

Lükse yolculuk

Bugün ismi lüks ile özdeşleşen, hatta lüksün yönünü belirleyen markaların çoğu 19. yüzyılın ortalarında doğdu. Bu markalar katı bir sosyal sınıf düzeni içinde, sadece aristokrat aileler için uzun yolculuklara uygun aksesuarlar üreterek işe başladı. Klasik lüks evresi olarak tanımlayabileceğimiz 20-30 yıl süresince, doğuştan imtiyazlı küçük bir gruba yönelik düşük miktarda üretim hakimdi. Şık kostümler, çantalar ve bavullar hem elde titizlikle üretildikleri için, hem de aristokrat sınıfın toplumdaki ayrışma isteğine cevap vermek için sınırlı sayıda sunuldu.

Dunhill sınırları kesin hatlar ile çizilmiş bu dünyanın ilk oyuncularını arasında idi. 1930'larda şirketin genel müdürü ve aynı zamanda dönemin ünlü lüks uzmanlarından olan Clement Court, Dunhill'i rakiplerinin önüne geçirmek için özgün bir karar verdi. Clement Court dünyanın en nadide kumaşlarını, porselenlerini, taşlarını ve adı konamayan egzotik objelerini bulmak üzere uzun bir yolculuğa başladı. Paris'ten başlayan, Japonya'ya uzanan yolculuk 1930'ların ortalarında gerçekleşti. Genel müdür geri döndüğünde bavullarının içinde Dunhill'i rakiplerinden öne geçirecek sayısız yenilik, markanın stilini besleyen eklektik estetik anlayışı ve sadece aristokrasinin en tepedeki birkaç üyesine sunulacak objeler vardı.



Üzerinde durulmayan esas zenginlik ise yıllar süren yolculuğun bir deneyim olarak sahip olduğu değer idi. İşte tam bu nedenle Dunhill kısa bir süre önce, yolculuğun 80.yılıni kutlamak için, Clement Court'un macerasını bir dizi keşif deneyimine dönüştürdü. Proje özel geziler yaratmada uzman Black Tomato ile birlikte yürütüldü. Sonuçta ortaya turizm acentalarında bulunamayacak, anlatım değeri yüksek deneyimler çıktı: Paris'te Louvre müzesini gece saatlerinde gezmek ve sonra Saint nehrinde bir yat ile şampanya içerek süzölmek, Moğolistan'da bir şaman ve kartal ile birlikte avlanmak, Japonya'da kadim samuray ustalarından savaş sanatını dinlemek ve bir geşyanın özel gösterisini izlemek, Moskova'da Bolşoy balesinin sahne arkasını görmek... Sadece hayal gücü çok güçlü insanların yaşamayı dileyebileceği bu özgün deneyimler ve çok daha fazlası [Dunhill Keşifleri](#)'nde yer alıyor. 80 yıl geri sayıp yolculuğun en heyecanlı noktalarının tümünü yaşamak isteyenler için de tam bir aylık bir alternatif de var!

Dunhill keşif temasını güçlü bir şekilde işlemek için yolculuklar ile sınırlı kalmayıp yeni koleksiyonunu da bu tema ile şekillendirdi. Sonbahar 2010/Kış 2011 koleksiyonundaki giysiler ve seyahat eşyaları seksen yıl önce yaşanan keşif ruhunu modernize ederek bugüne taşımayı hedefledi.

Artık seyahat lüks değil ve dünyanın dört bir köşesi hiç olmadığı kadar ulaşılabilir. Kitlelerin seyahat edebildiği ya da en azından evinden National Geographic seyrebildiği bir dünyada ise kişiye-özel benzersiz deneyimler, anlatım değeri yüksek keşifler her zamankinden daha değerli.