



Polskie stoisko na targach designu w Mediolanie: Noti, Zieta (także zielone krzesło z dmuchanej blachy), Iker, Vox. Wieszak na ubrania to projekt Young Balkan Designers pokazany w hali Salone Satellite

MAGDA ŻAKOWSKA, JAN LUTYK, LUKASZ GIŻA

**T**ydzień Designu w Mediolanie to największe targi wnętrzarskie na świecie. Nieobecni tutaj nie mają prawa głosu. W tym roku z okazji 50. edycji, a także 150. rocznicy zjednoczenia Włoch, impreza miała jeszcze większy rozmach niż zwykle i rozlała się na całe miasto. Ponad 2,5 tys. wystawców na przestrzeni 200 tys. m kw. i ponad 300 tys. zwiedzających.

Organizatorzy chcieli pokazać, że ten segment przemysłu kryzysu ma już za sobą. W Triennale Design Museum trwa wystawa słynnego Alberta Alessiego, który pokazuje własne wersje najsłynniejszych włoskich mebli w historii. W dzielnicach Tortona, Ventura Lambrate i Porta Romana otwarto setki wystaw, showroomów i galerii. We włoskich gazetach dużo o wielkim nieobecnym - Chinach. To dziś największy eksporter mebli na świecie. I najtańszy. Zagraża wszystkim obecnym na targach wystawcom i wszyscy pilnie się mu przyglądają.

W punkcie informacyjnym targów w centrum miasta poznaję dwie bizneswoman z Libanu. Zabierają mnie pod Mediolan na teren wystawowy, w drodze rozmawiamy o sytuacji na Bliskim Wschodzie i kryzysie. - Mamy największy sklep oświetleniowy w Bejrucie - opowiadają. - Podczas tych sześciu dni w Mediolanie podpisujemy kontrakty na dostawy na cały rok. Ale tym razem połowę czasu tracimy na tłumaczenie, że Liban to nie Libia, że u nas jest spokojnie i jesteśmy wiarygodnymi partnerami. Kryzys? Dla nas jeszcze się nie skończył. Co prawda inwestujemy już mniej więcej tyle, ile przed kryzysem, ale wciąż ograniczamy koszty podróży. Latamy business class, ale mieszkamy tylko w cztero-gwiazdkowym hotelu!

Swoje stoiska mają w Mediolanie wszystkie najważniejsze marki meblarskie świata. Ale nie tylko. Olbrzymim zainteresowaniem cieszy się Salone Satellite, hala oddana do zagospodarowania siedmiuset młodym designerom. Tu zamiast wszechobecnych na targach mebli biurowych - stół improwizowy z kilkunastoma wysuwającymi podstawkami na butelki i popielniczki. Zamiast ratanowych mebli ogrodowych - projekt ekologicznego ogródka o powierzchni 6 m kw. i designerskie domki dla ptaków. Zamiast szafek kuchennych - stoisko na gazety przerobione na szklarnię („można w niej hodować bazylię i marihuanę” - opowiada autor) albo akwarium dla rybek.

Globalne korporacje mają budżety porównywalne z budżetami średniej wielkości państw, wielkie marki wydają na reklamę więcej niż rządy na promocję kultury za granicą, trudno się

więc dziwić, że na mediolańskich targach przepłatają się stoiska marek z wystawami narodowymi. W tym samym pawilonie w Mediolanie swoje stoiska ma Missoni Home i cztery polskie marki pod wspólnym szyldem Young Creative Poland: in Production. To pomysł dwóch kuratorów polskiej wystawy, Miłki Miller-Lovegrove i Anki Pietrzyk-Simone. W zeszłym roku w Mediolanie pokazały młodych polskich designerów pod szyldem Young Creative Poland. Tym razem można było obejrzeć (i zamówić) ich gotowe kolekcje dla największych polskich meblarskich marek. Renata Kalarus, Tomek Rygaliak i Piotr Kuchciński zaprojektowali meble Noti, Marta Krupińska stworzyła fantastyczne szafki i biurka dla dzieci i młodzieży dla firmy Vox, Oskar Zieta - już znany i kochany w Mediolanie - pokazał nowe projekty dla swojej firmy Zieta Prossedesign, a za meble Iker odpowiadają współ-

# Meble ponad podziatami

Cztery konkurujące ze sobą firmy przez siedem dni żyły pod jednym szyldem. I co to było za życie!

MAGDALENA ŻAKOWSKA, MEDIOLAN

**Udało się coś,  
co Polakom udaje się  
rzadko. Konkurujące  
firmy pokazały się  
pod jednym szyldem**

nie polski Kompott Studio i brytyjsko-niemiecki duet WertelOberfell Platform.

W sumie nasza wystawa okazała się potrojnym sukcesem. Po pierwsze, przyciągała ludzi (okrzyki na widok krzesła Ziety: „Polski Jeff Koons!”) i wzbudziła zainteresowanie (teksty m.in. w portalach Dezeen i Designboom). Po drugie, udało się coś, co Polakom udaje się rzadko - porozumienie ponad podziałami. Na co dzień konkurujące ze sobą marki spotkały się, dogadały i pokazały razem pod jednym wspólnym szyldem. Nie byłoby tych sukcesów, gdyby nie kontakty i pozycja Miłki Miller-Lovegrove (jest żoną słynnego brytyjskiego designera Rossa Lovegrove). To dzięki niej, mimo tradycyjnie skromnego budżetu, polskie stoisko znalazło się w jednej z najchętniej odwiedzanych hal targów, a polskie marki stały się widoczne na tle ponad dwóch tysięcy wystawców. I to jest trzeci sukces - sukces Instytutu Adama Mickiewicza, bo pozyskał do promocji naszego designu najlepszą z możliwych osób.

DF