



На стенде компании Sodim Francodim.

Любопытно цветовое решение: пол того же ярко-красного цвета, что и стеллаж.



Прозрачные поверхности от DuPont Corian  
в разделе Pure Village.

Ольга Божко

## Кельнская мебельная ярмарка Лучше жить в глухой провинции у Рейна

Перед любой крупной выставкой, имеющей статус обязательной для дизайн-сообщества, стоит нынче непростая задача. Очевидно, нужно выживать и заполнять экспозиционные места. Но одновременно нужно вернуться к этим выставкам интерес не столько профессионалов, сколько обычных посетителей и потенциальных покупателей. Пока сильно мнение, что любопытного на выставках не будет как минимум пару лет. Индустрия слишком медленно входит в колею после кризиса. Собственно, большинство производителей признаются, что сейчас они ровно посередине финансовых затруднений и надеются преодолеть эту тенденцию лишь через полгода. Чтобы оживить ситуацию, в ход пускаются самые разнообразные средства. Организаторы выставки не долго думали, на чем сэкономить в кризис. Для большего драйва было урезано число выставочных дней. Это снизило расходы экспонентов и не слишком повли-

яло на их бизнес: обычно основные сделки совершаются в первые три дня выставки. При этом никто из крупных фабрик не сомневался, что Кельн сохранит свое ключевое значение для этого региона Европы. Миланская ярмарка - скорее шоу для боссов. Место, чтобы объявить о новинках и сделать их заметными миру. Перемещать же туда всю команду менеджеров и консультантов, работающих с различными регионами - слишком дорогое удовольствие. Потому тишина Кельна для нормального общения дилеров - настоящее спасение по сравнению с Миланом. В этом году снова отказались от громоздких некоммерческих инсталляций известных дизайнеров, как это практиковалось много лет подряд. Дизайнера года не объявляли. Вместо этого основным аттракционом стала выставка Pure Village: попытка сделать декоративную экспозицию из предметов разных фабрик, как это принято, к примеру, в Париже.



Мягкость «надувных» круглых форм этого кресла – иллюзия.  
Мягкое только сиденье, а корпус жесткий. Раздел Pure Village.

Производители пытаются придать привычным вещам неожиданный акцент – как, к примеру, сделать петлю на крае сиденья у табурета фирмы Comfort.







«Галерея интерьерных тенденций».  
Стеллаж с асимметричными полками компании Trickery.

Дизайнеры этого дивана для фирмы Signet  
явно вдохновлялись формами морского ската.



Антикризисный дизайн: предметы  
офисной обстановки остроумно  
обмотаны оранжевым скотчем.  
Стенд компании Voice.



В этом «деревенском» пространстве на крыше одного из павильонов можно было увидеть разом уже отобранные удачные модели разных студий и фабрик, да еще и удачно скомпонованные между собой. Здесь же проводились мастер-классы известных дизайнеров, объясняющих принципы своей работы. Самым содержательным был разговор с Максом Лэмбом и Джеймсом Ирвайном, креативным директором фирмы Thonet. Можно отметить, что опыт с Pure Village удался, и даже более того – посетители иногда только эту выставку и запоминали. Теперь утверждения, что в Кельне бесполезно искать новые тенденции, можно легко оспорить. Но чтобы вернуть Кельну его былую славу, требуется еще довольно много. Обычно туда ездили смотреть на достижения северных стран. Но в последние годы, когда гигантов дизайна вытеснили фабрики второго эшелона, смотреть на километры безыдейных диванов и китайских столиков было совсем уж грустно. Теперь выставка сознательно делает акцент на инновациях, таких смысловых заплатках, прирывающих заметно постройневшее тело дизайнерской индустрии. Сильно урезанные стенды, снизившееся количество новинок. Вынужденная диета. И при этом все возрастающее коли-



Инсталляция из неоновых ламп  
в разделе Pure Village.



Некоторые фирмы – к примеру, Montana –  
максимально расширили цветовую линейку своей мебели.

Ирония оказывается хорошим средством от кризиса: «лезть на стенку» могут даже диваны!  
Вполне вероятно, что компания Italsofa нарочно оформила собственный стенд таким образом,  
чтобы посмеяться над трудностями.

чество дизайнерских школ и молодых дизайнеров, словно начинающие верят в судьбу своей будущей профессии гораздо больше, чем те, кто в ней находится десятилетиями. В галерее дебютантов D3 Design Talents было сосредоточено большинство занятых, хоть и не вполне законченных проектов. Эти вещи существуют зачастую в единственном экземпляре, но выставлять их юным дизайнерам весьма полезно. Удачный проект редко остается незамеченным и запускается в производство. Тем более в кризис промышленники ищут по-настоящему сильные идеи, не связанные с уже существующими моделями. Хотя, конечно, и в этом заявленном приоритете инноваций довольно много лукавства. Крупные фабрики, выпускающие диваны и кухни, пока что перестроились на понятные большинству проверенные решения и, если позволяют себе хулиганить, то только в обивке и фасадах, но никак не в формах. Настроение Кельна критично и реалистично. Хоть и пророчат дизайну скорую кончину, но старые промышленники, хорошо представляющие человеческую природу, спокойны. Люди не так легко отказываются от того, к чему привыкли. И проведут отпуск там, где они проводили его и прежде, даже если это потребует дополнительных усилий. И будут стремиться находить любимые вещи, даже если это пока происходит только в мечтах.

