

**Лисянская Арина, I курс  
кафедра Промышленный дизайн, МГХПА им. С.Г. Строганова  
Преподаватель А.В. Пахомова профессор, к. культурологии**

15 сентября 2021 года я посетила 27-ую международную промышленную выставку непродовольственных товаров HouseHold EXPO. Подобное мероприятие мне довелось посетить впервые. Меня поразило его масштаб.

И действительно, в выставке ежегодно принимают участие более 780 экспонентов из 56 стран мира, которые представляют новинки своей продукции. Анализируя премьеры на HouseHold, можно предугадать тенденции в промышленном дизайне на будущий год, оценить актуальность товаров разных брендов.

События, происходящие в обществе, такие как пандемия, волнуют многих людей. Переживая подобные моменты в жизни, мы меняем свое восприятие окружающего, начинаем по-другому относиться ко всему. Наши потребности меняются, мы нуждаемся в новых продуктах дизайна, свежих цветовых сочетаниях. Задача каждого дизайнера понять, что волнует общество, в чем оно нуждается. Исходя из этого, он должен определить и колористическое решение продукции, которое будет максимально отвечать настроениям потребителей. Именно на HouseHold можно увидеть, как меняющееся сознание людей влияет на тенденции в дизайне и производство товаров для дома.

Знакомясь с предложениями различных компаний на выставке, я обратила внимание на обилие продукции, выполненной в ахроматической гамме. Товары, начиная от декоративного сервиза Spode с художественной графикой, стильных “мятых” бокалов марки Lenardi и заканчивая интерьерным текстилем Этель, представлены в черно-белой гамме. И это не случайно. Последние годы минимализм в интерьере очень популярен, и именно сдержанные черный и белый нередко используются. Эти цвета хорошо подходят как теплым, так и холодным оттенкам, в сочетании друг с другом выглядят нарядно и изящно.



*сервиз Spode*



*бокалы марки Lenard*

Часто встречалось на выставке и сочетание черного с золотом. Это были и различные интерьерные аксессуары типа сказочных ваз и блюд в виде растений, и даже модели бытовой техники Arzum. На мой взгляд, это популярное уже продолжительное время сочетание очень удачно. Многие люди стремятся к престижу и достатку, и именно золото ассоциируется с этим. На фоне же черного оно дорого, приятно и заманчиво контрастирует и привлекает внимание потребителей.



*Кофеварка Arzum*

Возвращаясь к теме минимализма, хочется сказать, что и сам по себе белый очень хорош, особенно в сочетании с необычными формами посуды таких брендов как ENS Group и Daniks.



*Посуда ENS Group*



*Посуда Daniks*

HouseHold представил немало товаров в сдержанной цветовой гамме. Припыленный розовый, бежевый и коричневый использовались в коллекциях фирм Доляна, Daniks, Bronco, Бытпласт. Пандемия, изоляция, работа в удаленном формате оставили отпечаток в сознании людей. В последнее время нам хочется больше комфорта у себя дома. Именно сдержанные оттенки позволяют создать уют, они не мешают отдыху и работе. Поэтому использование цветов, подобных Brave Ground, названного компанией Dulux цветом 2021 года, является очень разумным и актуальным.



*Продукция фирмы Bronco*

Интересным показался стенд компании Bronco с желто-белым пчелиным сервизом. Он вызывает ощущение тепла, чувство бодрости и радости. Набор посуды расположен на сером стеллаже. Скорее всего, цвет витрины был выбран за его нейтральность по отношению ко всей продукции. Однако примечательно, что

данное сочетание желтого и серого подобно трендовой в 2021 году подборке цветов, созданной фирмой Pantone.



Говоря о трендах, сразу вспоминаю презентацию товаров для дома фирмы Euro gold.

Использованный здесь ярко-розовый напоминает оттенок Orchid Flower, который по мнению специалистов корпорации WGSN, станет цветом года 2022. Его яркость и сочность заряжает энергией и позитивом, привлекает взгляды клиентов, что является несомненным плюсом.

Примечательно, что производители посуды, представленные на выставке, использовали и другие варианты розового.





К примеру, компания Agness выбрала припыленный холодный розовый, малиновый и лососевый. Можно предположить, что и эти оттенки будут популярны в следующем году.

Не оставлены без внимания и оттенки синего и зеленого. Цвет морской волны и мятный успокаивают и создают ощущение свежести. Именно их использовали в своих коллекциях Domenik и Luminarc.



На HouseHold я обратила внимание на то, что большое количество продукции имеет принты, имитирующие природные материалы. И это не случайно. Интерес к экологии растет с каждым годом. Человек, несмотря на нашу современную

городскую жизнь, очень близок к природе. Многие из нас очень устали от жизни в мегаполисах. Имитация камня и дерева помогает создать уют в наших домах. Поэтому неслучайно рисунок, подобный граниту, использован в дизайне сковород Mayer&Boch.



Будто из цветного камня выполнена посуда Proff Cuisine.





Большое количество товаров содержат в себе изображения растительных мотивов.



В стендах Бомонд, ENS Group, Мечта используется много зеленого, растения украшают стеллажи. Вероятно, и здесь производители были вдохновлены темой экологии.

Я рассмотрела в своей информационной справке продукцию, соответствующую последним цветовым тенденциям. Конечно, некоторые производители представили и не совсем удачные товары. Но HouseHold оставил у меня приятные впечатления, поэтому я не стану критиковать, пусть этим занимаются профессионалы. А я не волшебник – я только учусь.