

CERSANEX

magazine

Керамика | Камень | Сантехника

БЛИЦ-ИНТЕРВЬЮ

Grespania Ceramica, Webert

Peronda Ceramicas, FIANDRE

Gardenia Orchidea, Apavisa

Porselanosa, Newform

ВИТРИНЫ ПРОДУКЦИИ

КОМПЛЕКТАЦИЯ ПРОЕКТОВ

3D МОДЕЛИРОВАНИЕ

ДИЗАЙНЕРЫ КОЛЛЕКЦИЙ

Versace, Valentino, Dimitriadis

Armani, Urquiola, Cavalli



Дорогие друзья, мы рады представить вам второй выпуск уникального специализированного издания CERSANEX Magazine, посвященного сантехнике, керамике и камню.

Накануне открытия выставки MosBuild новый выпуск журнала CERSANEX публикует эксклюзивные интервью с первыми лицами ведущих европейских марок сантехники и керамики.

Широко представлены в журнале новые коллекции, разработки и технологии, подготовленные участниками специально для премьерного показа на выставке MosBuild.

Рубрика «Дизайнеры коллекций» представит интервью и новые коллекции от известных кутюрье Valentino, Cavalli, Versace, Armani и раскроет секреты создания модных трендов для современного дома.

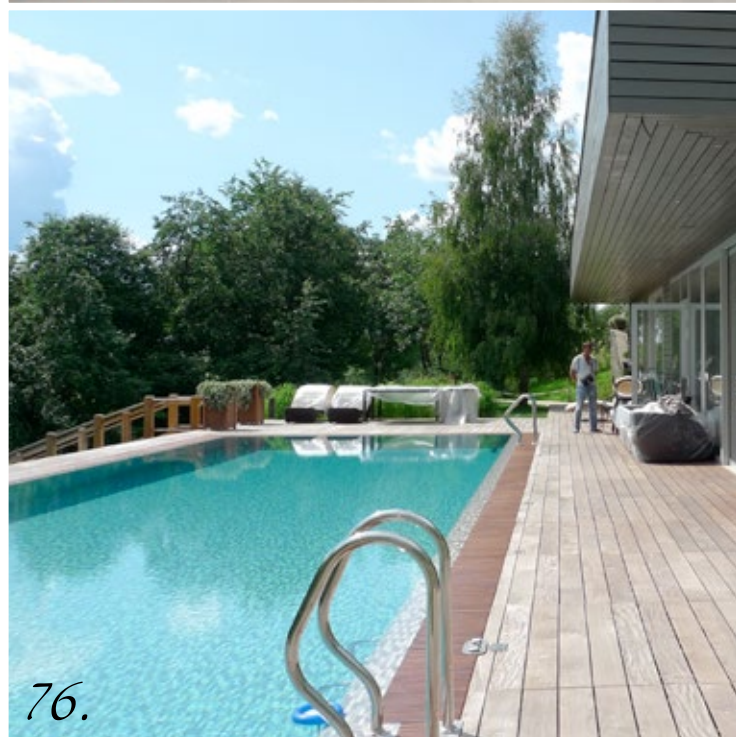
Дизайн – это не только технологии, материалы и функционал, но и эмоции восприятия. Эту тему развивают в нашем журнале 3D проекты по оформлению и комплектации интерьеров ванных комнат от ведущих дизайнеров и архитекторов.

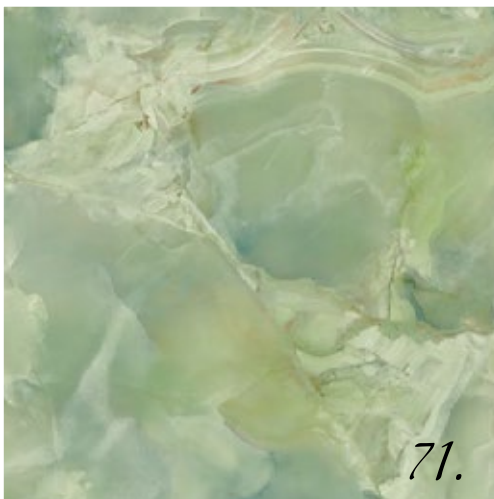
Вторая неделя выставки MosBuild целиком посвящена выставкам и экспозициям крупнейшего тематического раздела Cersanex. Неделю Cersanex сопровождает обширная деловая программа, в рамках которой будут представлены экспозиции работ номинантов международного архитектурного конкурса «ArchCeramica. Керамика и Архитектура». На новой специализированной площадке MosBuild School, организованной для молодых архитекторов, дизайнеров и студентов, пройдут мастер-классы, воркшопы и тренинги. Обо всех мероприятиях и событиях предстоящей выставочной недели MosBuild Cersanex вы сможете узнать на страницах журнала.

Мы ценим Ваше мнение. Пожалуйста, присылайте свои пожелания и замечания на адрес:

mbsite@ite-expo.ru

С уважением,
директор проекта MosBuild
Рузанна Саркисова





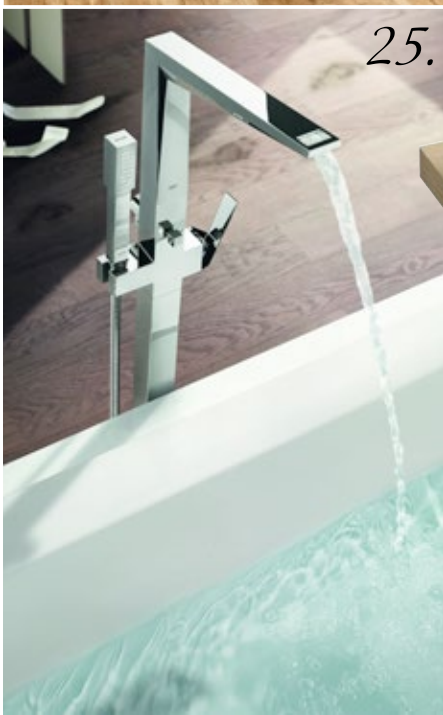
71.



52.



21.



25.



24.

Учредитель: ITE Group plc.
Издатель: Группа компаний ITE
Директор проекта MosBuild: Рузанна САРКИСОВА
Главный редактор: Татьяна ОНЕГИНА
Журналисты: Анастасия СМОЛИНА, Светлана КОРОЛЕВА
Фотографы: Сергей РЕУТОВ, Сергей САВЕЛЬЕВ
Дизайн и верстка: Олеся ЧИСТЯКОВА
Корректор: Светлана БЫЧКОВА

Выставка MosBuild Cersanex	5
Деловая программа	7
Интервью	9
Новинки выставки	19

DESIGNERS

Дизайнеры коллекций	31
MosBuild School	40
Камень	47
Технокерамика	54
Витрина продукции	57
Комплектация проектов	58
Сантехника: чудеса, да и только!	74
Проект бюро «МАМАдизайн» и Оксаны Ярмольник	76
Уникальный CD диск и электронный билет	81

Адрес: 129164, Москва, Зубарев пер., д. 15, стр. 1
«Чайка-плаза», вход с торца здания
Тел.: +7 (495) 935-73-50, 788-55-85
Факс: +7 (495) 935-73-51
Web-site: www.mosbuild.com
Для обратной связи и по вопросам
размещения рекламы: mbsite@ite-expo.ru
Адресная рассылка: более 350 000 специалистов

RUSSIA'S LEADING BUILDING & INTERIORS EXHIBITION

MosBuild



ARCHITECTURE • CONSTRUCTION • DESIGN • DECOR

2 – 5 APRIL 2013
EXPOCENTRE

**BUILDING
& INTERIORS**

Building Materials &
Equipment • Interiors

2 – 5 APRIL 2013
**ALL-RUSSIAN EXHIBITION
CENTRE (V.V.C.)**

FENESTRATION

Windows • Facades
Gates & Automation

16 – 19 APRIL 2013
EXPOCENTRE

CERSANEX

Ceramics • Stone • Bathrooms

Реклама

Official Information Partner:



Official Media Partner:



Strategic Internet Partner:

itar-tass.com



Supported by:

Коммерсантъ



Approved:



Exhibition audit:

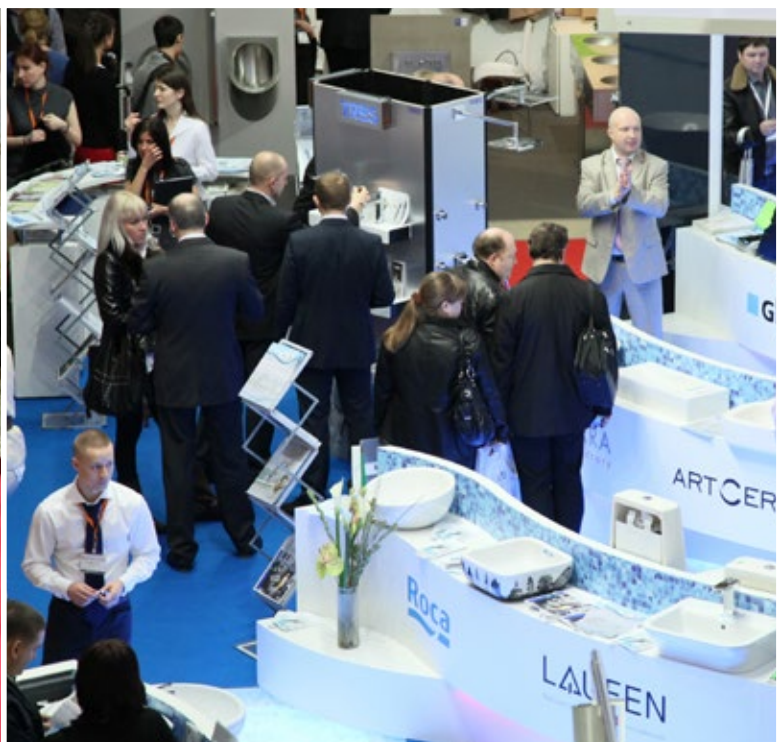


Our ideology:



www.mosbuild.com





MosBuild Cersanex

Вторая выставочная неделя MosBuild полностью посвящена тематическому разделу **Cersanex / Керамика. Камень. Сантехника**. С каждым годом увеличивается количество участников выставки. В 2013 году павильоны Cersanex займут всю территорию **ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне**. MosBuild Cersanex пройдет **с 16 по 19 апреля** и будет включать 5 специализированных выставок: «Керамика», «Камень», «Технокерамика», «Сантехника. Интерьеры ванных комнат», «Бассейны, сауны и SPA». Cersanex — крупнейшая и единственная в России экспозиция керамической плитки, мозаики, натурального и искусственного камня, сантехники, бассейнов, саун и СПА. Ежегодно лидирующие компании отрасли представляют новые коллекции и современные интерьерные решения, позиционируют уже известные бренды и популярные модели. Тематический раздел MosBuild Cersanex будет сопровождаться обширной деловой программой, в рамках которой пройдет конференция «Развитие рынка керамической плитки в России. Тренды и перспективы», состоится 5-й Международный архитектурный конкурс «ArchCeramica. Керамика и Архитектура», а также запланированы презентации и семинары от ключевых игроков рынка сантехники и керамики.

Участниками MosBuild Cersanex в 2013 году станут известные компании — мировые лидеры отрасли: Kerama Marazzi, Atlas Concorde Group, Roca Group, Kohler Rus, Керамогранитный завод (Italon), Keuco, Geberit, Kaldewei, Hansgrohe, Vitra, Duravit, Herbolital, TOTO, Gustavberg, Villeroy&Boch, Nicolazzi, Tagina, Granitifiandre, Керамин, Cersanit, Peronda, Ceramicas Aparici, Нефрит Керамика,

Rosstyle, PM Valentino, ATEM, Ласселсберг, Керамир, Сокол, Caesarstone, Архикамень, Архистиль, Mocapog, Pragosa, Marcopool, Harvia, Saunaland, Sibelco, Sacmi, Esmalglass, Colorobbia.

[Полный список участников](#)

Многие компании — производители керамической плитки всегда готовы приятно удивить российских покупателей новыми коллекциями, созданными специально для России. В рамках выставки традиционно планируются премьерные демонстрации новинок. Особым интересом у посетителей будут пользоваться национальные экспозиции. Национальный павильон Италии будет представлен на выставке при поддержке ассоциации производителей керамики Confidustria Ceramica, ассоциации производителей камня Confidustria Mamomachine и ассоциации производителей оборудования для керамической промышленности ACIMAC. Выставочная экспозиция Испании организована при поддержке Ассоциации производителей керамики — ASCER. Павильон Греции подготовлен при содействии некоммерческой организации под руководством Министерства развития Греции — НЕРО. Демонстрация экспозиции Португалии пройдет при участии АЕР — Ассоциации предпринимателей Португалии.

В специализированном журнале CERSANEX Magazine специально к открытию выставки подготовлены интервью с представителями испанских и итальянских компаний — производителей сантехники и керамической плитки, материалы о современных тенденциях в дизайне керамической плитки от известных Домов моды: Valentino, Cavalli, Versace. Опубликованы проекты по оформлению и комплектации интерьеров ванных комнат от ведущих архитекторов. ■■

MosBuild

ПРЕДСТАВЛЯЕТ

Новые инструменты развития вашего бизнеса

MosBuild
Diamond Club

Клуб для крупнейших
закупщиков
строительных и
отделочных материалов

DIY Forum 

Ведущие DIY сети,
производители
и поставщики строительных
и отделочных материалов
на одной площадке!

 **MADA**
MosBuild Architecture
and Design Awards

Международная премия
для молодых
архитекторов и студентов
архитектурных вузов

e3 Forum 

Деловое событие,
посвященное экологии
и энергоэффективности
в строительстве
и архитектуре


MosBuild School

Специализированная
площадка «активного
образования»
для дизайнеров
и архитекторов

e3  Awards

Первая Международная
экологическая премия
с присвоением знака
экологического качества
e3 знак

 **archceramica**

5-й Международный
архитектурный конкурс
«ArchCeramica. Керамика
и Архитектура»

MosBuild 
magazine

Отраслевые журналы

CERSANEX
magazine

MosBuild 
CERSANEX

Международная
конференция «Развитие
рынка керамической
плитки в России.
Тренды и перспективы»





MosBuild Cersanex / Керамика. Камень. Сантехника 16–19 апреля, ЦВК «Экспоцентр»

16 АПРЕЛЯ

12.00–15.00

Место: павильон 2, конференц-зал

Конференция **«Развитие рынка керамической плитки в России. Тренды и перспективы»**

Участники: Маурицио Маццотти, CERAMICHE ATLAS CONCORDE; Станислав Кучер, «Атем»; Кокшаров Андрей Владимирович, завод «Сокол»; Мамонтов Олег Игоревич, «IndexBox».

17 АПРЕЛЯ

13.30–16.00

MosBuild School — специализированная площадка на выставке MosBuild, в рамках которой состоятся мастер-классы известных архитекторов и дизайнеров, обучающие воркшопы и тренинги от лучших преподавателей профильных вузов и экспертов архитектурного и строительного рынка.

13.30–14.30

Место: павильон 2, зал для семинаров 4

Workshop Майка Шилова **«Проектирование ванных комнат: как избежать ошибок»**

15.00–16.00

Место: павильон 8, конференц-зал

Мастер-класс Pentagon Design **«Предметный дизайн – мировые тренды 2013 года»**

Специальные проекты 2013

16–19 АПРЕЛЯ

Место: павильон 8

Группа сайтов 360.ru представляет специальную экспозицию «Тенденции на 360 градусов». В рамках этого проекта была собрана команда практикующих российских дизайнеров и декораторов, которые выделили основные тенденции оформления современного интерьера.

Специальная экспозиция «Энергоэффективные дома» от студентов второго курса кафедры «Основы архитектурного проектирования» Московского архитектурного института (МАРХИ).

Экспозиция номинантов международного конкурса «ArchCeramica. Керамика и архитектура». Лучшие проекты, созданные с использованием керамической плитки в архитектуре и дизайне. ■■■

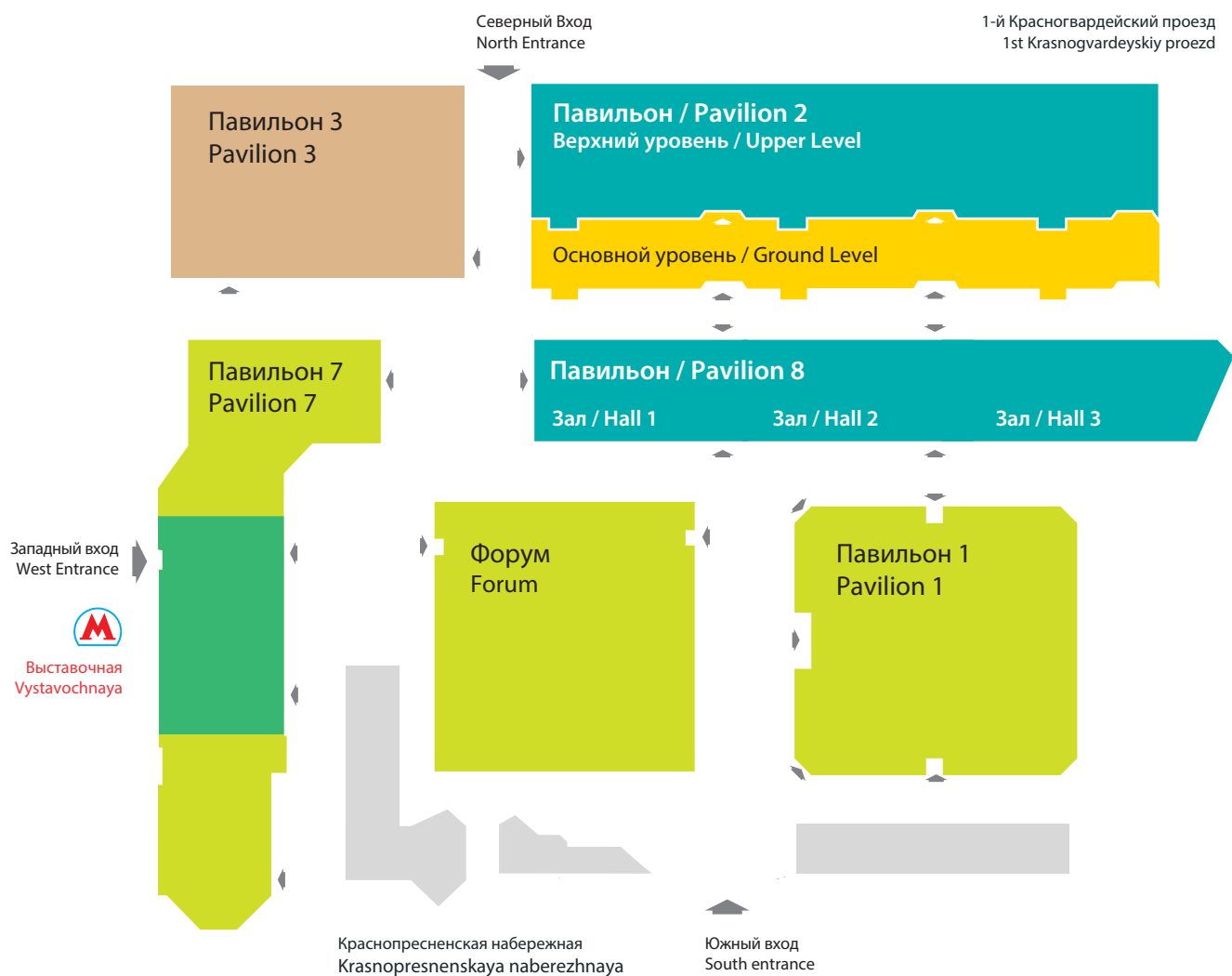
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
Moscow, Expocentre Fairgrounds

16 – 19 АПРЕЛЯ • APRIL 2013

MosBuild

CERSANEX

Керамика • Камень • Сантехника



STONEX
Камень

CERAMICA
Керамика

TECHNOCERAMICA
Оборудование и технологии
для керамической
промышленности

POOL, SAUNA & SPA
Бассейны, сауны и СПА

BATHROOMS
Сантехника, интерьеры
ванных комнат



MosBuild – лучшее место для презентации плитки

Лидеры европейского рынка керамики охотно делятся своим мнением о выставке MosBuild и российской строительной индустрии в целом. Antoni Arrufat Forrat, региональный менеджер ведущего испанского производителя керамической плитки **Grespania Ceramica**, дал эксклюзивное интервью журналу CERSANEX Magazine

Как долго ваша компания присутствует на российском рынке?

