

репортаж

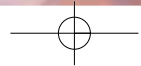
АВ №3 (114) 2010 105

Во второй половине апреля в Милане прошла Неделя дизайна – самое крупное шоу в своей области. Основная площадка вне города – комплекс Rho-Pero, где разместилось мебельное шоу iSaloni. Среди многочисленных экспозиционных площадок в самом Милане одним из неофициальных центров креативности был, как всегда, «Superstudio Piu» на улице Тортона к юго-западу от исторического центра. На открытии побывали редакторы «АВ» Дмитрий Фесенко и Ольга Божко.

Дмитрий Фесенко  
Ольга Божко

## Неделя дизайна 2010 в Милане. Эпизоды

Том Диксон (Великобритания), как всегда, ослепителен, если не взрывоопасен. Впрочем, обилие света и цвета отнюдь не исключает сугубой функциональности – те же стулья «в раскоряку» легко штабелируются.







Выставка молодых дизайнеров Salone Satellite. Декоративные панели и звукоизоляционные панели для стен были в этом году одной из самых модных тем.



Желтый цвет после большого перерыва снова воцаряется в кухнях.

Бросалось в глаза сходство техники для кухонь и ванных комнат с центром управления полетами. Такая технологичность в сочетании с характерным «космическим» дизайном скорее пугает, чем вызывает желание пользоваться.



## КТО СОЗДАН ИЗ КАМНЯ, КТО СОЗДАН ИЗ ГЛИНЫ

В этом году у традиционных экспонентов Миланской недели дизайна были популярны два настроения. Первое – «не ехать, и так десять лет подряд участвую, можно сделать перерыв». Второе – «кризис кризисом, а жизнь продолжается, ехать нужно». Как оказалось, правы были и те, и другие. Первые избежали суматохи с вулканом, из-за которого неделя дизайна превратилась по существу в две недели заточения в официальной столице мирового дизайна. Зато вторые получили выставочные площади в половину прошлогодней цены. То есть теоретически шанс выставиться в стратегическом месте, где раньше встречались только знаменитости, был даже у студентов. К примеру, помещение в районе Zona Tortona площадью 30 кв. метров на весь срок выставки обошлось бы в 5 тысяч евро. В выставочном комплексе Rho Pero вероятно цены были тоже снижены, судя по обилию новых экспонентов из разных стран, для которых появление в этой цитадели долгие годы оставалось мечтой. Энергии на выставке много, и это едва ли не самый приятный итог. Год назад наблюдалось почти полное отсутствие улыбок у итальянских промышленников. Это выглядело ненатурально и пугающе. Сейчас же с улыбками все было в порядке.

Главный парадокс выставки был в другом. Если независимые молодые дизайнеры, как кажется, в хорошей форме и ждут достойного ответа промышленности, то вещи крупных фабрик как раз форму теряют, чего от них не ожидали. На мебельной выставке более всего было заметно торжество коричневого цвета. И это не цвет горького шоколада, каким все поголовно увлекались лет десять назад, а именно коричневый и его оттенки. Обилие коричневых и бежевых поверхностей при отсутствии внятной формы вызывало, прямо скажем, вполне конкретные ассоциации. Почему-то роль провозвестника новой тенденции досталась диванам и столам. Очевидно, что коричневые обивки не единственные в новых коллекциях, но большинство фабрик, словно сговорившись, показало на стендах именно коричневые чехлы. Иллюстрация тренда в жанре столов – глиняное творение братьев Кампана для Edra. Из глины однажды делал вещи нидерландский дизайнер Мартен Баас, но это было экспериментом, а никак не коммерческим ходом. Строго говоря, сила дизайна в эпоху кризиса должна заключаться в следующем: придавать глине, селу, пенопласту, щепкам, стружкам и другим подножным материалам максимально привлекатель-

ную форму. Из пенопласта целиком был сооружен стенд Moroso. Всем интерьерным дизайнерам это наверняка послужило сигналом для внедрения пенопласта в модные рестораны, клубы и частные резиденции.

