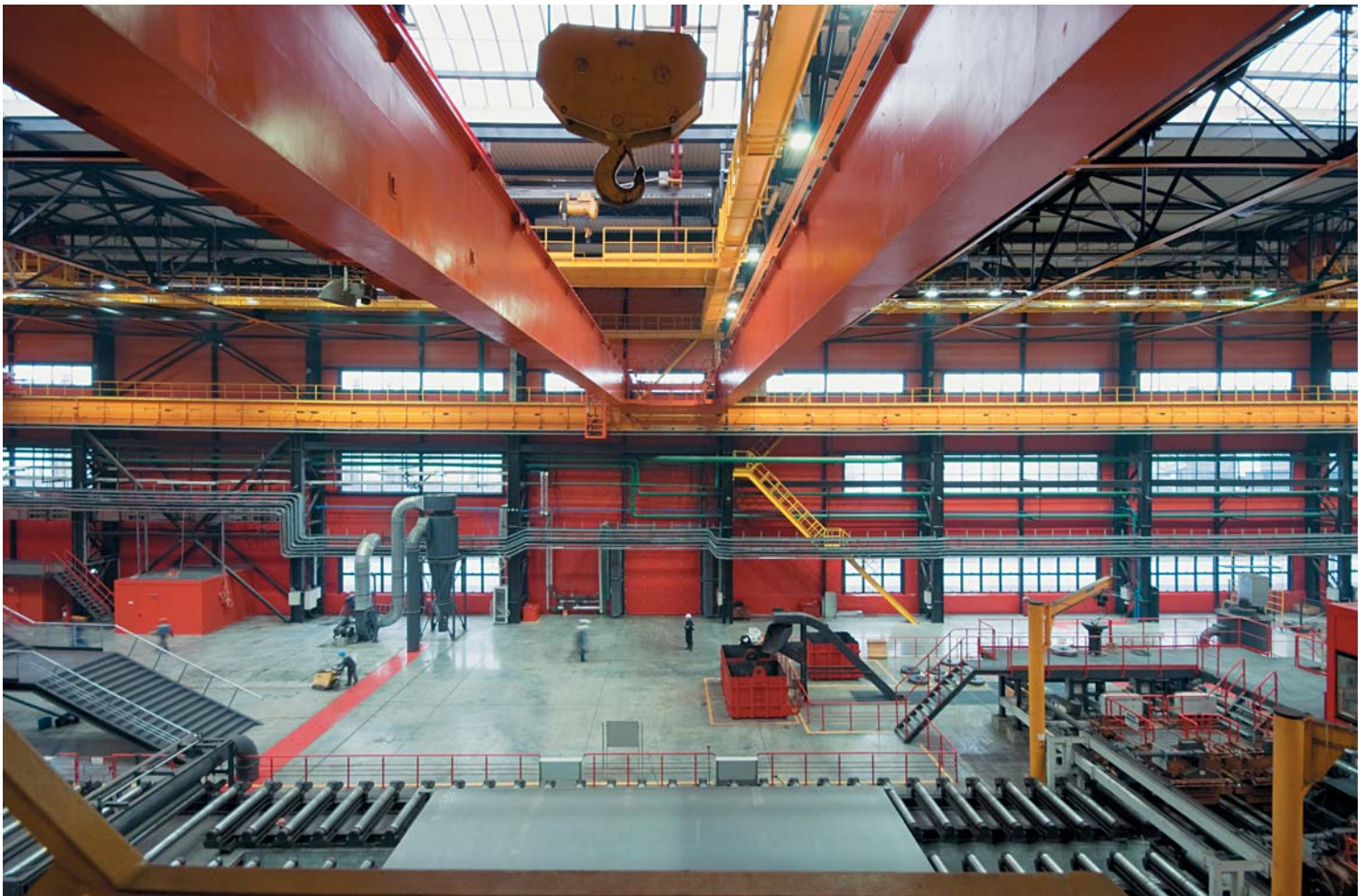




В экстерьере красным цветом обозначены металлические опорные конструкции, а синим – бетонные.
Red in the exterior defines metallic support structures and blue mark concrete structures.



Мария Фадеева

Дизайн: «Ё-программа»

Инженерное решение – ЧТПЗ-Инжиниринг.

Заказчик – группа ЧТПЗ.

