

Дайте шесть

Павел Осовцов о лучших концепт-сторах мира

ЗА ПОСЛЕДНИЕ годы рынок люкса рос так стремительно, что многие бренды и модные дома перестали восприниматься аудиторией как что-то уникальное и доступное действительно избранному кругу лиц. Продукт, обладающий качествами, синонимичными классическому люксу — эксклюзивностью, вниманием к деталям и ярким собственным почерком, — стоит поискать в других местах. Концепт-сторы — понятие не новое, первые из них открылись еще в 80-е годы там, где им и должно, в Париже и Милане. По «официальной» версии

Концепт-стор IERI в Тбилиси в здании Старинного Винзавода № 1 1896 года постройки



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО



IERI

считается, что само понятие concept store появилось в 1991 году, когда Карла Соццани (родная сестра Франки Соццани, в то время главного редактора итальянского Vogue) открыла небольшой магазин одежды по адресу 10 Corso Como. У магазина не было названия как такового, только красивый адрес. С тех пор под вывеской 10 Corso Como появились концепт-сторы в Нью-Йорке, Шанхае и Сеуле. Парижский Colette, классический образец концепт-стора, реальный эталон, увы, закрывшийся пару лет назад, появился в 1997 году. Там же, в Париже, здравствует нуарный бутик Leclaireur, успевший за 30 лет работы превратиться в небольшую сеть с филиалом в Лос-Анджелесе.

После того как законы жанра были сформулированы, стало понятно, что законов никаких и нет: бренд-листы разные, категории товаров разные, как следствие, концепции тоже разные. Однако эти магазины отличались от всех остальных своей непохожестью и, главное, яркостью подхода — эдакие «субкультурщики» от ритейла. Можно утверждать, что инвестируемые владельцами собственные время и силы определяют лицо каждого концепт-стора, делают его уникальным бизнесом и, как и все уникальное, они притягивают наиболее требовательных покупателей. Конечно, product first и всем маркам в концепт-сторе важно иметь прочное портфо-