Наша компания работает на российском рынке уже около 17 лет. У нас есть представительство, но сейчас мы все чаще работаем с клиентами напрямую. Мы даем покупателю возможность выбора: сделать заказ через агента или напрямую на предприятии.

Насколько важен для вашей компании рынок России и стран СНГ?

По объему экспорта для нас это третий рынок после Франции и Германии. Мы производим около десяти коллекций, очень популярных на российском рынке.

В чем разница между российским и европейским потребителем?

Основная разница в цветовой гамме. Россияне предпочитают яркие насыщенные цвета. Размер тоже имеет значение — в России крупные изделия продаются лучше. Еще одно различие — декоры. В Испании и в Европе мы продаем не так уж много декорированных элементов, у нас бо-

лее популярна мозаика. А в России популярна плитка с декором или глянцевая, как напольная, так и настенная. Однако в последнее время ситуация начала меняться. Хочется отметить, что у каждого региона России, будь то Москва, Санкт-Петербург, Нальчик или Иркутск, свои предпочтения. Каждый год мы производим пять или шесть линеек, предназначенных для России.

Как на работу вашей компании влияет рост российского рынка?

Уровень конкуренции сегодня достаточно высок, ведь российский рынок привлекает всех производителей. Но мы работаем здесь уже много лет и добились успеха. У нас уверенная позиция на рынке и хорошие связи с клиентами, ведь мы принимаем во внимание особенности регионов. В России очень важно наладить личный контакт.

Какие новые продукты или технологии Grespania вывела на рынок в этом году?

Мы выпустили настенную плитку нового размера - 25x75. Ряд

наших клиентов заинтересован в приобретении именно такого товара. Что касается технологий, мы начали наносить цифровую печать с более четким изображением, которая пользуется спросом у российского потребителя. Мы много ездим по России, по фабрикам, где люди много знают о производстве плитки, ведь мы все разъясняем. Они и сами приезжают в Испанию посмотреть на наше производство.

Вы приглашаете дизайнеров для создания коллекций, или над ними работают ваши специалисты?

Существуют разные пути. Иногда мы приглашаем дизайнера, иногда идеи возникают внутри компании. Порой я сам нахожу интересные образы в камне, живом дереве или где-то еще, тогда я пытаюсь передать их нашим дизайнерам, чтобы они разработали продукт.

Каковы цели участия в выставке MosBuild?

Прежде всего мы представляем здесь новую продукцию, кроме этого находим клиентов, в основном из регионов. Региональные рынки динамично развиваются. Мы участвуем в MosBuild уже много лет, выставка очень важна для нас. Она позволяет продемонстрировать рынку сразу все, что мы производим. Это очень важно, учитывая характер российских покупателей, которые хотят посмотреть не просто один образец плитки и панели, им важно увидеть полный спектр продукции, поэтому мы ищем экспозицию, где сможем представить нашу плитку наиболее полно. Представляя только один или два вида плитки, рискуешь потерять суть коллекции. Кроме того, присутствие на MosBuild убеждает целевую аудиторию, что компания активно работает на рынке, это тоже немаловажная причина участия в выставке. Мы с нетерпением ждем встречи с представителями торговых компаний и с архитекторами на MosBuild 2013. ■■

Компания **Grespania Ceramica**
ЦВК «Экспоцентр»
Павильон 2, зал 2, стенд D609

MosBuild – лучшее вложение в коммуникации

На вопросы CERSANEX Magazine
отвечает представитель
компании **Peronda Ceramicas**
Ismael Garcia Sanz

Как ваша компания работает на российском рынке?

Сейчас мы представлены в 14 регионах страны, и в каждом из них у нас есть импортер. Peronda работает в России уже почти 20 лет — дольше, чем любая другая испанская компания. Мы развиваем рынок с момента его появления. Россия и страны СНГ очень важны для нас. Мы сосредоточились на работе с Восточной Европой, так как это около 20 % нашего экспорта.

Выпуская новую коллекцию, мы держим в уме российский рынок, ведь прежде чем запустить новинку, мы изучаем потребителя, для которого она предназначена. Мы приглашаем специалистов из России посетить наши фабрики и высказать свои идеи — так мы взаимодействуем с потенциальными покупателями.

Россиянам понравилась марка Museum, самая высоко-

классная плитка из нашего ассортимента. Это глянцевые модели размером 44x44, 60x60 или 60x120 мм. Museum делится на два направления: в классический стиль входит несколько видов мрамора и декоров, а также модели, больше предназначенные для дизайнеров.

Для продвижения продукции на российском рынке мы создали аккаунт в Facebook и русскую версию нашего сайта. Информация о нашем бренде и новинках публикуется в ряде журналов. Кроме этого мы участвуем в выставке MosBuild — это лучшее вложение в коммуникации. Нам очень важно присутствовать на MosBuild и представлять там качественную продукцию.

Чем российские потребители отличаются от европейских?

Сейчас мы сосредоточились на работе над глянцевой напольной плиткой, именно этот продукт больше всего экспортируется в Россию.

Возрос ли уровень конкуренции на российском рынке?

Конечно. Испанский рынок идет на спад, и всем нужны экспортные каналы. Компании думают, куда экспортировать свою продукцию, и часто останавливают выбор на России, ведь это развитая экономика и 140 миллионов потребителей, так что рынок очень привлекателен. Тут много людей с высокой покупательской способностью.

Какие новые товары вы представите в этом году на MosBuild?

Уже создано 10 новых моделей специально для российского рынка. Кроме того, мы разработали еще одну коллекцию под названием Provence, вдохновленную средиземноморским стилем жизни. ■■

Компания **Peronda Ceramicas**

ЦВК «Экспоцентр», Павильон 2, зал 2, стенд D511

Коллекция Hermitage,
серия Museum

Как долго ваша компания представлена на российском рынке, и по какой схеме вы работаете?

У нас нет представительства, мы работаем напрямую с дилерами и дистрибьюторами. Например, в Санкт-Петербурге у нас есть дилер, который охватывает весь город. В Москве работают два дилера, продающие через свои сети. Кроме этого в Москве у нас есть пара дистрибьюторов, которые ведут торговлю по всей России.

Какое значение для вас имеет российский рынок и рынки стран СНГ?

Это один из наиболее важных рынков для Webert, ведь мы видим его потенциал. В Западной Европе нет таких перспектив роста, там мы можем увеличивать свою долю лишь понемногу. Российский же рынок продолжает расти. Помимо Москвы, Петербурга и некоторых других городов есть еще много мест, куда стоит завозить нашу продукцию. Там «изголодались» по настоящим итальянским товарам.

Есть ли разница между европейским и российским потребителем?

Россияне предпочитают классический стиль и богатый внешний вид — больше золотой и бронзовой отделки, кристаллов Сваровски, а вот модерн менее популярен.



Коллекция Katerina



Коллекция смесителей Aiga



Коллекция Greta



Коллекция 360° evolution

Россия – один из важнейших рынков для Webert

На вопросы редакции CERSANEX Magazine отвечает Mario Molinari, директор по продажам и маркетингу компании **Webert**

Какую продукцию вы производите специально для российского рынка?

У нас есть несколько серий, созданных исключительно для России и стран СНГ. У них даже названия русские: Katerina, Orlov, Alexandra. В отделке этих коллекций используются кристаллы Сваровски.

Как вы продвигаете компанию в России?

Прежде всего, на выставке MosBuild, которая каждый раз становится событием года. Мы не пропустили ни одной с 2006 года. Продвижение также ведется и с помощью дилеров, организующих встречи с архитекторами и дизайнерами. Кроме этого я провожу в России тренинги по продуктам.

Можно назвать MosBuild ключевой выставкой для вашей компании?

Да, абсолютно. В конце года мы обычно обсуждаем, на каких выставках будем присутствовать в следующем году. MosBuild — одно из немногих мероприятий, участие в котором даже не обсуждается. Мы точно там будем.

Какие новинки Webert представит на MosBuild 2013?

Мы представим что-нибудь классическое. Новое, но традиционное.

Компания **Webert**

ЦВК «Экспоцентр»

Павильон 1, стенд A205

MosBuild – это *возможность* встретить множество дизайнеров и архитекторов

Коллекция Maximum

Интервью с Graziano Verdi,
президентом и исполнительным
директором **FIANDRE**
Architectural Surfaces

Как ваша компания представлена на российском рынке?

Компанию представляют ведущие дистрибьюторы, которые презентуют продукцию FIANDRE на высоком уровне. Конечно, нам приходится осуществлять необходимую логистику и поддерживать репутацию компании с высокими стандартами, так что мы просто обязаны работать только с лучшими дистрибьюторами, что мы и делаем.

Как вы продвигаете свою компанию в России?

С одной стороны это мерчендайзинг и логистика. Есть и стратегически более важная работа, которую мы проводим совместно с архитекторами и дизайнерами. MosBuild - как раз то место, где наши сотрудники встречаются с ведущими дизайнерами и архитекторами России. А получив заказ, мы должны обеспечить логистику и четко соблюдать сроки доставки.

Насколько важен для вашей компании российский рынок и рынки стран СНГ?

Значение российского рынка возрастает с каждым годом. Этому в какой-то мере способствовал кризис в большинстве европейских стран, по крайней мере, на юге Европы.

Чем отличаются европейские и российские потребители с точки зрения их предпочтений?

Еще 2 - 3 года назад разница была велика. Но сегодня глобализа-

ция и интернет многое изменили. Например, продукция в современном стиле практически не использовалась в России, а сейчас спрос на нее появился. Конечно, сохраняются и различия. Традиционные материалы, насыщенные цвета и сегодня встречаются на российском рынке чаще, чем на каком-либо другом.

Вы производите коллекции специально для российского рынка?

Да, недавно мы представили замечательную коллекцию Precious Stones, куда вошли самые большие в мире облицовочные пластины 300x150 см. А еще мы производим оникс и мрамор, которые редко встречаются в природе и на рынке.

Какую продукцию вы будете представлять на MosBuild 2013?

Мы продолжаем развивать все наши серии: Precious Stones, Maximum и Active, которая обладает антибактериальным эффектом и уменьшает неприятные испарения в воздухе. Эта инновация важна для здоровья людей. Мы сосредоточимся на двух позициях: «здоровые» и самые большие на рынке плиты.

Какую роль выставка MosBuild играет в вашем общении с целевой аудиторией и продвижении продукции?

Выставка очень важна для нас сейчас и будет еще важнее в будущем, так как по нашим прогнозам российский рынок может расти на 15 - 20 % в год в течение следующих пяти лет. MosBuild — это возможность пообщаться с наиболее значительными дистрибьюторами, держать руку на пульсе рынка, наладить контакт с ведущими архитекторами и дизайнерами и продвигать бренд — даже если он на вершине рейтинга. Важно всегда продолжать развиваться, а не просто сохранять позиции. ■■

Компания **FIANDRE**

ЦВК «Экспоцентр»

Павильон 2, зал 2, стенд С607

Коллекция Active antibact

Коллекция Precious Stones

Россия – это множество вкусов

Эксклюзивное интервью с Victor Mora Marin, региональным менеджером испанской компании **Porcelanosa**, производителем полной линейки товаров для ванных комнат и SPA

Важен ли рынок России и СНГ для вашей компании?

Значимость этого рынка повышается год от года, ведь и сам рынок растет. Мы производим целый ряд продуктов с оглядкой на Россию.

Велика ли разница российских и европейских предпочтений?

Я бы не сказал, что в России один общий вкус. Существует множество российских вкусов, даже если Москву и Россию считать единым рынком, что не совсем точно. Все зависит от уровня представленной потребителю продукции. Бытует мнение, что россияне предпочитают роскошь, но они знают толк и в минимализме. Все зависит от конкретного потребителя, чей вкус может быть таким же, как у кли-

ента из Австралии, Южной Америки или Китая. Когда продукция хороша — она хороша везде. Мы стараемся придерживаться основного стиля с небольшими поправками на каждый рынок.

Как вы продвигаете продукцию в России?

Мы участвуем в MosBuild, это уникальная возможность представить продукцию профессионалам. На сегодняшний день MosBuild — одна из трех крупнейших в мире выставок, в которых мы принимаем участие.

Каковы тенденции этого сезона?

У нас появляется все больше «открытых» коллекций, которые легко комбинировать и где можно поиграть с объемом и сочетанием разных поверхностей. Кроме этого для таких продуктов, как ванны, применяются новые технологии и материалы. Например, мы самостоятельно производим композитный материал KRION, который позволяет получать новые размеры и формы с различными поверхностями. ■■

Компания **Porcelanosa**

ЦВК «Экспоцентр»

Павильон 2, зал 2, стенд D307

Коллекция Garden

Коллекция BU-Perfil Pro-mate chrome

Коллекция NK Mood encimera





Коллекция Castagno Scuro



Коллекция Castagno Scuro

Как ваша компания представлена в России?

Gardenia Orchidea начала выходить на российский рынок еще с 1996 года и представила сразу два бренда: Gardenia и Versace. Сегодня компания работает с двумя региональными менеджерами и 15 агентами. Мы охватываем почти всю Россию и страны СНГ, но у Gardenia Orchidea еще есть возможность для значительного роста в центральной Сибири и на севере России.

Какая продукция наиболее популярна на российском рынке?

В России огромным спросом пользуется бренд Versace, а также топ-продукция Gardenia. Все эти изделия «итальянского происхождения». Одно из условий принадлежности к бренду Versace — производство на территории Италии, и мы гордимся соблюдением этого правила.

Производит ли Gardenia Orchidea коллекции специально для России и СНГ?

Ряд наших товаров изготовлен с использованием золота, платины, титана и кристаллов Сваровски. Эти изделия продаются по всему миру, но в России спрос на них особенно высок. Специальная технология — напыление конденсацией из паровой фазы Physical Vapour Deposition (PVD) — позволяет использовать титан при изготовлении керамической плитки.

Gardenia Orchidea и Versace представляют «деревянный» пол из керамики

Интервью с Enrico Motta, менеджером по маркетингу компании Gardenia Orchidea

Металл придает керамике богатый вид, повышает прочность и делает изделие неповторимым. Такой технологией владеют всего несколько компаний.

Как Gardenia Orchidea продвигает продукцию в России?

MosBuild — основная выставочная площадка России и стран СНГ. Для нас это не только возможность встретиться с клиентами и дистрибьюторами, но и презентовать свою продукцию дизайнерам и архитекторам, которые очень заинтересованы в громких именах и брендах. На MosBuild 2013 мы представим коллекцию «деревянного» паркета Elite. Это новое явление для рынка: напольное покрытие выглядит как полированное дерево, хотя и сделано из керамической плитки. ■■

Компания **Gardenia Orchidea**

ЦВК «Экспоцентр»

Павильон 8, зал 2, стенд U105

Павильон 2, зал 3, стенд E305



Коллекция Castagno Scuro

Newform: Мы ищем тех, кто понимает итальянскую душу и итальянский дизайн



Коллекция Morpho



Коллекция Ergo-g-open
с кристаллами Сваровски



Интервью Massimo Giroldi, исполнительного директора и директора по продажам компании **Newform**

Важен ли для Newform рынок России и СНГ?

Очень важен, ведь этот рынок продолжает расти.

В чем разница между российскими и европейскими потребителями?

Это зависит от того, о большом ли городе идет речь. Санкт-Петербург, например, наиболее европеизирован, и потребители там хотят того же, что и в Европе. В целом же россияне обращают внимание на бренд. И этот бренд должен быть знаменитым и весомым. Еще они ценят современные изделия с минималистичным дизайном и итальянский стиль.

Как вы продвигаете компанию в России?

Нам нравится заниматься продвижением на MosBuild. Это единственная выставка, охватывающая все строительство и интерьер, она очень важна.

Какие новые коллекции Newform представит на MosBuild?

Мы разработали новую модную коллекцию для российского рынка, которую и представим.

Каких результатов вы ждете от MosBuild?

Укрепим бренд, найдем новых покупателей и поддержим наших дистрибьюторов. Кроме этого мы собираемся продвигать итальянский стиль, предлагая национальную еду, вино и, конечно, нашу продукцию.

Каких посетителей вы ждете на своем стенде?

Прежде всего, архитекторов и дизайнеров. Мы фокусируемся на людях, которые понимают итальянскую душу и итальянский дизайн, а также могут продвигать и продавать нашу продукцию. ■■

Компания **Newform**

ЦВК «Экспоцентр»

Павильон 1, стенд F409



Коллекция Anarchy

Как вы выбираете партнеров?

В первую очередь важен профессионализм. Мы производим не массовый продукт, а креативные изделия для создания высокой архитектуры. Нашими партнерами становятся компании, умеющие правильно позиционировать такую продукцию, выделить из массы предложений на рынке и использовать в достойных архитектурных проектах. Это компании с высоким уровнем знаний и узким профилем деятельности.

Россия – эмоциональный рынок

Интервью с Ekaterina Menendez-Suarez,
представителем компании **Aravisa**

На чем специализируется ваша компания?

Aravisa — единственная в Испании фабрика, которая специализируется исключительно на производстве технического керамогранита. Компании всего 12 лет, но она успела утвердиться на рынке. Мы разработали обширный каталог, куда вошли разнообразные дизайнерские решения и широкая цветовая гамма, а также осуществляем сервис на высоком уровне. Особенность технического керамогранита заключается в том, что при его производстве не используется глазурь, то есть это гораздо более сложная продукция, чем керамика. Поэтому производители керамогранита обычно представляют на выставке одну, максимум две коллекции.

Как ваша продукция представлена на российском рынке?

Россия для нас является четвертым рынком после Италии, Германии, Австрии и Швейцарии. Рынок вашей страны, наверное, самый интересный и разнообразный. У него огромный объем и потенциал. В стране перемешано столько наций и культур, что и продукция тут

на любой вкус и цвет. На российском рынке представлены все форматы, оттенки и декоры. Присутствует и разброс цен: от luxury premium до есопому.

Aravisa — это дорогостоящий продукт, то есть продукт с высокой себестоимостью, продаваться массово он просто не может. У нас четыре дистрибьютора в Москве, три в Санкт-Петербурге, два в Екатеринбурге и по одному в других городах.

Есть ли различие между европейским и российским потребителем?

