

SZOKATLAN NÉZŐPONTOK

DANIELE PROSDOCIMO, AZ ARCHIVIBE ALAPÍTÓJA

A design és az innovációs kapacitás egy-egy megoldás, komponens vagy termék kifejlesztésére sokszor a beszállítóktól, külső tervezőktől érkezik, így kiemelten fontos a belső értékek pontos ismerete, fejlesztése – a tudás áramoltatása a különböző szereplők között –, s ennek eszköze a kommunikáció. Egy brand sem létezik megfelelő beszállítók nélkül, így a személyes és közvetlen kapcsolat elengedhetetlen. Pontosan ez volt az, amit Daniele Prosdocimo az olyan kiemelkedő made in Italy brandek, mint a Valcucine, Driade vagy a Smania marketingmenedzsereként vagy a World Architecture Festival médiapartnereként megtapasztalt.

A design és az építészet határozza meg a világ jövőjét – véli, ezért tűzte ki célul egy, a design és építészeti diskurzus platformjává avanszált vállalkozás megalapítását. Az „ikonikus épületek” vagy az egyes régiók legizgalmasabb építészeti projektjeit bemutató sorozatok mellett az Archivibe – a szokványos formákkal szakítva – közvetlen alapokra helyezte a bútoripar kommunikációját, az építőipari és építészirodákkal való kapcsolat elősegítését.

Az inbound marketing és az online magazin mellett Daniele a POLI.design oktatójaként további igényt is felfedezett, így direkt workshop keretében az építészhallgatók közvetlenül találkozhatnak az építészet kiemelkedő szereplőivel és gyártóival, valamint testközelből ismerhetik meg a díjnyertes építészeti projekteket – megálmodóik vezetése mellett.

Az Archivibe jelenleg a jövő építészetének újragondolására invitálja a szakmai közönséget a Rethinking the Future’s Architecture-díj médiapartnereként. A ma már nemzetközi hálózattal működő, az építészetet a közvetlenség erőterébe helyező Archivibe alapítójával beszélgettem.

Szerző: FALUDI JULIANNA Fotó: ARCHIVIBE



Olasz designcégek kommunikációs és marketingmenedzsereként negyvenévesen hátra hagytad addigi munkádat, és most vagy soha alapon új kalandba kezdted. Azt vallod, hogy a „kommunikáció több mint a meglévő vállalati értékek különböző platformokon való kihangosítása”.

Mi indított arra, hogy tizenhárom év kommunikációs tapasztalatával a hátad mögött újtára indítsd az Archivibe-kalandot? Úgy vélem, hogy a kultúrában és értékekben rendkívül gazdag

építészeti cégek sokkal szofisztikáltabb módját érdemlik az egymással való kapcsolattartásnak, mint a szokványos ajtónkopogtatás kereskedelmi kapcsolatok. Az építészirodák látogatásának megszervezése mellett kommunikációs és inbound marketingkampányokkal is foglalkozunk, melyek

célja ugyanaz, azaz megkönnyíteni, közvetlenné tenni az építészek és a cégek közötti kapcsolatot. Ez egy olyan niche, amibe olyan progresszív cégek tartoznak, mint a Lago, Kristalia, Novamobili,

valamint a világ minden tájáról érkező hallgatók és nyitott gondolkodású építészirodák, mint a Grimshaw, Gensler, WilkinsonEyre, KPF, Piuarch vagy Park Associati, csak hogy néhányat említsek.

Az építészirodák és a stúdiók látogatása milyen előnyöket nyújt a résztvevők és az építések számára, milyen tudás jön így létre?

Christian Giomo, a Novamobili marketingmenedzsere szerint ez egy win-win projekt. A hallgatók az ismert és befolyásos cégek vezető építészeitől tanulhatnak, míg az építészirodák közelről megismerhetik és rögtön alkalmazhatják az építészhallgatókat. A bútór- és építőanyag-gyártó cégek közvetlen kapcsolatba kerülnek a vezető építésekkel, így direktben ismerik meg az építészirodák értékrendszerét. Minden egyes látogatási program erős kommunikációt és láthatóságot jelentő esemény. Minden résztvevő figyelmet, elérést, tartalmat kap és új kapcsolatokat szerezhet nyitott és közvetlen emberekkel. Az adott program témájától függően az irodalátogatáson kívül épületek megtekintésére kerül sor, ami egészen különleges módja az építészet éthoszának megismerésére. A program alatt általában három irodát és naponta egy épületet látogatunk, hogy kitörjünk az irodai rutinból, és a résztvevőket újszerű módon vonjuk be. Ezeket az épületlátogatásokat a fogadó építések is nagyon szeretik.

