

Как повлияла пандемия на индустрию? Ваше мнение, сколько потребуется времени на восстановление?

Дизайнеры и проектировщики, так же как все мы, оказались в самоизоляции. Они не протестовали и не критиковали меры по социальному дистанцированию и «локдауну». Скорее наоборот, охарактеризовали ситуацию как передышку, которая пойдет на пользу планете и стали еще более ответственно придумывать способы как улучшить мир.

Два «дизайна» волнуют их сегодня — эмоциональный и этический. Больше не достаточно произвести предмет для всех или сделать его индивидуальным (для каждого). Теперь ваша вещь имеет смысл, если она не делает мир хуже и способствует получению нового позитивного опыта. Не загрязняет планету, полезна. К 2020 году поколение Gen Z — это уже треть населения. Поколение, у которого есть потенциал, чтобы способствовать росту электронной коммерции, так как они «родились с технологиями в руках». Gen Z является гиперинформированным поколением и быстро усваивает информацию. На Gen Z меньше влияют цена и реклама. Но эти люди ценят уникальность, опыт и инновации.

Дизайн-консультант Ли Эделькорт называет коронавирус «удивительной благодатью для планеты». *«Мы должны прекратить производство в таком темпе. Нам нужно изменить свое поведение, чтобы сохранить окружающую среду. Похоже, что вирус — удивительная милость для планеты».*

Covid-19 может открыть новые возможности для инноваций, сродни тому, как в средние века бубонная чума открыла эпоху трудовых реформ и улучшений в медицине. По словам Эделькорта, Covid-19 способствует возрождению кустарной промышленности и повышению цен на товары местного производства.

«Для нашей компании и бизнеса эта остановка — время задуматься о том, что мы развиваем и почему, — говорит шведский архитектор Оле Руне. — Мы должны не только заботиться об окружающей среде, но и думать, действительно ли нужен этот новый продукт».

— комментирует главный редактор INTERIOR+DESIGN и interior.ru Наталья Тимашева

Производства восстановятся быстро, к сожалению, с точки зрения внутренних процессов компании (сохранение рабочих мест, например) путь к запуску будет у каждого свой, но на внешнем результате это не отразится: фабрики открылись или откроются в ближайшее время.

Что с покупательской способностью? С одной стороны, люди, оказавшись запертыми в своих домах, хотят обустроить свое личное пространство. С другой стороны, дилеры отмечают, что

воодушевление у заказчиков проходит, пандемия не заканчивается, люди предпочитают придерживать деньги на случай второй волны заболевания. Надо смотреть на коронавирус как на очередной кризис, мы научимся жить в новой реальности, и достаточно скоро. Шок и депрессия пройдут, и мы будем на пятой стадии психологической реакции: принятии.

С точки зрения продаж быстрее всех восстановятся компании, умеющие максимально оперативно адаптировать бизнес под запросы рынка, диверсифицировать свои каналы торговли. Важные ориентиры сейчас:

- Репутация и социальная ответственность компании
- Диджитализация
- Технологичность
- Сервис и качество
- Кастомизация

— комментирует **Алина Сароян, коммерческий директор INTERIOR+DESIGN**

Российский и иностранные производители, кому сейчас тяжелее?

Определенно труднее нашим производителям и продавцам. В Европе компенсируют часть зарплат сотрудников и дают субсидии на поддержание бизнеса, снижают или отменяют налоги. В России налоговые послабления получают далеко не все. Я считаю, что в условиях пандемии поддержка государства необходима. Наша отрасль не относится к наиболее пострадавшим, а это не так: в нашей сфере мало кто имеет стратегические резервы, резкое снижение заказов влечет за собой нарушение бизнес-процессов.

— комментирует **Алина Сароян, коммерческий директор INTERIOR+DESIGN**

Как вы выстроили работу online, удалось ли адаптировать бизнес под текущие реалии?

