

# خانقاه

ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، شماره پیاپی: ۹۱، قیمت: ۲۰/۰۰۰ تومان



باران  
BARAN GROUP  
\*\*\*\*

ویژه نامه اختصاصی  
گروه معماری باران  
شماره ۱۷  
WWW.BARAN.IR

الحمد لله  
الرحمن  
الرحيم





روزهایی به رنگ بهار  
و زندگی به سبک باران  
را برایتان آرزومندیم

۱۳۹۷  
یازدهمین سالگرد تاسیس  
گروه مهندسی باران



عکس: هتل برج مسکونی باران ۲



۳۸-۳۱

خانه باید خود باران باشد

قصر دل افروز

جایی برای بهتر زیستن

یک قرن خلاقیت و زیبایی

آرامش جوانه خواهد زد

برترین های اسکی واسپا

خودمان را دوست بداریم

این یک لوپوتن است

سرزمین آرام بارانی

بلوط های دره زو

باغ بلندمر تبه هوشمند

جادوگری با هنر و هارمونی

کودکانه های منهنتن

نسخه دوام

طنین زیبایی بر پیکر معماری

بادیوار می رقصد

هفت نسل عطر آفرینی

بر قامت نجیب زادگان

مسافر زمان

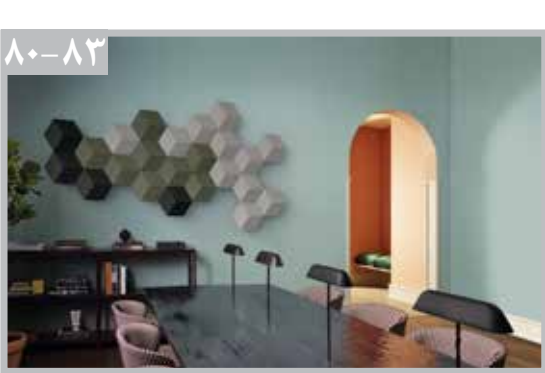


## خودمان را دوست بداریم

آیا شما خودتان را دوست دارید؟ در لایلای دغدغه های کوچک و بزرگ زندگی روزمره، برای خودتان زمان کافی اختصاص می دهید؟ آیا فرصتی برای مراقبت از سلامت و یا وقتی برای تفریح با دوستان و خانواده در نظر می گیرید و آیا در دسترس نبودن امکانات ورزش و سرگرمی، تاثیری مثبت در سبک زندگی فعلی شما دارد؟ اگر پاسخ هایتان منفی است شاید باید خانه خود را عوض کنید تا زندگیتان تغییر کند!



۴۰-۴۳



#### ماهنامه خانه نو

ماهنامه اجتماعی،اقتصادی

شماره پیاپی:۹۱

قیمت:۲۰/۰۰۰تومان

**صاحب امتیاز و مدیر مسئول:**محمدامین خسروی

**سر دبیر:** حمیدرضا ایک

#### ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران

شماره ۱۷

**دبیر تحریریه:** رضا توریانی

**طراحی گرافیک:** استود یو سروش رثوف

**صفحه آرای:** ناهید صدیقی

**چاپ:** گروه آیین چاپ

**عکس:** آژانس توسعه رسانه فراقکر

#### همکاران:

آرین انژان پور،شهره شکوهمند

سمانه فخلعی،الهام شمسایی

#### سازمان آگهی ویژه نامه باران:

۲۸۱۸۱-۳۸۱-۰۵۱ داخلی ۱۲۱۵

#### نشانی ماهنامه خانه نو:

تهران، میدان شیخ بهایی، برج صدف، واحد ۷۶

**تلفن:**۰۲۰۵۹۰۰۸۸-۰۲۱

سیاستگذاری و نظارت عالی بر محتوای متنی و گرافیکی این ویژه نامه اختصاصی، توسط گروه مهندسی باران به انجام رسیده است و استفاده از متون و تصاویر صرفاً با ذکر نام منبع «ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران» مجاز است.

از مخاطبان گرامی دعوت می کنیم در صورت علاقمندی به پیگیری دیدگاه ها و پروژه های گروه مهندسی باران و دریافت رایگان ویژه نامه ها و انتشارات این گروه، مشخصات خود یا افراد دیگر را به یکی از روش های زیر ارسال کنند:

۱- مراجعه به سایت **www.baran.ir** و ارسال

درخواست در بخش «تماس با ما».

۲- تماس در ساعات اداری با سازمان فروش

گروه مهندسی باران با شماره ۰۲۰۵۹۰۰۸۸-۳۸۱

جهت اطلاع از نحوه اشتراک ماهنامه خانه نو می توانید با تلفن ۰۲۰۵۹۰۰۸۸ تماس بگیرید.



## زیبا و آرمانی

جورجیو آرمانی پیش نمایشی از طراحی های خود برای پاییز و زمستان آینده آقایان ارائه داد. نگاهی بهتر به الگوها، بافت ها و برش ها در این مجموعه به چشم می خورد، تمرکز بر روی آقایانی که با دقت لباس می پوشند ولی خود را ساده و بی مبالات بیان می کنند. در این سری از کارهای برند آرمانی توجه ویژه ای به بافت های ظریف و لوکس شده است و سطح لباس ها بسیار نرم دیده می شوند. گاه بن مایه رنگ ها به خاکی میل می کند و گاه سفید، سیاه و خاکستری بر حال و هوای کلی طرح غالب است. بعضی رنگ های منحصر به فرد مانند سبز زمردین و قرمز یاقوتی هم در برخی از آن ها خودنمایی می کند



## در شفق قطبی غرق شوید

می دهد. این هتل با حداقل آسیب به ساختار طبیعت منطقه، بر اساس اصول معماری پایدار و استفاده از انرژی های غیر فسیلی بنا شده است تا در این جای اعیاج انگیز و منحصر به فرد، میهمانانش شاهد زیبایی شفق قطبی و دیگر جاذبه های قطب شمال باشند.

هتل «Svart Powerhouse» از محبوب ترین هتل های جهان و اولین هتل دایره ای شکل است که در قطب شمال راه اندازی شده است. در پای یخچال سوارتیسس در شمال نروژ، سازه دایره ای هتل سوارت قرار گرفته و ساحل کوه را به آب های روشن شمالگان پیوند



## بچه های سیسیلی

گرمای مطبوع ساحل سیسیل می اندازد. پترن هایی با الهام از چاپ های سنتی و پرنقش و نگار، عنصر جدایی ناپذیر D&G هستند؛ طرح غالب این مجموعه، رنگ های گرم، نقوش شاه و بی بی، طرح های خالدار و نمادهای کارتونی است.

مجموعه کودکان «دولچه گابانا» بهار و تابستان ۲۰۱۸ مثل همیشه به سبک ایتالیایی همیشگی اش، شاد و پرانرژی است. خانه طراحی مد ایتالیایی دولچه و گابانا برای فصل آینده کودکان طرح هایی ارائه داده که حتی تماشای آن ما را به یاد



## سرآغاز راه با تیفانی

برند لوکس و خانه جواهرات «تیفانی اند کو» بخشی از هویتی را که در زمینه طراحی خلق کرده مدیون حلقه های نامزدی زیبا و منحصر به فرد خود است. حلقه های تیفانی در پنج دسته کلی، تقسیم بندی شده اند. مجموعه کلاسیک، شامل حلقه های نمادین و بدون زمانی است که هیچ وقت قدیمی نمی شوند. بخش دیگر با چنبره ای پوشیده از الماس ساخته شده و مجموعه هالو نیز از یک الماس بزرگ تشکیل شده که با قطعات کوچک تر احاطه شده اند. حلقه های ازدواج مجموعه سه سنگ، دراماتیک و الماس های رنگین، نام دیگر مجموعه های حلقه ازدواج تیفانی است.



## جعبه سیاه مک کوپین

الکساندر مک کوپین از برندهای لاکچری قابل توجهی است که با گذشت چندین سال هنوز گام هایش را مطابق زمانی که بنیانگذارش در قید حیات بود بر می دارد.

کیف مشکی چرمی با قلاب طلایی قدیمی و قطعات نقره ای، توجه هر بیننده ای را به خود جلب می کند. این یکی از چندین قطعه در مجموعه بهار و تابستان امسال الکساندر مک کوپین است که چند روز پیش به نمایش عمومی گذاشته شد.



## گوچی، جراح هویت

مواد و پارچه ها برای ایجاد شخصیت و هویت جدید با آن ها. پوشش های پی وی سی در کف و دیواره ها، جعبه های آتش نشانی، صندلی های پلاستیکی مانند اتاق های انتظار و نور سفید LED همگی تداعی کننده چنین فضایی است، جایی برای جراحی و تغییر هویت توسط گوچی.

این عکس یک اتاق عمل یا فضایی درمانی نیست، بلکه سالن نمایشی را نشان می دهد که «GUCCI» اوائل اسفند ماه در آن جدیدترین مجموعه خود یعنی طراحی های پاییز و زمستان سال آینده را به نمایش گذاشت. این مفهوم نشان دهنده کار طراح است: عمل برش، به هم دوختن و بازسازی



## هوبلو در گاراژ ایتالیا

برند فاخر ساعت سوییس «Hublot» گالری جدید خود را در «گاراژ ایتالیا» شهر میلان راه اندازی کرد. ریکاردو گودالوپه مدیرعامل هوبلو خبر همکاری جدید خود با کارآفرین خلاق ایتالیایی «لاپو الکان» را در مراسم گشایش فضای نمایش این برند اعلام کرد. گاراژ ایتالیا سه سال پیش در میلان پایه گذاری شد و به تعبیری مرکز طراحی های سفارشی لوکس، کلوپ خلاقیت و محل گردآوری آثار، محصولات، طراحان و نواغ دنیای مد و سبک زندگی لاکچری است.



## لغزیدن عطر آگین میس دیور

دیور در درده محصولات زیبایی خود بطور جدی و دامنه دار بر روی عطرها کار می کند. اما محصول جدید در واقع شکلی جدید برای ارائه دو عطر آشنای میس دیور است. عطر «ابسلوتلی بلومینگ» سرخوشی گل های رز را با رایحه ردبری مخلوط کرده است و «بلومینگ باکت» ظرافت یک گل رز تازه را در مخملی از رایحه گل صد تومانی پیچیده است. حالا هر دوی این عطر های دیور در شیشه های کوچک ۲۰ میلی لیتری و بصورت نوک غلطکی (رول آپ) ارائه شده اند.



## لباسی فاخر برای آیفون X

به یقین می توان گفت که آیفون X برانزده داشتن یک قاب یا محافظ ویژه است، اما آیا حاضرید برای آن بهایی بیشتر از خود گوشی بپردازید؟ در صورتی که جواب مثبت است به یکی از گالری های برند «گری» مراجعه کنید و یک گارد ادونت بخرید. «Advent» گارد مخصوص آیفون و ساخته شده از آلیاژی منحصر به فرد با روکش تیتانیوم است که ۵/۲ برابر قدرتمندتر از استنلس استیل است اما بسیار سبک تر است و در حدود نصف آن وزن دارد.



## تريا شما را از سالن های ليزر بی نیاز می کند

نویسنده مجله معتبر «LuxuriousMagazine» یا طرح این سوال به سراغ گجت از بین برنده چروک دور چشم «Tria» رفته و به بررسی تجربیات کاربران پرداخته است. با وجود فراگیری شبکه های اجتماعی دیگر زمان آن نیست که به تبلیغات تلویزیونی یک محصول زیبایی اکتفا کنیم و کشورهای خود را پر کنیم از چیزهایی که با اولین بار مصرف، نشان می دهند که



### عطر عربی شوپارد

«میل دَعرَی» یکی از چهار عطر مجموعه ای است با نام باغ های بهشت یا «Gardens Of Paradise» که شوپارد آن را به علاقمندان محصولات خود عرضه کرده است. شوپارد وصف «لاکچری و طبیعی» را برای این عطر جدید بکار برده، میل دعرَی عطر ۲۰۱۸ بانوان، گویی با نام، مفهوم و رایحه شرقی خود زنان خاورمیانه را هدف قرار داده است. به عنوان مثال رایحه شیر و عسل، یادآور بهشت موعود و مفهومی بسیار آشنا در فرهنگ کشورهای این منطقه به شمار می رود که کانسپت اصلی یکی از محصولات این مجموعه است.



### ایوسن لورن برای سال نو چینی

سال جدید در گاه شماری چینی با نماد سگ شناخته می شود. رنگ قرمز نیز همانطور که در پرچم این کشور غالب است، جزو رنگ های محبوب چینی هاست که در تمام جشن های ملی و جشنواره ها از آن استفاده تزیینی می شود. بخش زیبایی برند «YSL» به مناسبت سال نوی چینی گروهی از لوازم آرایشی و همچنین هدیه هایی را با استفاده از نمادهای فرهنگ ملی چین طراحی و به علاقمندان ارائه کرد. سال نو در چین از ۲۷ بهمن ماه آغاز شد و بسیاری از برندها به همین مناسبت، برای جمعیت بزرگ چین بازاری جداگانه و جذاب در نظر گرفتند.

### نه معمولی، نه رویال

کریستوفل مجموعه ۳۸ قطعه ای نقره ای ارائه داده تا در رویدادهای روزمره بکار آید، در جشن ها و میهمانی های خانوادگی تا حتی یک پذیرایی شام فاخر اما خودمانی، وجود این مجموعه نقره روی میز، به میزبان اعتماد به نفس خواهد داد. این ست، شامل شش عدد از هر وسیله از جمله چاقو، چنگال، قاشق غذاخوری و چاقو، چنگال، قاشق دسرخوری است که با برند کریستوفل پاریس از نقره اعلا ساخته شده است، نامی که در دنیای طراحی، جواهر و اسباب لوکس خانه و آشپزخانه نزدیک به ۸۵ سال قدمت دارد.



### بهتر شدن با تمرکز بر جزییات

ورساجه برای بهار و تابستان ۲۰۱۸ و در مجموعه «Versace Tribute» به پترن های طراحی و چاپ شده در دوران جیانی ورساجه بازگشته است. این طرح الهام گرفته از موتیف های باروک اولین بار در سال ۱۹۹۱ توسط پایه گذار برند ورساجه مورد توجه قرار گرفت و برای بهار آتی نیز بار دیگر، این طرح های پر قدرت و آشنا زمینه اصلی برترین طراحی ها را به خود اختصاص داده است. قرار است مجموعه تریبیوت، با چاپ طرح های الهام گرفته از حیات و حش روی ایریشم، یادآور خاطرات چهل ساله این خانه طراحی و مد لاکچری باشد.



## نیویورک بدون ویکتوریا بکهام

گذاشت. بدون شک کنار کشیدن ویکتوریا لطمه جدی به اعتبار و جذابیت هفته مد نیویورک خواهد زد. نکته جالب اما در این میان، حضور ستاره مشهور دیوید بکهام و فرزندانش برای تماشای نمایشی بود که مادر خانواده ترتیب داده است.



### ماشین جیمزباند را چند می خرید؟

جیمزباند خودرو «استون مارتین» نسخه ۲۰۰۷ را به حراج گذاشته است. «دنیل کریک» بازیگر این نقش، در همکاری با «مارک رایمن» ماشین استون مارتین و نکوبیش مدل ۲۰۱۴ را که بصورت انحصاری، با طراحی داخلی و ظاهر کاملاً سفارشی تولید شده، در نیویورک به مزایده گذاشته است. این ادیشن محدود، که به مناسبت جشن یکصدسالگی استون مارتین عرضه شده بود، به مدت کوتاهی در یک گالری لس آنجلس به نمایش علاقمندان در خواهد آمد و پس از آن در یک برنامه فروش ویژه کریستی، حراج می شود. عواید این مزایده به یک سازمان غیردولتی حامی جوانان خواهد رسید.



### سواروسکی با حجاب

خانه طراحی سواروسکی برای معرفی یکی از جدیدترین مجموعه های جواهرات و لوازم جانبی بانوان، باردیگر از همکاری مدل مسلمان، خانم نیلوفر بهره جست. «نور نیلوفر محمد نور» معروف به لوفاف و نیلوفر بازیگر، مجری و مدل معروف مالزیایی در همکاری با سواروسکی مجموعه «Brilliance for all» را ارائه داد. بازار رو به گسترش آسیا به ویژه کشورهای مسلمان، توجه بسیاری از برندهای لاکچری، از جمله سواروسکی را به خود جلب کرده است. «خودت را ابراز کن»، شعار محوری در کمپین تبلیغاتی این مجموعه بود.



## پرواز بریتیش، لوکس تر از همیشه

بریتیش ایرویز در پروازهای بیسن هیترو لندن تا فرود گاه جان اف کندی تلاش می کند در پذیرایی و همچنین لوازم جانبی سفر، عیار لاکچری را بیش از پیش افزایش دهد. مسیر اتلانتيک به ایالات متحده جزو محبوب ترین و البته بهترین پروازهای ایرلاین ها به حساب می آیند و بریتیش ایرویز هم این بهبود را به عنوان بخشی از سرمایه گذاری ۴۰۰ میلیون

پوندی برای ارتقا، کیفیت پروازهای خود در این مسیر اعلام کرده است.

از کیفیت و تنوع بی سابقه درپیش غذا، غذاهای اصلی و دسرها گرفته تا اسباب و اکسسوری همراه مسافر که بصورت سفارشی توسط برند لوکس بریتانیایی «White Company» تولید شده، همگی بخشی از این برنامه هستند.



### فلسفه لورنزو سارافینی

طراح مد و استایل، لورنزو سارافینی درباره مجموعه پاییز و زمستان ۲۰۱۸ خود می گوید: «این نسخه ایتالیایی از رویای امریکایی است» این طراح جوان و خوش ذوق اشاره هایی به فانتزی های امریکایی دارد و همچنین علاقمندی بسیاری از بانوان به خصلت های زنانه. این مجموعه با نمادهایی از بازگشت به مدل های باشکوه اواخر دهه ۷۰ و مکان های نمادین ایالات متحده، دوخت، چرم، تور و حتی بافتنی را با هم ترکیب می کند. «Philosophy's Lorenzo Serafini» طراح برندهایی چون روبرتو کاوالی و دلچه گایانا بود، اما زمانی که برند خود را خلق کرد با اضافه کردن «فلسفه» به نام تجاری اش قصد دارد توجه هارا به فلسفه پشت کارهایش جلب کند.



## جدید اما کمی شبیه دیگران

مرسدس بنز از جدیدترین نسخه کلاس A مدل سال ۲۰۱۸ خود رونمایی کرد. در این هاچ بک ای کلاس، همه چیز تغییر کرده است، چهره جدید، طراحی داخلی جدید و موتور دیزل بنزینی جدید. هویت بصری کلاس A در این نسخه حفظ شده هر



### هنر درون هنر

طراحان رولزرویس، در نسخه های آتی خوددرو فانتوم، فضایی فوق العاده برای نمایش یک اثر هنری فراهم کرده اند، جایی روی داشبورد تا علاقمندان بتوانند کار هنری سفارشی خود را به طراحی داخلی اضافه نمایند. درک این که مشتریان برند فوق لوکس رولزرویس به طور فزاینده، علاقمند هنر های زیبا و معاصر هستند، تیم طراحان به سرپرستی «گیلز تیلور» را بر این داشته تا در فضای پشت شیشه یک گالری کوچک شخصی مهیا کنند. خودروهای لاکچری چیزی بیش از یک ماشین هستند و ظرافت های هنری و توجه به جزئیات مایه برتری آن ها نسبت به یکدیگر است، مانند این فانتوم که فضایی فراهم کرده تا هنر را درون یک اثر هنری ببرید.



### ال جی در باشگاه متفاوت ها

اولین پروژکتور «4KUHD» برای ارائه تصاویر خیره کننده در محل کار یا زندگی به بازار آمد. سری جدید HU80K قادر به پخش ویدئوهای فوق العاده است و تجربه سینمایی خانگی را در اتاق نشیمن، با پروژکتوری قابل حمل و طراحی زیبا ارائه می دهد. تکنولوژی نوآورانه و یکپارچه ال جی، تصویری با کیفیت 4K را به نمایش گذاشت. ال جی برندی در حوزه تولید انبوه به حساب می آید و تا به حال نیز سعی در معرفی خود به عنوان برندی لاکچری است، اما اگر تفاوت و ارتقاء را هم نشانی از خاص بودن بدانیم، آنگاه ال جی لوکس به حساب می آید؛ به ویژه با این عطش سیری ناپذیر به تسلط بر دنیای فناوری های نوآورانه!



### پرواز در خاطرات

هوردن ریچموند، برنسد لوکس با تعداد محدودی از تولید کالاست که از جان و هوای پرواز و صنعت هوانوردی الهام می گیرد. یکی از بالاگرهای سبک زندگی لوکس، ضمن معرفی این مجموعه تاکید می کند هدیه خریدن برای شخصی که از هر چیزی بهترین هایش را دارد کار ساده ای نیست. شاید هدیه دادن یک قلم دست ساز که از آتش بسار نیروی هوایی بریتانیا الهام گرفته است بهترین انتخاب باشد. گویی با این اشاره نوستالژیک، بخشی از تاریخ را به آن فرد هدیه می دهید. ریچموند در انگلستان، کارگاه هایی با سبک و سیاق سنتی دارد و برای هر گوشه از خانه و زندگی شما چیزی ارائه می کند که بن مایه اش هواپیما و پرواز است.



## اداری به سبک فندی

روبرو هستند، لباس های اداری فندی از پارچه های لوکس و پوست های گران قیمت ترکیب شده و با عناصری ورزشی مانند پیراهن بولینگ و کلاه بیسبال به تعادلی در مفهوم اسپرت می رسند.

فندی با این مجموعه خود سهل انگاری و پیش پا افتادگی در پوشش لباس های کار و اداری را به چالش کشیده است. بر خلاف شلوار جین و کت و شلوار کارکنان سلیکون ولی، پسران کسب و کار Fendi با لباس هایی پیچیده، شاد و سر حال



### معنی واقعی صدا را بیابید

با سیستم های صوتی Hi-Fi می توان پیشاپیش، آینده جادویی این فناوری و کیفیت پخش صدای یکپارچه را در خانه تجربه کرد. اما با فراگیر شدن این نوآوری ها، حالا صاحبان خانه به دنبال تولیداتی هستند که با استایل طراحی داخلی هم تناسب داشته باشد. «BlackxBlack HiFi» تنها یک میز کنار مبل یا تخت نیست، بلکه یک پخش صوت (اسپیکر) حرفه ای با تکنولوژی Hi-Fi است. به دستگاه صوتی که موسیقی را با دقت بالای ی پخش می کند Hi-Fi می گویند که مخفف High Fidelity و نشان دهنده وفاداری سیستم صوتی هنگام انتقال سیگنال است. به عبارتی چنین سیستم هایی صدا را بدون ایجاد کمترین تغییری به شنونده تحویل می دهند.



### آغاز مقرون به صرفه سازی

کمپانی خوشنام سویسی ساعت برایتلینگ تصمیم گرفته تا ساعت جدیدی به گروه محصول خود اضافه کند که حداکثر ۵۵۰۰ فرانک سوییس قیمت خواهد داشت در حالی که بطور معمول این رده از ساعت ها از ۷۵۰۰ فرانک نبوده اند؛ شاید بتوان این مساله را در راستای تغییرات مدیریتی در برایتلینگ تفسیر کرد. ساعت جدید «Navitimer8» قرار است در نمایشگاه جهانی ساعت بازل در سوییس رونمایی و به علاقمندان ارائه شود. البته نباید این ساعت را با مدل «Navitomer01» اشتباه گرفت، این یک محصول جدید است و احتمالاً برای کسانی که تا به حال پرداخت هزینه خیلی زیاد برای ساعت را ضروری نمی دانسته اند.



## جشن شصت سالگی سه مدل از برترین های امگا

در آخرین هفته های سال گذشته میلادی، برند امگا به یادبود شصتمین سال تولید سه ساعت «سی\_مستر ۳۰۰»، «ریل\_مستر» و «اسپیدمستر» مجموعه سه گانه ای را با تیراژ محدود ۳۵۵۷ عدد در هر نسخه با همان بسته بندی نوستالژیک عرضه کرد. اسپیدمستر در این مجموعه به نسخه «Broad Arrow» وفادار مانده که اولین اسپیدمستر و اولین ساعت مچی جهان با مقیاس



باران هوم، خدمتی جدید به مشتریان قدیمی

# خانه باید خود باران باشد

اعتماد بین عرضه کننده و مشتری عنصری است که به سختی به دست می آید و برای همین است که تبدیل شدن یک نام تجاری ساده به یک «برند» سالها کوشش، درستکاری و نوآوری نیاز دارد. اما اگر مخاطبان به برندی اعتماد کنند آنگاه شاید تمایل داشته باشند تا حد امکان، نیازهایشان را از طریق همان که آزموده‌اند تامین نمایند، این خلاصه مسیری است که «باران» را به «Baran Home Design» پیوند داد.

کیمیای رضایت‌مندی

بطور معمول، طراحان و تولیدکننده‌های برندهای معتبر و به‌روز در سرتاسر دنیا، با گذشت زمان و رسیدن به ثبات نسبی در کسب و کارشان، به ایده ایجاد تغییر در حوزه محصول یا ارائه خدمات منحصر به فرد به مشتریان خود فکر می کنند. این دوره تغییر، معمولاً با توجه به اینکه تولیدکننده، طراح و... در چه حوزه‌ای فعالیت داشته باشد، از هر نظر متفاوت خواهد بود. دوره زمانی تغییرات، میزان ایجاد تغییرات در ساختار محصولات و یا ارائه خدمات، بسیار به نوع محصول و حوزه آن بستگی دارد.

یکی از مهمترین اهداف اعمال این گونه تغییرات جلب رضایت و هرآنچه وفادارتر کردن مشتری است. اگر مشتری برای یکبار به یک مجموعه و محصولاتش اعتماد نماید، فروش محصولات و خدمات جدید به مشتری قدیمی، بسیار راحت‌تر خواهد بود. یکی از رموز موفقیت برندهای محبوب دنیا این است که یک مشتری تا آخر عمر خویش خریدار باقی بماند، دنباله‌رو آن برند باشد، در انتظار محصولات جدیدش بماند و از آنچه برای او ارائه می شود رضایت داشته باشد.

«Baran Home»

یکی از تازه‌ترین خدمات در راستای جلب رضایت مشتریان و به نوعی کامل‌تر شدن خدماتی است که باران خانه ارائه می کند

به طور حتم تعریف کسب و کار جدید و هدایت آن تارفع نقص کامل در ابتدا برای هر طراح یا تولیدکننده، کار آسانی نخواهد بود. وجود نقاط ریسک فراوان، امکان عدم استقبال مشتریان قدیمی و ماندن این ها، از ضعف‌های تعریف محصول جدید و یا ارائه خدمات منحصر به فرد خواهد بود و به این خاطر در بیشتر حوزه‌های کسب و کار، یک دوره تولید آزمایشی و یا ارائه خدمات موقت تعریف می شود. سپس با نظرسنجی از مشتریان قدیمی و یا ثابت آن مجموعه، میزان درخواست ارائه محصول و میزان استقبال از آن تخمین زده شده و در دوره تولید انبوه، طراحی قطعی و ارائه به بازار تحقق می یابد.

پیش به سوی کامل شدن

گروه مهندسی باران، با بیش از ۱۱ سال سابقه کاری در حوزه سبک زندگی، صنعت ساختمان و ارائه خدمات هتل‌ها به ساکنان هتل برج‌های باران، با هدف ارائه خدماتی بهتر و جلب رضایت مشتریان و همچنین به جهت تکمیل فرآیند کاری خویش در حوزه «خانه» به تعریف خدمتی جدید پرداخته است.

بارها در رفت و آمدهای مشتریان قدیمی، در هنگام تحویل آپارتمان‌ها به خریداران و یاد ارتباط با مخاطبان از طریق رسانه‌ها، این پرسش مطرح بود که آیا گروه باران در زمینه طراحی د کوراسیون و مبلمان واحدها نیز خدماتی دارد یا خیر؟ در طول این سال‌ها، با استفاده از ظرفیت تیم متخصص معماری و مشاوران برجسته گروه، در صورت نیاز، چنین خدماتی نیز قابل ارائه بود. اما هیچ‌گاه مشاوره و تامین کالا در حوزه دکوراسیون و مبلمان، در قالب یک خدمت مجزا مطرح نبود و ساختار دقیق و از پیش تعیین شده‌ای که ماموریتش چنین چیزی باشد تعریف نشده بود.

