

Çayın Muhteşem Dönüşü(mü)

Çayın yükselişi yeni bir haber değil. Binlerce yıllık geçmişi olan mucizevi bitki 2000'lerin başından bu yana (özellikle kahveye karşı) tekrar güç kazanıyor. Bizi heyecanlandıran konu ise, yaratıcılığın ve modern tasarımın geleneksel çay dünyasını zenginleştirerek onu "lüks bir deneyime" dönüştürmesi...

Manhattan'da, Union Square'de bir yıl önce açılan [Tavalon](#), geleneksel bir işin yaratıcılık ve tasarımla beslendiğinde ulaştığı sofistikasyonun en iyi örneği. Onlarca çeşidin birbirine karışan aroması, yeşil ve kahverenginin farklı tonları ve eklektik canlı müzik Tavalon'u gerçek bir "deneyim mabedi" haline getiriyor. "Çayın geleceği" ile kurulan fütüristik ilişki, mekana "laboratuvar hissiyatı" veren öğeler ekliyor:

Çay yaprakları ziyaretçilerin denemelerini için şeffaf test tüplerinde sunuluyor. Beyazın hakimiyeti ve pürüzsüz yüzeyler hijyen duygusunu pekiştiriyor. Her biri el yapımı, çiçek açan Tavalon çayları en popüler hediyeler arasında yer alıyor. Sıkıştırılmış bir tomurcuk buketinin sıcak su içinde açılarak çiçeğe dönüşmesini seyretmek isteyenler 5'li paket için 15 USD ödüyor.



Unilever'in [Lipton](#) markasıyla 2005 yılında lanse ettiği çeşitler Türk tüketicisini yepyeni bir çay tecrübesiyle tanıştırdı. Lipton sıcak çay portföyü markette bulmaya alışık olmadığımız çeşitlerle çay dünyasını zenginleştirmeye devam ediyor: Kışçayı, detoks, erikli tarçınlı, zencefil limon... Belki de çoğumuzun evinde çay, misafire çeşitleriyle sunduğumuz, ruh halimize göre seçtiğimiz bir "oyuna" dönüşüyor. Doğuş Çay ise hızla büyüyen kafelere karşı çayevi çalışmalarını hızlandırdı. Hedef çay satılan değil, çay içilen prestijli noktalar yaratmak. Doğuş Çay, yaz aylarında açmayı planladığı ilk çayevi için Bağdat Caddesi ve İstiklal Caddesi'nde yer arıyor.



[Koleksiyon Mobilya](#) Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Malhan tarafından 2005 yılında tasarlanan "İstanbul" serisi sayesinde, ince belli çay kadehi, evini mimardan yeni teslim alan arkadaş için uygun hediye haline geliyor. İstanbul çay kadehi ilk yılında yaklaşık 80,000 adet sattı.

İlk kez yudumlandığı M.Ö. 2737 yılından bu yana insanlık tarihinde yer alan çay, zenginleşerek modern hayatın vazgeçilmez bir parçası haline geliyor. Lezzet, hazım, sağlık gibi fonksiyonel özellikleri aşarak "iyi hayat" hissiyatı veren bir deneyime, kitlelerin ulaşabildiği bir "lükse" dönüşüyor. Herkesin ulaşabildiği basit bir ürün, artizan dokunuşlarla ve anlamlı deneyimlerle zenginleştirildiğinde "lüks" platformuna adım atıyor.

