

Милан? Милан. Милан!

Своими впечатлениями от посещения апрельской i Saloni 2017 с читателями «МБ» делятся специалисты российских компаний.

В этом году представители сразу нескольких крупных мебельных фабрик сообщили «Мебельному бизнесу», что не командировали своих сотрудников «на разведку» в Милан. Причины — разные. Кто-то посчитал, что важнее поездки на i Saloni обучающие курсы, по времени совпавшие с выставкой (деловой график у всех достаточно плотный, и приходится чем-то жертвовать). Кого-то связала по рукам жёсткая экономия командировочного бюджета. Кто-то был всецело погружён в текущие проблемы со сбытом — тут не до заграничных вояжей. А у кого-то просто ведущий дизайнер ушёл на больничный, и ехать оказалось некому.

Зато наши производители и дистрибуторы мебельных материалов и комплектующих в очередной раз проявили огромный интерес к миланскому показу. А значит, за передовой настрой отечественного сектора полуфабрикатов можно не переживать: поставщики обещают российским мебельщикам поток актуальных новинок, которые можно будет использовать при проектировании мебельных коллекций нового сезона.

Свой интерес к i Saloni был и у молодых мебельных фабрик, которые только-только взялись за брендрование своей продукции и делают первые шаги на федеральном уровне. В Милане они переключаются с интуитивного маркетинга на реальные «полевые» исследования рынка.



Юлия Сергеева
начальник отдела маркетинга СФЗ

Для чего и зачем мы каждый год приезжаем в Милан? Однозначно — и это самое главное, — за вдохновением! Выбор новых декоров для коллекции Lamarty всегда начинается с выставки i Saloni. И лично мне как человеку творческому интересно всё: начиная от материалов, необычных решений, цветов, заканчивая освещением.

Я впитываю увиденное, как губка, и по итогам поездки формируется достаточно цельная картина, понимание текущих трендов.

Ощущения эти сложно описать словами. Кто-то видит мебель с точки зрения технологии, материалов,

практичности. Я же вижу идеальное сочетание, красоту, форму, дизайнерскую идею, мысль. Понятно, что представленная на миланской выставке мебель сделана в основном не из ЛДСП (за исключением, может быть, детской мебели). Но общие тенденции характерны для всего интерьерного рынка, не только для отдельных его сегментов.

Конкретно в этом году у меня сложилось впечатление, что у дизайнеров открылось второе дыхание. На прошлых выставках уже стало казаться, что всё как-то поскучнело: поверхности в «корпусе» только чёрно-белые, цвет целиком ушёл в ткани. Но в этот раз — ходила по выставке и буквально рот открывала от восхищения.

Кстати, стало настоящим откровением, как много было в этом году в Милане детской мебели! Вот где можно разгуляться с ЛДСП, да ещё и с нашим стандартом E 0,5. А сколько цветов! Дай мне волю, я бы навбирала в нашу коллекцию однотонных вариаций с целую палитру Pantone.

Из самых явных тенденций — конечно же, камень. Везде и всюду, как на вертикальных, так и на горизонтальных поверхностях. Популярны металл, натуральное дерево спокойных либо ярких рыжих оттенков, а также термальное тёмное дерево спокойных структур.

Белой мебели практически нет, это тоже радует. В фаворитах у дизайнеров — оттенки розового, цвет спелой дыни, мятный, сине-голубой. Особенно заметны оттенки зелёного и тёмно-виноградного, в качестве акцентного цвета — чистый красный.

Выводы для себя мы, конечно же, сделали. В коллекцию Lamarty будут добавлены новейшие суперкрутые декоры — даже больше, чем обычно. Ещё одним итогом посещения i Saloni стал выбор новой эксклюзивной структуры поверхности, — подробности об этом мы сообщим в своё время.



Андрей Мырин
коммерческий директор
«Увадрев-Холдинг»

Общее впечатление от миланской выставки — неоднозначное. Много из того, что было представлено на стендах участников, мы уже видели в обзорах прошлогоднего салона. Казалось, что всех производителей мебели, независимо от сегмента, охватил и укутал какой-то один-единственный тренд. Поэтому, перемещаясь от стенда

к стенду, не было ощущения, что видишь что-то новое. Впрочем, было и кое-что интересное. Например, цветовые решения, используемые в декоре некоторых стендов. Мы отметили много стекла в интерьере, а также прямых, линейных форм в дизайне.

По итогам i Saloni сделали вывод, что наша собственная коллекция декоров на 2017-й абсолютно вписывается в мировые тенденции. Много из того, что в Милане подавалось как новинки, в нашей коллекции

уже присутствует. А в некоторых случаях наши декоры (такие, например, как «Лагос»), представленные «Увадрев-Холдингом» ещё в прошлом году, были заявлены как тренды года нынешнего. То есть можно сказать, что в чём-то мы даже опережаем Европу, предлагая российским мебельщикам декоры, которые будут актуальны в ближайшей перспективе.



