

ВСЕ ГРАНИ СВОБОДЫ О ПОЛИТИКЕ TIFFANY & CO. ЕКАТЕРИНА ЗИБОРОВА



1



2



3



4

С февраля прошлого года у американской ювелирной компании Tiffany & Co. новый креативный директор. Дизайнер Рид Кракофф помимо собственного модного бренда ранее работал на марку одежды и аксессуаров Coach. В июле прошлого года появился первый результат сотрудничества Рида и Tiffany — рекламная кампания с Эль Фэннинг и Зои Кравиц, в ноябре — коллекция предметов интерьера, этой весной запущена новая кампания на тему самого знакового продукта марки — колец для помолвки.

Главная задача, с которой дизайнер столкнулся с самого начала работы для Tiffany & Co., — привлечь к бренду внимание молодой аудитории и переосмыслить понятие «роскошь» в контексте XXI века. В отличие от Европы с ее долгими традициями ручного труда и мастерства, где люкс исторически означает некоторое превосходство, для американских ювелирных брендов лейтмотив — демократичность. Именно на этой идее сделан акцент в новой рекламной кампании самого несокрушимого символа бренда — помолвочного кольца с бриллиантом.

В 1886 году компания представила кольцо Tiffany Setting с одним бриллиантом, поднятым над оправой на шести платиновых крапанах. Сегодня это самое популярное кольцо для помолвки в мире. Со временем марка только закрепила свой статус одного из мировых лидеров в данной категории. Кольцо Lucida — это сложно ограненный квадратный бриллиант в гладкой изогнутой оправе. Дизайн Tiffany Legacy вдохновлен эпохой Эдуарда VII и представляет собой бриллиант огранки «кушон» в оправе ручной работы, изготовленной в технике «милгрэйн». Tiffany Novo вдохновлен легендарным бриллиантом Tiffany Diamond. Tiffany Bezet — это кольца в традиционной оправе с бриллиантами самых разных огранок: круглых и грушевидных, в форме «принцессы» и «сердца», а сделанное из золота двух цветов The Sixteen Stone — творение легендарного дизайнера Жана Шлюмберже. Плюс к тому можно выбрать свою комбинацию сапфиров, изумрудов и бриллиантов для кольца с тремя камнями из серии Tiffany Celebration.

Героями фотосъемки новой свадебной кампании стали реальные пары, гетеро- и гомосексуальные, люди разных этнических типов. «Tiffany — бренд, прославляющий истинную любовь во всех формах, ассоциирующийся с узнаваемыми символами уз — и не только в традиционном смысле этого слова», — говорит Рид Кракофф.

Впервые Tiffany & Co. выбрали лицами рекламы обручальных колец однополую пару в 2015 году, теперь в съемке участвуют не только пара мужчин, но и две женщины. На фотографиях для самих рекламных макетов — только руки моделей в кольцах Tiffany, но на закадровой съемке видны и счастливые лица влюбленных. В качестве сопровождения фотоистории — рассказ каждой пары о том, что для них значит любовь и отношения. По задумке креативного директора бренда, этот человеческий фактор делает традиционные бриллиантовые кольца средней стоимостью \$3,6 тыс. эмоционально ближе потенциальному покупателю.

1__Помолвочное и обручальное кольца Pave Tiffany Setting, белое золото, бриллианты

2__Помолвочное и обручальное кольца Tiffany Harmony, белое золото, бриллианты

3__Помолвочное кольцо, платина, бриллианты

4__Кольца Colors of Wonder, белое золото, платина, цветные и белые бриллианты

5__Помолвочное кольцо Tiffany Setting, белое золото, бриллиант

6__Помолвочное кольцо Tiffany Soleste, белое золото, бриллианты, шпинель

7__Помолвочные кольца, белое золото, бриллианты огранки «сердце», «принцесса», «изумруд»

8__Кольцо Sixteen Stone, белое и желтое золото, бриллианты