

# PRÓŻNY, LENIWIY, ATRAKCYJNY

## ROZMOWA Z JANUSZEM KANIEWSKIM

99 VAIN, LAZY AND ATTRACTIVE  
A CONVERSATION WITH JANUSZ KANIEWSKI

foto: Instytut Wzornictwa Przemysłowego

**RENATA KALARUS: Po co robimy to, co robimy? Tyle już na świecie rzeczy pięknych i użytecznych. Czy dizajn nie zdewaluował się jako społecznie pożyteczny na rzecz popisów naszej sprawności projektowej?**

**JANUSZ KANIEWSKI:** Mogę mówić tylko za siebie. Po pierwsze, jestem próżny, lubię być podziwiany, a akurat w tej dziedzinie przychodzi mi to najłatwiej. Po drugie, kasa. Jestem leniwy, a w tej dziedzinie najłatwiej mi robić mało tak, żeby wyglądało, że zrobiłem dużo i trzeba mi za to dużo zapłacić. Po trzecie... znów próżność. Nie jestem ładny, wysportowany ani bogaty z dziada pradziada. Uprawianie modnego zawodu dizajnera podnosi moją atrakcyjność towarzyską, a co za tym idzie możliwość przedłużenia gatunku. Po czwarte – bardziej serio – naprawdę lubię rysować i wymyślać ładne przedmioty, lubię gapić się na własne projekty, wyobrażać sobie, że zostaną docenione, sławne, najlepsze na świecie. Czyli znów próżność. Użyteczność społeczna... Praca daje mi komfort, przy którym pewne użyteczne społecznie zachowania nie wymagają bohaterstwa. Staram się wykorzystywać to, że jestem widoczny, do dawania dobrego przykładu. Korzystam z „tuby nagłaśniającej”, którą daję popularność i prestiż zawodu.

**„Projektowanie estetyki, tworzenie mód i czerpanie z tego tworzenia zazdrości, mocy, potęgi i sławy”\* czy „rozwiązywanie problemów, a nie tylko nęcenie formą”? Prowokacja i żart czy – jak pisała Beata Bochińska – „projektowanie przydatne, energooszczędne, zdrowe i estetyczne”?**

– Jedno nie wyklucza drugiego! Projektuję właśnie ekstrawagancki telefon, którego docelowa bardzo wysoka cena i dowolność w doborze materiałów pozwalałyby sądzić, że również ja jako projektant będę miał sporo wolności. Nic mylniejszego! Kolejne wersje padają z tak przyziemnych, „demokratycznych” powodów jak ergonomia, bezpieczeństwo, rozmiary płyty głównej... Nawet najbardziej ekstrawagancka suknia musi dać się nałożyć, zdjąć i wyprać. Każdy klient gdzie indziej ustali granice kompromisu między radością z zabawki, a przydatnością. Starck ma w dorobku bardzo praktyczne przedmioty, ale też takie (i te są bardziej znane), przy których nabywca godzi się na uciążliwość użytkowania, bo w zamian dostaje „rzeźbę” Starcka. Nie używam, ale mam. Ten sławny wyciskacz soku: pryska, chlapie, źle wyciska. Ale jest sławny.

**– Podkreślasz często takie przymioty rzeczy twojego pomysłu jak ręczna robota, pracochłonne wykonanie. To dość dalekie od definicji wzornictwa przemysłowego.**

– Fascynują mnie tajniki wielkoseryjnej, wysoko-technologicznej produkcji, ale denerwuje mnie jej niechlujność, która staje się standardem. Produkcowaną w setkach tysięcy sztuk deskę rozdzielczą samochodu można zmontować dobrze i starannie albo źle i niechlujnie. I nie chodzi o cenę. Przykład: Fiat nie maluje podzespołów czarnym błyszczącym lakierem, „bo na takim widać wszystkie niedokładności”, więc montażyści Fiata uznają to za zielone światło dla ewentualnych niedoróbek... .

\* Cytaty z katalogu wystawy „Futuro d'Arte – Janusz Kaniewski” w Instytucie Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie, 13 VI – 3 VII 2007.

**Janusz Kaniewski**, ur. 1974, Designer, Art-Director, doradca i projektuje m.in. dla ONZ, Miasta Turyn (olimpiada zimowa 2006), firm Ferrari, Honda, Pininfarina, Rossignol/Lange, Bosch; projektant „wyrazu twarzy” wielu ważnych samochodów, które wejdą na rynek w najbliższych latach. Rozwija własną markę Kaniewski Haute Design. Wykładowca Royal College of Art w Londynie, Istituto Europeo di Design w Turynie, turyńskiej ASP. Mieszka za miastem z dwoma białymi kotami, Dolce i Gabbana. Jeździ starym niebieskim mercedesem. Słucha smutnej muzyki. W Polsce reprezentowany przez Agencję Fama. Pierwsza galeria autorska w Polsce: Dobry Design i Dobre Wino, Warszawa, ul. Mokotowska 51, otwarcie maj-czerwiec 2008 [www.kaniewski.it](http://www.kaniewski.it)



2.