Другая сильная тенденция в следующем: дизайнерские вещи для среднего класса постепенно исчезают. Выживают либо дорогие, галерейного уровня, предметы лимитированных серий для коллекционеров, либо вещи в «икейном» стиле – разборные, легко складывающиеся и вполне доступные по цене. Том Диксон так и заявлял по поводу своей новой коллекции: «Почему IKEA может себе позволить, а остальные нет»? Он выпустил коллекцию предметов функциональных по форме и содержанию. Десять девушек собирали на его стенде подсвечники по 30 евро – их можно было запросто купить на месте. Выставка-продажа – немыслимое нововведение для снобского Милана, где все принято создавать под заказ, а если продавать – то в последний день выставки под большим секретом.

В этом году в Rho-Pero параллельно с мебельной выставкой проходила выставка кухонь Eugoscina. Занимательно, что в этой части выставки было весело, несмотря на отсутствие многих крупных игроков. Зато здесь был и цвет, и задор, и технологические новинки. Серьезные стилеобразующие эксперименты, конечно, никто себе не позволял – слишком затратно, а вот стопроцентно работающие решения шли на ура: это пантоновская цветовая линейка, присутствовавшая в декоре современных кухонь, насыщенный желтый цвет и обилие стекла. Разноцветными порой даже становились конфорки варочных панелей! В разделе ванных комнат наблюдались следующие тренды: в сантехнике актуально отсутствие блеска (ванны и раковины и прочие устройства делают матовыми), форма напоминает изящные умывальные приспособления эпохи «бидермайер», стенки ванн и раковин истончаются к краю. То есть общее «облегчение» образа ванной комнаты с одной стороны и наделение ее другими функциями – с другой. В ванной теперь принято читать, медитировать, параллельно решать деловые вопросы и заниматься садоводством: на стендах было полно горшков с зеленью. А также радиаторы должны быть непременно подписаны одним из великих архитекторов: тема дизайнерского отопления, кажется, в ближайшие годы будет раскрыта полностью.

Ольга Божко



Выставка молодых дизайнеров Salone Satellite. Стенд берлинской группы Studio Hausen и «дырчатое» кресло по их дизайну.



Стенд итальянской фабрики Moroso: оформление пенопластом было весьма впечатляющим.

Вазы в стиле «линейка Pantone» на стенде Cose.







Фото Марко Вальте

В районе виа Тортона – сразу несколько экспо-точек: собственно «Superstudio Piu» - Временный музей нового дизайна, напротив «Superstudio Piu» - экспозиция в здании бывшей текстильной фабрики «Иновация – Воображение» – и еще одна, чуть в отдалении, на виа Форселла, посвященная интерьерам квартир и спа-дизайну. Перед вами – избранные эпизоды из экспо-панорамы.



Венская компания Dejana Kabiljo формулирует антикризисную программу, заключительный пассаж которой звучит как «Yes: optimism!». Простота, находчивость, парадоксальный взгляд на мир.

В противоположность компания Diesel (Италия) исповедует жестко-индустриальную эстетику. Комод-чемодан без сантиментов и светильники, у которых и в мыслях нет пококетничать.



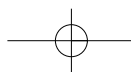
Финский дизайн безошибочно узнаваем: элегантно изогнутые деревянные поверхности, sustainability как императив, recycling как технологический принцип. Вот только цена обескураживает: стул из прессованных опилок обойдется покупателю без малого в 2 тысячи евро.



Фасады выполнены из системы

Фото Марко Вальте

Сразу за сколоченными ad hoc воротами, перед Музеем нового дизайна, на площадке для отдыха установлен Павильон ветра словенского дизайнера Ники Зупанц. Сентиментальный «дом для куклы», собранный из металлических фасадных модулей Qbiss компании Trimo с россыпью игрушечных ветряных мельниц из гнутой фанеры по фасадам. Одна из них – соответствующих габаритов – взобралась на крышу, исполняя, впрочем, сугубо знаковую функцию. Внутри домика – сюита последних объектов автора: от черри-светильников до сахарных кубиков-контейнеров из пластика и несколько вычурных диванов со скамьями, украшенными зело чудными лентами.



