

# YCP

Rozmawiała/  
Interview:  
Maja Ruszkowska-  
-Mazerant

O potrzebie promocji polskiego wzornictwa na świecie rozmawiamy z Anką Pietrzyk-Simone.

We talk with Anka Pietrzyk-Simone about the need to promote Polish design worldwide.

## Skąd pomysł na Young Creative Poland?

Nasza przygoda z Young Creative Poland rozpoczęła się ponad trzy lata temu, kiedy Instytut Adama Mickiewicza realizował program promocji polskiej kultury w Wielkiej Brytanii pod nazwą Polska!Year. Jego organizatorzy zaprosili nas do współpracy i przygotowania wystawy współczesnego polskiego designu na London Design Festival w 2009 roku. Zarówno ja, jak i Miśka [Miller-Lovegrove, żona projektanta światowej sławy Rossa Lovegrove'a – przyp. red.] mieszkamy w Londynie, jesteśmy Polkami, często przyjeżdżamy do kraju i od początku interesowałyśmy się tym, co się w Polsce dzieje, zwłaszcza w dziedzinie kultury i designu. Postanowiłyśmy pokazać Brytyjczykom najciekawsze, naszym zdaniem, projekty z różnych dziedzin kreatywnych – od projektowania mebli poczynając, poprzez architekturę, grafikę, animację, aż po street art. Wszystko pod jednym parasolem – Young Creative Poland. W Polsce są zdolni projektanci. Kreatywni, inteligentni, bardzo przedsiębiorczy, którzy mimo trudniejszych warunków bardzo dobrze sobie radzą.

Pierwsza edycja naszej wystawy odbyła się podczas London Design Festival, a potem... poszłyśmy za ciosem. Okazało się, że jest duże zainteresowanie polskimi projektantami nie tylko w Wielkiej Brytanii, ale w ogóle na świecie. Wystawa została dobrze przyjęta, w prasie pojawiło się o niej sporo informacji. Stwierdziłyśmy, że nie ma lepszego i właściwie bardziej znaczącego miejsca na drugą odsłonę projektu niż Salone del Mobile w Mediolanie, czyli najbardziej prestiżowe targi designerskie na świecie, na które co roku przybywa ok. 300 tys. profesjonalistów z całego świata. Tam właśnie odbywają się premiery, dokonuje się analizy trendów i wszystkiego, co jest z kreatywnością związane.

Pierwsze i najtrudniejsze zadanie polegało oczywiście na znalezieniu środków finansowych, co – trzeba szczerze wy-

## Where did the idea of Young Creative Poland come from?

Our adventure with Young Creative Poland started more than three years ago when the Adam Mickiewicz Institute was realizing a Polish culture promotion programme in the United Kingdom called "Polska!Year". Its organizers invited us to join them in the preparation of an exhibition of modern Polish design at the London Design Festival in 2009. Both myself and Miśka [Miller-Lovegrove, the wife of Ross Lovegrove, a well known designer – ed.] live in London, we are both Poles, and we go to Poland often and from the very beginning we have been interested in what is happening in Poland, especially in terms of culture and design. We decided to show the British people the most interesting projects from different creative areas – from furniture design, through architecture, graphic design, and animation, all the way to street art. All of it was placed under one umbrella – Young Creative Poland. There are very talented designers in Poland. They are creative, intelligent and very entrepreneurial, so despite difficult conditions, they manage very well.

The first edition of our exhibition took place at the London Design Festival and then... we continued to follow that track. There turned out to be a big interest in Polish design, not only in United Kingdom but throughout the world. The exhibition was well received, and there was a lot of information about it in press. We thought then that there was no better place for a second edition of this project than Salone del Mobile in Milan – which is the most prestige design fair in the world, with over 300,000 professionals visiting it each year. This is the place where first runs take place, where trends and everything related to creativity are analyzed.