2. Lancia Delta, 2007. Wyraz twarzy – źrenice ciemne, chłodne, oczy głęboko osadzone, wpatrzone, z odrobiną szaleństwa w kącikach – powrót legendarnej Delty z lat 70. Zaprezentowana w Genewie w 2008. Forma reflektora stała się inspiracją logo samochodu i całej kampanii promocyjnej. | A facial expression – dark pupils, cool, deep-set eyes, staring with a touch of madness in their corners – the return of the legendary Delta of the 70s. Presented in Geneva, 2008. The form of the headlights inspired the car logo and the whole promotional campaign.



... Deska do produkowanego przez Mercedesa Smarta montowana jest na stole montażowym, w wygodnej pozycji i dopiero potem wkładana do środka. Wystarczyło wpaść na pomysł i zrobić ją krótszą od szyby. W efekcie można nawet użyć tańszych materiałów, bo dobrze spasowane nie będą trzeszczeć. W innych samochodach deska montowana jest na klęczkach, od spodu – i trzeszczy. Inny przykład: w studio w Niemczech pracowałem nad prezentacją dla Mazdy. Na trzech modelach umieściłem precyzyjnie narysowane w Photoshopie niemieckie tablice rejestracyjne. Po co? Może po to, żeby jakiś Japończyk, jak to przypadkiem zauważył, pomyślał: „Ojej, projekt tego Kaniewskiego jest bardzo dokładny”? A może dlatego, że dłużej przy tablicach, mogłem oderwać się od projektu i potem poprawić coś w karoserii? Ich to kosztowało kilkadziesiąt euro więcej, ale każda z dwustu tysięcy mazd będzie o jedno euro więcej warta, bo ma fajniejszą linię cięcia maski.

– **Katalog towarzyszący twojej wystawie zatytułowałeś „Haute Design”. Dizajnerzy niczym kreatorzy mody? Dizajn podzielony na ten wysoki i ten do używania? A mówili, że mamy projektować rzeczywistość gotową do noszenia, rzeczy przystosowane do seryjnej produkcji, procesy gotowe do powielania...**

– *Haute design* to tylko hasło reklamowe. Filozofii bym mu nie przypisywał. Duża kasa z dobrej masówki – czemu nie? НГМ skorumpowało najlepiej schowanych za ciemnymi okularami VIP-ów (Karl Lagerfeld, Madonna). To tylko biznes. Mnie mniej

interesuje produkcja masowa, bo lubię kontakt z „klientem finalnym”. Kiedyś podróżowało się żaglowcami. Dziś mamy anonimowe tankowce pod tanimi banderami i potwornie drogie, luksusowe jachty. Jedni projektują tankowce, inni jachty, i różnym kierują się etosem. Z samochodami będzie tak samo. Transport publiczny, wygodne, bezpieczne i estetyczne windy zaprojektowane przez dobrych projektantów – i niszowy rynek luksusowych samochodów, które wyszły spod ręki „krawców” *haute couture design*. Wydarzyło się coś jeszcze: znacznie cenniejsza od fabryki jest dziś marka samochodu. Nazwa Ferrari, Bugatti czy Mercedes odrywa się od pojazdu, może być nazwą banku, dewelopera, agencji ubezpieczeniowej albo konsultingowej. W przyszłości samochody znikną. Zostanie miłość do samochodów i ja tę miłość będę chciał zagospodarować, więc przygotowuję się do *haute couture design*. Pojawiają się nowe dziedziny projektowania. Ja to nazywam *human design* – upiększanie człowieka. Projektowanie i frezowanie w technologii *rapid prototyping* kości ludzkich: żeby być wyższym, roślejszym w barach. Zaprojektowanie sobie psa, kota, dziecka. Ktoś to będzie musiał robić. Nie jeżdżę już tak chętnie na salony samochodowe, uczę się za to nowych technologii. Chodzę po stronach klinik chirurgii plastycznej. Chcę zdążyć rozwinąć markę *Kaniewski*, która obsłuży te nowe rynki, zanim zaczną jej ciężać starzejący się, pierdołowaciele i leniwy Jaś Kaniewski. Ale chcę też zdążyć zaszczyć tej marce stare, dobre, europejskie wartości, którymi będzie się wyróżniać w zalewie chińskiej konkurencji.