Нидерландская компания Zuiver целенаправленно поддерживает молодых дизайнеров. Один из них, Б. ван Опсталь адаптировал избитую архитектурную тему «громоздящихся боксов» к дизайну аппаратуры – в данном случае акустической системы. Если верить стендистам, покупателей немного, но они есть.

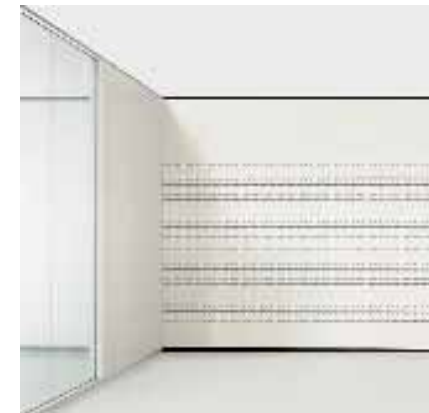
Компания TI-VU PLAST из Тревизо эксплуатирует тему sustainability по полной, доказывая, что из картона можно изготовить практически все за исключением, быть может, плиты и ванны. Рецепт же против копирования оказывается фирменная черно-белая живопись и графика. Впрочем, до В.Кошлякова им далеко.



Быть может, это самый архитектурный сюжет на виа Тортона. Миланская компания Janelli & Volpi представляет обои WonD, рисунок которых воспроизводит известные графические листы Ф.Луччини «Небоскребы».



Дмитрий Фесенко



Открытие выставки в Музее нового дизайна почтил своим присутствием сам Жан Нувель, вместе с итальянской компанией Methis представивший систему офисных перегородок Hook. Основные достоинства – отсутствие наружных стыков, сплошная линия перфорации, позволяющая навешивать мебель и оборудование в свободном режиме, звукопроницаемость, нейтрально-универсальный дизайн и вновь – recycling.

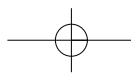




Фото Марко Ванле

Кризис выводит на историческую авансцену новые имена. Дизайнерские и художественной жизни оказывается молодой дизайнер из Любляны Ника Зупанц, которая ответила на вопросы «АВ». Интервью состоялось в ее «Павильоне ветра» на виа Тортона и организовано компанией Trimo.

## Ника Зупанц сознательно задействует X-фактор

– В истории мировой архитектуры XX века присутствует звезда первой величины из Словении – это Е.Плечник. Особенностью его творчества является редкий диапазон – от урбанизма до деталей интерьера, от неоклассики до ар-нуво, протофункционализма и прото-ар-деко. Может ли его творческий опыт быть ценен для современного дизайнера – в частности, для вас?

**Н.Зупанц.** Я с детства знакома с творчеством Е.Плечника – это крупная фигура, могучая творческая личность. Конечно же, невозможно не преклоняться перед его работами. Время от времени в процессе проектирования мысленно обращаюсь к нему – отнюдь не всегда в академически серьезном, так сказать, прикладном смысле. Когда наша нынешняя экспозиция была готова, я спросила ее продюсера, архитектора Юрия Капати: как бы ее оценил Е.Плечник? Ответ был такой: Плечник был очень талантливым и интересным архитектором, однако не забывай – у него были большие проблемы с женщинами – как с дизайнерами, так и с архитекторами. Вообще же, я не черпаю вдохновение в истории архитектуры или дизайна. Мой главный наставник – повседневная жизнь, та атмосфера, в которой все мы живем и работаем.

– Последние годы молодые архитекторы из Словении все чаще получают международное признание. Пример – бюро Ofis Architects, прославившееся своими остроумными, пластичными и колористически насыщенными решениями в области социального жилья. Вдохновляет ли вас этот успех, есть ли «чувство локтя»?

