



КЛАУДИО СТАБИЛЕ: «ЕСЛИ ВЫ СОЗДАЕТЕ «ПРОСТО МАГАЗИН» – НЕ ЖДИТЕ, ЧТО ОН БУДЕТ УСПЕШНЫМ»

Интерьер и экстерьер магазина существенно влияют на объемы продаж. Этот тезис ни у кого сомнений не вызывает. Но как именно должен быть оформлен магазин, чтобы покупатели заходили в него почаще, задерживались подольше и не уходили без покупки, – это большой вопрос. И вообще: какой он – успешный ювелирный магазин в России XXI века? Этот вопрос мы адресовали известному итальянскому архитектору Клаудио СТАБИЛЕ. Ответы господина Стабиле – подробный анализ интерьерных решений магазинов и салонов различного уровня, расположения, ассортимента и целевой аудитории; советы по реорганизации уже имеющихся помещений – составят основу новой рубрики «Эффективный интерьер». Сегодня мы представляем нашего эксперта.



Клаудио Стабиле вырос и состоялся как профессионал на Капри. Здесь его имя знает каждый. Господин Стабиле – архитектор номер один на этом фешенебельном итальянском острове. В его портфолио престижные пятизвездочные отели (оформление гостиных, VIP-залов, SPA-салонов придиричвые отельеры доверяют только ему). Лучшие ювелирные бутики, оптики и салоны посуды премиум-класса. Состоятельные жители острова и их частные владения – среди клиентов и проектов г-на Стабиле.

Однако интересы архитектора не ограничиваются исключительно Капри. Он реализует многочисленные проекты в Неаполе, Риме, Милане... А с 1993 года – и в Москве. Среди российских работ Клаудио – бутики, коттеджи, офисы, пентхаусы...

В СЛЕДУЮЩИХ НОМЕРАХ:

- **Салон премиум-класса: создать роскошный интерьер и не перестараться.**
- **«Ювелирный супермаркет»: совмещаем несовместимое в рамках одного магазина.**
- **Для всех и для каждого: массовка – не значит дешево.**
- **Салон в торговом центре: минимальные возможности для творчества – максимальный результат**
- **Оформляем VIP-зону.**



Как коренной итальянец попал в Россию? Это был его осознанный выбор. А впоследствии – любовь на всю жизнь. По окончании университета молодому архитектору предложили выбрать страну для прохождения практики. Тогда Клаудио, не задумываясь, назвал Россию. Чем привлекло его это неизвестное социалистическое государство? Именно своей неизведанностью – железный занавес был долго и плотно закрыт. И получить хоть сколько-нибудь достоверную информацию о нашей стране можно было, только туда проникнув... Знакомство с содействительностью завершилось удачно. Уже почти 20 лет Клаудио Стабиле живет, как говорится, на два дома.

Задачи, которые ставились перед вами в России 15 лет назад, отличаются от сегодняшних?

Самым принципиальным образом. В России за это время изменилось отношение и к самому интерьеру, и к задачам, которые он призван решить. Если раньше во главу угла ставился внешний лоск, богатство, так сказать (чем дороже интерьер, тем он лучше), то сегодня принципиально важным становится удобство, комфорт, качество... Изменилось представление об архитектуре, о прекрасном. Люди стали больше путешествовать, бывать в Европе. Здесь, не в обиду вам будет сказано, в силу определенных исторических реалий уровень культуры, в том числе архитектурной, несколько выше. И сегодняшней





Студия архитектора Клаудио Стабиле:

Москва, Дербеневская наб., 11,
бизнес-центр «Полларс»
Тел.: + 7 (916) 670-83-05
Тел./факс: 007 (495) 913-67-38
007 (495) 913-67-39

Studio Claudio Stabile:
italia, Capri (nA) 80073,
Via Longano, 8
tel. + 39/081/8376583
fax + 39/081/8374712

www.claudiosabile.com
nicolai@claudiosabile.com

России в большинстве своем уже не нужно объяснять, что такое хорошо и что такое плохо в оформлении интерьеров.

У вас наверняка есть любимый стиль...

Стиль определяется требованиями, которые предъявляются к помещению. Не скрою, городские квартиры я люблю оформлять в стиле модерн – он технологичен, отвечает требованиям современного человека к быту и условиям жизни. И это, как правило, полностью совпадает с пожеланиями заказчиков. Что же касается магазинов, то здесь модерн не всегда уместен. Например, Fratelli Rosetti я оформлял в стиле арт-деко. Ювелирные салоны в большинстве своем решаю в классическом стиле – это оптимально подходит для презентации украшений. Хотя и здесь есть исключения. Скажу сейчас, наверное, крамольную вещь: стиль – это не главное (как и цвет стен в квартире). Главное – это форма, линия и чувство меры. Интерьер должен помогать в решении конкретных задач. В случае с магазином – привлекать покупателей и увеличивать продажи.

Что вам нужно для того, чтобы создать такой интерьер, который действительно помогает продавать?

Контакт с заказчиком. Не с директором будущего магазина, а именно с владельцем. Который знает, какие задачи – не только коммерческие, но и эмоциональные, – должен решать его будущий проект. Который сможет рассказать, что на психологическом, эмоциональном уровне значит для него ювелирный салон. Это я называю основополагающими инди-

видуальными желаниями (мотиваторами) заказчика – в отличие от стандартно-обезличенного «хочу разбогатеть».

Как показывает многолетний опыт, интерьер будет удачным только в том случае, если он призван решать не только коммерческие задачи, но и содержит некий эмоциональный посыл владельца клиентам. Поэтому, чтобы интерьер магазина работал, мне необходим душевный контакт с заказчиком, чтобы, как говорят англичане, влезть в чужие ботинки, а русские – в чужую шкуру. Сделать просто магазин, создать «что-то в таком духе» и рассчитывать на то, что проект будет успешным, – невозможно. Такое интерьерное решение не будет целостным, гармоничным. В нем невозможно соблюсти баланс между содержанием и формой, между интерьером и ассортиментом.

И еще один важный момент: заказчик непременно должен обладать здоровыми амбициями. «Чтобы было не хуже, чем у людей» – не мой подход. Замахивайтесь на большее, тогда попадете в десятку! Перегнать конкурентов, стать лучшим – вот принцип, положенный в создание интерьера.

Что еще влияет на выбор интерьерных решений?

Внутреннее наполнение магазина, а именно – изделия, которые в нем будут представлены, а также конъюнктура рынка, понимание той ниши, которую предстоит занять. И, конечно, национальные особенности, традиции, культура, духовность той страны, где находится магазин и его покупатели.

Чем принципиально отличаются российские ювелирные магазины от европейских?

В России принцип построения ювелирных магазинов ближе к ближневосточным, нежели к европейским бутикам. Стойки (прилавки), обращенные к покупателям, с колоссальным количеством блестящего сверкающего товара, расположенного довольно хаотично, – их отличительная черта. И, разумеется, они принципиальным образом отличаются от швейцарских и французских бутиков – стильных и жестких в своем дизайне, экстремально функциональных и современных. От итальянских салонов – элегантно-классических, напоминающих шкатулку для драгоценностей, выполненную руками золотых дел мастеров из Венеции и Флоренции...

Если бы по мановению волшебной палочки можно было изменить интерьеры российских салонов, что бы вы сделали в первую очередь?

Снял бы излишнюю чопорность и скованность магазинов, чтобы люди чувствовали себя в них свободнее и комфортнее. Добавил бы свежести, легкости, молодости, а значит – больше возможностей для роста. Иными словами – привнес бы жизни!