3. Buty treningowe Fila, 1999. Zaprojektowane we współpracy z Davidem Ahmadem, jednym z najszybszych maratończyków świata. Pierwsze z asymetrycznym rozcięciem, sznurówka o zmiennej elastyczności ze wzmocnieniami z włókna węglowego. | *Fila running shoes, 1999. Designed together with David Ahmad, one of the world's fastest marathon runners. The first to have an asymmetrical cut, shoes laces of various elasticity, reinforced with carbon fiber.*
4. Buty Janusz dedykowane włoskiej stylistce Alice Capelli, atelier Autopsie Vestimentaire, 2005. Zaprezentowane w Turynie razem z kolekcją ubrań. | *Janusz shoes, dedicated to the Italian stylist Alice Capelli, atelier Autopsie Vestimentaire, 2005. Presented in Turin with a clothing collection.*

*W Polsce bardziej widoczny jest podział: albo robisz dizajn dla nuworyszy i zarabiasz kupę kasy, albo zajmujesz się wzornictwem przemysłowym dla fabryki i ledwo wiążesz koniec z końcem.*

- Czy luksus to brat lata dizajnu? Tylko na wysokiej półce lśnią te rozpoznawalne z daleka ikony współczesnego dizajnu. Wygląda na to, że mimo różnorodności i obfitości dostępnych produktów i usług rynek bardziej głodny jest kolejnych: byle innych, niespotykanych, oryginalnych, niszowych. Wyroby designerskie to rzeczy szpanerskie, pomysłowe – niekoniecznie praktyczne, ale designerskie... Czy można przyjąć taką definicję tego obiegowego określenia?

- Człowiek potrzebuje bogów, złotych cielców. Luksus jest widoczny, łatwy do skomentowania. Ale oprócz świątyń budujemy też domy. W krajach na dorobku całe zapóźnienie cywilizacyjne załatwia się na skróty. Za luksus musi wystarczyć markowa torebka. Ja lubię te absurdalne, nieracjonalne przedmioty: samochody, motorówki, buty, modę. Ale mnóstwo projektantów wybrało inne specjalizacje. Może w Polsce, na młodym rynku, bardziej widoczny jest podział: albo robisz DIZAJN dla nuworyszy i zarabiasz kupę kasy, albo zajmujesz się wzornictwem przemysłowym dla fabryki i ledwo wiążesz koniec z końcem. Ja specjalizuję się w wyrobach luksusowych, zajmuję się tworzeniem wysokiej wartości dodanej: bez Kaniewskiego klient może sprzedać towar za sto, z Kaniewskim za dwieście, trzysta albo i tysiąc.

W Warszawie w roku 2008 mało jeszcze kupuje się przyjemności dla przyjemności. Designerskie: napuszone, zakochane w sobie. Pozerskie, małostkowe („tu jest porysowane, należy się rabat!”), agresywnie przemądrzałe, a głupie („nie ma dobrego wina za mniej niż 50 zł!”). Nie starzeje się jedno:



4.

dobry projekt to taki, na widok którego uśmiecham się z uznaniem. W moim osiemnastoletnim mercedesie na trasie przepaliła się żarówka. W specjalnej wnęcie w reflektorze znalazłem zapasową. Uśmiechnąłem się – leżała tam od tyłu lat! Czyjś dobry pomysł pomógł mi jechać dalej. Dobry projekt. W smarcie, żeby wymienić żarówkę, która przepala się co miesiąc, bo niedopracowany kształt reflektora powoduje jej przegrzanie, trzeba wyjąć filtr powietrza i pół godziny na oślep manewrować ręką w wąskim otworze. Zły projekt? Wiem, że chodzi im o to, żeby z przepaloną żarówką pojechać do serwisu i zapłacić za usługę aftermarketową, bo taki jest dziś model biznesu samochodowego. Ale wcale ich za to bardziej nie lubię.

- W twoim katalogu i na wystawie trudno było zobaczyć, czym Jaś Kaniewski się zajmuje. Nie wiem, czy to, co mi przeszkadzało, bo zaburzyło klarowny odbiór twoich prac, to była tak silna autokreacja, czy fakt, że położyłeś tak duży nacisk na to, jak pięknie prezentujesz, kosztem tego, co prezentujesz.
- Kaniewski zajmuje się autokreacją. Dziś siedzę sobie na słońcu i odpowiadam na twoje pytania. Mam rozłożony na trawie komputer, wino, rogaliki, rybkę, oliwki i jest mi dobrze. Koty mruczają, tarzają się w liściach i jest im dobrze. Chcę tak żyć do końca, dlatego z czasem skala musi się powiększać, aby w pewnym momencie marka Kaniewski przerosła Kaniewskiego, poleciała naprzód, a ja sobie zostanę na słońcu, z winkiem i oliwkami, i z nazwiskiem jak ten słynny Kaniewski. Twoje pytanie jest bardzo trafne i bardzo intymne. Spróbuję odpowiedzieć, nie sprzedając przy tym sekretów swojej pracy. Moja działalność to Design, Art Direction. Z akcentem na przecinek. Mam bardzo dobry warsztat i robię tak, żeby było przepięknie. Moja praca to wartość dodana, to coś niepoliczalnego, na co ludzie chętnie wydają pieniądze. Ostatni tydzień: końcówka pracy dla Citroëna. Wychodziłem przed dom, wracałem, głaskałem koty, siadałem do pracy... Licznik zakontraktowanych godzin bił, a ja nadal nie rysowałem. Ktoregoś wieczora odważyłem się ...

