

# Pragointeriér 2009: potíže růstu



Author: SF / Petr Bým | Published: 17.02.2009

Realita je ovšem přes všechnu toleranci drsnější a nedostojí ani skromnějším očekáváním. Už u vchodu je návštěvník důstojně vítán tureckým medem a gumovými potvorami, což je dnes pro holešovické Výstaviště a jeho gastronomické služby až ikonický atribut („vnitřek“ výstavy je přitom z kulinařského hlediska více než chudý a Výstaviště zjevně ani za bezmála dvacet let o mnoho nepřekonalo klasické socialistické menu „pivo, limo, kafe, buřt“).

A po vstupu mu už jenom přecházejí oči. Veletrh či veletrhy toho nabízejí opravdu hodně. Prachovky, vysavače, spláclé skleněné lahve, lajntuchy a polštářky všeho druhu, „umělecké“ předměty mnoha druhů, ale takřka vždy v nejpokleslejší pop-verzi, také značkové víno a pramenitá voda, a kdyby jeden hledal, možná by našel i škapulíř proti recesi. Nábytku, který by měl být středobodem celé akce, překvapivě najde mnohem méně - a po otestování nábytkářských expozic návštěvník zjistí, že většinou jde o produkty zahraniční, které na veletrhu vystavují jejich importéři. Pragointeriér tak není ani tak výkladní skříní českého nábytkářství, jako přehlídkou představ tuzemských dovozců o tuzemském vkusu. Leccos je pěkné, ale nábytek, který by zaujal neotřelým designem, nápaditou konstrukcí, natož pak originalitou typovou snad na výstavě vůbec není. A tak čest českých tradic zachraňuje jen nemnoho expozic, za všechny jmenujme firmu Jelínek, jejíž produkce nepochybně představuje solidní kvalitu.

Ještě hůře je na tom Pragooffice. Pokud zájemce o nejnovější trendy v oblasti kancelářského vybavení přežije cestu mrazivým a větrným tunelem (výstava je mimo hlavní budovu Výstaviště), je odměněn shlédnutím hlavně a především prázdných prostor. V nich se tu tam u stěny kývá opuštěná kancelářská židle - nejspíš dominantní kus kancelářského nábytku současnosti. A zase evidentně převažuje dovozové zboží, které je nápaditě obohaceno expozicí administrativního počítačového softwaru.

Zdá se, že organizátoři prostě pronajmou výstavní plochu každému, kdo má s nomenklaturou veletrhu být velmi vzdáleně alespoň něco společného. To platí i pro shluk expozic rezidenčních developerů, které sice působí jako nejrepresentativnější část veletrhu, ale zároveň poněkud neústrojně vzhledem k deklarovanému zaměření veletrhu. Celkový dojem z dvojveletrhu Pragointeriér - Pragooffice se tak nejvíce blíží slovům „změt“ či „chaos“. A to v provedení, které nemůže nevyvolat reminiscence na proslulé liberecké výstavní trhy z dob reálného socialismu. Na tom po výstavním areálu kroužící dvojice chichotajících se vlnadných slečen v odvážných mini mnoho nemění, ty punc světovosti veletrhu - možná v rozporu s představami dramaturgů - rozhodně nedodají. Naopak určitě lze pořadatele pochválit za nepřemrštěné vstupné ve výši sta korun a možná ještě více za to, jak se vyrovnal s nedávným požárem levého křídla veletržního paláce - návštěvník následky katastrofy nemusí vůbec zaznamenat.

Nijak oslnivě letos nevyhlížel ani doprovodný program, jehož chudou (a navíc i v některých směrech stejnou jako loni) nabídku lze nejspíš charakterizovat slovy „rady domácnostem“. Přednášky byly celkem tři - a to v době, kdy bytová interiérová architektura pracuje s novými koncepcemi bydlení, ještě před časem neviděnými typy nábytku i netradičními materiály. Pravděpodobně největší „formální“ událostí veletrhu tak bylo vyhlášení nultého ročníku soutěže „Nábytek roku“, tentokrát tedy „roku 2009“. V jejím pozadí stojí Asociace českých nábytkářů, která v poslední době vyvíjí viditelně větší aktivitu než v minulosti. Důvodů je k tomu více než dost. Na jedné straně možná trochu jiné nároky zákazníků, vedle toho nepochybně posuny ve „filosofii“ bydlení a pak argument stran čínorodosti nejpádňější: pokles produkce i exportu. „Musíme přejít od práce na zakázku, která z našich nábytkářských firem dělá pouhé montovny, k svébytné produkci, která se bude vyznačovat jak kvalitou, tak originálním českým designem,“ nechali se slyšet zástupci asociace a bylo by dobré, kdyby jejich přání nezůstalo oslyšeno. V českém nábytkářském průmyslu se totiž v nedávné minulosti něco promeškalo, a proto nábytkuchtiví zákazníci nejčastěji míří do velkoprodejen typu IKEA či KIKA, kde se jeho produkce příliš nevidí a pokud ano, tak často skrytá pod cizí značkou.

Přitom podle nedávného průzkumu společnosti Incoma Research už pro více než polovinu tuzemské populace není při nákupu vybavení bytu hlavním kritériem výběru cena, ale jeho vzhled, design a originalita. A jakkoli musí čeští nábytkáři vyvážet (jako ostatně většina domácích průmyslových oborů), měli by určitě více myslet na svůj domovský trh. Zatím to tak nevypadá. Tak třeba tradičně dominantní výrobce českého nábytku - Jitona - nemá v Praze žádnou vlastní prodejnu. Na její expozici ostatně nenarazil ani návštěvník letošního Pragointeriéru a totéž platí třeba pro společnost TON. Stejně tak Pragoffice nenabídl nic z produkce zdatně expandující firmy TECHO, specializované na kancelářský nábytek. Pravda, takřka jarmareční ráz z veletržního dvojčete Pragointeriér-Pragoffice možná nedělá nejlepší vstupní bránu do 21. století. Je ovšem otázkou, mají-li čeští nábytkáři jinou.

---

17.02.2009 08:00, SF / Petr Bým