

Множество вариантов

КРИТЕРИИ ВЫБОРА НАПОЛЬНЫХ ПОКРЫТИЙ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ



Индивидуальный дизайн и стандартные решения, актуальные тренды и фирменный стиль компании, особенности конкретного дизайн-проекта и взаимодействие с заказчиком.



Михаил Киреев,
заместитель директора
по продажам, LG Hausys RUS



Мария Миргород,
маркетолог, Elkort

Напольное покрытие является одним из важнейших элементов коммерческого дизайна. От того, насколько грамотным будет его выбор, зачастую зависят такие факторы, как соответствие стилю компании-заказчика, функциональность, безопасность, дальнейшие расходы на уборку и т. д.

«Специалисты должны учитывать все слагаемые: пожелания заказчика, его бюджет, срок открытия объекта, назначение помещения и его стиль – в этом случае рождается оптимальное предложение напольного покрытия, которым заказчик остается доволен», – считают **Инна Ли и Марина Девятаева, руководители проектов компании «Контрактстрой».**

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ |

Выбор заказчиком типа напольного покрытия в первую очередь обуславливается назначением объекта в целом и конкретных помещений в частности. При этом напольное покрытие должно быть функциональным, безопасным и соответствовать экологическим нормам.

По словам **Игоря Полякова, руководителя направления дизайна интерьеров Maxgroup,** в рабочих помещениях и местах большой проходимости требуются напольные материалы, имеющие повышенную износостойкость (керамогранит, коммерческий линолеум, ком-

Технология наливных полов изначально использовалась для производственных помещений и парковок, но сейчас за счет своих характеристик применяется и в торговых местах.

мерческий ковролин). К таким местам можно отнести офисы, салоны, магазины, клубы, рестораны. «На сегодняшний день самые актуальные технологии – это фальшполы и наливные полы», – подчеркивает он.

Фальшполы позволяют в дальнейшем открытие всех инженерных систем без штробы, что, безусловно, очень удобно в коммерческих помещениях – не видно проводов, удобно для



технического обслуживания. Клиент может в любое время провести перепланировку без лишних хлопот. Например, данную технологию компания Maxgroup использовала при создании дизайна интерьера в сети ресторанов быстрого питания Texas Chiken.

Технология наливных полов изначально использовалась для производственных помещений и парковок, но сейчас за счет своих характеристик применяется и в торговых местах. Она позволяет нанести нестираемый узор, имеет повышенную износостойкость и не имеет стыковочных швов. Представители Maxgroup рассказали, что подобная технология была использована для создания интерьера салона компании «Мегафон» в ТЦ «ГУМ». На пол был нанесен фирменный узор, который соответствовал общей концепции дизайна интерьера.

За счет таких полезных свойств, как ровность, прочность, устойчивость к грязи и



агрессивным средам, полимерные наливные полы разрешены к применению в пищевых, медицинских и детских учреждениях. «Тут даже керамическая плитка сильно уступает, так как имеет швы, в которых могут скапливаться бактерии», – отмечает **Михаил Нефедов, генеральный директор DBSG**.

При этом по цене полимерные полы проигрывают некоторым покрытиям только на

Полимерные полы проигрывают некоторым покрытиям только на объектах малой площади из-за достаточно затратного способа укладки при соблюдении всех технологических тонкостей и сроков.

объектах малой площади из-за достаточно затратного способа укладки при соблюдении всех технологических тонкостей и сроков. Поэтому на малых объектах их заказывают только в том случае, когда использование другого покрытия невозможно из-за требований к дизайну или особым свойствам полимера.

«Иногда используются и дорогие материалы, когда дизайн стоит на первом месте, напри-

мер, современные наливные полы PanDomo на микроцементной основе. После устройства такой пол напоминает камень, создается эффект единого монолитного покрытия из дикого камня, мягкого и бархатного на вид. Такие полы используются в дорогих интерьерах квартир и коттеджей, а также в элитных бутиках, клубах и ресторанах», – рассказывает Михаил Нефедов, DBSG.

Инна Ли, «Контрактстрой»: «Для помещений различного назначения требуется разное напольное покрытие с определенными характеристиками. Например, для помещения серверной комнаты лучшим образом подойдет материал с антистатическими свойствами, а для коридора гостиницы – износостойчивое ковровое покрытие». Кроме того, по ее мнению, в каждом объекте, будь то развлекательный центр, ресторан, гостиница, офис или медицинское учреждение, напольное покрытие должно соответствовать требованиям пожарной безопасности и санитарно-эпидемиологическим.

Для помещений, где скапливается большое количество влаги и требуется соблюдение гигиенических норм, по словам **Михаила Киреева, заместителя директора по продажам LG Hausys RUS**, лучший выбор – рулонные покрытия, которые провариваются шнурами, а также могут быть заведены на стену (это медицинские учреждения, школы, крупные магазины с большим трафиком и т. д.). «Тогда как для помещений с небольшим трафиком,

где важны дизайнерские функции покрытия (банки, салоны красоты, клубы, небольшие магазины) мы предлагаем дизайн-плитку DecoTile. Заказчик может выбрать дизайн на свой вкус из 90 предлагаемых артикулов данного покрытия», – отмечает он.

Таким образом, по утверждению Игоря Полякова, Maxgroup, важными критериями для клиента являются дизайн, функциональность и вопрос дальнейшего ухода за напольным покрытием. При этом дизайн пола должен поддерживать общую композицию помещения. По функциональным возможностям напольное покрытие должно позволять клиенту быстро и без труда провести перепланировку, устранить неполадки – иметь доступ ко всем коммуникациям.

ТРЕНДЫ В ДИЗАЙНЕ | При создании интерьера для конкретного объекта должны учитываться и современные тенденции в дизайне напольных покрытий.