5. Sandały, Kaniewski Haute Design, wyk. pracownia Brunona Kamińskiego w Warszawie, 2005. Wykonane ze smyczek dla kota, dla pań nawykłych do spacerowania z pieskami lub kotkami. | **Kaniewski Haute Design sandals, produced at the Bruno Kamiński workshop in Warsaw, 2005. Made from kitty leashes, for women who take their dogs or cats on walks.**
6. Der DDR, plastikowy samochodzik do własnoręcznego montażu, inspirowany Trabantem, 2003. Wyróżnienie w Konkursie Japońskiego Stowarzyszenia Projektantów. | **Der DDR, plastic car you assemble yourself, inspired by the Trabant, 2003. Distinctions from the Japanese Designers' Association Competition.**
7. Show car, klient General Electric Plastics, 2006. Prezentacja możliwości innowacyjnych materiałów plastycznych GE Plastics na Salonie Samochodowym w Paryżu. | **Show car, client: General Electric Plastics, 2006. A presentation of the capabilities of the innovative GE Plastics materials at the Car Salon in Paris.**



6.

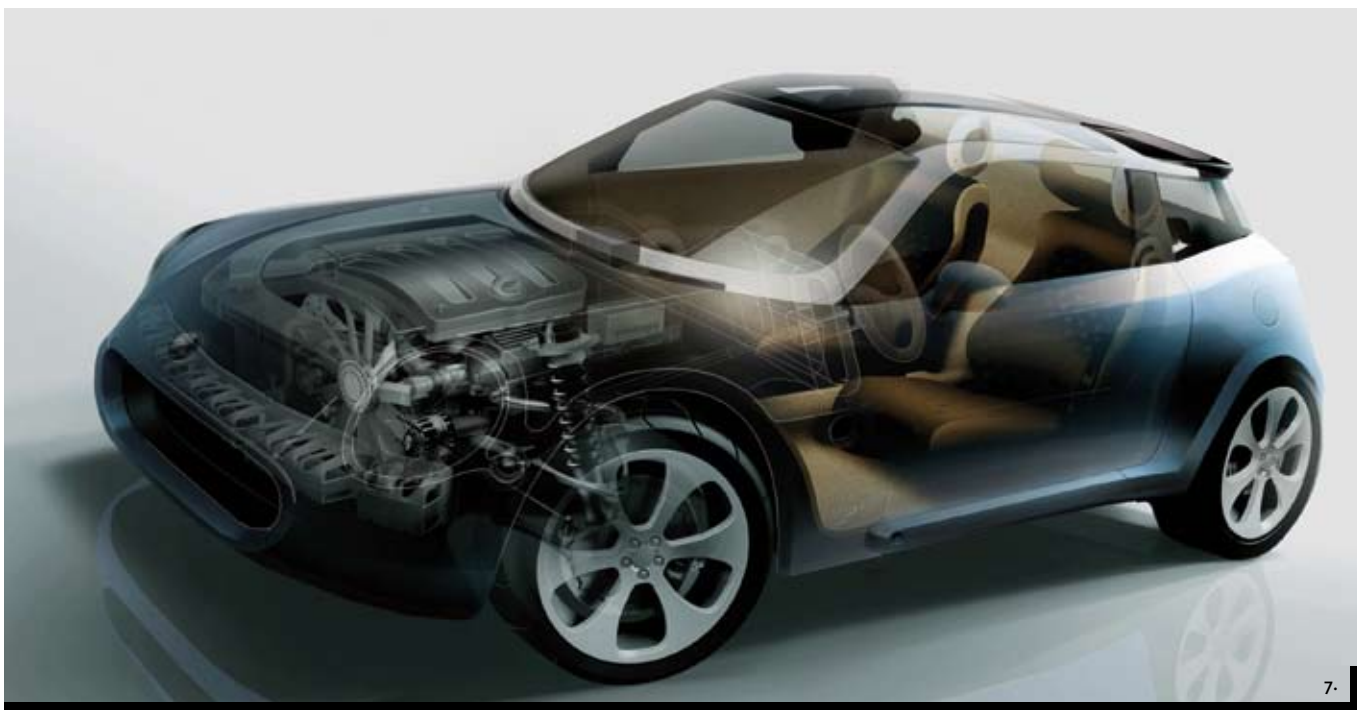
5.