Наталья Журавлева

руководитель отдела маркетинга
компании «Аметист»

Переоценить значимость i Saloni для профессионалов мебельной индустрии невозможно. Всё самое актуальное, модное, броское — здесь, в интерьерных деталях и стилевых интерпретациях. В этом году наша поездка в Милан складывалась необычно — мы отправились в дизайн-тур в рамках конкурса промышленного дизайна ARTLIGA. Посетили известный музей дизайна Triennale di Milano, cocktail-party в шоу-румах известных брендов Colombostile и Rubelli и собственно выставку i Saloni, где для нашей группы провели персональные презентации такие известные итальянские компании, как Gianfranco Ferré Home, Roberto Cavalli Home Interiors, Rugiano, Jumbo Collection, Asnaghi, Domio Salotti, Vetro dei dogi и VENINI. Для нас это был фантастический опыт, который позволил увидеть работу прославленных брендов изнутри, осмыслить причины, которые подталкивают мастеров разрабатывать нетривиальные решения, определяющих будущее интерьерной моды.

Милан славится креативными стендами, где обращаешь внимание, прежде всего, на интерьерную подачу. Участники мебельно-интерьерного рынка продают не отдельные изделия, а всю атмосферу, в которой органично сосуществуют предметы интерьера на уровне арт-объектов, произведений искусства.

Остались в памяти крутящиеся кресла, вращающиеся малые формы, отмеченные премией Red Dot Design Awards. Из обивочных материалов в изобилии был представлен натуральный нубук, который использовали практически все премиальные бренды. Мастерски выделанная кожа украшала на выставке не только мягкую, но и корпусную мебель: комоды, платяные и книжные шкафы, прикроватные тумбы.

Из ярких трендов — геометрия в самых разных версиях, которая используются как в фактурных однотонных тканях, так и в аккомпанирующих элементах. Линейные миксы, кубические формы, объёмные многоугольники — прямолинейные и хаотичные геометрические дизайны вдохновляют сегодня декораторов всего мира. Доминируют однотонные ткани со сложными фактурами.

На модную авансцену буйно заступают тропики: паттерны с пальмовыми листьями и экзотическими кустарниками повсюду — эхо январской выставки Mai-

son&Objet. На площадках, напоминающих ботанический сад, повсеместно используется зелень; если в прошлом году живые растения точечно, акцентно украшали ультрасовременные кухни и авторские гостиные, то сейчас цветущие сады буйно разрослись в живописных экспозициях.

Актуальна имитация натуральных фактур, без сто процентного копирования природного архетипа, с применением новейших технологий, когда конечный результат выглядит целостно и дорого. Обратила внимание на стёганные ткани, которые набирают популярность от года к году.

Компания «Аметист» уже много лет посещает Миланский мебельный салон. Каждая поездка — это захватывающий поиск концептуальных решений, незабываемые эмоции и волна креатива, которая накрывает с головой. Отталкиваясь от увиденного, мы после этого создаём собственные коллекции, которые открывают новую страницу на рынке мебельных материалов, становятся эффектным воплощением всех модных тенденций.



Юлия Игнатьева

руководитель фабрики «Эвальд»

Нам было интересно, чем «дышит» Европа, в том ли направлении движемся, правильно ли подбираем ткани и декор для собственной коллекции мебели. Отправились в Милан, чтобы это проверить.

Выставка i Saloni обязательна к посещению для каждого, кто выпускает мебель не по прототипу соседа, а с учётом трендов и инноваций, для тех, кто никогда не останавливается на достигнутом. Приезжая в Милан, получаешь мощный импульс для новых разработок, выставка помогает продвинуться в создании собственной коллекции, которая будет транслировать рынку ценности твоего бренда.

Безусловный тренд, который мы отметили на стендах, — атмосфера 1970-х, с ломкой стереотипов, что особенно было заметно в экспозиции EuroLuce, где форма явно превалировала над собственно световым потоком. Из ярких моментов, которые обратили на себя внимание, отмечу трёхмерные тканевые решения с уходом в такую «урбанистическую этнику». В увлечении бархатом видна склонность к мешанству, но — без кричащих цветов, в сдержанных тонах. Тропический уют с мягкими растительными мотивами. Цветное стекло на поверхностях, похожее на мрамор. Изысканное сочетание цветов (например, мятный и бледно-розовый), форм, света и орнаментов.

Увиденное в Милане открывает простор для творчества, очень тонких вариаций в разработке промышленных образцов мягкой мебели и предметов интерьера. Это особенно актуально для таких компаний, как наша, которые сегодня выводят на мебельный рынок новые бренды.

БУДЬ В ТРЕНДЕ

Lamarty

ЛДСП
ПРЕМИУМ КЛАССА


E0,5

УНИКАЛЬНАЯ
КОЛЛЕКЦИЯ ДЕКОРОВ

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ
СТРУКТУРЫ ПОВЕРХНОСТИ

КЛАСС ЭМИССИИ
ФОРМАЛЬДЕГИДА E 0,5

www.lamarty.ru

ДЕЛАЙТЕ МЕБЕЛЬ
ИЗ ЭКОЛОГИЧНОЙ ЛДСП

ПОНИЖЕННОЕ СОДЕРЖАНИЕ
ФОРМАЛЬДЕГИДА ДЕЛАЕТ ВАШУ
МЕБЕЛЬ БЕЗОПАСНОЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ!