همان‌طور که می دانیم، گروه باران با تعریف پروژه‌های فاخر مسکونی و همچنین ارائه خدمات ۲۴ ساعته هتل‌ها، نیازهایی تازه را در حوزه سکونت و زندگی شناسایی کرد و پاسخی درخور آن ارائه نمود. طی بهره‌برداری از دو پروژه موفق مسکونی، در جهت ارائه خدماتی شایسته‌تر برای ساکنان این مجموعه به تعریف خدماتی جدید پرداخته است.

«باران هوم» یا «Baran Home Design» یکی از تازه‌ترین خدمات این مجموعه در راستای





یکی از رموز موفقیت برندهای محبوب دنیا این است که یک مشتری تا آخر عمر خویش خریدار باقی بماند

چه بسا که یکی از دغدغه‌های همیشگی در خانه‌ای جدید، طراحی و نحوه چیدمان وسایل، و تطبیق یادگارهای ارزشمند یک خانواده باشد با آنچه در حال تغییر است. و در نهایت خرید اثاثیه‌ای متناسب با خانه جدید بنا به سلیقه و نیاز هر فرد، گستره متنوعی از انتخاب‌ها را در برابر افراد خواهد گشود.

بطور معمول در هر جا به جایی، آنچه رضایت بخش و جذاب می‌باشد اعمال برخی تغییرها در چیدمان، وسایل، رنگ، فرم و بافت می‌باشد. اما بروز این تنوع طلبی کاملاً به ظرفیت فضا (پتانسیل) و نحوه طراحی و معماری آن خانه بستگی دارد. همه اجزا باید با هم در ارتباط باشند، یک ترکیب بندی خوب از وسایل با یک ترکیب اشتباه با همان وسایل

تفاوتی چشم گیر دارد، این وظیفه دکوراتور در هر تغییر و جابه جایی است تا بتواند بهترین را برای شما بیافریند یا بازآفرینی کند.

کاری به دست کار دان

اینکه در هر موضوع تخصصی باید به افراد صاحب نظر و حرفه‌ای مراجعه کرد تا بهترین نتیجه به دست آید، گزاره‌ای است که درستی آن بارها به همه ما ثابت شده است. عبارات‌های «دیزاین» و «استایل» که به «طراحی» و «سبک» ترجمه می‌شوند، نیازمند ترکیب هنر، دانش و تجربه یک طراح است با سلیقه چارچوب یافته یک سفارش دهنده. چه بسا ما در زمینه دکوراسیون منزل خود، سلایقی داشته باشیم که اگر بر آن اصرار بورزیم نتیجه جالبی در بر نداشته

باشد. این افراد متخصص باید بتوانند آن سلیقه را در یک چارچوب هنرمندانه و به روز تعریف کنند تا هم فضایی دلنشین برایمان بیافرینند و هم تا حد امکان از نظر حرفه‌ای هیچ عدم تناسبی به آن وارد نباشد.

سه چالش اصلی در این زمینه وجود دارند، یکی آنکه درد کوراسیون لزوماً خرید انبوهی از کالاهای گران قیمت، بدون حضور یک مشاور (دکوراتور) راه به جایی نمی‌برد. بایستی همه آنچه به تناسب، هارمونی، کاربردی بودن، دوام و اصالت اجزا بازمی‌گردد در خرید مجموعه مبلمان یک خانه لحاظ شود. حتی در استایل فردی، کسانی را دیده‌ایم که بدون توجه به سن، شغل، موقعیت اجتماعی یا جایی که به آن می‌روند و... پوششی را انتخاب می‌کنند که هر چند به روز یا گران قیمت است، اما «نچسب» و «بی تناسب» توصیف می‌شود. این مساله لزوم همراهی یک «استایلیست» را بازگو می‌کند؛ این نیاز ضروری در «خانه» به مراتب بیشتر درک می‌شود.

چالش دوم اما، ناشی از تشخیص و یافتن فرد یا مجموعه‌ای است که بتواند در حد امکان بهترین خدمات مشاوره حرفه‌ای را در زمینه دکوراسیون داخلی و مبلمان به ما ارائه کند. شهر، پراز مدعی است و هر کدام نیز برای خود تبلیغاتی رنگارنگ و پرطمطراق دارند. تشخیص آنکه کدام یک از این طراحان می‌تواند به بهترین نحو نیاز شما را شناسایی کرده، با سلیقه شما ترکیب کند و بهترین خروجی را ارائه دهد، نیازمند تجربه اعتماد قبلی است یا یک بار هزینه کردن و دیدن نتیجه کار، که البته شاید گران تمام شود!

به همین دلیل است که یک طراح حرفه‌ای به انواع روش‌ها از حجم سه بعدی گرفته تا شوروم، باید تلاش کند نمایشی واقعی از چیدمان پیشنهادی خود برای فضای سکونت شما ارائه نماید تا زمینه تجسم و لمس آنچه انتخاب می‌کنید برایتان فراهم کند.

اما چالش دیگر ساختار و مکانیزم تأمین کالاها، قیمت تمام شده، پشتیبانی در طول خرید و خدمات پس از فروش است. تجربه‌های ناخوشایندی که هر کدام از ما داریم گوشزد می‌کند که برخی از فعالان در این عرصه تنها تا لحظه خرید با مشتری همراهند و پس از آن، چندان به خواسته‌ها و تأمین آسایش خریدار اهمیت نمی‌دهند؛ یا توان اجرایی و پشتیبانی

کافی برای این امر ندارند و در نتیجه دغدغه‌ای به همه دغدغه‌های ما می‌افزایند.

گروه مهندسی باران در «Baran Home Design» با درک دقیقی از این چالش‌ها، به پشتوانه سال‌ها اعتماد در عمل به تعهدات، با گردآوری گروهی زبده و کارگشته از طراحان، تامین کنندگان و تولید کنندگان خوشنام، خواهد کوشید برای تمامی این دغدغه‌ها نقطه پایانی قرار دهد.

تجربه راه‌اندازی چندین شوروم در پروژه‌های موفق، امتیاز هماهنگی کامل بین تیم‌های طراحی، تجهیز و دکوراسیون ایجاد کانال‌های ارتباط اختصاصی و دست اول با برندهای خوشنام خارجی، اخذ گارانتی‌های دقیق و طولانی مدت، داشتن ساختار اداری و پشتیبانی

سه چالش در راه داشتن بهترین دکوراسیون داخلی، نبود مشاور حرفه‌ای و قابل اعتماد، نداشتن تجربه کاربری دقیق از پیشنهادات مشاور و نداشتن ساختار قوی پشتیبانی و خدمات پس از فروش است

منظم، ارائه پکیج‌های متنوع کانسپشوال و تنوع پکیج‌های قیمتی همه و همه این نوید را می‌دهند که تجربه جدید و خوشایندی از این مرحله گذار به خانه جدید خود را نیز با بهترین سبک و سیاق از سر خواهید گذراند.

نخستین شوروم‌های اختصاصی «Baran Home Design» در حان راه‌اندازی هستند و در سال جدید، پکیج‌های متنوع آن در خلال تحویل و تجهیز واحدهای پروژه باران ۳ به مالکان نمود خواهد یافت. پس از آن باید از خانواده باران بپرسید که تا چه میزان از این خدمات و همراهی جدید راضی‌اند؟

به امید دیدار شما در شوروم‌های جدید هتل برج باران ۳ و روزی که دکوراسیون خانه شما نیز «باران‌هوم» باشد.





Baran Home Design

از آنچه در عکس می بینید  
واقعے تراست.



Baran Home Design  
A new service for loyal customers

مروری گذرا بر معروف ترین کانسپت های طراحی داخلی

# قصر دل افروز

آنچه در «پارآن هوم» ترسیم شده، ساز و کاری است که به اصلی ترین نیاز خانواده های باران در زمینه طراحی داخلی و دکوراسیون پاسخ می دهد. کانسپت های طراحی در پارآن هوم بسته های کامل و آزموده شده ای هستند که هنر طراح را با سلیقه مشتری و نیاز سکونت او در یک نقطه به اشتراک می رسانند. اما صحبت در این باره نیازمند تعریف یک القای مشترک است و این یادداشت تلاشی برای باز کردن روزنه ای به این القیاست.

طراحی داخلی نقطه اتصال ساکنان هر خانه با ساختمانی است که در آن قرار دارند اما کار طراحی داخلی فقط مربوط به ظاهر و محیط یک فضای داخلی نیست و هدف اصلی آن ایجاد هماهنگی و کارآمدی در محیط است. بسیاری از اوقات پیش می آید که طراحی داخلی یک خانه، ترجمه صحیحی از سلیقه و سبک زندگی ساکنانش نیست یا دکوراتیو نمی تواند به قدر لازم و کافی به آن بپردازد. برای حل این مشکل چه می توان کرد؟

فراموش نکنیم که طراحی داخلی همواره عرصه پروژتمایلات فردی و سفارشی سازی بود و خواهد بود. برای رسیدن به همین هدف، اگر طراحان بتوانند خواست سفارش دهنده را دقیق و صحیح بشنوند و با توجه با این شناخت یک مجموعه کامل و بی نقص ارائه نمایند، بسیاری از دغدغه ها رفع خواهد شد.

کانسپت های طراحی داخلی

چالش قابل توجه بسیاری از مشتریان طراحان داخلی، فقدان درک و یا واژگانی برای توصیف و تعریف سبک شخصی طراحی داخلی مورد نظر آن هاست، اما چه باید کرد تا درک صحیح و واژگانی قابل فهم برای بیان این خواست پیدا کنیم؟

کانسپت های طراحی داخلی هریک، مجموعه ای عناصر به هم پیوسته از فرم، بافت، رنگ و اشیا، در فضای داخلی هستند که با همدیگر تناسب و هارمونی قابل درکی دارند. اگر دافقه مخاطب با اصول کلی آن کانسپت هماهنگ باشد می توان از این اصول به جزئی ترین عناصر هم رسید تا تمامی اجزاء، یک طراحی داخلی به هماهنگی ملموس و دلنشینی برسند.

برخلاف آنچه در تعریف طراحی مفهومی آمده (به یادداشت درآمدی بر طراحی مفهومی خودرومرسدس بنز در همین مجله مراجعه کنید) در طراحی داخلی بیشتر از آنکه ایده های مفهومی (Conceptual) مطرح باشند، درباره گونه های متعدد از مفاهیم بحث می شود. به عبارت ساده، چندین و چند کانسپت طراحی وجود دارند که می توانید با انتخاب یکی از آنها به راحتی اجزای متفاوت دکوراسیون خود را با کمک طراح، در یک مجموعه به هم پیوسته و هارمونیک گرد هم آورید. این همان درک و یا واژگانی برای توصیف و تعریف سبک شخصی طراحی داخلی است که به آن نیاز داریم.

درباران هوم، به تناسب فرهنگ، سلیقه های غالب مشتریان و اصول حاکم بر طراحی معماری خانه، چندین کانسپت طراحی داخلی ارائه خواهد شد که همگی بصورت بسته هایی کامل از همه اجزاء هستند، عناصری چون پوشش دیوارها، تزئینات، روشنایی، مبلمان، اکسسوری، فرش و... اما شاید لازم باشد یک بار، آنچه به عنوان معروف ترین کانسپت های طراحی داخلی در دنیا شناخته می شوند را با هم مرور کنیم، گزیده ای از بین ۲۵ کانسپت رایج در طراحی داخلی.



# Interior Design Styles



## Minimalist

طراحی داخلی مینیمالیستی در اواخر دهه ۱۹۸۰ در لندن و نیویورک رواج پیدا کرد. در این دوره، طراحان با استفاده از عناصر سفید رنگ، نورپردازی سفید یخی و یا آبی، طراحی فضاهایی بزرگ و کمترین حد استفاده از مبلمان، در جستجوی دستیابی به «سادگی مطلق» بودند. ایده اصلی طراحی مینیمال کم کردن حواسی و رسیدن به کیفیت های بنیادی و سادگی است.

مینیمالیسم، ساده کردن فضاهای زندگی و آشکار سازی خصیصه های بنیادی ساختمان هاست، به منظور آنکه نگرشی ساده نسبت به زندگی در افراد ایجاد کند. این سبک، از فلسفه ذن و همچنین از طراحی سنتی ژاپنی الهام گرفته است. بکارگیری فرم های اصلی هندسی، عناصری عاری از تزیینات، استفاده از ساده ترین مواد و تکرار سازه ها، موجب القاء حس نظم، و تقویت کیفیت های بنیادین می شود. حرکت نور طبیعی در ساختمان های مینیمالیستی فضاهایی ساده و تمیز را آشکار می کند. در این سبک برای نگهداری اشیاء، از فضاهایی مخفی و هوشمندانه استفاده می شود.



## Modern

مدرن، اصطلاحی با دامنه تعریف گسترده در طراحی داخلی است. بطور کلی، کانسپت مدرن به خانه ای با خطوط شفاف و رنگ آمیزی شده با یک رنگ ساده اطلاق می شود که در آن از موادی مانند فلز، شیشه و فولاد (استیل) استفاده شده باشد. عبارتی که می تواند سبک مدرن را خیلی خوب توصیف کند، کلمه «صاف و ساده» است؛ پس در این کانسپت با تعداد زیادی از اجزاء، درهم و برهم یا اکسسوری های متعدد روبرو نیستیم. به عقیده برخی افراد، سبک مدرن بیش از حد ساده، سرد و یا خشن است، اما اگر به خوبی برنامه ریزی و اجرا شود، حس آرامش و سادگی را به خانه می آورد. سبک مدرن با نهایت بهره گیری از فضا و استفاده از ترندهایی برای بزرگ تر نشان دادن فضاها، برای آپارتمان ها و فضاهای کوچک مناسب

## Contemporary

است. استفاده از خطوط ساده و بی پیرایه، ارجحیت عملکرد نسبت به فرم، اجتناب از عناصر تزیینی زیاد و غیر ضروری، کم ترین استفاده از بافت ها و ترکیب بندی و تعادل نامتقارن در مبلمان و طراحی فضا، از ویژگی های کانسپت مدرن طراحی داخلی هستند.

کانسپت معاصر، گاهی به اشتباه با طراحی مدرن یکسان تلقی می شود در صورتی که اینگونه نیست. سبک معاصر با مدرن متفاوت است و طراحی را بیشتر بر دو مفهوم «اینجا» و «اکنون» پایه گذاری می نماید. تفاوت اصلی این دو عبارتست از اینکه سبک مدرن بطور مشخص یک توصیف دقیق از اتفاقاتی است که از آغاز قرن بیستم در طراحی رخ داده در صورتی که استایل معاصر

چالش قابل توجه بسیاری از مشتریان طراحی داخلی، فقدان درک و یا واژگانی برای توصیف و تعریف سبک شخصی مورد نظر آن هاست

سیال تر و منعطف تر است تا جایی که در آن حتی فرم ها و خطوط منحنی و خمیده را می بینیم، چیزی که به هیچ وجه در کانسپت مدرن وجود ندارد. عنصری که بیش از هر چیز به این سبک هویت می بخشد «خط» است. خط می تواند در استفاده از سقف های بلند، لبه های مربع شکل مبلمان، خطوط طولی کفپوش های چوبی، پادری ها، پنجره های ساده و فرم های هندسی تزیینات دیواری و اکسسوری ها به کار آید. در این کانسپت، فضاهای منفی (فضاهای بین مبلمان، فضاهای خالی روی دیوار، فضاهای نزدیک به سقف) درست به اندازه فضاهای پوشیده شده از اشیاء اهمیت دارند.

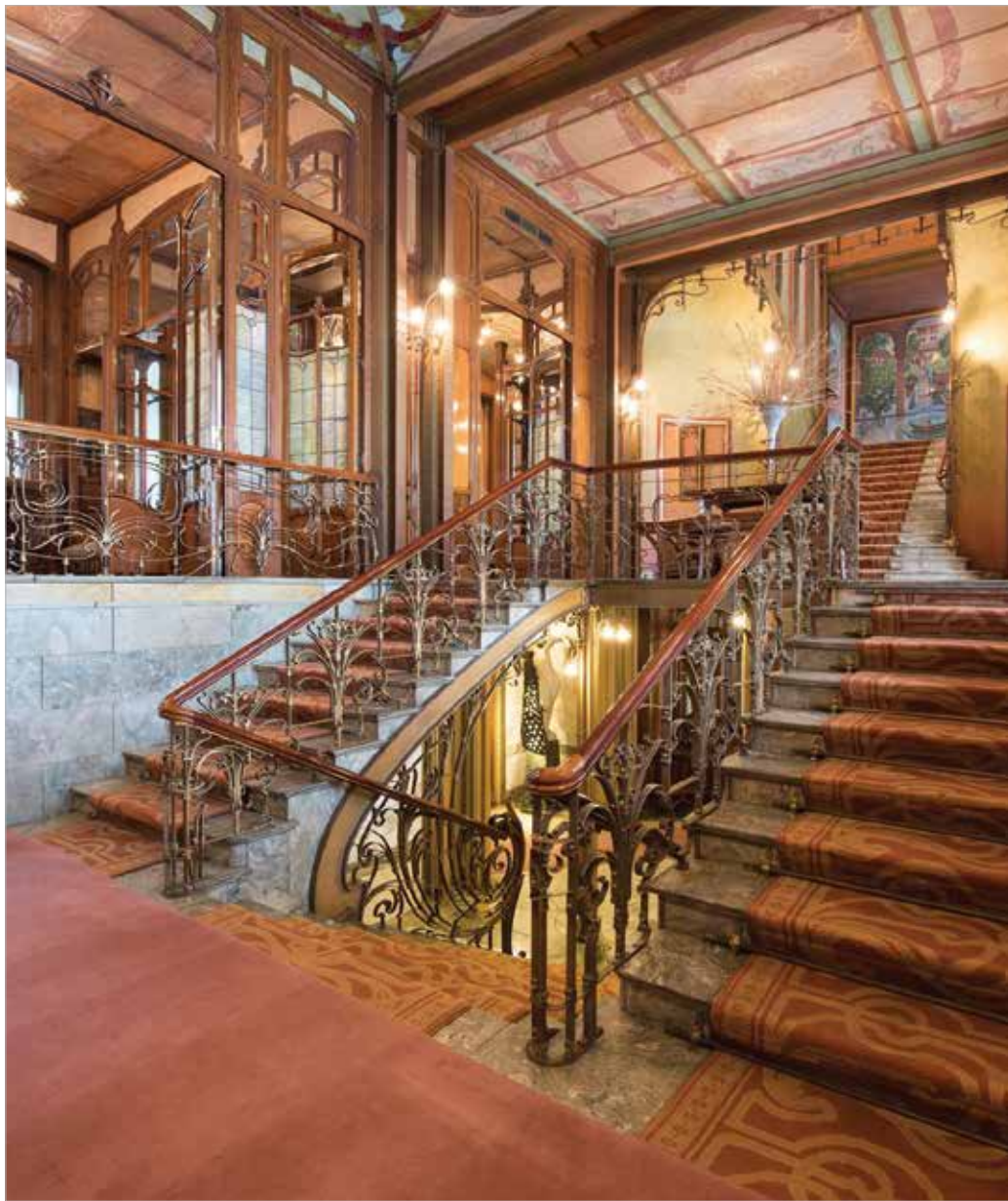
طراحی داخلی معاصر بیشتر تابع یک حس رایج در فرهنگ روزمره است تا آنکه از چارچوب هایی خاص تبعیت کند.



## Traditional

کانسپت سنتی در طراحی داخلی می‌تواند گستره‌ای به وسعت فرهنگ‌ها و سنت‌ها داشته باشد. اما اینجا منظور ما از سنتی، سبکی است که ریشه در روح ادراکات فرهنگ قدیم اروپا دارد. استایل تردیشنال عرصه‌به‌روز اجزای متعدد قدیمی و سنتی، مبلمان مجلل و فراوانی لوازم جانبی است. در این سبک با گوشه‌های نرم و لبه‌ها و فرم‌های منحنی روبرویم، طرح‌های گلدار در این سبک بسیار متداول هستند و از طرفی مبلمان، اغلب باز طراحی شده از عناصر آشنای خانه‌های اروپایی سده نوزدهم هستند.

یکی از جنبه‌های بارز سبک سنتی، گنگ و مرموز بودن رنگ‌ها و فرم‌هاست، اما در عین حال همه اجزاء با تاکید بر استحکام، نظم و توجه به جزئیات، انتخاب و چیدمان می‌شوند. خانه‌های سنتی اغلب از چوب‌های تیره، رنگ‌های گرم و انواع بافت‌ها و خطوط منحنی استفاده می‌کنند. عمق و لایه‌بندی در بیشتر طرح‌های سنتی وجود دارد و بافت‌های پارچه‌ای مانند مخمل، ابریشم و گلدوزی در آن دیده می‌شوند. چنین فضایی اگر با تزئینات خاصی برگرفته از عناصر فرهنگی و آداب و رسوم مورد علاقه ساکنان آراسته شود، همواره احساس آرامش، گرما و راحتی را به مخاطب القاء می‌نماید.



## Classic

کانسپت کلاسیک از مفاهیمی چون ثبات، تناسب و تقارن، سخت‌گیری و تجمل‌هویت می‌یابد. این سبک، کامل، دقیق و حساس بر روی جزئیات است. رنگ‌های اصلی به سبک اصیل، دریاری و ملایم هستند. بژ، کرم، خاکستری، صدفی، شرابی، طلایی، نقره‌ای، زیتونی و آجری از رنگ‌های متداول در معماری داخلی کلاسیک است. در این سبک تند و تیزی، کنتراست، افراط و عدم تناسب جایی ندارد. در کانسپت کلاسیک، اولویت با متريال‌های طبیعی مانند چوب، پارکت، پارچه‌های مخمل، فرش و به طور کلی بافت‌های غنی و باکیفیت است. مبلمان

ساخته شده از چوب منقش و منبت کاری شده، تابلوهای نقاشی رئالیستی با قاب‌های مجلل، ستون با تزئینات، پرده‌های ضخیم، آینه‌های زیاد، شمع‌دان، عناصر دکوراتیو برنز، سیلور و آباژور همگی از عناصر هویت بخش سبک کلاسیک هستند. مهم است که خطوط ساده و متقارن بر فضا حکمرانی کنند، درست شبیه چپش مبلمان حول یک نقطه کانونی مانند شومینه.

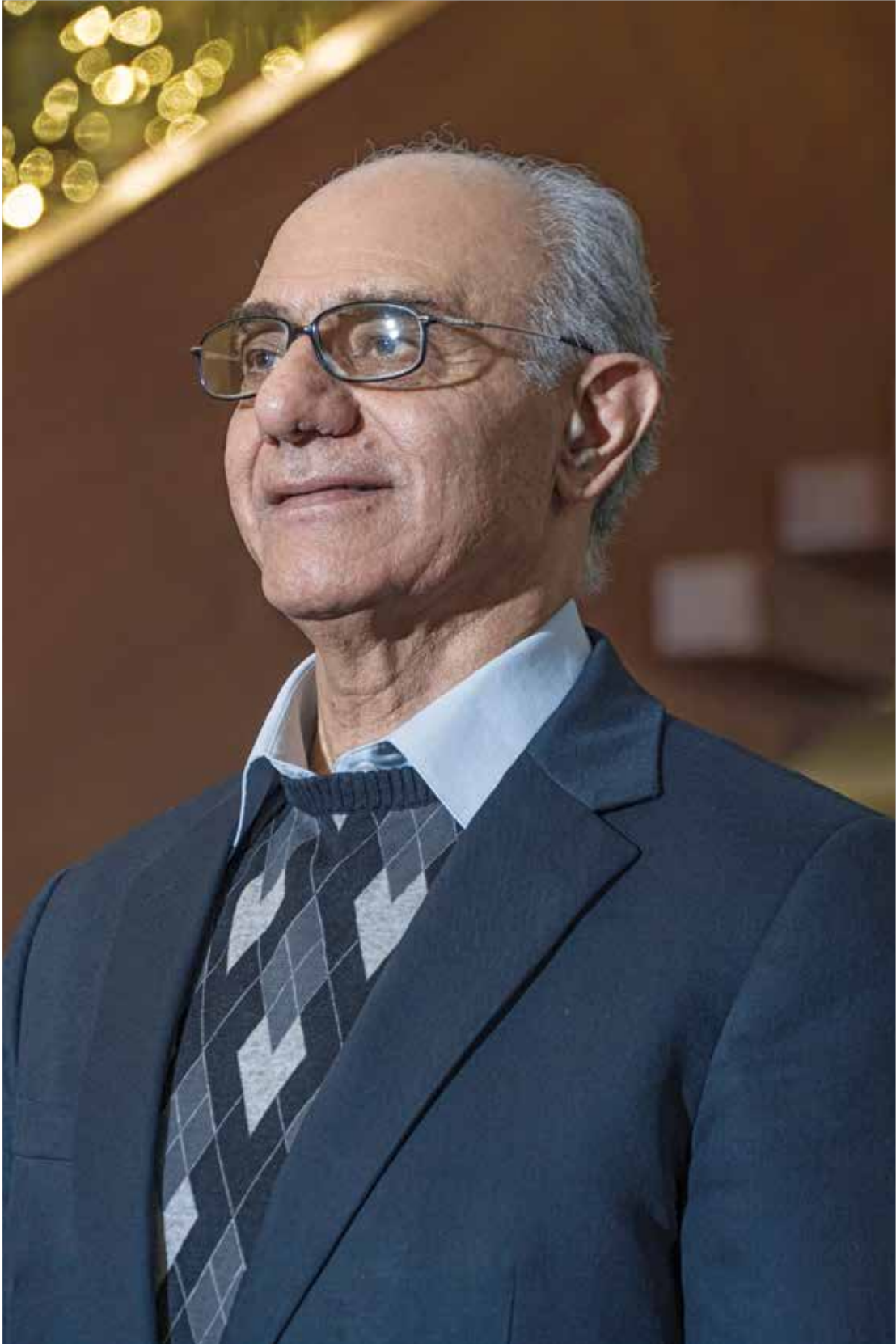
## Art Nouveau

جنبش هنری آرت نوو با وجود عمری کوتاه، همچنان بر طراحی تأثیر گذار است. از اواخر قرن

نوزدهم تا اوایل قرن بیستم، هنرمندان و طراحان، این سبک معماری، هنرهای تزئینی و مد را با این هدف که اصیل و بدون هیچ تقلیدی از گذشته باشد رواج دادند. هر چند به ویژه در طراحی معماری این جنبش احیاگر سبک تزئینی دراماتیک باروک بود و نمایش ارزش‌های تزئینی خطوط منحنی را دنبال می‌کرد. ویژگی‌های کانسپت آرت نوو در طراحی داخلی، استفاده از خطوط خمیده، فرم‌های گیاهی، ایجاد حس حرکت در آرایه‌ها و عدم تقارن در طرح است. همچنین به عنوان یک مشخصه بارز در این سبک باید به استفاده افراطی از تزئینات اشاره کرد. این آرایه‌ها در تمام اجزای ساختمان کف، دیوارها،

در باران هوم، به تناسب فرهنگ، سلیقه‌های غالب مشتریان و اصول حاکم بر طراحی معماری خانه، چندین کانسپت طراحی داخلی ارائه خواهد شد

نرده، پله، ستون و سرستون‌ها، دستگیره، لسترها و غیره دیده می‌شوند. علاوه بر این، قطعات تزئینی چاپی، کاشی‌هایی با موتیف‌های آرت نوو و استفاده زیاد از انواع کف پوش‌های چوبی از خصوصیات این سبک دکوراسیون داخلی هستند. بد نیست بدانید که بکارگیری نقاشی روی شیشه در دکوراسیون (ویتراژ) هم از نوآوری‌های این سبک است. دست‌آفرینکه استفاده از فلز در این کانسپت جایگاهی ویژه دارد، آهن کاری‌های تزئینی و قالب‌های فلزی با خطوط موج دار، نامتقارن و ارگانیک مورد پسند گروه زیادی از مخاطبان سبک آرت نوو است.



# جایی بهتر برای زیستن

دنیای جای خوبی برای زندگی نبود و رنج بشر هیچ‌گاه تمامی نداشت، اگر بعضی از آدم‌ها نبودند.

