

САЛОН

I N T E R I O R

Хранители
СНОВ
Интерьер
спальни

**Выйти
в свет**
Особняк
в Калининграде

57
*покупок
к лету*

**Мебель
для гостиной**

**Любо-
дорого**
Семейные интерьеры

16+



ВЫСТАВКА МИЛАН



1. Стол и стулья, коллекция Moore, дизайнер Умберто Аснаго (Umberto Asnago), i4 Mariani. 2. Буфет Twin, дизайнеры Буркхард Хес (Burkhard Heß) и Дитер Циммер (Dieter Zimmer), Draenert. 3. Стол Kandinsky, зеркало Anthea, консоль Atlante и подвесной светильник, дизайнер Массимилиано Раджи (Massimiliano Reggi); стулья, дизайнер Каstellо Лагравинезе (Castello Lagravinese), Casamilano



4. Кровать Saint Germain, коллекция Platinum, дизайнер Матильд Бретийо (Mathilde Bretilot), Trega Interiors Paris. 5. Кофейный столик Forest, дизайн Rugiano Design Lab, Rugiano



Теперь, как никогда, для каждого бренда важна своя философия. Маркетинговая стратегия ближайших лет предполагает, что ты продаёшь не столько какой-то конкретный предмет, сколько концепт жилой среды. Соответствующим образом оформленный и поданный: отсюда эффектные презентации со специально записанными под новую коллекцию саундтреками, каталоги с художественными, атмосферными съёмками и пространственным описанием каждой модели, где наряду с техническими данными содержится описание образа, который можно создать с помощью этой вещи. Флагманы индустрии расширяют ассортимент, предлагая приверженцам своего стиля всё более широкий выбор. Так, у GIORGETTI появилась первая в истории фабрики кухня, KARTELL выпустил первую детскую коллекцию.

Настроение стремятся создать с помощью живых растений, ярких, акцентных аксессуаров, арт-объектов. Удивительно, как в модном интерьере уживаются озеленение и современное искусство. Например, на стенде MOLTENI&C лианы, оплетающие стены, соседствовали с пуфами в камуфляжной обивке. У ROLF BENZ по-немецки строгая мебель нейтральных цветов сочеталась с концептуальной фотографией и скульптурными светильниками. Человек, его лицо, востребованы как составляющая этого нового диалога: дизайнеры переходят на личности, напрямую обращаясь к заказчику, указывая на родство интересов, стараясь пробудить чувства, вызвать определённую эмоцию.

«Каталог» настроений iSaloni 2016 мог бы выглядеть примерно так. Космополитичный, >