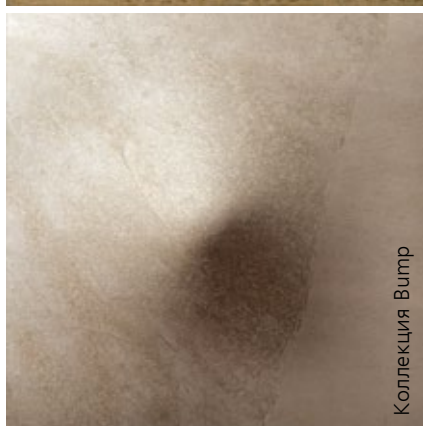
Европейцы практичны, они обращают внимание на технические характеристики: влагопоглощение, истираемость. Россия — эмоциональный рынок. Здесь определяющим фактором является «Мне нравится» и «Я хочу». Эстетика важнее практичности.

Сейчас вся Европа стремится к экоустойчивому производству и экологичной продукции. Как ваша компания отвечает этой тенденции?

Могу привести несколько впечатляющих примеров. Мы работаем с Белоруссией, страной, которая больше всего пострадала



Коллекция Rendering Gold



Коллекция Bump



Коллекция Anarchy

ла от чернобыльской аварии и где теперь самые высокие требования к радиационному фону материалов. Продукция Aravisa удовлетворяет этим требованиям, ведь мы производим все изделия из чистой глины.

Aravisa также работает с США, а по нормативам этой страны там может продаваться только продукция компании, которая на 20 % использует при производстве вторично переработанные материалы. Соответственно, у нас есть ряд коллекций, произведенных с применением вторично переработанного сырья.

Производство Aravisa само по себе экологично: оно не задымляет атмосферу, вторично перерабатывает воду и даже самостоятельно вырабатывает электроэнергию.

Вы привлекаете известных дизайнеров для создания коллекций?

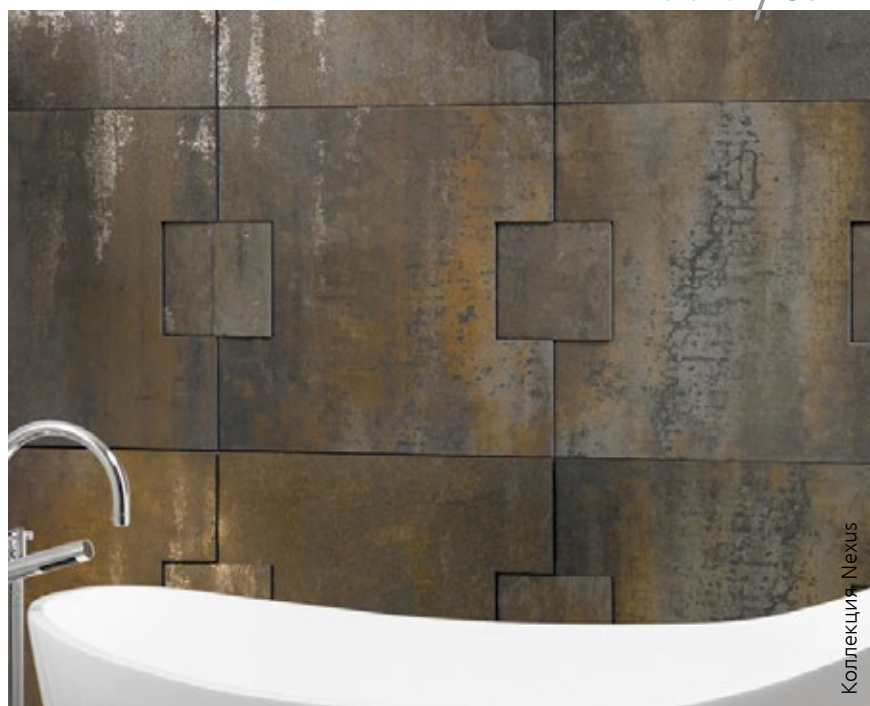
И да, и нет. При создании технического керамогранита важен не столько дизайн, сколько технология. Идеи для дизайна мы берем из воздуха, из земли. Например, узор «сланец» наш коммерческий директор привез из Норвегии. «Иридий» был найден в Бразилии. У нас еще есть идея для исполнения «австралийского гранита» — дело за поиском технического воплощения.

А дизайнеров мы привлекаем для оформления стендов, издания брошюр и каталогов.

Какие новинки вы представите в этом сезоне?

Мы создали новую коллекцию «Винтаж» — имитацию состаренного, потертого дерева. Получилась разнообразная серия с использованием разных фактур и оттенков, с декоративными элементами и мозаикой.

Кроме этого мы представляем коллекцию «Анархия». Это провокационная смесь форм, цветов, материалов. Здесь впервые применен формат 90х90 и новые разновидности мозаик. «Анархия» выполнена в золотых, серебряных



Коллекция Nexus

и бронзовых тонах. Это «из ряда выходящая» коллекция.

На сегодняшний день каталог компании Aravisa включает несколько запатентованных форм, среди которых выпуклый квадрат и шестиугольник, диагональ и загнутые уголки. У нас также представлена коллекция, выполненная с использованием техники ионизации. Это настоящее золото, серебро и бронза. Мы представили все фактуры и текстуры, которые могут передать прелесть полированных вещей.

Каких результатов вы ждете от MosBuild?

Наша задача представить максимально полную информацию. Всю гамму продуктов можно увидеть только на выставке, куда приезжают клиенты из разных городов и стран и выбирают то, что им подходит. Aravisa присутствует на этой выставке, чтобы поддержать своих дилеров, ведь все они сотрудничают с более мелкими организациями в своих регионах. И конечно, мы работаем на MosBuild для архитекторов и дизайнеров, которые являются нашей основной аудиторией. Прошлый год для Aravisa был очень удачным — мы впервые продемонстрировали объемные формы, и интерес к нашему стенду был очень велик — подобного больше не было представлено ни у кого. MosBuild

является одной из основных выставок для компании Aravisa. Россия — большая страна, и далеко не все добираются в Париж, в Мадрид, в Барселону или в Болонью, но на MosBuild приезжают все. ■■

*Компания Aravisa
ЦВК «Экспоцентр»
Павильон 2, зал 2, стенд D513*



Коллекция Vintage

Предлагаем Вам ключевые фрагменты эксклюзивных интервью с руководителями ведущих компаний и ассоциаций, опубликованные в CERSANEX Magazine #1

La dolce vita стремится в Россию

Интервью с генеральным директором ассоциации итальянских производителей керамической плитки (**CONFINDUSTRIA CERAMICA**) Armando Cafiero



Какая продукция наиболее востребована в России? Лучшая! Российский рынок очень требователен, и задача итальянских компаний — представить там свои ведущие коллекции — товары высшей ценовой категории для требовательных покупателей. Многие изделия создаются специально для России.

Ассоциация итальянских производителей керамической плитки (**CONFINDUSTRIA CERAMICA**)
ЦВК «Экспоцентр», павильон 8, зал 1, стенд T111
[Полная версия интервью](#)

Alberto Magrans: Россия в приоритете

Интервью со старшим исполнительным директором центрального и североευропейского отделения **Roca Group** Alberto Magrans



Мы готовим новинки всех присутствующих в России брендов. Наши российские коллеги представят коллекцию Palomba от Laufen, а также дополнения к существующим сериям.

Изделия Armani уже были представлены на MosBuild, и их приняли очень хорошо. Мы нацелились занять эту нишу. Представленная коллекция Armani стала попыткой объединить дизайн с возможностями керамики для создания серии товаров премиум-класса.

Компания Roca Group
ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд A315
[Полная версия интервью](#)

Stefan Grimmeisen: главное для России – цвет

Интервью с директором по маркетингу **Steuler-Fliesen** Stefan Grimmeisen



Мы планируем представить ряд новых продуктов, например, плитку LAPS. В этой инновационной разработке плитки заходят одна на другую, создавая непрерывную поверхность без видимых стыков.

Еще одна новинка компании Steuler — коллекция для пола CAPRANO. Мы разработали ее, чтобы заявить о себе на растущем рынке напольных покрытий. Но CAPRANO подходит и для облицовки стен, а значит с ее помощью можно декорировать весь дом в современном и элегантном стиле.

Компания Steuler-Fliesen
ЦВК «Экспоцентр», павильон 2, зал 1, сектор C109
[Полная версия интервью](#)

Новый слоган «Совершенно уникальная»

Масштабная экспозиция **Tile of Spain**, коллективного бренда испанских производителей керамической плитки, представит новинки таких известных компаний, как Aparici, Ceracasa, Gayafores, Grespania, Keraben, Natucer, Pamesa, Peronda, Saloni, Venus, Vives и многих других. А новый слоган **Distinctively Unique** («Совершенно уникальная») превосходно характеризует испанскую керамическую плитку, совершенную в технологическом исполнении и уникальную по дизайну.



Новые тенденции испанской керамики поражают многообразием. Оттенки, материалы, стили, страны, эпохи - все смешалось для воплощения самых смелых творческих идей.

Имитация бумажных обоев - яркое возвращение 70-х годов прошлого века с их контрастными сочетаниями и геометрическими рисунками.

Объемная керамика - средство для создания объемных и псевдообъемных композиций для «глубоких» пространств.

Черный - этот шикарный, сдержанный и «бессмертный» оттенок снова в моде.

Винтаж - в этом сезоне он обзавелся выраженным «английским акцентом» - легкая чопорность, четкость линий и элегантность - дань Викторианской эпохе.

Византийское искусство - правдоподобная имитация дорогих природных материалов и пышные орнаменты.

Декор XXL - гигантские цветы и орнаменты.

Дерево - «только натуральное» с акцентами на природную шероховатость и несовершенство древесной поверхности. »



Особо стоит отметить архитектурные достоинства керамических вентилируемых фасадов, которые стали классикой городской архитектуры. Они практичны, надежны и обладают энергосберегающими свойствами. Керамика - отличный помощник в создании благоприятного микроклимата. Испанская керамика превращается в активную материю, способную не только принимать почти любую форму, но и очищать воздух (BIONICTILE® компании Ceracasa), противостоять интенсивным загрязнениям (CleanSystem компании Inalco) и даже самоочищаться благодаря нанотехнологиям (Lifeker компании Keraben), экономить расходы на электроэнергию с помощью встроенных наноаккумуляторов (Ecom4tile компании Ceracasa) и светиться



- 1. Tecniceramica Parma
- 2. Novogres Duomo Yukon
- 3. Tecniceramica Magna



«изнутри» (LightConcept компании Agravisa). Прекрасно демонстрирует возможности керамики принимать самые разнообразные геометрические формы проект Инновационного детского центра (Innovaciyn para la Infancia) в Технологическом парке Валенсии. Цилиндрическое здание состоит из прямых и изогнутых керамических фрагментов производства компании Natucer. Сочетание ярких цветов и пластичных форм, новаторских идей и высокотехнологичного воплощения, практичности и бережного отношения к окружающей среде - все это делает новый Инновационный детский центр одним из символов современной испанской керамики. ■■

Экспозиция *Tile of Spain*, ЦБК «Экспоцентр» павильон 2, зал 3, стенд D413



1. Innovaciyn para la Infancia (Natucer)
2. Mayolica Azulejos Artesana
3. Keramica Cer Pased Play Poniente
4. StnCeramica Tarima



Следуем за солнцем

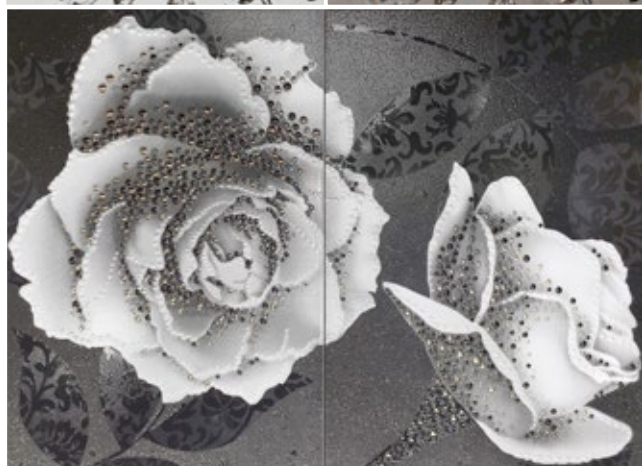
Компания **«Арт-де-Факто»** — эксклюзивный представитель бренда Seranit (Турция) — представляет коллекцию керамической плитки SERRA. SERRA — это 30 серий керамической плитки для стен и пола. Каждая обладает неповторимым характером и своеобразным дизайном, что позволяет превращать современное пространство в настоящее произведение искусства. «Искусство отражает не жизнь, а зрителя», — это высказывание Оскара Уайльда неслучайно стало эпиграфом серии Emery. Глянec и плавные линии дизайна поверхности дают уникальное сочетание цветовых переходов, отражающих, словно зеркало,

индивидуальность его владельца. Emery представлена в двух классических цветах: белом и антраците. Края плитки ректифицированы.

В более крупном размерном формате представлена элегантная и одновременно романтическая серия Lotus, выполненная в пяти идеально сочетающихся цветах: жемчужно-белом, беж, бордо, черном, антраците и с великолепным рельефным орнаментом. В зависимости от освещения серия Lotus демонстрирует интересную текстуру поверхности и, как живой лотос, всегда следующий за солнцем, покоряет очарованием чистоты и света.

Компания **«Арт-де-Факто»**

ЦВК «Экспоцентр», павильон 8, зал 2, стенд U225



Новые декоративные элементы «Флориан»

Одна из наиболее необычных и ярких коллекций компании **«Керамин»** — «Флориан» — пополнилась новыми декоративными элементами. Самобытный флористический рисунок стал еще выразительнее за счет объемного исполнения и нанесения люстровых покрытий, придающих композиции особый мерцающий блеск.

Неповторимый шарм «Монро»

Отделом современного дизайна компании **«Керамин»** создан яркий, запоминающийся образ нового декоративного элемента в коллекции керамической плитки «Монро 5» — композиция из цветков роз, обрамленных россыпью сверкающих стразов.

Новый декоративный элемент призван повысить внимание к коллекции, помочь найти новые, оригинальные варианты оформления интерьеров. Сочетание различных фактур и контрастной цветовой гаммы создает впечатляющее ощущение объема.

Компания **«Керамин»**

ЦВК «Экспоцентр», павильон 2, зал 1, стенд C403

Зодиакальный эпицентр

Компания «Зодиак» представляет абсолютную новинку — испанскую керамическую плитку **NEWKER**. Она производится с осени 2012 года и максимально ориентирована на российский рынок. Классический дизайн, высокое качество, обширная декоративная группа и диапазон цен заинтересуют потребителей любого уровня.

Компания «Зодиак»

ЦВК «Экспоцентр», павильон 2,
зал 3, стенд E107



Свобода выбора

В январе 2013 года **Jacob Delafon**, французский производитель полного спектра товаров для ванной комнаты и сантехнических изделий для кухни, представил новую коллекцию мебели Parallel в стиле «новая роскошь».

Отражение нового восприятия роскоши - коллекция Parallel, вдохновленная аскетичным и величественным скандинавским стилем, позволяет привнести ощущение простора и света даже в маленькую ванную комнату. Каждый комплект — индивидуальная комбинация элементов: столешница (выполненная по индивидуальному заказу), подвесные шкафы, полки, зеркала. Комплект мебели гармонично сочетается с коллекциями смесителей (Purist, Talan) и раковин (Rkve, Presqu'ole) от Jacob Delafon.

Компания *Jacob Delafon*

ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд А403



Сенсорный смеситель с «гидроэлектростанцией»

Технология энергонезависимости Self Power японского производителя **TOTO** гарантирует бережное отношение к природным ресурсам и окружающей среде. Благодаря данной технологии вы экономите не только воду, но и электроэнергию. Это просто гениально: бесконтактный смеситель, не требующий розетки с питанием, работающий от маленькой встроенной гидроэлектростанции.

TOTO, ведущий японский производитель комплексных решений для ванных комнат, уже давно пустил в серийное производство энергонезависимый смеситель Self Power, работающий без питания от сети для регулирования потока воды. В этом экологически чистом смесителе нашли свое применение сразу две технологии. Один из самых маленьких в мире микросенсоров, установленный на кончике излива, регулирует поток воды, а необходимую для этого энергию генерирует сам смеситель из потока воды, аккумулируя ее.

Перспективные технологии TOTO «сливаются» воедино в идеальном продукте, отличающемся превосходным дизайном и ответственным отношением к окружающей среде.

Компания *TOTO*

ЦВК «Экспоцентр», павильон «Форум», стенд F529



GROHE и Kaldewei о совместном проекте

Архитектурные решения современных ванных комнат существенно ограничивают людей при создании оригинального дизайна помещения. Немецкие компании **GROHE** и **Kaldewei** решили исправить эту ситуацию и создали совместный проект, который разрушает привычные рамки восприятия ванной комнаты и дает большие возможности для творчества при создании дизайна помещения. Здесь в полной мере отражено взаимодействие функциональности и технологичности, эстетики и дизайна.

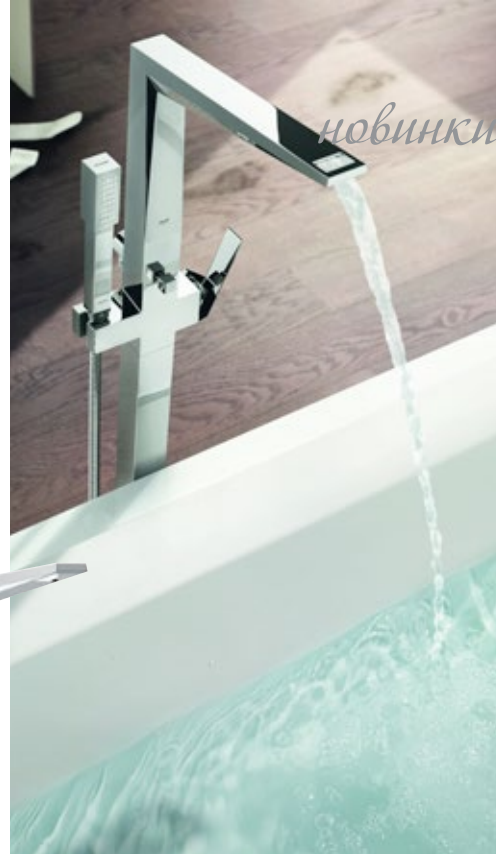
В основе концепции проекта «Домашний SPA-салон — водные зоны» лежит идея ванной комнаты как единого пространства, как бы разделенного на четыре зоны.

Проект позволил компаниям GROHE и Kaldewei применить самые совершенные инновационные технологии в мире сантехнического оборудования. Так, концепция душа GROHE F-digital Deluxe из коллекции GROHE SPATM демонстрирует, как можно объединить свет, звук и паровые модули. Смеситель Allure Brilliant имеет уникальный архитектурный облик. Его форма позволяет видеть льющуюся каскадом воду через квадратный вырез Aqua Window. Новым продуктом является система GROHE Blue® Mono — инновационная водная система, подающая вкусную питьевую фильтрованную слабо- или сильногазированную воду. Эта новинка в самой популярной серии систем фильтрации воды может быть установлена рядом с существующим обычным смесителем.

Смоделируйте свой «Домашний SPA-салон — водные зоны» совместно с компаниями GROHE и Kaldewei.