وقتی قرار شد با یکی از ساکنان هتل برج باران گفتگو کنیم که صاحب صدها افتخار و عنوان ملی و بین‌المللی است، حدس می‌زدیم این فصل، یکی از نادرترین مصاحبه‌های مجله باران خانه نو را داشته باشیم، ما با کسی ملاقات کردیم که از روستایی در جنوب خراسان برخاسته و تلاش کرده تا دنیا، جایی بهتر شود برای زیستن.

**پروفیسور دکتر مهدی بلالی مود**

پدر علم سم شناسی ایران به انتخاب بنیاد ملی نخبگان - ۱۳۹۵

برنده جایزه جهانی سازمان منع سلاح‌های شیمیایی، لاهه- ۱۳۹۴

بالاترین مدال افتخار از بنیاد بین المللی علوم

پزشکی پروفیسور یلدا -۱۳۹۰

دارنده نشان دولتی پژوهش از ریاست جمهوری اسلامی ایران- ۱۳۹۰

استاد مدعو دانشگاه نیوکاسل از سال ۱۳۸۵و استاد افتخاری دانشگاه ادینبرو اسکاتلند

عضو شورای علمی مشورثی سازمان منع سلاح‌های

شیمیایی و نائب رییس OPCW تا ۱۳۸۳و ۱۳۹۱

عضو فرهنگستان علوم پزشکی جمهوری اسلامی

ایران، عضو دائم آکادمی علوم جهان TWAS

عضو کمیته برنامه‌ریزی ایمنی شیمیایی وسم‌شناسی

سازمان بهداشت جهانی از ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۹

نائب رییس و رییس جامعه سم‌شناسی پزشکی آسیا و اقیانوسیه از ۱۳۶۹ تا ۱۳۸۱

عضو هیات مؤسس و اولین رئیس هیات مدیره

انجمن سم شناسی و مسمومیت های ایران از ۱۳۷۱ تا ۱۳۷۷

استاد دانشگاه علوم پزشکی مشهد و مدیر گروه

سم‌شناسی بالینی و مسمومیت‌ها

عضو هیات مؤسس و رییس مرکز تحقیقات

سم‌شناسی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد

از ۱۳۸۷

متخصص درمان‌شناسی و فوق تخصص مسمومیت‌ها،

پدیدآورنده ۳۱ عنوان کتاب و ۱۶۸ مقاله

ساکن هتل برج باران۲

**خانه‌نو**؛ بالبراز خرسنددی از اینکه در حضور شما

هستیم؟ مجله خانه نو، نشریه‌ای با موضوع سبک زندگی است. امروز هم آمده‌ایم تا با شما درباره زندگی و سبک زندگی گفتگو کنیم. به عنوان اولین سوال به خوانندگان ما بفرمایید مسیر زندگی را چگونه طی کرده‌اید یا به عبارتی اگر امروز کسی بخواهد پروفیسور بلالی بشود باید چه کاری انجام دهد؟

● متشکرم از جنابعالی و گروه مهندسی باران که این فرصت را دادند تا در خدمت شما باشم؛ من در یک خانواده روستایی به دنیاآمدم، مرحوم پدرم به کارهای کشاورزی، دامپروری، قالی دستباف و حتی تجارت می پرداخت. چهارساله بودم که مادرم فوت شدند و خواهر بزرگ و خاله‌ام از من مراقبت می کردند و از زمانی که به یاد دارم، از سن دبستان و حتی پیش از آن مشغول به کار شدیم، کاروبازی هر دو برای من در آن سن لذت بخش بود.

تایستان‌ها باید عمدتاً در کارهای کشاورزی و دامداری کمک می کردیم. من دوست داشتم قالی بافی یاد بگیرم، اما پدرم می گفتند قالی بافی دیدت را تنگ و محدود می کند و برای سلامتی ات هم خوب نیست، تو باید به صحرا بروی و در کارهای کشاورزی و دامداری کمک کنی که دیدت باز باشد. آن موقع من از این مساله خوشحال نبودم و فکر می کردم خیلی راحت تر بود که در یک اتاق قالی بافی کنم تا اینکه در صحرا و زیر آفتاب سوزان باشم. البته حالا می فهمم که ایشان مقصودش این بود که من سخت کوش بار بیایم و وسعت دید پیدا کنم. سال‌ها بعد که دانشجو و فارغ‌التحصیل شدم فهمیدم که آن فرم تربیتی پدرم در یک روستا خیلی بهتر از این بود که من برای فرزندانم اجرا کردم و اغلب همین طور هست در دهه‌های اخیر که والدین خود را وقف فرزندان کرده‌اند؛ آن موقع اینگونه نبود و ما خود ساخته بارآمدیم.

کلاس پنجم دبیرستان چون درس‌م خوب بود، مدیر مدرسه یک استوار ارتش را به من معرفی کرد تا در روزهای تعطیل و بعد از ظهرها به ایشان دروس دبیرستان را تدریس کنم. به کلاس ششم که رسیده بودم چهار پنج درجه دار ارتشی شاگردم بودند که از هر کدام ساعتی ۵ تومان حق التدریس می گرفتم؛ آن موقع سکه تمام ۲۵ تومان بود، یعنی با پول ۷ ساعت تدریس یک سکه می توانستم بگیرم و بنابر این از همان موقع از نظر اقتصادی خود کفا بودم تا اینکه به دانشگاه رفتم.

**خانه‌نو**؛ ابتدا در رشته شیمی تحصیل کردید؛ چطور به طب راه پیدا کردید؟

● به شیمی علاقمند بودم و به این امید رفتم که شاگرد اول شوم و با بورس دولت به خارج از کشور بروم برای کارشناسی ارشد و دکترا چون در آن زمان در هیچ رشته‌ای دکترای تخصصی نبود. سال اول شیمی شاگرد اول شدم، اما شاه‌دستور داد دیگر شاگرد اول‌ها را به خارج از کشور نفرستند چون کسانی که با بورسیه برای تحصیل رفته بودند بر علیه رژیم شوریده بودند. سالان ۱۳۴۱ بود و اینکه فقط یک کارشناس شیمی شوم مرا اقناع نمی کرد پس به پدرم و برادرم نوشتم که می خواهم کنکور پزشکی بدهم؛ آن‌ها تأیید کردند مخصوصاً برادر بزرگم که سال گذشته مرحوم شدند، آن زمان خیلی تشویق کرد. حتی با همسرشان دو ماه به تهران آمدند که از من مراقبت کنند تا شبانه روزی درس خواندم و پزشکی قبول شدم.

با کمک و راهنمایی رییس بخش شیمی مرحوم دکتر نجم‌آبادی، سالان اول پزشکی و سوم شیمی را با هم خواندم. از همین کارشناسی شیمی در دبیرستان‌هایی مثل البرز تدریس می کردم و ضمن تحصیل پزشکی، همیشه تأمین بودم و حتی اتوموبیل شخصی داشتم. تقریباً شبانه‌روزی کار می کردم و از همان موقع فقط ۴ تا ۶ ساعت می خوابیدم چون از کار تدریس و همزمان تحصیل پزشکی لذت می بردم.

بعد از پایان تحصیل زمانی که در بیرجند پزشک وظیفه بودم، مرحوم پدرم فرمودند وقت این است که ازدواج کنی و اینکه امتحانات تخصص پزشکی امریکارا قبول شده بودم دوست داشتند قبل از ادامه تحصیل، ازدواج کنم. همسرم دختر یکی از بستگان و در مشهد دانشجوی دندانپزشکی بودند. تصمیم گرفتم مستقیم با خودشان در این باره صحبت کنم و چون رفت و آمد خانوادگی داشتیم، در یکی از این دفعات که به منزل ایشان می رفتم، در یک روز برفی و یخبندان، از منزل مرحوم پدرخانم تا دانشگاه دندانپزشکی که آن زمان داخل شهر بود، ایشان را همراهی کردم و در راه خواستگاری کردم. همسرم در نکو داشت بنده به عنوان پدر علم سم‌شناسی ایران که در بنیاد ملی نخبگان برگزار شد به همین مساله اشاره کرد و گفت آن موقع از این پیشنهاد سورپرایز شدم. ایشان قبول کردند و ما ازدواج کردیم.

**خانه‌نو**؛ به تعبیری مسیر هدایت شما به رشته سم‌شناسی پزشکی همان علاقمندی به شیمی بود؟

● بله و بخاطر این علاقمندی کتابی هم با عنوان شیمی و زندگی نوین تألیف کرده بودم. سال دوم

پزشکی که بودم تصمیم گرفتم وقتی را اختصاص بدهم برای نوشتن کتابی در زمینه کاربردهای شیمی در زندگی و هر شب از ساعت ۱۱ تا ۱ نیمه شب را برای نوشتن این کتاب صرف کنم. روزها از کتاب‌ها و مجلات منابعی پیدا می کردم و شب را به ترجمه و تدوین مشغول بودم تا بعد از ۱۴ ماه این کتاب در تیرماه سال ۱۳۴۶ توسط انتشارات آسیا در تهران چاپ شد.

به خاطر همین علاقمندی به کاربرد شیمی در پزشکی (که سم شناسی می شد) همیشه سراغ بخش سم شناسی و مسمومیت‌ها را می گرفتم. دانشگاه تهران بخش مسمومین را بخاطر مشکلاتی به بهداشتی واگذار کرده بود که همان درمانگاه لقمان الدوله بود. من داوطلبانه می رفتم کشیک می دادم و تجربه درمان مسمومیت‌ها را از آن‌جا پیدا کرده بودم. بعد از سکونت در مشهد، زمانی که در یک درمانگاه خیریه مشغول بکار بودم به من خبر دادند که دانشکده پزشکی مشهد دنبال یک پزشک سم شناس هستند که در ایران پیدا نمی شود ولی بخاطر تحصیل در شیمی و علاقمندی به سم شناسی این موضوع به من پیشنهاد شد. باتوجه به همان علاقمندی و سابقه در اسفند ۱۳۵۱ به عنوان مربی دستیار دانشکده پزشکی مشهد به عضویت هیأت علمی درآمدم. در فروردین سال ۵۲ قسمتی از بیمارستان سوانح را که مربوط به مسمومین بود از بهداشتی تحویل گرفتیم و بخش مسمومین را پایه گذاری کردیم. بعد از سه سال به استادیار ارتقا پیدا کردم، همسرم در شش تمام شد و هر دو بورس گرفتیم تا برای دوره PhD تخصص درمان شناسی و فوق تخصص مسمومیت‌ها به ادینبرو در اسکاتلند بریتانیا برویم. خرداد ۵۷ به اسکاتلند رفتیم و همان سال بود که انقلاب اسلامی

تایستان‌ها باید عمدتاً در کارهای کشاورزی و دامداری کمک می کردیم. من دوست داشتم قالی بافی یاد بگیرم، اما پدرم می گفتند قالی بافی دیدت را تنگ و محدود می کند و برای سلامتی ات هم خوب نیست





به ثمر رسید. اما طبق دستوری که وزیر داده بود بورس همه دانشجویهای خارج قطع شد. اما من این شانس را داشتم که رئیس دانشگاه آن زمان آقای دکتر اعتمادی در تلگرافی که برای من ارسال کرد نوشته بود چون مصمم هستم این راهی که رفتید را رها نکنید می‌توانید از مرخصی بدون حقوق استفاده کنید. بخاطر علاقمندی به این رشته و کارهای تحقیقاتی استاد مرا تحویل یک تکنسین آزمایشگاه داد که همه کارهای لازم را یاد بگیرم. مثلاً در کارگاهی لوله‌های استینلس استیل را برش می‌دادیم و من هم استقبال کردم چون قصد داشتم وقتی به

مملکت خودم برگشتم همین کارها را به تکنسین‌ها آموزش بدهم. بعد از اخذ PhD به من پیشنهاد استخدام و عضویت در هیات علمی را دادند و من استاد یار دانشکده پزشکی ادینبرو شدم.

**خانه‌نوی** چطور شد که از آن شرایط ایده‌آل برای کار و تدریس در بریتانیا به ایران که در آغاز جنگ بود برگشتید؟  
 • مدتی حدود هفت ماه از شروع یکارم در دانشگاه ادینبرو گذشته بود که در ایران جنگ آغاز شد. با همسرم صحبت

می‌کردیم که نگران شرایط کشور بود و خبری هم منتشر شده بود که به صدام اسلحه شیمیایی داده‌اند تا بر علیه رزمندگان ما استفاده کند. ما آن موقع دو فرزند داشتیم همسرم یاد خترمان که شش ماهه بود به ایران برگشت تا شرایط را بررسی کند. وقتی به ایران آمد خبر داد که اصلاً اوضاع خوب نیست و خیلی نیاز به حضور ما هست. بالاخره بدلیل همین مسائل احساسی بود و تخصص من درسم شناسی، تصمیم گرفتیم که برگردیم هرچند ارتباطم را با آنجا قطع نکردم و به عنوان استاد افتخاری تا سن ۶۵ سالگی که بازنشسته شدم ارتباط داشتم.

**خانه‌نوی** می‌توان گفت که بخش عمده افتخارات و عناوینی که موفق به دریافت آن شدید در همین دوره بعد از بازگشت شما به ایران اتفاق افتاد، درباره این مقطع کمی بیشتر توضیح دهید.  
 • وقتی به ایران برگشتیم دانشکده‌های پزشکی و داروسازی استادسم شناسی نداشتند و متخصصانی هم که تحصیل کرده اروپا و آمریکا بودند همه کشور را ترک کرده بودند. در مشهد علاوه بر پزشکی، در دانشکده داروسازی تدریس هم می‌کردم و بعد در دانشگاه تهران دوره PhD سم شناسی را راه‌اندازی کردیم. بعد از آن انجمن سم شناسی و مسمومیت‌ها را تأسیس

کردیم که خیلی پیشرفت کرد تا آنکه در سال ۱۹۸۹ جامعه سم شناسی پزشکی آسیا اقیانوسیه را با چهار نفر از همکاران کشورهای آسیایی در کوالالاپور بنیانگذاری کردیم و در این انجمن چهار دوره چهار ساله رییس و نائب رییس بودم. بخاطر مجموعه این خدمات و تحقیقات در زمینه سم شناسی پزشکی، داروسازی، کشاورزی و دامپزشکی، بنیاد ملی نخبگان در سال ۱۳۹۵ بنده را به عنوان پدر علم سم شناسی ایران معرفی و تجلیل کردند.  
 من سعی کرده‌ام برای سلامت خودم و خانواده‌ام کوشا باشم،

کارم را درست انجام دهم، از نفس خدمت لذت ببرم، منتظر پاداش مادی و معنوی نباشم، این‌ها هم خواه‌ناخواه به دنبال آن آمده، یعنی من کار نکردم که جایزه بگیرم ولی این جوایز به دنبالش آمده‌است. یادم هست آخر جنگ روزی یکی از دوستان همکارم در دفتر کارم حضور داشتند و بعد از ساعتی گفت در این مدت که من اینجا بودم تو ۱۲ کار انجام دادی که چهار مورد آن وظیفه‌ات بود و هشت مورد دیگر برای کمک به بقیه، برای چی اینقدر به خودت فشار وارد می‌کنی؟ من گفتم از این نفس خدمت لذت می‌برم از اینکه به قول تو به هشت نفر کمک کردم

و گرهی از مشکلا‌تشان باز کردم لذت می‌برم، دوستم گفت تو با این کار عمر خود را کوتاه می کنی! هر چند متاسفانه آن دو ست عزیز در ۵۷ سالگی بخاطر سکنه قلبی دار فانی را وداع گفت؛ بخاطر همین من همیشه به دانشجویان، همکاران و نزدیکان گفته‌ام که از کار و استرس پیر هیز نکنید، استرس های کوتاه لازمه کار و زند گی هستند، نه آن استرس های ممتد که مثل خوره روح انسان را بخورد مضر است؛ ولی فشار کاریا استرس های گذران بخصوص اگر برای کمک به دیگران باشد باعث طول عمر هم می شود.

**خانه‌نو** اتفاقا همین جا موقعیت خوبی است که این سوالم را مطرح کنم، جناب پروفسور بلالی! از یک خانه روستایی در مود بیر چند تا تهران، مشهد، ازادینرو در بریتانیا تا شهر های زیربمباران جنگ در ایران؛ در مسیر پرفراز و نشیبیی که طی کرده‌اید، آرامش و خوشبختی را کجا و در چه شرایطی دیده‌اید؟

● ببینید من فکر می کنم آرامش، نشاط و خوشبختی قدری تفکر فردی است. سبک زند گی و فرم رفتار و این هاست. شما اگر فیلم دکتر ژیاگو را دیده باشید شخصیت داستان را در زمان جنگ روسیه و آن همه گرفتاری نشان می دهد که با همان اسبی که داشت، هم کار طبابتش را می کرد و هم زند گی شاد خودش را داشت. در بین آن همه کشت و کشتار سعی می کرد وظیفه اش را به خوبی انجام دهد. بنابراین من آرامش و نشاط را گاهی اوقات در نهایت کار و استرسی که بعد به نتیجه می رسد می بینم.

وقتی ما بر گشتیم به ایران زمان جنگ بود و مشکلات زیاد بود، بمباران های شیمیایی آغاز شده بود و بخصوص اینکه یک نفر پزشک سم شناس در ایران نبود. هر بار ده ها مجروح شیمیایی را به مشهد می آوردند و در تمام تخت های بیمارستان امام رضا و قائم مجروحان شیمیایی بستری بودند. ما کمیته درمان مجروحان شیمیایی را در دانشگاه تشکیل داده بودیم که اساتید پوست و خون و ریه و... بودند و پروتکل های درمانی صادر می کردیم تا همکاران رشته های مختلف بتوانند مجروحان شیمیایی را درمان کنند. آن زمان در طول شبانه روز به زحمت ۴ ساعت می خوابیدم ولی چون این کار نتیجه بخش بود و بسیاری از این مجروحان شیمیایی را از مرگ حتمی نجات می دادیم، کار برایم لذت بخش بود و به من آرامش می داد. همان موقع هم من این احساس را نداشتم که چرا یک زند گی راحت و مرفه ویی استرس را در آنجا گذاشته‌ام و به ایران آمده‌ام. در تمامی این سال ها که ظاهرا بیشترین استرس به من وارد می شده آرامش داشته‌ام. به دانشجویانم هم می گفتم اگر سعی کنید کارتان را با فکر و برنامه ریزی و درست انجام دهید بقول معروف «الخیر فی ماوقع» دیگر مهم نیست چه اتفاقی بیفتد. اگر کارت را درست انجام می دهی مهم نیست چه نتیجه‌ای داشته باشد. به این صورت است که من در بیشتر لحظات عمرم

شادم و از زند گی لذت می برم. وقتی که با خانواده و دوستان هستیم و همه شاد هستند، لذت می برم. گاهی هم از مطالعه، نوشتن یک مقاله، خواندن یک کتاب، درمان یک بیمار، آموزش یا گوش کردن به یک موسیقی لذت می برم.

**خانه‌نو** درباره محیط سکونت و کار، چه جایی به شما آرامش می دهد و چه شد که تصمیم به سکونت در برج باران گرفتید؟
● در سال های بعد از جنگ، زمینی را که از قدیم در کوی دانشگاه (خیابان باهنر) داشتیم بصورت یک مجتمع خانواد گی ساختیم، طبقه همکف برای خود ما، طبقه پایین به عنوان فضای ورزشی و استخر و سونا، فضایی برای سکونت کار گر و طبقات بالا هم سه آپارتمان برای دخترم و پسرم و یک واحد دفتر کار، که البته از سال ۱۳۷۱ به همین صورت استفاده نشده باقی مانده بود.

بعد به این نتیجه رسیدیم که آن خانه برای ما خیلی بزرگ است. از نظر امنیتی مجبور شدیم ابتدا دزد گیر نصب کنیم و بعد هم نرده های حفاظ. کم کم به فکر افتادیم که آپارتمان نشین شویم و این البته به حدود هشت سال پیش بازمی گردد که ما به همین دلایل و با راهنمایی یکی از همکاران، آپارتمانی خریداری کردیم اما هیچ وقت آنجا ساکن نشدیم و در اختیار مستاجر بود. چون با وجود امکانات، نواقصی هم داشت از جمله مشکل پارکینگ داشت. روزی به همسرم گفتم که بعد از هشت سال نمی خواهیم به آن آپارتمان نقل مکان کنیم که ایشان گفت امکانات آنجا خوب است اما اگر جایی مثل برج باران باشد که سرویس دهی هم دارد بهتر است، چند روز بعد بصورت اتفاقی این واحد در برج باران به ما معرفی شد. جدا شدن از آن جابرای من کار ساده‌ای بود چون من هم منعطف هستم و تغییر یذیری را دوست دارم ولی برای همسرم جدا شدن از آن خانه که خودمان ساخته بودیم خیلی دشوار بو. ولی خوشبختانه به اینجا که آمدیم و چند ماهی که زند گی کردیم بخصوص این اواخر که دختر مان هم به دیدن ما آمده بود به این نتیجه رسیده و اظهار کرد که اینجا ما راحت تریم و انصافا خیلی راضی هستیم. من خودم خیلی خیلی راضی هستم و خانم د کتر هم راضی شده اند، موارد خیلی جزیی هست که وقتی تذ کر دادیم رفع شد.

**خانه‌نو** این محیط چقدر با خواسته های شما فاصله دارد و آیا نقد و نظری درباره محل سکونت خود در برج باران دارید؟
● اشکالات جزئی و قابل اصلاح است. همسرم ابتدا که به باران آمده بودیم اینجا را با آپارتمان دخترم در لندن مقایسه می کرد. این ساختمان چون بتن آرمه و هادی صداست، مقداری برای ما سخت است، اما در بریتانیا معمولا ساختمان ها طوری ساخته شده که نسبت به صدا عایقند، در حالی که اینجا مشکلاتی از این نظر هست. مثلا پایه های میز و صندلی در طبقات بالا روی سنگ کف یا حتی پارکت، صدای بدی ایجاد می کند ولی همین با یک ابر چسب دار کوچک رفع می شود که من

این کار را کرده‌ام تا این صدا همسایه طبقه پایین را آزار ندهد. بالاخره ما تجربه آپارتمان نشینی نداشتم هر چند در انگلستان هم مشکلات آپارتمان نشینی، کم و بیش مثل هم هستند. البته وقتی اینجا را با آپارتمانی مقایسه می کنیم که دخترم در لندن دارد و ساخت یک شرکت عظیم ساختمانی بنام سن جورج است، می بینیم آنجا محدود است و این سرویس دهی را ندارد؛ دخترم بارها اظهار خوشحالی کرد که ما اینجا راحت تر هستیم

**خانه‌نو** شما که هم با استانداردهای سکونتی در اروپا آشنا هستید و هم خانه‌ای مجزا و شخصی داشته‌اید فکر می کنید فرهنگ سکونتی و مسائل مدیریتی یک خانه تا چه حد در کیفیت سکونت موثرند؟

● از نظر فرهنگی افراد ساکن در این برج از قشر تحصیل کرده جامعه هستند و رفتارشان معمولا معقول و بجاست و این چند ماهی که ما سکونت داشته‌ایم یا در میهمانی هایی که بوده دیدیم بسیار افراد مهربان و باگذشت و صمیمی حضور دارند. همین را که مقایسه می کنیم این فضا مثلا در لندن نیست ولی انصافا از وقتی ما به اینجا آمده‌ایم بسیار با محبت

با ما رفتار شده و احساس می کنیم در یک خانواده بانشاط و بزرگ تر زند گی می کنیم. اختلاف سلیقه هم در همه جا هست ولی این اختلاف سلیقه مانع دوستی و همکاری نمی شود. ولی در کشور ما، فرهنگ عمومی ما نزول داشته حتی مثلا در رانند گی چیز هایی می بینیم که باعث تاسف است اما فرهنگ ساکنان این برج اینگونه نبوده است. طبیعی است که در یک مجموعه که حدود پنجاه خانواده زند گی می کنند اختلاف سلیقه و اختلاف فرهنگی و رفتاری وجود دارد، حتی ممکن است در یک خانواده هم، خواهر و برادر رفتاری متفاوت داشته باشند. اما سطح فرهنگی و رفتاری ساکنان این برج از سطح کلی جامعه بالاتر است و همزیستی مسالمت آمیزی داریم؛ همه سعی می کنند به هم کمک کنند و زند گی شاد و راحتی داشته باشند. من خودم شخصا خیلی خوشحالم از اینکه اینجا ساکنم و فرصت بیشتری دارم. زمانی که در خانه قبلی بودیم، با اینکه کمک خیلی از منسوبین نزدیک هم بود، ولی در عین حان من برای مسائل خانه وقت بیشتری صرف می کردم ولی اینجا برای مسائل علمی، کار و ورزش وقت بیشتری دارم.

**خانه‌نو** حالا که به اینجا رسیدیم اجازه بدهید بپرسم طول روز و ایام هفته را چگونه می گذرانید و به جز طبابت و آموزش به چه کارهایی مشغول هستید؟ تفریح و سر گرمی شما چیست؟

● از وقتی به برج باران آمده‌ایم تقریبا تمام روز های فرد که استخر مربوط به آقایان هست استفاده کرده‌ام، نیم ساعتی ورزش در سالن بدنسازی و بعد هم استخرم ترک نشده است. از ورزش های دیگر هم به بولینگ و پینگ پنگ علاقمندم مثلا همین اواخر که دخترم به دیدن ما آمده بود، دوباره بولینگ برج و سه بار به سالن پینگ پنگ رفتم. معمولا صبح زود ساعت ۶ از خواب بیدار می شوم، اول حرکات نرمشی و ورزش های تپ یو گا انجام می دهم، صبحانه را هم معمولا من آماده می کنم، هم قهوه و هم جای زعفرانی که نشاط آور است بعد از آن هم سر کار و مطب. بیشترین وقتم صرف کارهای علمی می شود با این وصف که رسما دوسال پیش بازنشسته شدم اما هنوز یادانشگاهو بیمارستان بصورت نیمه‌وقت ارتباط دارم ولی غیر از مطالعات کاری، در زمینه ادبیات، شعر، خیام و مولوی را دوست دارم و مطالعه می کنم به موسیقی سنتی کشورمان علاقمندم، موسیقی کلاسیک ایرانی. برای کتاب های داستانی کمتر فرصت دارم ولی در حوزه سلامت و مجلات اطلاع رسانی

یا همین مجله خانه‌نو را مطالعه می کنم و همچنین سعی می کنم که با تکنولوژی و علم روز خودم را تطبیق بدهم.

**خانه‌نو** به عنوان آخرین پرسش به ما بگویید چه آرزویی دارید؟
● آرزوی بهبودی وضع مردم را دارم. برعکس خیلی از هم سن و سالانم که مثلا آرزو دارند نوه داشته باشند یا اینطور موارد، هر چند اگر خود فرزند انم بخواهند ما خوشحال می شویم، ولی اینکه بگویم چنین آرزویی دارم، نیست. من آرزوی بهبود وضع مردم را دارم و اینکه در تنگنا نباشند، آرزو دارم که هم از نظر اقتصادی و هم از نظر فرهنگی اوضاع بهتری داشته باشیم. مثلا آرزو دارم روزی مردم ما به این خط سفید عابر پیاده اهمیت بدهند. ما اینطوری نبودیم و به تدریج اینگونه شدیم و باز گشت آن سالیان دراز طول خواهد کشید، من عاشق کشورم، مردمم و این سرزمین هستم؛ بنابراین آرزوی بهبودی برای این سرزمین و برای مردم این کشور دارم.

**خانه‌نو** ما هم برای شما آرزوی سلامت و نیکروزی داریم و امیدواریم همچنان منشا خیر و برکت برای شهر و کشور باشید.





خانه جواهرات بوچلاتی

# یک قرن خلاقیت و زیبایی

از ۱۹۱۹ که «ماریو» در میلان اولین بوتیک جواهرات خود را راه اندازی کرد تا اکنون که بعد از ۹۹ سال «آندره» و دختر جوان و خوش ذوقش «لاکریزا» میراث دار این خانواده اند، قرن ها زیبایی و هنر طلا سازان و گوهر تراشان ایتالیایی در مجموعه های نفیس «بوچلاتی» تبلور یافته است. این مطلب را بخوانید تا اگر در سراسر دنیا به یکی از بوتیک های بوچلاتی برخوردید، بی لحظه ای تردید، به این بهشت رویایی جواهرات لوکس، پا بگذارید.