Kuratorki wystawy Young Creative Poland  
Miśka Miller-Lovegrove  
Anna Pietrzyk-Simone

Young Creative Poland exhibition curators  
Miśka Miller-Lovegrove  
Anna Pietrzyk-Simone

foto/photo: Jan Lutyk,  
John Ross

znać – zajęło nam najwięcej czasu. Tak już jest, że średnie koszty pokazania się w dobrym miejscu na Salone, z dobrym PR-em i komunikacją to jest jakieś 150–250 tys. euro. Wiedzieliśmy, że musimy stworzyć podobny budżet, żeby zaistnieć. Na szczęście w związku z tym, że sam temat polskiego designu budził zaciekawienie i był stosunkowo nowy we Włoszech, udało nam się te koszty zredukować i – co najważniejsze – włączyć w projekt poważnych partnerów. Znaleźli się w wśród nich Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Ministerstwo Gospodarki, Instytut Adama Mickiewicza, miasto Warszawa, ambasada we Włoszech oraz firma Comforty, która w zasadzie jako jedyna firma prywatna wsparła projekt. No i udało się.

To było duże wyzwanie, ale wiedzieliśmy, że jeśli po wielu latach prezentujemy współczesny, polski design, musi to być mocne uderzenie, w najbardziej prestiżowej lokalizacji – Triennale Design Museum, tzw. must see (obowiązkowa pozycja do odwiedzenia podczas Salone del Mobile). Poza tym nie bez znaczenia był kontekst historyczny, dokładnie 50 lat wcześniej Polska po raz ostatni została zaprezentowana właśnie jako kraj kreatywny w Triennale przez Oskara Hansena. W archiwach Triennale Design Museum odkryliśmy piękny katalog, w którym grafiki były autorstwa samego Hansena. Kilka stron z katalogu pokazałyśmy zresztą na wystawie w 2009 roku.

### **Jaki cel sobie postawiliście? Na czym najbardziej Wam zależało?**

Chcieliśmy pokazać, że polski design nie bierze się tylko z tego, że od ponad 20 lat jesteśmy młodą demokracją i podążamy za trendami designerskimi, ale że mamy bardzo dobre tradycje projektowania, a jednocześnie ciekawych współczesnych projektantów, których prace stoją na najwyższym światowym poziomie.

### **A ostatnia wystawa w Mediolanie? Czym się różniła od poprzednich edycji? I czy będą następne?**

W tym roku pokazałyśmy na Salone del Mobile kolejną dużą wystawę – wynik współpracy młodych projektantów z polskim przemysłem meblarskim. Jesteśmy wszak w światowej czołówce, jeśli chodzi o produkcję i eksport mebli. Wystawa „Young Creative Poland: in Production”, którą zaprojektowałyśmy na komercyjnej Fierza na Salone del Mobile, prezentowała najlepsze naszym zdaniem projekty czterech polskich firm: Noti, Iker, Zieta Prozessdesign oraz Vox. Warto zaznaczyć, że aż dwie spośród nich (Noti i Vox) pochodzą z Wielkopolski.

Planujemy realizować kolejne edycje, oczywiście dopasowując treść i część wizualną do poszczególnych miejsc i kontekstu, w jakim będą prezentowane. Będziemy organizować

The first and most difficult task was, of course, to find financing for it – which we have to admit – took the most time. The costs of showing in a good place at Salone, together with that of good PR and communications, is something around 150-250,000 Euro, that's just the way it is. We knew we had to come up with such a budget in order to make a mark. Fortunately, because Polish design was considered something interesting and new in Italy, we managed to cut these costs, and above all, bring important partners into the project. Among these I should mention the Ministry of Foreign Affairs, the Ministry of the Economy, the Adam Mickiewicz Institute, the city of Warsaw, the Polish embassy in Italy, and the Comforty company, which was the only private company supporting the project. And we were successful.

It was a great challenge, but we knew that if, after a break of so many years, we wanted to present modern Polish design, we had to make a strong impression in the most high prestige location – the Triennale Design Museum, a must see at the Salone del Mobile. The historical context also played an important role – exactly 50 years earlier on that date Poland was presented as a creative country at the Triennale by Oskar Hansen. In the Triennale Design Museum archives we discovered a beautiful catalogue featuring illustrations made by Hansen himself. A few pages from that catalogue were actually presented at the 2009 exhibition.

### **What were your aims? What were your biggest concerns?**

We wanted to show that Polish design didn't only come out of the fact that we've been a democracy for 20 years and follow global design trends, but that we have our own great design traditions as well as interesting modern designers whose works are on par with the best in the world.

