



INFORMACJA PRASOWA - MAZDA MOTOR POLAND

EKSPRESJA PIĘKNA

Jo Stenuit, dyrektor designu w europejskim oddziale Mazdy, przybywa do Wenecji, aby poznać i zrozumieć efekty skrzyżowania sztuki i filozofii Mazdy „Crafted in Japan” podczas Festiwalu Homo Faber 2024.

Można by się spodziewać, że przynajmniej z perspektywy sztuki projektowania, europejski dyrektor designu Mazdy, Jo Stenuit, będzie człowiekiem, którego naprawdę trudno zachwycić. W końcu jest absolwentem londyńskiej Royal College of Art, który spędził ponad dwie dekady (pracując zarówno w Europie, jak i w głównej siedzibie Mazdy w Hiroshimie w Japonii) na tworzeniu globalnego języka projektowania dla Mazdy, dziś rozpoznawalnego, jako filozofia „KODO – Dusza Ruchu”. A jednak, przygotowując się do naszego wywiadu, można śmiało powiedzieć, że weneckie święto współczesnego rzemiosła - Homo Faber 2024, zrobiło na nim prawdziwie pozytywne wrażenie.

„Nie sądzę, by było inne, podobne wydarzenie”, podkreśla. „To doświadczenie było, jak japoński styl Omotenashi, gdzie czujesz się całkowicie mile widziany. Wydaje się, że jest to jedyna wystawa na świecie, które celebrytuje rzemiosło na taką skalę, a sposób, w jaki wszystko zostało zorganizowane jest po prostu oszałamiający. Każdy pokój, do którego wchodziłem, był po prostu... wow”. A czy publiczność była równie zachwycona? „Całkowicie. Pozytywne reakcje były fantastyczne. Uczestnicy zadawali tak wiele pytań: *Jak to jest zrobione? Jaki to materiał?*. To jest dokładnie to, co chcemy osiągnąć z naszymi samochodami. Chcemy, żeby ludzie mówili wow!, gdy widzą Mazdę.”

Flagowy projekt Fundacji Michała Anioła, odbywający się już po raz trzeci, to globalne święto rzemieślników, sztuki rzemiosła i kreatywności. Tegoroczna angażująca wystawa, która odbyła się w Fondazione Giorgio Cini na weneckiej wyspie San Giorgio Maggiore, była celebracją „Podróży Życia”. Tworzyło ją 10 przestrzeni, z których każda poświęcona była jednemu etapowi ludzkiego życia, od narodzin do życia pozagrobowego. Zgodnie z wizją dyrektora artystycznego Luki Guadagnino i reżysera Nicolò Rosmariniego, immersyjne przestrzenie przenosiły odwiedzających do stref każdego z etapów życia poprzez setki ręcznie wykonanych przedmiotów, stworzonych przez utalentowanych rzemieślników z całego świata, podkreślając przy tym różnorodne umiejętności, techniki pracy i innowacyjne podejście do sztuki rzemiosła.

Ta ekspozycja idealnie pasowała do Mazdy, która ożywiła swoje japońskie rzemiosło i filozofię projektowania poprzez warsztaty tworzenia globusów i introligatorstwa. Towarzyszył im szereg wyselekcjonowanych artefaktów, zaprojektowanych, by zaprezentować umiejętności rzemieślnicze widoczne w każdym pojeździe Mazdy i wykonane przez rzemieślników, którzy są bohaterami serii filmów z cyklu #MazdaDiscovers. W rzeczywistości jedyną rzeczą, której brakowało na wystawie Mazdy, była prawdziwa Mazda. „Nawet nasze logo było bardzo subtelne” - uśmiecha się Jo. „Oznaczało to, że mogliśmy skoncentrować się na marce i rzemiosle, a nie na

Więcej informacji:

kontakt@mazda-media.pl

www.mazda.pl | www.mazda-press.pl



INFORMACJA PRASOWA - MAZDA MOTOR POLAND

samochodach. Ponadto wszystko, co widzieliśmy, było niepowtarzalne, bo jednorazowe, podczas gdy samochód jest produkowany masowo, więc rzeźbiony model najlepiej reprezentował Mazdę". W ten sposób Mazda była w stanie autentycznie przekazać swoje wartości „Crafted in Japan”, podkreślając związek między sztuką, tradycyjnym rzemiosłem i własnymi metodami produkcji.

