



Γνωριμία με νέους δημιουργούς
που «μπολιάζουν» με χιούμορ, φαντασία
και... ελληνικότητα
χρηστικά και διακοσμητικά αντικείμενα

Νπιζάιν α λα γκρεκ

της Σελάνας Βροντή



ΚΑΡΕΚΛΑ
Kafeneon (Studiolan).
ΕΠΙΛΑΝΩ, πετσοέτες θαλάσσης
Sun of a Beach.



1. Κερι Hermaphrodite (GIFL).
2. Atlas Shopper με έμπνευση από τον τενεκέ φέτας (Studiolan).
3. Λάμπα Parasite (Yiannis Ghikas).
4. Μπουρνουζί Sun of a Beach.
5. Αναδιπλούμενη καρέκλα Tan Lines (GIFL).
6. Πόμολο Convex (Yiannis Ghikas).

GREECE IS FOR LOVERS «ΚΛΕΙΝΟΥΜΕ ΤΟ ΜΑΤΙ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ»



ΚΟΥΠΕΣ
Athens Sucks

ΔΕΡΜΑΤΙΝΟ
σκέιτμπορντ
Tougher than
Leather



ΚΕΡΙΑ
Hermaphrodite



Η Χριστίνα Κοτσιλέλου και ο Θάνος Καραμπάτσος είναι απόφοιτοι του Central St Martins. Το πρώτο τους πρότζεκτ λεγόταν Ingrid & Stannos και ήταν ένα κάλυμμα για μπουκάλι κρασιού σε σχήμα μπικίνι. Το 2007 ίδρυσαν την εταιρεία τους, «Greece is for lovers». Από τότε έχουν πάρει σβάρνα όλες τις διεθνείς εκθέσεις ντιζάιν, όπου παρουσιάζουν μεταξύ άλλων βαράκια σε σχήμα αρχαιοελληνικού κίονα, μαρμάρινα σκέιτμπορντ, κύπελλα από ξύλο ελιάς σε σχήμα τσαρουχιού, δακτυλιδία που έχουν πάνω τους ένα μικρό φιδάκι για τα κουνούπια κ.ά.

Ο Θάνος έχει μανία με τα αθλητικά παπούτσια, ενώ στη Χριστίνα αρέσει να συλλέγει παλιές πορσελάνες. Γενικώς και στους δύο αρέσουν τα kits αντικείμενα. Ένα από τα πιο γνωστά προϊόντα τους είναι μια κούπα που γράφει πάνω «Athens sucks». «Όταν επιστρέψαμε στην Αθήνα, πιστεύαμε ότι ήταν κατάντια να βρίσκεται κανείς εδώ. Τα αισθήματά μας παραμένουν ανάμεικτα. Από τη μία βλέπουμε ότι γίνονται πράγματα, αλλά από την άλλη η καθημερινότητα εξακολουθεί να είναι δύσκολη. Μας ενοχλεί η αγένεια των ανθρώπων».

Πώς προέκυψε το όνομα «Greece is for lovers»; Στη δεκαετία του '70 και του '80 η Ελλάδα είχε βγάλει αυτήν τη φήμη. Ήταν γραμμένο σε μια κονκάρδα την

οποία βρήκαμε σε μια αγορά του Λονδίνου και παραπέμπει ειρωνικά στην παλιά αίγλη της χώρας μας. Πάντα όμως «βαφτιζουμε» τα προϊόντα μας με παράξενους, παιχνιδιάρικους τίτλους.

Ποια είναι η φιλοσοφία σας; Το σχέδιό μας στηρίζεται σε ένα κόνσεπτ, το οποίο έχει ως αφετηρία του την ειρωνεία και το χιούμορ. Συνήθως κάνουμε ένα σχόλιο πάνω στις συνήθειες ή στα ελληνικά στερεότυπα. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι σατιρίζουμε τα σουβενίρ.

Γιατί αυτή η μανία τελευταία με τα ελληνικά σουβενίρ; Η αλήθεια είναι ότι μας έχει «κουράσει» λίγο αυτή η μόδα. Τα τελευταία χρόνια τα προϊόντα μας τείνουν να γίνουν πιο δημιουργικά.

Πώς αποτυπώνεται η ελληνικότητα στη δουλειά σας; Σε κάποια αντικείμενά μας η αναφορά στο ελληνικό στοιχείο γίνεται μέσω του υλικού (π.χ. το μάρμαρο) ή μέσω της τεχνικής (π.χ. το βελονάκι).

