



올해 밀라노 디자인 위크에서 가장 화제가 되었던 콜러Kohler의 <분할된 레이어(Divided Layers)>. 지난해 브랜드와 협업해 세련된 'Rock. 01'을 출시한 아티스트 다니엘 아삼Daniel Arsham은 사람들이 싱크대 홀로 빨려들어가는 듯한 압도적인 경험을 주고자 여러 개의 레이어로 구성된 대형 인스톨레이션을 디자인했다. 콜러의 이번 전시는 2022 푸오리 살로네 어워드에서 워너로 선정될 정도로 선풍적인 인기를 끌었다. 사진 Kohler / Jeff Stasney



2022 밀라노 디자인 위크

코로나19가 회복 추세로 돌아서면서 작년 9월에 열렸던 밀라노 디자인 위크가 올해는 6월로 돌아왔다. 7일부터 12일까지 로 피에라Rho Fiera 박람회장에서 열린 밀라노 국제가구박람회(Salone del Mobile)에는 173개국 26만 2000여 명의 관람객이 운집하며 팬데믹의 여파로부터 일상에 한발 더 다가간 모습을 보여주었다. salonemilano.it

글 서민경 기자, 여미영 디자인스튜디오디쓰리 대표



©Salone del Mobile.Milano / Alessandro Russotti

1



©Salone del Mobile.Milano / Alessandro Russotti

2

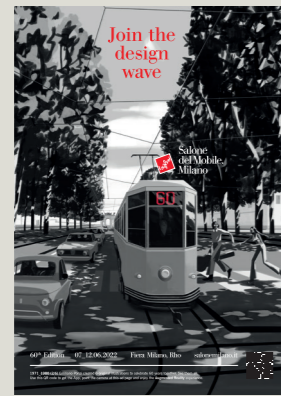
지속 가능성을 최대 가치로 내건 밀라노 국제가구박람회

“우리의 소명이자 본래 목적은 일상과 공공 및 사적 영역의 질을 향상시키는 동시에 혁신적 감각을 일깨우는 프로젝트를 프로모션하는 것이다.” 밀라노 국제가구박람회 대표 마리아 포로Maria Porro의 말이다. 그는 “오늘날 지속 가능성 차원에서 지식과 경험의 매개자이면서 촉매자이자 생태적 이행을 위한 액셀러레이터로 거듭날 것”이라고 덧붙이며 지난해에 이어 올해도 혁신성과 지속 가능성의 가치를 강조했다. 작년 9월 행사에서 온실가스 배출량을 획기적으로 줄여 ISO 14064-1:2019 인증서를 획득한 데 이어 올해는 160개국 1만 5000여 개 기업이 가입한 UN의 글로벌 콤팩트에 합류하는 등의 성과도 있었다. 한편 주최 측은 행사에 참여하는 모든 브랜드에 플라스틱 프리, 업사이클링 소재(우드나 100% 재사용 가능한 플라스틱), 환경에 적은 영향을 미치는 소재, 또는 FSC와 PEFC 소재 등을 사용할 것과 쓰레기 발생을 줄이고 전기와 물을 아낄 것, 생분해성 잉크를 사용한 프린트물을 활용할 것 등 기본적인 그린 가이드라인을 지킬 것을 주문했다. 주제관인 ‘디자인 워드 네이처Design with Nature’는 건축가 마리오 쿠시넬라Mario Cucinella가 큐레이팅한 전시로 자원의 순환이 어떻게 시스템 속으로 들어올 수 있는지를 두 눈으로 확인하는 자리였다. 플라스틱 보틀에서 폴리에스테르 실을 뽑는 텍스타일 브랜드 레비바Reviva부터 바나나잎이나 대나무, 커피 찌꺼기, 목화솜을 재활용하는 방식, 플라스틱 조각을 압축시킨 월 패널까지 다양한 소재를 제시했는데 여기에는 친환경 소재를 기존 재료의 대안으로 디자이너에게 소개하는 일이 중요하다는 큐레이터의 아이디어가 반영됐다. 디자인 과정에서 늘 해왔던 대로가 아니라 재료를 바꾸고 지속 가능한 프로세스를 도입하는 실험이야말로 세상을 바꾸는 작은 실천이기 때문. 1400m 길이로 이어지는 곡선형 상판 테이블을 활용해 자연스럽게 둘러볼 수 있도록 한 전시 디자인도 자원의 끊임없는 순환을 물리적 공간에 펼쳐놓았다는 점에서 눈여겨볼 만한 시도였다. 테이블 위에 놓인 각각의 소재는 관람객이 직접 만져볼 수 있도록 하는 한편, 동선에 따라 토크 스테이지와 북스토퍼, 푸드 코트 등을 배치했다. 2명의 셰프가 운영하는 푸드 코트는 유통 과정에서 플라스틱 등 환경에 미치는 악영향을 최소화하고 지속 가능성을 추구하는 생산자와 유통 증가상과 협업하는 모델을 보여줬다. 비록 스펙터클한 공간 연출, 최신 테크놀로지, 도발적인 메시지나 스타 디자이너의 작품은 없었지만, 올해 주제관은 밀라노 국제가구박람회 전체를 관통하는 메시지만큼 지속 가능성을 선명하게 드러냈다는 점에서 의미가 있었다.

60주년 기념 포스터



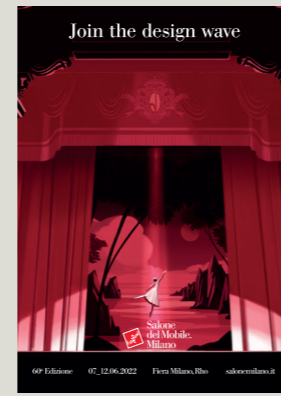
1960s



1970s



1980s



1990s



2000s



2010s

풍성했던 60주년 이벤트

밀라노 국제가구박람회는 1961년에 처음 개최된 이래 올해 60주년을 맞이했다(2020년에는 코로나19로 한 차례 취소되었다). 첫해에 328개사와 함께 시작한 행사는 어느덧 2175개 글로벌 브랜드가 참여하는 초대형 박람회로 성장했다. 밀라노 출신 일러스트레이터 에밀리아노 폰치Emiliano Ponzì는 60주년을 기념하기 위한 커뮤니케이션 캠페인의 일환으로 포스터 에디션 6점을 선보였다. 각 포스터에 도시와 디자인, 라이프스타일, 사회적 어젠다를 시간 순서에 따라 10년 단위로 함축적으로 담아냈는데 마지막 포스터는 현재가 끝이 아닌 새로운 시작을 연다는 차원에서 긍정적인 미래로 향하는 모멘텀이라는 메시지를 전달해 눈길을 끌었다. 한편 6월 7일부터 17일까지 밀라노 국제가구박람회를 대표하는 DNA를 ‘이모션, 디자인, 네트워킹, 커뮤니케이션, 컬처, 영 피플’ 등 11가지 키워드로 정의하고 이를 재해석한 단편 영상을 상영하는 ‘라 스카톨라 마지카La Scatola Magica(The Magic Box)’라는 이벤트가 펼쳐졌다. 밀라노 두오모 성당 바로 옆에 위치한 팔라초 레알레Palazzo Reale에서 흘러나오는 11개의 영상은 때론 정적으로, 때론 흥겹게 감성을 자극했다.

