



Лампа Plass
для Foscarini



Лампы Alphabeta для Hem

«Задача дизайнера — понимать общество»

Лука Никетто

— О чем вы будете рассказывать на вашем мастер-классе в рамках I Saloni WorldWide?

— Интересно поговорить про работу дизайнера в бизнес-системе. Дизайнер — это часть огромной машины, где ему отведены конкретное место и правила игры. Если ты не играешь по этим правилам, ты не дизайнер, а художник, мечтатель. У меня большой опыт работы с международными компаниями, в том числе и с российскими — с Думов Segamics, с дизайнером Лерой Моисеевой, которая живет в Нью-Йорке, и с Юлией Ядрышниковой из Мадрида. Есть разница в подходах к работе — к идее и ее реализации. В России многое работает на интуиции, очень важен человеческий фактор. Умение общаться с людьми тут даже важнее, чем многие практические вещи. Как первый шаг это допустимо и даже захватывающе. Но когда от концепции надо переходить к делу, к производству, тут могут возникнуть проблемы.

— Что ждут на Западе от российских дизайнеров?

— Я бы говорил не о российских дизайнерах, а о российском дизайне. Это разные вещи. Хорошие дизайнеры и хороший дизайн могут существовать только в системе: это и фабрики, и профессиональное сообщество. Без этой работающей системы дизайнеры могут быть русскими по происхождению, но работать с иностранными

компаниями, а соответственно, иметь мало общего с российским дизайном. Вторая проблема: дизайнеры из России очень стараются быть европейскими, тогда как в вашей культуре и истории столько всего интересного, о чем мы, европейцы, понятия не имеем. Использовать все это гораздо правильнее, оригинальнее и любопытнее, чем пытаться притвориться тем, кем ты не являешься. Интересно узнавать что-то новое, экзотичное. Россия — огромнейшая страна. Помню, летел в Китай. Заснул, мы как раз были над Россией. Просыпаюсь — и мы все еще летим над ней! Уверен, что на этой гигантской территории есть множество идей. Слово за дизайнерами.

— Как вы начали свою карьеру?

— Мне повезло оказаться в нужном месте в нужное время. Я родился в Венеции, мое детство прошло на острове Мурано. Там все связано с производством стекла. Все мои родственники, друзья так или иначе занимались стеклом. Еще будучи студентом, я сделал дизайн своей первой коллекции для Salviati — в то время это была самая главная муранская фабрика стекла. Salviati работали тогда с лучшими дизайнерами, например с Томом Диксоном, и от них на фабрике я научился гораздо большему, чем в университете. Коллекция была очень популярная. Далее я начал работать для Foscarini — лидера в световом дизайне, и в 2003 году вместе с дизайнером и моим другом Джанпьеро Гаєм создал лампу O-Space, которая сегодня уже стала классикой Foscarini. Для меня это была путевка в профессию. Посыпались

заказы. Свое первое кресло я сделал для Kristalia. Потом начал работать с миланскими компаниями, получил заказ от Cassina — в их коллекции есть мой стул, кресло и низкий стол для гостиной. В 2006 году создал свое бюро Nichetto & Partners, которое специализируется на индустриальном дизайне и консультирует. Сегодня живу и работаю в Стокгольме.

— Швеция и в целом скандинавские страны уже не первый год диктуют моду в дизайне, потеснив, например, вашу родную Италию. Как вы объясните популярность скандинавского дизайна?

— Задача дизайнера — понимать общество, чувствовать, что нужно людям. С 60-х и практически до начала 90-х на мировом рынке господствовали итальянские бренды, которые покрывали сегмент среднего класса. Это надежный сегмент не только с точки зрения продаж, но и по отношению к дизайну, потому что ты работаешь для людей, которые понимают и ценят качественные вещи. Так вот за 20 лет правления Берлускони от среднего класса в Италии не осталось и следа: он укрепил верхушку богатых и пополнил ряды бедных. Понятно, что это ударило и по итальянскому дизайну. Итальянские бренды начали двигаться в сторону люкса, работать на экспорт для России, Китая, США. Таким образом, на мировой карте дизайна образовалась дыра. Скандинавы не растерялись, быстро заняли пустующую нишу и заполнили ее очень качественным и практичным дизайном. И не только в мебели, кстати, но и в моде.