**Н.З.** Мы знакомы с архитекторами из Ofis Architects. Однако между методами работы архитектора и дизайнера – большая разница. У нас и адресаты-то разные: архитектор работает для муниципалитета, корпоративного или частного клиента, я – для таких современных марок, как Moool или Mogoos. Я стараюсь ориентироваться на наиболее перспективные тенденции в постоянно меняющейся художественной сфере – в этом смысле мне близки творческие позиции таких извест-

ных дизайнеров, как Марсель Вандерс, Том Диксон, братья Буруллеки.

В то же время междисциплинарные связи и взаимовлияния не могут не присутствовать. Соответственно тренды в архитектуре и дизайне не могут не резонировать.

– Сегодня гендер – модная тема. Очевидно, она может быть приложена и к искусству, в частности, к дизайну. Некоторые арт-критики, имея в виду постпекризисную эпоху, прочат если не наступление матриархата, то, по крайней мере, заметное усиление того, что называется «женским» дизайном. Маскулинное начало манифестирует себя в обнаженном технологизме, брутальности, жесткости, прямолинейности образов. Есть ли подобные характерологические черты в «женской» версии дизайна?

**Н.З.** В своих работах я свободно использую визуальные элементы, которые привычно соотносятся с женским взглядом на мир, в том числе – шнуровку, ленты, вишенки и т.п. Но я бы не сказала, что это дизайн, имеющий в качестве адресата именно женщин. Если и можно говорить, то об особом, женском подходе к дизайну. Именно это введение – иногда в заведомо странном, даже шокирующем контексте – в структуру проектируемого объекта нетрадиционных, для кого-то – сомнительных деталей, может рассматриваться как некий бунт против существующего порядка вещей. На мой взгляд, они-то и придают произведению элегантность. И, в общем, вполне воспринимаются большей частью модернистски ангажированной публики, включая профессионалов. Функциональность и минимализм – у меня нет аргументов против. Они лежат в основе современного художественного видения. Но хорошо бы, чтобы было что-то еще, помимо них. Мне кажется, это в равной мере относится и к архитектуре.

– В вашем творчестве прослеживаются как минимум два источника – поп-арт и гламур. Журналисты еще называют третий – легкую хулиганскую манеру. Как они уживаются между собой?

**Н.З.** Я могу согласиться с оценкой моих работ как эклектичных. Вы правы: нередко я в одной работе стал-



квиваю сразу несколько источников, несколько традиций. Можно считать это X-фактором, который я задействую сознательно.

Вообще я люблю задавать вопросы – они содержатся в моих работах. Это интересно – получать ответы и оценки, наблюдать за реакцией других людей.

– Светильники в виде вишен или колокольчиков, духовка, напоминающая НЛО, нынешний Павильон ветра как «дом для куклы» с игрушечными же ветрогенераторами. Первые соотносятся с уже упоминавшимся поп-артом, вторая – с техно-шиком, третий – скорее с ушедшим ПоМо. Такое всепрямие для вас – норма, устойчивые привязанности отсутствуют?

**Н.З.** Мои работы рифмуется с тем, что происходит в социальной жизни. Они основываются на образах нашей повседневности, которая имеет свойство растворяться в сознании креаторов. Эта повседневность многообразна, многослойна, что находит отражение в современных эстетических представлениях. Из этих разнообразных сюжетов сотканы и произведения дизайна. Возьмем, скажем, наш павильон, апеллирующий к теме sustainability с ее множеством интерпретаций – включая руссоистский призыв «назад к природе». Она генерирует различные смыслы, различные эстетики, различные легенды.

– Включая игрушечные ветряные мельницы?

**Н.З.** Почему бы и нет? Игрушки – это то, что без труда узнаваемо старшими поколениями. Каждый из нас живет со своими мечтами и идеалами, и как раз игрушки могут стать тем, что объединяет все возрасты.