- 1 밀라노 국제가구박람회 60주년 기념 포스터 영상 전시.
- 2 밀라노 국제가구박람회를 상징하는 11개의 키워드를 영상으로 재해석한 ‘라 스카톨라 마지카’.
- 3 밀라노 국제가구박람회 주제관 <디자인 워드 네이처>전.



마리오 쿠시넬라
큐레이터, 건축가

“우리의 미래 비전에는 에코시스템적(ecosystemic) 접근이 필요하다는 것과 소재 및 디자인의 뉴 제너레이션을 위해 지식과 스킬, 기술을 한데 모을 수 있다는 것을 보여주고자 했다. 최종 목표인 ‘에코시스템적 노하우’는 우리의 삶을 향상시키고 자연에 대한 경외심을 재발견하게 할 것이다.”



©Salone del Mobile.Milano / Diego Ravier

밀라노 국제 가구박람회 이모저모

모처럼 정상 궤도에 올라선 밀라노 국제가구박람회는 그야말로 트렌드의 격전지였다. 그동안의 공백을 만회하겠다는 듯 디자인으로 탄탄하게 무장하고 출전한 영 디자이너와 브랜드를 소개한다.

글 서민경 기자



©Kaatje Verschoren



©Salone del Mobile.Milano / Ludovica Mangini



Design Project



- 1 <벨기에에 디자인이다>전.
- 2 영 디자이너들이 참여한 살로네 사텔리테.
- 3 라트비아 예술 아카데미의 <스타트 멘딩>전.
- 4 홍익대학교 산업디자인학과 전시.

미래를 디자인하는 영 디자이너

큐레이터 마르바 그리핀 Marva Griffin이 1998년 론칭한 살로네 사텔리테 Salone Satellite는 35세 이하 영 디자이너들을 한데 모으는 축제의 장이다. 올해는 48개국 600명의 영 디자이너들이 참가했다. 이들 미래 세대에게 박람회장 입구에서 가장 가까운 1, 3 파빌리온 자리를 내준 것은 의미심장했다. 올해는 '우리 자신의 미래를 디자인하는 것(Designing for Our Future Selves)'을 테마로, 미래를 만드는 것은 영 디자이너의 몫이라는 것을 강조했다. 이에 걸맞게 지속 가능성, 인클루시브 디자인, 로컬리티 등을 키워드로 한 다양각색의 실험을 선보였다. 그중 <벨기에에 디자인이다(Belgium Is Design)>는 벨기에의 디자인 스튜디오 16곳이 참여한 전시로, 자유분방한 형태로 디자인과 예술의 경계를 흐리는 독특한 가구와 제품을 선보였다. 이 중 디자이너 질스 베르브루크 Gilles Werbrouck와 아티스트 위그 루아나르 Hugues Loinard가 협업한 조명은 흰색 실린더 위에 뜨개질로 엮은 검은 자석 테이프를 융접한 유니크한 형태로 살로네 사텔리테 어워드 은상을 수상했다. 대학의 참여도 두드러졌다. 라트비아 예술 아카데미 학생들은 '만약 세상을 고치고 싶다면, 양말 수선부터 시작하자'라는 워트 있는 슬로건을 내세운 <스타트 멘딩 Start Mending>전을 기획했다. 라트비아 국립 역사박물관에서 소장한 18세기 울 양말을 지역 장인들이 재현하는 과정을 벽면에 전시했고, 중앙에는 기증받은 500켤레의 양말로 완성한 대형 텍스타일 작품을 걸었다. 인스타그램 계정 (@start.mending)에는 기증자의 사연을 하나씩 공개해 눈길을 끌었다. 국내에서는 홍익대학교 산업디자인학과가 살로네 사텔리테에 참여했는데 드론, AR 글라스, 전기 모터사이클 등 퓨처 디자인에 대한 신선한 아이디어를 볼 수 있었다. 시제품 제작 전문 회사 모델솔루션이 목업 제작과 전시 설치를 지원했다.



2



3

- 1 삼성전자 '비스포크 홈'.
- 2 이탈리아의 스나이데로.
- 3 콜러.
- 4 디젤 미스핏 베스름.



4



1

주목할 만한 키친, 욕실, 가구 브랜드

조명 전시 에우로루체 Euro luce와 번갈아가며 격년 주기로 열리는 에우로쿠치나 Eurocucina 전시장은 주방 가구의 트렌드를 살펴볼 수 있는 전초기지다. 81개 브랜드가 참가한 가운데 미니멀한 형태를 유지하면서 다양한 기능을 수행하는 스마트 주방 가전이 다수 등장했다. 최첨단 테크놀로지와 수준 높은 마감 덕분에 복잡한 요소를 최소화한 심리스 seamless 스타일의 인테리어는 공간에 시원한 개방감을 선사한다는 점에서 트렌드로 자리 잡았다. 국내 브랜드 중 빌트인 시장을 겨냥한 주력 제품 '비스포크 홈'을 유럽 최초로 공개한 삼성전자는 모던, 유려피언 등 다양한 인테리어와 사용자 라이프스타일 테마를 제시하는 한편, 통합 가전 솔루션인 '스마트싱스 홈 라이프' 서비스를 소개해 주방 트렌드를 선도했다. 이탈리아 브랜드 스나이데로 Snaidero 또한 천연 마감 소재를 사용해 미니멀리즘을 극대화하면서 내구성 있는 신규 컬렉션을 선보였다. 욕실에선 감성과 기술이라는 두 마리 토끼를 잡으려는 시도가 이어졌다. 186개 브랜드가 참가한 국제욕실전에서는 물과 전기 등을 제어하는 각종 테크놀로지와 함께 맞춤형 디자인을 통해 웰니스 경험으로 이끄는 욕실용품이 대세였다. 사용자가 욕실에 들어서면 센서가 감지해 조도를 밝히거나 무드에 맞는 음악을 플레이하고, 스마트폰을 이용해 욕조 물의 양과 온도 등을 제어하는 각종 기능을 더한 것. 장외 전시에서도 선풍적인 인기몰이를 했던 콜러 Kohler는 37도 각도로 천장 샤워 헤드에서 부드러운 폭포처럼 물이 떨어지게 하거나 핸드 샤워기에서 40도 기온기로 강력한 지압 효과를 주는 물이 분출되게 하는 등 미세한 조절이 가능한 신개념 샤워 컨트롤 시스템을 공개했다. 또 물 소비량 등을 분석하는 스마트폰 앱 '콜러 커넥트 Kohler Konnect'를 비롯, 아마존 알렉사나 애플 뉴미 Nomi 2.0과 연동한 미래형 테크놀로지를