... narysować dziewczynkę, której nadałem cechy tej, w której się kocham, potem dorysowałem kotka, ślimaka, ufoludka. Kilka dni później Citroën entuzjastycznie podziękował, bo w tle tej narysowanej przeze mnie dziewczynki był ich nowy C4, którego u mnie zamówili, a którego ja prawie nie zauważyłem. Teraz zespół ludzi w Warszawie spróbuje jak najwierniej zbudować ten samochód w 3D, a ja będę tego doglądał, żeby nie uronić ani jednej nutki uczucia, bo przyjemność, która może towarzyszyć także powstałemu z tych rysunków produktowi, odczują również klienci.

– **Spodobały mi się bardzo twoje szalenie wdzięczne szkice pomagające ci w bieżącej komunikacji z klientami. Samochody, które mają twarze, czasem nawet gębę...**

– To moja praca, ale to i cała ja. Te rysunki są bardzo szczere, często intymne, w nich po kawałku przenoszę Kaniewskiego prywatnego do Kaniewskiego-marki. Klienci świadomie akceptują ich storyboardową komunikatywność, a nieświadomie chłoną uczucia, emocje, „ładność”, łagodność, których się nie spodziewali na prezentacji części samochodowych. Lubią je oglądać jak komiks podczas nudnych meetingów, briefów, brainstormingów. W specjalny sposób traktują te rysunki Japończycy, to taki mój mały sekret. Oni bardzo życzliwie przyjmują komunikaty pikto-gramowe, dygresje, anegdoty, czułą erotykę, lubią koty. Można powiedzieć, że merkantylnie wykorzystuję fakt, że oni lubią to, co ja... A samochody częściej mają gębę, zwykle agresywną, złą.



7

Ale to naleciałość z lat 90., nowe projekty są i będą już bardziej wysublimowane.

- **KANIEWSKI na butach, KANIEWSKI na wieszaku, KANIEWSKI na zdjęciach, KANIEWSKI na okładce, KANIEWSKI kilka razy na każdej kartce.** Bodajże córka Calvina Claina powiedziała, że bywa bardzo zdeprymowana, kiedy idzie z facetem do łóżka, a on na majtkach ma nazwisko jej ojca... Gwiazdowanie w Polsce nie jest zbyt dobrze przyjmowane, także w naszym środowisku.
- To dobrze. Berlusconi powiedział kiedyś: źle czy dobrze, ważne, żeby o mnie mówili. Mnie tu nie ma. Nikt mnie nie zna, znajomi ze studiów zajęli się własnym życiem. Nie zdążę już postarać się o to, żeby mnie wszyscy polubili, więc niech chociaż nie lubią. Śledząc rubryki towarzyskie, uczę się, że w tej pracy tak trzeba, więc to naśladowuję i jestem w tym bardzo pragmatyczny. Co innego życie prywatne. Tu bardzo podobały mi się dwie wypowiedzi: Karla Lagerfelda: „Nie musiałem chodzić w tym, co zaprojektowałem” – i Michała Żebrowskiego: „Tak wybudowałem sobie dom, że wreszcie mogę rano wyjść i nasikać na trawę”. Mieszkam w Sulejówku pod Warszawą i gwarantuję ci, że tu nie ma żadnego gwiazdorstwa. A na zewnątrz musi być Kaniewski, wszędzie, gdzie się da. Pan profesor, który buduje warszawską kolejkę, którą ja projektuję, pojechał prezentować projekt w USA, bo jakby pokazał go tu, na Politechnice, to by go koledzy z zawiści zjedli. Cholera. W Polsce ludzie nie chcą, żeby im było dobrze,

tylko żeby sąsiadowi też było źle. I na to się nie zgadzam, nie będę siedział cicho i udawał, że jest inaczej, tak jak nie zamykam domu, bo udaję, że w Polsce już się nie kradnie.