Mazda Stories: Mazda była jedyną marką motoryzacyjną na tym wydarzeniu. Czy publiczność od razu zrozumiała związek między samochodem a sztuką?

Jo Stenuit: Przez ostatnie piętnaście lat opowiadaliśmy historię o rzemiośle poprzez język stylizacji KODO, a mimo to ludzie nadal niewiele wiedzą o naszym procesie projektowania samochodów. Są zaskoczeni, gdy odkrywają, że w erze cyfrowego projektowania nadal używamy glinianych modeli i polegamy na fizycznych narzędziach oraz pasji naszych modelarzy.

MS: A jednak Mazda zawsze wprowadza innowacje...

JS: Dokładnie. W świecie motoryzacji jesteśmy znani z tego, że tworzymy piękne pojazdy. To ogromne osiągnięcie. Udało nam się stworzyć niepowtarzalny styl projektowania, który jest doceniany na całym świecie. To uniwersalny język piękna, powszechnie zrozumiały. To bardzo ludzki aspekt. Tworzymy więc piękne przedmioty, które w skali globalnej są tak właśnie postrzegane. Brzmi to prosto, ale takie nie jest.

MS: Czy jako projektant czujesz naturalną więź z rzemieślnikami Homo Faber?

JS: Oczywiście. Dialog z rzemieślnikami tutaj jest bardzo naturalny, nawet jeśli robią coś zupełnie innego niż ja. Sposób, w jaki pracujemy jest podobny. Natychmiast nawiązujemy kontakt. W pewnym sensie rozumiemy przejściowe wyzwania i znaczenie czasu, jaki poświęcamy na tworzenie pięknych przedmiotów. Podobnie jak oni, my w Mazdzie wierzymy w doskonalenie naszego rzemiosła przez całe życie - to podstawowa zasada japońskiej kultury i coś, co ma głęboki wpływ na naszą pracę.

MS: Warsztaty Mazdy były chyba szczególną atrakcją?

JS: Byłem z nich naprawdę dumny. Już wcześniej organizowaliśmy takie warsztaty i ta formuła zawsze dobrze się sprawdzała. Wszyscy są bardzo podekscytowani i oczywiście to fantastyczne, że mogą lepiej zrozumieć nasze samochody. A ogólne doświadczenie zawsze staje się tym bardziej wartościowe im jest bardziej uniwersalne. Jestem pewien, że uczestnicy wrócili do domu myśląc: *wow, to była niesamowita wystawa i przeżycie.*"

MS: To świetny sposób na odkrywanie finezji sztuki rzemiosła.

JS: Zwłaszcza warsztaty tworzenia globusów. Mam wiele szacunku dla Leonardo Frigo, który tworzy globusy, ponieważ ma on nie tylko ten jeden talent, ale także wiele zaskakujących umiejętności. Sam produkuje papier, wytrawia miedź, przeprowadza wszystkie badania i tworzy drewnianą konstrukcję globusa. I gdy ludzie mogą pobrudzić sobie ręce, rozumieją ten proces, odkrywają znaczenie używanych narzędzi i materiałów

Więcej informacji:

kontakt@mazda-media.pl

www.mazda.pl | www.mazda-press.pl



INFORMACJA PRASOWA - MAZDA MOTOR POLAND

oraz zdają sobie sprawę z trudności w robieniu rzeczy, które z pozoru wydają się na całkiem proste.

MS: Czy uważasz, że Homo Faber ma szerszą kreatywną odpowiedzialność, niż tylko edukowanie tych, którzy uczestniczą w tym wydarzeniu?

JS: To globalne wydarzenie i jasne jest, że twórcy myślą o następnym pokoleniu, co jest niezwykle ważne. To prawda, że ludzie inspirują się przedmiotami i doświadczeniem, ale jak sprawić, by kolejne pokolenie było prawdziwie zainteresowane rzemiosłem i wierzyło, że ma ono rzeczywistą wartość w technicznym i bardzo rozproszonym świecie? To właśnie świętujemy na poziomie globalnym.

MS: Czego osobiście nauczyłeś się od Homo Faber?

JS: Że rzemiosło wciąż wzbudza ogromne emocje, a sposób, w jaki je prezentujesz i wyjaśniasz, jest bardzo ważny. To podejście Omotenashi, z naciskiem na sposób, w jaki zapraszasz ludzi i jak sprawiasz, że czują się mile widziani. Jako reprezentant marki i twórca stylistyki Mazdy wiele się nauczyłem. Jestem też jeszcze mocniej przekonany, że to, co robimy w Maździe jest słuszne.

