



МОЙ главный принцип в работе: **УЛЫБКА** клиента должна быть **ШИРЕ** объема его **КОШЕЛЬКА**.

Эволюция

Недавно в Москве известный шведский архитектор и дизайнер Эрик Ниссен Йоханссен в рамках Nordic Workshop 2012 провел мастер-класс. Особый интерес вызвала его интерпретация термина *luxury* и концепция современной эволюции роскоши.

Текст: Светлана Ланцова

1 СТУПЕНЬ БРЕНДОМАНИЯ

Начальная стадия потребления, первый шаг человека, обладающего деньгами, в мир роскоши, так сказать, — зеркало его бумажника. Отличается примитивизмом, поскольку все приобретаемые материальные ценности выражаются в «Гуччах» — то есть только в самых дорогих и известных брендах: если одежда — то Gucci или Chanel; если автомобиль — то Maybach или Bugatti; если украшения — то Cartier, если отель — то Burj Al Arab и т.д.



Кресло
Le Corbusier

3 СТУПЕНЬ ИСКУССТВО В СЕБЕ

Количество накопленного опыта потребления перерастает в качество. Наступает, если можно так выразиться, стадия «скромного обаяния буржуазии». Характеризуется функциональным минимализмом в дизайне и отсутствием золотого цвета как символа роскоши. Человек начинает окружать себя качественными дорогими вещами, истинную ценность и стоимость которых способны оценить немногие — либо профессионалы, либо люди одного с ними круга.

2 СТУПЕНЬ ШИК = ВИНТАЖ

Пресытившись брендами в настоящем, человек становится способен понимать разницу между просто красивой «мишурой» и настоящим качеством. Появляется тяга к вещам с историей, просыпается интерес к антиквариату, к тому, что может стать семейной ценностью и перспективным вложением денежных средств. На этой стадии шик равно винтаж. Вещи не должны выглядеть как новые: главный тренд — диван из искусственно состаренных дерева и кожи.



Серебряная
жардиньерка,
XVIII век

роскоши

4

**СТУПЕНЬ
РУЧНАЯ РАБОТА**

Стадия ответственности и осведомленности, наступающая в результате осмысления поступающей информации. Теряется доверие к крупным брендам, повышается значимость индивидуального подхода, ценится ручная работа и экологичность продукта потребления. Повышается и социальная ответственность: отдавать становится так же важно, как получать. К примеру, в Лондоне большой популярностью среди состоятельных мужчин пользуется бутик Toms shoes: покупая две пары обуви, клиент забирает только одну — вторая идет на благотворительность.



Обувь TOMS

5

**СТУПЕНЬ
РОДОМ ИЗ ДЕТСТВА**

Высшая стадия, в основе которой — глубинное понимание жизненных процессов, размышления о судьбе человечества и, как следствие, — осознание того, что для настоящего счастья человеку надо совсем немного. Яркий пример — появление так называемых «отелей на деревьях». В лесу на деревьях на уровне 10–15 метров над землей висят «номера»: один может быть в виде огромного гнезда, другой — в виде «летающей тарелки», третий — в форме зеркального куба... Стоимость ночи проживания в таком отеле от 200 до 500 у.е. И ведь отбоя нет, номера бронируют заранее! Недавно владелец одной крупной международной корпорации в Швеции выложил за 5 дней проживания в таком «скворечнике» без унитаза более 5000 крон! Свое желание объяснил просто: пожить на дереве — заветная детская мечта. Это дорогого стоит... ☺

**САМЫЙ ИЗВЕСТНЫЙ ПРОЕКТ В РОССИИ**

Эрик Йоханссон,
основатель и
креативный
директор
компании Stylit
Trampoli AB,

создавшей за 20 лет работы более 250 необычных и невероятно популярных отелей и 450 ресторанов по всему миру, самые известные из них: The Hilton Trafalgar в Лондоне, Le Rouge в Стокгольме, отель Lydmar в Стокгольме, дизайн-отель Radisson Sonya в Санкт-Петербурге. Обладатель многочисленных международных наград и престижных премий в области архитектуры и дизайна, в том числе The world hotel award и European hotel design awards.



Принцип Йоханссона: в создании дизайнерской концепции, как и в кинематографии — «прежде чем браться за съемки фильма, нужно придумать сюжет и написать отличный сценарий». Источником вдохновения для создания уникального Reval Hotel Sonya в Санкт-Петербурге послужил легендарный роман Федора Достоевского «Преступление и наказание».