### **What about the latest Milan exhibition? What was the difference in between this and previous years' editions? Will there be future ones?**

This year we had a large exhibition at the Salone del Mobile – a result of cooperation between young designers and the Polish furniture industry. We are actually among the world's best when it comes to furniture production and export. The exhibition “Young Creative Poland: in Production”, which we designed for the Salone del Mobile, presented the best, in our opinion, designs of four Polish companies: Noti, Iker, Zieta Pozessdesign and Vox. It's worth mentioning that two of them (Noti and Vox) come from the Wielkopolska region.



Young Creative Poland, London Design Festival,  
wrzesień 2009 / September 2009  
foto/photo: Jan Lutyk, John Ross



Young Creative Poland na Salone del Mobile,  
kwiecień 2010 / April 2010  
foto/photo: Jan Lutyk, John Ross

wystawy także w Polsce, żeby nie tylko promować polski design za granicą, ale pokazać kreatywność i dobry design również w naszym kraju. W tym celu wraz z Miską Miller-Lovegrove, Moniką Unger i Agnieszką Kwiatkowską-Dragić powołałyśmy w tym roku Fundację Creative Project, która będzie swoistą platformą, w której ramach projektanci, firmy i samorządy mogą się ze sobą spotykać i współpracować.

### **Mówiliśmy dotąd o wystawach zrealizowanych poza Polską. Macie już jednak także polskie doświadczenia.**

Pierwszy projekt w Polsce, jaki udało nam się już zrealizować, to współpraca z Muzeum Narodowym przy entuzjastycznie przyjętej wystawie „Chcemy być nowocześni”, która przypominała, jak wyjątkowa jest nasza tradycja projektowa.

### **A jak się stało, że wystawy YCP zaistniały w świecie?**

Może dlatego, że udało nam się zaprosić na nie opiniotwórczych ludzi świata designu i architektury, którzy w ich trakcie nawiązali kontakty i współpracę z naszymi projektantami. Przykładem jest Murray Moss, krytyk designu, właściciel znanego showroomu w Nowym Yorku. Na London Design Festival poznał Oskara Ziębę i szczerze się nim zachwycił. Oskar oprócz tego, że miał fantastyczną wystawę w Nowym Yorku w showroomie Mossa, nawiązał również współpracę z innymi wpływowymi ludźmi, m.in. z Marią Cristiną Didero, kuratorką jego tegorocznych wystaw w Mediolanie i Wiedniu. Chcemy, żeby właśnie na tym polegała promocja polskiego projektowania.

Swoją obecnością zaszczytili nas także Zaha Hadid, Konstantin Grcic, Tom Dixon i Patricia Urquila. To są bardzo ważne nazwiska – im więcej takich ludzi zetknie się z polskim designem, tym chętniej przyjadą oni później do Polski i tym bardziej prawdopodobne będzie nawiązanie konkretnej współpracy. Na naszą wystawę zawitali też Patrizia Moroso i Rolf Fellbaum – szef Vitry. Wszyscy oni, spotykając się po-

We plan to prepare more editions, changing the content and visual aspects to suit the places and contexts in which they will be showcased. We will also organize exhibitions in Poland, so that we will be presenting Polish design not only abroad, but also showing its creativity and good design here in our own country. For this reason, together with Miśka Miller-Lovegrove, Monika Unger and Agnieszka Kwiatkowska-Dragić, this year we started the Creative Project Foundation, which will be kind of a platform for designers, firms and local governments to meet and cooperate with each other.

### **We've talked so far exclusively about exhibitions abroad, although you've had some Polish experiences, as well.**

The first project in Poland we managed to realize was a cooperation with the National Museum on the “Chcemy być nowocześni”(We Want to be Modern) exhibition, which was kind of a reminder of how great our domestic design traditions are.

