



Бутик La Serenissima,
Ростов-на-Дону

ПРЕВРАЩАЯ ПРОСТРАНСТВО В ЭМОЦИИ

Итальянская компания D&sign srl более 20 лет создает уникальные ювелирные салоны по всему миру. Сегодня она предлагает свои услуги по разработке и оформлению интерьеров «под ключ» российским магазинам. Представитель компании в России Ольга Рязанова поведала нам о планах компании, мифах, связанных со стоимостью итальянских интерьеров и особенностях российского ювелирного рынка.

Чем принципиально отличается ваша компания и ваши услуги от того, что предлагается в России?

Надо сказать, что наша компания отличается не только в России, мы и в мировых масштабах имеем приоритет: предлагаем создание ювелирного магазина «под ключ» – от разработки дизайн-проекта (интерьера и фасада), изготовления, монтажа оборудования до разработки индивидуальных дисплеев, паллет, бренд-бука и даже рекламного видео.

Также мы одна из немногих компаний, которая может в точности реализовать все задумки владельца магазина. Для нас нет ничего невозможного. Наши клиенты полу-

чают магазин, на 100% совпадающий с их пожеланиями эстетически и технически.

Еще одно принципиальное отличие – наряду с интерьером мы создаем и особую атмосферу, присущую данному конкретному магазину или сети магазинов.

Давайте подробнее остановимся на реализации идей. Во-первых, на чем основана ваша уверенность, что любой дизайн-проект вам по силам. И, во-вторых, как вы можете гарантировать, что результат будет на 100% соответствовать заказу?

Наша компания все оборудование для магазинов изготавливает сама: витрины,

прилавки и даже барные стойки (в последнее время их нередко заказывают для оформления зон отдыха). Производство находится в городе Брешиа на севере Италии. Поскольку более 20 лет компания специализируется именно на ювелирных салонах, нам доступны все самые прогрессивные технологии, используемые на ювелирном рынке. Мы постоянно путешествуем по выставкам, ищем свежие идеи в области света, механизмов, интерьеров.

Что же касается гарантированного результата, то прежде чем отправить оборудование и предметы интерьера заказчику, приглашаем его к нам на производство. Здесь мы конструируем будущий магазин в формате 1x1 (площади позволяют). Воссоздаем всю экспозицию, вплоть до того, что красим стены в тот цвет, который будет использован в реальном интерьере. Заказчик, прилетая к нам в Италию, получает возможность «побывать» в будущем магазине.

Звучит заманчиво, но какова цена вопроса? Можно предположить, сколько могут стоить услуги европейской компании...

Мы подробно анализировали российский рынок и пришли к выводу, что цены не будут отличаться от прайсов на услуги компаний из России аналогичного уровня. Повторюсь, я сейчас говорю именно о компаниях, производящих оборудование подобного уровня из аналогичных материалов. Достаточно навести справки о стоимости лакированного шпона – наиболее часто применимого материала для создания витрин, – чтобы понять уровень российских цен. Мы же все материалы и комплектующие до последнего шурупа везем из Италии. Сборка на месте – тоже итальянская: ей занимаются наши сотрудники, итальянцы. Как показал печальный опыт, российским рабочим нельзя доверять даже разгрузку контейнеров...

Поясните, пожалуйста, чем качество ваших материалов отличается от российских?

Чтобы было понятнее, приведу примеры. Для изготовления витрин чаще всего используется лакированный шпон. Такая мебель смотрится очень эффектно, пока не начинается царапаться и отбиваться по краям. Шпон, который использует наша компания, имеет специальное покрытие (не царапается) и повышенные прочностные характеристики. Наша мебель обычно служит 5–7 лет, не говоря о том, что при этом она не устаревает морально. А теперь

посчитайте: выгоднее сделать один раз хорошо или каждые 2–3 года переделывать?

Важнейший нюанс для ювелирного магазина – освещение. Мы активно используем новую разработку – профессиональный свет для презентации бриллиантов. Это вращающиеся лампы со специальным спектром цветов, который создает живую игру бриллиантов. В Европе подобное оборудование используется повсеместно – кто регулярно ездит на мировые выставки, а таких все больше, знают, о чем я говорю.

