



## ГЛАМУР

Сложносочиненные формы, обилие зеркал и глянцевых поверхностей, зеркальная мебель, полированный акрил — эти примеры роскошного гламура показали на High Point многие производители. Необработанные поверхности сочетаются с гладкими, яркие цвета соседствуют со спокойными, а ассиметричные элементы объединяются с более изысканными. От глянцевых столешниц, украшающих грубо обтесанные металлические ножки до кресел с обтекаемыми формами и сидениями из натурального волокна, ярмарка продемонстрировала сочетания, которые будут создавать гламурный облик завтрашних гостиных и спален.



# HIGH POINT MARKET 2017

## ТРЕНДЫ ЛОКАЛЬНЫЕ И ГЛОБАЛЬНЫЕ

В отличие от широко известной европейской Salone del Mobile, американская ярмарка High Point Market проходит дважды в год: весной и осенью. У нее колоссальный масштаб. Шоу-румы являются, зачастую, не выставочными боксами, а отдельно стоящими особняками, передвигаться между которыми нужно на автомобиле. На обширных выставочных площадках рождаются как глобальные направления, по которым движется дизайнерская мысль, так и более локальные мотивы «на сезон».

Текст: Анастасия Верескун Фото: пресс-служба High Point Market

### ЭТНО

Страсть к путешествиям захватывает интерьерный дизайн. Вдохновение прилетает из Мексики, Марокко, Центральной Африки. Последняя с характерными геометричными принтами в насыщенных красках, обилием желтого и жизнерадостным принтом завоевывает сердце (и дом) американского потребителя. А нас вдохновляет на этно-эксперименты.

### ИНДИГО

В насыщенный синий погружаются кресла, диваны, ковры, столики, аксессуары. В каждом предмете вневременной индиго объединяется с современным дизайном, чтобы продемонстрировать все богатство оттеночного диапазона.

### ШАРТРЕЗ

Цвет, активно претендующий на звание «нового черного». Не слишком желтый и не совсем зеленый, шартрез стал главным «хамелеоном» выставки. Привлекательный оттенок оказался удивительно разносторонним, украсив и бархатную обивку кресла в стиле 70-х, и уличный ротанговый гарнитур, локально проявив себя акцентами: подушками, светильниками и другими штучками, придающими интерьеру живую энергетику и бесшабашность. Дизайнеры продемонстрировали универсальность оттенка, объединив его в различные палитры. Парный с белым и яркими тонами шартрез стал игрив и забавен. В партнерстве с глубокими красками и цветами драгоценных металлов — благороден и даже драматичен.



Шоу-румы ярмарки настолько масштабные, что передвигаться между ними приходится на автомобиле.

## ДРАГОЦЕННОСТИ

Бриллианты вечны, как и драгоценный блеск декора. По крайней мере, в американском дизайне. В оформлении светильников и аксессуаров кристаллы встречаются часто. Но вот если «драгоценные» грани увеличить до размера зеркала или комода? Получается смело и эффектно! Выставочные стенды продемонстрировали, как классические образы можно переосмыслить через блеск драгоценностей. Еще один запоминающийся тренд — имитация малахита в сочетании с белым, черным, золотом.

## ЗОЛОТО

Всегда востребовано создателями и потребителями американского дизайна. Неизменный признак респектабельности в этом сезоне предстает в виде тончайших инкрустаций, позолоченных ножек и подлокотников, золотистой ткани и аккуратно подобранных аксессуаров. Следуя жизнерадостному стремлению к золоту, мебель одевают в рыжую кожу. Не допустить перебора в эффектности диванам и креслам помогают простые лаконичные формы.

## ШИНУАЗРИ

Азиатское влияние неоспоримо не только в политике и экономике, но и в дизайне. Заметно оно в аксессуарах, текстиле, форме и декоре мебели, настенных покрытиях. Стоило прогуляться по выставочным залам High Point, чтобы убедиться: переключаясь с цветовыми тенденциями, восточные узоры вывели шинуазри на новый уровень. Причем постарались не только китайские, но и американские производители.

## ТУМАН

Пример локального тренда. Приглушенные цвета, серые оттенки, узоры, нарисованные тенью, проявляются на обоях, текстиле, мебельных обивках и абажурах ламп. По мнению экспертов, «туманное» настроение надолго в дизайне не приживется. Поэтому не спешите зашивать комнаты в серую гамму, а добавьте несколько аксессуаров и декор, который своей актуальности не потеряет.