طلا، باتاریخی به قدمت تمدن و در جایگاه ثروتی ملموس، همواره بخششی از توجه و تلاش آدمیان را به خود معطوف داشته است. هر چند در دنیای مدرن، ثروت‌های دیگری جای خود را به گنجینه‌های طلای شاهان و امپراتوران داده‌اند و دانش و فناوری، پشتوانه قدرت ملت‌ها تلقی می‌شود، اما این تغییر رویکرد، تأثیری در ارزش و اهمیت این فلز گرانبها ایجاد نکرده است. تنها تفاوتی که در دهه‌های اخیر در این زمینه رخ داده، توجه بیشتر از پیش به جنبه‌های هنری و زیبایی‌شناسی است.

در دنیای پر برق و برق‌زیز، به مرور کارطراحان و صنعتگران به‌سوی خلق آثار ی پیش رفته که ارزش هنری آن با ذات ارزشمند طلا هم‌آوردی و برابری می‌کند. به‌ویژه آنجا که پای نام‌های معتبر تجاری یا برند‌های معروف به میان می‌آید، خیلی‌ها حاضرند برای به‌دست آوردن آن بهای چند برابر پرداخت کنند.

میراث‌دار زیبایی

برند «Buccellati» زمانی پایه‌گذاری شد که در سال ۱۹۱۹ اولین بوتیک جواهرات «ماریو بوچلاتی» در منطقه «لا رگوسانتا مار گرتا» شهر میلان ایتالیا گشایش یافت. آغاز آشنایی میلانی‌های مشکل‌پسند با طراحی‌های زیبای این جواهرساز با کمک یکی از دوستانش با نام «گابریل» اتفاق افتاد، او که برای هدیه به دوستان و همسرش سفارش‌هایی خاص از نقره و طلا به ماریو می‌داد و جواهراتی که در نهایت ظرافت طراحی و تولید می‌شد، بنای محبوبیت و شهرت بوچلاتی را فراهم می‌کرد.

سنت گرایی، مهارت و طراحی منحصر به فرد در ساخت جواهرات دست‌ساز در کنار خلاقیت و استفاده از بهترین مواد، همگی در آثار بوچلاتی می‌گنجد. برندی که آغازی ساده اما متمایز داشت و در ادامه همانند یک افسانه قدیمی که در آن همیشه خوبی‌ها پیروزند و سینه به سینه منتقل می‌شوند، هنر جواهرسازی بوچلاتی از پدران به پسران رسیده و همچنان نیز در حال رشد و نمو است.

میراث‌دار قرن‌ها زیبایی هنر ایتالیا، با گذشت زمان از فناوری‌های نوین نیز بهره‌جسته است. در این بین، استفاده گسترده از فن حکاکی بافت به‌عنوان یکی از نشانه‌های آثار این برند به‌شمار می‌رود. شگرد بسیار ارزشمندی که از تابش و بازتابش نور روی سطوح متفاوت جواهرات، زیبایی را خلق می‌نماید.

آثار بوچلاتی از دیرباز تا کنون جزو بهترین و زیباترین کارهای دست‌ساز به‌شمار می‌رفته‌است، تا آنجا که اصطلاح «Bottega» را برای آن به کار می‌برند. این عبارت در زبان ایتالیایی به استودیو یا کارگاهی گفته می‌شود که توسط یک استاد بزرگ هنری اداره می‌شود و سایر هنرمندان برای همکاری، آموزش یا اجرای پروژه‌های شخصی در آن به فعالیت مشغولند.

پیش‌رو در موز زمان

بوچلاتی در عمر نزدیک به یکصد ساله خود، نه هنرش را فدای بازار تجاری و سلیقه عام‌پسند کرده است و نه آنچنان در طرح‌های انتزاعی و کلاسیک غرق شده که نتواند با پسند و زیبایی‌شناسی روز همگام باشد. حرکت در مدار نوگرایی و درنوردیدن مرزهای زمان، همواره با حفظ یک هویت یکپارچه و ارزشمند هنری همراه بوده‌است.

یکی از باارزش‌ترین کارهای این مجموعه، مشارکت در راه‌اندازی موسسه گوهرشناسی ایتالیایی تحت عنوان «IGI» در سال ۱۹۷۳ بوده‌است که از بدو

تاسیس تا ۲۵ سال، ریاست آن را «جیان ماریو بوچلاتی» بر عهده داشت. این بنیاد تا به امروز یکی از معتبرترین نهاد‌های علوم سنگ‌شناسی و جواهرهای قیمتی و نیمه‌قیمتی به‌شمار می‌رود. سال ۱۹۹۵ نمایشگاه «The Art of Buccellati» در آکادمی علوم سانفرانسیسکو برپا شد و یک سال پس از آن، پای برند بوچلاتی به موزه پادشاهی انتاریو در تورنتو کانادا نیز گشوده شد.

با گذشت زمان طراحان این مجموعه به حوزه طراحی ظروف بسیار خاص و همچنین ساعت‌های جواهرنشان روی آوردند. تعدادی از نمونه‌های هنری منحصر به فرد ارزشمند این مجموعه سال‌ها در نمایشگاه‌هایی با نام مجموعه هنر جاودانه یا «Buccellati, Timeless Art» به نمایش درآمد.

دنیای درخشان بوچلاتی

آنچه این روزها بوچلاتی در بوتیک‌های گسترده در سراسر جهان عرضه می‌کند شامل پنج گروه اصلی است که عبارتند از: جواهرات، ابرجواهرات یا «High Jewelry»، مجموعه عروس، ساعت و نقره. مجموعه ابرجواهرات، نمونه‌هایی فاخر و رویایی از جواهرات گران‌قیمت هستند که از جنبه هنری، کیفیت ریزه‌کاری‌های دست‌ساز و ارزش سنگ‌های قیمتی، از محصولات مشابه و همچنین از جواهرات معمولی این برند، یک سر و گردن بالاترند. گویی ابرجواهرات بوچلاتی انفجاری از زیبایی، سنت‌های دیرینه ایتالیا و ترکیب زیبای طلا و جواهرات هستند.

رومانزا، عشق جاودان

«زیباترین و بهترین چیزها در دنیا، قابل دیدن و یا حتی لمس کردن نیستند اما در قلب ما به خوبی حس خواهند شد، این تأثیری است که عشق ایجاد می‌کند.» این توصیفی است که بوچلاتی برای معرفی «Romanza» بکار برده‌است، مجموعه‌ای از زیباترین حلقه‌های نامزدی که احساساتی وصف‌ناپذیرا انتقال می‌دهند. «رومانزا» یک حلقه برای کسی که می‌خواهید با او زندگی کنید نیست؛ بلکه هدیه به کسی است که بدون او نمی‌توانید زندگی کنید! این انگشتر، مهر و مومی است برای یک وعده و تحقق یک رویا و یا چیزی که تمامی حرف‌های ناگفته دو دل‌داده را در خود جای خواهد داد.»

زمان به وقت زیبایی

ساعت‌های جواهرنشان باید از استانداردهای خاصی در طراحی و نحوه ساخت پیروی کنند تا بستری مناسب برای جواهرات و یا سنگ‌های قیمتی داشته باشند. این ساعت‌ها باید به راحتی با هر شرایط و هر پوششی همگن و هماهنگ شوند، چه برای بانوان و چه برای آقایان، ساعت‌های جواهرنشان به طور کاملاً مجزا طراحی و ساخته می‌شوند.

در هر یک از این ساعت‌ها انتخاب مواد بکاررفته، به‌طور هوشمندانه‌ای صورت می‌پذیرد. طلا به ارزش آن می‌افزاید، درخشش الماس‌های روی صفحه ساعت، حس ارزشمند هر ثانیه از عمر را

دستبند‌های

جواهرنشان

و ساعت‌های

بوچلاتی مظه‌ری

از کمال خالص

برگرفته از یک

گذشته تاریخی

با ترکیب

منحصربه‌فرد

زیبایی و قدرت

هستند

گنجینه سیم‌گون

نقره به‌عنوان یکی از قدیمی‌ترین فلزات ارزشمند، همواره نمادی از ثروت، قدرت و بخشندگی بوده است. مجموعه‌های نقره بوچلاتی، نمادهایی از طبیعت، عناصر داستانی و تاریخ هستند. نقره‌آلات این برند، نه به‌عنوان محصولی از یک کارگاه نقره‌سازی، بلکه محصولاتی نادر و خاص هستند که طراحی و ساخت آن ارزش بسیار بالایی برخوردار است، هر کدام از این نمونه‌های نقره حاصل تلاش یک هنرمند ماهر در یک دوره زمانی نسبتاً طولانی هستند.

مجموعه‌های نقره بوچلاتی که اغلب به‌عنوان هدیه‌ای ارزشمند مطرح هستند، عناصر تزئینی مانند گل‌ها، پرندگان و موجودات دریایی را شامل می‌شوند.

همچنین از عناصر کاربردی نقره‌ای بوچلاتی می‌توان به گلدان، تزئینات رومیزی، قاشق و چنگال، جام، ست پذیرایی قهوه‌چای، جاکلیدی، قاب ولوازم زیبایی و آرایش اشاره کرد.



# BARAN TOWER NO. 3

از ۱۸ هزار متر مربع زیربنا که به افزایش کیفیت سکونت در فضاهای اختصاصی کمک می کند. بنا بر استاندارد تعیین شده گروه باران برای ارائه این خدمات، به ازای هر واحد مسکونی ۱،۲ نفر نیروی انسانی قابل جذب است و این یعنی چیزی نزدیک به ۱۰۰ نفر نیروی ماهر و متعهد که تحت مدیریتی یکپارچه به استخدام درآمده و هدایت خواهند شد. همچون دیگر پروژه های گروه مهندسی باران که در کلاس «هتل برج» تعریف شده اند، خدمات وامکانات برج باران ۳ در چند دسته کلی قابل توصیف هستند. نخست خدمات وامکاناتی است که پیرامون فضای لابی شکل می گیرند. با توجه به کانسپت معماری سبز و با الهام از ایده باغ های معلق، لابی در سه سطح ارتفاعی مجزا طراحی شده است و در آن نقاطی برای استقرار اسپن، پارک من

ظرف کمتر از سه سال از افتتاح اولین هتل برج مسکونی، سومین پروژه باران به دوستان این سبک زندگی معرفی شد

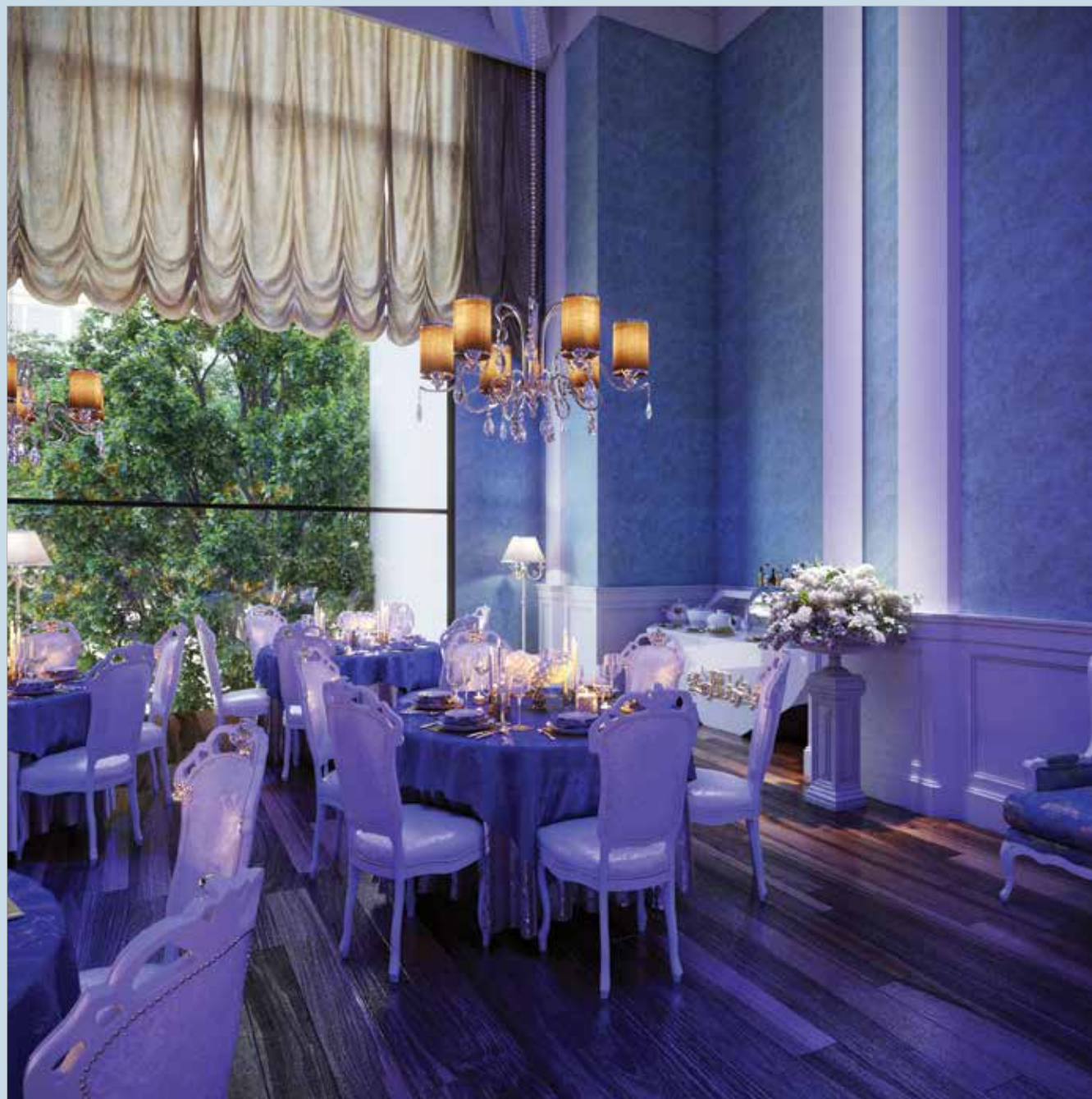
است. برج باران ۳ با استفاده از حجم قابل توجه فضای سبز بر روی نما، منظره همچون یک باغ عمودی خواهد یافت. در فضاهای اشتراکی گیاهان و گل ها، بافت غالب را تشکیل می دهند و در هر خانه نیز دست کم سه تراس یا باغچه وجود دارد که به منزله ریه های گیاهی، باعث شادابی و تنفس فضای سکونت در مجاورت با طبیعت سبز خواهد شد. اما چیزی که باز هم نقطه تمایز چنین برج مسکونی مدرنی با سایر همنو عانش است، تنها به طراحی، ساخت و تجهیزات خلاصه نمی شود، بلکه وجود نزدیک به چهل گونه خدمات و امکانات است که طعم یک زندگی آرام و امن را برای ساکنان به ارمان خواهد آورد. در هتل برج باران ۳ نزدیک به ۴۰ درصد از زیربنا به فضاهای خدماتی، مشاعات و کاربری های اشتراکی اختصاص یافته است؛ بیش

ارائه خدمات یک هتل پنج ستاره به ساکنان یک خانه، ایده ای بود که گروه مهندسی باران ۱۱ سال پیش با طرح آن، توجه زیادی را به خود جلب نمود. چنین سبک زندگی متمایزی برای نخستین بار در کشور مطرح می شد. هتل برج باران ۱، در سال ۱۳۹۰ در های خود را به روی ساکنان گشود و تاکنون نیز خدمات پس از فروش، گارانتی و خدمات هتلی در آن به بهترین وجه ممکن ارائه می شود. به فاصله کمی از این افتتاح، دومین هتل برج مسکونی هم پایه عرصه وجود گذاشت، برج باران ۲ حاصل ورزیدگی این گروه در بهره برداری و مجاورت شبانه روزی با خواسته های ساکنان بود. پس تاحد زیادی از نواقص و کمبودها کاسته شد و بیش از پیش، مفهوم زندگی پنج ستاره، تحقق یافت؛ به نیازهایی که بایستی برای یکایک آن چاره ای اندیشیده شود در این هتل برج و پروژه های بعدی با دقت و کیفیتی به مراتب بیشتر پاسخ داده شد.

اینگونه بود که طرف کمتر از سه سال از بهار سکونت در باران ۱، سومین هتل برج باران هم به دوستان این سبک زندگی معرفی شد و با اعتمادی که به این برند و عملکردش در مخاطبان به وجود آمده بود، ظرف مدتی کوتاه تعداد خانواده های بارانی بیشتر و بیشتر شد.

اکنون در حالی که سال ۱۳۹۷ می رویم که فرایند ها با سرعتی مضاعف در حال اجراست و پروژه ماه های پایانی خود را طی می کند، رفته رفته تیم متخصص و زبده بهره برداری (شرکت سایه، زیر مجموعه هولدینگ باران) در کنار عوامل فنی و اجرایی قرار خواهند گرفت تا عملیات تست و تحویل گیری ساز و تاسیسات صورت پذیرد و تجهیز و راه اندازی طبق برنامه به پیش رود.

همچنین در سال جدید به مرور از مالکان و سرمایه گذاران این برج دعوت خواهد شد تا در صورت تمایل در مراحل دکوراسیون و سفارشی سازی طراحی داخلی آپارتمان خود مشارکت نمایند و با اعمال سلیقه و نظرشان در انتخاب پوشش دیوارها، کابینت، اکسسوری، مبلمان، تجهیزات آشپزخانه و دیگر منصوبات، آماده تحویل گیری خانه ای شوند که قرار است مأمن آرامش و آسایش سال های طولانی از عمرشان باشد. آنچه هتل برج باران ۳ را از پیشینیان خود متمایز می کند و می تواند باز هم، وصف «اولین بودن» را معنا بخشد، معماری مفهومی (کانسپشوال) آن است که بر مبنای معماری پایدار و اصول ساختمان های سبز و دوستدار طبیعت بنا شده



درباره خدمات وامکانات هتل برج باران ۳

## آرامش جوانه خواهد زد

از پیاده روی صبحگاهی و نرمشی مختصر بر بلندای برج تا کسب آرامشی در استخر، تنها چند ثانیه زمان لازم است. کمی بعد صبحانه را با خانواده در رستوران میل می کنید و فرزندتان را به مربی مهدکودک برج می سپارید. پارک من خودروی شما را تمیز و مرتب مقابل درب لابی آورده و همین طور که در حال رزرو سالن بیلیارد برج و دعوت از دوستانتان هستید، گروهی دیگر در خانه داری و لاندری مشغول رفت و روپ خانه و شستشوی لباس هایتان هستند؛ این خانه، یک رویا نیست، این یک خانه رویایی است!



سالن صیافت - هتل برج باران ۳



و بل من در نظر گرفته شده است. همچنین در نزدیک ترین سطح به لابی، فضای اداری و خدماتی برج قرار گرفته که جایگاه دفاتر اداری و مالی، اتاق مانیترینگ و محل استقرار نگهبانان است.

مدیریت داخلی برج با احاطه بر این فضا، امور عمومی را نظم می بخشد. نشیمن های مختلف و سکوی پیانو، فضای ملاقات های کاری (بیزینس لانژ) و سویت های میهمان برای بخشی از امور روزانه ساکنان و میهمانان آن ها پیش بینی شده و باجه بانک، گیفت شاپ و دفتر آژانس خدمات مسافرتی نیز در همین بخش قرار دارند. لابی همچنین راهی است برای دسترسی به بخش دیگری از خدمات هتل برج

باران ۳ که در یک هتل به آن مدیریت تشریفات و مدیریت غذا و نوشیدنی می گویند. رستوران مجلل، کافی شاپ، کافه کتاب و سالن باشکوه ضیافت این خدمات را شکل می دهند و در پشت صحنه، سرآشپزها، آشپزخانه های فرنگی و ایرانی، کیتیرینگ، انبار و سردخانه های استاندارد قرار گرفته اند.

برج باران ۳ خانه ای است سرشار از سلامت، تفریح و سرگرمی. در طبقه های زیرین برج به جز پارکینگ ها و فضاهای تاسیساتی و خدماتی، امکاناتی چون سینمای سه بعدی، مجموعه آبی، کلوپ ورزشی و مرکز سرگرمی و تفریح پیش بینی شده است. مجموعه آبی شامل استخر، جکوزی،

در سال جدید به مرور از مالکان این برج دعوت خواهد شد تا در صورت تمایل در مراحل دکوراسیون و سفارشی سازی طراحی داخلی آپارتمان خود مشارکت نمایند

سونای بخار و خشک، اتاق های ماساژ و سالن ورزش (Gym) است. بیلبارد برای ورزش و تفریح بزرگسالان در نظر گرفته شده و در بخشی دیگر گیم نت، تنیس روی میز و فوتبال دستی، فضای لازم برای اوقات فراغت و سرگرمی نوجوانان را فراهم می نماید.

هتل برج باران ۳ مانند دیگر پروژه های این گروه دارای دو سالن مجزای زیبایی بانوان و آرایشگاه آقایان است و علاوه بر این، یک اتاق ویژه برای استقرار پزشک و انجام امور درمانی سرپایی ساکنان در نظر گرفته شده که تا حد مقدور ایشان را از رفت و آمد به بیرون از برج بی نیاز کند.

مهد کودک با طراحی خاص خود برای گروه های سنی مختلف خردسالان مناسب سازی شده است تا خانواده ها در مواقع لزوم، با خیالی آسوده فرزندان دلبند خود را به مربیان متعهد و کارآزموده بسپارند. همچنین خدماتی نظیر خشکشویی مرکزی (لاندری) و خانه داری که نظافت فضاهای خصوصی و عمومی برج را بر عهده دارند ساکنان را از بسیاری دغدغه های وقت گیر روزمره بی نیاز خواهد کرد و در نهایت ایمنی و امنیت کم نظیر هتل برج های باران در این مجموعه نیز با استفاده از تکنسین های ماهر تاسیسات، مانیترینگ شبانه روزی و نگهبانان ورزیده تأمین می شود.

وجود نزدیک به چهل گونه خدمات و امکانات در هتل برج باران ۳، طعم یک زندگی آرام و امن را برای ساکنان به ارمغان خواهد آورد



محوطه صبحانه خوری - هتل برج باران ۳



نگاهی به اقامت در هتل های خاص

# برترین های اسکی و اسپا

کسانی که ورزش اسکی را بطور جدی دنبال می کنند خوب می دانند که بعد از یک روز فعالیت سنگین در کوهستان و پیست های اسکی، یک اسپای گرم همراه با ماساژی حرفه ای است که می تواند نیرویی مجدد برای یک روز پرتحرک دیگر در فردا ایجاد کند. این بخشی از امکانات محبوب و پرتعداد هتل هایی است که میزبان ورزشکاران حرفه ای و طرفداران اسکی هستند.

# LUXURY LIFE STYLE



هتل کوئی نو فرانسه

هتل کوئی نو، فرانسه، منطقه ول تورنس

این هتل لوکس ۵ ستاره در بالاترین قسمت پیست اسکی «Val Thorens» قرار گرفته و راحت ترین دسترسی به یکی از بهترین مناطق اسکی در اروپا را دارد.

هتل «Koh-INor» به دلیل نمای بیرونی الماس شکل خود بسیار مشهور است. همچنین دارای یکی از مدرن ترین و راحت ترین هادرزمینه مبلمان و دکوراسیون است. ترکیبی از چوب، سنگ، چرم و خز طراحی داخلی آن را شکل می دهند. این هتل همچنین دارای برنامه های اختصاصی برای کودکان است که در کنار دو رستوران بزرگ یک محیط بسیار عالی برای تعطیلات زمستانی خانواده گی است. رستوران هتل توسط یکی از سرشناس ترین سرآشپزهای بین المللی به نام «اریک سامسون» اداره می شود و مهمانان هتل می توانند از بهترین غذاهای بین المللی در ۵ وعده پذیرایی هتل استفاده نمایند. همچنین اسپا در این هتل وسعتی بیش از ۸۰۰ مترمربع دارد و این یعنی بعید است میهمانان اسپا را از دست بدهند.

هتل کریستالو، ایتالیا، منطقه کورتینا آمیزو

این هتل در محدوده پیست اسکی طبیعی «Cortina d'Ampezzo» در ایتالیا واقع شده است. با معماری سبک «آرت نو» یک تعطیلات مدرن زمستانی را تجربه خواهید کرد. این هتل در فصل تابستان نیز طرفداران خود را دارد. اما در زمستان با دارا بودن پیست اسکی بسیار مجهز از مهمانان خود به شایستگی پذیرایی می نماید.

در فصل گرم سال نیز در حالی که گل های زیبا و رنگارنگ سرسردشت کورتینا آمیزو را پوشانده است و در آب و هوایی بسیار عالی، می توان از زیباترین مناظر طبیعی این بهشت روی زمین، بهره برد. در تابستان هم هتل «Cristallo»، تفریحاتی مانند دوچرخه سواری، کوهنوردی، تنیس، گلف و از همه مهم تر قایقرانی را برای میهمانشان دارد. اگر قرار باشد یک تعطیلات بسیار لوکس و مدرن را در ایتالیا تجربه کنید که در کنار آن به ورزش و طبیعت گردی هم بپردازید، انتخاب شما این هتل خواهد بود.



هتل کریستالو، ایتالیا



هتل فایرفلای سوئیس

سنتی طراحی و اجرا شده است. در این هتل بوتیک لوکس و کوچک، تعداد ۱۶ سوئیت دو تاده نفره وجود دارد که ایده طراحی آنها چهار عنصر طبیعی خاک، باد، آتش و آب است. تمامی طراحی ها و دکوراسیون داخلی هتل مطابق با همین مفهوم اولیه شکل گرفته است.

سوئیت ها نسخه لوکس یک کلبه چوبی هستند. دارای آشپزخانه، فضای نهارخوری و اتاق خواب هستند و بعضی از آن ها شومینه شیشه ای دارند. به تمام جزئیات یک تعطیلات مفرح فکر شده است، از قراردادن ماشین های اسپر سوز تا جدیدترین بازی های پلی استیشن! در طراحی این سوئیت ها، حمام ها بسیار قابل توجه بوده اند، به نحوی که هر حمام در هر سوئیت، یک مرکز اسپای مستقل است و این که برای اسکی دوستان یعنی یک مزیت فوق العاده.

سوئیت ها  
نسخه لوکس  
یک کلبه چوبی  
هستند. دارای  
آشپزخانه، فضای  
نهارخوری و  
اتاق خواب  
هستند و بعضی  
از آن ها شومینه  
شیشه ای دارند

و سرگرمی های زمستانی بسیار مهم است. در این یادداشت، برای کسانی که به دنبال بهترین ها هستند، سه انتخاب از ده هتل برتر اسکی و اسپای دنیا را معرفی می کنیم.

هتل فایرفلای، سوئیس، منطقه زرمات

نام بردن از هتلی در سوئیس که مختص ورزش اسکی باشد شاید برای کسی غیرمنتظره نباشد. یکی از بهترین مقاصد برای اسکی سواران ماهر به همراه بی نظیرترین پیست های اسکی که در بسیاری از ماه های سال قابل استفاده هستند سوئیس است. اما نکته قابل توجه در معرفی این هتل، ویژگی های طراحی و گنجایش ظرفیتی آن است که برای میهمانان موقعیتی VIP را رقم می زند. هتل «Firefly» در رشته کوه «Matterhorn» در منطقه زرمات سوئیس قرار دارد و به شکلی کاملاً

در سرتاسر جهان، هتل هایی که برای مقاصد خاص همچون اسکی، گلف و مانند این ها طراحی شده اند از دو جنبه ارزیابی قرار می گیرند. نخست، سطح کیفیت و استاندارد هایی است که می بایست برای آن رشته خاص رعایت شود تا آن محل به عنوان یک انتخاب حرفه ای مورد تایید باشد و دوم نوع ساخت، تجهیزات و در نهایت سبک و سیاق اجرایی آن محل است که از یک هتل مقرون به صرفه تا یک هتل لوکس و یا بسیار لوکس طبقه بندی می شود. اسکی در سرتاسر دنیا طرفداران بسیاری دارد و خیلی از آن ها حاضرند به مدت یک هفته تا یک ماه از زمستان را برای این علاقمندی خود صرف کنند و در مقصد سفرشان به ورزش و تفریح بپردازند. برای عده زیادی هم علاوه بر استانداردهای ورزشی، سطح کیفی خدمات هتل، غذاها، محل قرارگیری، دسترسی و همچنین ارائه امکانات سایر ورزش ها



ورزش، تفریح و سرگرمی، گمشده این روزهای زندگی

# خودمان را دوست بداریم

آیا شما خودتان را دوست دارید؟ در لایلهای دغدغه‌های کوچک و بزرگ زندگی روزمره، برای خودتان زمان کافی اختصاص می‌دهید؟ آیا فرصتی برای مراقبت از سلامت و یا وقتی برای تفریح با دوستان و خانواده در نظر می‌گیرید و آیا در دسترس نبودن امکانات ورزش و سرگرمی، تاثیری مثبت در سبک زندگی فعلی شما دارد؟ اگر پاسخ‌هایتان منفی است شاید باید خانه خود را عوض کنید تا زندگیتان تغییر کند!