«Сегодня приветствуются самые разнообразные решения, однако, чаще одноцветные или максимум сочетание двух цветов, очень редко – пестрые или с рисунком. Это полимерные наливные полы, реже полимер-бетонные наливные полы», – отмечает Михаил Нефедов, DBSG.

По мнению Михаила Киреева, LG Hausys, если речь идет о рулонных покрытиях, отмечаются следующие тенденции в дизайне:

1) напольные покрытия спокойной цветовой гаммы (серый, бежевый и т. д.) с нейтраль-

ным дизайном (рисунок с мраморной структурой, материал с чипсами) используются в интерьере офисов и школ. Для данных коммерческих объектов одинаково популярны коллекции Supreme, Durable и Compact;

2) напольные покрытия «специальных» цветов в соответствии с бренд-буком в большей мере характерны для интерьера сетевых магазинов.

«Если же мы говорим о дизайн-плитке (коллекция DecoTile), основной тренд – это дизайн под дерево, хотя востребованы также и другие с мраморной структурой, вплоть до дизайна под ковер и речной камень. Все зависит от фантазии дизайнера, а также от предпочтений заказчиков», – подчеркивает Михаил Киреев, LG Hausys..

Также в числе основных трендов в дизайне напольных покрытий отмечаются натуральность, минимализм и эксклюзивность. Например, в дизайн-проектах в качестве напольного покрытия может использоваться натуральная кожаная плитка.

«Преимущество кожаной плитки в том, что она абсолютно индивидуальна, делается на заказ. Цвет определяется заказчиком или





дизайнером – в коллекции сотни цветов кожи и рельефных принтов-фактур. Благодаря такому своему качеству, как долговечность и износостойкость, кожаная плитка для декора напольных покрытий используется не только в домашних интерьерах, но и для офисов и гостиниц. Также кожаные полы и обивка кожей – это стильный выбор для баров, яхт, VIP-кинотеатров и клубов. При соблюдении технологий и использовании качественной кожи такая плитка прослужит века», – рассказывает **Мария Миргород, маркетолог Elkort.**

Кроме того, в рамках обозначенных трендов отмечается спрос на ковры из натуральных материалов: шкур коровы, стриженной овчины и мутона, а также лоскутов кожи.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН | В настоящее время заказчикам интересна разработка индивидуального дизайна интерьера в соответствии с фирменным стилем компании.

Марина Девятаева, «Контрактстрой», отмечает, что если частное лицо может позволить себе любой дизайн по своему вкусу, то сеть отелей, к примеру, просто обязана придерживаться определенного стиля. В этом случае пожелания заказчика учитываются и разрабатывается индивидуальный дизайн. «Например, индивидуальный дизайн коврового покрытия изготавливается немного дольше, так как требуется время на подбор цвета, из-

готовление и утверждение образцов, а также производство самого покрытия. Ковровое покрытие специального дизайна может быть изготовлено в разных качествах, с различными характеристиками, в зависимости от требований к помещению будет ли это покрытие для зон с большой проходимостью или для VIP-зон», – говорит она.

Среди основных критериев выбора напольных покрытий для коммерческих объектов можно назвать: функциональность, безопасность, назначение объекта, индивидуальный стиль компании-заказчика и расходы на дальнейший уход.

По словам Игоря Полякова, Махgroup, общая атмосфера помещения должна говорить посетителю о том, что он попал именно в конкретную организацию. Необходимо заметить, что это помогает компании наилучшим образом продвинуть свои продукты и услуги, а посетителю – запомнить фирменный стиль компании и, соответственно, саму компанию. Это относится и к дизайну напольных покры-

тий. «В частности, используется технология зонирования помещения напольным покрытием, таким образом, появляется возможность разделить пространство», – отмечает он.

Примеров стыковки различных напольных покрытий в пределах одного помещения достаточно много. Так, сочетание полимер-бетонного наливного пола и коврового покрытия можно встретить в известном ночном клубе Pacha Moscow – проекте DBSG.

«Бывают случаи, когда заказчик приходит с образцами необходимого напольного покрытия, соответствующего стилю компании, – рассказывает Михаил Нефедов, DBSG. – Мы находим нужный материал и делаем варианты для согласования или подбираем аналоги, так как не все иностранные материалы есть в России».

В случае заказа индивидуального дизайна напольного покрытия следует помнить о свойствах материала, технологии его изготовления и особенностях укладки.

Так, основными клиентами, заказывающими индивидуальный дизайн ПВХ-покрытий, являются крупные сетевые магазины. «Это связано с тем, что ПВХ-покрытия изготавливаются по спецдизайну начиная с определенного объема, что обусловлено технологией производства», – отмечает Михаил Киреев, LG Hausys.

По словам Марины Девятаевой, «Контрактстрой», индивидуальным дизайном для ПВХ-покрытий чаще всего является специальная

укладка. Если у заказчика есть желание украсить пол своего помещения, то в таком случае из разного линолеума вырезаются детали дизайна практически любой сложности и укладываются в соответствии с эскизом. «Такое украшение пола эффектно смотрится в просторных помещениях типа холла салона красоты, банка, магазина, развлекательного центра или клуба», – отмечает она.

«На сегодняшний день в сфере коммерческих интерьеров индивидуальный дизайн востребован наиболее остро, клиентам важно, чтобы бренд компании прочитывался даже в мелочах», – подводит итог Игорь Поляков, Махgroup.

Таким образом, среди основных критериев выбора напольных покрытий для коммерческих объектов можно назвать: функциональность, безопасность, назначение объекта, индивидуальный стиль компании-заказчика и расходы на дальнейший уход. О специфике взаимодействия между дизайнерами, производителями и заказчиками напольных покрытий поговорим в следующий раз. **---FNR**

Ольга Томчук