Πόσο εύκολο είναι να είσαι ντιζάινερ στην Ελλάδα; Το πιο δύσκολο μέρος είναι η παραγωγή. Δεν μπορείς να καλύψεις τις ανάγκες της λιανικής πώλησης. Γι' αυτό και πλέον στρεφόμαστε σε πιο δημιουργικές φουάρ. Σε όλα μας τα αντικείμενα η χρηστικότητα έρχεται σε δεύτερη μοίρα.

> greeceisforlovers.com



Βάσω Ασφή και Λουκάς Αγγέλου

STUDIOLAV «Η ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΑΤΟΥ ΜΑΣ»

«Η κρίση ανάγκασε τους νέους σχεδιαστές να στηριχθούν στις δικές τους δυνάμεις. Σε άλλες εποχές μπορεί να δούλευαν για κάποια εταιρεία και να μην αναδεικνυόταν το ταλέντο τους.»

Ο Λουκάς Αγγέλου και η Βάσω Ασφή γνωρίστηκαν στο Central St Martins στο Λονδίνο, όπου σπούδαζαν product design (βιομηχανικό σχέδιο). Το 2011 ίδρυσαν την εταιρεία StudioLav. Σχεδιάζουν κυρίως μικρά έπιπλα και αντικείμενα για το σπίτι. Πιάτα εμπνευσμένα από τα μοτίβα της παραδοσιακής υφαντικής και τους αρχαιοελληνικούς κίονες. Μαύρα μολύβια σε σχήμα σταυρού που γράφουν πάνω «Design is dead». Η τελευταία τους δημιουργία, το «Atlas Shopper», έκανε το γύρο των social media: οι σχεδιαστές έχουν μετατρέψει τον χαρακτηριστικό μπλε-λευκό τενεκέ φέτας σε τσάντα για τα ψώνια.

Τι χαρακτηρίζει την εργασία σας; Συνδυάζουμε τις παραδοσιακές τεχνικές με τη σύγχρονη τεχνολογία.

Έχει πεθάνει το ντιζάιν; Με τα μολύβια θέτουμε ερωτήματα για τη θέση του ντιζάιν σήμερα. Για το ρόλο του αναλογικού και του ψηφιακού, της χειροτεχνίας και της μαζικής παραγωγής. Ποια είναι η σημασία των παραδοσιακών τεχνικών, η αξία του ελεύθερου σχεδίου...

Σε τι έχει αλλάξει το ντιζάιν από την εποχή του bauhaus; Εξελίσσεται και εισέρχεται σε τομείς της καθημερινότητας. Επεκτείνεται σε υπηρεσίες και συνδέεται με εμπειρίες - από το πώς είναι σχεδιασμένο το περιβάλλον υποδο-

χής μιας τράπεζας μέχρι την πτήση μιας αεροπορικής εταιρείας. Υπάρχουν αερογραμμές που δεν προσφέρουν απλό σέρβις μετακίνησης, αλλά μια μοναδική εμπειρία ζωής που συνδέεται με συγκεκριμένο λαϊφσστάιλ.

Γιατί ανθεί το ελληνικό ντιζάιν; Η κρίση ανάγκασε τους νέους σχεδιαστές να στηριχθούν στις δικές τους δυνάμεις. Σε άλλες εποχές μπορεί να δούλευαν για κάποια εταιρεία και να μην αναδεικνυόταν το ταλέντο τους. Πάντως, στα δημιουργικά επαγγέλματα το στοιχείο της αβεβαιότητας, το μη προβλέψιμο και η συνεχής πάλη μετατρέπονται σε ατού.

Γιατί η τέχνη τείνει να γίνει ντιζάιν και το ντιζάιν τέχνη; Συνήθως η λέξη τέχνη τρομάζει, ενώ το ντιζάιν είναι κάτι πιο απτό, πιο κατανοητό, πιο άμεσο για τον μέσο άνθρωπο. Ίσως γι' αυτόν το λόγο η τέχνη τείνει να γίνει ντιζάιν. Πάντως τώρα υπάρχει και ειδικός κλάδος, το art design, που παρουσιάζεται σε εκθέσεις όπως το Design Miami/Basel.

Υπάρχει ελληνικότητα στα αντικείμενα που φτιάχνετε; Η ελληνικότητα υπάρχει στο DNA μας, στον τρόπο που σκεφτόμαστε, στις μνήμες μας. Θέλουμε να εντάξουμε την κουλτούρα μας στον τρόπο που σχεδιάζουμε. Γενικώς, η διεθνοποίηση δίνει τη θέση της ξανά στην τοπικότητα.

> studiolav.com