Компания Kaldewei

ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд А303



Смесители Rossinka Silvermix

Новые усовершенствованные модели смесителей **Rossinka Silvermix** будут впервые представлены на выставке MosBuild 2013. Все модели смесителей Rossinka Silvermix разработаны ведущими дизайнерами с учетом российских условий эксплуатации и органично вписываются в стандартное планировочное решение типовых ванных комнат. Семилетняя гарантия выгодно отличает их от других брендов эконом-класса. Обеспечивается гарантия высоким качеством латуни, используемой для производства корпусов смесителей, и надежными рабочими элементами. Для дополнительного обеспечения безопасности потребителей вся продукция Rossinka Silvermix застрахована в ОАО «Ингосстрах».

*Компания «РусТрейддинг», ЦВК «Экспоцентр»
павильон «Форум», стенд F209*





«Умный» дизайн для зоны душа

Обширный ассортимент испанской компании **Roca**, включающий все элементы для ванной комнаты — от керамики до плитки, пополнился новым высокотехнологичным решением.

Развивая тенденции эргономичного использования пространства ванной комнаты, Roca представляет новую «умную» зону душа Hide & Seat — концепцию для многофункциональных душевых, в которых все всегда под рукой и на своем месте.

У Hide & Seat есть душевой поддон, который содержит интегрированное сиденье с внутренним местом для хранения моющих средств, полотенец и других аксессуаров. Благодаря этим конструкционным особенностям Hide & Seat позволяет поддерживать зону душа в опрятном состоянии.

Душевое оборудование представляет собой монтируемый в стену термостат с возможностью переключения потока на ручной или верхний душ и с верхней душевой насадкой, которая, в зависимости от режима, позволяет наслаждаться душем стоя или сидя.

*Компания Roca, ЦБК «Экспоцентр»
павильон 1, стенд А311*



Вышли одиннадцать новых серий

В ассортименте известного чешского бренда **JIKA** представлены коллекции керамики, мебели, аксессуары, акриловые и стальные ванны, решения для зоны душа. В конце прошлого года бренд начал производство смесителей.

Одиннадцать новых серий, каждая из которых включает смесители для раковины, ванны и душа, отличаются функциональностью и удобством использования — Level, Kvant, Clever, Clio, Fiesta, Cool, Fly, Olymp, Lyra, Panda, Prime. А никель-хромовое покрытие смесителей препятствует образованию коррозии.

Коллекции выполнены в разных стилях. Две серии Lyra и Olymp представлены и со смесителями для кухонной зоны.

Компания Roca / JIKA

ЦБК «Экспоцентр», павильон 1, стенд А410



Престижный приз за дизайн

Новая коллекция душевых ограждений Torsion от **Jacob Delafon** получила престижную награду в области дизайна — Red Dot Design Award 2012.

Известная своими современными технологиями, вот уже более века компания Jacob Delafon всегда в курсе последних тенденций в области дизайна. Конструкторы компании черпают идеи в настоящем, чтобы заново изобрести ванную комнату будущего. Материалы, технологии, формы... пути к совершенству различны, результат всегда великолепный.

Тридцать экспертов жюри конкурса Red Dot Design Award 2012 изучили более четырех тысяч претендентов из пятидесяти восьми стран мира и присудили душевым ограждениям Torsion приз в категории «Лучший дизайн года».

Каждая деталь дизайна и технология производства Torsion тщательно продумана: четыре модели душевых ограждений различных размеров впечатляют своими плавными, гладкими линиями и изящной формой хромированных ручек. Результат работы дизайнеров — комбинация высокого мастерства и изящного искусства, красоты и практичности.

Компания Jacob Delafon

ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд А403



Gute Wetter создает душевые ограждения

Фабрика **Gute Wetter** представляет ряд новинок, одна из которых — душевые ограждения серии Style. Изделия этой серии обладают особенными функциональными возможностями. Благодаря новой конструкции петель, все подвижные элементы душевых ограждений имеют радиус вращения 360 градусов.

Отдельного внимания заслуживает новая форма петель, напоминающая «сердечки». Петли могут иметь три варианта отделки: хром, золото и бронза.

Серия Style может быть выполнена в 6 и 8 мм закаленном стекле. Стекло в свою очередь может быть тонированным в массе, матированным, с нанесением шелкографии и фотопечатью. Также стекла могут быть изогнуты в широком диапазоне радиусов.

*Компания Gute Wetter, ЦВК «Экспоцентр»
павильон «Форум», стенд F133*



COASTAL Collection

Radianz™
Quartz Surface

BORA BORA BEIGE

MYKONOS BEIGE

ST. HELENS WHITE



Камень с шумом прибоя

Море дарит нам особенную атмосферу, позитивный настрой, заряжает положительными эмоциями. Отдых кончается, и мы возвращаемся домой. У нас есть для вас приятная новость, теперь вы можете создать такую атмосферу у себя дома!

Samsung Cheil Industries Inc. создал новую эксклюзивную коллекцию кварцевого камня Radianz™ Coastal Collection, что в переводе означает «Прибрежная коллекция». Кварцевый камень Radianz™ - это идеальное решение для использования в интерьерах, будь то кухонные столешницы, полы, стены и элементы декора в ванных комнатах, барные стойки, подоконники, ступени и многое-многое другое.

Компания «Корос Альянс»

ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 415



Декор с 3D эффектом

Первый российский производитель акрилового искусственного камня холдинг **«Акрилика»** вновь удивит своих покупателей новинками, не имеющими аналогов в России, — декоративными 3D-панелями из искусственного акрилового камня под брендом AkriLight Deco. А также готовыми световыми решениями AkriLight для создания неповторимого интерьера из камня.

Компания «Акрилика»

ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 333

Коллекция «ЖЕРОНА» - новинка компании «АКВАТОН»

Новая коллекция мебели для ванных комнат «ЖЕРОНА» выполнена в классическом стиле. Фасадные детали изготовлены в Италии по специальному заказу компании «АКВАТОН» из массива дерева и патинированы под белое серебро. Как и вся мебель «АКВАТОН», изделия коллекции изготовлены из влагостойких материалов.

Тумбы «ЖЕРОНА» комплектуются раковинами «Луара» шириной 85 и 105 см из литого мрамора производства «АКВАТОН». Предлагается и альтернатива — комплектация керамическими раковинами «Лорето» производства компании «САНТЕК». Большое зеркало в обрамлении рамы строгой классической формы дополнено полкой и изящными светильниками одного из ведущих итальянских производителей GIRA.

В коллекции «ЖЕРОНА» имеется и более вместительная система хранения — шкаф-колонна с двумя ящиками и распашными фасадами, за которыми установлены стеклянные полки, регулируемые по высоте. Все фасады установлены на петли со встроенным механизмом плавного довода.

Компания «АКВАТОН»

ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд А315



Ваши идеи в BIENSTONE

Компания «Транс стоун» является эксклюзивным поставщиком на российский рынок акрилового камня BIENSTONE (Китай). Богатая цветовая гамма BIENSTONE поможет воплотить в жизнь ваши самые смелые идеи.

Компания «Транс стоун» также является эксклюзивным поставщиком на российский рынок кварцевого камня HanStone (Южная Корея). Камень производится на итальянском оборудовании Breton в широкой цветовой палитре. Кварцевый камень HanStone теплоустойчив и прочен, «как камень».

Компания «Транс стоун»

ЦВК «Экспоцентр»,
павильон 3, стенды I 227, I 417



Экспозиция работ номинантов премии на выставке MosBuild Cersanex

16–19 апреля 2013

ЦВК «Экспоцентр», павильон 3



V Международный
конкурс «Керамика и архитектура»

**archceramica**
CERAMICS & ARCHITECTURE

Организаторы:



Подробнее на сайте

www.archceramica.ru



DESIGNERS



Тренды



Проекты



Коллекции



Комплекты



«Водные процедуры» от Versace



На прошедшей выставке MosBuild итальянская компания Gardenia Orchidea представила коллекции керамической плитки от Versace Home. Сегодня Versace Home не ограничивается отдельными коллекциями плитки или сантехники, создавая комплексные интерьерные решения. Один из последних проектов итальянского Дома - дизайн интерьера отеля Milano Residences, который будет открыт в 2015 году.

Роскошный стиль Versace соблюдается независимо от предназначения помещения. Так, например, в интерьере ванной комнаты апартаментов в Milano Residences доминирует золотой цвет — одна из визитных карточек итальянского кутюрье. Соблюдено и характерное внимание к деталям: каждый элемент декора хорошо просматривается и выделяется, гармонируя с общим стилем. Ванна в виде округлой чаши на подиуме, атласные подушки, свечи, цветы создают единое пространство в стиле Versace. Интерьер «опоясывает» традиционный для дома моды орнамент — древнегреческий меандр — условное изображение волн.

Плавные линии ванны повторяет полукруглая прозрачная стена, граничащая с комнатой отдыха — спальней. Тонированное стекло, покрытое изящным орнаментом, объединяет оба интерьера в единое пространство. Светлые тона, золотистый цвет, плавные линии и, главное, мягкость практически всего, к чему здесь можно прикоснуться, делают спальню логичным продолжением ванной комнаты, объединяя их в единый стильный будуар.

Versace Home решил поэкспериментировать со стилем модерн. Главными доминантами интерьера хаммама в отеле Milano Residences дизайнеры знаменитого итальянского бренда сделали игру цвета и необычный орнамент. Фигуры на стенах напоминают «стекающие» сверху сталактиты и «растущие» снизу



сталагмиты. Мелкая керамическая плитка и мозаика, которой облицованы стены хаммама, позволяет создавать такие замысловатые узоры. Цветовое решение стен в сочетании с приглушенным светом и минимумом предметов интерьера создают атмосферу древней пещеры, посреди которой возвышается «алтарь» — курня с прохладной водой. Даже в стиль модерн дизайнеры Versace Home вписа-

ли элементы меандра, который угадывается в нижнем ярусе отделки стен и продолжается в интерьере бассейна и фитобара.

Versace Home давно и успешно создает интерьеры и комплектующие для их воплощения. Художники этой всемирно известной итальянской компании разрабатывают коллекции керамической плитки, сантехники, текстиля, светильников, аксессуаров. Декор практически всех коллекций отличает роскошь и, конечно, фирменный логотип дома Versace — голова Медузы Горгоны.

Versace прочно закрепил за собой образ одного из главных создателей мировой моды. Элементы декора и предметы интерьера, »





выпущенные под этим брендом, являются желанными для потребителей и образцовыми для специалистов. Последние новинки Versace Home по уже сложившейся традиции производители и поставщики представляют на выставке MosBuild в Москве.

Концерн Gruppo Ceramiche **Gardenia Orchidea** вдохновляется модой и дизайном в стиле Made in Italy. Керамическое предприятие Gardenia под руководством Анджело и Массимо Бонецци может гордиться значительным укреплением имиджа своих брендов на рынке за счет их позиционирования, в боль-

шей мере ориентирующегося на изделия высшей категории. В союзе, заключенном в 1997 году с Versace, престижной фирмой итальянской моды, концерн Gruppo Ceramiche Gardenia Orchidea нашел общность вкусов, позволившую ему добиться значительных успехов. Эмоциональное взаимопонимание двух компаний базируется на объединяющей их страсти к декоративным элементам и деталям убранства дома. Взаимоотношения с миланским домом мод до сих пор являются для компании Gardenia предметом гордости и важнейшим стимулом в разработке проектов. ■

Компания Gardenia Orchidea, ЦВК «Экспоцентр», павильон 8, зал 2, стенд U105

Компания «Стили жизни», ЦВК «Экспоцентр», павильон 2, зал 3, стенд E305



Высокая любовь к дому

В течение сорока пяти лет синьор Гаравани, больше известный как Valentino, является некоронованным королем итальянской моды, считаясь одним из самых роскошных дизайнеров мира. Стиль Valentino символизирует понятие «дольче мода» за изысканность и верность традициям хорошего вкуса.

У великого маэстро в жизни присутствует еще одна неудержимая страсть. В одном интервью синьор Гаравани признался: «Мне нравится владеть домами. Люблю их обустраивать. И мне все больше и больше нравится проводить время дома, в окружении своих вещей». «Своими вещами» Valentino может назвать не только предметное наполнение принадлежащих ему интерьеров. В процесс создания новых коллекций для дома уже давно и успешно включились известные кутюрье и дома мод. Они определяют главные тенденции в дизайне напольных покрытий, обоев, текстиля, керамики и аксессуаров.

На выставке MosBuild Cersanex 2013 итальянская компания **Ceramiche Piemme** совместно с Valentino Crystal Marble представит элитную серию плитки для ванной комнаты. Элегантная коллекция керамической плитки

Компания «Стили жизни», ЦВК «Экспоцентр», павильон 2, зал 3, стенд E305



из белой глины с мраморным рисунком отличается величественным стилем и изысканностью. Использование декора в стиле буазери придает поверхности плитки фактуру ручной вышивки, легкой и кружевной, такой, как была на платье, выбранном Жаклин Кеннеди для свадьбы у молодого кутюрье Valentino. ■■





«Совершенный продукт сочетает смелый дизайн с индивидуальностью. Не только дать потребителю то, что он ожидает, но и приятно удивить его неожиданными качествами продукта».

Андреас Димитриадис (Andreas Dimitriadis) живет и работает в Штутгарте. Он изучал графический дизайн в Ecole Corvisart (Париж), а затем обучался дизайну в немецком городе Швейцх-Гмюнд. Получив диплом в 2000 году, Андреас Димитриадис начал работать в студии Phoenix Design, а с 2003 года стал ее со-владельцем. За это время его имя приобрело известность, он делал проекты для таких брендов, как LG Electronics, BenQ Siemens, Siemens Gigaset, Navigon, T-Mobile. В 2007 году в центре Штутгарта Андреас Димитриадис открывает свою студию дизайна — Platinumdesign. В числе его клиентов Siemens, Navigon, Schöck.

Особенное место в творчестве Андреаса Димитриадиса занимает пятнадцатилетнее сотрудничество со швейцарским брендом Laufen.

Революция в производстве керамических изделий

Швейцарский эксперт в области решений для ванных комнат **Laufen** представляет первую серию SaphirKeramik, разработку, которая позволила придать изделиям невероятную изящность в сочетании с большой прочностью. Секрет уникальных свойств нового материала разработки Laufen кроется в добавлении минерала корунда, который по твердости уступает только алмазу. Благодаря этому новый керамический материал обладает значительной твердостью и большей прочностью при изгибе. SaphirKeramik открывает новые возможности: новые формы и тончайшие стенки, прежде недоступные в конфигурации ванн и раковин.

До сегодняшнего дня устойчивость и ударопрочность керамических изделий достигались за счет определенной толщины стенок. Благодаря исключительной прочности и твердости, которая присуща материалу SaphirKeramik, толщина стенок может быть значительно уменьшена, а кромки и углы могут быть оформлены более точно без потери качественных характеристик. Такие изделия отвечают требованиям современного минималистичного дизайна ванных комнат.

Новые керамические изделия, выполненные из материала SaphirKeramik, были созданы известным дизайнером Андреасом Димитриадисом. «Новая керамика от Laufen открывает передо мной как перед дизайнером неограниченные возможности и требует совершенно иного мышления», - говорит полный энтузиазма Андреас. Стоит обратить особое внимание на пропорции керамических изделий: с одной стороны, внешний вид раковины создает впечатление компактности, но с другой, внутренняя часть раковины выглядит большой благодаря тонким стенкам. «Самым сложным было найти оптимальное соотношение, - говорит дизайнер, - к примеру, для достижения ощущения общей гармонии нам пришлось сделать раковину прямоугольной формы с несколько меньшей высотой, нежели раковину квадратной формы». Квадратная модель выполнена в размерах 360x360x130 мм, прямоугольная — в размерах 600x340x110 мм. «Хотя это означает смену парадигмы процесса разработки дизайна, я с удовольствием буду создавать новые конструкции с использованием SaphirKeramik, - добавил Андреас Димитриадис. - Возможности просто фантастические и способны вдохновить любого дизайнера». ■■

Компания Roca/Laufen

ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд А313

Известный итальянский кутюрье **Giorgio Armani** занимает почетное второе место (с оборотом 2 миллиарда долларов в год) по объему мировых продаж в рейтинге лучших дизайнеров мира. Бренд Armani успешно продается более чем в 100 странах. Кроме того, кутюрье является креативным директором и председателем правления собственного модного дома, он самостоятельно разрабатывает дизайн коллекций от кутюр и руководит многочисленными лейблами готовой одежды.



Элегантная изысканность для личного ухода

Среди последних достижений Armani — запатентованная на его имя линия предметов мебели и аксессуаров для дома.

Простые формы предметов коллекций зачастую напоминают о японской эстетике. Именно японский минимализм характеризует мебель от Armani. Идеи создания мебели и пространств, которые способны трансформироваться, возникли у дизайнера при изучении специфических возможностей японских интерьеров.

Создавая коллекцию **Armani Roca** для ванной комнаты, дизайнер не изменил своему творческому кредо: «Концепция пространства Roca основана только на инновационных идеях, которые способны сочетать в себе практичность и удовольствие легким и естественным образом. Красивые и гармоничные пространства полностью соответствуют всем функциональным аспектам ванной комнаты и в то же время это зона комфорта и благополучия».

Ванные комнаты Armani Roca — это стильный и функциональный интерьер для наслаждения водными процедурами. Рука маэстро Armani коснулась всего пространства ванной комнаты: мастер разработал мебель, освещение, напольное покрытие, облицовку стен и дизайн потолка.

Все зоны ванной комнаты могут быть объединены или по желанию отделены с помощью системы стеклянных перегородок на металлических обручах. Механизм затемнения стеклянных стен делает возможным контроль уровня прозрачности в отдельных зонах. Новая коллекция — это модульная система, представленная в широком диапазоне размеров. Цветовое решение доступно в двух вариантах материалов и отделки: черный со смесителями того же оттенка и керамической настенной плиткой с эффектом «шагрень» и «грейж» (greige) на покрытиях стен с текстурой, напоминающей тростник.

Компания Hansgrohe

ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд A209





Блеск Дивы

Как отмечают исследователи, первые образцы керамической плитки были найдены в Междуречье Тигра и Евфрата и по размерам напоминали мозаику, которая в третьем и втором тысячелетии до нашей эры использовалась для отделки храмов и дворцов знати. Среди гончарных мастеров Вавилона были популярны рисунки - стилизации растительного и животного орнамента, который и сегодня является одним из самых модных направлений в дизайне. Великий и всемирно известный дизайнер **Roberto Cavalli**, подобно мастерам прошлого, выбрал для своей новой коллекции керамической плитки имитацию шкуры леопарда и классический растительный орнамент. Керамическая плитка Roberto Cavalli Home Diva, разработанная совместно с фабрикой Ceramiche Ricchetti, – элегантная коллекция керамической плитки в двух исполнениях: с подписью маэстро Cavalli и без нее. Коллекция Diva имеет многочисленные комбинации цвета, размера и рисунка для создания полного проекта облицовки стен и пола, а технические характеристики и качество продукции соответствуют высоким стандартам итальянского дизайна. ■■

Компания *Gardenia Orchidea*
ЦВК «Экспоцентр», павильон 8,
зал 2, стенд U105

Компания *Rosstyle*
ЦВК «Экспоцентр», павильон 2,
зал 3, стенд E403





Интерьерные ландшафты Патрисии Уркиола

«Мне кажется, что интерьер должен напоминать ландшафт: прекрасный, светлый и гармоничный. В любом интерьере должна быть независимость от человеческого тела. Дизайнер должен сделать все, чтобы было удобно и не хотелось вставать с кресла или дивана. Но уж если ты встал и отошел в сторону, то должно остаться не просто пустое место для тела, а что-то самодостаточное, как пейзаж».

