ARQUITECTURA y DISEÑO

NÚMERO 191 • 4€

+Guía
CAMBIA DE COCINA ¡YA!
25 OPCIONES GANADORAS

50 PEQUEÑOS CAMBIOS QUE SUBIRÁN EL VALOR DE TU CASA

REUTILIZA Y VENCERÁS MATERIALES RECICLADOS FABULOSOS

Nº 191 - 4€ - PVP CANARIAS 4,15€
0 0 1 9 1
9 771576 264004

Gran diseño bajo el sol

GENUINA *Modestia*

Arquitecto, diseñador y escenógrafo, Bruno Moinard ha trabajado con los más grandes del diseño y la moda, pero sin renunciar nunca a la humildad de quien sabe escuchar para detectar gustos y traducir su idea de un lujo discreto. Nos lo cuenta en uno de sus últimos trabajos: la nueva joyería Suarez de Madrid.

POR ANATXU ZABALBEASCOA FOTOS: JACQUES PÉPION

“Mi seña de identidad no es un material, es una actitud. Yo escucho”

PABELLÓN CHÂTEAU LATOUR

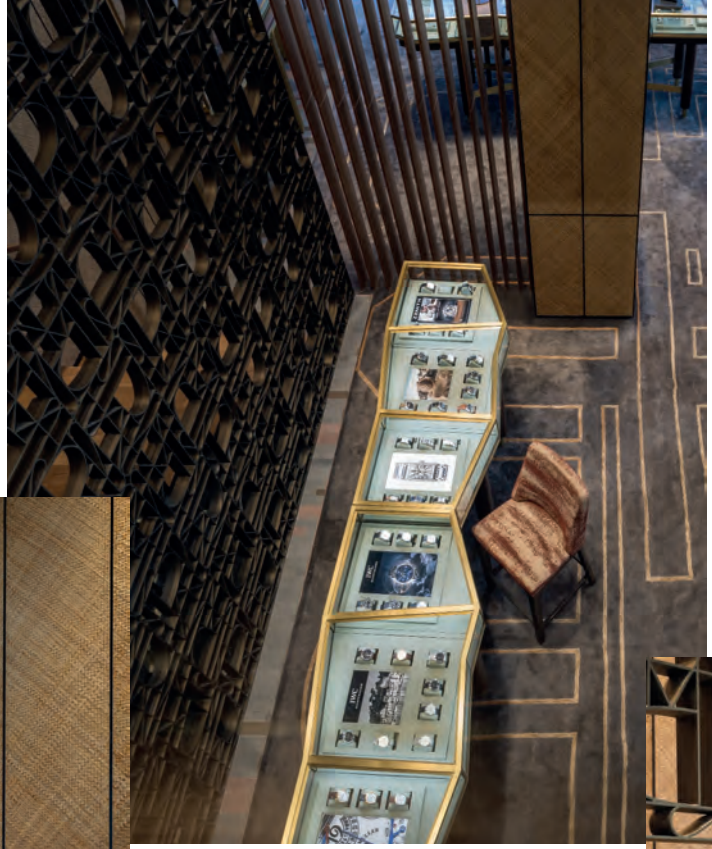
Bruno Moinard (1963) protesta si le llamas heredero de la gran dama del diseño francés, la fallecida Andrée Putman (1925-2013). "Andrée no quería herederos". Cuenta que trabajó con ella 15 años de su vida. Que ella le dio su primer empleo. Que juntos firmaron tiendas de moda para los más famosos: de Chanel a Balenciaga, oficinas en el Palacio del Elíseo y hoteles inolvidables como el Le Lac en Tokio, "pero ella no me nombró heredero de la misma manera que yo nombré a Claire Betaille socia tras diez años de trabajo en común". Moinard defiende compartir las responsabilidades. "Es cierto que diseño para los poderosos, pero también lo es que siempre me tienen ahí. Soy un interiorista que escucha y visita todas las obras. No sé trabajar de otra manera".

