THĂNG HOA CÙNG NGHỆ THUẬT

Nghệ thuật có thể khởi đầu từ những câu chuyện bên bạn bè.

Bài HẢI THANH

Nếu bạn từng ghé qua Hamburg (Đức), có thể bạn đã có cơ hội được ngắm nhìn một khu dinh thự ba tầng tráng lệ với phong cách cổ điển được xây dựng từ 1864, tại quận Rotherbaum. Tòa nhà mang đậm dấu ấn lịch sử thời Victoria, là nơi ở của vợ chồng cựu lãnh sự Brazil khiến ai cũng phải trầm trồ. Thế nhưng, nếu bước vào bên trong, họ sẽ còn ngạc nhiên hơn nữa. Đó là một không gian ấm cúng, thoải mái theo phong cách mới, hiện đại, sang trọng và quý phái nhưng vẫn bảo toàn được giá trị lịch sử của ngôi nhà gần 150 năm tuổi này. Và bất ngờ thay, đó chính là tác phẩm của một nhà thiết kế nội thất gốc Việt: Quách Thái Công.

Sinh ra tại Sài Gòn vào năm 1972, đến năm 9 tuổi thì Thái Công theo gia đình sang định cư tại Hamburg. Ở nơi đây, anh đã bắt đầu gây dựng sự nghiệp nổi tiếng của mình trong suốt 30 năm. Với ngần ấy thời gian, tên tuổi Thái Công ngày càng được biết đến nhiều như một người châu Á hiếm hoi thành công tại châu Âu trong lĩnh vực thiết kế và trang trí nội thất, làm nên một thương hiệu riêng.

Quan điểm của Thái Công về công việc của một nhà thiết kế là kết hợp với các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực khác nhau, kết hợp kinh nghiệm, các chất liệu phù hợp cộng với tính sáng tạo để tạo ra những sản phẩm mới lạ và độc đáo. Một nhà thiết kế chính là một đạo diễn để chuyển tải cái hồn của mỗi căn nhà, để qua đó có thể kể lại câu chuyện riêng của mỗi kiến trúc. Ngôi nhà của khách hàng không chỉ đẹp mà còn có chiều sâu, nói lên được tính cách chủ nhân và cách thưởng thức cuộc sống của họ.

Kiến trúc sư Jean-Michel Wilmotte (người thiết kế nơi tổ chức liên hoan phim Cannes) cũng là người đã đóng góp vào việc hiện đại hóa một số công trình lịch sử

Anh đang có ý định thành lập công ty tại Việt Nam với nhiều dự án đang ấp ủ. Anh còn muốn mang những gì quý giá và tinh túy, độc đáo nhất về Việt Nam để cùng chia sẻ với những người bạn tại Việt Nam có cùng đam mê trong việc làm cho không gian sống của mình thật đặc biệt và hoàn hảo.

Coi trọng cái đẹp như vậy, nên Thái Công cũng chọn cho mình một phong cách ẩm thực rất tinh tế. Anh cho rằng, sự thưởng thức hoàn hảo phải đến từ cả hương vị và hình thức. Chính vì thế, anh đã trở thành người bạn thân thiết của thương hiệu Hennessy. Sự đồng cảm của một thương hiệu và một nghệ sỹ bắt nguồn chung từ tiêu chí về chất lượng: không chỉ là đỉnh cao của hương vị, mà còn phải là một tác phẩm nghệ thuật đích thực về mặt hình ảnh.

Thực ra, Thái Công cũng không phải là người nghệ sỹ đầu tiên có mối thân tình với thương hiệu cao cấp này. Kể từ khi ra đời từ năm 1765, thương hiệu này đã trở thành cái tên quen thuộc đối với nhiều nghệ sỹ lớn. Hương vị nồng đượm tinh tế khơi gợi niềm cảm hứng cho nhà thiết kế của Baccarat để sáng tạo nên chiếc bình với những đường cong tinh tế cho một tuyệt tác, và điều này đã mở ra một kỷ nguyên mới cho thương hiệu.

Tiếp sau đó, năm 2007, nghệ sĩ Jean-Michel Othenel đã thiết kế ra chiếc hộp"Beauté du Siècle", món tặng phẩm nhân lễ mừng thọ 100 tuổi dành cho giám đốc của hãng. Chiếc hộp được làm từ thủy tinh, kim loại và gỗ, dưới bàn tay của những nghệ nhân đến từ các thương hiệu Salviati, Guerlain, Saint-Just và Baccarat đã trở thành một sản vật vô giá khiến cả thế giới ngưỡng mộ. Năm 2009, Olga Berluti, người kế nghiệp hãng đóng giày nổi tiếng, đã tạo ra 150 mẫu chai độc quyền đựng trong vali da bóng. Tất cả tạo thành một hình ảnh sang trọng, đẳng cấp cho thương hiệu.

Tuy nhiên, thương hiệu có lịch sử hơn 200 này cũng hoàn toàn không hề thờ ơ với nghệ thuật đương đại. Từ năm 2009, hãng đã mời những nghệ sĩ graffiti nổi tiếng như Fukuta, Kesh, và Burrows, dùng tài năng và tầm nhìn của mình để thiết kế nhãn hiệu, tạo ra một làn gió mới đầy cảm hứng.

Chưa hết, kiến trúc sư Jean-Michel Wilmotte đã chính thức được mời để hiện đại hóa trung tâm triển lãm và cộng đồng ở Quais Hennessy, thuộc vùng Cognac. Những tường thành cổ kính này sẽ được cách tân để trưng bày lịch sử hoạt động của hãng. Hẳn bạn sẽ được đi từ bất ngờ này tới bất ngờ khác, khi dạo quanh khuôn viên bảo tàng, từ những công trình đương đại đến những hầm trường tồn với thời gian.

Thế mới thấy, điều làm nên giá trị văn hóa của một thương hiệu không chỉ là chất lượng, mà còn là ở cách thương hiệu ấy tạo cảm hứng cho nghệ thuật thăng hoa.

Không chỉ là một nhà thiết kế nội thất tài năng, đã khẳng định được tên tuổi trên thế giới, Thái Công còn là một người đàn ông tinh tế, thích thưởng thức những hương vị tuyệt vời nhất của cuộc sống

"Beauté du Siècle", thiết kế tuyệt đẹp của Jean-Michel Othoniel

Nghệ sỹ đường phố Fukuta