



ИНТЕРЬЕР МЕЧТЫ И МОДЫ В WEST.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР МОСКОВСКОГО DESIGN & DECORATION CENTER (DDC) АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВ ПОСЕТИЛ ДИЗАЙН-ЦЕНТР WEST С ЛЕКЦИЕЙ О СОВРЕМЕННЫХ ТРЕНДАХ ДИЗАЙНА. ОН РАССКАЗАЛ О СВОЕЙ ОЦЕНКЕ WEST И О ТОМ, КАК ОТРАЖАЕТСЯ ПОСЛЕДНЯЯ МОДА В ЕГО ШОУ-РУМАХ.

ТЕКСТ АЛЕКСЕЯ БЫКОВА.



— **Первый вопрос вам как гостю: как вам Ростов-на-Дону?**

— Я здесь бывал раз пять, но всегда отмечаю, что Ростов начинается с иллюминатора. Солнце, которое ты видишь за окном, не такое, как в Москве. Оно бьет в глаза, и позитив от этого сумасшедший. Да, на улицах нет песка и пальм, но здесь чувствуются юг и какая-то внутренняя «вольница». Люди здесь точно других нравов. Более свободные, более раскрепощенные и душевные, чем в Москве.

— **Дизайн-центр West — единственная такая площадка на Юге России. Как, с точки зрения эксперта, вы его оцениваете после экскурсии?**

— Я знаю в России три таких попытки. Первая была в Екатеринбурге, это дизайн-центр Architector, вторая — это московский Mod Design и здесь, в Ростове. С точки зрения товарной линейки и концепции того, как путешествует покупатель и проводит интерьерный шопинг, West продуман лучше всего. Фактически Mod провалился как единая интерьерная площадка, предлагающая любые продукты для воплощения интерьера мечты, а Architector страдает несбалансированным предложением: в одном пространстве могут находиться и низкие, и высокие бренды. Хотя он выглядит очень прилично, смешиваются целевые аудитории и появляется очень высокая внутренняя конкуренция. В West все выдерживается очень сбалансированно, и сегодня он заслуживает наивысших баллов.

— **Как характеризует город наличие такого центра?**

— Я не думаю, что, с точки зрения денег, Ростов — самый богатый город в России. По своим финансовым ресурсам, денежным потокам и бюджету его обгонят Казань, Екатеринбург, Краснодар, я уж не говорю о Москве и Петербурге. Но если здесь получилось то, что не получилось больше нигде, — а мы уже обсудили другие попытки — это говорит о профессионализме: во-первых, тех людей, которые делают этот центр, во-вторых, тех людей, для которых это делается. Нужно же не только создать оригинальную идею и донести ее — она должна быть еще и воспринята. Ты можешь быть суперпроороком и дать лучший возможный продукт, но он может быть не взят.

— **Вы регулярно посещаете европейские дизайнерские выставки. Давайте поговорим о последних трендах.**

— Их можно проследить по тем предметам, которые предлагают покупателям шоу-румы в West. Во время экскурсии я просто ходил и «считывал» с каждого павильона характерные черты последних веяний. Разумеется, наиболее очевидно можно проследить философскую основу, сгусток текущего тренда в дизайне — стремление к натуральности, близости к природе. Вы знаете, Европа помешана на этой «нетехногенной духовности», потому что она дает ответ на главный вопрос современного мира люкса.

— **Что вы имеете в виду?**

— Во всем мире «бум» потребления. Вещи обезценились. Любой официант носит крутейший телефон, мы покупаем перчатки и джинсы на один выход, машину можно при желании менять каждые полгода. За что же платить? Что же станет тем золотом, которое ты будешь ценить и к которому будешь привязан? Сегодня типичный европейский интерьер обязательно включает современную винтажную мебель из неструганной древесины или конструкции из старых паллет. Интерьеру преднамеренно придают брутальность, простоту, натуральность. Это стоит в одном ряду со страстью к экопродуктам, родниковой воде, чистому воздуху и здоровому питанию. Это европейский тренд, который продолжает входить в силу, — обращение к дикому, настоящему миру, ренессанс «природности».

