

► Magdalena Usar

Salon Kamen 10. „domem” w Polsce

# The House of Villeroy & Boch i... Teatr Kamienica



W 1998 roku firma Villeroy & Boch, uznany niemiecki producent wyrobów z ceramiki, obchodziła 250. rocznicę swego powstania. Tak niezwykła rocznica wymagała równie niezwykłego uczczenia i dlatego właśnie wtedy zaprezentowano „The House of Villeroy & Boch” – wyjątkową koncepcję marketingu i sprzedaży. Prezentacja ta zakłada zrealizowanie w czterech ścianach prawdziwego domu, w pięknie zaprojektowanych wnętrzach – łazience, kuchni, holu, salonie i pokoju jadalnym.

■ Koncepcja ta opiera się na dobrze znanym w marketingu fakcie: „Decydujące znaczenie ma to, czego pragnie klient”. Gdy chce on urządzić np. łazienkę, trudno mu wyobrazić sobie, jak pomieszczenie będzie wyglądało, jeśli widzi tylko wybrane płytki pasujące do ceramiki sanitarnej. Produkty, które służą do wyposażenia wnętrza, wymagają odpowiedniego otoczenia, które pomoże klientowi stworzyć obraz przyszłej łazienki. Kiedy opracowywano koncepcję „The House of Villeroy & Boch”, wzięto pod uwagę następujące argumenty:

1. decyzja klienta jest dyktowana emocjami – 85% decyzji nabycia czegokolwiek ma właśnie takie podłoże, a tylko 15% jest skutkiem racjonalnego myślenia;
2. „kup coś bez względu na cenę” to spo-

sób myślenia przeszłości: stosunek ceny do korzyści wynikających z nabycia produktu musi być odpowiedni, zwłaszcza w wysokim segmencie cenowym;

3. kontynuacja trendu „kokonu”: „W domu buduję sobie gniazdo, kokon”. Świat zewnętrzny jest postrzegany jako zagrożenie;
4. ludzie szukają sposobu na wyrażenie swojej indywidualności i osobowości i realizują to w swoim najbliższym otoczeniu – w domu;
5. bogaty asortyment może wprowadzać dezorientację, wrażenie chaosu, a ludzie pragną prostoty, przejrzystych koncepcji i ogólnego spojrzenia na wszystko.

„The House of Villeroy & Boch” daje wrażenie kreatywnej, zintegrowanej całości. To naprawdę dom w domu i może zostać tak

## SUBWAY 2.0

Dwa kształty. Podwójne możliwości.

Szeroka gama prostokątnych i zaokrąglonych umywalek pozwala urządzić łazienkę według własnych upodobań. Nowe umywalki Subway 2.0 oraz dopasowany program meblowy to innowacyjne produkty, odznaczające się ponadczasowym designem. Subway 2.0 – dwa kształty, podwójne możliwości.

WWW.VILLEROY-BOCH.COM

REKLAMA

zaadaptowany, by pasował do indywidualnych warunków przestrzennych salonu ekspozycyjnego. „Dom” powinien być tak ulokowany w salonie, by był dobrze widoczny i rozpoznawalny ze wszystkich stron. Wszystkie „domy” – a na całym świecie, łącznie z polskimi, jest ich już 280 – utrzymują konkretny standard. Ich powierzchnia to 96 (duży), 72 (średni z holem), 66 (średni bez holu) lub 49 (mały) metrów kwadratowych. Projektem i przygotowaniem sprefabrykowanych pokoi zajmują się pracownicy Villeroy & Boch w Mettlach, by zapewnić harmonię i stylistyczną spójność wszystkich aranżacji wnętrz.

### 10. The House of Villeroy & Boch, w salonie Kamen w Warszawie

22 listopada 2010 r. odbyło się uroczyste otwarcie „The House of Villeroy & Boch” w salonie Kamen w C.H. Metropol Dom i Wnętrze przy ul. Jagiellońskiej 82. Jest to już dziesiąta tego typu ekspozycja w Polsce. Pierwszy z „domów” powstał w 2006 r. w Łodzi. „The House of Villeroy & Boch” w salonie Kamen ma 49 m<sup>2</sup>. Znajdują się w nim 4 kompletne boksy w pełni wyposażone w ceramikę, płytki, produkty wellness i akcesoria łazienkowe firmy Villeroy & Boch.

Jest to zarazem drugi w Polsce „dom” trzeciej generacji, w którym można łatwo zmieniać wielkość boksów, dopasowując układ przestrzenny do indywidualnych potrzeb. Cały salon Kamen ma powierzchnię 386 m<sup>2</sup>. Współpraca między firmami Kamen Piotr Kamiński i Villeroy & Boch trwa od 2004 r. ■



Otwarcie The House of Villeroy & Boch w salonie Kamen

## 100 lat płytek firmy Villeroy & Boch w „Teatrze Kamienica”



Emilian Kamiński prezentuje stuletnią posadzkę...



...i płytki na ścianach przedstawicielom firmy Villeroy & Boch

Należący do aktora Emiliana Kamińskiego „Teatr Kamienica” przy al. Solidarności 93 w Warszawie działa od marca 2009 r. Oprócz oryginalnego repertuaru dodatkową atrakcją tego miejsca jest sam budynek, w którym znajduje się Teatr, i zachowane w nim historyczne ele-

menty wyposażenia. W okresie II wojny światowej kamienica była siedzibą części administracji władz getta – oddziału gestapo i policji. Podczas powstania w getcie oraz powstania warszawskiego magazynowano tu rabowane meble i towary gabarytowe. W wyniku działań wojennych ucierpiało jednak poważnie jedynie ostatnie piętro kamienicy. Obecnie „Teatr Kamienica” zajmuje powierzchnię około 2000 m<sup>2</sup>. Na powierzchni 150 m<sup>2</sup> „Piwnicy Warsza” – najmniejszej z trzech scen – znajduje się stuletnia posadzka Villeroy & Boch. Nowe płytki producenta z Mettlach zostały ułożone w części restauracyjnej i w toaletach na powierzchni 200 m<sup>2</sup>. Stare posadzki łączą się z nowymi w korytarzu pomiędzy pomieszczeniami. Nowe płytki przycięto tam do charakterystycznych przedwojennych formatów i ułożono stylizowaną posadzkę, utrzymaną w tym samym klimacie co stare płytki. We wszystkich toaletach znajduje się także ceramika sanitarna firmy Villeroy & Boch,

m.in. produkty z kolekcji Memento, Sentique, Hommage i Subway. Znajdujące się w teatrze stare płytki zostały wyprodukowane ok. 1910 roku. Renowacja historycznych posadzek pochłonęła mnóstwo pracy i czasu. Po wojnie zostały one pokryte warstwą betonu. Podczas jego skuwania rzemieślnicy przypadkowo odkryli pod spodem cenne płytki, na których rozpoznali odlane logo Villeroy & Boch. Posadzka została bardzo dokładnie zabezpieczona, by gruz, pył i środki czyszczące do cegły nie uszkodziły stuletnich płytek. Najtrudniejszym zadaniem będzie jednak odrestaurowanie wyjątkowych płytek Villeroy & Boch na ścianach w bramie wjazdowej do kamienicy. Dzisiejsze normy zabraniają stosowania przy produkcji płytek ceramicznych metali ciężkich, takich jak ołów, które nadawały szklawo charakterystyczne barwy. Należy więc pogodzić oczekiwania inwestora i konserwatora z wymogami i możliwościami technologicznymi produktu.