



Bir Kadeh Teknoloji

Çocukluk veya erken gençlik yıllarında internet ile tanışan ve bilgisayar klavyesini kaleme tercih eden bir jenerasyona hitab etme ihtiyacı perakendenin değişimini tetikleyen güçlü bir faktör. Öyle güçlü ki, şarap gibi klasik bir ürün kategorisi dahi "Millennial" neslini kendisine çekmek için dijital devrime ayak uyduruyor. Bu neslin 1980'lerin başında doğan ilk üyeleri otuzlu yaşlarına yaklaşıyor, aktif tüketimi tetikleyen belli bir gelir seviyesine ulaşıyor. 1990'ların başında doğan geç üyeleri ise reşit oluyor ve alkol dünyasına adım atıyor. Bugünlerde, şarap ile şarapsever arasındaki ilişkiyi belirleyen yüzlerce yıllık tadım ve sunum yöntemleri radikal olarak değişiyor.

Manhattan'da, Time Warner Center'ın dördüncü katında yer alan Clo şarabın dijital dünya ve tasarım ile kesiştiği noktada yer alıyor. Clo, çok az şarap barında bulunan çeşitlilikteki şarabı ulaşılabilir fiyatlara, şarap ile ilişkilendirmeye alışık olmadığımız modern bir atmosferde sunuyor. Clo'nun ziyaretçileri tatmak istedikleri şarabı bar boyunca uzanan interaktif bir masadan seçiyor. Stokta bulunan her şarap çeşidinin özelliklerini bu interaktif masa üzerinde incelemek ve fiyatını görmek mümkün. Barın içindeki tüm şarapseverler bu sistemi aynı anda kullanarak yüzden fazla alternatifin özümü, tadı, tarihçesi ile ilgili detayları görebiliyor. Seçimi izleyen adım ise, yine interaktif masanın yönlendirdiği noktaya giderek duvarlardaki otomata kredi kartı ile ödeme yapmak ve bir kadeh şarabı almak. Fiyat 3 USD'den başlıyor, şarabın kalitesine göre 90 USD'ye kadar çıkıyor. İlk kez gelenlere yardım etmek üzere gayet bilgili bir grup somaliye hazır bekliyor ama yardım isteyen fazla insan yok... Sonuçta Clo deneyimi bireysel bir şarap tadımından ibaret değil. Beklenmedik bir ortamın içine girmek, sistemi keşfetmek ve bu süreçten hoşlanan insanlar ile tanışmak da Clo deneyimin önemli öğeleri.

Clo şarap sektöründe 25 yıllık deneyime sahip Andrew Bradbury tarafından kuruldu. Marka kimliğinden barın iç mimarisine kadar, tasarım New York bazlı ajans 2 x 4 tarafından gerçekleştirildi. Teknolojik altyapı MIT Media Lab ile bağlantılı bir ekip olan Potion Design tarafından yaratıldı. Ünlü tasarımcıların yarattığı şarap aksesuarlarının satışı için özel bir köşe yaratıldı. Karim Rashid ve Arik Levy'nin Türkiye'de Gaia&Gino için tasarladığı kadeh ve karaf lar bu köşenin popüler öğeleri.

Bugün gençleri ve genç yetişkinleri hedefleyen bir ürün kategorisinde teknolojiden ve/veya tasarımdan uzak marka deneyimlerinin başarı olasılığı oldukça düşük. Şarap özelinde ise, Türkiye'de şarap iletişimini pazarlamanın gücünden yoksun bırakan kanunsal kısıtlamalar şaraba-özel deneyimsel mekanları daha da değerli bir fırsat haline getiriyor.