

# «Каждый раз я учусь заново»

## Дизайнер Дима Логинов о принципах своей работы

Анастасия Гримашевич |

Именитый дизайнер Дима Логинов рассказал „Ъ-Стиль“, что ожидает российский рынок дизайна, и признался, с какими проектами не стал бы работать

— Как развивался российский рынок дизайна в последние пару лет?

— Мы не самая передовая страна в плане придумывания, особенно в области дизайна. И дело здесь не в том, что мы какие-то отстаем. Просто так сложилось исторически, что есть страны, которые движут эту индустрию. Мы в число таковых не входим, мы страна — продавец дизайна.

Интерьерный бизнес развит в России очень неплохо. Я имею в виду не столько качество выполнения проектов, сколько развитость услуг и представленность брендов. К примеру, с недавних пор многие российские дизайнеры уехали в Дубай. Там они, несмотря на всю роскошь и огромное количество денег, жалуются, что рынок интерьеров удручающий. То есть в продаже находятся совершенно непонятные интерьерные бренды очень низкого качества. Иная ситуация на российском рынке. У нас представлены лучшие мировые марки. И даже теперь этот рынок едва ли будет деградировать: люди, которые уже научились делать красивый интерьер, вряд ли начнут делать это плохо. В нынешних условиях, когда связи с другими странами ограничены, никто нам не мешает узнавать о глобальных трендах хотя бы из интернета.

Вот чем еще наша страна отличается от многих других — это амбициозность. Эту черту я не часто вижу в других странах. Именно амбициозность заставляет человека эволюционировать и стремиться к большему. Поэтому у нас в России и возможны истории про компании, которые производили копии или подделки под западные марки, а затем перешли к оригинальному дизайну.

Я не думаю, что будет какая-то стагнация на этом рынке и впредь. Возможно, интерьерный бизнес будет развиваться даже быстрее и лучше. Сейчас все технологии известны и не составляют коммерческой тайны. Как нет никаких секретных технологий у признанных лидеров в сфере дизайна — итальянцев. Они просто хорошо работают в этом бизнесе. Надеюсь, что к качеству будут стремиться и российские производители.

— Вы часто создавали дизайн для западных брендов. Сегодня для вас что-то изменилось в сотрудничестве с иностранными заказчиками?

— Пока что моя работа с некоторыми западными брендами продолжается, что будет дальше — пока не знаю. Выпуск продукта в коллаборации с иностранной компанией все не означает завершения проекта. Проект завершен, если предметы перестают продавать и производить. В нынешнее время если продукт держится на рынке несколько лет, то это показатель большого успеха. Нередко цикл жизни проектов — всего несколько месяцев. У меня есть некоторые предметы, которые выпускаются почти девять лет, что нетипично для рынка. Несколько коллекций «выстрелили» и держатся на одном уровне продаж либо даже растут, что меня, конечно, радует.

— Как у вас в целом возникают идеи того или иного предмета?

— Заказчики иногда просят меня не рассказывать в интервью или на мастер-классах, что на придумывание дизайна я трачу несколько минут. Возможно, на их взгляд, эта информация обесценивает готовый продукт, на создание которого иногда уходят годы. Я с таким мнением не согласен. Но я и не считаю свои профессиональные успехи в дизайне исключительно своей заслугой. Я лишь считываю идеи, каким-то образом вложенные мне в голову, и не ленюсь эти идеи быстро визуализировать. Кроме того, быть «проводником» для идей недостаточно. Нужны насмотренность, вкус и опыт во всем, что касается визуального ряда. Ты должен быть жестким критиком своих собственных трудов и выбирать из них лучшие. У меня нет необходимости советоваться с кем-то по поводу своего дизайна. Если ты сам не понимаешь, классно ты делаешь или нет, значит, у тебя как профессионала есть проблемы.

Обычно я разрабатываю концепцию по брифу от заказчика — производителя. Теоретически бриф детально описывает требования по будущему продукту. Но часто мне поступают брифы с максимально размытыми пожеланиями. Такие задания мало помогают понять, что от меня нужно, но с другой стороны, работать по ним даже



легче, поскольку диапазон ничем не ограничен. А вообще мне кажется, что дизайн, созданный просто так, не по брифу, получается даже ярче и интереснее. Ко мне приходит идея, и ее фиксирую. Ну, а далее я создаю концепцию и показываю дизайн заказчику. В принципе, на этом моя работа по созданию дизайна закончена. Если только не требуется адаптация концепции к реалиям производства. Но, конечно, не закончена работа по выводу продукта на рынок.

Для того, чтобы придумать классный дизайн, мне нужно соскучиться без работы. Я лучше сделаю несколько классных проектов в год, чем множество посредственных. Мне очень нравится работать в разных направлениях, с совершенно непохожими группами товаров: от текстиля, мебели до керамической плитки. И чем больше этих групп, тем интереснее, потому что каждый раз я учусь заново. Важно, чтобы хотелось разбираться в неизвестном. Вообще пытливый ум — это один из главных критериев творческого человека. Вы должны постоянно стремиться выйти за границы и смотреть, что происходит вокруг.

— Каких новых коллабораций от вас можно ожидать в ближайшие месяцы?

— В конце лета либо осенью выйдут две новые коллекции мягкой мебели с моим дизайном. Это диваны для дома и сада, вы-

полненные совместно с брендом Divan.ru. С ними же мы выпустим коллекцию пледов из переработанных материалов. Экологичность — особая для меня тема. Я очень люблю натуральные материалы. Но в этой серии есть определенная миссия: мы создали красивый и функциональный текстиль фактически из переработанного пластика. Мне бы хотелось, чтобы таких проектов от брендов было больше.

Еще один новый проект совсем неожиданный для меня. Это домашняя обувь, чем я никогда раньше не занимался и создавал дизайн с нуля для производителя из Петербурга. У них была такая мечта: сделать тапочки, в которых не будет разделения для левой и правой ноги. Получилось так, что изначально я такой концепт и создал, чем немало заказчика удивил.

— А бывало ли так, что вы отказывались от дизайна каких-либо предметов?

— Да, мне предлагали проекты, в которые я бы погружаться не хотел. Например, я не занимаюсь проектами, связанными с алкоголем или табаком.

Еще одна тема касается отношения к животным. Среди моих проектов только в одной или двух коллекциях присутствует натуральная кожа. Например, в упомянутой мной коллекции домашней обуви, там без кожи было сложно обойтись. Хотелось бы как можно меньше использовать этот материал. Так мне лучше спится.