Также мы решаем и очень острую проблему для ювелирного магазина – проблему организации пространства. Согласитесь, все лишнее должно быть спрятано: касса, детектор банкнот, компьютер... Все должно быть удобно и гармонично вписываться в интерьер, чтобы создавалось ощущение целостности.

Наверное, вы работаете в основном с магазинами класса премиум?

Отнюдь. Среди наших клиентов – и салоны лакшери, и магазины, торгующие изделиями массового спроса. Бутики площадью 50–60 квадратных метров и ювелирные





Анастасия МШЕНСКАЯ
креативный директор
группы компаний
«Ювелюкс»:

В 2008 году, когда мы открывали розничную сеть «Ювелюкс», мы были пионерами в области дизайна магазинов, выкладки, мы перенесли в наши магазины все тенденции ювелирной моды с ведущих мировых выставок. Тогда и в Гонконг ездили две-три компании...

Прошло пять лет, ювелирный рынок России поменялся до неузнаваемости. Появилось много сильных сетевых игроков. Поэтому мы всерьез задумались о ребрендинге, стали искать новые пути развития, создав новое имя, которое объединяет под своей крышей лучшие и остромодные бренды со всего мира. Открывая первые магазины La Serenissima в России, мы были уверены, что наш почти 20-летний опыт работы на ювелирном рынке в нишах премиум и люкс позволит не только угадать с брендами, но и создать незабываемый интерьер. Мы были уверены, что успешно воплотим любой проект, потому что знали, чего хотим. Как же мы ошибались...

На протяжении полугода мы возили дизайнеров из трех разных компаний на выставки по всему миру, объясняли им, как должен падать свет, на какой высоте должны быть витрины, показывали, как мы делаем выкладку украшений, – да что там! – приводили за руку к стендам громких ювелирных имен и показывали пальцем, чего мы хотим. Дизайнеры кивали головой, рисовали, но каждый раз мы все больше убеждались в том, что нас не слышат.

На запуск первого магазина ушел год. Муки творчества не только отняли массу времени и нервов, но в итоге сложились в кругленькую сумму.

С компанией D&SIGN нас познакомил итальянский ювелир Антонио Сартори. Мы встретились и изложили свою идею еще раз: La Serenissima – это название Венецианской Республики в средние века, во времена ее расцвета. Мы хотели видеть в нашем проекте то, что позволило бы покупателю сказать: «Да, это Венеция!»

Уважаемые коллеги, друзья, когда мы увидели проект нашего нового магазина в Ростове-на-Дону, у нас не было слов, мы сидели, буквально открыв рты! Мозаика на полу повторяла узоры Пьяцца Сан-Марко, а крылатый лев – один из символов Венеции – с хвостом в форме носа гондолы, вне всяких сомнений, стал для нас верхом дизайнерского искусства! Мы гордимся этим магазином, потому что в нем отразилась вся наша любовь к тому, чем мы занимаемся.

гипермаркеты более 500 квадратных метров. В зависимости от задач, которые решает заказчик, мы предлагаем различные дизайн-проекты, используем разнообразные материалы, укладываясь в бюджеты, озвученные заказчиком.

Большинство ваших клиентов – европейцы?

В основном мы работаем с европейскими магазинами. В частности, мы создаем бутики для таких известных брендов, как Bulgari и Versace. Есть среди наших клиентов и менее знаменитые, но не менее достойные имена. В частности, для компании Talento Italiano, которая на протяжении 15 лет участвует во всех выставках в Базеле и Виченце, мы разрабатываем и конструируем выставочные стенды.

В России у нас пока только один реализованный проект – это ювелирный салон La Serenissima в Ростове-на-Дону. Будет лучше, если об этой нашей работе расскажет сам заказчик (см. комментарии Анастасии Мшенской, креативного директора группы компаний «Ювелюкс», – *Прим. ред.*)

Тем не менее у вас уже сложилось представление о российском ювелирном рынке, ваших потенциальных партнерах, масштабе будущих работ...