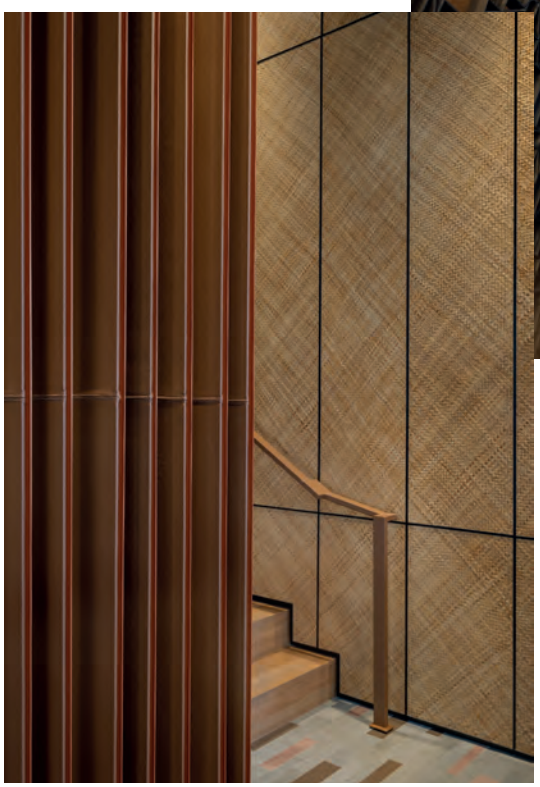
¿Cómo se puede diseñar a la vez para Karl Lagerfeld, Thierry Mugler o Saint Laurent? Trabajar para los mayores creadores requiere humildad y ambición. Cuando diseñas para la primera fila de la moda no puedes hacer siempre lo mismo. Por lo tanto, mi seña de identidad no es un material, es una actitud. Yo escucho. Y luego traduzco las ideas y las necesidades a un lenguaje sobrio, fuera del tiempo y alejado de las modas.

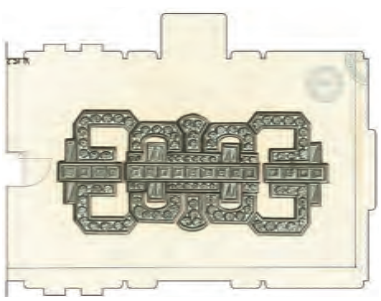
Su secreto como diseñador es escuchar. Es una condición *sine qua non*. Eso no quiere decir que sea fácil. Hay gente poco acostumbrada a hablar y pocos saben precisar lo que quieren. Pero con la información propones. Y ante la propuesta, los clientes reaccionan.

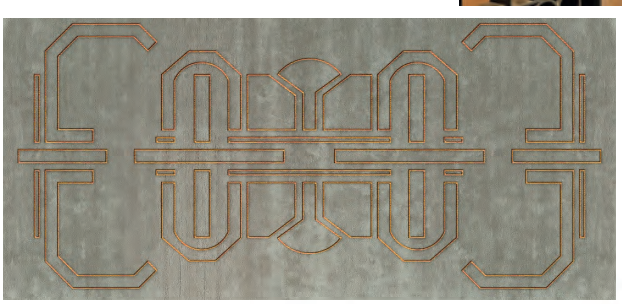
Cómplice y continuadora. Arriba, Bruno Moinard y Claire Betaille, joven historiadora del arte a la que incorporó como asociada en su empresa en 2012 para asegurar la continuidad de su legado y su filosofía. Sobre estas líneas, zona de oficinas del espacio Château Latour.

Con su propio ritmo. Los espacios de Bruno Moinard muestran una elegancia sobria y atemporal que sabe abstraerse de los vaivenes de la moda que contienen. En las imágenes de esta página, diseños para la joyería Suarez de Madrid.









Para la moda, que es algo efímero, elige escenarios que no pasen de moda. La moda vive un permanente estado de emergencia y la arquitectura maneja otros tiempos. Cuando mi trabajo sirve para mostrar otras creaciones no puedo interferir con ellas.

Su diseño es sinónimo de lujo discreto. Para nosotros el lujo es la permanencia. Eso se traduce en espacios sobrios, que no cansen y estén bien construidos. Los materiales y las ideas deben ir de la mano. Cuando François Pinault nos encargó que actualizáramos las bodegas de Chateau Lafite hablamos durante dos días. Él quería una verdad, pero una verdad que hablara un idioma actual. El hormigón y la desnudez ofrecieron la solución.

