

САЛОННОЕ ИСКУССТВО

ГОСТИНЫЙ ГАРНИТУР, ОБИТЫЙ АНГЛИЙСКИМ СИТЦЕМ В ЦВЕТОЧЕК, ПРЕВОСХОДНАЯ ГАМБСОВСКАЯ МЕБЕЛЬ — ДИВАН, ДВА КРЕСЛА, 12 СТУЛЬЕВ И КРУГЛЫЙ СТОЛИК О ШЕСТИ НОЖКАХ НАВСЕГДА ЛИШИЛИ ПОКОЯ ИПОЛИТА МАТВЕЕВИЧА ВОРОБЬЯНИНОВА. «АЭРОФЛОТ PREMIUM» ПОГОВОРИЛ С ДЕКОРАТОРАМИ, ДИЗАЙНЕРАМИ И АРХИТЕКТОРАМИ, КОТОРЫЕ СОЗДАЮТ НЕ МЕНЕЕ ВЫДАЮЩИЕСЯ ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА



ДМИТРИЙ БУХАНОВ
Основатель группы компаний Eclectic Group, владелец и управляющий шоу-рума bulthaup Kutuzovsky

Окончив Текстильный институт имени Косыгина, в середине 1990-х занялся продажей кухонной мебели из Германии. Сегодня, по прошествии 20 лет, Дмитрий Буханов является безусловным авторитетом и ведущим экспертом в вопросе функциональных кухонных интерьеров. В 2013 году он создал компанию Eclectic Group, объединившую флагманские шоу-румы и бутики премиальных немецких брендов bulthaup, Walter Knoll by WNK, Leicht, Nolte и Nobilia.



ЭЛЕОНОРА КАВАЛЛИ
Архитектор, наследница основателей, креативный директор и глава отдела коммуникации Visionnaire

В 1959 году в Болонье братья Кавалли учредили компанию IPE, специализирующуюся на производстве полиуретана. Вскоре инновационные разработки IPE были взяты на вооружение автомобильными концернами: они использовались для создания элементов салона и автомобильных кресел. Портфолио семейного холдинга постепенно росло, и в 2004 году появился Visionnaire — интерьерный бренд, работающий в бескомпромиссной манере итальянской эклектики.



МАЙК ШИЛОВ
Журналист, выпускник и лектор Международной школы дизайна, декоратор и дизайнер интерьеров

Выпускник журфака МГУ, первопроходец отечественной глянцевого журналистики, эксперт истории моды и дизайна. Всегда интересовался красотой во всех ее проявлениях и несколько лет назад получил профильное образование в Международной школе дизайна. Майк Шилов — автор самых узнаваемых и востребованных интерьерных концепций. По версии международного издания AD Magazine он входит в десятку лучших дизайнеров России.



АНИЛ КЕДЖЕЛИОГЛУ
Генеральный директор «Natuzzi Россия», вице-президент отдела продаж Natuzzi S.p.A. в странах Восточной Европы и России

Глава российского представительства Natuzzi — бизнесмен с большой буквы. В разное время под его началом компании Pirelli и Ariston многократно увеличили свои продажи. В распоряжении Анила Кеджелиоглу полный арсенал инструментов управления, но нынешняя позиция требует оперировать также искусствоведческими и дизайнерскими терминами — с чем он блестяще справляется на семи иностранных языках.



ЛИВИО БАЛЛАБИО
Дизайнер, архитектор, креативный директор Jumbo Collection и Gianfranco Ferré Home, сооснователь студии JCP

Сын мебельщика, выпускник Миланского политехнического института и любимый ученик знаменитого промышленного дизайнера Раффаэлле Креспи. Досконально изучив принципы создания мебели, Ливио Баллабио стал движущей силой многих современных интерьерных брендов. Дизайн для него — непрекращающийся эксперимент, а каждый новый проект — возможность по-новому взглянуть на организацию пространства.

1

Насколько постоянны или, напротив, изменчивы интерьерный дизайн?

ЛИВИО БАЛЛАБИО

Интерьерные тенденции, к счастью, не носят сезонного характера. У нас больше времени для разработки и создания того или иного проекта до того, как он выпадет из контекста. Однако такие нюансы, как цветовая гамма, текстиль и используемые материалы, в большей степени зависят от модных трендов.