Гостями High Point Market стали профессионалы со всего мира. Для дизайнеров юга России посещение выставки стало подарком от дизайн-центра WEST. Победители конкурса, организованного центром, получили возможность посетить США и увидеть экспозицию выставки своими глазами. Участники делятся впечатлениями.



**АЛИСА СОКОЛОВА  
И ИРИНА КАШИНА,**  
*дизайнеры*

В этом году благодаря дизайн-центру WEST мы вместе с дизайнерами из Ростова-на-Дону, Краснодара и Новороссийска с большим интересом и восторгом посетили выставку High Point Market в США. Экспозиции мебели фабрик в великолепно созданной «жилой» среде обитания демонстрируют тесную связь потребностей человека с развитием комфортных модных тенденций. Бренд Harken, как всегда, силен экологической чистотой продуктов, Sagacole — стильным и оригинальным дизайном, Hooker и Henredon — надежностью американской классики, Theodore Alexander — английским «акцентом», а John Richard — неповторимым шиком и роскошью. Мы очень благодарны Науму Альперу и Валентине Харченко за профессиональную организацию путешествия, благодаря которым мы познакомились с ведущими дизайнерами Америки: Кристофером Гаем, Ларри Ласло, Мэри МакДональд, Селери Кэмпбелл и другими. Квинтэссенцией впечатлений для нас стала великолепная вечеринка по поводу открытия нового шоу-рума Кристофера Гая.



**ОЛЬГА ГЕРАСИМОВА,**  
*дизайнер*

Американские дизайнеры и производители, на мой взгляд, сейчас стали даже более интересны, чем европейские. Европейский рынок переживает экономический кризис. Салоны и производители вынуждены «снижать планку», отказываться от эксклюзива в пользу масс-маркета, чтобы сделать свой продукт более доступным для покупателей. Американцы же по-прежнему могут себе позволить работать для «избранных клиентов» и относиться к интерьеру как к искусству. Поразила площадь выставки High Point Market. Она огромная! Шоу-румы известных брендов занимают тысячи квадратных метров, зачастую расположенных на нескольких этажах. Это позволяет в деталях оценить особенности представленных коллекций. Мне очень понравилась организация поездки дизайн-центром WEST, все на крайне высоком уровне. Впечатлили также тематические экскурсии с упором на архитектуру и дизайн. Возможность знакомства с архитектурными шедеврами и их историй дает массу вдохновения, что очень важно для работы дизайнера.



**ВАЛЕРИЯ РОМАШКО,**  
*дизайнер*

Благодаря дизайн-центру WEST нам представилась возможность познакомиться в США с широким ассортиментом фабрик, с которыми работали на протяжении долгого времени. Американский подход к дизайну, приемы, мебель отличаются от европейского. Здесь все иначе. Было очень познавательно посмотреть модельный ряд во всех цветах, вариантах отделки и размерах. Теперь все это укладывается в голове совершенно по-иному. Новые фабрики так же приятно удивили своими неограниченными идеями. Впечатления от поездки прекрасные! Очень хороший опыт и источник вдохновения, который позволяет в дальнейшей работе и новых проектах выйти за рамки привычного.



**АННА ШЕМУРАТОВА,**  
*дизайнер*

Целью нашего путешествия на другой край Земли были Нью-Йорк, Чикаго и Гринборо — места проведения High Point Market. Это был взгляд на мебельный и интерьерный бизнес с точки зрения американской культуры. Она сохраняет удивительный, потрясающий уровень работы со сложными материалами: зеркало, металл, акрил. Особенно акрил. Один только взгляд на акриловую мебель рождал ощущение невесомости и лоска. Она представлена практически у всех фабрик на выставке. Приятный сюрприз — личное общение с дизайнерами, представлявшими свои творения. Мы познакомились с Мэри МакДональд, Селери Кэмпбелл, Дэвидом Сантьяго. Особый восторг — посещение нового восхитительного шоу-рума Кристофера Гая. Воображение поражено. Вдохновение получено. Архитектура, люди, настроение и атмосфера all that jazz... Благодаря Валентину и Наума за чудеса!

