

Интервью с Lungarno Collection, Florence Design Week, Saint - Petersburg Design Week

С 22 по 27 мая в рамках Florence Design Week откроется первый Павильон Российского Дизайна во Флоренции. Куратор Анастасия Крылова поговорила с основными спонсорами и международными партнерами проекта.

VALERIANO ANTONIOLI директор Lungarno Collection



Организация первого павильона российского дизайна в Lungarno Collection: ваши ожидания?

Lungarno Collection - управляющая компания, которая представляет инновационные отельные проекты, отличающиеся друг от друга по стилистике и задачам, большинство которых находится в самом центре исторической части Флоренции, рядом с Ponte Vecchio. Среди них стоит выделить fashion-отель Gallery Hotel Art, первый итальянский проект формата "Luxury&Design"; отель Continentale, выполненный полностью в светлых тонах; отель в более классическом стиле, Hotel Lungarno, с шикарным видом на Арно и Ponte Vecchio, который славится коллекцией современного искусства, состоящей из более 450 работ художников такого уровня, как Пикассо и Кокто; Lungarno Suites, чьи интерьеры украшены черно-белыми фотографиями и аксессуарами от Ruspoli.

Для нашей работы характерны высокий художественный вкус и внимание к тенденциям в дизайне, креативный подход и элегантность. Поэтому организация Первого Павильона Российского Дизайна в Lungarno Collection полностью отражает концепцию и политику компании.

Кроме того, основная часть экспозиции российского дизайна пройдет в новой структуре, которую мы недавно открыли при lungarno Suites - Lobby - идеальное пространство для встреч, шоурума и шоппинга - что вызовет не только международный интерес, но и большое внимание со стороны флорентийской публики.

Особенность Флоренции и ее роль в презентации инновационных проектов в области дизайна?

Всем известно, что Флоренция - родина эпохи Возрождения. Дизайн гармонично сочетает прошлое и настоящее, историю и новизну, что полностью соответствует духу тосканской столицы. Я считаю, что Флоренция идеально подходит для организации Павильона Российского Дизайна.

Перспективы развития культурных и коммерческих отношений региона Тоскана с Российской Федерацией?

Прожив в Санкт-Петербурге около трех лет, я получил прекрасную возможность познакомиться с произведениями итальянского архитектора Карло Росси. Он привнес в архитектурный облик города “флорентийский стиль”, который угадывается на многих фасадах дворцов конца 18 - первой половины 19 века. Я надеюсь, что организация Павильона Российского Дизайна во Флоренции еще больше вдохновит архитекторов и дизайнеров обеих стран на дальнейший культурный диалог и сотрудничество, которые начал Петр Великий и которые, к сожалению, были прерваны в советский период.



Организация первого павильона российского дизайна в рамках Florence Design Week: ваши ожидания?

Основной целью организации Florence Design Week является расширение международных культурных и коммерческих связей региона Тоскана. Каждый год мы стараемся привлечь иностранных гостей для более глубокого понимания специфики местного и зарубежного рынка, и для презентации новых тенденций в области дизайна. После павильонов London Design Week и Melbourne Design Week, итальянская публика увидит работы талантливых российских дизайнеров, которые будут впервые представлены во Флоренции.

Особенность Флоренции и ее роль в презентации инновационных проектов в области дизайна?

Флоренция, как город искусства, является идеальным местом для создания смелых креативных проектов, особенно, с такой динамично развивающейся страной, как Россия. Мы очень рады, что оргкомитет Павильона выбрал Florence Design Week для проведения первой выставки российского современного дизайна и арт-резиденции. Для нас это большая честь.

Перспективы развития культурных и коммерческих отношений региона Тоскана с Российской Федерацией?

Открытие новых дизайн-брендов, общение с интересными людьми, профессиональный диалог между коллегами, рождение новых совместных проектов в различных областях культуры, оптимизм и творчество - что может быть лучше таких результатов?!

РУСЛАН ЧЕРНОБАЕВ руководитель Saint-Petersburg Design Week



Российский павильон во Флоренции: перспективы на будущее?

Я уверен в успехе не только этого проекта, но и в общем успехе русских дизайнеров в Европе. Думаю, события будут развиваться по сценарию апробированном в индустрии моды:

сначала на подиум выходили русские модели, которые были востребованы как экзотика, новинка для этого рынка. Затем – случился бум, появилась мода на русских моделей, и в Европу поехала буквально каждая вторая обладательница очаровательной славянской внешности и длинных ног. Сейчас русские модели профессиональны и успешны, они вписались в мировое пространство. Пока наши промдизайнеры и их работы, на мировом рынке скорее воспринимаются как диковинка – но, думаю, ситуация может измениться буквально за несколько лет.

Роль организации международных проектов, с участием России, в области дизайна?

Исключительная роль. Если кто-то считает, что западные инвесторы осаждают наших производителей, переманивают талантливых дизайнеров, то это не так. Дизайн – это в первую очередь рынок, он подчинен всем правилам рыночного взаимодействия. Постоянное развитие, продвижение любыми доступными способами, повышение квалификации и self-rgoto – обязательные составляющие успеха. Причем это важно для всех, не только русских дизайнеров. Дизайн живет по принципу шоу-бизнеса: выпал на несколько лет из обоймы – место может быть уже занято.

Ваша стратегия/концепция как руководителя успешного проекта "Saint-Petersburg Design Week"?

Я разделяю три направления своей деятельности:

- в первую очередь, работа с рынком Санкт-Петербурга, в основном направленная на расширение круга участников проекта, информационное обеспечение, выпуск различных печатных и электронных СМИ, обслуживающих интересы игроков рынка как b2b, так и b2c формата;
- работа с профильными комитетами и Правительством Петербурга, контакт с международными организациями. Пока необходимо просто фиксировать свое присутствие, развивать деловые связи и постепенно менять отношение к нашему городу в международной среде – естественно, в сторону повышения интереса к перспективам развития;
- работа с международными компаниями. Основная задача – привлечение рекламных и маркетинговых бюджетов для продвижения на местном рынке, участия в международных проектах.

Следовательно, для каждого направления – своя стратегия, которую постоянно необходимо корректировать и увязывать с другими. Это очень увлекательная работа, скучать не приходится – происходит взаимное стимулирование различных направлений деятельности.