АНИЛ КЕДЖЕЛИОГЛУ

Мы привлекаем к сотрудничеству лучших современных дизайнеров и воплощаем в жизнь идеи собственного архива, чтобы создавать сбалансированные и комфортные интерьеры. Гармония не может выйти из моды.

ЭЛЕОНОРА КАВАЛЛИ

Каждый сезон Visionnaire представляет новые коллекции и дополнения к уже имеющимся линиям. Прошло то время, когда люди десятилетиями пользовались одной и той же мебелью, годами смахивали пыль с одних и тех же хрустальных люстр. Мы видим спрос и готовы его удовлетворять, предлагая современные технологии, ручную работу, безупречное качество, смелый дизайн. Наши клиенты решают сами, сменить интерьер через год или оставить обстановку кабинета в наследство правнукам. Появление новых материалов и технологический прогресс побуждают нас внедрять новые разработки в свои коллекции. Мир не стоит на месте, так почему же наши дома должны оставаться за консервированными?

ДМИТРИЙ БУХАНОВ

Сфера интерьерного дизайна подвержена влиянию трендов, но не настолько сильно, как, например, мода. Как правило, тренды в мебель-

ную индустрию приходят не на один год. Одна из главных тенденций в сфере кухонной мебели — стремление объединить кухню и гостиную в одно целое. Практически все производители работают в данном направлении уже не один год, предлагая все новые и новые решения для логичного обустройства пространства. Если говорить о новых коллекциях, сроки их выхода зависят от конкретной фабрики. Например, фабрика bulthaup выпускает новинки раз в три, пять и более лет. Кухонные фабрики среднего ценового сегмента презентуют разработки раз в два года.

МАЙК ШИЛОВ

Мода оказывает существенное влияние на интерьерный дизайн. Например, после многих лет отрицания в моду снова вернулось желтое и розовое золото — в украшениях, аксессуарах и отделке одежды. Как следствие, интерьеры захлестнула мода на латунь и медь, полированные металлические поверхности — те же золотистые оттенки, но в другой интерпретации. Разумеется, хороший проект создается если не на века, то очень надолго. Интерьер высокого класса — серьезная инвестиция, и доверить его можно только профессионалу. Смысл не в том, чтобы объединить модную мебель и техни-



ку, а в том, чтобы найти баланс и задать определенный стиль всему пространству. Со временем, конечно, можно поменять обивку кресел, но хороший интерьерный проект должен существовать вне времени.

2

Где дизайнеры интерьеров находят вдохновение?

ДМИТРИЙ БУХАНОВ

Я бы выделил архитектуру.

ЭЛЕОНОРА КАВАЛЛИ

Вдохновляют нас клиенты, ставя перед нами невыполнимые, на первый взгляд, задачи. Мы помним свою историю, храним традиции и знаем, что лучшая мебель делается в Италии итальянскими мастерами. Роскошь, стиль и качество — основные понятия для нашей компании.

АНИЛ КЕДЖЕЛИОГЛУ

Юг Италии, прекрасная Апулия. Великолепная архитектура и богатая история этой земли. Неслучайно символом компании стало оливковое дерево.

ЛИВИО БАЛЛАБИО

У моего вдохновения нет конкретного источника. Путешествия, новые впечатления, люди, воспоминания — все это наполняет. Мне важно быть в курсе того, что творится вокруг, видеть созидание и быть его частью. Талантливые люди заряжают энергией и идеями.

3

В условиях роста интернет-торговли и популярности кустарного производства не теряют ли своей актуальности интерьерные выставки?

МАЙК ШИЛОВ

Участие в выставках позволяет производителям устанавливать >>

ТЕКСТ: ИЛЛА КРАСНОВА. ФОТО: DEPOSITPHOTOS.COM. ПРЕДОСТАВЛЕНЫ ПРЕСС-СЛУЖБАМИ

и поддерживать непосредственный контакт с дизайнерами, продавцами, профильными медиа. Для производителей это возможность «обкатать» прототипы новых моделей, собрать мнения, получить предзаказы; для посетителей — шанс своими глазами увидеть и потрогать то, что займет место в их домах, выбрать лучшее и сформировать собственное мнение о достоинствах той или иной марки. Так что это взаимовыгодное и очень продуктивное сотрудничество.