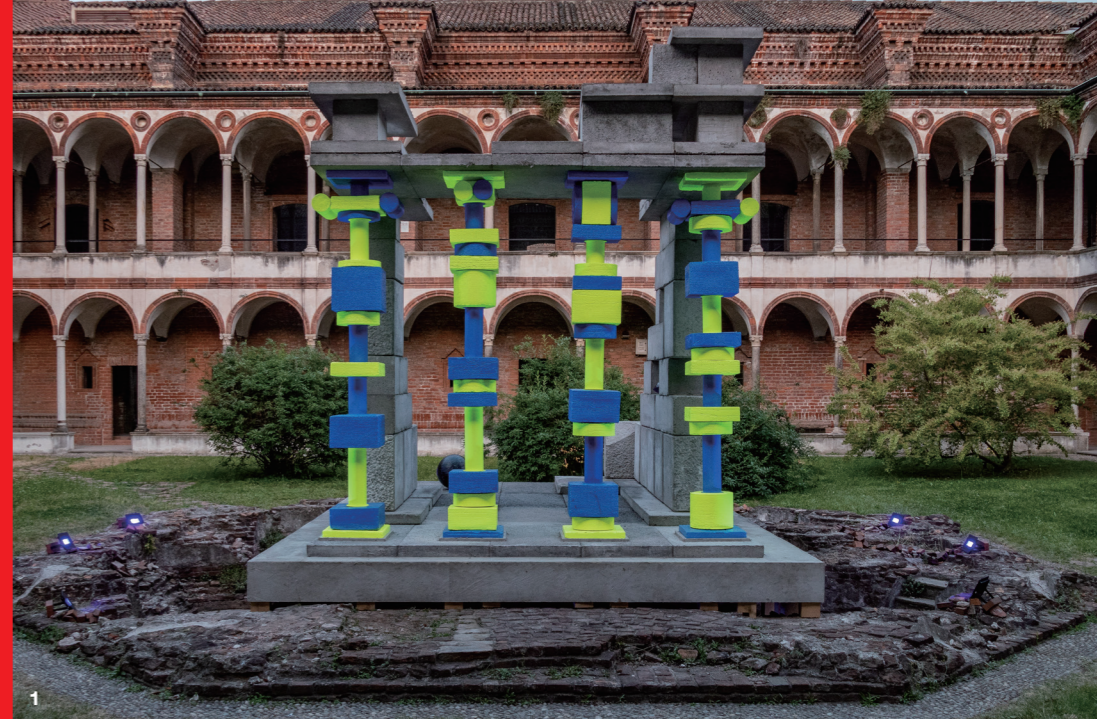
시연해 눈길을 끌었다. 디젤은 이탈리아 브랜드 스카볼리니Scavolini와 협업해 '디젤 미스핏 배스룸Diesel Misfits Bathroom'을 한결 근사하게 만들어줄 카드와 선반 타입의 세면대를 제안했다. 팬데믹 시기를 거치면서 오피스 가구가 집 안으로 들어온 결과, 사무 공간은 그 자체로 유동적인 하이브리드 형태를 갖추게 되었다. 이에 따라 모듈 구조, 가벼운 무게, 튀지 않고 은은한 컬러와 형태로 기존 실내 가구와 조화를 이루는 디자인을 선호하는 현상을 워크플레이스Workplace 3.0 전시장에서 확인할 수 있었다. 스타 디자이너와 협업해 헤리티지에 현대적 미감을 가미한 가구 브랜드도 더러 눈에 띄었다. 토넷 체어로 유명한 게브뤼더 토넷 비엔나Gebrüder Thonet Vienna는 프랑스 디자이너 인디아 마다비India Mahdavi, 덴마크 디자인 듀오 감프라테시Gamfratesi 등과 협업해 브랜드의 아름다운 곡선형 미감을 살린 컬렉션을 전시했다. 또 건축가 구마 겐코와 컬래버레이션한 스페인 브랜드 간디아 블라스코Gandia Blasco, 타일 무늬가 특징인 쿼데르나Quaderna 테이블 출시 50주년을 기념해 슈퍼 스튜디오와 다시 힘을 맞춘 자노타Zanotta의 <리커넥팅Re-Connecting>전도 주목할 만했다. 한편 카르텔Kartell은 필립 스타크의 루이 고스트 체어를 산업폐기물에서 폴리프로필렌, ABS, PMMA 성분을 추출해 재활용한 폴리카보네이트 2.0 소재로 다시 제작해 환경을 지키는 일에 동참했다(주제관에도 같은 제품이 전시되었다). 러그 브랜드 나니 마르퀴나Nani Marquina 역시 버려지는 자투리 울을 모아 재활용하는 공정을 거친 뒤 여기서 추출한 실로 카펫을 제작하는 '리러그Re-Rug' 프로젝트를 소개하는 등 지속 가능성의 개념이 주제관에 반짝 등장하고 사라지는 것이 아닌, 디자이너와 브랜드 전반에 중요한 화두임을 인식시켰다.

- 1 폴리카보네이트 2.0 소재로 재탄생한 카르텔의 루이 고스트 체어. 디자인 필립 스타크
- 2 카르텔 조명 제품. 디자인 Ferruccio Laviani
- 3 자노타 <리커넥팅>전.
- 4 게브뤼더 토넷 비엔나에서 출시한 의자 루프Loop는 인디아 마다비와, MOS 콘솔은 감프라테시와 협업했다.
- 5 나니 마르퀴나의 리러그 프로젝트.

푸오리 살로네, 그 축제의 현장

밀라노 디자인 위크 기간 동안 또 다른 볼거리는 로 피에라 박람회장에서 열리는 밀라노 국제가구박람회 외에도 무궁무진하다. 밀라노 도심 곳곳에서 브랜드, 갤러리, 디자이너들이 1년 동안 갖고 닦은 실력을 마음껏 펼치는 장외 전시, 푸오리 살로네Fuori Salone가 펼쳐진다. 올해는 박람회 개막일보다 하루 앞선 6일부터 13일까지 8일간 총 1만 7841건의 이벤트가 준비되었다. 구굴 램을 켜고 골목 곳곳을 누비다가 밤이 되면 '바 바소Bar Basso'에서 칵테일을 즐겨보는 것도 괜찮다. 1967년 문을 연 곳으로 론 아라드, 제스퍼 모리슨, 마크 뉴슨, 스테파니 조반노니, 에토레 소트사스 등 기라성 같은 디자이너들이 즐겨 찾는 유서 깊은 공간이니까. 올해 푸오리 살로네 어워드를 수상한 콜러의 <분할된 레이어> 외에도 월간 <디자인>이 눈여겨본 스포트와 여덟 가지 트렌드를 소개한다. fuorisalone.it

글 서민경 기자, 여미영 디자인스튜디오디스리 대표



- 1 '포에닉스Phoenix'. 디자인 Jacopo Foggini, Beton Eisack
- 2 '틸란드시아 월 그린 웨이브Tillandsia Wall Green Wave'. 디자인 Roberta Studio, Paolo Michieli
- 3 '시더리얼 스테이션Sidereal Station'. 디자인 AMDL Circle, Michele De Lucchi
- 4 더 보이스 오브 히드라The Voice of Hydra. 디자인 Elena Salmistraro