دغدغه‌های یک ذهن پر مشغله

اگر شش‌شنبه روز کار کنم، باز هم وقت کم می‌آورم. زمانی که برای خودم اختصاص می‌دهم فقط وقت خوابیدن است، برنامه مشخصی در دورهمی‌های دوستانه و خانوادگی نداریم. شوخی می‌کنید، مگر وقتی هم برای سرگرمی باقی می‌ماند؟ شاید واقعا اگر در خانه برخی امکانات وجود داشت، در کمترین زمان هم می‌شد ورزش کرد؛ اما حالا که نیست! نمی‌دانم شاید واقعا باید سبک زندگی ما تغییر کند تا بیشتر به خودمان توجه کنیم.

این عبارت‌ها می‌توانند پاسخ سوالاتی باشند که ابتدای این یادداشت مطرح شد. منظور ما، جلب تمرکز و توجه شما روی یکی از حیاتی‌ترین نیازهای امروزین آدمی است که در زندگی‌های پر مشغله و ماشینی بسیاری از شهروندان، به فراموشی سپرده شده است: ورزش، سرگرمی و تفریح. اما

بالاخره هر کدام از ما جایی به این نقطه خواهیم رسید که باید خط پایانی بر این دورباطل بگذاریم و زمان و امکانات مناسبی برای خودمان فراهم کنیم. درست در همین نقطه به مشکلاتی برمی‌خوریم که ناشی از توجه نشدن به نیازهای ما در محل سکونت مان است. اگر امکانات لازم برای ورزش و سرگرمی در خانه ما وجود نداشته باشد یک مشکل است و اگر وجود داشته باشد، هزار و یک مشکل! چرا که در صورت عدم وجود امکانات تنها باید وقت و هزینه زیادی صرف نماییم تا هر یک از زمینه‌های مورد علاقه‌مان را در جایگاه خود دنبال کنیم. در یک باشگاه ورزشی ثبت نام کنیم؛ زمانی برای استخر و اسپا در نظر بگیریم، اگر کلویی از دوستان یا همکاران وجود دارد به عضویت آن درآییم و خلاصه ده‌ها برنامه منفرد و مجزا را در برنامه روزانه خود بگنجانیم.

اما چرا گفتیم در صورت وجود این امکانات در خانه، با هزار و یک مشکل روبرویم؟ این را فقط کسانی درک می‌کنند که در مجموعه‌های آپارتمانی یا خانه‌های ویلایی خود چنین تجربه‌ای داشته‌اند. آنجا که امکانات ورزشی و تفریحی از قبیل سالن ورزش، استخر، سونا و... وجود دارد اما اداره کردن و همواره آماده نگهداشتن آن، دغدغه‌ای بزرگتر برای ساکنان ایجاد می‌کند. از رفت و آمد اجتناب ناپذیر نیروهای خدماتی و فنی جوراجور تا هزینه‌های سرسام‌آور تعمیر و نگهداری، از عدم پرداخت شارژ توسط همسایگان تا نبود برنامه منصفانه‌ای برای استفاده؛ و ده‌ها مشکل دیگر، ناشی از نبود یک نظام بهره‌برداری منظم و دقیق و کاربلد است. به مرور امکانات چنین خانه‌هایی به زوایدی بی‌فایده و هزینه‌بر تبدیل می‌شوند و باز باید به همان مسیر اول رافت؛ انگار در خانه امکاناتی وجود ندارد!

جایی نه مثل هر کجا داستان زندگی در باران اما متفاوت است و مثل هیچ کجا نیست. هتل برج باران ۲ به عنوان نمونه‌ای عینی و کامل از امکاناتی که یک برج مسکونی در ایران می‌تواند داشته باشد اکنون به چهارمین سال بهره‌برداری خود نزدیک می‌شود. تن از ساکنان این مجموعه مسکونی داشتیم و همچنین توضیحاتی که مدیریت برج به ما ارائه داد، به این نتیجه رسیدیم که در شهر و کشور خودمان هم خانه‌هایی وجود دارند که تقریبا به تمامی نیازهای آشکار و پنهان ساکنان و در همه رده‌های سنی و با علاقمندی‌های متفاوت توجه کافی داشته‌اند. از آن مهم تر سازوکارهایی را مدیریت می‌نمایند که

خانه‌هایی وجود دارند که تقریبا به تمامی نیازهای آشکار و پنهان ساکنان و در همه رده‌های سنی و با علاقمندی‌های متفاوت توجه کافی داشته‌اند

این امکانات همواره در دسترس، منظم و بی‌عیب و نقص در اختیار ساکنان باشد. در هتل برج باران ۲ با بخشی از امکانات مواجه می‌شویم که برای سرگرمی، تفریح و سلامت ساکنان در نظر گرفته شده‌اند. البته در این گزارش گونه قصد نداریم به همه خدمات برج مانند رستوران، خانه‌داری، لاندردی، کارواش، آرایشگاه و... (که در این مجموعه وجود دارد) بپردازیم و تنها در زمینه ورزش و تفریح مروری گذرا خواهیم داشت.

پنج طبقه پایین تراز لابی خوش منظر برج، یعنی دست کم در عمق ۲۰ متری، به فضایی وسیع و دل‌باز برمی‌خوریم در دو سطح بصورت دایکس که با پلکان چوبی به هم متصل می‌شوند. بخش عمده‌ای از زیربنای طبقه ۵- به مجموعه آبی و تفریحی برج اختصاص یافته است. استخر، جکوزی، سونای بخار و سونای خشک در فضایی به مساحت حدود ۵۰۰ متر مربع طراحی شده‌اند و معماری زیبای آن در کنار نورپردازی مناسب و استفاده بجا از متریال چوب و سنگ در ورودی و رختکن، بافت صمیمی و فضایی گرم و آرامش بخش فراهم آورده است.

استخر همچون دیگر امکانات برج فقط مختص ساکنان است و بصورت روز در میان در اختیار بانوان و آقایان قرار می‌گیرد. پشتیبانی شبانه‌روزی تکنسین‌های فنی و تاسیسات، در کنار حضور کادر متخصص (ناجی غریق)، فضایی امن و آرام برای ساکنان ایجاد نموده است. اینطور که شنیدیم برنامه‌های والیبال، از دورهمی‌های پرطردار و البته سالم و پر تحرک آقایان در استخر برج است.

در طبقه فوقانی مجموعه آبی، سالن ماساژ بصورت دو اتاق مجزا با امکاناتی کامل تعبیه شده و در سوی دیگر سالن بدنسازی و ورزش‌های هوازی قرار گرفته است. سالن‌های اختصاصی ماساژ در هتل برج باران ۲ حرفه‌ای‌ترین خدمات ماساژ را در شاخه‌های دهگانه از قبیل ماساژهای سوئدی، آروماتراپی، سنگ داغ، شیر و عسل، شمع، کاپینگ، ورزشی، تایلندی و ماساژ لاغری ارائه می‌نمایند. سالن Gym با مدرن‌ترین دستگاه‌های دو ثابت و دو چرخ ثابت تجهیز شده و در مجاورت آن کافه‌تريا قرار دارد که مشرف به استخر است. در صورت تمایل، با انواع نوشیدنی و غذاهای موجود در کافی شاپ و رستوران برج در این محل از میهمانان پذیرایی خواهد شد.

اما از استخر که خارج شویم در همان طبقه، سالینی زیبا با معماری مدرن و متناسب قرار گرفته که در

مساحتی حدود ۱۰۰ متر با سه میز استاندارد بیلیارد و اسنوکر تجهیز شده است. نورپردازی اختصاصی و نشیمن‌های مبلمان شده در اطراف سالن، محیطی کلوپ مانند ایجاد کرده تا بتواند فضایی مطبوع برای سرگرمی و تفریح ساکنان در رده‌های سنی مختلف باشد.

اگر اهل ورزش‌های پرتحرک هم باشید سالن اسکواش و بولینگ در همین محل قرار دارد. لاین بولینگ مدرن و ممتازی که در برج باران ۲ نصب شده از بسیاری باشگاه‌های بولینگ سطح شهر بهتر و به‌روزتر به نظر می‌رسد. متصدی این دو بخش نیز یکی از کارکنان برج است که تحت نظارت مدیریت به خدمات‌دهی مشغول است.

پلکان چوبی مارپیچ را که به سمت بالا برویم در طبقه ۴- فضاهایی دیگر برای سرگرمی وجود دارد. سینمای سه بعدی با ۱۵ صندلی فوق‌العاده و سیستم صدای دیجیتال دالبی در خانه‌ای باشد، فضایی منحصر به فرد خواهد بود. سینمایی که به واسطه خصوصی بودن، برعکس سایر سینماها، می‌توان تمام طیفه‌گران را به دلخواه دعوت نمود تا از لذت تماشای فیلم در سالی لوکس، مدرن و در فضایی خانوادگی، دوستانه و خودمانی بهره مند شوند. در همین طبقه علاو بر کافه‌تريا، سالن زیبایی بانوان و آرایشگاه آقایان هم دیده می‌شود. اما آنچه به سرگرمی و سلامت بازمی‌گردد یکی اتاق پزشک و دیگری مهد کودک و فضای گیم‌نت است. وجود پزشک عمومی بصورت OnCall یا حضوری (در مکان پیش‌بینی شده) کمک می‌کند تا نیازهای روزمره پزشکی و پرستاری ساکنان برآورده شود.

مهد کودک با طراحی و دکوراسیون ویژه خود، محلی مناسب برای سرگرمی کودکان ساکن برج است. فضایی ویژه با امکانات کافی که کودکان می‌توانند تحت نظر مربیان متعهد اوقاتی که والدینشان در خانه نیستند را در آنجا بگذرانند. همچنین برای نوجوانان به جز فضاهای ورزشی و استخر، امکانات بازی و سرگرمی متعددی از قبیل گیم‌نت، فوتبال دستی و تنیس روی میز در نظر گرفته شده است.

در این خانه برای هر نیاز پاسخی درخور و استاندارد وجود دارد و از همه مهم‌تر یک تیم حرفه‌ای و متعهد در حان مدیریت و نظارت شش‌بانه روزی بر درست عمل کردن تمامی این امکانات هستند. به نظر می‌رسد چاره دغدغه‌های ریز و درشتی که داریم در چنین جایی نهفته باشد. جایی برای یک زندگی آرام، زمانی برای خود داشتن و به آنچه دوست داریم پرداختن.



سالن بیلارد- هتل برج باران ۲



درباره کفش های کریستین لوبوتن و منابع الهام او

# این یک لوبوتن است

اگر از صاحب نظران دنیای مد یا تحلیل گران عرصه طراحی بخواهید تنها یک نام را به عنوان لوکس ترین برند کفش زنانه نام ببرند، از هر ده نفرشان، نه نفر پاسخی یکسان به شما می دهند: کریستین لوبوتن! ببینیم نوجوان فرانسوی سرکشی که از مدرسه اخراج شد و در ۱۲ سالگی زندگی جدا از خانواده را تجربه کرد، چگونه به چنین جایگاهی رسیده است.



در دهه گذشته و برای سه سال متوالی برند «Christian Louboutin» موفق شد برترین رتبه را در فهرست (LBSI) از آن خود کند، شاخصی که هر ساله موفق ترین برند های لا کچری جهان بر این اساس رتبه بندی می شوند. پس از آن هم تا سال ۲۰۱۱ صاحب عنوان «کفش زنانه بسیار با پرستیژ» جهان بود، تا آنکه بیشترین تعداد جستجوی اینترنتی عبارت «برند کفش» نیز به آن تعلق گرفت. کسب و کار او با ۴۵ فروشگاه بین المللی در آخرین گزارش مالی منتشر شده، ۲۵۰ میلیون دلار درآمد سالانه را ثبت کرده است.

کفش های لوبوتن به پاشنه های بسیار بلند و کف سرخ رنگی که امضای او به شمار می رود معروفند

لباس بر تن یک زن می کنند و به عنوان بخشی از یک پوشش، زیبا به نظر می رسند و گروه دیگر کفش هایی هستند که لباس را از تن یک زن جدا می کنند؛ به عبارتی کفش هایی که کمک می کنند زیبایی به درستی دیده شود، بدون آنکه توجه ها به جزئیات پوشش متمرکز شود. کفش های لوبوتن به پاشنه های بسیار بلند و کف سرخ رنگی که امضای او به شمار می رود معروفند. کفش هایی که تاکنون سلبریتی های زیادی در بزرگترین رویداد های مد و فشن دنیا یکی از آن ها را به پا کرده اند و پرداخت شش هزار پوند برای خرید یک جفت از آن دیگر کسی را متعجب نمی کند. به باور برخی از چهره های معروف، کفش های او برای پوشیدن ساخته نشده اند، بلکه برای جمع کردن در یک

کالکسیون هستند. بهترین نمونه از این نوع نگاه را «دانیل استیل» رمان نویس مشهور آمریکایی دارد که تاکنون ۶۰۰۰ جفت از کفش های او را خریداری کرده است.

چشمه های الهام پاشنه های دوازده سانتی متری لوبوتن از عشق او به سالن های تئاتر و نمایش های پر زرق و برق سرچشمه می گیرد، زمانی که پسرک نوجوانی بود و دزدکی به پشت صحنه تئاتر های پاریس می رفت. او در مصاحبه ای که چندی پیش با شبکه جهانی بی بی سی داشت گفت: «از همه چیز الهام می گیرم، یکی از اولین منابع من برای الهام، زن ها هستند. من به زن ها فکر می کنم، حتی به گفتگو هایشان، به اینکه چطور راه



می روند و می رقصند، شخصیت زن فیلم ها هم برای من الهام بخشند.»

او عاشق مسافرت است و به هر کجای می رود تلاش می کند تا یک مهارت خاص را فرا گیرد، مثل چکش کاری روی فلز یا انقلاب دوزی. همچنین یکی از مهم ترین سرچشمه های خلاقیّت او حرفه پدرش به عنوان یک نجار بوده است. او یاد گرفت که حواسش به جزئیات باشد و برای هنرهای دستی ارزش قائل شود، با این همه کار او با یک طراحی ساده روی کاغذ آغاز می شود.

لوبوتن در همان مصاحبه می گوید: «من همیشه عاشق طراحی بوده ام، ولی اشکال کار این است که فقط بلدم

کفش بکشم!» او ابتدا آنچه را در نظر دارد طراحی می کند و با خطوطی سریع ایده هایش را روی کاغذ می آورد. بعد نمونه ای اولیه آن را می سازد که یک قطعه صاف است و باید روی پا قرار بگیرد تا شکل و فرم مخصوص به آن را به خود بگیرد و در نهایت مرحله گذاشتن پاشنه و کفی کفش است.

ایده کفی سرخ

کفی قرمز رنگ کفش های لوبوتن امضای کارهای او به حساب می آید. تا جایی که چندی پیش بخاطر تقلید از این ایده او پرونده های شکایت حقوقی در دادگاه بر

بود و داشت لاک می زد، لاک او را گرفتیم و به کف کفش زدیم و بعد دیدیم دقیقاً همان چیزی شد که در طراحی بود.»

جادو در سایه

لوبوتن می گوید: «بعضی کفش ها خودشان را بیان می کنند و گویا هستند و شما اگر مانند من به جزئیات توجه داشته باشید، به شدت لذت می برید. کفش باید در خدمت زن ها باشد، پس لحظاتی وجود دارد که کفش ها نباید دیده شوند. باید گاهی ناپدید شوند، کفش ها باید مثل یک جادو باشند. اگر به زن ها نگاه می کنید، نباید کفش ها به چشمتان بیایند بلکه باید تمام توجه به خود او جلب شود و در نهایت اگر به دنبال جزئیات هستید، آن وقت کفش باید «خوب» به نظر بیاید.

کفش ها باید در سایه قرار گیرند، این چیزی است که من از هنرپیشه ها یاد گرفته ام. شما بازیگرها را می بینید با لباس های پر زرق و برق، اما جزئیات را نمی بینید، اما اگر چشمتان به جزئیات هم بیفتد تمام و کمال است و ما به خاطر کل داستان است که این نمایش را دنبال می کنیم.»

پاشنه بلند، پاشنه بلند است

«من فکر می کنم کفش های پاشنه بلند به خانم ها قدرت داده است، آن ها بطور طبیعی کوتاه قدر از آقایان هستند و این یعنی کفش پاشنه بلند ربطی به مد ندارد. خیلی از خانم ها دوست دارند چشم در چشم آدم های دیگر بایستند.»

کریستین لوبوتن در رواج دادن کفش های پاشنه بلند و به خاطر بی توجهی اش به راحتی پاها تا حدودی مورد نکوهش قرار گرفته است و اینگونه به انتقادها پاسخ می دهد:

«دلم نمی خواهد زنی به این کفش ها نگاه کند و بگوید وای خدای من، چه کفش های راحتی! این کفش ها برای راحتی نیستند، کاملاً می فهمم که بعضی کفش ها باید راحت باشند، اما کفش های من قرار است طراحی شده، هوس انگیز و بازیگوشانه به نظر برسند. کفش پاشنه بلند، کفش پاشنه بلند است. مردم این را می بینند و برای کارهای مختلف کفش های مختلفی را انتخاب می کنند. هر چند من با راحتی هیچ مشکلی ندارم اما دوست ندارم حسن راحتی را القاء کنم.»





مروروی گذر ابر طراحی فضاهای خدماتی هتل برج باران ۴

# سرزمین آرام بارانی

تبدیل نیازهای ساکنان یک خانه به ایده و ترجمه کردن آنچه باید در محیط سکونت فراهم باشد به زبان طرح و نقشه چیزی است که در مخیله یک معمار شکل می گیرد، اما آیا این کافی است؟ به نظر می رسد تجربه کاربری و مدیریت بهره برداری نیز باید به این ایده های معمارانه اضافه شود تا نتیجه اش یک طراحی بی عیب و نقص باشد. چند درصد از ما در چنینی خانه ای زندگی می کنیم؟

در دو فصلنامه گذشته بخشی از ویژگی های طراحی معماری هتل برج باران ۴ و تمایزهایی که به آسایش بیشتر ساکنان آن پیوند خواهد خورد را برای شما مخاطبان گرانمایه توصیف نمودیم. اکنون می خواهیم در ادامه این روند، به طراحی و جانمایی گروهی دیگر از خدمات و امکاناتی که در این هتل برج تعبیه شده است نگاهی گذرا بیندازیم. بخش عمده ای از امکانات رفاهی و مشاعات هتل برج باران ۴ در لابی، نیم طبقه روی لابی و شش طبقه زیرین آن تعریف شده است. فضاهایی چون سینما، بیلارد، سالن های زیبایی بانوان و آقایان، فضای بازی و سرگرمی نوجوانان، مهد کودک، لاندری، سوپرمارکت و فضاهای مورد نیاز تاسیسات و پرسنل خدماتی در دو طبقه زیرین برج جانمایی شده اند.

اما برخلاف سایر پروژه های گروه مهندسی باران، در این هتل برج پارکینگ ها از طبقه ۴ تا ۲ قرار گرفته اند. بر اساس برنامه ریزی انجام شده برای هر یک از واحدهای مسکونی، بین ۲ تا ۴ پارکینگ اختصاصی در نظر گرفته شده است. بدین ترتیب یکی از مشکلات لاینحل در سایر مجموعه های مسکونی که باعث اختلاف نظر و اصطکاک بین همسایگان می شود، در این برج بطور کلی رفع شده است. بارعایت استانداردهای سازمان ترافیک درباره عرض رمپ، در صد شیب و عرض مسیرهای عبوری، دسترسی آسان به محل های پارک بدون مزاحمت برای ساکنان فراهم خواهد آمد. استفاده از رنگ های مخصوص ترافیکی برای مشخص شدن مسیرها و همچنین وجود تعداد قابل توجهی

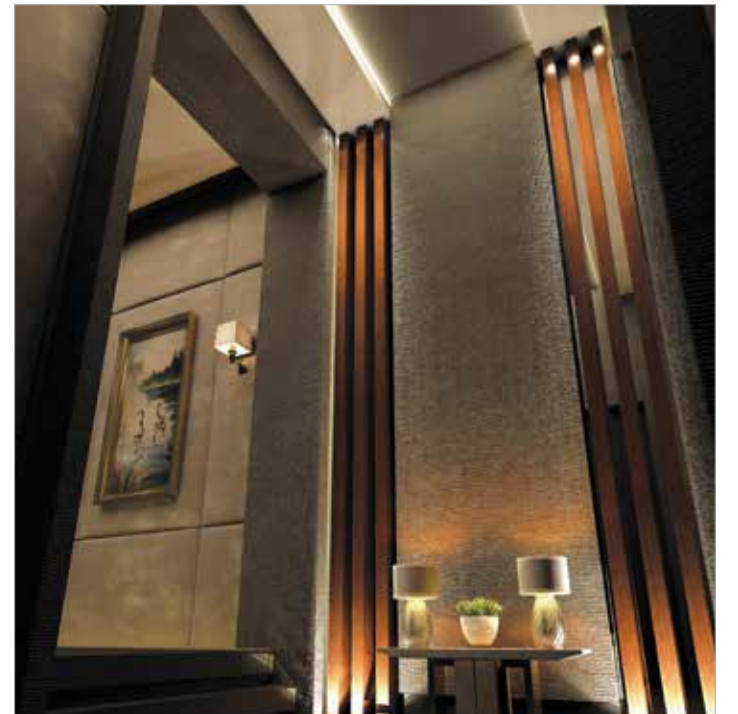
برای واحدهای مسکونی برج باران ۴ تا چهار باب پارکینگ اختصاصی در نظر گرفته شده است

پارکینگ ویژه دو چرخه، پاسخ به دیگر نیازهایی است که در این بنا به آن توجه کافی شده است. همچنین برای سهولت تردد ساکنان، ارائه خدمات ورود و خروج به پارکینگ توسط پارک من در ابتدای محل ورودی پیش بینی شده و دسترسی مناسب به آسانسورها و پلکان برج نیز تعبیه شده است. در این سه طبقه همچنین انباری های واحدهای مسکونی با متراژهای مناسب قرار گرفته اند و در بخشی نیز انبار دیوی زیاله، اتاق های تاسیسات و چند فضای خدماتی دیگر وجود دارد. کارواش تمام اتوماتیک در طبقه ۴ همچون دیگر هتل برج های باران از خدمات اصلی و مورد توجه ساکنان است و کمک خواهد کرد تا خودروهایشان در کمترین زمان و با بهترین کیفیت بطور متناوب نظافت شده و همواره آماده به کار باشد.

بر این اساس و با توجه به موقعیت ویژه پروژه، از جمله ابعاد مناسب زمین و موقعیت آن، این فرضیه تکراری که استخر باید در پایین ترین طبقات باشد، مورد مناقشه قرار گرفت و مجموعه استخر و اسپا در طبقه زیرین لابی (طبقه ۱) طراحی شد. همچنین با تعبیه گودال باغچه در مجاورت اضلاع آن، امکان دریافت نور طبیعی برای استخر و سایر فضاهای مرتبط به وجود خواهد آمد.

در این مجموعه یک استخر با طول بیش از ۲۰ متر و عرض ۸ متر برای استفاده اختصاصی ساکنان در نظر گرفته شده است و برای ورزش، سلامت و تفریح ساکنان فضاهای وابسته به استخر نیز در بهترین شکل ممکن طراحی شده اند. سوناها، خشک و بخار، جکوزی، حوضچه آب سرد، استخر بازی کودکان، اتاق غریق نجات، پذیرش ورودی و رختکن از جمله این فضاهای جانبی هستند. نورگیری و منظره زیبا با داشتن پنجره های بلند رو به فضای سبز و آب نما، طراحی داخلی لوکس با ترکیب سنگ و سرامیک در کنار فضاهای سبز، نورپردازی خاص در داخل آب، سقف کهکشانی و نورپردازی های موضعی باعث خلق فضایی دلنشین برای ساکنان هتل برج باران ۴ خواهد شد. اسپا در محیطی آرام و به دور از فضاهای پرسرو صدا قرار دارد. اتاق های خصوصی ماساژ با امکانات و تجهیزات مخصوص دارای وان هایی است که ویژه مواد آروماتیک و شفا بخشند، این فضا نیز همچون استخر با نورگیری و منظره زیبای فضای سبز همراه شده است. آب نمای ریزشی از همکف به این طبقه باعث کنترل دید از محوطه بیرون به داخل فضای می شود و همواره طنینی از صدای پای آب، آرامشی مضاعف را برای میهمانان دائمی برج فراهم خواهد آورد.

نماهای سه بعدی از امکانات رفاهی  
و خدمات هتل برج باران ۴



حالا وقت آن است که بار دیگر به فضاهای مجلل هتلی در برج باران ۴ بازگردیم. در طبقه ۱ با رستورانی مواجهیم که مشتمل بر یک سالن اختصاصی باشکوه است و در آن با یکارگیری رنگ های مشکی و طلایی در کنار بدنه هایی از آینه و استیل، فضایی لوکس و دلنشین خلق شده است؛ همراه با دسترسی مستقل کارکنان و پرسنل و ارتباط مستقیم با سالن ضیافت از طریق آسانسور اختصاصی در چیدمان مبلمان و نورپردازی رستوران بر ایجاد فضاهای مستقل تاکید شده است. نورگیری خوب و منظره های عالی از فضای سبز ضلع جنوبی، چشم اندازی زیبا ایجاد می نماید. در مجاورت باغچه و در ضلع جنوبی در فصول مناسب، رستوران رویاز قابل تعریف است، جایی که با یک آبنمای ریزشی، فضای سبز و نشیمن های خصوصی اش، بدون شک تبدیل به یکی از محبوب ترین فضاهای برج خواهد شد.

همچنین در بخشی مجزا از طبقه ۱ برج، فضاهای تاسیساتی مورد نیاز مانند اتاق برق و دیزل قرار گرفته تا در حد امکان نزدیک ترین دسترسی را به ورودی داشته باشد و همچنین کارکرد آن مزاحمتی برای کاربری های مسکونی ایجاد نکند. علاوه بر این هادر همین طبقه مکانی مناسب برای استقرار دفتر تاکسی سرویس اختصاصی برج و محل استراحت رانندگان در نظر گرفته شده است. اگر به خاطر داشته باشید در فصول گذشته درباره تغییر برخی رویکردها در طراحی پلان و جانمایی امکانات برج باران ۴ با شما سخن گفتیم. از جمله می دانیم به اقتضا، شرایط، مجموعه آبی در چنین برج هایی به سطح ارتفاعی پایین رانده شده و آن حس و حال خوشایند مورد انتظار را برآورده نمی کند. پیش بینی استخر در پایین ترین طبقات به تعبیری حس خفگی را در ذهن تقویت کند. این در حالی است که مجموعه آبی، اسپا و فضاهای ورزشی بطور طبیعی باید حال و هوایی شاداب و سرشار از حیات داشته باشند.

baran tower No. 4

a five star lifestyle



*روایتی از یک‌ونیم قرن پادشاهی اودمار پیگه در صنعت ساعت سوییس*

# بلوط‌های طلایی دره ژو

اگر هم‌اکنون در اینترنت جستجو کنید موسسه‌ای با نام «Luxus Ritter» در کارلسروهه آلمان را خواهید دید که یک ساعت «AP Royal Oak» را با قیمت بیش از یک میلیون و ۷۰۰ هزار دلار به فروش گذاشته است، بیایید این بار به جای آنکه از خود بپرسیم چه کسی می‌تواند چنین ساعتی را بخرد، سراغ برندی برویم که چنین محصولی خلق کرده است.

