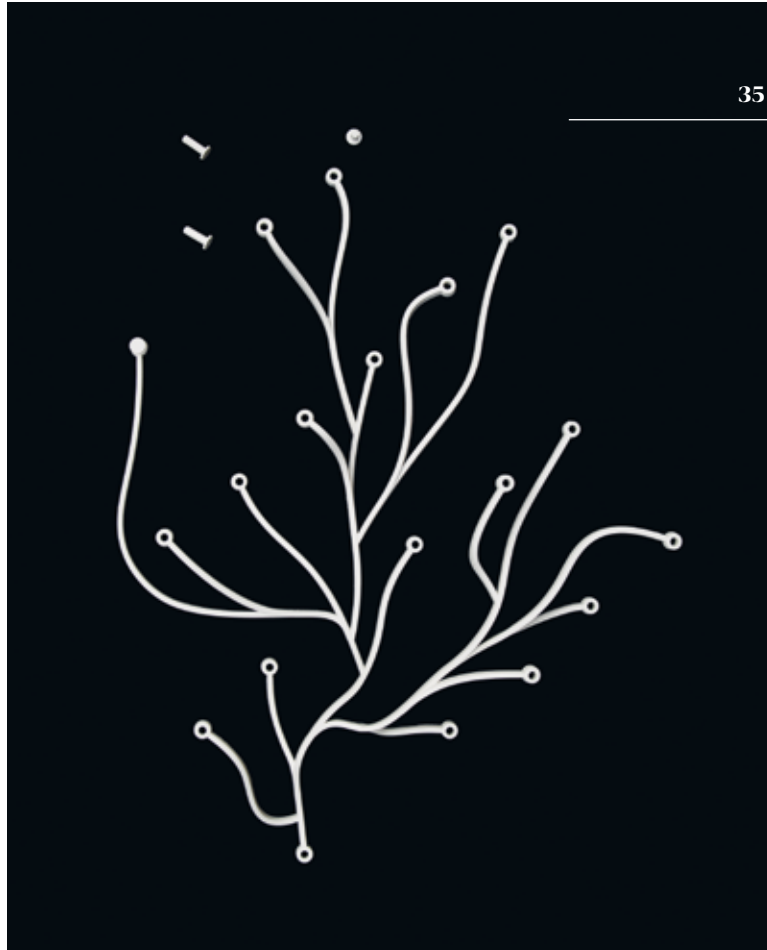
ERWAN: Próbowaliśmy, ale nie do końca wyszło. Rzemieślnicy nie mają klientów, sklepów, a ceny ich wyrobów są wysokie. Zaprojektowaliśmy lampy z laki wykonywane przez japońskich rzemieślników. Koszt produkcji był bardzo wysoki. W ciągu 4–5 lat sprzedało się ich około 50. W cenie 3000–4000 euro nie da się sprzedać więcej. Jednym z rozwiązań jest wytwarzanie przedmiotów, które mają taką jakość wykonania, że wysoka cena jest uzasadniona. Tak robi Hermes. Wyprodukowanie torby zajmuje dwa tygodnie. Skóra użyta do produkcji jest najwyższej jakości. Cena wynosi 1500 euro, ale ludzie zamawiają i czekają na wykonanie. Produkty tego typu nie będą się sprzedawały masowo.

### Co jest dla was esencją dizajnu?

RONAN: Jest wiele sposobów, w jakie dizajner może odpowiadać na pytanie o przedmiot – od rzemiosła po przemysł. Każda z dróg jest interesująca. My lubimy różnorodność – lubimy przeskakiwać z problemu na problem. Dizajn, przynajmniej w naszym przypadku, nie jest dziedziną dla specjalistów. Studiujemy sztukę: ceramikę, malarstwo oraz fotografię. To kształtuje nasze projekty.

### Udaje się wam znaleźć na wszystko czas?

RONAN: To zależy od relacji, jakie mamy z firmami, i czy są one gotowe wspierać nas w poszukiwaniach.