Media

<인테르니Interni> 'Design Re-Generation'

1954년 창간한 이탈리아 디자인 전문지 <인테르니>는 푸오리 살로네 홍보의 중심점이 되어 각종 이벤트 소식을 안내하는 동시에 자체 기획 전시를 진행한다. 올해는 '리제너레이션Re-Generation'을 주제로 어떻게 디자인이 기술과 인간 사이에서 긍정적인 변화를 이끌어낼 것인지 질문을 던졌다. 아우디, 에니플레니튜드Eni-Plenitude, 윙풀Whirlpool 등 글로벌 기업과 협업해 밀라노 대학교, 브레라 보테니컬 가든, 아우디 하우스 오브 프로그레스 등지에서 수준 높은 인스탈레이션을 선보여 화제가 되었다. internimagazine.com



©Maxime Verret

©Maxime Verret

에르메스Hermès 〈가벼움을 찾아서Looking For Lightness〉

중력에 저항하는 가벼움을 테마로 전시를 선보인 에르메스는 텍스타일, 식기, 조명, 가구, 소품으로 구성된 홈 컬렉션을 효과적으로 보여주고자 전시장 안에 4개의 대형 구조물을 세웠다. 나무 구조물 위에 컬러풀한 반투명 종이를 씌운 전시장의 형상은 급수탑에서 영감을 얻은 것. 안에서 새어 나오는 빛으로 인해 마치 거대한 조명 작품을 보는 듯했다. 펌프로 물을 끌어 올려 에너지를 생산하는 급수탑은 그 자체로 중력을 거스르는 상징물이다. 내부에서는 캐시미어 소재로 제작한 텍스타일 제품을 비롯해 우아하고 밝은 컬러의 홈 컬렉션이 시선을 사로잡았다. 전시대 역시 종이를 섬세하게 재단한 뒤 커져이 쌓아 완성해 전시 주제인 가벼움을 표현했다. hermes.com

Luxury



로에베Loewe 〈Weave, Restore, Renew〉

로에베는 잊혔거나 버려진 것에 새로운 삶을 부여하는 메시지를 전달하고자 했다. 전시장을 채운 240개의 가방은 전 세계에서 모은 각각의 색의 바구니로 레드 워빙 기법 등을 구사하는 스페인 장인의 손을 거쳐 아름다운 결과물로 재탄생했다. 수선한 바구니에 달린 가죽 태그에는 생산 국가, 사이즈, 소재, 제작 시간, 원래 용도 등이 꼼꼼하게 손 글씨로 기재되어 있어 감동을 더했다. 중정에는 짚, 갈대 등을 꼬아 만드는 고대 갈리시아 직조 기법 '코로자'로 완성한 프린지 케이프를 세웠고, 2019 로에베 재단 공예상 파이널리스트인 이영순 지승공예가가 한지 대신 신문지를 꼬아서 완성한 황아리 연작을 전시장 한편에 전시해 눈길을 끌었다. loewe.com



닐루파 디포. ©Mattia Iotti

닐루파 갤러리 Nilufar Gallery

전통과 혁신을 담아 빈티지 가구와 신진 디자이너의 가구를 믹스 & 매치해 이질적인 아름다움과 시대정신을 표현해온 닐루파 갤러리. 올해는 델라 스피가 거리에 위치한 갤러리와, 은 식기 공장을 개조한 전시장 닐루파 디포Nilufar Depot 두 곳에서 재건(reborn)을 테마로 신구 디자인을 극명하게 대비시킨 전시를 선보였다. 먼저 스피가 갤러리에서는 칼리드 엘 마이스Khaled el Mays의 사이키델릭한 '플로라 시팅 시리즈Flora Seating Series'와 베탄 라우라 우드Bethan Laura Wood의 가구 컬렉션을, 닐루파 디포에서는 마르티노 감페르Martino Gamper를 포함한 25명 작가의 작품을 전시해 환상적인 공간을 연출했다. nilufar.com

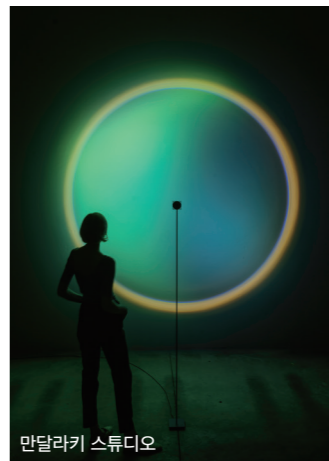


닐루파 스피가. ©Ruy Teixeira

Gallery

로사나 오를란디 갤러리Rossana Orlandi, '로길트리스플라스틱RoGUILTLESSPLASTIC'

이탈리아를 대표하는 디자인 그루이자 갤러리스트인 로사나 오를란디가 발굴한 신진 디자이너의 디자인 퍼니처를 선보였다. 만달라키 스튜디오Mandalaki Studio의 할로 에디션 신제품인 '코스모 컬렉션Cosmo Collection' 조명과 로알 코펜하겐이 참여한 〈덴마크 하우스The Danish House〉전도 이곳에서 살펴볼 수 있었다. 한편 플라스틱 낭용으로 디자인이 이야기한 사회 문제를 해결하고자 로사나 오를란디가 2019년 론칭한 '로길트리스플라스틱(로 플라스틱 프라이즈Ro Plastic Prize)'의 수상작을 갤러리 밖으로 확장해 전시한 점도 돋보였다. 죄책감을 유발하지 않는 윤리적인 디자인 개발과 해결 방안을 모색하는 이 어워드에서 디자이너뿐 아니라 환경 문제에 관심이 많은 제조사, 과학자, 사회학자 등 다양한 분야의 인재들이 수상해 디자인계 안팎의 관심을 모았다. rossanaorlandi.com / guiltlessplastic.com



만달라키 스튜디오



©Andrea Ceriani

**카펠리니Cappellini,
〈미래를 바라보기(Looking
to the Future)〉전**

이탈리아 가구 브랜드 카펠리니는 IBM 스튜디오에서 신진 디자이너들의 신상품과 브랜드의 대표 가구를 선보였다. 가구 전시 〈미래를 바라보기〉와 메타버스를 활용한 '확장된 아름다움(Expanded Beauty)' 프로젝트를 통해 첨단 기술과 신진 디자이너의 열정을 중시하는 카펠리니 특유의 혁신 정신을 보여주고자 했다. 80여 년 동안 론 아라드, 마크 뉴슨, 마르셀 반더스 등 스타 디자이너를 키워내면서 브랜드를 쇄신해온 카펠리니는 이번에도 어김없이 브랜드 헤리티지를 계승하고 새 시대의 아이디어를 반영할 젊은 인재를 발굴하는 데 여념이 없었다. cappellini.com