– Последний вопрос. Кризис как-то повлиял на дизайнерскую активность – в частности, на ваш портфель заказов?

**Н.З.** Что касается меня, то здесь не совсем обычная ситуация. Общеизвестно, что прошлый год был исключительно тяжелым, для дизайна в том числе. Однако именно 2009 год стал поворотным в моей карьере, будучи связанным с моим появлением на большой дизайн-сцене. Лично для меня, это был год, когда я набралась опы-

та, многое поменялось в моей жизни. Вероятно, это произошло потому, что существовала пустая ниша для новых вещей, идей, эмоций. В то же время, несомненно, многие дизайнерские идеи, которые могли бы воплотиться в ближайшие годы, не получили развития. Дизайн – это креативная площадка, которая будет играть важную роль в наступающей постиндустриальной действительности...

**PS** Исключительная пестрота и векторная разнонаправленность нынешней панорамы мирового дизайна, нашедшая отражение в рамках Недели дизайна-2010 в Милане, вряд ли может рассматриваться как актуальный тренд. Это давно уже стало константой. Экологизм и индустриализм, минимализм и технологизм, цифровой дизайн и биоморфизм, дизайн, вдохновленный арт-практиками и архитектурой, включая близкую и далекую историю, дизайн, расширяющий свой язык за счет образов повседневности, эго-дизайн, инсценированный и театрализованный. И т.д. и т.п. Тем не менее, старожилы, аккуратно посещающие Неделю дизайна из года в год, фиксируют некие легкие дуновения, как кажется, способные реконструировать этот переливающийся и играющий красками арт-ландшафт – дубликат жизни современного социума, подтолкнуть его в направлении иного режима функционирования. Приведем наблюдение Милоша Эбнера, директора по развитию компании Trimo, по долгу службы регулярно посещающего миланскую Неделю дизайна: он фиксирует в этом году провал «бедного», аскетичного дизайна, минималистских тенденций, что влечет за собой еще большую концентрированность, насыщенность раствора, расширение богатства – тематического, образного, пластического, технологического, колористического и пр. Значит ли это, что конъюнктуризм одерживает победу – пусть и тактическую, и мир выходит сухим из воды?..

Дмитрий Фесенко

## TRIMO: ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Словенская компания Trimo – один из ведущих европейских производителей металлических фасадных и кровельных систем. Основной упор делается на развитие инноваций: по словам директора Trimo по развитию М.Эбнера, «мы стремимся продавать не квадратные метры, а оптимальные решения для клиентов».

В составе Trimo – 22 подразделения. Помимо Словении производственные линии расположены в Сербии, Арабских Эмиратах и России (в г.Ковров Владимирской области). Продукция компании экспортируется более чем в 50 стран. Типология строящихся с использованием продукции Trimo объектов – от промсооружений и торговых комплексов до офисных зданий и детских садов. Из последних разработок компании – самонесущая огнестойкая модульная фасадная система Qbiss с теневым соединением, подчеркивающим простоту и законченность формы, столь значимые для современной архитектуры. Другой недавний хит – сэндвич-панели ArtMe, которые отличает индивидуальность, что достигается нанесением рисунка – как правило, абстрактно-геометрического – на поверхность стального листа. Панели Qbiss наряду с ArtMe признаны лучшими инновациями на 4-м Словенском Фестивале Инноваций.

Trimo – обладатель множества международных наград, в частности, звания «Лучший производитель» в рамках проекта «Золотая Нить» и «Horus Award» за социальную ответственность. Компания и сама в 2005 г. учредила и с тех пор регулярно проводит смотр-конкурс Trimo Architectural Awards. В 2007 г. Trimo инициировала проведение международного студенческого конкурса, объектом которого являются проблемные точки на карте Любляны, столицы Словении. В настоящее время ведутся переговоры об участии в конкурсе студентов МАРХИ.

**Trimo**

Представительство в России

Тел.: (495) 235-0700

www.trimo.si

e-mail: info@trimo.ru