©] eric & marie

### Jak budujecie współpracę ze zleceniodawcami?

ERWAN: Firmy zgłaszające się do nas nie płacą nam za projekt, płacą tantiemy. Co prawda, nie zarabiamy, projektując, ale firma też ponosi koszty, gdy pracujemy z nią nad prototypami. W takim modelu po obu stronach musi być taka sama energia i chęci do pracy. Nie jesteśmy zatrudniani, aby zaprojektować coś, co akurat jest potrzebne, ale aby wymyślić coś nowego. Daje to wolność, którą niestety ogranicza technologia. Magia projektu jest w stanie ciągłego zagrożenia ścisłymi zasadami produkcji. Musimy wspólnie z firmą rozwijać nowe zasady działania, podejmując ryzykowne decyzje, a to wymaga dużego zaufania między stronami. Oprócz tego ważna jest dla mnie krótka droga decyzyjna. Rozumiem przez to niewielką grupę osób ponoszących odpowiedzialność. Nie cierpię też idei testów konsumenckich.

### Uważasz, że konsumenci nie wiedzą, czego potrzebują?

ERWAN: Każdy posługuje się własnym doświadczeniem, ograniczony jest do znanej sobie rzeczywistości. Ludzie nie mogą ocenić nowości, ponieważ te często wykraczają poza ich wyobrażenia. Firma oraz dizajner muszą być na tyle odważni, aby proponować nowe idee. Dopiero później klienci się zainteresują i po czasie zaakceptują produkt.





© Paul Tahon & Studio Bouroullec

Zestaw łazienkowy  
Axor Bouroullec,  
prod. Hansgrohe, 2010

### **Dlaczego wasze projekty sprzedają się tak dobrze?**

ERWAN: Może dlatego, że same się tłumaczą. Chcemy, aby odbiorca widział od razu, jak przedmiot jest zbudowany, jak go używać. Nawet *Algues* [algij], mimo swojej złożoności, mają prostą konstrukcję i nieskomplikowany sposób użytkowania.

RONAN: Pracujemy dla dużych firm, więc jesteśmy rozpoznawalni, mamy sprawdzone kanały dystrybucji. To ważne w przypadku wzornictwa przemysłowego, gdzie nie chodzi tylko o dobre pomysły, ale również dobrą sieć sprzedaży, dobry tekst do prasy, dobre zdjęcie. Prawdopodobnie to wszystko razem składa się na sukces. Ciągłe jednak zaskakuje mnie gust odbiorców. Wielokrotnie byłem pewien, że mamy świetny produkt, a on wcale nie przynosił wyniku rynkowego – i odwrotnie – powodzenie bywało dla mnie zaskoczeniem. Najwięcej wyprodukowaliśmy *Algues*, na początku sami musieliśmy zapłacić za formy, ponieważ nikt nie wierzył w ten projekt. Wcieliśmy w życie ten pomysł, bo byliśmy ciekawi materializacji idei, zupełnie nie spodziewaliśmy się takiego obrotu sprawy. Ale jest w nich zapewne coś wyjątkowego, co przykuwa uwagę. W pewien sposób sukces nie jest dla mnie ważny, gdyż wcale nie oznacza, że produkt jest najlepszy.

### ***Algues* są pięknym projektem, nie dziwi mnie ich rynkowy sukces.**

ERWAN: Tak, ale wielu kupujących nigdy nie wyjmuje ich z pudełka. Boją się wolności, która jest w środku.

### **Dla projektantów wolność kreacji jest pociągająca i często zapominają, że nie jest taka dla wszystkich.**

ERWAN: Dobrym na to przykładem jest kolekcja do łazienki, którą zaprojektowaliśmy dla niemieckiej marki Axor. Okazało się, że daliśmy za wiele możliwości i to spowodowało, że nabywcy przestali być zainteresowani produktem.