Brand



〈마스터리Masterly〉

프란체스코 투라티 궁전에서 올해 6주년을 맞이한 네덜란드 디자인 전시 〈마스터리〉가 열렸다. 2016년 네덜란드 왕실 후원으로 시작해 패션, 가구 등 디자인 전 영역에서 공예와 혁신이 결합된 네덜란드 디자인만의 특색을 보여주는 〈마스터리〉는 푸오리 살로네의 대표적인 해외 디자인 전시로 자리 잡았다. 올해도 다양한 신진 디자이너와 자국 브랜드들이 참여한 가운데 네덜란드 특유의 고전과 해학, 과감함과 섬세함이 조화를 이루는 참신한 디자인을 선보였다. masterly.nu



LG 시그니처 〈숨바꼭질(Hide & Seek)〉

LG전자는 프리미엄 빌트인 주방 가전 '시그니처 키친 스위트'를 밀라노 국제가구박람회 전시 부스와 밀라노 시내에 위치한 쇼룸을 통해 공개했다. 전시장 한편에 설치한 올레드 8K TV에서는 LG 시그니처 제품으로 채워진 실내 공간을 구경하는 부모와 몰래 숨바꼭질 놀이를 즐기는 남매의 모습을 담은 단편 영상이 흘러나왔다. 이탈리아 영화감독 프란체스카 몰테니Francesca Molteni와 협업해 제작한 〈숨바꼭질〉로, 단탄한 스토리텔링을 바탕으로 자연스럽게 제품을 소개한 점이 눈길을 끌었다. 영상 속 공간을 그대로 옮겨놓은 듯한 쇼룸에서는 롤러블 올레드 TV R을 비롯해 디오스 오브제 컬렉션 냉장고, 트롬 세탁 건조 가전 등에 접목한 최첨단 테크놀로지를 경험할 수 있었다. lge.co.kr



Public Agency

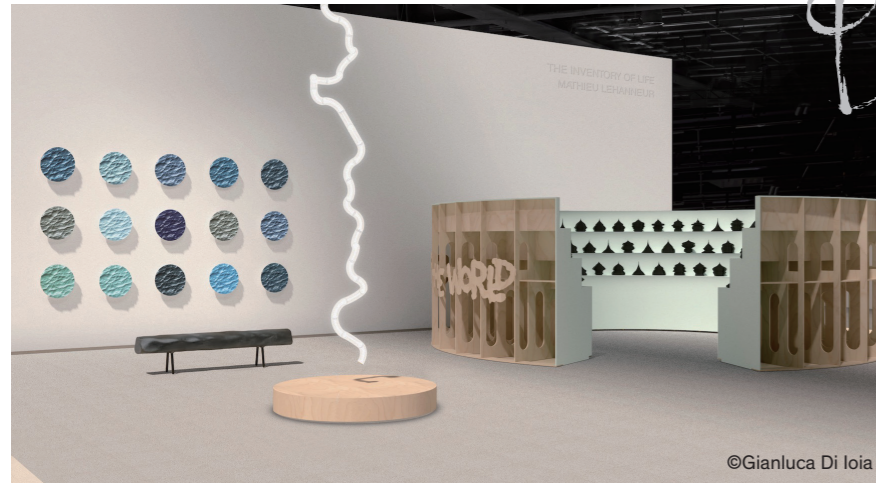


**밀라노 한국공예전, 〈다시, 땅의 기초로부터
(Again, From The Earth's Foundation)〉전**

한국 공예에 담긴 미학을 해외에 알리는 데 앞장서는 밀라노 한국공예전은 문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원이 추진하는 연례 프로젝트로 올해 10주년을 맞이했다. 강신재 총감독은 큐레이터를 맡은 프롬펜츠 이규현 대표와 함께 22명의 작가를 선정했는데 여기에는 로에베 공예상 파이널리스트인 강석근, 김계욱, 김혜정, 정다혜 등과 함께, 옷칠장 박강용, 유기장 이형근, 원초장 이수자 허성자 등 전통 장인과 협업하는 이탈리아 작가 3팀도 포함됐다. 총 100여 점이 출품한 가운데, 전시는 팬데믹과 기후 위기 속에서 땅의 소산물을 재료로 삼는 공예의 가치와 자연 존중의 미학을 보여주고자 '땅', '하늘', '태양'을 상징하는 초자연적이고 원초적인 공간을 연출해 눈길을 끌었다. 땅에서 공예가 태어나고 다시 흙으로 돌아간다는 순환의 메시지는 전시장을 찾은 이들에게 감동을 전해주기에 충분했다. kcdf.or.kr

토일렛 페이퍼 스트리트 Toilet Paper Street

이탈리아 아티스트 마우리초 카탈란Maurizio Cattelan과 포토그래퍼 피에르파올로 페라리Pierpaolo Ferrari가 운영하는 크리에이티브 스튜디오 토일렛 페이퍼는 발자레티 거리의 스튜디오 건물과 토르토나 지역 슈퍼 스튜디오 건물 벽면을 특유의 그래픽 디자인으로 탈바꿈시키고 스튜디오 안에 한시적으로 스토어를 오픈했다. 1년에 두 차례 발행하는 매거진 콘셉트의 <토일렛 페이퍼>는 두 아티스트의 즉흥적이고 재기 발랄한 미학이 담긴 아트북이나 마찬가지로. 이들은 가구와 상품을 비롯, 공간 전체에 지면을 오려낸 듯한 초현실적 이미지를 적용해 시각적 호기심을 불러일으켰다. toiletpaper magazine.org



<삶의 목록(The Inventory of Life)>전

밀라노 트리엔날레 전시장은 이번 푸오리 살로네의 주요 스폿이었다. <엠펙스 어게인Memphis Again> <각투스라마Cactusrama>전도 인기였지만, 프랑스 디자이너 마티외 르아뇌Marthieu Lehanneur가 기획한 <삶의 발명>은 도시 과일과 인간 수명, 해수면 상승 문제 등 각종 사회 의제를 짚는 도발적 전시로 화제가 되었다. 전시는 '세계의 상태(State of the World)', '50개의 바다(50 Seas)', '살과 죽음(Live/Leave)', '시간은 얼마나 깊은가(How Deep is Time)' 등 네 가지 주제로 이루어졌다. 이 중 가장 눈에 띄는 '세계의 상태'는 200개 국가의 연명대별 인구 밀도를 오브제로 시각화한 것으로, 기아와 내전으로 시달리는 제3세계와 선진국 범주에 들어가는 국가의 수명 분포도를 비교할 수 있도록 해 전 지구적 양극화와 빈곤 문제에 대해 성찰할 수 있는 기회를 제공했다.