Реализация – 2010 г.

Заводской позитив

Котельная в крапинку, цех в полосочку, по трубопроводу катятся цветные колечки – новая внешность старых зданий Челябинского трубопрокатного удивила даже Владимира Путина. Дизайнерский «позитивчик» поколебал его уверенность в заводской серьезности, основательности. «Заехал на это предприятие: то ли попал на площадку театральную, то ли в «Диснейленд», но когда видишь огромное, масштабное производство, сразу все сомнения исчезают, сразу понимаешь, что находишься на высокотехнологичном современном предприятии», – сказал он, посетив открытие нового местного цеха «Высота 239». Действительно, хотя и у российской тяжелой промышленности «прилично» покрашенные производственные мощности уже существуют, но все же не столь игривые. Так, среди последних примеров – «Сибур»,

Гамма, предложенная для покраски цеха, носит классически металлургический характер, ассоциируясь с раскаленным металлом разной температуры.

The color scale proposed for painting the shop is of a classical metallurgical nature and associated with red-hot metal of various temperatures.

В «Высоте» труба делается холодным способом, путем сворачивания листа с последующей сваркой шва.

In the Vysota a tube is made with a cold method by rolling up a sheet followed by a seam-welding.





Отдельным декоративным элементом фасада стал лифт, ведущий сразу на проходную галерею, где безопасно находиться гостям, не знакомым с правилами передвижения по цеху.

A lift is a distinct element of the facade – it leads to a passage gallery which is safe for guests who do not know the rules of staying in the shop.

Изобилующие в дизайне колечки символизируют трубы.

Abundant rings symbolize tubes.

но там выкрасили цеха в фирменные цвета, здесь же новое индивидуальное лицо у каждой постройки, подвергшейся косметическому ремонту.

Перемены на ЧТПЗ совпали с началом возведения «Высоты». Собственно, существование названия у цеха – уже экстраординарное событие, обычно их просто нумеруют. В данном же случае был объявлен внутривзаводской конкурс, сначала на само название (239 – отметка над уровнем моря, на которой находится Челябинск), а затем и на соответствующий логотип. Он теперь украшает фасад цеха и спецодежду. Кстати, сам цех в отличие от окрестных пестрых построек выглядит снаружи достаточно сдержанно: основной цвет черный, на нем выделяется лого и красная лента, обвивающая лифт (последнее выделяет парадный вход для посетителей). Зато внутреннему колористическому решению могут позавидовать и в офисах креативщиков. Причем если последние создают яркие интерьеры лишь ради соответствия творческому образу, то тут решается задача демонстрации аккуратности производства. На цветном оборудовании и стенах сразу видна пыль, незаметная в старых цехах, традиционно окрашиваемых серым. А по состоянию установленных в цехе лавровых деревьев можно понять, насколько





чист воздух. С одной стороны, таким образом удастся избежать скопления грязи, способной вывести из строя новое роботизированное оборудование. С другой, сама собой возникает новая ценностная шкала: лавр – символ победителей, золотой цвет станков – богатства. Еще есть белая одежда, в которой рабочий уподобляется ученому.

Все это работает на достаточно амбициозную задачу изменения образа металлургической отрасли – называемая обычно черной, она должна стать «белой». Это вовсе не проявление русского утопизма, но заводская стратегия завоевания рынка, связанная с тем, что продукция «Высоты» хоть и редка, но не уникальна. «Высота» – цех холодного производства, выпускает одношовные трубы большого диаметра, сворачивая листы металла и сваривая их. Из таких труб строят газопроводы и одно изделие стоит примерно 30 тысяч долларов. Однако существуют еще два завода, которые занялись подобным производством раньше, соответственно клиентов надо привлекать, а скорее – переманивать, в том числе благодаря дополнительным особенностям. «Белый» дизайн в данном случае позволяет наглядно засвидетельствовать качество работы.

Фото – Илья Иванов.

В белое одеты все рабочие, кроме ремонтников – их цвет – красный.

All workers wear white but for servicemen who wear red.

Паркет и лавровые деревья подхватывают идею инкорпорирования в пространство цеха кабинетов для инженерного состава и сотрудников администрации.

The parquet floor and laurel trees continue the concept of incorporating the engineering staff and administration offices in the shop's space.