Испанский дизайнер Патрисия Уркиола — одна из самых известных женщин в мире дизайна, чьи проекты и разработки всегда вызывают восхищение. Ее работы всегда отличаются своеобразным стилем — смешением дизайна и промысла, такого как ткачество или лоскутная аппликация. Особенность ее творчества в том, что она подходит к дизайну предмета как неотъемлемой части интерьера.

Патрисия обладает удивительным чутьем на материалы. Уникальные произведения мозаичного искусства создала Патрисия Уркиола, используя итальянскую мозаику **Bisazza**. Стекло и смальтовая мозаика Bisazza имеет 200 различных расцветок и узоров, что дает неограниченные возможности для фантазии при оформлении интерьеров любого назначения. Например, мозаика может применяться для отделки бассейнов и ванных комнат, так как обладает хорошими водонепроницаемыми характеристиками. Украсить мозаичными панно можно и камин, используя жаростойкую серию, выдерживающую до +150 градусов. Подойдет мозаика и для оформления фасадов зданий, являясь морозостойким материалом.

Именно такой, нетрадиционный подход производителей к традиционным отделочным материалам воодушевляет дизайнера Патрисию Уркиола на поиск новых творческих решений.

Каждая новая коллекция дизайнера привлекает своей неординарностью и пользуется огромным успехом. В свое время Патрисия создавала коллекции мебели для признанных мировых брендов. Описать одним-двумя словами предметный дизайн Патрисии Уркиола невозможно. Она не соответствует какому-либо конкретному стилю, не заявляет о себе во весь голос. Но она отличается продуманностью, вплоть до мелочей, осознанным контекстом и отменным качеством. Любая вещь несет в себе ощущение комфорта и домашнего уюта, при этом являясь эксклюзивным произведением.

Прежде чем начать работу над предметом интерьера, Патрисия представляет, где и как он будет использоваться. Дизайнер не забывает о функциональном назначении своего мастерства.

Серия **Axor** Urquiola, разработанная дизайнером для интерьера ванной комнаты, — яркое тому подтверждение. Форма современной ванной напоминает старинную емкость для омовения, а привычный атрибут будуаров — ширма — позволяет не только разделять пространство, но и согревать его, являясь одновременно радиатором. Все предметы и аксессуары для ванной комнаты Axor Urquiola, словно случайно оказавшиеся здесь, гармонично сочетаются в интерьере, становясь отражением индивидуальности хозяев, но оставаясь при этом эксклюзивными предметами высшего дизайна от Патрисии Уркиола. ■■



MosBuild School

Мастер-классы для архитекторов и дизайнеров

Для посещения
необходимо
[зарегистрироваться](#)



**4 АПРЕЛЯ
2013 года**

в ЦВК «Экспоцентр»



Британский архитектор
НИКОЛАС ЧАМПКИНС



Мастер авангардного
дизайна УЛЬФ МОРИЦ



Дизайнер интерьера
АННА СМОЛЯКОВА



Дизайнер интерьера
ИРИНА ТАТАРНИКОВА





Дизайнер интерьера
МАЙК ШИЛОВ

17 АПРЕЛЯ
2013 года

в ЦВК «Экспоцентр»



Дизайн-бюро
PENTAGON DESIGN

Организатор:

MosBuild

Генеральный партнер
мастер-класса
Ульфа Морица:

Ампир
Некор

ОБОИ • ТКАНИ • ЛЕПНИНА • СВЕТ

Генеральный партнер
мастер-класса
Pentagon design:

Vittra

Партнеры:

**британская
высшая школа
дизайна**

МЕЖДУНАРОДНАЯ
школа дизайна
International Design School

ДЕТАЛИ ДОМ
ДИЗАЙНА

17 АПРЕЛЯ
2013 года

с 15:00 до 16:00

в ЦВК «Экспоцентр»
Павильон 8, конференц-зал

MosBuild 

приглашает на

МАСТЕР-КЛАСС
PENTAGON DESIGN

Выставка MosBuild
и компания Vitra
приглашают
на мастер-класс
дизайн-бюро
Pentagon Design
**«Предметный
дизайн – мировые
тренды 2013 года»**



Генеральный
Партнер:

Vitra

Pentagon Design

Глубокое понимание бизнеса, мировых тенденций в области дизайна и умение думать на перспективу помогли Pentagon Design завоевать множество престижных наград в области дизайна, среди которых Red Dot и iF Product Design Award.

Архитекторы мирового уровня впервые проведут мастер-класс в Москве и расскажут об особенностях создания предметов интерьера, объединивших в единое целое функциональность и эстетику.

Know-how финских мастеров

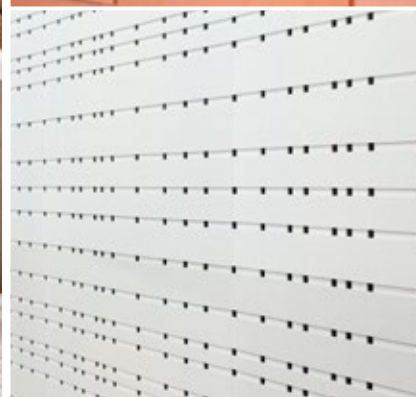


Бюро Pentagon Design, основанное в 1996 году финскими специалистами **Arni Aromaa** и **Sauli Suomela**, стало известно как создатель нестандартного промышленного дизайна и практичных интерьерных решений. Лучшие инновации Pentagon Design отмечены престижными международными наградами: red dot, iF Product Design и Design Plus. Сегодня дизайн-бюро готовится представить новую коллекцию сантехники - Nest, разработанную для компании Vitra.

Nest отличается эстетическим и функциональным многообразием. С одной стороны, коллекция включает почти все возможные предметы сантехники, с другой — представляет многообразие форм и красок для каждого наименования. В коллекцию Nest вошли как компактные решения для ограниченного пространства, так и модели нестандартных форм и размеров для просторных комнат. Все изделия с дверцами и ящиками закрываются бесшумно благодаря встроенным микролифтам. Предметы коллекции безопасны для детей, но тем не менее делают все опции ванной комнаты доступными для малыша. Основная идея Nest — сочетание простоты и качества, характерное для скандинавского дизайна.

К разработке коллекции студия Pentagon Design подошла со значительным опытом создания декора для ванных комнат. Один из ярких примеров — Cembrit Shape — премиум-коллекция облицовочных панелей из фиброцемента. В Cembrit Shape входит 11 моделей настенных покрытий от плавных волн до индустриальных панелей с открытыми заклепками. Cembrit Shape выполнена из устойчивого к повреждениям, »

дизайнеры



невоспламеняющегося материала и может быть использована как в общественных местах, так и в частных интерьерах. Большинство моделей выпускаются в 15 цветовых вариантах.

Продолжая тему ваннх комнат, дизайн-бюро разработало принципиально новую концепцию мини-сауны Hot&Cool, проект которой был удостоен престижной международной премии red dot.

Hot&Cool предназначена для городских апартаментов и служит удачной иллюстрацией реализации загородных удобств в архитектуре города. Дизайн сауны имеет ряд особенностей: плоская печь вмонтирована в пол, что заставляет пространство прогреваться снизу вверх. Пол нагревается в первую очередь. Комфортно разместиться помогают мобильные накладки

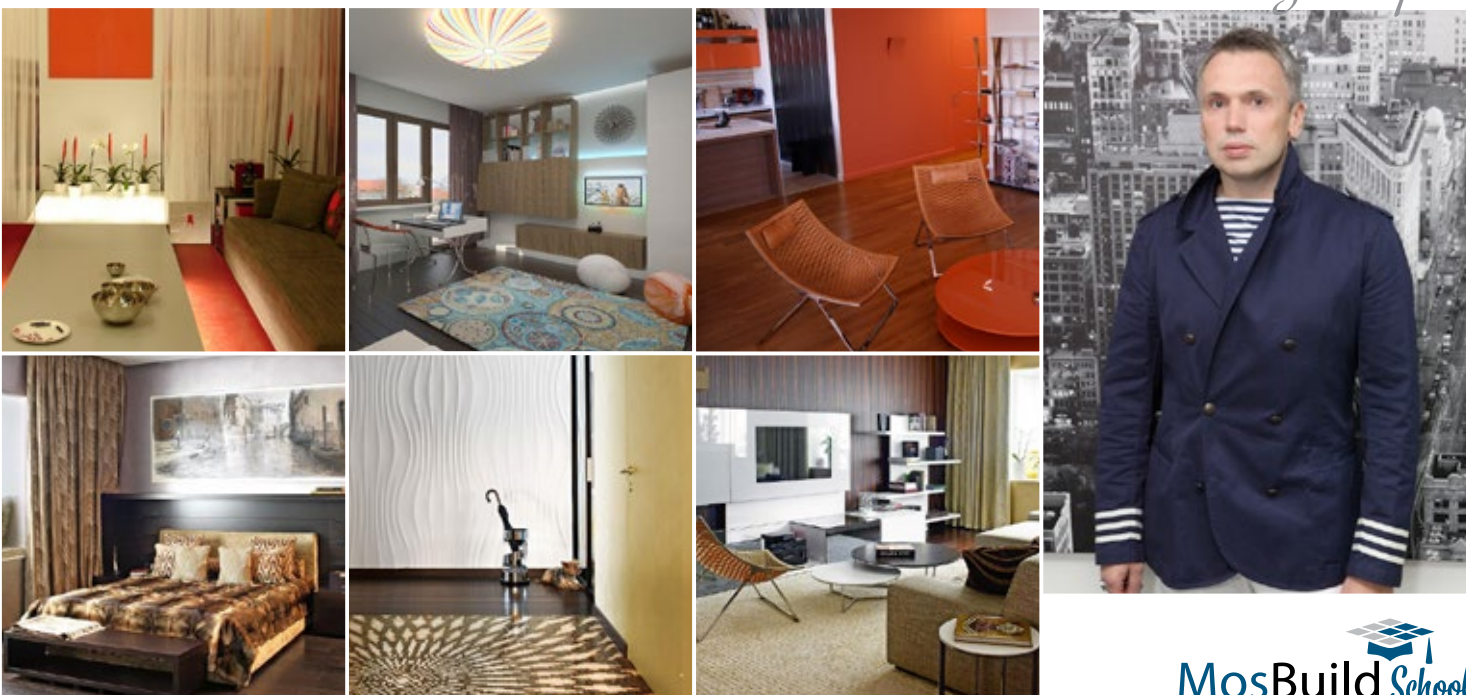
со встроенными светящимися элементами, они покрывают лавку или укладываются на отделанный деревом пол. Технологичная «начинка» позволяет регулировать температуру и интенсивность освещения, создавая наиболее приятную обстановку.

«Теплый проект» Pentagon Design дополняет коллекция аксессуаров для бань и саун SaunaSpa Accessuars. Согрейтесь и почувствовать домашний уют поможет еще одна разработка финского дизайн-бюро: коллекция каминов Figuro, из мыльного камня (стеатита), прочного натурального материала. Все они сочетают традиционный для каминов натуральный камень, простоту очертаний и легкость, адаптированную к интерьерам городских апартаментов.



Дизайнерам, создавшим и воплотившим столько смелых проектов, как Arni Aromaa и Sauli Suomela, несомненно, есть чем поделиться с коллегами. Лично пообщаться с создателями Pentagon Design и перенять часть их опыта можно **на мастер-классе «Предметный дизайн – мировые тренды 2013 года», который состоится 17 апреля 2013 в ЦВК «Экспоцентр» в рамках Школы MosBuild.**





«Счастливые дизайн-проекты совершаются на небесах»

Майк Шилов – успешный дизайнер, чьи проекты являются образцом для подражания, а мастер-классы пользуются неизменной популярностью, стал одним из преподавателей Школы MosBuild.

Его **workshop «Проектирование ванных комнат: как избежать ошибок»** состоится 17 апреля 2013 в ЦВК «Экспоцентр».

Авторству Майка Шилова принадлежит целый ряд уникальных интерьерных решений, примерами и принципами создания которых он поделится с участниками Школы MosBuild.

Проект дизайнера всегда начинается с планировки. Главное – «продумать удобство перемещений, а потом уже создавать красоту». Например, в обращенных на две стороны апартаментах со входом посередине планировка была разделена на две части: направо – гостевая, налево – приватная. Обе зоны отделены от прихожей раздвижными стеклянными дверями, дающими хорошую звукоизоляцию. В противоположность современной тенденции сочетать несочетаемое Майк Шилов выбирает предметы интерьера «со схожей философией». Любимые цветовые решения – светло-серые тона, дымчатые, прохладные оттенки. В результате получается индивидуальный стиль Шилова, который можно определить как дорогой минимализм.

Например, еще в одном дизайн-проекте по одной стене размещена медиатека, оформленная белым лаком и дымчатым стеклом на фоне эбеновой декоративной резьбы, по другой – кухня Toncelli из эбена с лакированным глянцевым фасадом. В разных частях квартиры встречается мраморная плитка, мозаика, слэбы, но все это мрамор одного сорта, не нарушающий единство интерьера.

Порой действовать приходится по ситуации: если не хватает света, Майк Шилов его добавит. Так,

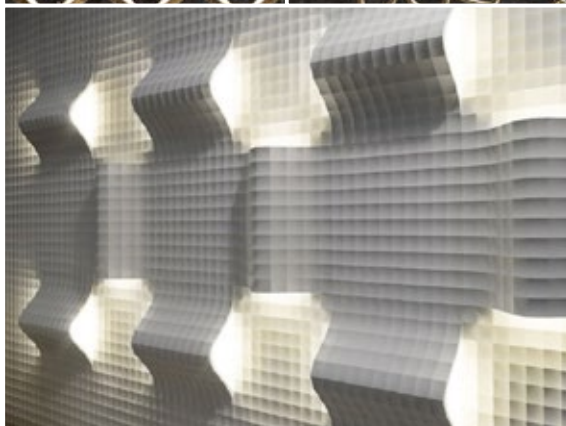
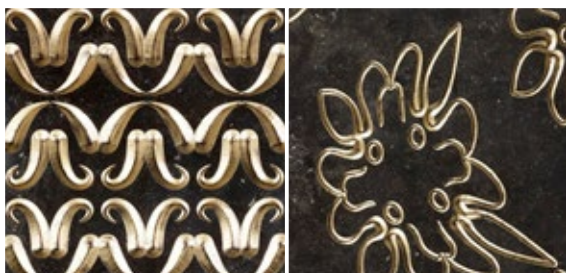
в одних «сумрачных» апартаментах стены решено было покрыть металлизированным пигментом, похожим на старое золото: «есть мерцание, но нет откровенного блеска», – поясняет автор.

Дорогой продуманный интерьер вполне уместно дополнить достойной технической начинкой. В «умных проектах» Майка Шилова светом, домофоном, сигнализацией и даже шторами можно управлять с единой панели.

Одним из хрестоматийных интерьеров Шилова стали «коралловые» апартаменты в центре Москвы. Отправной точкой проекта стали металлические оконные рамы кораллового цвета, которые не поддавались демонтажу – фасад старинного здания мог пострадать. В результате общая цветовая гамма интерьера сложилась из теплых светящихся оттенков. Коралловый и цвет слоновой кости дополнены теплыми оттенками ореха, золотистым отливом южноамериканского дуба и оливы, приглушенными тонами кожи и текстиля. К сложившейся палитре «подтянулись» стилизованные предметы интерьера. Центром проекта и его финальной точкой стал фетровый ковер Nanimarquina, вобравший все оттенки интерьера от кораллового до зеленого. Автор верит в высшее предназначение коврика для этих апартаментов, ведь «счастливые дизайн-проекты», говорит Майк Шилов, «как и счастливые браки, совершаются на небесах. По крайней мере, я в это верю». ■■

Художник по камню

Дизайнер итальянской студии Lithos Design **Raffaello Galiotto** приобрел известность как автор коллекций объемных панелей из натурального камня для облицовки стен. В коллекциях Galiotto запечатлены античные мотивы, природные рельефы и современная экспрессивная графика. Главный козырь интерьеров с панелями Raffaello Galiotto – это контрастная игра света и тени, создающая неповторимый дизайн.



Коллекция Nuance состоит из шести видов отделочных плит с объемным изображением. Трехмерная фактура создает 3D-объем, который становится главным элементом интерьера.

Le Pietre Incise (итал. резной камень) — коллекция из 13 видов облицовочных панелей с античным и современным рельефом. Шесть моделей коллекции включают изогнутые плиты, «обнимающие» стеновую подсветку, лучи которой подчеркивают игру света и тени. Современное оборудование позволяет изготавливать объемные панели, полностью передавая задумку автора.

Четыре модели коллекции Luxury сочетают камень с золотой и серебряной краской. Изящный орнамент создает впечатление ручной работы и увеличивает эстетическую ценность отделки, а глубокая гравировка подчеркивает природную красоту мрамора.

Перегородки Muri di Pietra задуманы как функциональный и одновременно декоративный элемент. Прочность камня сочетается в них с плавностью линий, но главное — Muri di Pietra дают возможность «видеть сквозь стену»! Одно из наиболее важных отличий изделия — модульная конструкция, которая собирается в горизонтальном и вертикальном вариантах, а также адаптируется к любому помещению. Модели выполняются из четырех видов камня.

Коллекция облицовочных панелей Drappi di Pietra выполнена в стиле авангард. Она состоит из пяти моделей, каждая из которых отличается симметрией рисунка. Drappi di Pietra передает в камне игру волн, плавные складки ткани.

Raffaello Galiotto развивает тенденцию использования натуральных материалов и необычных решений в интерьере. Благодаря смелым экспериментам с материалом и формой он создал столь необычные коллекции и еще раз заявил миру о неповторимости итальянского дизайна. ■■



Elegant Stone

Немецко-российская группа компаний **«ЮНИОН»** предлагает эксклюзивные материалы по ценам ниже среднерыночных: мрамор, наклеенный на тонкие плиты из керамогранита; мрамор на алюминиевой сотовой основе; оникс на стекле; мраморную плитку; мозаику из натурального камня.

Группа компаний «ЮНИОН»
ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 231

Уникальная и неповторимая

Компания **«Цезарьстоун»** каждый год обновляет коллекции материалов. И на первый план ставит задачу популяризации продукта — донесение до конечного потребителя информации о кварце «Цезарьстоун», чем он отличается от того, что уже знакомо рынку, какие уникальные свойства он имеет, и в чем его преимущества.

Фабрика CaesarStone — мировой лидер по производству кварца с уникальными свойствами: с высочайшими эксплуатационными характеристиками, присущими кварцам, но при этом дающими возможность формировать сложные криволинейные поверхности методом термоформинга, что значительно расширяет возможности его применения и позволяет воплощать в жизнь самые сложные дизайнерские идеи. Например, кухню с фасадами, облицованными фактурным камнем из коллекции Motivo. А в этом году будут представлены эксклюзивные инсталляции дизайнеров CaesarStone и японской дизайн-студии Nendo.