— **Относятся ли к этому тренду, например, представленные коллекции мрамора или гранита?**

— Да, экостиль в обязательном порядке составляют необработанные природные материалы. Это можно назвать «ремесленной непосредственностью». Типовые материалы: мрамор, глина, малообработанное дерево, натуральные волокна, гли-

DESIGN CENTER WEST — ПЕРВЫЙ НА ЮГЕ РОССИИ ДИЗАЙН-ЦЕНТР ИНТЕРЬЕРНЫХ ШОУ-РУМОВ LUXURY-СЕКМЕНТА.

ДАТА ОТКРЫТИЯ — ОКТЯБРЬ 2014 ГОДА.

ПЛОЩАДЬ — 6 ТЫСЯЧ КВ. М.

ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ ТОВАРЫ — САНТЕХНИКА, КЕРАМИЧЕСКАЯ ПЛИТКА, МОЗАИКА, КАМЕНЬ, СВЕТ, ОБОИ, ТЕКСТИЛЬ, ДВЕРИ, ОТДЕЛОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, БАССЕЙНЫ, СПА, МЕБЕЛЬ, ЭЛЕМЕНТЫ ИНТЕРЬЕРА, НАПОЛЬНЫЕ ПОКРЫТИЯ, ПАРКЕТ, КОВКА, ДЕКОР, ЖИВЫЕ РАСТЕНИЯ.

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНТРА — КОНСУЛЬТАЦИИ НЕЗАВИСИМЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ДИЗАЙНЕРОВ, КОМПЛЕКСНЫЕ ДИЗАЙН-УСЛУГИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ DCW, НАЛИЧИЕ АРТ-ПРОСТРАНСТВА ПЛОЩАДЬЮ 800 КВ. М ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ РАЗНОМАСШТАБНЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ.

WWW.DESIGNCENTERWEST.RU



на. Наиболее люксовые модели выражают богатство и блеск металлом, в особенности сегодня в тренде медь и ее сплавы, а также цветами драгоценных и полудрагоценных камней. Причем фактура камней особенная — в моде разрезанный камень, в котором видно его натуральную природную фактуру через единственную обработанную лицевую сторону. Это очень красиво и много где используется.

— **Какие цвета будут основными в этом году?**

— Как можно догадаться, натуральные. То есть те, что мы видим в природе. Отсюда в шоу-румах много пыльных и влажных цветов. Что касается основного цвета, он не спускается к нам на скрижалюх и не угадывается интуитивно, его задают конкретные агентства. В дизайне интерьеров это Pantone. Главный тренд сезона по его версии — это сочетание припудренного выцветшего розового и серо-голубого. В этой палитре уже достаточно много коллекций. Также очень важна энергетика, которую задают контрастность и игра со светом: закатные краски, сумасшедшее сочетание цветов и тому подобное.

— **В коллекциях можно часто увидеть мотивы перьев и бабочек. Мне казалось, это**

появилось еще несколько лет назад.

— О, это просто тотальный тренд во всех отраслях дизайна и моды. Если 2–3 года назад с ними соседствовали шкуры и змеиная кожа, во Франции даже было принято ходить в пиджаке из кожи питона, например, то сейчас безраздельно правят бабочки и перья. Они во всем: в высокой моде, на принтах, в вышивке, нашивках на тюль перья, в разных сочетаниях. Если я не ошибаюсь, бабочки из моды уже лет пять не выходят, но к ним находят новые подходы и придумывают свежие концепции — это все очень активно живет.

— **Повестка дня и разговор о люксовом сегменте вынуждает задать этот вопрос. В завершение разговора хотелось бы спросить: как вы оцениваете будущее с точки зрения бизнесмена.**

— Для меня будущее однозначно светлое, потому что то, что сейчас происходит, — это часть жизни. Нужно воспринимать происходящее по-философски. Просто сейчас немножко все перевернулось, и оказалось, чтобы достойно жить, нужно много работать. Во всем мире так происходит, теперь и у нас так будет. А самое главное — нужно много делать того, чего не делает никто. Как делаем мы, как делает дизайн-центр West. X