

# Возвращение к истокам

О смене  
стратегии  
Hugo Boss

Елена Кравцун |

**ПУТИ** приглашенного дизайнера Boss Джейсона Ву и компании Hugo Boss разошлись. Акционеры и владельцы объявили, что хотят пересмотреть приоритеты и отныне главное для компании — мужские коллекции, в особенности костюмы. А значит, в услугах Ву, который занимался модой женской, нужды больше нет. Фактически компания вернулась к истокам, отказавшись от объявленной ранее стратегии.

Прежде чем объяснять суть перемен, важно уточнить, что любые дорогие товары можно условно разделить на три категории. Венчает пирамиду люкс, предметы роскоши (в их производстве присутствует большая доля ручного труда, они выпускаются в ограниченном количестве, бренд имеет долгую историю и т. д.). Ниже равные по стоимости, но разные по содержанию — премиум-сегмент и собственно «модные товары». Отличить одно от другого и третьего иногда сложно, но все-таки понятный для потребителя (не маркетолога) критерий существует.

Если объяснять просто, то люкс — это очень дорого, потому что потребовалось много часов и усилий, чтобы создать вещь. Скорее всего, она существует в двух-трех экземплярах и совершенно необязательно прослужит триста лет. Может быть даже наоборот, это платье из перьев рассыплется уже через пару вечеров, но шили его шесть мастеров вручную, пришивая перо за пером.

Премиум — это все, что очень качественно сшито, существует во множестве экземпляров и стоит дорого, потому что, понятное дело, будет служить долго и преданно. Как правило, речь идет о брендах, которые не гонятся за модой и тенденциями, а делают вещи на все времена.