Каждая поверхность кварца уникальна и неповторима в своих бесконечных узорах и цветовых переходах. А благодаря абсолютно непористой структуре камня и высокой гигиеничности поверхностей из этого материала его рекомендуют к использованию в детских и лечебных учреждениях и на объектах общественного питания. Отличные показатели по износостойкости и твердости материала делают его незаменимым для поверхностей, подвергающихся высоким нагрузкам: полы, лестницы, особенно в общественных учреждениях. При этом камень имеет фактурную поверхность *viento*, натуральный вид, не скользит и не требует специальной дополнительной обработки.

Компания «Цезарьстоун»
ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 313



Stone Philosophy – с любовью к камню

«Удовлетворять желания клиента» - вот тот вызов, который компания MGM принимает раз за разом, при полной уверенности в том, что завершённая работа должна отображать ощущения и эмоции заказчика. Работа начинается с выбора материалов и длится до окончательного выполнения заказа, с контролем каждого производственного этапа.

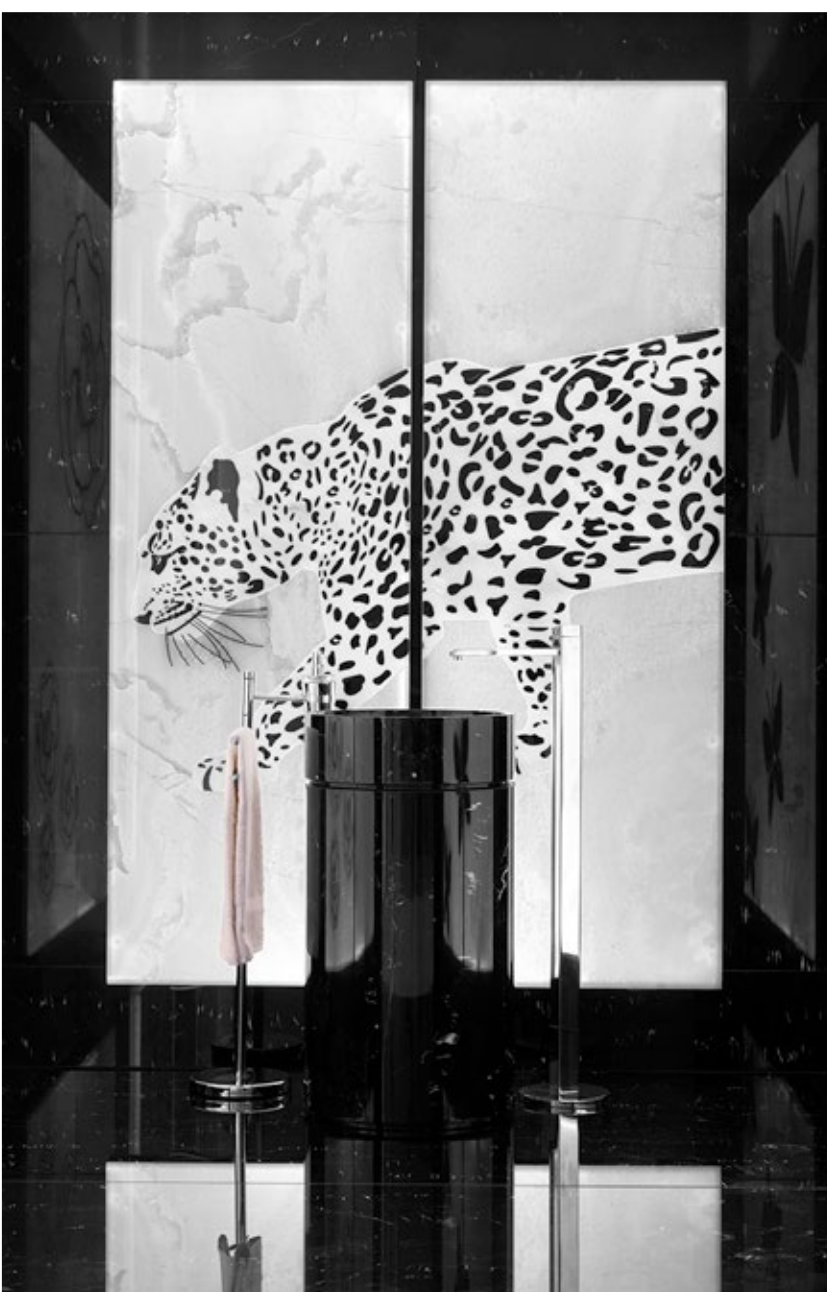
Первый шаг – внимательная оценка требований заказчика с целью выбора материалов. От этого этапа зависит рождение произведения, способного эмоционально затронуть. Далее следуют проектировка и разработка эскизов, которыми занимается



команда архитекторов и дизайнеров. Специалисты шаг за шагом выполняют все этапы работы, от резки сырья и до отделки, часто выполняемой мастерами вручную, от укладки камней до послепродажного обслуживания.

Способность креативно интерпретировать требования клиентов сочетается с высокой квалификацией команды профессионалов-экспертов и использованием самой современной технологии.

За успехом MGM стоит Stone Philosophy: вернуть камень к его оригинальной ценности и природной красоте. Высочайшие эстетические характеристики качественного камня подчеркиваются полудрагоценными камнями, которые используются в проектах для клиентов, желающих чего-нибудь необычного, эксклюзивного. ■■





Безупречный стиль натурального камня

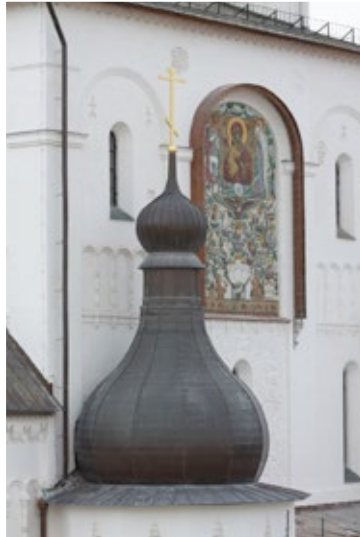
В XXI веке не надо рассказывать обо всех преимуществах натурального камня. Скажем только, что это красиво и долговечно. Плюс вы получаете лечение, так как натуральные камни обладают оздоровительным эффектом (мрамор, оникс, флюорит, поделочные и полудрагоценные камни). Если вы захотите применить этот материал в обустройстве своего жилья, это, безусловно, залог оздоровления и долголетия.

Компания **ArtiStoun** разработала свои современные методы обработки минералов, что позволяет его использовать в декоре жилья. Архитекторы компании дадут консультации и помогут создать безупречный стиль, а профессиональные художники и мастера выполнят работы любой сложности (ступени, подоконники, столешницы, барные стойки, камины, массажные столы, хаммамы, русскую и римскую мозаику).

Компания **ArtiStoun**

ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 329





Петербургский храм из греческого мрамора

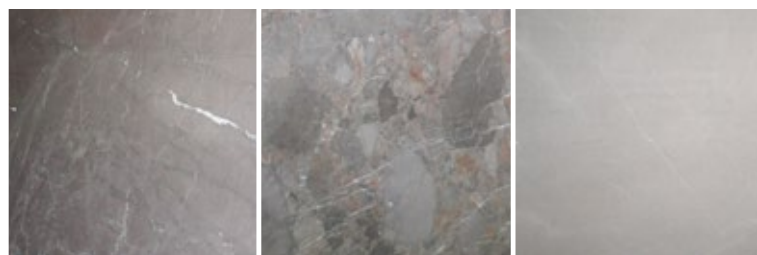
Греческая компания **Stone Group International**, производитель плит цветного и белого мрамора, поставила материал для реставрации собора Феодоровской иконы Божией Матери в Санкт-Петербурге.

Stone Group International является крупнейшим экспортером плит из мрамора Thassos и Sivec. Ее продукция предназначена для облицовки фасадов, стен и напольных покрытий. Компания представлена в 63 странах мира.

*Компания Stone Group
ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 303*



Камень



Палитра греческого камня

Греческая компания Marmi Graniti **Manologlou S.A.** с 1982 года производит и обрабатывает мрамор, гранит, декоративные изделия из натуральных материалов. Основу составляют такие виды камня, как Pentelikon white, Thassos white, Assinis silver & grey red onicciato и Tinos green.

Производство Marmi Graniti Manologlou осуществляется на двух фабриках общей площадью 29 000 кв. м. Цеха полностью укомплектованы высокотехнологичным оборудованием, обеспечивающим полный цикл производства.

Marmi Graniti Manologlou является совладельцем двух карьеров на севере Греции, в одном из которых добывают уникальный серый греческий мрамор, хорошо известный на мировом рынке.

*Компания Marmi Graniti Manologlou
ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 101*

Sera Vista – выбор профессионалов

Компания **«Арт-де-Факто»** — эксклюзивный российский представитель всемирно известного производителя керамического гранита Seranit (Турция) — представляет идеальное решение для лестницы — монолитные ступени Sera Vista с закругленным краем. Sera Vista устраняет главную трудность в облицовке лестницы: оформление внешнего стыка горизонтальной и вертикальной поверхности ступени, куда приходится основная нагрузка при ходьбе.

Компания предлагает весь комплект стыковочных деталей (подступенок, плинтус, карниз), что облегчает и ускоряет процесс облицовки. Лестница «собирается» из идеально подходящих по размеру деталей. Производятся ступени и стыковочные детали из девяти популярных коллекций керамического гранита Seranit, дизайн поверхности которых воспроизводит дорогие породы камня, дерева и натуральную терракоту. Технические характеристики идентичны характеристикам керамического гранита высочайшего качества.

Sera Vista имеет низкое водопоглощение, высокую устойчивость к поверхностному истиранию, агрессивным средам и образованию пятен, прочность и сопротивление скольжению.

Sera Vista делает лестницу доминантой интерьера, его центром и украшением, обеспечивая и прочность, и долговечность, и респектабельный внешний вид.

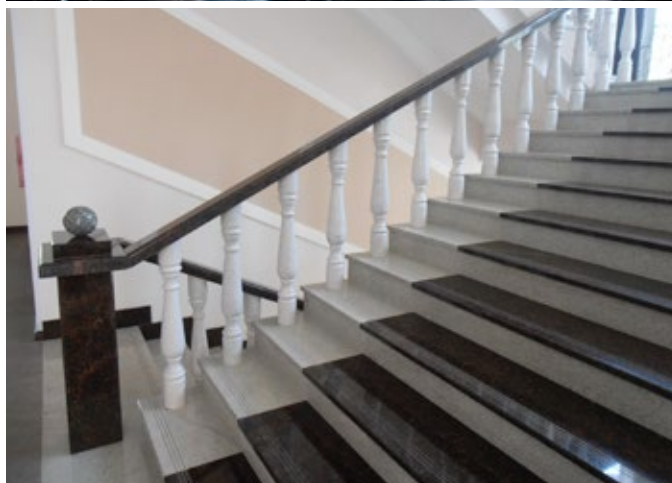
*Компания «Арт-де-Факто»
ЦВК «Экспоцентр», павильон 8, зал 2, стенд U225*

Архитектурные элементы из искусственного камня

Проектно-производственная компания **«Архи-Стиль»** основана в 2001 году и является одним из лидеров на рынке фасадного декора. Основная специализация компании — производство элементов из искусственного камня для отделки фасадов и декорирования ландшафта.

Компания «АрхиСтиль»

ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 319



Изделия из гранита

Компания **«СоюзГранит»** — официальный представитель крупнейшего финского производителя гранитных блоков компании Palin Granite OY. Собственное производство позволяет выполнять индивидуальные заказы по изготовлению из гранита фигурных изделий, плитки, ступеней, столешниц, подоконников, фонтанов. Основные виды деятельности: выполнение индивидуальных заказов; оптовая продажа блоков и слэбов; оптовая поставка слэбов и изделий из гранита из Италии, Финляндии и Украины.

Компания «СоюзГранит»

ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 117



Все виды изделий из гранита

Украинский гранит - очень популярный материал, им облицованы десятки тысяч объектов в России и странах СНГ. Брендом **MSK-Granit** Украина может гордиться по праву. Граниты зарекомендовали себя как высококачественный, проверенный временем материал, очень долговечный, прочный и морозостойкий. Компания «МСК-гранит» предлагает все виды изделий из гранита: брусчатка, плиты мощения, плиты для облицовки, бордюры.

Компания «МСК-гранит»

ЦВК «Экспоцентр»

павильон 3, стенд I 211



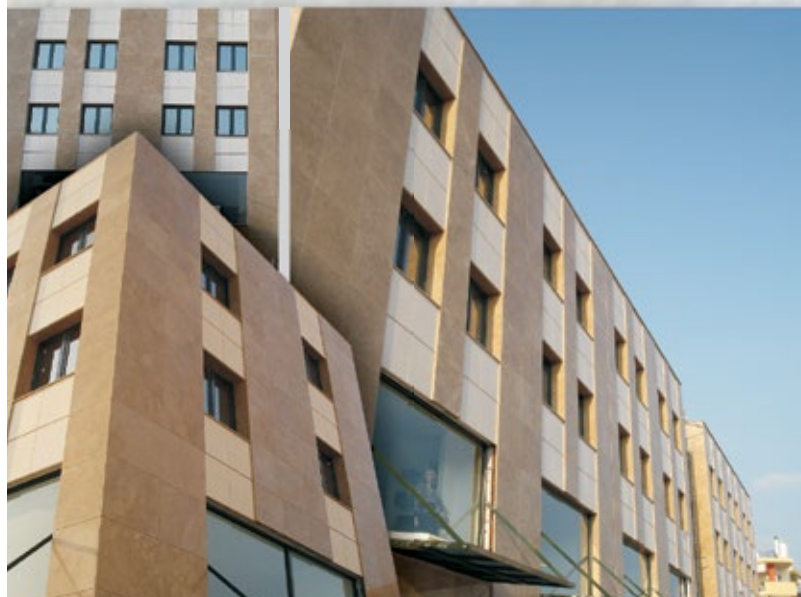
С 1974 **Stouliopoulos Granite Marble** имеет опыт в производстве, маркетинге и зданиях из мрамора, гранита и природного камня. Многолетний опыт работы, постоянное обновление и профессионализм компании, вместе с приобретенным знанием доказательств, на которых **Stouliopoulos Granite Marble** поддерживает настоящее и будущее.

Гранитный карьер

«Камнеобрабатывающий завод АКАМ» - производство гранитных слэбов, плитки и толстомера до 150 мм из материалов украинских и зарубежных месторождений на оборудовании от ведущих мировых производителей. Производственная мощность завода - 100 000 м²/год. Разработка собственного месторождения - Болтышский карьер.

Компания «Камнеобрабатывающий завод АКАМ»

ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 223



Factory-Show Room: N. Redestos - Thessaloniki - Greece
T. +30 2310 465018, F. +30 2310 461848 www.stouliopoulos.eu

Компания **STOULIOPOULOS**

ЦВК «Экспоцентр», павильон 3, стенд I 109



COLOROBRIA — пигменты и эмали для керамики



COLOROBRIA — сырьевые поставки



ТЕХНОКЕРАМИКА

технологии и оборудование для производства керамики

В современном мире керамика имеет широкое распространение во всех сферах нашей жизнедеятельности. Мы используем ее в быту (посуда), строительстве (кирпич, черепица, трубы, плитки, изразцы, скульптурные детали), в медицине, технике и в искусстве. Новые приемы обработки, появление высокоточных станков и специальных добавок позволяют выпускать продукцию разной толщины, формы, размеров и характеристик.

Производители керамических изделий и оборудования с каждым годом открывают все новые возможности традиционного материала и демонстрируют новинки керамической промышленности в тематическом разделе MosBuild Cersanex, в рамках которого размещены разделы «Керамика» и «Технокерамика». Выставка «Технокерамика» — это ежегодное место встречи покупателей и производителей керамической плитки, санитарной керамики и огнеупорных материалов. Среди представленных на выставке видов продукции для отрасли основными являются: оборудование для керамической и кирпичной промышленности, сырье и материалы, химикаты и присадки, добыча и подготовка сырья.

Одним из участников выставки является неизменный и, возможно, старейший лидер в мировой керамической индустрии группа **Colorobbia**. Почти столетняя история этой компании начиналась с подготовки качественного сырья для керамики. Сейчас группа Colorobbia — это сырьевые поставки по всему миру, передовые технические разработки оборудования и комплектующих и, конечно, поиск новаций для совершенствования керамики. Результаты исследований компании в области нанотехнологий, а именно в производстве активных веществ на основе наноматериалов, известны во всем мире.

Также лидирующие позиции по производству оборудования и комплексных установок для производства керамики занимает многонациональная группа **Sacmi**. В состав группы входят 70 компаний из 26 стран. Специфика Sacmi заключается в предоставлении полного цикла инженерных решений для производства керамики, основанного на исследованиях и инновационных технологиях. Своими ноу-хау в технокерамике компания гордится больше всего.

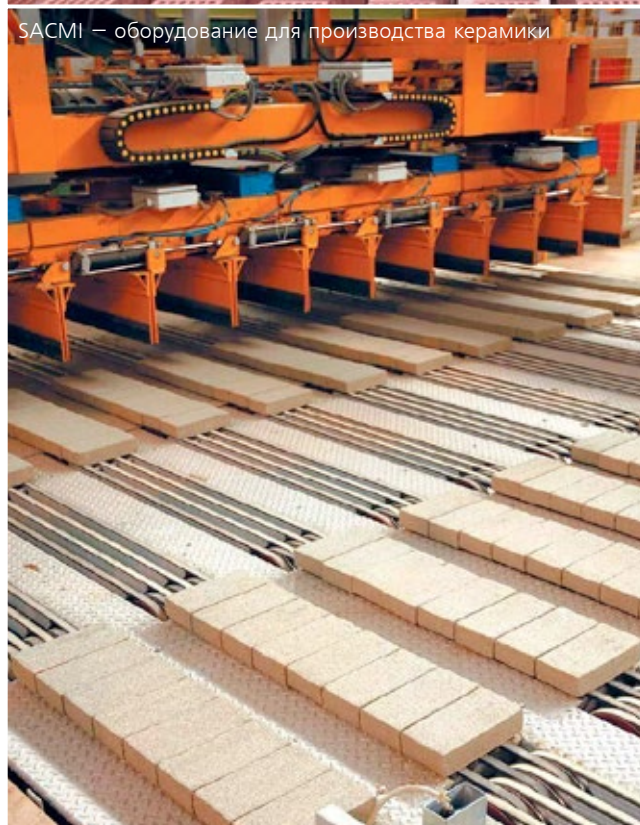
Более 20 лет Исследовательский центр Sacmi является настоящим «двигателем прогресса» для всех производителей традиционных керамических материалов. На территории площадью более 5000 кв. м. в лабораториях и на стендах экспериментального тестирования работает команда из 100 специалистов разных направлений, деятельность которых направлена на разработку инновационных технологий и обеспечение высочайшего качества всех видов продукции и услуг на мировом рынке керамики.

Сейчас на рынке керамических изделий наравне с мировыми лидерами по производству керамики успешно работают российские производители, предлагая потребителю первоклассную продукцию, способную достойно конкурировать с импортными материалами этой категории. Как отмечают специалисты, тенденция к доминированию российского керамического производства на отечественном рынке, благодаря новым разработкам и грамотной ценовой политике, в ближайшем будущем приобретет устойчивый характер. Современный рынок требует от производителей керамики постоянного обновления продукции с уникальными характеристиками, выпуск которой возможен только при внедрении эксклюзивных технологий.