ДМИТРИЙ БУХАНОВ
Международные выставки для производителей мебели и дизайнерских компаний — это все равно что неделя моды для фешен-индустрии. Именно здесь показывают последние дизайнерские и технологические разработки. На крупные выставки со всего мира съезжаются архитекторы, декораторы, эксперты рынка и так далее. Участие в подобных мероприятиях позволяет брендам охватить большое число потенциальных клиентов. Более того, о ноу-хау брендов будет говорить вся международная пресса.

ЭЛЕОНОРА КАВАЛЛИ
На протяжении 55 лет наша компания ежегодно принимает участие в миланском Salone del Mobile. Это важная составляющая имиджа, особенно для итальянского бренда. В ноябре планируем посетить первую выставку iSaloni в Шанхае.

ЛИВИО БАЛЛАБИО
Интерьерный салон в Милане остается одной из самых влиятельных профессиональных выставок. Впрочем, мы используем все доступные средства коммуникации, и порой участие в локальных дизайнерских мероприятиях работает не хуже.

АНИЛ КЕДЖЕЛИОГЛУ
Несмотря на развитие интернет-торговли и альтернативных инстру-

ментов продвижения бренда, мы активно участвуем в iSaloni и представляем коллекции на выставках в Лас-Вегасе, Шанхае, Гуанчжоу и в ряде значимых локальных мероприятиях.

4 Цель интерьерного бренда — создание комфортного пространства для жизни или эксклюзивных арт-объектов?

ЭЛЕОНОРА КАВАЛЛИ
Наш стиль работы — это «тотал лук». Мы создаем общую концепцию пространства: гостиные, спальни, кабинеты, яхтенные интерьеры — абсолютно все. Какой бы стиль ни предпочитал клиент, мы предложим ему несколько готовых решений, где индивидуальность дизайнерских предметов мебели и арт-объектов будет органично вписана в общий проект.

ДМИТРИЙ БУХАНОВ
Комфорт и эстетика равноценны и практически неразделимы для современного потребителя. Производители должны выпускать качественный продукт с высокими эргономическими показателями и безукоризненными дизайнерскими решениями. Если фабрика этого делать не может, она не долго будет оставаться на плаву. В нашей сфере очень высокая конкуренция и чрезвычайно требовательные покупатели. Арт-объекты имеют право на существование, но если «объект» непригоден для повседневной жизни, то, скорее всего, владелец захочет от него избавиться.

АНИЛ КЕДЖЕЛИОГЛУ
Конечному потребителю должен нравиться интерьер в его доме, он должен передавать ощущение комфорта и покоя. Выверенные цвета, фактуры, формы, акценты, функциональность... Если появится не-

обходимость предложить конкретному клиенту некий эксцентричный арт-объект, мы это сделаем.

ЛИВИО БАЛЛАБИО
Создание интерьера — дисциплина, выходящая за рамки обыденного. Поиск комфорта — обывательский подход. Промышленный и интерьерный дизайн призван бороться с банальностью и растиражированным безликим уютом.

МАЙК ШИЛОВ
В интерьерном мире есть своя конфекция, свои прет-а-порте и откутор. Первая группа обставляет массовое жилье и общественные пространства среднего уровня, вторая — бизнес- и премиальный сегменты, третья — эксклюзивные резиденции, дома сильных мира сего, лучшие отели и курорты. Соответственно, в интерьерах двух последних категорий предметы утилитарные могут соседствовать с объектами, призванными удивлять и вдохновлять. У них всегда есть свой ценитель. В своих проектах я иногда использую уникалы — предметы интерьера, созданные в единственном экземпляре, — или изделия из лимитированных серий, которые интересны фанатам высокого дизайна. Такие объекты на стыке мебельного дизайна и искусства могут считаться инвестицией, и к тому же они совершенно функциональны: это комоды, диваны и даже шкафы.

5 Стильный интерьер — это всегда вопрос серьезных инвестиций или хороший проект можно осуществить малыми силами?