Говоря о российском ювелирном рынке, нужно применять термин «развивающийся». Многое из того, что давно представлено на мировом рынке, в России только-только пробуют. В стране, где золото всегда было «самым золотым», где изобрели свою, никому в мире непонятную шкалу оценки бриллиантов, где всего каких-то десять лет назад люди отказывались носить белое золото, рынок, невзирая на все исторические особенности, входит в тройку по привлекательности после США и Китая.

Если говорить об оформлении интерьеров, то пока магазины, имеющие собственную концепцию, встречаются в России очень редко. К сожалению, многие до сих пор считают, что концепцией можно пренебречь и сосредоточиться только на продажах. Но мировой опыт показывает, что в таких магазинах продажи со временем сокращаются, поскольку непродуманный интерьер, отсутствие грамотного зонирования и экспозиции изделий перестает соответствовать потребностям современного покупателя. Давайте не будем забывать, что россияне много путешествуют и имеют возможность сравнивать. Тем более что сегодня на российский рынок выходят сильные европейские игроки (яркий пример – компания PANDORA) с выверенной концепцией, грамотной выкладкой, рекламной политикой. И количество таких компаний будет только увеличиваться, особенно после вступления страны в ВТО. И сегодня очень многие зарубежные компании готовятся к



серьезной экспансии, мы, поверьте, знаем об этом не понаслышке...

Что нужно российской компании, чтобы начать сотрудничество с вами?

Для начала – заявить о своем желании работать. Прислать нам схему (планировку) будущего магазина. Подробно рассказать, каким владеет хочет видеть магазин: цветовая гамма, идея, которую человек вкладывает в свой проект, цель, которую он преследует, товар, который планируется представлять. На основании полученных данных архитекторы делают несколько набросков, а наш будущий партнер выбирает, что ему ближе.

Теперь, когда мы более или менее определились с дизайном, расстановкой мебели и прочими деталями, мы готовим визуальный проект (3d-ролик). Демонстрируем его заказчику, он дает добро, затем оговариваем материалы, составляем смету и подписываем договор.

Правильно ли я поняла: до тех пор, пока клиент не согласует проект, вы с него денег не берете?

Совершенно верно. Но могу сказать, что, поскольку мы очень чутко прислушиваемся к пожеланиям клиентов, то в 99% случаев первый вариант проекта бывает одобрен. Как правило, когда партнер видит визуализацию нашей работы, он не может скрыть восхищения!

Я хочу, чтобы у читателя сложилось правильное понимание: мы не дарим наши идеи, бесплатный сыр только в мышеловке. Наша работа, безусловно, стоит денег, но пока не будет достигнута главная цель – угодить клиенту, мы не поднимаем вопрос цены. Как говорила главный редактор журнала Harper's Queen на открытии первого

в Европе ювелирное кутюр-шоу: «Мы продаем мечты!»

Что делать, если у владельца магазина нет никаких идей?

Такое случается нечасто, потому что каждый владелец ювелирного магазина в душе своей – творец, многие почему-то боятся в этом признаваться даже самому себе. Но если клиент не высказывает никаких пожеланий – ничего страшного! Мы предложим свои идеи. За 20 лет работы мы сформировали достаточный брендбук, и заказчик, просматривая готовые проекты, показывает, что ему нравится. В одном проекте – цветовая гамма, в другом – витрины, в третьем – люстры... Дизайнеры обрабатывают эти данные и предлагают несколько вариантов решений, которые мы обсуждаем с клиентом.

Сколько времени нужно на реализацию проекта?

Все зависит от пожелания клиента. С разработкой и утверждением проекта можем уложиться в 2–3 недели. На производство оборудования нужно в среднем месяц плюс 10–14 дней на доставку его в Россию.

Наш стенд будет представлен в павильоне В на выставке Juvwex «Новый русский стиль» в Москве с 28 мая по 2 июня, где вы сможете увидеть образцы наших работ, механизмы, освещение, дисплеи. Я буду ждать вас там!

**Беседовала
Ольга ЗАРЖЕЦКАЯ**

Компания D&sign srl
Тел.: + 7 (499) 408-08-04
Russia@designsrl.com
Skype: designsrl.russia
Designsrl.com