На выставке «Технокерамика», которая будет представлена в павильоне 2, зале 4, посетители смогут подробнее ознакомиться с последними достижениями керамической промышленности как российских, так и зарубежных компаний.

*Компания Colorobbia, ЦВК «Экспоцентр»,
павильон 2, зал 4, стенд G213*

*Компания Sacmi, ЦВК «Экспоцентр»,
павильон 2, зал 4, стенд G105*



SACMI — оборудование для производства керамики

Если вы заботитесь о своем здоровье
и о будущем нашей планеты...



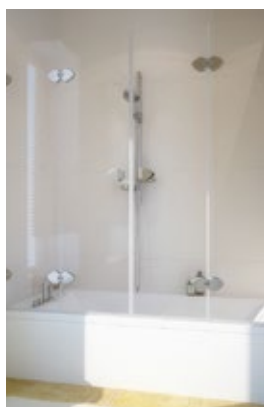
выбирайте строительные
и отделочные материалы, отмеченные
ЭКОЛОГИЧЕСКИМ ЗНАКОМ КАЧЕСТВА

«Витрина продукции» на MosBuild.com

Рубрика «Витрина продукции» журнала CERSANEX Magazine представляет новинки товаров и услуг от компаний – участниц строительной и интерьерной выставки MosBuild 2013

Как рассматривать «Витрину продукции»:
читаем, интересуемся, запрашиваем —
и Ваш запрос отправлен поставщику
за более подробным ответом

GuteWetter



Фабрика GuteWetter представляет **душевые ограждения серии Style**. Изделия этой серии обладают особенными функциональными возможностями. Благодаря новой конструкции петель, все подвижные элементы душевых ограждений имеют радиус вращения 360 градусов. Закаленное стекло в свою очередь может быть тонированным в массе, матированным, с нанесением шелкографии, фотопечатью. Также стекла могут быть изогнуты в широком диапазоне радиусов.

ЗАПРОС

STOULIOPOULOS

Ritsona Red

Greek Noce Travertine

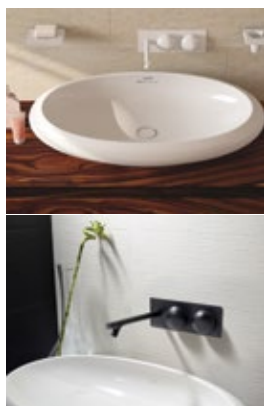
Греческий мрамор

Компания Marble Granite Stouliopoulos, производитель греческого мрамора с 1974 года, приобрела значительный опыт в этой сфере. Инновационные технологии стали залогом лидерства компании в настоящем и будущем.

Ajax

ЗАПРОС

VITRA



Воплощенная эстетика

Создавая специально для компании Vitra коллекцию сантехники Istanbul - эстетика XXI века, Росс Лавгроув черпал вдохновение в поражающей воображение архитектуре Стамбула — города с тысячелетней историей, наполненного гармонией и чувственностью. Все элементы коллекции объединены единой концепцией, включающей строгие формы. Смесители, похожие на ветви деревьев, с ручками-регуляторами в виде камней, круглые и овальные ванны, ассоциирующиеся с древними купелями, навесные и отдельно стоящие на пьедестале раковины, напоминающие скульптуры, — все они способны создать идеальную ванную комнату.

ЗАПРОС

KERAMA MARAZZI



KERAMA MARAZZI представляет «**Скандинавскую коллекцию» керамической плитки, керамического гранита и мозаики.**

Скандинавия знаменита не только викингами и фьордами, северным сиянием и снежными зимами, но и своим неповторимым скандинавским стилем. Простой и экологичный, вдохновленный самой природой, он несет в себе северное умиротворение, любовь к свету и пространству. Декор серии «Стокгольм» (20х50 см) передает атмосферу одной из самых известных скандинавских столиц. Этот город знаменит своими изящными яркими домиками и многочисленными набережными, которые они украшают.

ЗАПРОС

Лучше один раз увидеть...

3D-моделирование дизайн-проектов



Любая, даже самая великая идея будет оценена лишь после воплощения. Креативных решений архитекторам и дизайнерам не занимать, а представить будущий проект заказчику помогает 3D-визуализация, переносящая воображение художника в зримую реальность. Существуют компании, специализирующиеся на создании 3D-моделей архитектурных и дизайнерских проектов. Руководитель студии визуализации Станислав Орехов рассказал CERSANEX Magazine о творческих решениях в компьютерном моделировании.



Сегодня 3D-визуализация уже является неотъемлемой частью создания дизайн-проекта и становится все более востребованной. Почему? Все очень просто: 3D-моделирование - наименее трудозатратный, быстрый и удобный способ визуализировать проект, и он примерно в 10 раз дешевле, чем любое другое визуальное оформление, когда за дело берутся профессиональные бюро. Более того, 3D-модель дает возможность проработать проект наиболее детально, показать домашний уют уже на этапе моделирования.

Студия Станислава Орехова создает 3D-модели для архитекторов и застройщиков, работа с которыми имеет свои особенности. Застройщик, как правило, представляет только общую канву проекта. Детали студия прорабатывает самостоятельно, и креативные предложения здесь приходятся очень кстати. Другое дело



архитектор, полгода или год проработавший над проектом. В воображении он уже видит свое детище, поэтому предоставляет очень детальное техническое задание.

Одним из постоянных партнеров студии стал Сергей Эстрин, руководитель собственной архитектурной мастерской. В 2008 году партнеры создали и визуализировали проект интерьера жилых апартаментов в Новороссийске общей площадью 1200 кв. м. Сергей Эстрин лично принимает участие в каждой разработке своей компании, и пентхаус в Новороссийске не стал исключением. Вместе с ним над проектом работали архитекторы Ольга Бурковская и Татьяна Гришина.

Апартаменты отличаются большой площадью остекления, благодаря чему максимально открыты естественному свету. Стеклопакеты присутствуют и в интерьере: наиболее заметны тонированные ширмы в гостиной, парапет лестницы и зеркальная поверхность мебели в кухне. Еще одна особенность интерьера кухни — встроенная мебель, выполненная по индивидуальному заказу. Такой прием, по словам Станислава Орехова, придает интерьеру индивидуальность, позволяет скомпоновать множество различных по функционалу элементов и воплотить креативный дизайн, сохраняя единство материалов. »





В интерьере апартаментов доминирует пастельная гамма, присутствующая в отделке стен, мебели, аксессуарах. Приглушенный верхний свет компенсирует подсветка отдельных элементов: лестницы, стеновых ниш. «Зеленый» потолок в гостиной дополняется большим количеством живых растений и в самой гостиной, и на веранде, и в спортзале.

С чего все начинается. Работа визуализатора - это постоянный поиск творческих решений. Подпитываться вдохновением Станиславу Орехову помогают международные интерьерные выставки, в том числе европейские.

- Как правило, мы ищем технологии, затем поставщика, который может привезти их к нам в Россию. Но есть и другой способ: нахо-

дим интересный, но дорогой элемент декора и воспроизводим его сами. Таким образом мы экономим бюджет, но главное, нам интересно разрабатывать что-то самостоятельно, тем более это не так сложно. В Россию, конечно, завозят новые технологии, но не могу сказать, что это массовое явление. И стоят они в 2 - 3 раза дороже, чем в Европе. Такая ценовая политика побуждает нас самостоятельно создавать более дешевые аналоги. Но мы никогда не копируем бездумно один в один, мы, по сути, создаем свои арт-объекты на основе увиденного аналога, вкладываем душу. Получается индивидуальная работа, эксклюзивное изделие.

Говоря о проектах, Станислав Орехов отмечает, что «дизайн должен вытекать из



архитектуры. Я думаю, основная задача дизайнера и архитектора как раз в том, чтобы объединить большие и малые формы. И конечно, элементы дизайна должны сочетаться друг с другом. Козырем многих современных проектов становится применение одинаковых материалов. Например, в этой ванной комнате Millenium Park есть длинная встроенная в стену столешница из сланца, в которую интегрирована раковина из сланца - получился единый монолит. Это очень эффектное решение и всегда индивидуальный проект. Такой подход важен не только для клиентов премиум-класса, сейчас и бизнес-класс, и эконом-плюс тяготеют к единству материалов».

Работа современного дизайнера

Помимо вкуса должен быть профессионализм - понимание, как работают материалы, какой эффект они создают.

Не секрет, что лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать, особенно если речь идет о такой масштабной и затратной работе, как строительство. Современное 3D-моделирование, позволяющее увидеть здание еще до начала строительства, стало мостом, соединяющим этапы создания проекта и способствующим взаимопониманию его участников. Экономичность, скорость выполнения и близость к реальности предопределили успех визуальных технологий. Возможно, в скором будущем они выйдут за пределы архитектуры и дизайна и найдут применение и в других сферах нашей жизни. »





Напольный смеситель Stillness

Напольная модель смесителя Stillness от **Jacob Delafon** решает одновременно функциональные и стилистические задачи. Новый однорычажный смеситель, повторяющий по форме растительные мотивы коллекции Stillness, оснащен последними технологическими решениями. В смесителе использован последовательный картридж, установлен скрытый дивертор и аэратор с антиизвестковым покрытием. Модель комплектуется изящной и эргономичной душевой лейкой Ellipse.

Компания *Jacob Delafon*

ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд A403

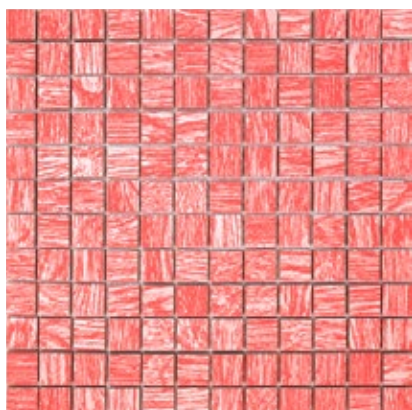
Натуральный камень 3D Wall Block от **BIBLOS**, LITHOS DESIGN, дизайнер Raffaello Galiotto



Неповторимый стиль Lovee

Если проводить аналогии с миром моды, то чугунные ванны **Jacob Delafon** можно сравнить с твидовым костюмом Chanel, который и спустя десятилетия остается символом утонченного стиля и элегантности. Французский производитель сантехники Jacob Delafon представляет модель чугунной ванны Lovee — роскошная и ироничная, в духе космополитизма, grand-dame. Представлены встраиваемая или отдельностоящая модели. Lovee имеет размер 170 см в длину и 75 см в ширину, оснащена ступенькой у основания и поставляется в комплекте с панелью и удлиненным сливом, для которого необходим дренаж глубиной 3 см. Ванна также может быть установлена на платформе.

Компания *Jacob Delafon*, ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд A403



Керамический Vintage

Старое дерево с вытершейся краской — воплощение винтажа. Благородство потертой древесины вдохновило дизайнеров испанской компании **Aravisa** на создание коллекции керамогранита Vintage. Представлены также элементы decaré (имитация древесины со снятым верхним слоем краски).

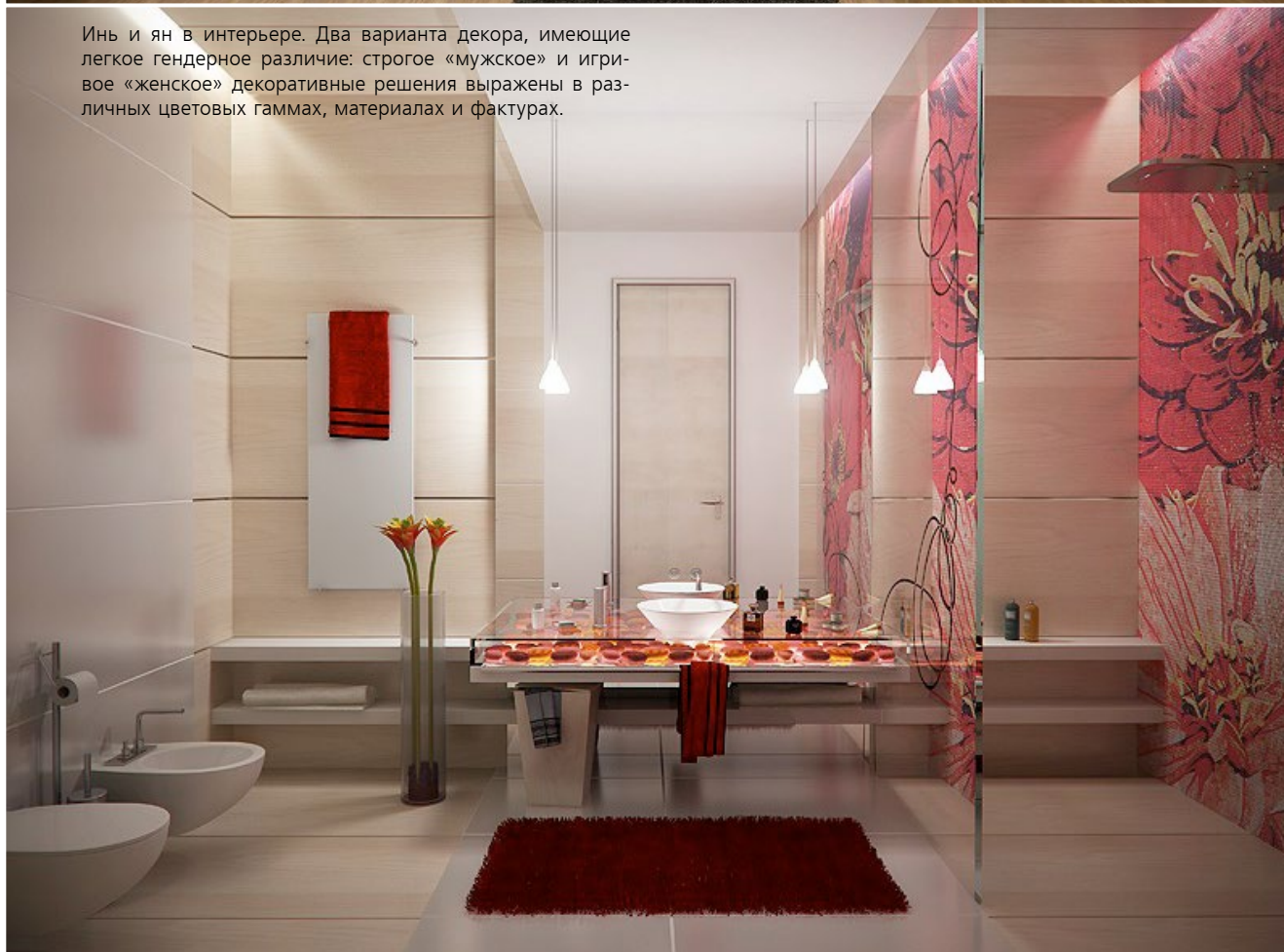
Коллекция позволяет создавать неожиданные цветовые сочетания укладки. Число комбинаций увеличивается и за счет разнообразия форматов. Все элементы выполнены с ректификацией, без сколов. Рисунки и оттенки могут сильно варьироваться, что делает текстуру максимально приближенной к натуральной. В каждом цвете представлена и классическая монохромная мозаика из квадратных тессер.

Благодаря широкому выбору элементов для оформления углов и ступеней коллекция становится максимально функциональной. Керамогранит Aravisa не обесцвечивается на солнце, обладает антискользящим покрытием (R 10), низким водопоглощением (0,1 %), высокой прочностью на изгиб (45 Н/мм²), хорошей устойчивостью к температурным перепадам, механическим воздействиям, загрязнениям и активным химическим веществам.

Компания *Aravisa*, ЦВК «Экспоцентр», павильон 2, зал 2, стенд D513



Инь и ян в интерьере. Два варианта декора, имеющие легкое гендерное различие: строгое «мужское» и игривое «женское» декоративные решения выражены в различных цветовых гаммах, материалах и фактурах.



Стальная древесина

Как совместить одухотворенную красоту дерева и прочность стали? Конечно же, создав керамогранит под названием Ironwood - решили специалисты испанской компании **Alcalagres**. Палитру из шести оттенков натуральной древесины (ель, ясень, бамбук, олива, кипарис, черное дерево) в этом сезоне испанские дизайнеры предлагают комбинировать в одном интерьере.

Благородная текстура с тонким рельефом виртуозно копирует неровности древесной поверхности. Детали могут значительно различаться по интенсивности тона, что делает сходство с натуральной древесиной максимально точным.

Керамогранит можно использовать как в интерьерах, так и в экстерьерах, в том числе в местах с высокой проходимостью.

Компания **Alcalagres**

ЦБК «Экспоцентр», павильон 2, зал 2



Коллекция умывальников Beauty Area, модель GRETA и смеситель WOLO для ванной комнаты итальянской компании **WEBERT**
ЦБК «Экспоцентр», павильон 1, стенд A205



Настенный светильник для ванной комнаты из коллекции Linestra испанской компании **VIBIA**



Многофункциональный душ ARIA Soffione из коллекции COMFORT, нержавеющая сталь, настенное крепление.
Компания **WEBERT**
ЦБК «Экспоцентр», павильон 1, стенд A205

Миллион керамических цветов

Нежную коллекцию настенной керамической плитки с пленительным названием Spa Pink представляет испанская компания **Decocer**. Поверхность имитирует мелкую мозаику с круглыми тессерами различного размера и рисунком. Покрытая глазурью керамика напоминает капли воды, в каждой из которых словно растворился прекрасный цветок: роза, лилия, орхидея, сирень.

Компания **Decocer**

ЦБК «Экспоцентр», павильон 2, зал 2

Водяной полотенцесушитель Fprimo, компания «ДВИН»
ЦБК «Экспоцентр», павильон «Форум», стенд F445



Интерьерный изыск — ванна на подиуме. Такое дизайнерское решение возводит обыденный предмет интерьера в ранг произведения искусства, а ежедневные водные процедуры превращает в театральное действо.





Потолочный светильник
VIBIA, коллекция BIG,
дизайн Lievore Altherr Molina

Коллекция Aragu - лучшее сочетание инноваций и стиля

Французский производитель полного спектра товаров для ванной комнаты **Jacob Delafon** представил новую коллекцию термостатических смесителей и душевых модулей Aragu.

Инновационность Aragu подкреплена рядом функциональных решений. Плоский корпус излива прямоугольной формы обеспечивает широкий ламинарный поток воды. Термостат позволяет не только гарантировать стабильность комфортной температуры воды, но и ограничивает ее до 50 °С. Вместе с технологией cold body, при которой корпус всегда остается холодным, это позволяет уберечься от случайных ожогов.

Утапливаемые внутрь рычаги, регулирующие горячую и холодную воду, — еще одно новшество. Сами рычаги покрыты плотным черным эластомером, благодаря которому даже мыльные руки не скользят и можно легко переключать воду. А дивертор для включения душа удобно расположен на ручке.

В коллекции Aragu представлены термостатический смеситель для ванны и душа, душевая колонна с ручным душем Ellipse (2 режима воды) и широкой верхней лейкой.

Компания *Jacob Delafon*

ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд А403



Деревянная мозаика
Pardec для помещений
с повышенной влажностью

Сумеречная красавица

Благородный серый цвет, изысканный декор и разнообразие актуальных форматов - у коллекции керамогранита Bluebelle испанской компании **Colorker** есть все данные, чтобы стать настоящим хитом. Поверхность превосходно передает строгую элегантность бельгийского голубого известняка. Декор, также выдержанный в ахроматических тонах, поражает разнообразием: тончайшие рисунки, объемные вкрапления металлизированной глазури, сочетание матовой и полированной поверхностей... А элементы очень крупного формата 60,5x120,5, 19,5x119,7 и 59,5x59,5 см идеальны для оформления пола.