ЛИВИО БАЛЛАБИО
Хорошие идеи случаются и у именитых дизайнеров, и у брендов

среднего ценового сегмента. Но если мы говорим о качестве исполнения, надежности, долговечности, то здесь, конечно, премиальные бренды вне конкуренции. Масс-маркет просто не может производить товары высокого уровня.

ДМИТРИЙ БУХАНОВ
Многие клиенты отдают предпочтение мебели премиального сегмента, над разработкой которой трудились известные современные дизайнеры. Премиальная мебель — это качество. Она будет служить десятилетиями, сохраняя безупречный внешний вид. А талант — он, к счастью, встречается повсеместно, независимо от бюджета.

ЭЛЕОНОРА КАВАЛЛИ
Любая компания, занимающаяся интерьерами, должна четко понимать свою нишу, выстраивать позиционирование бренда и стараться быть лучшей в выбранном сегменте. Есть интересные домашние вина, но ни одно из них никогда не достигнет тех высот и уникальных характеристик, какие присущи винам известных домов. Проект, осуществленный малыми силами, может оказаться креативным, но серьезная работа всегда требует инвестиций.

МАЙК ШИЛОВ
Хороший дизайн не всегда подразумевает высокую цену. Например, в ассортименте «Икеи» есть отличные модные вещи — правда, их не так много. Выбор бюджетной продукции может быть оправдан отсутствием средств либо молодостью покупателя, но полноценный интерьер требует более изысканных и тщательно сделанных вещей. Пусть не роскошной мебели, но предметов интерьера, созданных хорошими дизайнерами, возможно и для компаний второго эшелона. А вот укомплектовать «Икеей» домашнюю



прачечную или гостевую спальню в мансарде — против этого я ничего не имею.

6 Какой исторический период, на ваш взгляд, можно назвать золотым веком интерьерного дизайна?

АНИЛ КЕДЖЕЛИОГЛУ
Для меня нет более или менее значимых исторических периодов. Современное искусство и интерьерный дизайн как его составная часть выросли на благодатной почве лучших художественных образцов. Как можно выбрать между готикой и Возрождением, Людовиком XIV и ар-деко? Ценно все.

МАЙК ШИЛОВ
Первая половина XX века — тогда бурное развитие промышленности, новые политические и социальные течения, эволюция личностных предпочтений сделали возможным появление русского авангарда, конструктивизма, баухауса, блистательного ар-деко. Произошла эволюция модернизма через функционализм к скандинавскому стилю. Все это питает современную архитектуру и дизайн, позволяет с помощью новых технологий и материалов осущест-

влять проекты, которые гении модернизма просто не могли воплотить в жизнь. Но по их частным архивам и переписке понятно, что они отчетливо представляли будущее и развитие собственных идей. В этой парадигме мы пребываем до сих пор, развивая идеи великих модернистов и признавая ар-деко в качестве последнего большого стиля.

ЭЛЕОНОРА КАВАЛЛИ
Высокое средневековье, ренессанс, итальянское барокко — величайшие творения человеческого гения, невероятный культурный пласт. При создании своих коллекций мы не фокусируемся на конкретных исторических периодах, но черпаем идеи повсюду, в том числе и в менее изученных стилистических направлениях. Традиции и инновации — вот что важно для нас.

ДМИТРИЙ БУХАНОВ
Период с начала прошлого столетия и до наших дней — время зарождения, становления и расцвета стиля минимализм. «Меньше — значит больше» — фраза архитектора-модерниста Людвиг Мис ван дер Роэ идеально описывает философию данного стиля. Мне нравится современный минимализм за его безупречные пропорции, идеальные ровные линии, гармонию, когда ничто второстепенное не отвлекает тебя от главного.

ЛИВИО БАЛЛАБИО
Начало 2000-х. В это время индустрия начала отходить от сложившихся представлений о промышленном дизайне, искать новые формы, сложные комплексные решения. В это время, как мне кажется, интерьерный дизайн приобрел наибольшую значимость. Процесс все еще идет, и он очень интересен. Думаю, эти 20–30 лет в скором будущем назовут новым золотым веком. 💎