- Dostałam zaproszenie na wystawę, przeczytałam: „globalne marki... po sukcesach w Europie powraca do Polski...”. To robi wrażenie! Wpisałam do Google, żeby się przygotować... I nic! Jak to możliwe, że przy tak intensywnej pracy, przy naprawdę imponującym i nagradzanym dorobku oraz starannej autopromocji można cię było wtedy znaleźć jedynie jako wykładowcę na stronie Royal College of Art?!
- W moim podstawowym, wyuczonym i praktykowanym zawodzie projektanta samochodów dyskrekcja jest równie ważna jak kreatywność. Płacą mi żebym siedział cicho – brak fleszy i czerwonego chodnika rekompensują inaczej. Gdy pracowałem w Pininfarinie, obiecaliśmy sobie, że co rano każdego z nas wchodzącego do pracowni obecni powitają owacją – jeśli sami sobie tego nie zapewnimy, nikt dla nas tego nie zrobi. Ten zawód wymaga ciszy, anonimowości. Twarzą Audi jest Walter da Silva. Śmiertelnicy nie znają nazwiska żadnego z 1200 stylistów, projektantów, operatorów, modelarzy – ludzi, którzy tak naprawdę tworzą wygląd każdego samochodu tej marki. Młody stylistą Pininfariny, Gianni Arcangeli, samodzielnie nadał kształt jednemu z najpiękniejszych modeli Ferrari: Modenie. Anonimowo. Na salonach, w prasie obok Modeny fotografowano jego szefa Lorenza Ramaciottiego lub kogoś z rodziny Pininfariny. Niezwykły zmysł proporcji Arcangeli zainteresował zarząd BMW. Gianniemu powierzono doszlifowanie proporcji aktualnej „piątki”, ustawowo najlepszego na świecie sedana, oficjalnie autorstwa ekstrawaganckiego szefa stylistów BMW, Chrisa Bangle’a. Gianni, niespełna trzydziestoletni, chorował na białaczkę. „Piątka”, ostatnie dzieło, weszła na rynek już po jego śmierci. Podpisana jako Bangle. Facet, który zrobił kilka z najpiękniejszych samochodów świata, nigdy nie zobaczył swojego nazwiska w gazecie. Jest też bardziej przyziemna przyczyna ...





8.

... trudności ze znalezieniem mnie w Google'ach: leniwość. Moja strona od roku nie jest pozycjonowana, ale na pewno pomyślę o tym jutro.

– **Jak bardzo frustruje cię niemożność firmowania swoim nazwiskiem zaprojektowanego samochodu?**

– Projekt samochodu jest tak skomplikowany i czasochłonny, że trudno się spodziewać, aby miał tylko jednego ojca. Kiedy mówię znajomym: „to mój projekt”, któryś z chłopaków mówi to samo i ma do tego pełne prawo, nabyte wielomiesięczną pracą. We wrześniu będzie testowana Lancia Delta, do której robiłem przód. Poprzedni, odrzucony przez wierzchołek Fiata, też ktoś robił i też będzie mówił swoim znajomym, że w ostatecznym projekcie widać jego rękę. I będzie miał rację. Prezes Fiata, który tamten projekt odrzucił, też może przypisać sobie splendor podjęcia decyzji. Francesco, który robił model 3D, Giugiaro, który koordynował wdrożenie projektu... Wielu ojców będzie dumnych.

– **Jedną z rzeczy, które dobrze pamiętam z wystawy, były buty narciarskie. To był kawał konkretnej roboty, który bez dodatkowych zabiegów (a może dzięki ich brakowi) świetnie się sam bronił. Co wniosłeś do tego produktu poza nadaniem mu atrakcyjnej formy, czy też – jak mówisz – charakteru? Na czym polega siła i trwałość tego rozwiązania, bo – jak powiedziałeś – nadal opierają się na nim nowo wypuszczane modele?**

*Ważne, żeby znać się na ich robocie i nie pozwolić tym wszystkim leniwym panom inżynierom, paniom sekretarkom, agresywnym księgowym i strachliwym inwestorom uwalić projektu pod byle pretekstem.*

– Przystępując do pracy, nie miałem pojęcia o estetyce butów narciarskich. Wnosiłem sporą wiedzę o anatomii i o projektowaniu butów wyczynowych, przyjaźń z jednym z najszybszych na świecie maratończyków, wyniesiony jeszcze z Polski bardzo dobry rysunek odręczny, lata fetyszystycznego gapienia się na stopy dziewczyn w sandałkach i próby własnoręcznego szycia butów. Projektowany sprzęt miał przede wszystkim wygrać Puchar. Później okazało się, że Kaniewski – oprócz tego, że ma wiedzę – umie też zrobić coś ładnego, dzięki czemu poszło to do produkcji seryjnej. Ale nim do tego doszło, stałem z modelarzami i wyginaliśmy „ścięgno Achilleasa” – jeszcze i jeszcze. Ten element robił się coraz sztywniejszy i coraz lżejszy. Modelarze chcieli przestać, krzyczeli, że tak się nie da, a ja jeszcze pół milimetra, i jeszcze – aż starczyło. Musiałem wiedzieć, że się da i kiedy przestać. Zarobiliśmy kilka kN bocznej sztywności i oszczędziliśmy kilka gramów wagi. W czubie dodaliśmy trzecie rozcięcie – tego wcześniej nie było, a teraz stosują je wszyscy. Nigdy nie byłem orłem z fizyki, ale widocznie tak krytykowany u nas, a ceniony na Zachodzie średni poziom polskiej szkoły wystarcza, żeby intuicyjnie czuć pracę struktury. Spędziłem pół roku, ucząc się ergonomii, studiując materiały, rozmawiając, perswadując pewne rozwiązania panom z modelarni. W budżecie całego projektu to prawie nic, a korzyści wielkie: Puchar zdobyty, wdrożona cała gama nowych butów. W efekcie w pierwszym roku produkcji dochód całej Grupy Rossignol/Lange wzrósł o 40 procent. Potem, jeszcze na poziomie wdraża-