Digital уже продолжительное время является важным, если не основным фокусом бренда и компании. Мы постоянно адаптируем и развиваем точки соприкосновения с аудиторией и партнерами, расширяем воронку взаимодействий. Это относится к продуктам бренда — новый адаптивный сайт, сильные соцсети, масштабные виртуальные конкурсы и фестивали, онлайн-образовательные проекты и т.д., но так же и к собственным ресурсам и процессам внутри компании. Несмотря на то, что (историческая) основа мастер-бренда INTERIOR+DESIGN — это журнал, работа над ним ведется полностью online, поэтому перевод на удаленную работу не замедлил нас ни на минуту, а во многом позволил более гибко адаптироваться к новой меняющейся реальности. Сам же продукт, журнал, доступен покупателям в нескольких сетях с доставкой, а также на сайте с дополнительным неопубликованным контентом. Главные бренд-

инициативы мы также запустили в онлайн-пространстве, что позволило нам быть готовыми к новому типу потреблению контента и взаимодействия с аудиторией и партнерами. Важный фокус сейчас — помочь нашим партнерам адаптировать бизнес и предоставить продукты и сервисы, которые смогут обеспечить устойчивую рабочую связь между производителями, дилерами, профессионалами рынка и заказчиками.

— комментирует издатель **INTERIOR+DESIGN & BURO**. **Лидия Ларсен**

Что можете посоветовать из лайфхаков и уже реализованных кейсов российским производителям и поставщикам?

У российского производителя сейчас есть шанс выйти на качественно новый уровень. Расскажу о наших кейсах. INTERIOR+DESIGN запустил ряд инициатив, которые нацелены на просвещение и формирование культуры потребления дизайна в России.

В начале марта прошла вторая по счету премия Russian Project 2019 — и это был успех. Международное жюри выбрало лучшие проекты, созданные российскими авторами в текущем году. Благодаря конкурсу бизнес получает объективную информацию о современных авторах и дизайн-трендах, открываются новые перспективы для сотрудничества.

В условиях пандемии мы обратили внимание на сферы, которым нужны дизайн-идеи, к их числу относятся локальные производства, и запустили онлайн-фестиваль Design Now! Дизайнеры формулируют проблему и предлагают ее решение, задача конкурса — найти проекты, которые сделают мир лучше, чище и комфортнее. Мы приглашаем российские производства стать партнерами этой важной инициативы.

И+Д информационно и стратегически поддерживает ежегодный всероссийский конкурс музея Декоративного Искусства — «Придуманно и Сделано в России». Миссия проекта - формировать актуальный образ российского дизайна, узнаваемого во всем мире. Лучшие работы пополнят коллекцию музея.

— комментирует **Алина Сароян**, коммерческий директор **INTERIOR+DESIGN**

Какой будет наша жизнь после пандемии? Пойдут ли люди на выставки, захотят ли живого общения?

Приостановка глобального конвейера усилила и ускорила всю онлайн-индустрию. Культура максимально перешла в форматы онлайн-выставок, трансляций и виртуальных туров. Образование перешло на систему дистанционного обучения. Торговля — на онлайн-сервисы.

Есть три основных аспекта, на которые направлено сегодня дизайн-мышление дизайнеров и проектировщиков. Первый — это помощь медикам. Выражается в проектировании СИЗ (прежде всего масок), санитайзеров, защитных капсул, возможных полевых госпиталей, создании передвижных станции по тестированию граждан. Например, итальянские архитекторы Studio Fuksas высказывают следующую идею: *«Мы представляем такую ситуацию, когда один этаж в каждом здании зарезервирован для свободного использования. Долгий период карантина сделал очевидным необходимость планирование такого пространства. Разумеется, то же пространство может быть использовано для оказания медицинской помощи при карантине».*

Второй аспект — соблюдение норм социальной дистанции. Особой вопрос: как должна измениться общественная среда (рестораны, парки, общественный транспорт). Дизайнеры предлагают новые способы проводить время вместе, не контактируя (соблюдая расстояние в 2 метра).

Третий аспект и наиболее важный — дом. Миллионы людей осознали, что это особое место, которое сегодня может быть и местом работы, и местом для занятия спортом, и мастерской, и садом, включая разведение растений, обустройство огорода или даже пасек для пчел. Это убежище, где должна быть чистая вода, свежий воздух и творческая атмосфера. Это особая среда, где детям может быть также комфортно как и взрослым. Что получило импульс? Концепции DIY, технологии для дома, и виртуальное потребление. Дизайнеры заняты такими проектами, которые предполагают персональные настройки и создания разнообразных сценариев. Они выкладывают в свободный доступ готовые чертежи домашней мебели, а такие гиганты индустрии как Ikea запускают в производство модульные ульи. Домашнего пространства не становится больше. Но вещей в нем может быть меньше, а сам интерьер — «гибким».

— комментирует главный редактор INTERIOR+DESIGN и interior.ru Наталья Тимашева