¿Cómo tradujo las ideas del cliente en el nuevo espacio de la joyería Suarez? Cada caso es diferente. La familia Suarez me habló de tradición y por eso elegí un broche histórico de los años cincuenta para inspirar el dibujo de la moqueta. También elegí el apellido de la familia para reproducirlo en la celosía. Sin embargo, yo tenía también claro que una joyería no puede ser hoy ni un búnker ni un templo. Tiene que ser un lugar cercano, que atraiga a la gente, que anime a entrar. La familia Suarez tiene un universo propio. Y no lo quieren ver desaparecer ▷

Al éxito por la cercanía. Moinard considera esencial una relación estrecha con el cliente para que el proyecto triunfe. "A un cliente con cara y ojos le puedes hacer un traje a medida. A uno que no sabes cómo es resulta imposible". Derecha, hotel Eden en Roma. Bajo estas líneas, pabellón Château Latour. En la imagen inferior, tienda Cartier en Tokio.

con una tienda nueva. Es lógico. Solo que necesitan la tienda nueva para resituarse en el mundo. El patrimonio no debe desaparecer, pero no puede ser un lastre.

Las conversaciones que tiene con los clientes ¿son solo sobre diseño? Son sobre ellos. Para un cliente con cara y ojos se puede hacer un traje a medida. Para un cliente que no sabes cómo es resulta imposible.

¿Se considera una firma o un diseñador? Me formé como artesano y lo sigo siendo. Es cierto que tenemos una empresa de 30 personas. Pero el contacto con los clientes es siempre mío. Desde hace cinco años, también de Claire. Uno nunca habla frente a un comité. Es necesaria cercanía y confianza para mostrarse cada uno como es.

¿Por qué eligió a Claire? Por su carácter. Y porque siempre viví como un error monumental que Andrée Putman no nombrara a un heredero profesional. Tu manera de hacer se puede transmitir.

A todas luces, usted es el heredero de Putman. Tiene su sello y sus clientes. Sí, pero ella no lo decidió. Lo decidió la vida. Yo dejé su agencia en 1995 para montar nuestro estudio 4BI. Poco a poco los clientes comenzaron a llamar a mi puerta porque les solucionaba los problemas.

¿Ella no lo hacía? Sí. Pero con prisas. Tenía un carácter difícil. Fingía citas para estar poco tiempo hablando con los clientes. Creo que ahí se equivocó. Se cansó de escuchar. Y si algo necesita un cliente es que le escuches.

¿Qué aprendió de Putman? La sencillez radical. Pero ella quería imponer sus ideas a los clientes. Yo prefiero ▷

> “Para nosotros, el lujo es la permanencia. Eso se traduce en espacios bien hechos que no cansen”

La sencillez de un artesano. De Andrée Putman aprendió una actitud de “sencillez radical” que entronca con su propia definición como un artesano metido a empresario. “Necesito tocar lo que hago”. En las imágenes, espacios del Château Latour.

interpretar las de los clientes. Aunque ella no me legó el estudio ni me nombró su heredero, al final el conocimiento te convierte en heredero. Los clientes vinieron a mí como la continuación natural.

¿La sencillez y la modestia son siempre posibles? Vivimos en un mundo poco sincero. Y yo busco verdad entre las ideas, las ambiciones y el pasado de los clientes. Es lo que más me interesa, dejar lo importante.

¿La sencillez tiene que ver con la educación? Probablemente. La timidez, la contención y hasta la mesura son aconsejables para la convivencia. Pero lo radical marca la identidad.

Usted también pinta. Por necesidad (risas). Lo hago en lugar de gritar.

Ha firmado muchos hoteles. ¿Un hotel no debería nunca tratar de parecer una casa? Un hotel no tiene dueño. No representa a nadie. Nosotros viajamos mucho y la sensación de despertar y pensar: "¿Dónde estoy?" te asalta por las mañanas. Lo que pedimos a un hotel es que nada más abrir los ojos te recuerde dónde estás, te ubique y te ayude. Hagas lo que hagas debes comunicar verdad.

¿Cómo llega un diseñador a trabajar para los más poderosos? Amando lo que hace. Siempre he trabajado día y noche. Me ha costado discusiones con mi mujer, pero soy lo que soy.

¿Qué es usted? Un artesano convertido en empresario. Pero un artesano. Por eso necesito tocar lo que hago. ■