### **How did YCP exhibitions actually become recognized worldwide?**

I think it might have been because we invited influential people from the world of design and architecture to network and cooperate with our designers. Among these, I should mention Murray Moss, the design critic and owner of a well-known New York showroom. He met Oskar Zięba at the London Design Festival and was delighted. Apart from the fact that Oskar had a great exhibition at Moss' showroom in New York, he also managed to establish cooperation with other important people, among them, Maria Cristina Didero – the curator of his exhibitions in Milan and Vienna in 2011. This is exactly what we want to make Polish design promotion look like.

tem z nami, pamiętali Young Creative Poland i wypowiadali się pozytywnie o projektach, jakie na niej zobaczyli.

### **A czy młodzi projektanci mogą z Wami nawiązać kontakt, pokazać swoje portfolio?**

Oczywiście! Zawsze zależy nam na pokazaniu nowych, ciekawych projektów. Nasza Fundacja otwarta jest na współpracę. Zapraszamy i gorąco zachęcamy do nawiązania z nami kontaktu.

### **Czy ważne jest, aby ich projekty były zgodne z trendami? Na co przede wszystkim zwracacie uwagę przy kontakcie z projektantem?**

Najważniejsze, żeby projekty były oryginalne i mądre, bo dobry design to mądre projektowanie. Projektowanie powinno wpisywać się nie tylko w potrzeby dzisiejszych odbiorców, ale także odpowiadać na problemy, z jakimi będziemy borykać się w przyszłości. Myślę, że projektanci, którzy z racji swojej profesji są specjalistami od obserwacji i analizy otaczającego ich świata, dobrze rozumieją zachodzące zmiany społeczno-ekonomiczne i ich konsekwencje.

Główne nasze rady dla początkujących projektantów to po pierwsze otwartość na współpracę i wymianę wiedzy z partnerami ze środowisk niekoniecznie związanych z projektowaniem. Autorzy projektów zakończonych sukcesami to interdyscyplinarne zespoły profesjonalistów ze świata designu, biznesu i technologii. Po drugie, początki to zawsze bardzo ciężka praca, świetnie, jeśli można praktykować w uznanych studiach projektowych na świecie. Nasza Fundacja Creative Project planuje zorganizowanie wymiany między polskimi uczelniami a kilku znanymi studiami projektowymi w Londynie i Mediolanie. I po trzecie, w Polsce jest obecnie bardzo dobry czas dla designu. Potrzeb związanych z dobrym projektowaniem jest bardzo dużo, a praktykujących projektantów jeszcze stosunkowo mało. To ogromna szansa dla młodego pokolenia projektantów, ważne, żeby potrafili komunikować rolę, jaką kreatywność coraz bardziej będzie odgrywać w osiągnięciu sukcesu przez firmy, w życiu społecznym i ekonomicznym miast, województw i naszego kraju.

We have been also honoured by the presence of such great designers as Zaha Hadid, Konstantin Grcic, Tom Dixon and Patricia Urquila. These are very important names – the more people like this get to know more about Polish design, the more eager they will be to come to Poland and the easier it will be to establish a particular partnership. Our exhibition was also attended by Patrizia Moroso and Rolf Fellbaum – the head of Vitra. When we met afterwards, all of them remembered very well both Young Creative Poland and the designs they saw at it.

### **Can young designers get in touch with you to show their portfolio to you?**

Of course. We always want to show new interesting designs. Our foundation is very open to any form of cooperation. Anyone who wants to get in touch with us should feel invited to do so.

### **Is it important that their designs are following today's trends? What do you pay special attention to when you contact a designer?**

First of all, designs should be unique and intelligent, because good design means intelligent designing. It should be suited not only to a modern consumer's needs, but should also be a response to the problems we face in the future. I think designers, who because of their profession are specialists in observing and analysing their surroundings, understand well the social-economical changes and their consequences.

Our main advice to novice designers is, first of all, to be open to cooperation and exchanging knowledge with people not directly associated with the industry. The most successful designs were created by interdisciplinary teams which brought together professionals from the worlds of design, business and technology. Second of all, it's always very difficult at the beginning. It's great if you are able to practice in the best design studios in the world. Our Creative Project Foundation plans to organize university exchange programs between Polish schools and a few well-known design studios in London and Milan. And thirdly, today is a great time for design in Poland. There are a lot of needs related to good design and there are still not many designers. This is a great opportunity for novice designers, but it's important that they know how to communicate the strategic role that creativity will play in companies, social life, and in the economical success of Poland's regions and the country itself.