8. Ekspres do kawy *Kyrkaffe*, klient Nespresso, 2004. Przeznaczony dla Skandynawów, którzy nie są szczególnie religijni. Poranny rytuał modlitwy czy wyjścia do kościoła niech zastąpi im ceremonia parzenia kawy. Ekspres ma kształt kościółka (*kyrka*: szw. kościół); użytkownik naciska cztery guziczki, jak w imię ojca i syna... i *deus ex machina* pojawia się boski napój – kawa. | *Kyrkaffe coffee maker*, client: Nespresso, 2004. Designed for Scandinavians, who aren't especially religious. Instead of their morning prayer or going to church, they can have a coffee ceremony. The machine is shaped like a church (*kyrka*: Swedish for church); the user presses four buttons, like in the name of the Father, the Son... and the heavenly beverage, coffee, appears *deus ex machina*.
9. Buty narciarskie *Lange*, prod. Grupa Rossignol, 2000. Zaprojektowane dla Hermanna Maiera, zdobywcy pucharu świata w sezonie 2001. Produkt ten stał się podstawą całej obecnej kolekcji *Lange*. *Lange ski boots*, produced by Grupa Rossignol, 2000. Designed for Hermann Maier, World Cup champion for the 2001 season. This product became the basis for the entire present *Lange* collection.

nia do produkcji komercyjnej wersji butów, uparłem się żeby „ściągnąć” pomalować na srebrno i cieniami wydobyć jego kształt. Tu przydało mi się doświadczenie z agencji reklamowych: przekonać inwestora do pomysłu, choć wiąże się z inwestycją. Przeszło, zadziałało. Lubię pracę ręczną, lubię rzemieślników, modelarzy, dzięki którym projekt zmierza do szczęśliwego końca. Nienawidzę natomiast tych sukinkotów, którzy mówią „tego się nie da zrobić” tylko dlatego, że chcą wcześniej wyjść do domu. Ważne, żeby znać się na ich robocie i nie pozwolić tym wszystkim leniwym panom inżynierom, paniom sekretarkom, agresywnym księgowym i strachliwym inwestorom uwalić projektu pod byle pretekstem.

– **Nadwozia samochodów, często oparte na tych samych bądź podobnie zaawansowanych konstrukcjach, kuszą przede wszystkim kształtem, a ich wnętrza komfortem i gadżetami, bądź właśnie ich „politycznym” brakiem. Wydaje się, że to nieustanna stylizacja, mająca na celu pokonanie konkurencji i napędzenie sprzedaży.**

– Jak projektowanie wszystkiego innego. Ładny dzbanuszek to też sposób na zarobienie kasy! Wspecjalizowałem się w projektowaniu samochodów i butów. Na buty ludzie wydają wielkie pieniądze, głównie dla poprawy samopoczucia. Z samochodami jest tak samo. Żeby chcieli kupić te fajne zabawki, trzeba długofalowo inwestować w alibi na użytek ich żon lub mężów. Fachowcy od bezpieczeństwa będą więc mówić o zagrożeniach czyhających w ciemności, marketingowcy wytworzą modę na bezpieczeństwo itp. Duże firmy samochodowe typu GM, Ford czy Fiat, to właściwie banki zarabiające





10. Wiaderko do szampana do śniadania w łóżku, Kaniewski Haute Design, prod. Venini, Włochy, 2007. Wykonane ręcznie w hucie szkła w Murano, wykańczone polimerowym futerkiem, które osusza butelkę. Futerko powstało w laboratorium Europejskiej Agencji Kosmicznej.  
Champagne bucket for breakfast in bed, Kaniewski Haute Design, produced by Venini, Italy, 2007. Handmade in a glassworks in Murano, finished with polymer fur for drying the bottle. The fur was made in the European Cosmic Agency laboratories.



10.

... na kredytowaniu zakupu własnych wyrobów, na produkcji których tracą. Samochód jako przedmiot, kupa żelastwa, to artykuł reklamowy zachęcający do skorzystania z ich usług. Fascynuje mnie, jak bardzo emocjonalnie traktowany jest samochód, że jest kochany, kupowany dla podziwu, w zupełnym oderwaniu od jego walorów użytkowych. Jak zegarek. Każdy zegarek powyżej pewnego – bardzo niskiego zresztą – pułapu cenowego pokazuje tę samą godzinę. Dalej zaczyna się „festiwal rozrzutności”. I właśnie to mnie interesuje, tym się zajmuję.