A designról és az építészetről folyó kommunikáció a közösségi médiában felgyorsult trendet élt meg, ma bárki – így vagy úgy – belsőépítész lehet, a webshopok roskadoznak a fast design termékektől. Hogyan látod a starchitecture szerepét ma? Visszavonulhatnak a sztárok a design és az építészet terepéről? Hogyan írható le a design és az építészet viszonya a 21. században?

A sztárépítész csupán a jéghegy csúcsa és szerintem nem a jó vagy a rossz építészetről szól, hanem az adott személyről és a marketingről. Rengeteg sztárépítész munkája nem tetszik, és van, akiét kifejezetten szeretem. Biztos vagyok benne, hogy nem fognak eltűnni a sztárépítések, hiszen az én-központúság az emberi természet része, és – Epikurosz szavaival élve – mindannyian választunk egy gyűlölt vagy szeretett mestert. Szerintem az építészet és a design azonos szerepet tölt be, természetesen az arányok eltérőek lehetnek, de mindkét diszciplína emberi lények és a környezet viszonyát határozza meg. Mind a kettő a környezet tisztelete

mellett kell, hogy javítson az életkörülményeinken, az egyén és a közösség, illetve a külső környezet: tárgyak, természet, emberek viszonyán.

Mi a szerepe az architeimmentnek ma az épített környezet és a digitális-valós-, illetve ember-gép-interakciókban?

Az architeimment manapság inkább a világlátást és az építészet színvonalát jelenti. A kibővített koncepciót a mai építészetre vetítve nem ítélnék egy mű felett sem a valódi célok megismerése nélkül. Nem szeretem a spektakulum társadalmát [Guy Debors – F. J.], azaz az építészet és a design konzumerizmusát. Számomra mindennek kapcsolódnia kell a kontextushoz, és felhasználóként csak a funkció és a szépség érdekel, ami a személyes tapasztalattól függ. Gyakran nem vesszük észre a nagyvív tervet egy-egy épület kapcsán. Ma már bárki fotózhat és megoszthat a telefonján épületeket, de az csak egy személyes látószöge, nem a valósága az adott építészetnek és jelentéseinek.

A Covid-lezárások előtérbe helyezték a túlszűfolt terek, a kis lakások és a munkahelyek által hordozott pszicho-szociális kockázatokat, a sérülékenységet. Meg fog-e változni a külső-belső terekhez, a köz- és magántérhez való viszonyunk? Egyáltalán, hogyan látod az építészet jövőjét?

Elsősorban a munkahelyeken lesz változás, a smart working előtérbe került. A cégek és az emberek számára is előnyös ez az alacsonyabb költségek, illetve a magunkkal és a családukkal töltött egyéni idő miatt is. Természetesen vannak hiányok, mint az emberi kapcsolatok iránti igény vagy az otthonról, a házból való elmenekülés igénye. Végül a megoldást talán egy kisebb csoport fogja megtalálni egy mindent egy csapásra megoldó dolog feltalálásával, mint például a levegőt és a felületeket megtisztító ultraviola sugarak alkalmazása. Mind ugyanabban a gazdaság-vezérelt világban élünk, amelyben az építészet piaca sem különbözik más piacoktól. Úgy vélem, az építészetben sokkal inkább van jelen, mint más iparágakban a környezet és az emberek iránti érzékenység. Az építések aktívan befolyásolják az életünket, rutinjainkat, ahogyan a projektjeikkel kapcsolatba lépünk. Az építészet éthosza az egész társadalomra kihat. A jövőnk és az építészet csak akkor lehet fényes, ha a környezetre és az emberre nem ártalmas megoldásokat hoz létre, a körkörös gazdaság, a fenntartható design, a passzív házak és a zöld erőforrások felhasználásának segítségével.

