

ВЕДОМОСТИ

Как ПОТРАТИТЬ



ПОД ОДНОЙ КРЫШЕЙ

ИТОГИ ВЫСТАВКИ
ARTDOM В МОСКВЕ



Время и место

Историк дизайна и дизайн-критик Ольга Косырева об итогах выставки Artodom.

✳ Текст: Ульяна Громова

В феврале 2024 года в Москве в «Гостином дворе» прошла международная выставка мебели, интерьерных решений и искусства Artodom. Среди участников были замечены как имена, хорошо знакомые экспертам и ценителям, так и новые бренды. Редакция попросила основателя и руководителя «Дизайн-лектория Ольги Косыревой» прокомментировать событие и дать прогноз развития рынка в целом.

«В ситуации, когда дизайнерско-мебельно-интерьерных выставок в России нет, а спрос есть, появление такой выставки было неминуемо, — уверена Ольга Косырева. — ...Время, место и в целом формат для «Артодома» были выбраны правильно: Москва, центр, красивая площадка, для многих памятная по красивым выставкам современного искусства».

По мнению эксперта, тот факт, что выставку откры-

вали стенды лучших итальянских фабрик, «невероятно повысил ее уровень, задал прямую параллель с лучшими «былыми временами» и вселил надежду, что не все еще потеряно».

«Надо также понимать, что в «Артодоме» участвовали не напрямую итальянские фабрики, как это раньше было с iSaloni, а московские интерьерные салоны Aurrum, «Трио-Интерьер», IDCollection, Indoorstylist, «Европейская сантехника» и др., — напоминает Косырева. — Так раньше не было, и, на мой взгляд, это по-своему круто».

Но, как водится, не обошлось без прямо противоположных мнений. «Многие отмечали, что на фоне итальянцев наши смотрелись бледненько, — продолжает Ольга Косырева. — И есть мнение, что это уничижительно для российских компаний и не надо было их под одной крышей сталкивать. Я не согласна. Бледненько смотрится O'Prime на фоне Cassina? Так это разные бренды, разные истории, разные ниши,

покупатели и бюджеты, в конце концов. Нет никакой предвзятости, есть разное качество продукта, дизайна/стиля, разные ниши, разные ценовые политики и разные покупатели. Я вообще бы это не сравнивала. Я, кстати, и не сравниваю... Кому-то нужен российский диван за 300 000 рэ и стол за 150, а кому-то подавай за полтора миллиона банкетку. Очевидно, что выставка нужна и тем и этим».

Также не надо забывать, что коммерческие выставки-ярмарки делаются для покупателей и потенциальных покупателей, а не для критиков и празднующихся, продолжает Косырева. «Спрос определяет предложение, экономику никто не отменял. Поэтому и «Артодом» формируется рынком, а не благими намерениями».

Кроме того, по наблюдениям Ольги Косыревой, тема соединения под одним зонтиком стендов крупных дорогих мебельных компаний и только-только выплывших российских, да еще и региональных, оказалась самой горячей в обсуждении.

«Лично я считаю, что очень круто прийти в «Гостиный двор» и увидеть разное: и итальянское, и отечественное, — говорит Косырева. — Это эклектично, как в модном современном интерьере. В нем надо разное соединить, тогда дом красивый получится и одухотворенный. А если взять все новое и одной марки, пусть даже российской, — ни красоты, ни жизни. И даже разных фабрик, но одного стиля и одного уровня — вернее всего, получится шоурум».

Топ-10 лучших стендов выставки Artodom 24 в Москве по версии Ольги Косыревой

@aurrum
 @cassinaofficial и @trio_interior
 @asko.global и @asko_russia
 @zanotta @indoorstylist
 @mf_marya
 @edomoconcept
 @oprime.official
 @loffilab
 @inafurniture.su
 @sagarti_light