از جنگل‌های سوییس

درهٔ‌زیبای ژو «Vallée de Joux» در کنار رشته کوه جوراو جنگل‌های بلوط با درختان سر به فلک کشیده اش خاستگاه مردمی است که قرن هاست روزگار خود را علاوه بر کشاورزی و دامداری به ساخت و تولید محصولات دست‌سازمی گذرانند. سرزمین هیجان انگیز، زیبا و بکری در شمال ژنو که با منابع طبیعی، جنگل ها، آب، یخ و سنگ، ابزاری برای تماشا و تکامل به ساکنان خود هدیه نموده است. این طبیعت زیبا، الهام بخش ساعت سازانی است که با نگاه به ساز و کار طبیعت، آسمان پرستاره و ماهیت زمان، توانسته اند ساعت‌هایی به طرافت و در تناسب با طبیعت بسازند.

صنعت ساعت‌سازی، سوئیس در قرن ۱۷ از لحاظ تاریخی شاهد رشد و پیشرفت در جوار همین منطقه بود. کشاورزان در خانه‌های خود با سنگ‌های قیمتی و فلزات گران بها قطعاتی تماشایی و با کیفیت می ساختند که شب های بلند زمستان و روزهای تابستان را با آن اندازه می گرفتند. رفته رفته این ساعت های دست ساز برای فروش به شهرهای بزرگ راه یافتند و پایه‌های کارگاه‌های کوچک و بزرگ هنری و ساعت‌سازی اینگونه گذاشته شد.

سال ۱۸۷۵ زمانی که «جولز لوئیس آودمار» کسب و کار کوچک و محلی خود را رونق داده بود با یک ساعت ساز از شهر همسایه شریک شد. این شخص کسی نبود جز «ادوارد اگوست پیگه» که به دنبال گسترش کار خود در صنعت ساعت سازی بود. پیگه تخصص و پیچیدگی کار آودمار را دیده بود و می دانست که جای مناسبی برای سرمایه گذاری پیدا کرده است. پس قرارداد شراکت بسته شد و هر کدام در زمینه تخصص خود شروع به کار کردند. اودمار مسئول تولید و جنبه‌های فنی بود و پیگه تمرکزش را بر فروش و مدیریت کسب و کار گذاشت. اینگونه بود که برند صاحب نام «اودمار پیگه» شکل گرفت که هنوز بعد از ۱۴۳ سال در صدر انتخاب ثروتمندان و صاحب منصبان بزرگ دنیاست.

برگ‌های زرین افتخار

ساعت های اودمار پیگه مظهر الهام بخشی بسیاری از ساعت هایی است که تاکنون حتی در برندهای دیگر تولد یافته‌اند.

حس ریزبینی و دقت روی جزئیاتی که با عنوان مهارت‌های فنی با برتری توانسته در ساز و کار

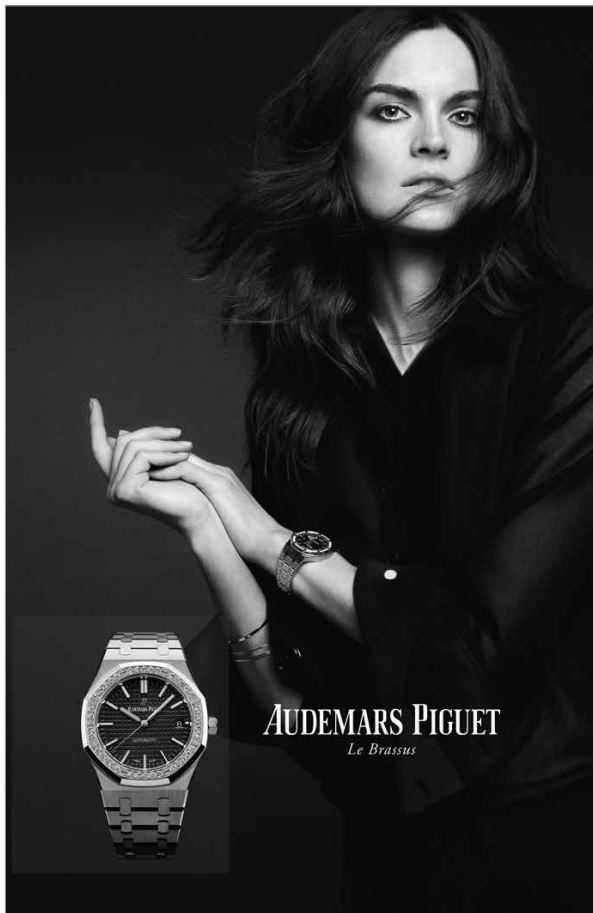
دقیق ساعت‌ها بنشیند، هنوز هم یکی از جنبه‌های برتری این برند است. تکنسین هایی که با مهارت تمام، محدودیت هارا به زانو درمی آورند تا زندگی یک اثر هنری در کالبد این ساعت‌ها با اولین ضربه شروع به کار کند.

از بدو پایه گذاری تا به امروز، نسل به نسل ساعت سازان در کارگاه‌های اودمار پیگه روزها را سپری کرده‌اند و هنر را با فناوری ترکیب کرده‌اند تا این علم منحصر به فرد و شگردهای سنتی به امروز برسد و همچنان تابناک باقی بماند.

اودمار و پیگه اولین صفحات تاریخ غنی تولید این برند را نوشته‌اند اما افتخار اعضای این شبکه صنایع به مکانیزم بر جسته آن است که با دقت تمام و قوانین سختگیرانه توانسته تا به امروز دوام داشته باشد. جالب است بدانید که در اواخر قرن ۱۸ بین سال های ۱۸۸۲ تا ۱۸۹۲ از ۱۵۰۰ ساعت ساخته شده در سوئیس ۸۰ درصد آن را کارگاه اودمار پیگه ساخته که بیش از نیمی از آن نیز جزو ساعت های پیچیده و یا پرکار بوده است. شاهکارهایی که با دست ساخته می شوند تا در نهایت وقتی روی مچ قرار گیرند نشان دهند صاحبش از چه شأن و منزلتی برخوردار است.



# audemars piguet the future of first



رویال اوک، بلوط سلطنتی

مفهوم و نماد بلوط (Oak) از همان ابتدا همواره با اودمار پیگه همراه بوده است. برای اولین بار در ۱۹۷۲ طرح ارشد این برند «جرالد گنتا» در نمایشگاه بازل از طراحی رونمایی کرد که همگان را متحیر ساخت. طراحی اسپرت این مدل با الهام از ورزش شنا و غواصی با یک صفحه سخت تعبیه شده روی آن بود. ساعتی ساخته شده از فولاد ضد زنگ ولی در عین حال سبک که جزو اولین ساعت های ورزشی لوکس دنیا محسوب می شد. علامت روی صفحه بلوط طلایی رنگی بود که از آن هنگام نماد این مدل ساعت ها شد. ۲۰ سال بعد نیز این برند از مدلی ۴۲ میلی متری با نام «Royal Oak Offshore» رونمایی کرد که از نسخه اصلی و ابتدایی آن بزرگتر، مستحکم تر و اصیل تر بود.

به استقبال هزاره

در سال ۱۹۹۵ مقارن با سال های پایانی هزاره دوم مجموعه ای با نام «Millenary» با ایده ای منحصر به فرد به نمایش درآمد که بیننده حرکت سسه بعدی را در یک بعد به تماشا می نشست. این مجموعه با کریستال های یاقوت کبود تزئین و در جعبه های بیضی شکل طلایی ارائه شده بود. مجموعه های دیگری این برند نیز هر کدام بنا بر نام و کاربردی که دارند تقسیم بندی شده و در بوتیک ها

و نمایشگاه های مختلف ارائه می شوند. به عنوان نمونه ساعتی با مفهوم باریک ترین ساعت ممکن در نمایشگاه بازل ارائه شد که در نهایت توسط این برند اجرایی شد تا همه را شگفت زده کند اما با این حال ساعت مورد اشاره به تولید دوباره نرسید. اودمار پیگه با استفاده از فناوری ویژه خود توانست از ساعتی رونمایی کند که با ساختار تازه ای که دارد مانع انتشار هر نوع صدای مزاحم شده و افزایش سرعت موتور مرکزی ساعت هم بی صدا شده است. در این مفهوم از شگرد ساخت زه ویولون و تار استفاده شده تا هر گونه لرزشی به صدایی خوشایند تبدیل شود و در نهایت ارتعاشات را به طور مستقیم به نت های موسیقایی تبدیل کند.

استفاده از خطوط مزین به ملیله کاری و طلا در ساخت این مجموعه که با نام «Concept Superconnerie» شناخته می شود متناسب و چشم نواز است. ساده و بی آلایش خود را عرضه می کند تا کارایی اش گواه کیفیت و فاخر بودنش باشند. بیش از ۱۴۰ سال، اودمار پیگه به محدودیت های فنی و زیبایی شناختی نه گفت، تا توانست رکورد جهانی معرفی ثروت و عظمت در یک محصول را به خود اختصاص دهد. برندی که هنوز حرف های زیادی برای گفتن و کارهای بسیاری برای انجام دادن دارد و به قول معروف نشان داده که هنوز دود از کنده بلند می شود.



Royal Oak Offshore Diver colorfull - 2017 Collection

بیش از ۱۴۰ سال، اودمار پیگه به محدودیت های فنی و زیبایی شناختی نه گفت، تا توانست رکورد جهانی معرفی ثروت و عظمت در یک محصول را به خود اختصاص دهد

با مسائل پیچیده تری روبرو بود، اودمار پیگه ساعت جهانی، کرونگراف ثانیه سنج، کسرتانیه سنج، زنگ هشدار و تقویم را به ساعت هایش اضافه نمود و در ۱۹۲۱ کوچکترین ساعت زنگ دار جهان در آن زمان با کالبر ۱۵۸ را عرضه کرد.

اودمار پیگه همچنین در سال ۱۹۵۵ برای اولین بار در یک ساعت مچی توانست فناوری های سال شماری، تقویم همیشگی، ماه شمار و گام های ماه (Moon Phases) را بگنجانند. سه دهه بعد نیز اولین ساعت مچی اتوماتیک با دقیق ترین و کوچک ترین توربیولون را ارائه داد که ساز و کاری برای جلوگیری از انحراف دقت ساعت، بر اثر نیروی جاذبه است.

در نهایت سال ۲۰۱۵ جدیدترین نوآوری اودمار پیگه در ساعت مفهومی «Royal Oak Concept» متجلی شد.

گفت میانگین بهای این ساعت ها در حال حاضر بیشتر بین ۵۰ هزار تا ۱۰۰ هزار دلار است و بدین ترتیب هیچ گاه این برند رانمی توان به جز در طبقه لاکچری دسته بندی کرد.

اودمار پیگه هنوز با تولید مجموعه های کوچک متصل به هم بیشترین توجه و احترام را در میان برندهای تاریخی دارد و توانسته احترام به سنت های ساعت سازی را همچنان پا بر جانه دارد، با این حال همواره نقش بی بدیلی در نوآوری و رشد فناوری های نوین در این عرصه داشته است. از جمله همانطور که در مقدمه گفته شد در ۱۸۹۲ شگرد دقیقه شماری آهنگین در ساعت های مچی را به برادران لوئیسیس برانت فروخت، آن ها چندی بعد برند اماگارا پایه گذاری کردند.

درست هفت سال بعد در ۱۸۹۹ که صنعت ساعت

میانگین بهای این ساعت ها در حال حاضر بیشتر بین ۵۰ هزار تا ۱۰۰ هزار دلار است و بدین ترتیب هیچ گاه این برند رانمی توان به جز در طبقه لاکچری دسته بندی کرد

دهه ۵۰ طراحان و تولید کنندگان به طور جدی وارد سرمایه گذاری برای مدل و تبلیغات شدند. تا قبل از آن تبلیغات شخصی و محدود، بیشترین توجه و احترام را برای برندهای ساعت سازی قدیمی و صاحب نامی چون اودمار پیگه به همراه داشت. اما دنیای جدید به برندهای جدید و ذهنیت های مدرن و جذاب و پیشرو نیاز داشت تا همگام با جهان مدرن حرکت کند. اینگونه بود که فصلی از تاریخ ساعت سازی شخصی کمرنگ تر شد و برندهای دیگر با تبلیغات رنگارنگ پا به میدان گذاشتند و حسن شهرت، کیفیت و دست ساز بودن، فدای کمیت و قیمت شد. اما همچنان هستند کسانی که به نام و سابقه اهمیت می دهند، هر چند اودمار پیگه نیز در فصول مختلف به تولید ساعت هایی با قیمت مناسب تری نیز دست زده است اما باید

شاید بد نباشد بدانید قدیمی ترین ساختمان کارگاه اودمار پیگه در دره ای آبگیر ساخته شده بود به طوری که آب از دره های اطراف به آن سرازیر شود و اینگونه بود که این ساختمان برای خودش مرکزی شد تا افراد بیشتری به این مکان برای زندگی و کار مهاجرت کنند. کارگاه ها به آرامی رشد کردند و تا ۵۰ سالگی بیش از ۵۰ کارگر ماهر در این کارگاه ها به ساخت ساعت و زیورآلات مربوط به آن مشغول بودند. در دهه ۱۹۷۰ نیز بیش از یکصد کارمند و تا ابتدای قرن بیست و ۲۰ نفر برای این شرکت کاری کردند

گامی در دنیای جدید

تا قبل از دهه ۱۹۵۰ هنوز مفهومی به نام مدل در میان برندها رایج نبود. اما بعد از سال های ابتدایی

عینود

مشهد بلوار خیام هتل هما ۲ ۳۷۶۷۶۶۶۹  
مشهد خیابان احمدآباد هتل هما ۱ ۳۸۴۶۵۶۵۵  
بلوار هفت تیر مرکز خرید آرمیتاز گلشن ۳۸۳۳۵۰۲۵  
مشهد بلوار سجاد بین سجاد ۲ و ۴ ۳۷۶۸۷۰۸۰  
مشهد بلوار هاشمیه هاشمیه ۲۵ ۳۸۸۳۴۴۰۰  
مشهد بلوار ملک آباد بین گویا و مرجان ۳۶۰۶۰۶۶۶  
مشهد بلوار پیروزی بین پیروزی ۷ و ۹ ۳۸۷۹۰۱۱۱  
مشهد میدان امام رضا ابتدای خیابان چمران ۳۸۵۴۲۸۸۶

instagram.com/nooroptic

خدمات مشتریان ۰۵۱-۳۸۷۶۴۰۴۰

NOOR  
OPTIC

THE MOST UNIQUE  
EYEWEARS &  
SUNGLASSES





نگاهی به سامانه های هوشمند در هتل برج مسکونی باران ۳

## باغباندمرتبه هوشمند

این تصور که در خانه ای زندگی کنیم همسان باغی سرسبز و باطراوت، مدت هاست که در جدال سخت آهن و بتن در شهرهای مدرن به فراموشی سپرده شده است. چه بسا رشد فناوری های نوین هم انتظار ما را از محیط سکونت مان آنقدر بالا برده که نتوانیم نیازهای فراوان یک زندگی به روز را در فضایی چون باغ ویلا برآورده کنیم، اما خبر خوب اینکه در شهرمان، خانه هایی در حال ساخته شدن است که هم صفای یک باغ ایرانی را دارد و هم خانه ای است مدرن و هوشمند!

همگام با هزاره جدید

تلویزیون پروتکل اینترنتی یا «IPTV» سامانه ای است که در آن دستگاه های تلویزیون هوشمند، اطلاعات و برنامه های متعددی را بر بستر پروتکل های اینترنتی دریافت و ارسال می کنند. دریافت اطلاعات از طریق پروتکل اینترنتی به معنی لزوم اتصال تلویزیون به شبکه اینترنت یا دخالت مستقیم اینترنت در پخش تلویزیونی نیست.

پروتکل های اینترنتی در این روش جدید، مانند زبانی نو عمل می کنند که اطلاعات ارسال شده را برای سیستم پخش خانگی ترجمه می کنند. این اطلاعات می تواند در دسترس کسانی قرار گیرد که مجهز به سیستم های تلویزیون هوشمند و جعبه نصب تنظیمات باشند و این سامانه بطور معمول همراه با دسترسی به شبکه اینترنت و VoIP یا تماس اینترنتی ارائه می شود که به «پخش سه گانه» مشهور شده است.

با ما به برج باران ۳ بیایید

همه می دانیم که برای دست یافتن به آسایش و آرامش در محیط سکونت، زیر ساخت های فنی و تاسیساتی ساختمان تا چه اندازه تعیین کننده و مهم هستند؛ تا آنجا که علاوه بر خدمات رفاهی، زندگی راحت در آپارتمانی لوکس در گرو بهره گیری مناسب از تاسیسات و زیر ساخت های نوین ارتباطی و هوشمند سازی است. در شمار پیشین و در این سلسله یادداشت ها توضیحاتی درباره تاسیسات مکانیکی و الکتریکی هتل برج باران ۳ بیان شد و در این فصل، از سامانه مدیریت هوشمند ساختمان و تاسیسات، تلویزیون پروتکل اینترنتی و زیر ساخت های ارتباطی این هتل برج سبز پنج ستاره با شما سخن خواهیم گفت. فراموش نکنیم که هتل برج های باران، وعده زندگی پنج ستاره را برای ساکنان خود تحقق بخشیده اند و بی شک جدیدترین پروژه ها باید به بهترین امکانات نیز مجهز باشند تا رویای اقامت شبانه روزی در یک هتل به واقعیت تبدیل شود.



نمای سدهندی سالن سبکخانه هتل برج باران ۳

سرویس IPTV بسته کاملی است که برای مشتریان خود امکان تماشای تلویزیون، اتصال به اینترنت و تماس تلفنی رافراهم می کند و در صورت توسعه آن بسیاری از خدمات ارائه شده در هتل برج ها نیز بر این بستر قابل مدیریت و رهگیری است.

در هتل برج باران ۳ زیر ساخت های سیستم IPTV پیش بینی شده است. در این سرویس امکان پخش شبکه های تلویزیونی دیجیتال داخل و خارج از کشور که امروزه عموما از طریق کابل یا ماهواره به مشترکان می رسد وجود دارد. در این سیستم تعیین کانال های تلویزیونی ضبط و پخش مجدد برنامه های شبکه ها امکان پذیر است.

در بخشی از این سامانه با نام «VOD» که در واقع یک سیستم برای استفاده شخصی مشترکان است، کاربر قادر به انتخاب فیلم مورد علاقه خود از میان انبوهی فیلم های آرشیو موجود در شبکه می باشد. همچنین در بخش «MOD» امکان انتخاب و پخش موزیک مورد علاقه کاربر وجود دارد. امکان پیاده سازی کانال های داخلی تلویزیون، با کارکرد هایی مانند سرگرمی یا تبلیغات در این سامانه پیش بینی شده و همچنین بازی های رایانه ای و استفاده از گیم سنتر در دسترس ساکنان است.

VoIP استفاده نمایید تا مشکلات و هزینه های برقراری ارتباطات تلفنی با توجه به مسافت های کاربران حتی در ابعاد بین المللی به شکلی چشمگیر کاهش یابد.

این فناوری به شما اجازه می دهد دستگاه تلفن و رایانه شخصی تان را با هم ادغام کنید. همان طور که می دانید امروزه استفاده از نرم افزارهای تلفنی در سازمان ها و حتی سیستم های خانگی به صورت روزافزون در حال گسترش است. استفاده از این نرم افزارها جایگزینی برای IP-Phone به شمار می رود که تنها نیاز به Handset دارد.

مزایا و امکانات این سامانه بصورت فهرست وار عبارتند از:

- تماس کاربران به خارج از ساختمان به صورت رایگان به هر نقطه از دنیا
- مدیریت متمرکز و آسان، امکان تنظیم و تغییر داده، کاربر و یا گزارش گیری
- ترکیب کارکردهای صدا و دیتا
- امکان ترکیب کردن محصولات تولید کنندگان مختلف بدلیل استفاده از استانداردهای جهانی و عدم وابستگی به روش های پیاده سازی
- کاهش هزینه های پشتیبانی و نگهداری به دلیل ادغام شبکه دیتا و شبکه تلفن

- پویایی و پیشرفت روزافزون شبکه های VoIP
- قابلیت برنامه نویسی بر روی گوشی های تلفن همانند یک گوشی موبایل و یا حتی پیشرفته تر از آن
- پشتیبانی از کلیه امکانات مخابراتی کنونی و حتی ارایه خدمات جدید، با هزینه بسیار پایین و سهولت اجرایی بالا

- امکان ارائه شماره تلفن های داخلی به تعداد بالا، امکان دریافت پیام صوتی و همچنین ضبط مکالمه ها

زندگی در ساختمان هوشمند

اگر به هتل برج باران ۳ عنوان باغ بلند مرتبه هوشمند را اطلاق کنیم، سخنی به گزافه نگفته ایم. علاوه بر هوشمند سازی روشنایی واحدهای مسکونی که

فصل گذشته بدان اشاره شد، در فضاهای اشتراکی، خدماتی و تاسیسات مکانیکی نیز سامانه های هوشمند و مدیریت انرژی تعبیه خواهد شد. بیاید ببینیم حال و هوای زندگی در خانه ای با این امکانات و مزایای چنین ساختمانی چیست؟

نخست باید گفت که به روز بودن ساختمان از نظر هوشمند سازی و به ویژه پیاده سازی سیستم BMS که مخفف سامانه مدیریت ساختمان می باشد،

همه و همه مزایایی هستند که به واسطه پیاده سازی این سیستم در هتل برج باران ۳ قابل دستیابی هستند و در سال های سکونت برای ساکنان و مدیریت ساختمان، بی اندازه ارزشمند خواهند بود.

سریع، امن و هوشمند

اتصال آسانسورهای هتل برج باران ۳ به سامانه BMS زمینه ای ایجاد می نماید تا پارامترهای مختلفی تحت کنترل و مانیتورینگ قرار گیرند. مانیتورینگ زمان واقعی وضعیت، جهت، موقعیت و وضعیت آسانسور در چنین سامانه ای فراهم می شود. چهار دستگاه آسانسور مخصوص ساکنان برج باران ۳ این قابلیت را دارند که برای توقف یا عدم توقف در برخی طبقات برنامه ریزی شوند.

فرمان به آسانسور برای تغییر وضعیت ( همانند حالت VIP)، برنامه ریزی اضطراری، بازگشت به طبقه تعریف شده، فرمان پارکینگ، قابلیت دیدن تصاویر دوربین های نظارتی داخل آسانسور، کنترل مداوم وضعیت درها و بررسی هشدارها با این سیستم به راحتی امکان پذیر است. در نهایت

یکی از ویژگی های برج باران ۳ اطلاق «ساختمان سبز» و دوستدار محیط زیست به آن است

با استخراج و ثبت این اطلاعات بصورت لحظه به لحظه، می توان برنامه تعمیر و نگهداری پیشگیرانه نیز برای آن طراحی نمود.

مجموعه عملکردهای دیگری که BMS هتل برج باران ۳ با آن در هم تنیده، سیستم های اعلام و اطفای حریق است. سامانه پیش بینی شده برای این پروژه از نوع آدرس پذیر است. در هنگام بروز کوچک ترین حریق احتمالی، ابتدا عملکرد هواسازها توقف یافته، فن های فشار مثبت هوا در پلکان فرار فعال شده و فن های تخلیه دود نیز روشن می شوند. آسانسورها به طبقه همکف منتقل شده و در اختیار نیروهای امدادی و خدماتی قرار می گیرد و همچنین فرمان لازم به فایردمپرهای موتوری و سایر تجهیزات یا سیستم های مرتبط ارسال می شود. ناگفته نماند که سناریوهای مرتبط با حریق که توسط مرکز اعلام حریق صادر شده بطور متناوب توسط این سیستم مانیتور می شوند.

اگر با ما هم عقیده اید که هتل برج باران ۳ یک ساختمان سبز هوشمند و امن است، مطالعه این مطلب را به دوستان خود پیشنهاد دهید.



زند ساخت IPTV در کلیه فضاهای مسکونی برج باران ۳



با برند ایشهولز و نسل جدید عرضه کنندگان مبلمان مفهومی آشنا شوید

# جادوگری با هنر و هارمونی

طراحی داخلی، چیدمان فضا و مبلمان یکی از جلوه‌های هنری ارزنده و گاه بسیار پر هزینه در فضای سکونت است. از جنس چوب، فلز، سنگ و دیگر مواد بکار رفته در آن بگیرد تا هنرهای دستی، نحوه خراطی، جنس و دوخت پارچه، رنگ و بافت، همگی جزئیاتی هستند که یک مبلمان را نسبت به دیگری برتر و چشم‌نوازتر نشان می‌دهد. اما جالب آنکه مدتی است پای هنر دیگری هم به میان آمده و آن تخصص ترکیب و چیدمان اجزاست. این هنر تا آنجا پیش رفته که اکنون صحبت از طرح‌های مفهومی مبلمان و دکوراسیون به گوش می‌رسد، با این یادداشت همراه شوید تا با یکی از برندهای فعال و بنام در این زمینه آشنا شوید.

مبلمان در سبک زندگی ایرانی پیشینه‌ای چندان طولانی ندارد. مبل، میز، صندلی و تخت خواب، در یکصد سال اخیر پایشان به خانه‌ها باز شده است. این لوازم، بخشی از جلوه‌های مدرنیته هستند و در چرخه رشد اقتصادی، توسعه و فناوری است که نیاز به آن پر رنگ‌تر شده است. از دیگر سو، سبک خاص معماری فاخر ایرانی هم بر اساس فرهنگ، هویت و نیاز مردم در طول قرن‌ها همواره شکلی منحصر به فرد داشته که راهیابی این اسباب جدید به آن، مستلزم گذشت زمان بوده است؛ اما هر چه که هست در همین مدت زمان کوتاه، دکوراسیون داخلی از جمله مبلمان و اکسسوری به بخشی حیاتی و واقعیت جدانشدنی محیط سکونت و کار تبدیل شده است.

افزایش تقاضا رفته رفته منجر به ظهور طراحان و سازندگان ایرانی مبلمان شده و در کنار آن حجم عمده‌ای از نیاز بازار نیز با واردات از کشورهای خارجی تأمین می‌شود. اما همچون بسیاری دیگر از کالاها، بیشترین سهم واردات مبلمان در اختیار تولید کنندگان چین و ترکیه است و بالتبع طیف گسترده‌ای از کیفیت و قیمت نیز در این میان به چشم می‌خورد. اما در این میان گروهی از مخاطبان، مبلمان ودکوراسیون خانه را با کیفیتی فراتر و ارزش‌های هنری والا تر می‌پسندند و این سبب شده تا برندهای مطرح اروپایی نیز مشتریان زیادی در ایران داشته باشند. از جمله برند «Eichholtz» که یک سرو گردن بالاتر از عمده محصولات رایج در بازار ایستاده است.

گروهی از مخاطبان، مبلمان ودکوراسیون خانه را با کیفیتی فراتر می‌پسندند و این سبب شده تا برندهای مطرح اروپایی مشتریان زیادی در ایران داشته باشند

برند «ایشهولز» به عنوان یک مجموعه عرضه عمده انواع مبلمان، وسایل تزئینی منزل، ست‌های تخت خواب با طراحی منحصر به فرد است که در اروپا و خاورمیانه نامی شناخته شده است. یکی از قابل توجه‌ترین فعالیت‌های این برند هلندی، طراحی و تجهیز تعداد قابل توجهی فضای نمایش (ShowRoom) بابتش از ۴ هزار مترمربع مساحت است که در هر کدام از این واحدها، یک مشتری ساده‌تر کند.

شوروم‌های ایشهولز در قالب ۴۰ واحد مجزا با اتاق‌هایی کاملاً تفکیک شده‌اند که هیچ‌گاه مانند

یک نمایشگاه، تنها برای نمایش تعداد بیشتری محصول چیدمان نشده‌اند، بلکه در هر یک، روح حاکم بر آن مفهوم عامل گردآمدن تمامی اجزاست. تناسب، تعادل و هارمونی اصلی‌ترین اجزای طراحی و کنار هم قرار گرفتن مبلمان و اکسسوری در این شوروم‌هاست.

این برند محصول خود را در سه رسته مبلمان، روشنایی و اکسسوری در سطح کیفیتی بالا و با نوآوری‌های خاص خود ارائه می‌دهد. در هر شوروم، در فضایی کاملاً محصور، یک مجموعه مبلمان در کنار سایر اجزا مانند میز، آباژور و...، کانسپت کاملاً مجزایی برای بیان دارد. در اکثر فضاها، پنجره‌ها نیز مطابق با همان کانسپت فریم‌بندی، رنگ و یا با پرده تزئین شده‌اند. آنچه انتخاب یک مشتری است در کنار تنوعی از فرم، رنگ و بافت به نمایش گذاشته می‌شود تا برای هر جزء، دنیایی از کالاهای جایگزین اما در هماهنگی با سایر اجزا وجود داشته باشد.