– **Od pracy projektantów, w tym wypadku najczęściej całego zespołu, zależy w dużej mierze sukces rynkowy i kasa, kasa, kasa... Jak to możliwe, że w tej właśnie branży – jak twierdzisz – ich proporcjonalnie wysokie zarobki wcale nie są oczywiste? Jak to możliwe, żeby facet, który projektuje takie luksusy jak samochody Ferrari, Alfa, Lancia czy stadiony sportowe dla Kadafiego nie „leżał na kasie”?**

– Przyczyn jest kilka. Po pierwsze, nieumiejętność zawalczenia o swoje, konformizm. Po drugie, lenistwo, nonszalancja. Po trzecie, jakieś takie minimalizowanie potrzeb: ja naprawdę bez problemu trzy dni jem w drogich restauracjach, a przez następne trzy – bułki z kiełbasą. Po czwarte, rozrzutność. Jak zobaczyłem w „Forbes” podliczenie moich zarobków, to aż podskoczyłem: cholera, gdzie jest ta kasa? Taki jestem bogaty? No i w końcu samo projektowanie to naprawdę nie taki wielki zarobek. Trzeba robić coś dodatkowo. I trzeba mieć cierpliwość: Norman Foster pierwszy samolot kupił już dobrze po pięćdziesiątce.

– **Czy inne twoje prace, już w pełni autorskie i w zasadzie artystyczne, służą odreagowaniu wspomnianej anonimowości?**

– Może i tak, też. Choć jak jesteś „w” i wiesz, jak to działa, to ta anonimowość nie boli. Pracujesz i cierpliwie czekasz, aż za ileś tam lat to ty będziesz cynicznie podpisywać projekty twoich anonimowych stażystów. To środowisko jest hermetyczne. Ale nie jest też takie całkiem małe. W Turynie czy w Londynie jest mnóstwo dizajnerów,

studentów, branżowych dziennikarzy, którzy cię znają. Oni mają narzeczone i młodsze siostry, więc jest się przed kim popisywać. Moje podwórko jest na tyle duże, że w Warszawie mogę sobie powiedzieć: „moje królestwo nie jest z tego świata” – i bez kompleksów, anonimowo, w swetrze całym w kocich kłakach, iść do empiku, żeby przejrzeć artykuły o sobie.

– **Jak udaje ci się łączyć tyle prac i podróży służbowych z życiem prywatnym?**

– Nie mam życia prywatnego. Cały czas kocham i czekam na jedną osobę.

– **W Zona Tortona zapytałam przypadkowo spotkane dziewczyny z Polski, po co przyjechały na targi. Odpowiedziały szczerze i radośnie, że bardzo interesują się sztuką, a „wiadomo, że dziś liczy się tylko sztuka użytkowa”.**

**Czy dizajn zajmujący miejsce sztuki, przy wsparciu wysokich technologii, nie służy głównie zaspokajaniu twórczych potrzeb projektantów i – jako bardziej od sztuki zrozumiały – duchowych potrzeb odbiorców?**

– Za dużo telewizji oglądają... Ale nie śmiejemy się, to forpoczta rodzącej się od kilkunastu lat polskiej klasy średniej. Słabiutkie to, nie za bogate, śmieszne, czasem głupie. Ale ich rodzice „telewizor, meble, mały fiat”, a one już w Mediolanie. Chuchać i dmuchać, nie zrazić. Ich jeszcze dojralsze dzieci będą świadomie kupowały dojralszy od naszego dizajn, który będą robiły nasze dzieci. Ale dizajn w miejsce sztuki? W agencjach reklamowych siedzą młodzi, zdolni ludzie, wiedzą tyle, co my, i używając tej wiedzy, naciągają każdy ładnie zaprojektowany przedmiot do rangi sztuki, bo dzięki temu dobrze się sprzedaje. Już prawie się wymknąłem twemu bardzo trafnemu pytaniu: czy dizajn nie służy aby głównie zaspokojeniu potrzeb dizajnera. Pewnie tak, ale coś tam z jego talentu skapnie też społeczeństwu. Próżność, narcyzm, samouwielbienie, to wszystko nie zmienia faktu, że dzięki temu świat staje się o ileś fajnych przedmiotów ładniejszy, mądrzejszy.

– **Czego obecnie powinno się oczekiwać od dizajnerów?**

– Od polskich? Odpowiedzialności. Obraz zaczyna znaczyć więcej niż słowo. Dizajner ma coraz większą skuteczność. Tworzy opinie, zadbać o to, żeby to była opinia niegłupia – a nie śledzić i powtarzać. Nie obrażać się na rzeczy, których się nie rozumie, nie lubi. Zmieniać, zamiast negocjować. Czytać, sprawdzać, nadawać kształt.