### **Czy możemy mówić o inspiracjach naturą w waszej twórczości?**

ERWAN: Na pewnym etapie naszej kariery zaczęliśmy szukać struktury obiektu innej niż geometryczna i symetryczna. Chcieliśmy, aby przedmioty wyglądały odrobinę nieregularnie. *Algues* były pierwszą próbą takiego podejścia. Punkty łączenia elementów rozmieszczone są jak wierzchołki trójkąta, tylko wewnętrzne linie są nieregularne. Wiele naszych projektów wygląda, jakby były inspirowane naturą, ale to dlatego, że mają geometryczne kształty. Nazywaliśmy nasze



projekty algami czy chmurami, ponieważ te słowa najlepiej charakteryzowały projekt. Produkt nie był jednak inspirowany konkretnymi glonami ani zjawiskiem – te podobieństwa pojawiły się później.

**Lampa *Blacklight* wygląda jak olbrzymie czarne konwalie zawieszono pod sufitem.**

ERWAN: Tylko dlatego odbiera się tę lampę jako kwiat, że wisi odwrócona i pod kątem. Tak długo, jak coś nie jest kwadratowe i geometryczne, klasyfikowane jest jako przyroda.

**Na koniec chciałabym zapytać o największą lekcję życia związaną z dizajnem.**

ERWAN: Mieliśmy niesamowite szczęście pracować z wybitnymi ludźmi zarządzającymi znanymi firmami, takimi jak Giulio Cappellini, Issey Miyake, Rolf Fehlbaum z Vitry, Eugenio Perazza z Magis, Michel Roset z Ligne Roset. Nauczyłem się dzięki nim, że dizajn może być niesamowity, ale też zwodniczy i rozczarowujący. Mamy wielką, nieograniczoną wyobraźnię, ale rzeczywistość mocno ogranicza możliwości realizacji. Wszystkie te osoby to wizjonerzy, a przez to są odrobinę sfrustrowani. To, że spotykaliśmy tak wspaniałych ludzi, powodowało, że nasza praca stawała się dużo lepsza, niż gdybyśmy pracowali sami. Teraz kiedy nawiązujemy współpracę z nowymi firmami, priorytetem jest odnalezienie tam takich osobowości. Ci ludzie mają w sobie wewnętrzne napięcie. Rzeczywistość jest „hardkorowa”, a oni muszą sobie z nią poradzić.

RONAN: Byłem tyle razy zaskoczony, przestraszony, czasami szczęśliwy – nie wiem, co było największą lekcją... Może to, że po 20 latach kariery zrozumiałem, że jest tylko jeden sposób, aby zrobić coś interesującego. Trzeba być wymagającym w stosunku do siebie. Myślałem, że może razem z doświadczeniem przyjdzie łatwość inteligentnego dociekania prosto do sedna problemu, ale niestety tak nie jest. A to, że jestem mniej naiwny, niż byłem na początku kariery, nie jest koniecznym zaletą. Trudno jest zrobić coś jednocześnie nowego, zrównoważonego i świetnie wpisującego się w kontekst. Ogranicza także przymus osiągnięcia sukcesu rynkowego.



© Kreo Gallery

**Jak być ciągle oryginalnym dizajnerem?**

RONAN: Ważne jest, aby pozostać krytycznym, nie być za bardzo z siebie zadowolonym. Pewnie po jakimś czasie można doceniać swoje projekty, ale nie od razu.

**Normalne jest więc poczucie braku satysfakcji z efektów swojej pracy.**

RONAN: Może to bardziej normalne dla mnie niż dla Erwana, on częściej bywa zadowolony. Czasami przedwcześnie cieszymy się z pomysłu, a po prześpanej nocy okazuje się, że jednak nie był aż tak genialny. Chodzi o odkładanie samozadowolenia na później. Trzeba czekać cierpliwie, a niepełne zadowolenie z siebie stymuluje do pracy.

Lampa *Blacklight*,  
prod. Kreo Gallery, 2008