



ВКУС ПОБЕДЫ

«ЧЕМ БОЛЬШЕ МЫ ЗАРАБОТАЕМ НА ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСТАВКИ, ТЕМ БОЛЬШЕ ПОТРАТИМ НА ПРОМОУШН ВСЕХ УЧАСТВУЮЩИХ В ВЫСТАВКЕ КОМПАНИЙ И ИХ ПРОДУКЦИИ» – ИНТЕРВЬЮ С КЛАУДИО ЛУТИ, ПРЕЗИДЕНТОМ ВЫСТАВКИ SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE В МИЛАНЕ. * Текст: Ольга Косырева

В итальянской дизайнерской индустрии полно звезд, но есть и серые кардиналы, не менее влиятельные, но куда более скромные. К ним относится Клаудио Лути, талантливый предприниматель, выведший в лидеры рынка свою компанию Kartell, а полтора года назад возглавивший организацию крупнейшей мебельной выставки мира – миланского Salone del Mobile.

В 2014 году Salone del Mobile побил все рекорды по количеству посетителей: более 357 000 человек за пять дней, на 13% больше прошлого года. Как по-вашему, в чем причина такого успеха?

Клаудио Лути Salone del Mobile – это крупнейшая в мире мебельная выставка-ярмарка, и действительно, ежегодно ее посещают сотни тысяч людей. Зачем они приезжают? Они хотят первыми увидеть все те инновации, которые происходят в мире мебели и дизайна в целом. Инновации – вот что отличает любую итальянскую компанию и любого владельца компании. Возьмите хотя бы меня. Мы так устроены, что любим все новое, умеем работать с дизайном и дизайнерами и умеем рисковать. В этом наше отличие, и это делает наши компании лучшими в мире дизайна.

Или возьмите Kartell – все, что мы делаем, определяется научно-техническими исследованиями. Они стоят во главе угла. Каждый раз, когда инженеры говорят мне: «Давайте попробуем», я говорю: «Пробуйте!» Например, мы планомерно работаем над тем, чтобы иметь возможность изготавливать все более крупные предметы из пластика методом впрыскивания (в форму). Также еще лет десять назад мы попробовали сделать первый стул из прозрачного поликарбоната – он весил 4 кг! Но это было чудо, что мы смогли вообще его изготовить. А в этом году я говорю Старку, с которым вижу обычно раз в месяц: «Филипп, у нас же есть эта замечательная машина, которая может изготавливать прозрачный поликарбонат, – давай придумаем из него какую-нибудь интересную штуку!» И вот на стенде компании Kartell в этом году вы видите новые прозрачные диванчики, почти невидимые. Их бы не было, если бы десять лет назад мы не начали свои эксперименты.

Вторая идея – с металлизированным покрытием на пластике. Она тоже не вчера родилась, но вот наконец в этом году вы можете увидеть на Salone del Mobile пластиковую мебель,

стенные панели, всякие штучки из пластика с покрытием под нержавейку и золото.

Так что я никогда не устану повторять: наша сила в инновациях.

По-моему, вы все-таки преувеличиваете. Ведь есть и дизайнеры, и производители в других странах – возьмите хоть Китай, там, кажется, вообще производится все, что продается в остальном мире.

К.Л. Я не говорю, что в Италии работают только итальянские дизайнеры, они у нас со всего мира, но возможность изготовить задуманное им предоставляем только мы. Креативные силы, мозги со всего мира стекаются в Италию, потому что всем известно, что это простейший путь сделать мечты реальностью. Ведь мы тут не просто работаем на станках, мы умеем мыслить и креативно подходить к процессу производства, изготовления той или иной вещи.

Я много путешествовал, я был в Китае – в Шанхае, Пекине, других городах. И везде там ко мне подходят дизайнеры и спрашивают: «Как бы я мог с вами поработать? Как бы мне начать работать в Италии? Как вы выбираете дизайнеров для своих новых кол-

На этой странице: Президент выставки Salone Internazionale del Mobile и владелец компании Kartell Клаудио Лути
На странице справа: В 2014 г. на Salone Internazionale del Mobile побывало более 357 000 человек; стул Kartell; кресло Uncle Jim и диван Uncle Jack из прозрачного поликарбоната, автор – Филипп Старк



лекций? Как вы решаете, какой проект запускать, а какой нет, и как вы угадываете, какая из новинок станет бестселлером, во что стоит инвестировать?» Все эти вопросы показывают разницу между итальянской индустрией дизайна и всеми остальными, между нашей выставкой Salone del Mobile и другими мебельными выставками по всему миру. И поскольку компания Kartell открыла множество своих магазинов в Китае, я могу вам сказать как ее руководитель, что сами китайцы с удовольствием покупают вещи с лейблом Made in Italy, не копии, а оригиналы, и стремление к обладанию ими все время растет. Просвещение дает свои плоды. Образованность позволяет отличить настоящее от поддельного. Мир, а не война с привлечением юристов – вот гораздо более результативный путь в борьбе с подделками и нарушением авторских прав.

