

Ширяева Александра,
I курс кафедры Промышленный дизайн, МГХПА им. С.Г. Строганова
Преподаватель А.В. Пахомова профессор, к. культурологии

HouseHold EXPO – это проходящая дважды в год в Москве в МВЦ “Крокус Экспо” Международная промышленная выставка непродовольственных товаров. Это выставка №1 в России в секторе товаров для дома, дачи и подарков, а также главное профессиональное событие, объединяющее ритейл-сообщество страны. Организаторами выставки являются ООО «МОККА Экспо Групп», ГК Майер – член Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). При официальной поддержке Российского союза промышленников и предпринимателей и Торгово-промышленной палаты РФ.

В выставке ежегодно принимают участие 780 компаний-представителей из 56 стран мира. Это позволяет в полной мере ознакомиться со взглядами на дизайн в разных странах. Данное мероприятие пользуется популярностью, ведь это возможность для обретения новых контактов с закупщиками и ритейлерами, расширения поставок, увеличения объемов продаж, а также вдохновения.

Среди постоянных байеров крупнейшие в России DIY, Household и Garden торговые сети: 220 Вольт, Auchan Retail Россия, Baucenter, Familia, Family home, Fix Price, Globus, Hoff, Metro C&C, OBI, OZON.ru, Prisma, Selgros Cash&Carry, Spar и многие другие.

Выставку посещают 17 500 профессиональных посетителей в год, география посещения – 56 стран мира (СНГ – 14%, 6% - другие страны) и 83 российский регион (90%). Это не только закупщики и представители производств со всего мира, но и дизайнеры. Сбор материала и анализ рынка – неотъемлемая часть работы и саморазвития любого дизайнера, не только промышленного направления. Одним из самых значимых факторов анализа являются цветовые тенденции. Опираясь на обширные выставочные площади и насыщенность экспозиции, можно составить представление о тенденциях не только русского сектора производства, но и зарубежного.

Институтом, который задает тренды для мира моды и дизайна, является Pantone. Ежегодно группа экспертов представляет ведущие для индустрии цвета.

«PANTONE 17-5104 Ultimate Grey + PANTONE 13-0647 Illuminating. Два независимых цвета, которые подчеркивают, как различные элементы объединяются, чтобы поддерживать друг друга, лучше всего выражают настроение цвета года 2021 Pantone. Практичный и твердый, но в то же время согревающий и оптимистичный, союз PANTONE 17-5104 Ultimate Grey + PANTONE 13-0647 Illuminating - это сила и позитив. Это история цвета, которая включает в себе более глубокое чувство задумчивости с обещанием чего-то солнечного и дружелюбного.» Официальный сайт Pantone (перевод с англ.)



Институт Pantone так же представил основную палитру предстоящей Недели моды в Нью-Йорке, которая пройдет с 14 по 18 февраля. Помимо нейтрального серого (Ultimate Gray, 17-5104) и солнечно-желтого (Illuminating, 13-0647), которые уже были объявлены главными оттенками 2021 года, в ней оказались «миконосский синий» (Mykonos Blue, 18-4434), «лепреконский зеленый» (Leprechaun, 18-6022), фуксия (Fuchsia Fedora, 18-2330), бледно-розовый (Pale Rosette, 13-1716), оливковый (Olive Branch, 18-0527), терракотовый (Adobe, 17-1340), огненно-красный (Fire Whirl, 18-1453), темно-синий (Rhodonite, 19-3838), цвета весеннего озера (Spring Lake, 18-4221), рутбира (Root Beer, 19-1228), кокосового крема (Coconut Cream, 11-1007) и соевых бобов (Soybean, 13-0919). По мнению специалистов, все они будут актуальны в следующем осенне-зимнем сезоне.

Влияние этих тенденций на промышленный дизайн можно проследить в экспозиции HouseHold EXPO. Цвета выбранные для недели моды и в особенности цвета года Pantone являются доминирующими среди экспонатов, стендов, а также графических пакетов компаний. К примеру, у магазина “Посудов”, а также сети супермаркетов “Все для дома”, которые участвовали в конкурсе “Лучшее оформление и выкладка в магазине товаров для дома”, дизайнеры активно используют модные цветовые решения в своей продукции.



На выставке было представлено множество новых решений. На данный момент тема заботы об экологии является очень актуальной, большое количество людей пытается какими-то способами привлечь внимание общественности к ней. Дизайнеры тоже активно “пользуются” популярностью данного вопроса.

Также цветовые тенденции, но уже в более минималистичном исполнении можно было увидеть на стендах брендов Neoflam и ENS Group.



Также одной из компаний, чья продукция и стенд не только следует цветовым тенденциям заданным институтом Pantone, но также тренд на экологичность и использование колористики и фактур вдохновленных окружающей средой, природой, является PFLUON.

Компания Zhejiang PFLUON Technology Co., Ltd. занимается исследованиями, разработкой и производством антипригарных покрытий и предоставляет широкий спектр покрытий для кухонной посуды.





Так же в этом году одна из самых ярких экспозиций на выставке принадлежит компании York. Фирменный цвет компании совпал с заданными Pantone трендами на сезон зима-осень 2021. Стенд был оформлен в цвете фуксия (Fuchsia Fedora, 18-2330). Цвет, не смотря на свою трендовость, достаточно сильно выделял стенд компании из множества других. Можно смело сказать, что это единственный стенд, оформленный подобным образом.

По итогам посещения выставки можно сделать выводы и совершить колористический анализ. Компании по всему миру охотно следуют трендам устанавливаемым институтом Pantone и другими авторитетными источниками мира дизайна и моды. По цветовому соотношению в секторе посуды и декора преобладает цвет года PANTONE 17-5104 Ultimate Grey. Этот цвет зачастую используется как основной, другие – в качестве дополнения. В секторе инструментов, бытовой химии и т. д. чаще встречаться цвета PANTONE 13-0647 Illuminating, Pale Rosette, 13-1716, Olive Branch, 18-0527, Leprechaun 18-6022.

Пластиковая продукция низкой ценовой категории все чаще окрашивается в цвета ранее чаще присущие более дорогой продукции. Это же касается продукции

сегмента декора и подарков. Все чаще можно увидеть монохромные решения продукции.

Посещение подобных выставок помогает полностью убедиться в том, насколько большую роль для компаний и производимых ими товаров играет цветовое решение, оформление.

Так как международная промышленная выставка непродовольственных товаров HouseHold EXPO проводится ежегодно, дважды в год, можно каждый раз наблюдать изменения тенденций основываясь на наблюдении экспозиции.