Designer



<루시아 임스: 마음으로 보는 것(Lucia Eames: Seeing with the Heart)>

루시아 임스가 대체 누구냐고? 디자이너라면 모를 리 없는 디자인 듀오 찰스 & 레이 임스 부부의 딸이다. 브레라의 한 작은 아파트에서는 2014년 세상을 떠난 루시아 임스의 아름다운 드로잉, 사진, 가구를 만날 수 있었는데 부모에게서 물려받은 디자인 DNA에 더해 자연을 소재로 한 따뜻한 그래픽 패턴과 색감이 인상적이었다. 천장을 수놓은 종이 나비는 디자이너의 어린 시절 추억을 환기시키는 상징으로 역시 등 다른 작품에서도 쉽게 찾아볼 수 있었다. 루시아 임스 아카이브의 큐레이터이자 그의 딸인 칼라 애트우드 하트만Carla Atwood Hartman은 "어머니의 작품을 밀라노로 옮겨오는 것에 대해 전율을 느꼈다"며, "작품을 아카이빙하는 과정에서 어머니의 희망과 유머를 발견할 수 있어 즐거웠고, 관람객과의 만남을 통해 이 긍정적인 감정을 함께 나눌 수 있어 기쁘다"라고 소회를 밝혔다. formportfolios.com



알코바Alcova

밀라노 외곽 지역, 폐허가 된 군 병원 건물 네 곳을 포함해 야외 정원을 전시 무대로 탈바꿈시킨 알코바는 토크 튀는 영 디자이너의 작품을 큐레이션해 선보인다. 밀라노 시내에서 다소 떨어져 있어도 밀라노 디자인 위크 기간 중 꼭 가봐야 할 스폿이기도 하다. 올해는 90여 명의 디자이너 및 팀이 참가한 가운데 3D 프린팅으로 사출해 수작업으로 마무리한 하이엔드 도자를 선보이는 디자인 컴퍼니 '트레임 파리Trame Paris'에 박원민 디자이너가, 미국의 다양성을 주제로 한 <디스 이스 아메리카This is America>전에는 버려진 스키와 테니스 채를 가구에 이식한 박재연 디자이너가 참가해 눈길을 끌었다. alcova.xyz / trameparis.com / thisisamerica.design



- 1 베니 러그Beni Rugs의 전시.
- 2 아더사이드 오브젝트Otherside Objects의 '더 가든The Garden'.
- 3 트레임의 전시.
- 4 박재연 작가의 가구 작품 '테니스'와 '스키'.



르 브룸Lee Broom, <신성한 영감(Divine Inspiration)>

영국 디자이너 르 브룸은 밀라노 디자인 위크에서 6개의 조명 컬렉션을 신규 론칭했다. 브랜드 15주년을 기념한 이번 컬렉션은 성스러운 교회를 연상시키는 공간 곳곳에서 환상적인 모습으로 드러났다. 장엄한 교회 음악이 흘러나오는 가운데 예배당을 연상시키는 높은 층고의 건물에서 빛이 쏟아져 내리는 듯한 '헤일Hail'을 비롯해 스테인드글라스를 통해 스며드는 화려한 빛과 대조적으로 절제된 직선형 형태가 특징인 '베스퍼Vesper' 등을 만날 수 있었다. 하나의 제품을 가장 효과적으로 프레젠테이션하기 위해 시노그래피를 고심한 디자이너의 흔적이 구석구석 엿보였다. leebroom.com

푸오리 살로네 트렌드 분석

지난 2년간 코로나19로 숨 죽여온 디자인계는 위기와 상반되는 화려함과 자유로운 변주를 곳곳에서 보여줬다. 위기를 뛰어넘는 상상력을 동력으로 펼쳐낸 푸오리 살로네의 트렌드를 여덟 가지로 분석했다.

글 여미영 디자인스튜디오디쓰리 대표



1

공간을 채우는 스토리텔링

위기일수록 희망을 전달하고 새로운 에너지를 부여하는 것이 스토리텔링의 힘이다. 고단했던 시기를 거치면서 서로를 위로하고 긍정적인 기운을 나누는 듯 과감한 상상력이 디자인에 스며들었다. 모오이Moooi는 <기이한 삶(A Life Extraordinary)>전에서 첨단 기술을 결합한 화려한 연출로 눈길을 끌었다. 입구에선 IDEO의 춤추는 디퓨저 로봇 파이로PIRO가 향을 내뿜으며 공간각각적인 경험을 제공했고, 내부로 들어서면 자연을 그대로 옮겨온 듯한 그래픽 이미지를 접목한 인테리어가 시선을 사로잡았다. 빈티지의 우아한 곡선에서 영감을 받은 폴 콕세지Paul Cockledge는 '그래비티 상들리에Gravity Chandelier'에 조명에 잘 쓰지 않는 패브릭 소재를 접목했다. 전통과 미래를 뒤섞은 브랜드의 시도는 언제나 신선하게 다가온다.

1 공간각각적인 판타지가 뒤섞인 모오이의 인테리어 연출 이미지.
2 폴 콕세지의 조명 '그래비티 상들리에'.



1



2



3



4

2

주연이 된 카펫

올해 푸오리 살로네에서 가장 눈에 띈 것은 비정형적이고 화려한 패턴을 과감하게 적용한 카펫의 등장이었다. 차분한 톤에 약간의 포인트를 준 디자인으로 주거 공간의 조연에 머물렀던 카펫이 공간을 압도하는 화려한 주연이 되어 돌아왔다. 메이저 패브릭 브랜드뿐 아니라 가구 제조사인 키부Qeeboo, 모오이 등 유명 브랜드가 앞다투어 선보인 것도 바로 이러한 카펫. 단조롭고 답답한 실내 풍경에 온기를 더하고 분위기를 단숨에 전환시키기에 카펫은 비교적 경제적이면서 손쉬운 선택지가 될 수 있다. 대담하고 융화적인 디자인의 카펫만 있으면 브랜드의 쇼룸이 순식간에 현대미술의 장으로 변신하니 말이다.

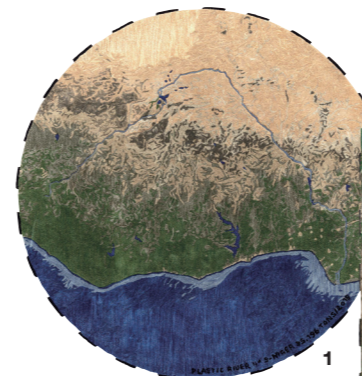
- 1 모오이의 '샌드 카펫Sand Carpet'. 디자인 Sjoerd Vroonland
- 2 키부의 '글리치Glitch' 시리즈. 디자인 Richard Hutten
- 3 키부가 선보인 사람과 동물 발자국 모양이 독특한 '레츠 댄스Let's Dance'. 디자인 Nynke Tynagel
- 4 '서펜타인 카펫Serpentine Carpet'. 디자인 Front

3

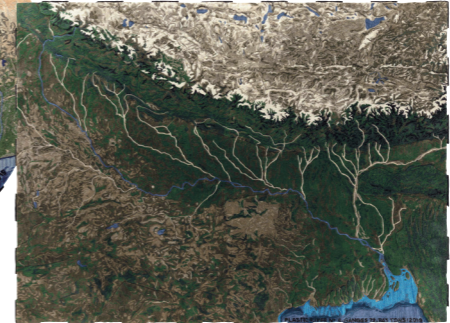
품격 있는 오피스 리빙

주거 공간과 오피스 공간이 결합되면서 일과 휴식, 효율성과 창의성을 동시에 충족시켜야 하는 뉴 노멀 환경에 적합한 아이디어도 새롭게 부상했다. 오피스 가구 시장의 확산과 프리미엄화가 실감 날 만큼 제조사와 디자이너의 전격적인 투자가 이루어지는 것도 이 분야. 오피스 가구 전문 제조사 유니포Unifor가 OMA와 함께 기존 오피스 가구에서 볼 수 없던 감각적인 모듈의 가구 유닛을 선보인 한편, 마지스Magis, 모로소Moroso, 아르테미데Artemide 등 리빙 가구, 조명 브랜드까지 유명 디자이너와의 협업을 통해 새로운 오피스용 제품을 쏟아냈다. 실제로 올해는 이전보다 강화된 기능과 과감한 디자인을 앞세운 가구가 자주 눈에 띄었는데 창의성을 강조한 하이테크 오피스 환경은 물론, 홈 오피스 개념이 접목된 하이브리드형 주거 공간에도 위화감 없이 융화되는 모습을 보였다.