Возвращаясь к Salone del Mobile – что еще вы могли бы назвать в качестве причин такого его оглушительного успеха?

К.Л. У выставки еще есть очень важное, сильное организационное отличие: Cosmit, организатор Salone del Mobile, – это не просто коммерческая фирма, основной деятельностью которой является выставочная. Cosmit на 100% принадлежит Federlegno Atgedo, ассоциации итальянских деревообрабатывающих компаний и производителей мебели и предметов интерьера. При этом Cosmit – прибыльная фирма, но всю свою прибыль она инвестирует в деятельность по продвижению итальянской мебели во всем мире. Это главная задача. И я лично, занимаясь развитием и организацией Мебельного салона, инвестирую в себя, поскольку одновременно являюсь владельцем и руководителем мебельной компании, которая входит в ассоциацию. Получается, что чем

больше мы заработаем на организации выставки, тем больше мы потратим на промоушн всех участвующих в выставке компаний и их продукции. Это уникальная ситуация.

Говорят, что существует лист ожидания на участие в Миланском мебельном салоне, – так ли это? И если да, то по каким принципам вы отбираете участников?

К.Л. Да, это так, есть некая очередь, потому что мы не можем вместить всех желающих. Критерий отбора у нас один – это высокое качество предлагаемой продукции, в том числе высокое качество дизайна. Если это еще не широко известная компания, которую мы знаем только по каталогам, то должно пройти какое-то время, чтобы стало понятно: мы можем допустить ее к участию в нашей выставке. Наша главная идея – быть открытыми для креативности и для всего самого лучшего, что изготавливается в области мебели и предметов интерьера по всему миру. Мы стараемся не просто распродать выставочные площади, мы ищем лучшее из лучшего, что есть на рынке, чтобы поддержать уровень нашей выставки. Я думаю о будущем и уверен, что в таком подходе кроется секрет нашего будущего успеха.

С вашим приходом к руководству выставкой она стала более тесно взаимодействовать с городом. Если раньше выставка была отдельно, а Милан – отдельно, то теперь они взаимосвязаны сильнее. Это сознательная политика?

К.Л. Я – миланец. Я родился, крестился, учился и работаю здесь. Вообще Милан – это творческая столица. Это город дизайна, город моды, и я всегда подтягивал своих друзей из мира моды к участию в этом празднике креативности (ремарка про друзей из ми-

ра моды не случайна: Клаудио Лути десять лет был правой рукой, управляющим директором у Джанни Версаче. – Прим. авт.).

И я горжусь, что в Миланском салоне участвует весь город. В этом году параллельно проходит порядка 800 независимых мероприятий. Посольства и торгпредства разных стран организуют мини-выставки своих дизайнеров, молодых профессионалов, каких-то дизайнерских достижений своих стран. Свои представительства здесь на время выставки открывают и недели дизайна со всего мира, они тоже считают своим долгом отметить в Милане. Городская инфраструктура: транспорт, информация, культурные события – также завязана сейчас на проходящий в пригороде Salone del Mobile. Отчасти это генеральная репетиция будущей всемирной Экспо 2015, которая будет проходить у нас в городе и к которой мы всю готовимся.

Как бюджет связан Salone del Mobile будущего года и Всемирная выставка?

К.Л. Экспо 2015 откроется 4 мая, всего через три недели после Мебельного салона. Под выставочный парк, где будут национальные павильоны и расположится «Палаццо д'Италия», отдана гигантская территория неподалеку от выставочного комплекса Фьеры. Пройти мимо невозможно, невозможно представить, что вот отгремит неделя Salone del Mobile, а через три недели в Милане начнется грандиозная выставка, где дизайн никак не будет представлен. И мы, конечно, будем участвовать. Нам предстоит организовать целую программу мероприятий, по типу тех, что сопровождают обычно Миланский мебельный салон. От такой совместной работы выиграют все, и посетители Экспо в первую очередь. Вместе мы победим. ●