Компания *Colorker*

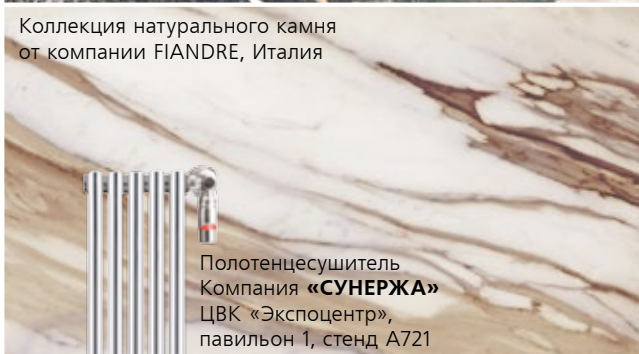
ЦВК «Экспоцентр»,
павильон 2, зал 2







Коллекция натурального камня
от компании FIANDRE, Италия



Полотенцесушитель
Компания «СУНЕРЖА»
ЦБК «Экспоцентр»,
павильон 1, стенд А721



Новое оборудование Viega

Инфракрасные кнопки смыва Visign for Public от **Viega** — это бесконтактный смыв, который признан соответствующим рекомендациям по повышению комфорта в жилых помещениях VDI 6000.

Компания Viega, ЦБК «Экспоцентр»,
павильон «Форум», стенд F151

Настольные аксессуары **WasserKRAFT**, серия Amper K-5400, Германия. В комплект входят: дозатор для жидкого мыла, мыльница, стакан для зубных щеток.



коллектация



В основе всего – комфорт

Компания **WasserKRAFT** (Германия) представляет смесители с функцией ограничения потока воды и с гигиенической лейкой. Двухступенчатый экокартридж позволяет сократить потребление воды в два раза. При этом напор воды не изменяется, регулируется лишь ее объем. Смесители Aller 1068, Main 4108, Leine 3508 имеют гигиеническую лейку, которую можно расположить с помощью держателя рядом с унитазом.

Компания WasserKRAFT, ЦБК «Экспоцентр»,
павильон «Форум», стенд F535



Брутальная коллекция Xtreme
(copper, black, white), **APAVISA**, Италия

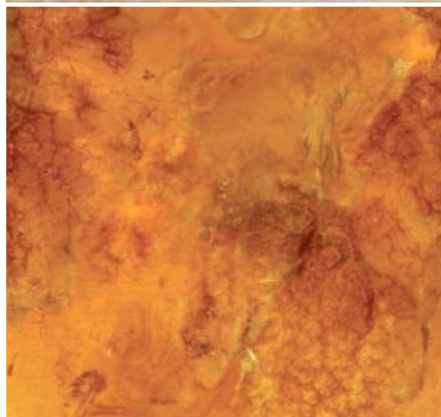




Крупные дома моды тоже проходят свой путь эволюции. Сегодня они не только продумывают стиль и дизайн, но и разрабатывают все составляющие для их комплектации. Дизайнеры интерьера ведущих домов моды создают авторские коллекции обоев, плитки, сантехники, напольных покрытий, мебели, тканей, домашнего текстиля, ковров, света и всевозможных аксессуаров. Такой подход способствует развитию домов моды, поощряя их создавать собственный стиль в интерьере, а также обеспечивать наиболее полный спектр услуг для своих клиентов.



Итальянский камень
Precious Stones
Yellow Onix, Ambra,
Green Marble,
компания **FIANDRE**



коллектация

Классика стилей

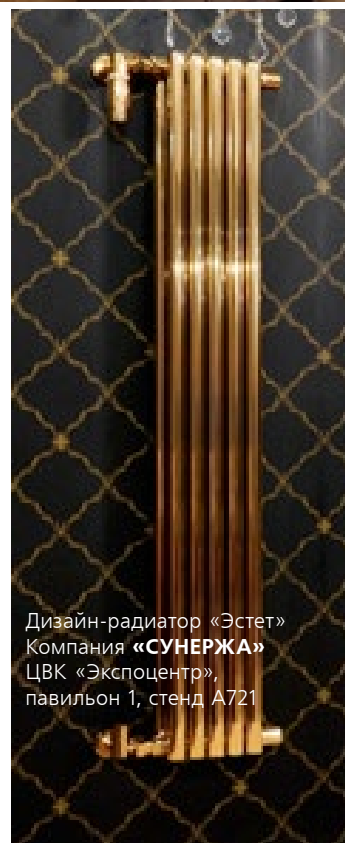
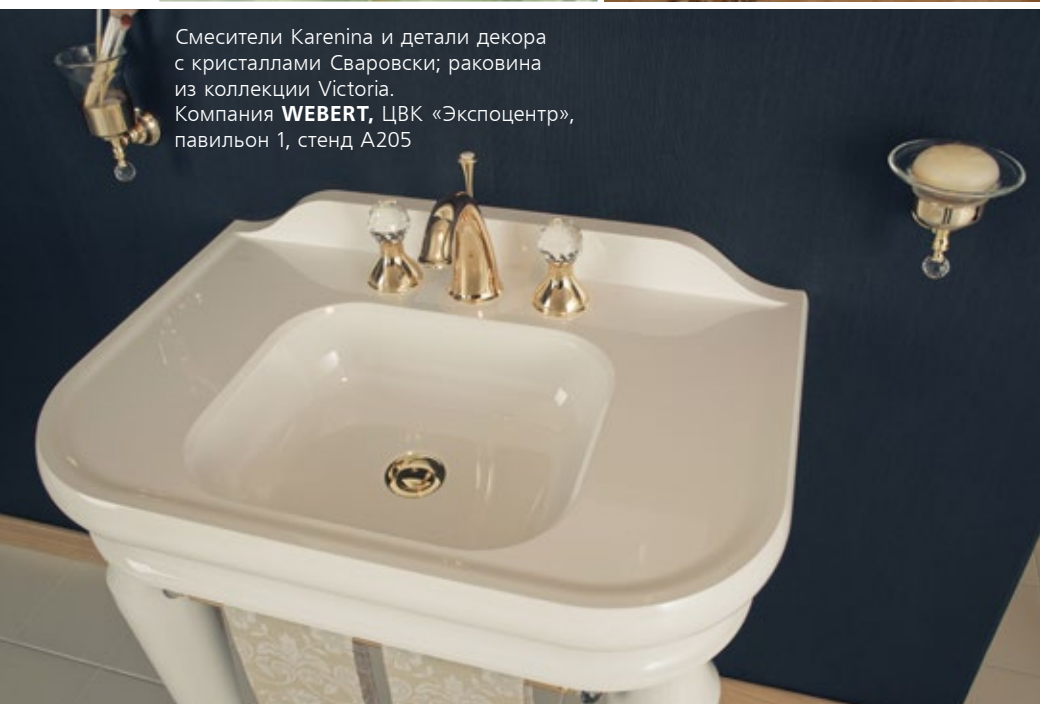
Cersanit представляет новую коллекцию керамической плитки Travera. Она выполнена в виде имитации фактуры камня-травертина натуральных песочных оттенков. Две линии декоров задают стиль: классический — объемная розетка и тонкий бордюр «сигара», модерн — живописное панно кисти чешского художника Альфонса Мухи, ярчайшего представителя модерна.

Компания **Cersanit**

ЦВК «Экспоцентр», павильон 2,
зал 2, стенды D105, D109



Смесители Karenina и детали декора
с кристаллами Сваровски; раковина
из коллекции Victoria.
Компания **WEBERT**, ЦВК «Экспоцентр»,
павильон 1, стенд A205



Дизайн-радиатор «Эстет»
Компания **«СУНЕРЖА»**
ЦВК «Экспоцентр»,
павильон 1, стенд A721



Глобализация экономики стремится сосредоточить максимум производства в одном месте. При безусловной финансовой выгоде это порой приводит к унификации изделий даже известных брендов. В противовес этому в Европе получили распространение локальные фабрики, где производят небольшие партии интересных и непревзойденных по качеству изделий, которые нигде больше не найти. Такие товары зачастую можно заказать только на выставке, позже сделать это не получится — фабрики набирают заказы на весь год до следующей экспозиции.

Европейский производитель товаров для ванной комнаты **Edelform** ориентирован на рынки России и стран Восточной Европы. Инновационные технологии, современный дизайн в лучших традициях швейцарских мастеров и европейские гарантии качества являются неотъемлемыми составляющими торговой марки, делающими продукцию бренда надежной и привлекательной. Анализируя потребности рынка, специалисты Edelform разрабатывают новые модели и расширяют ассортиментный ряд бренда. Линию товаров для ванной комнаты составляют пять наиболее востребованных на рынке основных групп: смесители, душевые программы, гидро-массажные боксы, мебель и аксессуары для ванных комнат.

Компания *Edelform*

Комплектация больше, чем под ключ!

Компания **«Торговая площадь»** представляет душевые кабины Artex, изготовленные по новейшей экотехнологии с применением пенополиуретана. Более прочные, износостойкие, экологически чистые.

Компания *«Торговая площадь»*

ЦВК «Экспоцентр»

павильон 1, стенд A101



Полностью обновить ванную комнату вам поможет группа компаний **«Новокор»**, которая предлагает широкий ассортимент сантехнических изделий из России, Европы и Азии. Сан-фаянс, душевые кабины, смесители, мебель и аксессуары любых стилей и всех ценовых категорий.

Компания *«Новокор»*

ЦВК «Экспоцентр», павильон 1, стенд A501





Сантехника: чудеса, да и только!

Казалось бы, что сложного в выборе сантехники? Но на практике решить, какие форма, материал, цвет и функции той или иной модели сантехники подходят именно вам, бывает очень сложно. Нередко выбор сантехники представляет собой компромисс между модой и практичностью. А что сегодня предлагают производители?

Полиэтилен высокого давления

ПВД (полиэтилен высокого давления) — новый гигиеничный материал, который совсем недавно начал использоваться для производства сантехнических приборов. Он на 100 % подвержен вторичной переработке, отличается прочностью и легкостью. Из ПВД изготавливаются ванны и умывальники OiO (Antonio Lupi). Изделия коллекции OiO могут оснащаться встроенной внутренней подсветкой.



Экокерамика

В последнее время весьма актуальна так называемая экологическая керамика. Так, например, компании Villeroy & Boch и Gustavsberg предлагают сантехнику с покрытием Ceramic Plus, а также Active Care. Ceramic Plus — это специальное покрытие, благодаря которому вода и грязь не задерживаются на поверхности керамики.

Вода собирается в капли, которые стекают в сливное отверстие вместе с грязью и известью. В результате уход за изделием с покрытием Ceramic Plus сводится к минимуму.

Благодаря добавлению в глазурь распыленных ионов серебра система Active Care имеет высокие бактерицидные свойства керамической поверхности. Таким образом, эмаль Active Care, по заверению производителя, обеспечивает надежную защиту от бактерий даже без помощи специальных средств.

BLIZKO» РЕМОНТ

**СЕТЬ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКОВ ДЛЯ
ПОКУПАТЕЛЕЙ СТРОИТЕЛЬНЫХ
И ОТДЕЛОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ**



- Санкт-Петербург
- Екатеринбург
- Казань
- Нижний Новгород
- Новосибирск
- Ростов-на-Дону
- Самара
- Краснодар

**ВАШ ЗОЛОТОЙ КЛЮЧИК
К ПРОДАЖАМ
В РЕГИОНАХ!**



Если вы хотите выйти на аудиторию людей, делающих ремонт сейчас,
звоните в Отдел сетевых продаж «BLIZKO Ремонт»:
тел: (495) 287-80-20
125060, г. Москва, 1-й Волоколамский проезд, дом 10, стр. 10
www.apress.ru, www.blizko.ru, www.remontblizko.ru, smertina@moscow.apress.ru



Шума больше нет

Наливая воду в ванну, вы больше не будете слышать звук падающей воды, если приобретете модуль Rotaplex Trio F (Viega) с инновационной системой «подача воды со дна ванны». Наполнение ванны, оснащенной таким модулем, происходит быстро и бесшумно. Подающее и сливное отверстия модуля четко разделены и находятся на разных уровнях, а для наибольшей гигиенической защиты оборудованы обратным клапаном, препятствующим попаданию сточных вод в трубопроводы водоснабжения.



Сиденье с функцией биде

Одной из популярных новинок последнего времени является симбиоз унитаза и биде. Не так давно появилась еще одна реализация этой идеи — биде SensoWash (Duravit), интегрированное в сиденье унитаза. Биде работает в трех режимах. Температура и объем воды, а также степень выдвижения форсунки могут быть настроены индивидуально.

Личные предпочтения можно «сохранить» в двух профилях, которые выбираются при очередном использовании. К несомненным плюсам SensoWash относится подогрев сиденья, теплая воздушная сушка и специальная светодиодная ночная подсветка. Управление системой осуществляется с помощью дистанционного пульта. ■■



Материал подготовлен редакцией «BLIZKO ремонт», www.blizko.ru, www.remontblizko.ru

Укрыться от холодов и жары под землей



Над проектом комплекса работали архитекторы Влад Маврин, Юрий Иншаков и Анна Аверьянова из бюро «МАМАдизайн». Оформлением внутреннего пространства занималась известная театральная художник Оксана Ярмольник, переключившаяся с декораций на интерьеры жилых помещений. Перед архитекторами стояли задачи скрыть от посторонних глаз дом в поселке, где заперены заборы, и не загородить вид на реку и лес, открывающийся из окон основного дома, расположенного выше по склону. Архитектурное решение обоих вопросов подсказал ландшафт: СПА-комплекс построили на косогоре, частично скрыв его под землей, и «накрыли» зеленой крышей. Такая красота, как водится, потребовала жертв — пришлось раскапывать и укреплять склон, но результат того стоил. Стекланный фасад комплекса обращен к реке, а перед



ним разместился бассейн и зона барбекю. От соседей «сверху» площадку с бассейном скрывает само здание - видна только зеленая крыша, которая маскирует дом, являясь продолжением склона. Там, где не хватало естественного ландшафта, личное пространство спрятали, посадив деревья.

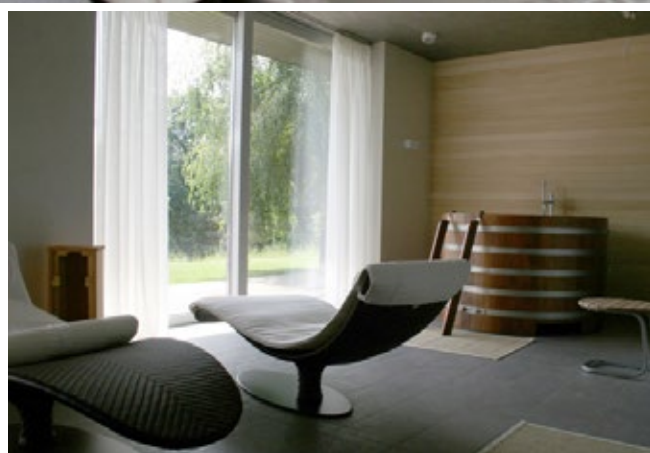




СПА-комплекс представляет собой двухэтажное здание с большими панорамными окнами. Верхний этаж занимает гостиная с кухней, сауна, русская парная с купелью, хаммам, японская бочка офуро и массажный кабинет. Нижний этаж отведен под винный погреб. Дом, созданный в гармонии с при-

родой и органично вписанный в ландшафт, требует соответствующий интерьер, поэтому Оксана Ярмольник использовала только натуральные цвета и материалы: дерево, керамогранит, лен. Вход в зону СПА предваряет гостиная-студия с простой, но добротной обстановкой: встроенная кухня Voffi, барные »





стулья Kong, диван от Roche Bobois. Пространство СПА поделено на несколько зон, большинство из которых оформлены деревом. В хаммаме же стены и лавки выложены итальянской мозаикой из смальты, а пол из керамогранита.

В интерьере винного погреба на первом этаже тоже ничего лишнего — деревянные двери, пол, стеллажи сочетаются со стенами с фактурой «необработанного» кирпича. Особое внимание уделено подсветке винохранилища — максимум освещения сосредоточено над картинами и другими декоративными элемен-



Над проектом комплекса работали архитекторы из бюро «МАМАдизайн»



Влад Маврин Анна Аверьянова Юрий Иншаков

тами, а также над столом в комнате для дегаустации, предваряющей вход в винный погреб. Продолжением темы благородных напитков стала коллекция винных этикеток и печатных форм, представленная в холле первого этажа. Она-то и стала главной изюминкой дизайна всего интерьера.

Наполненный и изнутри, и снаружи натуральными цветами и материалами, подмосковный СПА-комплекс стал архитектурной частью ландшафта. Этот проект выполнен в соответствии с популярным сегодня «природным» трендом, где натуральные материалы, эргономичные формы, лаконичность и простота создают неповторимую уютную завершенность пространства. ■■



Выставка MosBuild  приглашает

e3 Forum

экология
энергия
эффективность

2 АПРЕЛЯ 2013 ГОДА
ЦВК «Экспоцентр»

Для посещения необходимо
зарегистрироваться

ПОДАРОК!

Только онлайн посетителям!

При регистрации на сайте выставки MosBuild Вы получаете

УНИКАЛЬНЫЙ CD-ДИСК

- с официальными каталогами всех разделов выставки MosBuild: Building&Interiors, Fenestration и Cersanex
- 4 выпуска журнала MosBuild Magazine
- 2 выпуска журнала CERSANEX Magazine*

2–5 апреля 2013 года
ЦВК «Экспоцентр», ВВЦ

16–19 апреля 2013 года
ЦВК «Экспоцентр»

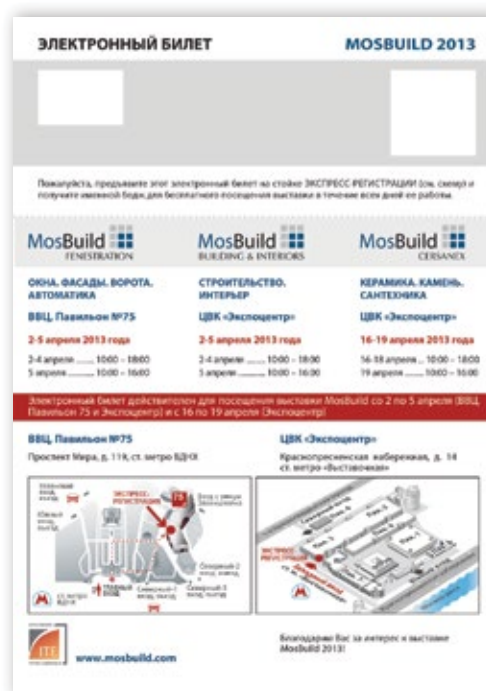


ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПУТЕВОДИТЕЛИ

по трем разделам выставки:

Building&Interiors, Fenestration и Cersanex
будут доступны **на стойке регистрации**
в дни проведения выставки MosBuild 2013

Получите **электронный билет**
на выставку MosBuild 2013!



* Также CD-диск получит каждый участник выставки

В следующем номере
MosBuild Magazine #9

Отчет о выставке MosBuild 2013



Факты
Цифры
Интервью

Все новинки
строительного
сезона 2013