유니포와 OMA가 협업한 시스템 오피스 유닛 '프린시플Principles'.



1



4

디자인, 책임에 답하다

환경에 대한 인류의 책임이 돌아보는 각성의 시간 동안, 디자인 산업과 소비 풍조로 야기된 환경 문제를 해결하기 위한 디자인 솔루션이 곳곳에 나타났다. 단순히 재생 소재를 사용하기보다 이를 통한 선순환의 메시지를 전하면서, 한번 쓰고 버리는 것이 아니라 오랜 시간 주거 공간에서 가치 있는 물건으로 자리 잡도록 디자인하려는 제조사와 디자이너의 노력이 돋보였다. 카르텔은 재활용 플라스틱 소재를 활용해 독특한 미학의 조명 '티Tea'를 선보였다. 화려한 패턴 대신 플라스틱으로 오염되는 강의 모습을 담은 수공예 카펫 '플라스틱 리버스Plastic Rivers'를 출시한 간디아 블라스코 그룹의 브랜드 '간Gan'도 있다. 재활용 플라스틱 소재로 제작했기에 사용자에게 환경의 소중함을 상기시키면서도 작품처럼 소장 가치가 있는 아름다운 제품이다. 단순히 윤리성만 강조하는 게 아니라 상품성 면에서도 충분히 매력적이라는 점에서 한층 진일보한 지속 가능성을 담아냈다고 볼 수 있다.

- 1 '플라스틱 리버스' 카펫. 디자인 Álvaro Catalán de Ocón
- 2 카르텔의 조명 '티'. 디자인 Ferruccio Laviani



2

5 반려동물과의 행복한 코리빙

애완동물의 개념을 넘어 반려동물로 우리 곁에 자리하는 동물을 향한 애정도와 관심은 관련 제품의 고급화로 나타나는 중이다. 사람과 반려동물이 함께 행복한 삶을 영위하면서도 세련되고 쾌적한 주거 공간을 유지할 수 있도록 유명 디자이너와 협업한 프리미엄 제품이 속속 출시되고 있다. 디자인 브랜드 아가페Agape는 건축가 장 누벨과 함께 주인 가까이에서 매 순간 행동을 관찰하고 싶어 하는 반려동물과 편안하게 눈을 맞추며 사용할 수 있는 욕조 파사파스Face à Face를, 마르코 카리니Marco Carini는 고양이를 위한 벤치 '랑데뷰Rendez-vous'를 선보였다. 이들 제품은 반려동물이 없는 사람도 사용하고 싶은 정도로 디자인이 훌륭하다. 한편 플로스, 아르테미데 등 메이저 조명 회사에서도 식물 전용 조명 디자인을 선보였다.

- 1 '파사파스', 디자인 장 누벨
- 2 '랑데뷰', 디자인 마르코 카리니



7 실내에서 떠나는 모험

갑갑한 일상에서 탈피하기라도 할 듯 여행이나 캠핑을 연상시키는 다이내믹한 형태의 실내 가구가 등장했다. 네덜란드 디자이너 비에키 소머스Wieke Somers는 당장이라도 차에 싣고 여행을 떠나도 손색이 없을 듯한 침낭과 책장 '섬웨어Somewhere'를 선보였다. 콤팩트한 사이즈로 1인 가구나 미니멀라이프를 지향하는 소비자에게 안성맞춤이다. 재활용 울과 면을 사용하는 등 업사이클링 패브릭 소재로 만든 제품이라 한 번 더 길이가 간다. 한편 캄페지Campeggi는 둥근 형태로 시선을 차단해 방음 효과를 주면서 개인 활동에 집중할 수 있는 오피스형 캐주얼 가구 '제아Gea'를 선보였다.

- 1 모로소Moroso의 '섬웨어' 유닛, 디자인 비에키 소머스
- 2 캄페지의 '제아', 디자인 Emauele Magini



6 라이프스타일에 스며든 MZ세대의 취향

게임에서 영감을 받은 듯한 제품들은 리빙 시장에서 새롭게 대두되는 MZ세대 소비자를 정조준했다. 레트로 게임 속 픽셀을 연상시키는 시각적 요소를 패턴화한 아치볼드Archibald 암체어, 지암피에로 로마노Giampiero Romano의 테트리스 거울은 공간에 리듬감을 부여하기에 제격이다. 한편 유머를 담은 키치 디자인은 팽팽한 긴장감을 완화시킨다. 소년이 금방이라도 풍선껌을 터뜨릴 것 같은 형상의 제품은 우토 발모랄Uto Balmoral의 조명 '원더 클라우드Wonder Cloud'다. 공간에 활력을 불어넣는 이들 제품에서 위트 있는 형태감과 생생한 컬러, 초현실적 무드를 찾아볼 수 있다.



- 1 누클레오Nucleo의 프리미티브Primitive 책장과 소파, 카펫은 키부 제품.
- 2 우토 발모랄의 '원더 클라우드'.
- 3 지암피에로 로마노의 테트리스(Tetris) 거울. 셀레티Seletti 제품.
- 4 아치볼드 암체어, 디자인 Felipe Pantone



8 경계를 허무는 아웃도어

실내용 가구와 아웃도어 가구의 경계가 점점 흐려지고 있다. 심지어 조명에서도 이러한 변화가 감지된다. 아웃도어 가구에서도 다양한 선택지를 찾는 소비자들의 한층 세련된 기호가 시장의 변화를 이끌고 있고, 소재 기술의 진화도 여기에 한몫하고 있다. 실내 공간을 그대로 야외로 옮겨온 듯한 아웃도어 가구가 만들어내는 풍경이 이채롭다. 다양한 메이저 브랜드들이 이 시장에 새롭게 뛰어든 덕분에 색상, 형태, 소재, 패턴 모든 부분에서 선택의 폭이 넓어졌다. 폴트로나프라우, 카펠리니, 카르텔, 카시나 등 이탈리아의 대표적인 브랜드들이 아웃도어 가구 시장에서 새롭게 진출하면서 가격대도 한층 다양해졌다.