MS: Więc kiedy mówisz Mazda, co chcesz, aby ludzie myśleli?

JS: Że tworzymy piękne, angażujące samochody, którymi ludzie naprawdę chcą jeździć. Wraca to do czynnika wow, o którym rozmawialiśmy na początku. W przypadku niektórych samochodów powiesz wow, gdy zobaczysz sylwetkę nadwozia, a następnie otworzysz drzwi i będziesz rozczarowany. Natomiast na każdym etapie chcemy, aby ludzie czuli się dobrze, aby czuli się związani z samochodem i aby stał się on częścią ich życia. Właśnie dlatego nadal szanujemy nasze wartości „Crafted in Japan” - chodzi o stworzenie trwałej, znaczącej więzi.

MS: Na koniec, jak myślisz, czego świat designu może nauczyć się od Mazdy?

JS: Wszystkiego! Nie rzucaj się na lewo i prawo tylko po to, by kogoś zadowolić. Bądź pewny tego, co robisz. I rób to dobrze, rób to z miłością i pasją. Nie przestawaj wierzyć w siebie.

Wystawa i warsztaty Homo Faber 2024 wzmocniły zaangażowanie Mazdy w praktykowanie sztuki rzemiosła i tradycyjnego wzornictwa, pokazując, jak głęboko splecione są te wartości z filozofią „Crafted in Japan”. Podejście to, zakorzenione w unikalnym związku tradycyjnego japońskiego rzemiosła z nowoczesnym wzornictwem, ma wpływ na każdy etap tworzenia pojazdów Mazdy - zapewniając, że każdy samochód nie tylko urzeka wizualnie, ale także rezonuje na poziomie emocjonalnym. Celem Mazdy nie jest tylko produkcja samochodów; a tworzenie doświadczeń, które urzeczywistniają japońską estetykę i wartości. Ta filozofia będzie nadal kształtować przyszłe modele Mazdy, w których każda linia, materiał i szczegół są starannie zaprojektowane, aby stworzyć głęboką i trwałą więź pomiędzy samochodem a jego kierowcą.

Więcej informacji:

kontakt@mazda-media.pl

www.mazda.pl | www.mazda-press.pl



INFORMACJA PRASOWA - MAZDA MOTOR POLAND

WYBÓR JO: PAPIEROWE KWIATY, PRZESTRZEŃ „MIŁOŚCI”

JS: Wybrałem tę pracę ze względu na sposób, w jaki przekształca papier - prosty dwuwymiarowy obiekt - w piękny trójwymiarowy kwiat, poprzez kształtowanie, zginanie oraz grę światła i cienia. Nadaje to wartość prostemu materiałowi. Nawiązuje do wyglądu zewnętrznego Mazdy, w którym eksperymentujemy z refleksami światła na gładkiej powierzchni, aby wzbudzić emocje i zachwyt. Jest to także odniesienie do uważności, jaką przywiązujemy do wyboru materiałów wykończenia wnętrza, które często są delikatne, pozornie eteryczne i zaskakujące. Ta wrażliwość na dobranie materiałów jest głęboko zakorzeniona w naszym podejściu „Crafted in Japan”, w którym każdy dokonany przez nas wybór - niezależnie od tego, czy chodzi o tkaninę, drewno czy metal - odzwierciedla szacunek dla pierwotnych właściwości i potencjału danego materiału.

WYBÓR JO: SZKLANA MISA, PRZESTRZEŃ „CELEBRACJI”

JS: Natychmiast przyciągnął mnie ten kolor. Jest jasnożółty, a gdy zobaczyłem go po raz pierwszy, słońce wpadało przez okno bezpośrednio na misę, co ożywiło ją, w sposób podobny, jak słońce odbija swoje refleksy na lakierze Mazdy Soul Red Crystal. To wyglądało tak prosto i naturalnie, ale miało wiele różnych aspektów. Widzisz to z daleka i myślisz, że to rozumiesz, ale gdy podchodzisz bliżej, jest coraz więcej głębi, dostrzegasz szczegóły wzmocnione przez światło, to naprawdę dość niesamowite. To ta sama moc koloru i odbicia światła, którą cenimy w Mazdzie.

Więcej informacji:

kontakt@mazda-media.pl

www.mazda.pl | www.mazda-press.pl