ایشهولز خود را یک مجموعه عمده‌فروشی معرفی می‌کند و حتی برای آنکه بتوانید از آن خرید کنید مبلغی به عنوان کف سفارش در نظر گرفته شده است. اما کارگردانان این برند طوری برنامه‌ریزی کرده‌اند تا کسب و کارهای مرتبط با مشتریان نهایی و یا کسانی که بطور کامل، مبلمان و دیگر اجزای دکوراسیون خود را از این برند خریداری کنند به راحتی بتوانند از میان تعداد بی‌شمار کالاها، دست به بهترین انتخاب بزنند. همچنین کسب و کارهای واسطه‌نیز در خیلی از نقاط دنیا کالاهای این برند را بصورت جزئی عرضه می‌نمایند.

از جمله فهرستی کامل از آنچه ایشهولز طراحی و تولید کرده در وب‌سایت و کاتالوگ‌های دیجیتال این مجموعه موجود است. به عنوان نمونه در کاتالوگی بسیار محبوب و چشم‌نواز با نام «الهام بخشی»، کانسپت‌ها و ترکیب‌های اجرا شده در شوروم‌ها و تعداد زیادی ایده‌های جذاب برای مخاطبان گردآوری شده است. به علاوه برای هر خریدار، یک طراح یا دکوراتور به عنوان نماینده برند، وظیفه طراحی و چیدمان مطابق با درخواست مشتری را در قالب تصاویر سه بعدی دارد تا تصور مشتری را از آنچه انتخاب نموده است کامل نماید.

در یکی از آخرین کاتالوگ‌های ایشهولز که تحت عنوان ۲۵ سالگی این برند منتشر شده، جدیدترین ایده‌های طراحی مبلمان، لوازم جانبی و تزئینات، اقلام روشنایی و... به نمایش گذاشته شده است؛ نشانه‌ای از موفقیت‌های روزافزون که به کمک

طراحان نخبه و خلاق، سطح بالای همکاران بین‌المللی، امکانات و شوروم‌های متعدد و ایده‌های به‌روز و نوآورانه به دست آمده است. بطور معمول، کانسپت‌های طراحی و چیدمان در برند‌های اروپایی به سمت مدرن‌گرایی دارند و ردپاهایی از معماری کلاسیک را در برخی جزئیات می‌توان مشاهده کرد. اما کانسپت‌های چیدمان و طراحی ایشهولز بیشتر در رسته «نئوکلاسیک» قرار می‌گیرد، گریزی به مدرنیته با حفظ ریزه‌کاری و ظرافت‌های کلاسیک.



EICHHOLTZ



در زمینه رنگ، بیشترین رنگ‌های مورد استفاده به صورت خنثی در کنار هم قرار می‌گیرند و در طراحی تعداد زیادی از کانسپت‌های ایشهولز رنگ‌های گرم و نه‌تند، به چشم می‌خورد. این انتخاب رنگ در کنار مواد اصلی مورد استفاده در طراحی و دیزاین، با هم ترکیب خوب و مناسبی را ایجاد می‌کنند. شیشه و فلزات براق بیشتر جلب توجه می‌نمایند و عناصر چوبی جایگاه کمتری به نسبت استفاده در سایر مبلمان‌ها دارند.

آنچه زیبایی را به این سبک می‌آورد، نوآوری‌های زیبای ایشهولز در طراحی و خلق آثار است. همچنین راحتی مخاطبان در هر شرایطی، در استراحت و خواب، روی راحتی نشیمن و صندلی ناهارخوری بسیار با ارزش و قابل توجه تلقی شده است.



معرفی برند اختصاصی طراحی دکوراسیون کودک

## کودگانه های منهن

هر چقدر برای طراحی داخلی و دکوراسیون خانه خود وسواس به خرج می دهید برای اتاق کودک دلبدتان این حساسیت می تواند تا چند برابر افزایش یابد. اما وقتی یک برند لوکس طراحی بطور اختصاصی برای نیاز و سلیقه شما برنامه ریزی کند با خیال راحت می توانید از این وسواس رهایی یابید، این توصیفی کوتاه از کاری است که برند پی پی کیدز انجام می دهد.

تصور کنید وارد فروشگاه‌ای شده‌اید که صدها محصول متنوع ولوکس، آن‌هم فقط در زمینه دکوراسیون اتاق کودک برابر شما قرار داده است، همین به اندازه کافی هیجان انگیز است؛ چه برسد به اینکه بدانید در دنیای باشکوه برندی شناخته شده به نام «پوتری بارن کیدز» قرار دارید، مجموعه‌ای که از قلب دنیای رنگارنگ فشن و استایل یعنی نیویورک به سرتاسر دنیا، ایده و کالا صادر می‌کند.

#### دنیای اختصاصی کودکان

برند «Pottery Barn Kids» که بصورت خلاصه «PbKids» خوانده می‌شود، ریشه در نام تجاری معتبر «پوتری بارن» دارد که در سال ۱۹۴۹ در لابلای غوغای نمناک بندر گاه جنوبی محله منهتن در نیویورک پایه گذاری شد. پی‌پی کیدز اما خطی جداگانه، اختصاصی و صد درصد حرفه‌ای برای کودکان بود که از سال ۱۹۹۹ بنانهاده شد. پی‌پی کیدز آنگونه که درباره خود می‌گوید توسط دو مادر آفریده شد که نمی‌توانستند برای اتاق فرزندان خردسال خود

مبلمانی راحت و در عین حال خوش ساخت پیدا کنند و همین نیاز، الهام بخش آن‌ها شد تا تنها برای کودکان طراحی و تولید کنند. از آن زمان ماموریت پی‌پی کیدز این شده که حداکثر کیفیت، راحتی، ایمنی و سبک خاص هر خانواده را برایشان فراهم نماید.

اکنون در بیش از ۹۰ گالری و فروشگاه در سرتاسر دنیا، کودکان و پدر و مادرها با مجموعه‌ای منحصر به فرد از انواع مبلمان، تخت خواب، دکور لوازم جانبی کودکان روبرو می‌شوند که از قبل تولد و اتاق مراقبت از نوزاد گرفته تا اتاق خواب، بازی و مطالعه برایشان فراهم شده است.

نکته بارز و تفاوت این برند با سایر رقیبانش، تمرکز و توجه زیاد بر روی طراحی خاص برای کودکان و شخصی سازی یک سبک طراحی (استایل) برای کودک که هر خانواده بصورت جداگانه است.

شاید به همین خاطر است که یکی از مهم ترین خدمات ارائه شده این برند که در رسانه های آن نیز بسیار برجسته شده، طراحی رایگان برای هر مشتری باشد.



#### کم توقع نباشید

پی‌پی کیدز تلاش می‌کند سطح توقع مشتریان را ارتقا دهد تا آنجا که هیچ گاه به خدمات و محصولی به جز آنچه در بالاترین سطح است رضایت ندهند. آن‌ها باور دارند که اتاق کودک باید به عنوان جایگاه رشد و نمو یک کودک به قدر کافی، شیک، زیبا و شخصی سازی شده باشد و برای هر لحظه از تغییرات و رشد، انعطاف لازم را از خود نشان دهد. هر چند که در ایده های آن‌ها می بینیم این نیازها، ضرورتاً پاسخ های پیچیده‌ای ندارند و گاه یک وسیله یا پیش بینی ساده در طراحی و دکوراسیون به بالندگی کودک کمک‌ی بزرگ می‌کند.

اصل مهم و جالبی که به عنوان شعار برای خود انتخاب کرده‌اند این است که هیچ پروژه‌ای آنقدر کوچک یا بزرگ نیست که ما انجام ندهیم! این یعنی ساده ترین سفارش تا بزرگ ترین طراحی و خرید در «PbKids»، مهم و ارزشمند تلقی می‌شود.

یکی دیگر از امتیازهای این برند پایبندی به ایمنی و سلامت در تولید کالاهاست. تخت های چوبی، بارها مورد

غذاخوری و نگهداری مواد غذایی، کوله پشتی و ظروف چاشت، کیسه خواب و لباس خواب، لباس مخصوص شنا و ساحل، کتاب، هدایا و جعبه های جواهر از این جمله هستند. شما به عنوان مشتری کافی است یک قرار ملاقات تعیین کنید یا حتی بصورت آنلاین به مجموعه PbKids متصل شوید، ابتدا یک راهنمای متخصص برایتان تعیین شده و فرایند مشاوره رایگان آغاز می‌شود و خیلی جلدی باید به پرسش های یک آزمون نیازسنجی و سلیقه شناسی پاسخ دهید. آن‌گاه مشاوران پی‌پی کیدز با توجه به فضا، محدودیت ها، علاقمندی، سبک زندگی و ده ها مورد دیگر بهترین طراحی و سفارشی سازی را به شما پیشنهاد می‌نمایند.

#### در خدمت اجتماع

یکی دیگر از بارزترین جنبه های که به محبوب و مشهور شدن برند پی‌پی کیدز انجامیده است، توجه به مسئولیت های اجتماعی و مشارکت در زمینه هایی است که چالش های امروز کودکان، زمین و محیط زیست در سراسر دنیا است.

از جمله اینکه با وجود استفاده از چوب در بیشتر کالا های

تولیدی، مواد اولیه به گونه ای تأمین می‌شوند که آسیبی به منابع زیست محیطی و جنگل های طبیعی وارد نیاید و به همین دلیل با تایید شورای نظارت بر جنگل ها (FSC) گواهی طلایی حفاظت از منابع طبیعی به پی‌پی کیدز اعطا شده است. همچنین با تلاش برای تطابق با فرایند بازیافت موادی مانند شیشه، پلاستیک، چوب و مواد آلی و استفاده از مواد بازیافتی، موفق به دریافت برچسب «Eco Leaf» برای تعدادی از کالا ها شده‌اند.

پوتری بارن کیدز با هزینه هایی که در مجموع نزدیک به ده میلیون دلار تخمین زده می‌شود در برنامه های عام المنفعه زیادی مشارکت فعال داشته است. کمک به بیمارستان تحقیقاتی کودکان «سنت جود»، مشارکت با دومین بیمارستان بزرگ اطفال در کانادا، اجرای برنامه آموزشی (HERproject) در کشورهایی که در تولید محصولات پی‌پی کیدز نقش دارند و همچنین راه اندازی کمپین «یک آرزوی کوچک» برای خانه دار شدن پناهندگان در امریکا، استرالیا و مکزیک از مهم ترین فعالیت های اجتماعی و خیریه برند PbKids به شمار می‌روند.



#### دنیای هزار رنگ

تنوع و طیف گسترده کالاها در این برند به دکوراسیون محدود نمی‌شود. پی‌پی کیدز دست کم در بیست رسته مختلف محصول دارد. مبلمان، ملافه، وسایل حمام، فرش و پرده، روشنایی، اسباب بازی و وسایل اتاق بازی، اسباب و اثاث مطالعه و درس، وسایل متنوع برای ذخیره سازی، میز



### چاره چالش‌های آپارتمان‌نشینی

# نسخه‌دوام

بی‌توجهی به رعایت اصول کیفی در دوره ساخت و عدم نگهداری صحیح در دوره سکونت، سبب شده بناهای مسکونی در کشورمان، در زمانی کوتاه به خانه‌های کلنگی تبدیل شوند. بارها در همین فصلنامه، بیان کرده‌ایم که میانگین عمر مفید خانه‌ها در ایران تنها۲۵ سال است و این عمر کوتاه، یک‌چهارم میانگین جهانی است؛ به نظر شما برای جلوگیری از این پیری زودهنگام خانه‌ها باید چه چاره‌ای بیندیشیم و برای این درد اتلاف منابع چه نسخه‌ای بپیچیم؟

سرسری گذشتن از کنار اصول کیفی و استاندارد‌ها در طول دوره ساخت، تجهیز و بهره‌برداری ساختمان‌ها، پس از گذشت چند سال، باعث هزینه‌تراشی‌های هنگفت برای ساکنان و مختل شدن آسایش آن‌ها خواهد شد.
بطور کلی در مجموعه‌های مسکونی کوچک یا بزرگ، لوکس یا معمولی، دو دسته کلی آسیب دیده می‌شود؛ نخست ایراداتی که از کوتاهی یا عدم توجه‌سازنده ساختمان ناشی می‌شود و قبل از شروع سکونت در سازه و تاسیسات وجود دارد و دیگری مشکلاتی است که در دوره سکونت رخ می‌نماید.

آسیب‌های وارد به یک ساختمان یا از کوتاهی‌سازنده ناشی می‌شود و یا مشکلاتی است که در دوره سکونت رخ می‌نماید

صحبت درباره‌آنچه به کیفیت ساخت و ساز مربوط است، مجالی دیگر می‌طلبد. اما حتی با این فرض که ساختمانی مطلوب و استاندارد ساخته شده، کافی است تا بعد از چند سال به آن نگاهی دوباره بیندازیم تا آسیب‌های ناشی از عملکرد نامطلوب در تعمیر و نگهداری رابه وضوح در آن مشاهده کنیم. به راستی چه موانعی وجود دارد که در کشور ما خانه‌ها درست نگهداری نمی‌شوند؟

گلوگاه مشکلات کجاست

کارکرد صحیح امکانات و خدمات در یک مجموعه مسکونی، نیازمند فرد یا افرادی است که مدیریت آن رابر عهده بگیرند و امور فضاهای اشتراکی ساختمان را پیگیری نمایند. قانون تملک آپارتمان‌ها، تعاریف، شرح وظایف و حقوقی برای هیات مدیره منتخب ساکنان در نظر گرفته است و تا حدودی وظیفه همسایگان را نسبت به یکدیگر بیان کرده است. اما کلی بودن قانون، بروز مصادیق جدید و همچنین ناکارآمدی و ضعف ضمانت اجرایی، سبب شده تا کمتر ساختمانی باشد که بدون اشکال اداره شود. به طور معمول در ساختمان‌هایک یا چند نفر از بین مالکان انتخاب شده و مدیریت کارهای عمومی، دریافت حق شارژ، پرداخت هزینه‌های مشترک و اجرای تصمیم‌های مورد توافق رابر عهده دارند. اما با رفتاری‌های زندگی امروزی کمتر کسی حاضر است چنین مسئولیتی را بپذیرد و بر فرض هم که داوطلب پیدا شود، اغلب این منتخبان تخصص و توان کافی برای رسیدگی به امور ساختمان را ندارند.

در مجتمع‌های مسکونی، می‌توان وظایفی را شناسایی کرد که مدیر یا هیات مدیره باید درباره آن چاره‌ای بیندیشند یا اقدامی انجام دهند. نخست خدمات عمومی از قبیل نظافت، باغبانی و سرایداری است. دوم، نگهدانی و آنچه به امنیت ساکنان و حفاظت از خودروها و آپارتمان‌ها باز می‌گردد. همچنین هیات مدیره موظف است حق استفاده از امکانات اشتراکی و فضاهای مشاعی رابه نسبت سهم هر مالک معین کند و بر حسن اجرای آن نظارت نماید. چهارمین گروه از این خدمات، جنبه پولی و مالی دارد که شامل وصول حق شارژ از هر مالک و مدیریت هزینه هاست. سرانجام رسیدگی به امور تعمیر و نگهداری و در صورت لزوم بازسازی و بهسازی ساختمان و تاسیسات آخرین دسته از خدماتی است که مدیر یا هیات مدیره ساختمان باید بتوانند به خوبی از عهده آن ببر آیند.

به نظر می‌رسد نبود متولی یا نداشتن تخصص و زمان کافی برای مدیریت ساختمان است که باعث ناامنی، صدمه به آرامش، فرسایش سریع ساختمان، جدال بر سر حقوق و تکالیف و ده‌ها معضل دیگر شده و در نهایت هم به نارضایتی از محیط سکونت می‌انجامد و هم ساختمان را بدلیل بی‌توجهی خیلی زودتر از زمانش فرسوده می‌کند.

طبیعی است که از ساکنان یک ساختمان افراد انگشت شماری، وقت و حوصله پیگیری کردن این امور را دارند حتی با این فرض محال که هیات مدیره ساکنان، خود تخصص لازم در هر زمینه‌ای را داشته باشند. بدین ترتیب شاهدیم که در اغلب مجموعه‌های مسکونی به مدیریت عمومی و نگهداشت صحیح سازه و تاسیسات و حقوق متقابل همسایگان توجه کافی نمی‌شود.

دسته‌ای دیگر از آنچه در دوره سکونت به کیفیت زندگی لطمه می‌زند، نتیجه رفتار نابهنجار ساکنان و بی‌توجهی به حقوق و تکالیف فردی در یک مجموعه مسکونی است. عدم رعایت حال همسایگان در طول شبانه‌روز و برهم زدن آرامش دیگران، بی‌توجهی به نگهداری و بهسازی، عدم تقبل هزینه‌های مصرفی و تعمیرات یا پرداخت نکردن هزینه شارژ، همه از جمله مواردی هستند که از اعتنا نکردن برخی از ساکنان به حق و تکلیفشان ناشی می‌شود.

قانون چه می‌گوید

طبق ماده ۳ قانون تملک آپارتمان‌ها، سهم هر یک از مالکان قسمت‌های اختصاصی از مخارج قسمت‌های مشترک، متناسب است با نسبت مساحت قسمت اختصاصی به مجموع مساحت قسمت‌های اختصاصی تمام ساختمان، به جز هزینه‌هایی که به دلیل ارتباط نداشتن با مساحت زیربنا به نحو مساوی تقسیم خواهد شد یا اینکه مالکان ترتیب دیگری بر تقسیم این مخارج پیش‌بینی کرده باشند و مسئولیت تعیین سهم هر یک از مالکان یا استفاده کنندگان مطابق تبصره ذیل همان ماده با مدیران ساختمان است؛ بنابراین مطابق ماده ۲۳ آیین‌نامه اجرایی قانون تملک آپارتمان‌ها، شرکای ساختمان موظفند در پرداخت هزینه‌های مستمر و هزینه‌هایی که برای حفظ و نگهداری قسمت‌هایی از بنا مصرف می‌شود، مشارکت کنند.

در صورت پرداخت نشدن هزینه‌های مشترک ساختمان، به موجب ماده ۱۰ مکرر قانون تملک

# improve your lifestyle

آپارتمان ها، مدیر یا هیئت مدیران باید از طریق اظهارنامه با ذکر مبلغ، بدهی و صورت هزینه ها را مطالبه کنند. چنانچه فرد ممتنع طرف ده روز از تاریخ ابلاغ اظهارنامه سهم بدهی خود را نپردازد، مدیر یا هیئت مدیره می تواند به تشخیص خود از دادن خدمات مشترک از قبیل گرمایش و سرمایش، آب، برق، گاز و... به او خودداری کند. در صورتی که فرد یا افراد یاد شده همچنان از پرداخت این هزینه ها و بدهی مربوطه امتناع ورزند به درخواست مدیر یا مدیران ساختمان، اداره ثبت محل برای وصول این وجوه طبق اظهارنامه ابلاغ شده اجرائیه صادر خواهد کرد تا پس از وصول مبالغ مطالبه شده، خدمات مشترک دوباره برقرار شود.

الگوی دیگری که می شناسیم

تجربه نشان داده همه آن مشکلات و تنگناهایی که شمرده شد با وجود ضوابط قانونی صریح، باز هم محمل بسیاری از اختلاف ها و ناهماهنگی ها در اداره یک ساختمان است. اما الگوی متفاوت بهره برداری برخی ساختمان ها (به عنوان نمونه در هتل برج های باران) که مبتنی بر گارانتی و خدمات پس از فروش است، بخش عمده ای از این مساله ها را حل کرده است.

طراحی معماری اصولی، تامین تجهیزات و مصالح از بهترین برندها، تعمیر و نگهداری مداوم و شبانه روزی، رعایت استاندارهای ملی و بین المللی در ساخت و بهره برداری؛ علاوه بر افزایش طول عمر و ارزش افزوده بنا، مانع از آن می شود که مانند دیگر ساختمان ها ناهماهنگی یا نبود مدیریت صحیح، باعث استهلاک ساختمان و از کار افتادن امکانات شود.

گروه مهندسی باران برای باز کردن قفل سنگین ناکارآمدی مدیریت ساختمان ها کلیدی متفاوت بکار برده است: تامین هزینه ها از طریق ودیعه حق شارژ و طراحی منشور سکونت. در این مدل، زمینه های بروز تنش، اختلاف نظر، خودرأیی و یا عدم توجه به حقوق دیگران نیز با چارچوب هایی دقیق محدود شده است.

هزینه های جاری در چنین ساختمان های پیچیده ای (هزینه گراف شارژ ماهانه) گاهی سبب می شود تا کارکرد آن ها و توجیه وجودشان زیر سوال برود. الگوی ودیعه شارژ به جای پرداخت شارژ ماهانه، وجود این همه امکانات و استفاده از آن را به شکل غیر قابل تصویری، مقرون به صرفه و موجه می سازد. ساز و کار این فرایند بدین صورت است که مبلغی در همان ابتدای بهره برداری از ساختمان، از مالکان دریافت شده و در صندوقی تحت نظارت هیئت مدیره برج نگهداری می شود. با سود حاصل از سپرده گذاری مبالغ ودیعه، هزینه های ماهانه ساختمان پوشش داده می شود. این الگو در مقایسه با شارژ ماهانه، کم نقص تر و به مراتب دارای بهره وری و بازدهی بیشتری برای کل برج و ساکنان آن محسوب می شود.

از سویی دیگر نظام نامه ای با عنوان «منشور زندگی در برج باران» تدوین شده که با شروع سکونت در هتل برج باران به مثابه یک میثاق عمومی باهمراهی مالکان واحدهای مسکونی، مورد قبول و تعهد یکایک ایشان قرار می گیرد. این منشور با هدف حفظ کیفیت ساختمان و همچنین تامین آرامش و آسایش ساکنان تهیه شده و در آن جنبه های مختلف یک همجواری مسالمت آمیز و آمیخته با کرامت انسانی و احترام، مد نظر قرار گرفته است.

در نهایت نگاهی گذرا به این ساز و کارهای هوشمندانه، تفاوت هایی اساسی بین هتل برج ها و ساختمان های دیگر را روشن می سازد. نخست ارزش افزوده ساختمان است که افزایش یافته و حفظ می شود؛ برخلاف دیگر بناها که پس از ۱۰ یا ۱۵ سال، وصف خانه قدیمی سازی یا کلنگی به خود می گیرند، در هتل برج ها به دلیل نگهداری صحیح، گذشت زمان نه تنها به افست قیمت آن نمی انجامد بلکه در مقایسه با دیگر ساختمان ها از رشد قیمتی بهتری نیز برخوردارند. همچنین با امنیت، آرامش و رفاه در این الگوی سکونت بسیاری از گرفتاری ها و دغدغه های ساکنان رفع خواهد شد. امنیت و رفاهی که نمی توان برای آن قیمتی تعیین کرد.

گروه مهندسی  
باران برای  
باز کردن  
قفل سنگین  
ناکارآمدی  
مدیریت  
ساختمان ها  
کلیدی متفاوت  
بکار برده است:  
تامین هزینه ها از  
طریق ودیعه حق  
شارژ و طراحی  
منشور سکونت



هتل برج مسکونی باران ۲



#### سی یون، برگتس آتریش

اتریش پایتخت اِپرا، موسیقی و نمایش است. علاوه بر سالن های کلاسیک و پجامانده از دوره رنسانس، در سده گذشته نیز صحنه ای فوق العاده برای تماشاگران همیشه مشتاق رونمایی شد. نخستین بار در سال ۱۹۴۶ فستیوال برگتس در دریاچه کنستانس آغاز به کار کرد و در سال ۱۹۵۰ صحنه تئاتر آن (Seebühne) بنا شد. مهم ترین ویژگی سی یون دکورهای عظیم آن است که همگی بر روی آب نصب می شوند. سال ۲۰۱۸ قرار است در این صحنه، برای اولین بار سمفونی های محبوب بتهوون و اشتراوس در کنار هم و توسط ارکستر سمفونی بارتون به سرپرستی توماس لارچ اجرا شود. همچنین از ۲۷ تیرماه سال آینده، جشنواره تئاتر برگتس به مدت یک ماه در این شهر برپاست.

ده بنای باشکوه اپرا و تئاتر جهان که باید در طول عمر خود ببینید

## طنین زیبایی برپیکر معماری

سفر با هر هدفی که باشد و هر عنوانی داشته باشد، همیشه آدمی را برای یافتن و دیدن ناشناخته هیجان زده می کند. گاهی برای دیدن زیبایی های طبیعت به سفر می رویم و گاه برای تفریح و خوشگذرانی. اما هستند کسانی که سیاحت، آن ها را به اکتشاف در شهرها، خانه ها و موزه ها می کشاند. تماشای معماری اعصار دور، گردشگری تاریخی و فرهنگی یا گشت و گذار در موزه ها و سالن های تئاتر و یا به تماشای نشستن یک اپرا می تواند بخشی بزرگ از جاذبه یک سفر باشد. با این یادداشت همراه شوید تا به دیدن ده خانه تئاتر و اپرای معروف دنیا برویم و ببینیم روی صحنه خود برای «دنیا دیدن» ما، چه دارند.

Teatro La Fenice



Minack Theatre



Palais Garnier



Catalana



#### لافتچه، خانه اپرای ونیز

لافتچه در ونیز ایتالیا یکی از قدیمی ترین خانه های اپراست که علاوه بر معماری، تاریخچه پرریاری هم دارد. در سال ۱۷۹۲ شهر داری ونیز با ساخت آن میزبان آهنگسازان بزرگی چون وردی، بلینی و استراوینسکی بوده است و با شروع سال جدید فصل ۲۲۹ خود را آغاز خواهد کرد. اگر سری به ونیز زدید اپرای «Un ballo in maschera» که یکی از مهم ترین و محبوب ترین اپراهای «جوزپه وردی» آهنگساز ایتالایی است را از دست ندهید. اپرای که متشکل از یک مثلث عاشقانه است و شما خواهید توانست آوای تنور، سوپرانو و باریتون، در کنار حرکات قهرمانانه و صحنه پردازی بی نظیر قرن ۱۸ را در ونیز معاصر تجربه کنید. این اپرا تاژانویه سال آینده روی صحنه خواهد بود.

#### میناک، پورت کورنو انگلستان

یکی از تئاترهای صحنه باز دنیا که فقط دیدن مناظر از روی سکوهایش می تواند بهترین خاطره تماشای نمایشی باشد که تا به حال دیده اید. منطقه کورنیش و ساحل زیبای پورت کورنو در شهر کرنوال جنوب انگلستان میزبان این صحنه تئاتر نفس گیر است. اما یادتان باشد که سرما و گرما و باد و باران را در نظر بگیرید، چون همه چیز در فضای باز اجرا خواهد شد.

میناک با موقعیت دراماتیک و مناظر چشمگیرش شهرتی جهانی دارد. این تئاتر بر روی تپه ای واقع شده است و تماشاگران از روبه رو شاهد پهنه بی نظیر دریا و ساحل هستند. بهترین فصل برای بازدید از میناک تابستان و ورود به این تئاتر رایگان است.

#### کاخ اپرای گارنیه پاریس

بی شک نام نمایش معروف «شبح اپرا» را شنیده اید. امکان ندارد وارد کاخ اپرای گارنیه پاریس شوید و مبهوت سقف زیبای آن نشوید، سقفی که تاکنون سه نفر را به کشتن داده است. طرح های سقف هر یک مربوط به نمایش های معروفی است که در این اپرا روی صحنه رفته اند. این سقف با لوستر عظیمش اولین بار باعث مرگ یک کارگر ساختمانی شد که در اواخر قرن ۱۸ این ماجرا یکی از محبوب ترین نمایش های اپرا را روی صحنه برد. جشن پایانی جشنواره اپرای پاریس نیز هر ساله در ماه دسامبر برگزار می شود که دیدنش خالی از لطف نیست. البته جشن معروف «گالا» نیز که سپتامبر در سال پذیرای بازیگران و چهره های مطرح تئاتر از سراسر دنیا است در همین کاخ برگزار می شود.