- 1 간디아 블라스코에서 출시한 '온데Onde', 디자인 Luca Nichetto
- 2 아르테미데 조명 '세 에스 Se eS', 디자인 Daniele Moioli
- 3 간디아 블라스코의 '이슬라Isla', 디자인 Sebastian Herkner

뉴 노멀 시대를 향한 디자인의 유연한 진화, 밀라노에서 만난 디자이너들

본격적인 엔데믹을 앞둔 지금, 세계 디자인의 중심에서 활동하는 디자인 전문가들에게 디자인의 현재와 미래에 대한 새로운 생각을 들어보았다.

글 이미영 디자인스튜디오디쓰리 대표

거의 모든 시민이 마스크 없이 거리를 자유롭게 활보하는 6월의 밀라노는 마치 팬데믹 이전으로 돌아간 듯했다. 하지만 사실 이런 자유가 주어진 것은 지난 4월로 불과 두 달이 채 지나지 않았다. 밀라노 디자인 워크에서 만난 디자인 전문가, 디자이너, 기업인, 기자들은 지난 2년에 대해 '정지된 시간'이었고 이제야 막 디자인이 제 모습을 찾아가고 있다고 입을 모았다. 지난 2년간 디자인계에 어떤 변화가 있었고 이들은 어떤 생각을 하게 되었을까? 앞서 언급한 올해의 주요 트렌드처럼, 위기가 휩쓸고 지나간 뒤 남은 심리적 부담감을 해소해줄 감각하고 강렬한 디자인이 곳곳에 등장했다. 아이템 하나만으로 주거 공간의 전체 분위기를 바꿀 수 있으면서도 다른 제품에 비해 경제적으로 부담이 적은 카펫과 패브릭의 인기가 높아졌다. 한편 주요 디자인 행사와 전시가 취소되면서 많은 디자이너들이 일감을 잃었다. 대량생산 시장을 겨냥하는 산업 디자이너의 타격도 컸지만 고가의 리미티드 에디션 디자인 가구 시장도 마찬가지로 힘든 시기를 겪었다. 닐루파 갤러리와 디자인 마이애미 등에서 활약해온 누클레오Nucleo의 디렉터 피에르조르조 로비노Piergiorgio Robino는 럭셔리 디자인 가구 시장도 팬데믹과 러시아-우크라이나 전쟁의 여파가 있다고 말했다.

위기 상황에서 디자인 가구 시장이 양극화되어, 투자 가치가 안정적이라고 평가받는 영면한 거장 디자이너의 가구에 소비가 집중되고 현존하는 디자이너들은 찬밥 신세가 되었다고 말이다. 이러한 상황에서 그는 위기를 새로운 기회로 삼고자 온라인 강의 플랫폼 도메스티카Domestika에서 강좌를 열어 2만여 명의 전 세계 학생들을 대상으로 가구 제조 강의를 하는가 하면, 리미티드 에디션으로만 제조하던 자신의 가구를 대량생산 모델 버전으로 출시하고 있다고 전했다. 정상화를 기다리며 조용히 내공을 쌓는 디자이너들도 있지만, 피에르조르조 로비노처럼 유연하게 시장에 적응하며 위기를 타개하는 이들도 있었다. 디자인 기업 역시 팬데믹 기간 동안 회비가 엇갈렸다는 평가다. 전 세계인의 대다수가 '집콕' 생활을 하다 보니 주거 공간에 관심이 높아지면서 매출이 오히려 늘어난 기업도 상당수였다. 이런 기업은 코로나19 상황으로 R&D 비용을 줄였음에도 기존 제품의 매출이 상승하면서 오히려 실수익이 높아지기도 했다. 이는 현재 닷친 위기가 디자인계 전체의 위기가 아니며 오히려 새로운 기회가 될 수도 있다는 사실을 시사한다.



로사나 오를란디Rossana Orlandi
갤러리스트

“디자인계의 책임감이 어느 때보다 중요한 시기다. 플라스틱 남용으로 인한 사회 문제를 해결하고자 진행하는 ‘로길트리스플라스틱’ 행사에 올해 더 집중했던 이유이기도 하다. 우리의 행동은 순환하고 결국 돌아와 삶의 결과가 된다. 마치 코로나19처럼.”



안드레아 칸첼라토Andrea Cancellato
ADI 미술관 관장

“팬데믹 기간 동안 디자인 행사는 위축되었지만, 디자인 기업은 오히려 기회가 되기도 했다. 확대된 리빙 시장으로 매출이 반등한 기업도 있었다. 무엇보다 위기로 인해 기업 간 협력이 긴밀해졌고, 디자인에 대한 집중력과 사명감이 향상된 점이 고무적이다. 덕분에 올해 밀라노 국제가구박람회에서도 이전보다 향상된 조직력과 퀄리티를 확인했다.”

크리스티나 모로치Cristina Morozzi
디자인 전문 기자

“밋밋한 베이지색 소파 따위는 더 이상 필요 없다. 지금 우리에게서 사람들에게 활력을 줄 수 있는 무엇, 우리를 놀라게 하고 감탄하게 만들고 영감을 주는 대담한 디자인이 필요하다. 지금 시대가 요구하는 디자인의 역할은 그런 것이다.”



스테파노 조반노니Stefano Giovannoni
디자이너, 키부 대표

“위기일수록 도전과 창의적인 아이디어가 중요하다. 기업인으로서 팬데믹 시기에 오히려 다양한 신상품을 선보인 이유다. 디자이너에서 기업인으로 영역을 확대하면서 디자인계 종사자로서의 사명 또한 확장할 수 있어서 기쁘게 생각한다.”



피에르조르조 로비노
누클레오 디자이너

“나는 이 시대에 쓰이는 ‘뉴 노멀’이라는 용어를 믿지 않는다. 언제나 새로운 환경에 가장 잘 적응하는 디자이너가 가치 있고, 살아남았다. 인간은 적응하는 존재로 어떤 환경에도 쉽게 적응할 수 있다.”



마르코 타바소Marco Tabasso
어나더뷰Anotherview 디자이너

“많은 디자이너들이 어려운 시간을 보냈지만, 미디어 작업을 하는 우리는 오히려 성장의 기회를 맞았다. 한 지역에서 24시간 촬영해야 하는 특성상 유명 관광지나 명소의 경우 많은 비용이 들고 인원 통제가 어려웠는데, 팬데믹으로 인해 비용 절감이 되고 작품 퀄리티도 높아졌다. 다른 지역의 풍경을 보여주는 작업이 팬데믹 시기에 위안이 되었는지 우리 작품을 이해하는 이들도 늘었다.”



베탄 라우라 우드
Bethan Laura Wood
디자이너

“얼마 전 폴트로노바를 위해 수페론다 테라초 소파Superonda Terrazzo Sofa를 디자인했는데 비정형적 흐름을 패턴으로 표현했다. 모자이크나 테라초처럼 일정한 규칙이 있는 혼합이 아닌, 규칙을 알아볼 수 없는 흐름과 혼돈 속에서 만들어지는 아름다움과 유동성이 우리가 사는 지금 이 세계, 현시대와 닮았다고 생각한다.”