#### قصر موسیقی کاتالان

قصر موسیقی کاتالان در بارسلونای اسپانیا و سالن کنسرتش در فهرست میراث یونسکو به ثبت رسیده است اما شاید این مهم ترین بارزه این سالن عظیم و زیبا نباشد. مهمترین ویژگی این قصر مبهوت کننده، شبیه کاری و مجسمه های مرمری زیبا و بی نظیر آن است که نمونه ای از هنر نئوکاتالان محسوب می شود. با حدود ۲۲۰۰ نفر گنجایش، این تنها سالن نمایش اروپا است که در طول روز به طور کامل با نور طبیعی روشن می شود و سقف منحصر به فردی بهمتای آن تأثیر بسیار زیادی در زیبایی و نام آوری این سالن داشته است. در سال جدید اگر می خواهید نمونه ای از فرهنگ اسپانیایی اصیل را روی صحنه ببینید اجرای «Gran Gala Flamenco» را از دست ندهید.

#### خانه اپرای سیدنی، استرالیا

مهاجرانی که به استرالیا کوچیده بودند بالاخره در دهه ۱۹۷۰ موفق شدند در این کشور اپرای مجلل سیدنی را بنا کنند تا دیگر در کشورشان چنین نقصانی نداشته باشند. اینجا در فهرست میراث فرهنگی یونسکو قرار دارد و تنها بنایی است که اپرای در مورد آن نوشته شده است: نام این اپرا «The eight wonder» است. «پراهاوس» شامل پنج سالن تئاتر، پنج سالن تمرین نمایش، دو سالن اصلی، چهار رستوران و تعداد زیادی فروشگاه است. «یورن او تزان» معمار دانمارکی به طور غیرمنتظره ای برنده طراحی این بنا شد و ساختمانی که ساخت آن که در سال ۱۹۵۹ با ده هزار کارگر آغاز شده بود در سال ۱۹۷۲ بطور رسمی توسط ملکه الیزابت دوم گشایش یافت.

#### تئاتر بولشوی، مسکو

در قرن ۱۷ میلادی با شکل گیری روشنفکری جدید و حضور کاترین کبیر به عنوان ملکه روسیه، تئاتر به عنوان مهم ترین هنر روسیه شناخته شد و از جمله ساخت سالن تئاتر بولشوی سر آغاز نگاهی جدید و زمینه شکوہ بی مانند تئاتر در روسیه تزاری بود. تالار بزرگ، گنجایش ۱۷۵۰ تماشاگر را دارد و صحنه اصلی از هفت سطح جداگانه و مجزا تشکیل شده است. باله بولشوی از معتبر ترین سازمان های ملی باله دنیا است که محل خلق تعدادی از بزرگترین آثار بر توار باله کلاسیک و باله نئوکلاسیک است. البته در این سالن داستان های روان و ساده ای مانند «درخت کریسمس» هم باشکوه هر چه تمام تر، با لباس های فاخر و صحنه آرایبی مجلل توانسته از بسیاری خانواده ها و کودکان دلربایی کند.

#### خانه اپرای گوانگ ژو

«ژاها جدید» معمار سرشناس فقید و خالق بسیاری از آثار بی بدیل معماری نوین، با طراحی این نمونه زیبا و منحصر به فرد برای هنر تئاتر و اپرا توانست نام خود را به عنوان بریا کننده فرهنگ و هنر در چین و دنیا به ثبت برساند. این اپرا با ۷۰ هزار مترمربع مساحت در سال ۲۰۱۰ گشایش یافت. سالن اصلی این خانه اپرا دارای ظرفیتی معادل ۱۸۰۰ نفر است و از آخرین فناوری های صوتی دنیا در آن استفاده شده است. سالن چند منظوره ای نیز که کوچک تر و دارای ۴۰۰ صندلی است برای تئاتر، باله و اجرای موسیقی مورد استفاده قرار می گیرد. طراحی این مجموعه برگرفته از مفاهیم چشم اندازهای طبیعی و ارتباط متقابل و شگفت انگیز میان معماری و طبیعت است.

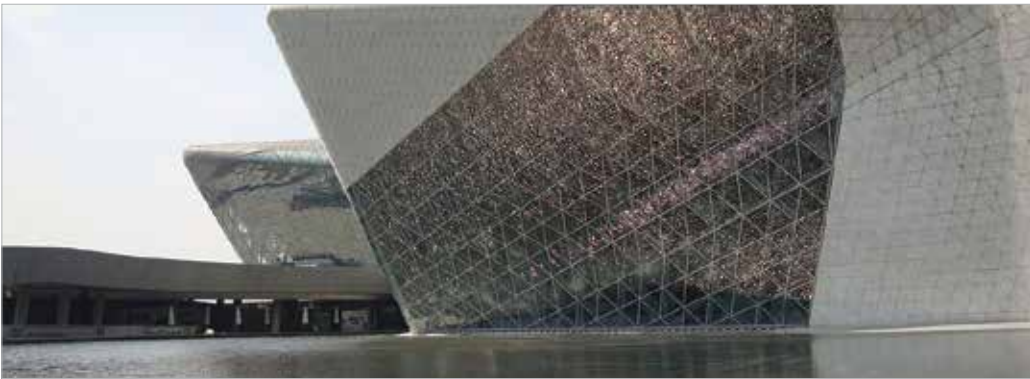
#### خانه اپرای سلطنتی لندن

خانه اپرای سلطنتی یا «گاونت گاردن» که در مرکز لندن قرار دارد همواره جایگاهی برای اجرای اپراهای مشهور دنیا بوده است. سال گذشته اپرای «هملت» با بازی «تام هیدلستون» یکی از بهترین اجراها و پر فروش ترین نمایش های خانه اپرای سلطنتی بود که جایزه اولیویر را نیز از آن خود کرد. این تالار ۲۲۵۶ صندلی دارد و متشکل از چهار ردیف، غرفه ها، بالکن ها، گالری و سالن آمفی تئاتر است. سالن اصلی در فهرست ساختمان های تاریخی بریتانیا قرار دارد. همچنین در کنار سالن اصلی و در سطح همکف «استودیو تئاتر لینبوری» قرار گرفته که فضای عملکردی انعطاف پذیری است با ۴۰۰ صندلی تغییر شکل دهنده و کاربری های متفاوتی که در اجرای برنامه های هنری دارد.



#### تئاتر ویسبادن، آلمان

شهر ویسبادن میزبان قدیمی ترین سالن تئاتر در سبک نئوباروک آلمان است که نقاشی های دیواری اش فضایی جادویی به آن داده است. این تئاتر یکی از پرکارترین صحنه های اروپا است که در سال ۱۸۹۴ افتتاح شده و از دو سال بعد تاکنون همواره میزبان فستیوال بین المللی ماه می ویسبادن است. چهار سن در این سالن تعبیه شده که هر یک در طول سال میزبان تعداد زیادی نمایش، کنسرت، اپرا، باله و تئاترهای موزیکال هستند. اگر به آلمان سفر کردید در این تئاتراز پرفورمنس جذاب و سرگرم کننده «توماس کرایمر» لذت ببرید.



Sydney Opera

Bolshoi Theatre

Guangzhou Opera

Wiesbaden

## از این خانه ها می خواهید؟

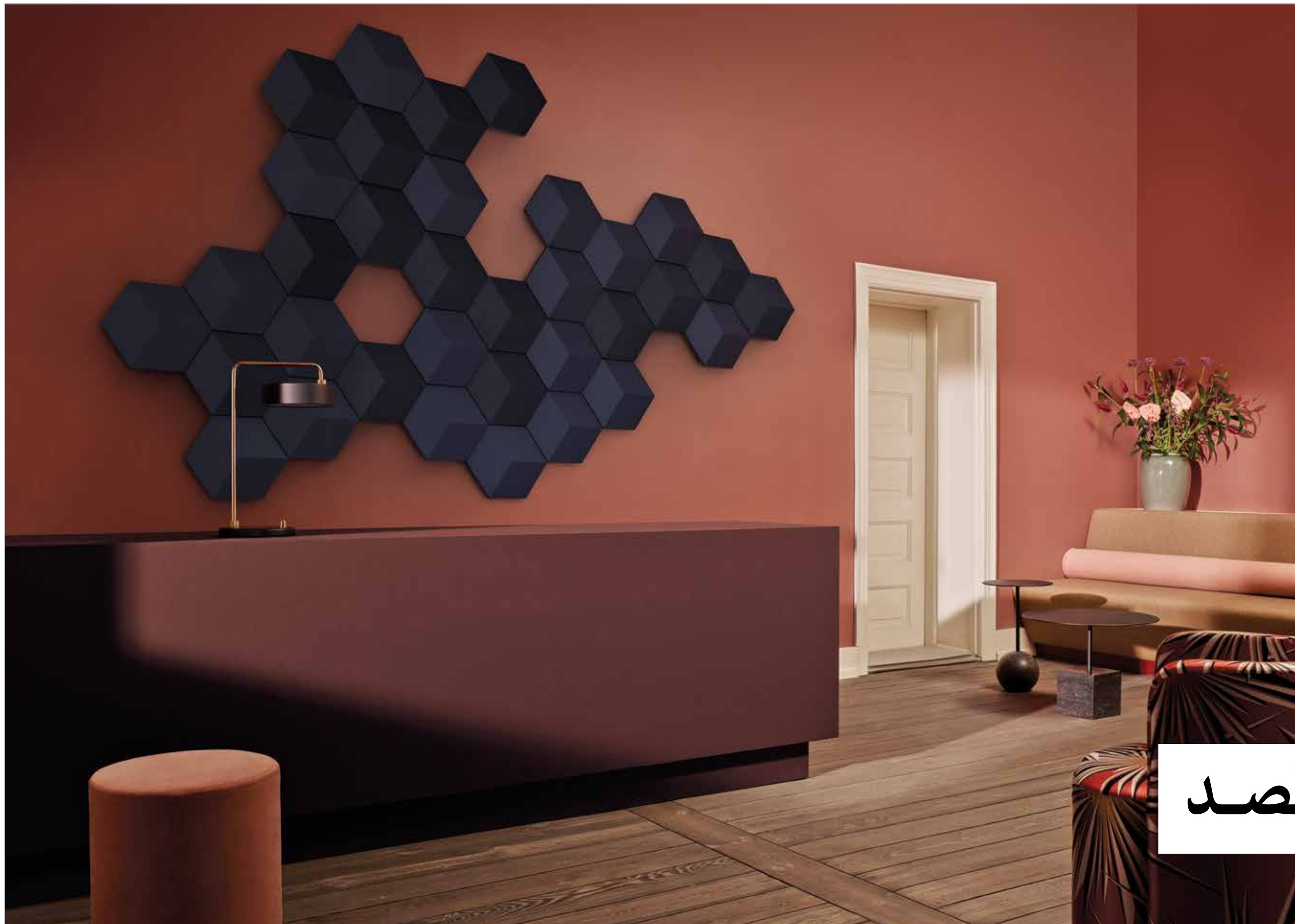
خانه هایی که به خانه های تان ببرید و شکرگزاری و مهربانی تان را در آن قسمت کنید...

اینجا قلک هایی ساده متولد شده اند تا مثل نامه هایی عاشقانه بین ما و شما رد و بدل شوند. با مهربانی شما، خانه ای آباد خواهد شد  
خانه ی دلتان آباد...

تلفن هماهنگی:  
۰۵۱-۳۷۱۱۲۱۱۱-۱۳

مسکن کارت: ۶۲۸۰ ۲۳۱۴ ۶۰۵۰ ۴۰۶۰  
مهربانی با همراه: \*۷۳۳\*۴\*۴۰۰۴۰۰#  
مشهد - خیام شمالی - عبدالمطلب ۵۸





شنیدن بی عیب و نقص با بیوساندشپ

# بادیوار می رقصد

بیوساندشپ یک بلندگوی بی سیم دیواری برای دوست داران سیستم های پخش موسیقی هوشمند و حرفه ای است. پخش صدای فراگیر و سه بعدی، ترکیب و طراحی قابل تغییر و دامپ های صوتی یکپارچه برای بهبود آکوستیک فضا، از ویژگی های این فرم های هندسی کاشی مانند است، پیوندی خلاقانه میان هنر و فناوری.

داشتن اسپیکر بر روی دیوار خانه، ایده آل و مناسب به نظر می رسد. بسیاری از افراد از قراردادن بلندگوهای متعدد و بزرگ در هر گوشه از خانه استقبال نمی کنند و به دنبال یک طراحی مینیمال و منحصربه فرد هستند. برند لاکچری دنیای صوت و تصویر «بنگ اند اُلفسن» راه حلی باشکوه و زیبا برای این خواسته طراحی و مدتی است که به بازار عرضه کرده است.

بیوساندشپ (BeoSound Shape) خیلی بیشتر از آن چیزی است که به چشم می آید. طراحی دلخواه با فرم های شش ضلعی از نشیمن و پذیرایی تا آشپزخانه و یادفتر کار با هماهنگی کامل در یک طراحی داخلی مدرن جاسا خوش می کنند. امکان انتخاب رنگ های متنوع و کانسپت طراحی مدولار آن، هم خوانی خوبی با دکوراسیون دارد.

بنگ اند اُلفسن (Bang & Olufsen) برند شناخته شده دانمارکی است و نزدیک به یک قرن قدمت دارد. مشتریان خاص B&O می دانند که هر رخدادی در تکنولوژی صدا و تصویر روی دهد و هر پیشرفت و نوآوری که به بازار بیاید، برای داشتن نسخه لاکچری آن باید به سراغ بنگ اند اُلفسن بروند.

#### دیوارهای آهنگین

در واقع این سیستم، شامل قطعات کاشی مانند ای است که در یک مجموعه قرار گرفته و به دیوار متصل می شوند. هر قطعه بطور مجزا یک بلندگو و یک دامپر آکوستیک دارد که می توان آن ها را در تعداد و اندازه های نامحدود با هم ترکیب کرد. این کاشی ها قابلیت جدا شدن از یکدیگر و حمل راحت تر را دارند، در واقع خریداری می تواند این کاشی ها را در هر تعدادی که نیاز داشت خریداری کند و سپس آن ها را در شکل های مختلف چیدمان کند.

بیوساندشپ شامل قطعات کاشی ماندی است که در یک مجموعه قرار گرفته و به دیوار متصل می شوند و هر قطعه بطور مجزا یک بلندگو و یک دامپر آکوستیک دارد

سیستم مرکزی پخش صدا در یکی از کاشی ها قرار دارد و باید وسط این مجموعه نصب شود. کاشی های بیوساندشپ قابلیت اتصال به گجت های هوشمند را دارند. این سیستم دارای قابلیت اتصال بلوتوث است و هم چنین به «Spotify»، «Air play» و «BeoPlay» متصل می شود که می توان از این روش ها به راحتی موسیقی مورد نظر را با بهترین کیفیت آکوستیک و کمترین صدای مزاحم (نویز) در خانه یا محل کار پخش کرد. ضعف آکوستیک در یک محیط هر چند زیبا، لذت گوش فرادادن به موزیک را کاهش می دهد. این مساله با یکپارچه سازی دامپر ها در بیوساندشپ مرتفع شده است. هم چنین این سیستم قابلیت پیوند دادن تعداد زیادی اسپیکر را فراهم می کند که در پخش دیجیتال صدا، همانند یک کنسرت حرفه ای، به شنونده امکان می دهد صدای تک تک سازها، خواننده ها و افکت های صوتی را بصورت واضح بشنود.

یکی دیگر از امکانات بیوساندشپ امکان همگام شدن با سایر تجهیزات پخش صوت در یک خانه است. اگر اسپیکرهای دیگری در فضای سکونت داشته باشید، با یکپارچه سازی آن ها با این سیستم در سرتاسر خانه موجی از پخش صوت با کیفیت و حرفه ای را تجربه خواهید کرد.

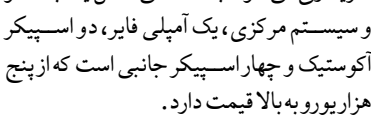
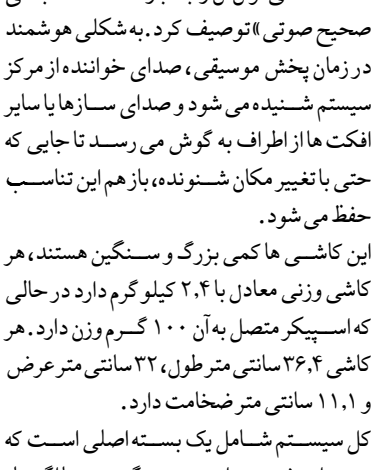
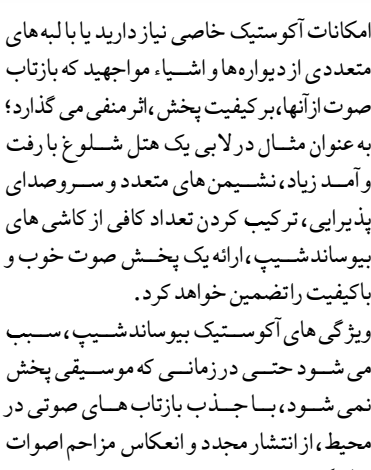
#### زیبا مانند طبیعت

کانسپت طراحی بیوساندشپ بر اساس مدل مدولار به تعریف و بازتعریف فرم های خاص شش ضلعی پرداخته است. ترکیب تقاطعی و پیکره سازی مدولار، مفهومی در هنر و معماری است که از اتصال واحدهای استاندارد (مدول ها) به منظور ایجاد ترکیبی بزرگتر با اجزاء سازنده پیچیده تر شکل می گیرد.

«الکساندر اسلاتو» طراح این پروژه در بنگ اند اُلفسن می گوید: «شش ضلعی یکی از شکل های دوست داشتنی در طبیعت است و در هر چیزی از بلورهای برف تا سلول ها دیده می شود. از فرم این سازه های تکرارشونده و گسترش یافته یک احساس کامل به بیننده دست می دهد، در نتیجه منحصربه فرد است و این شکل ناپایداری بی نهایت در طبیعت حسی زیبا برای انسان ایجاد می نماید.

#### پیشرو و حرفه ای

یک از کارایی های قابل توجه این سیستم زمانی نمود پیدا می کند که در یک فضای بزرگ، به



امکانات آکوستیک خاصی نیاز دارید یا با لبه های متعددی از دیوارها و اشیاء مواجهید که بازتاب صوت از آنها، بر کیفیت پخش، اثر منفی می گذارد؛ به عنوان مثال در لابی یک هتل شلوغ با رفت و آمد زیاد، نشیمن های متعدد و سروسرصدای پذیرایی، ترکیب کردن تعداد کافی از کاشی های بیوساندشپ، ارائه یک پخش صوت خوب و باکیفیت را تضمین خواهد کرد.

ویژگی های آکوستیک بیوساندشپ، سبب می شود حتی در زمانی که موسیقی پخش نمی شود، بسا جذب بازتاب های صوتی در محیط، از انتشار مجدد و انعکاس مزاحم اصوات جلوگیری شود.

یکی از امتیازهای خاص بیوساندشپ، شگردی است که می توان آن را با عبارت «اسکلت بندی صحیح صوتی» توصیف کرد. به شکلی هوشمند در زمان پخش موسیقی، صدای خواننده از مرکز سیستم شنیده می شود و صدای سازها یا سایر افکت ها از اطراف به گوش می رسد تا جایی که حتی با تغییر مکان شنونده، باز هم این تناسب حفظ می شود.

این کاشی ها کمی بزرگ و سنگین هستند، هر کاشی وزنی معادل با ۲٫۴ کیلو گرم دارد در حالی که اسپیکر متصل به آن ۱۰۰ گرم وزن دارد. هر کاشی ۳۶٫۴ سانتی متر طول، ۳۲ سانتی متر عرض و ۱۱٫۱ سانتی متر ضخامت دارد.

کل سیستم شامل یک بسته اصلی است که تجهیزات ضروری را در بر می گیرد و تنها اگر نیاز به اسپیکرهای بیشتر باشد کاشی های اضافی خریداری می شود. بسته اصلی شامل یک بلندگو و سیستم مرکزی، یک آمپلی فایر، دو اسپیکر آکوستیک و چهار اسپیکر جانبی است که از پنج هزار یورو به بالا قیمت دارد.



B&O

BANG & OLUFSEN

با «کرید» یکی از مجموعه‌های کم‌نظیر عطر آن آشنا شوید

# هفت نسل عطر آفرینی

از پدر به پسر و از پاریس تا لندن، خانواده‌ای که عطرشناسی را در خون خود می‌داند و اعتبارش را از کار منحصر به فرد برای اشراف‌زادگان اروپا از هفت نسل گذشته تاکنون به میراث برده است. اگر می‌خواهید با عطری آشنا شوید که رایحه آن، از لوکس‌ترین میهمانی‌های پاریس تا فرش‌قرمزهای مجلل هالیوود به مشام می‌رسد کرید را بخاطر بسپارید.



FINE FRAGRANCING SINCE 1760

CREEDFRAGRANCES.CO.UK

#MYCREED





برند لاکچری کرید (Creed) خانه عطری است که در پاریس پایه گذاری شده هرچند ریشه های خانوادگی این نام تجاری به سال ۱۷۶۰ و خیاط خانه کرید در لندن بازمی گردد. نسل اول، افتخار خود را خیاطی برای اعضای خانواده سلطنتی بریتانیا می دانست، اما خانه عطر کرید و تجارت بین المللی آن، با نسل حاضر به بلوغ رسید که از سال ۱۹۸۰ تمرکز خود را بر بازار منحصر به فرد و کوچکی از مشتریان خاص محدود کرده، افرادی که عطر در دنیایشان به جز یک رایحه خوش، بخشی از سبک زندگی محسوب می شود.

کرید مدعی است که بسیاری از رایحه ها را اختصاص برای خانواده های خاص و به ویژه

شخصیت های مشهور از جمله سیاست مداران تولید می کند. با این وصف بخشی از ۲۰۰ رایحه ای که تا به حال توسط این برند لوکس خلق شده است به جز یک مشتری به شخص دیگر ارائه نشده است. اما ثبت مالکیت معنوی نشان Creed در فرانسه و آغاز دهه ۱۹۸۰ بیشتر تلاشی بوده است برای همگانی تر کردن و فروش این عطرها به تعداد بیشتری از افرادی که به طبقه خاص اجتماعی در کشورهای مختلف تعلق دارند. اوج موفقیت و شهریت این بخش از کسب و کار کرید به اواسط دهه هشتاد بازمی گردد، زمانی که «اولیویر کرید» عطری در قالب ادوپرفیوم با نام «ایریش گرین توپید» را به بازار عرضه کرد.

خانه عطر کرید تمرکز خود را بر بخشی از مشتریان محدود کرده که عطر در دنیایشان به جز یک رایحه خوش، بخشی از سبک زندگی محسوب می شود.

# creed fragrances

در دهه حاضر «اولیویر» و فرزندش «جیمز هنری» راه روبه موفقیت خانه عطر کرید را ترسیم می نمایند. او با پسردیگرش «اروین» برای تحقیق، سرکشی و یافتن ناب ترین منابع مواد اولیه به سفرهایی در سراسر دنیا می روند. گل های رز که از بلغارستان، ترکیه و مراکش به لا براتوار کرید می رسد و رازقی، زنبق فلورنتینا و گل مریم از هندوستان، بخشی از این گنجینه اصیل برای یافتن بهترین منابع عطرسازی است. همانند زمانی که این خانه عطر در فرانسه پایه گذاری شد، هنوز کارخانه اصلی در فونتن بلو فعال است و با روش های سنتی عصاره گیری، قادر است تا اصالت رایحه ها و کیفیت برتر عطرها را تضمین نماید. اما بد نیست برای آشنایی بیشتر با یک دسته از محصولات فاخر این خانه عطر در مجموعه ای با نام «ویژه سلطنتی» آشنا شوید. کلکسیونی لوکس و منحصر به فرد تحت عنوان «Royal Exclusive» رایحه های خاص و معتبر این کمپانی را در قالبی مجلل و هنری عرضه می کند. این مجموعه عطر کرید در بطری های دست ساز شیشه ای، ساخت (Poche) که شرکت فرانسوی معتبری است ارائه شده اند.

تندیس هایی از شیشه که سرتاسر با تاج Creed به رنگ طلایی حکاکی شده اند، الهام گرفته شده از فرمانروایی های پرشکوه و مجللی که این برند در طول عمر کاری خود با آنها عجین بوده است. طراحی دلفریب این شیشه ها به همراه عطر و بوی



منحصر به فردشان مردان و زنان را به دنیای بی زمانی از شکوه و زیبایی می برد. این کلکسیون بیانی است از نهایت کیفیت و مجموعه ای است از توانایی عطر به عنوان هنر.

## Jardin d'Amalfi

«ژاقدن د آمالفی» نماد سفری دریایی است به سمت پایین ساحل آمالفی در دریایی رنگین کمانی و مناظری که با میوه های عجیب و غریب و رایحه های لوکس متمایز شده است. در اولین مواجهه با ژاقدن د آمالفی حواس شما با رایحه هایی مرکباتی از ساحل آمالفی به چالش کشیده می شود و عطری از چوب های سرو، سیب و رز، ترکیبی گلی و فرحبخش را ایجاد می کند. این رایحه تداعی گر سرسبزی بیشه ها و گل های ساحل با شکوه آمالفی است، در بعد از ظهری تابستانی در سال ۱۹۲۷ زمانی که اجرای یک رقصنده مدرن آمریکایی به نام ایزادورا دانکن، مخاطبانی را که از قاره های مختلف برای دیدارش آمده بودند خیره و مسحور کرد.

## Sublime Vanille

«سوبلیم وانیل» ارائه دهنده رایحه ای پر رمز و راز و درخشان است. مردان و زنانی که با رایحه این عطر مواجه می شوند قادر به مقاومت در برابر این جادوی سحرآمیز نیستند و به طور کامل تسلیم بی پروائی اش می شوند. ترکیبی غنی شده با

وانیل، که محبوب ترین رایحه در تمامی زمان ها، اماکن، و فرهنگ ها بوده است.

## White Flowers

همانند تصویری از بهشت، عطر «وایت فلاورز» راه بهشتی خود را از جهانی ابدی فراتر از ابرها یاد رگستره رویا پیش می گیرد. ترکیبی برانگیزاننده و پیچیده و ساخته شده از مواد مرغوب دست چین شده. ترکیبی غنی از گل های سفید که پوشنده اش را همانند لباس ریزبافتی از گل های یاس در بر می گیرد و اثری هنری هم در فرم و هم در عطر و بو به حساب می آید.

## Pure White Cologne

«پیور وایت کولسون» تداعی کننده سبک مردان انگلیسی است که در زمان ملکه ویکتوریا زندگی می کردند. مبادی آداب اشرافی، شیک و تمیز، ملبس به لباس های دست دوز سفید که زندگیشان با کیفیت بالای لوازمشان و جزئیاتی بی عیب و نقص، غنی شده بود.

## Spice and Wood

رایحه های ادویه ای و چوبی از رایحه هایی بوده اند که در لحظات رقابت، در جشن و شادی و پس از پیروزی ها حضور داشته اند. عطر «اسپایس اند وود» شامل رایحه هایی خاص با جذابیتهی بالاست. این عطر غنی شده با گنجینه هایی از شرق و اروپا است.





برند هانتسمن و تاریخ پر افتخار دوخت سفارشی

# برقامت نجیب زادگان

وقتی قرار باشد برای معرفی برندی با ۱۷۰ سال قدمت آن هم در زمینه مد و استایل، پیش‌درآمدی بنویسیم، می‌شود به مخاطبان خود توصیه کنیم در یکی از شهرهای بزرگ دنیا به خیاط‌خانهٔ «هانتسمن» بروند تا صاحب یکی از بهترین کت وشلوارهای عمر خود شوند. اما به جای آن، خوش‌تر داریم بگوییم این مطلب را بخوانید، شاید روزی شما هم بنیانگذار یا توسعه‌دهندهٔ یکی از بهترین برندهای دنیا شوید؛ به راستی هانتسمن چه کار کرده که جزو برترین‌های جهان است؟

شرافت یک لباس

شاید بتوان «هانتسمن» را در چند کلمه خلاصه کرد؛ خانهٔ مد، طراح و خیاط سفارشی بریتانیایی که خوب می‌داند یک «جنتلمن» باید چگونه لباس بپوشد.

برای درک دقیق‌ترین توصیف، لازم است بر روی مفهوم جنتلمن تمرکز کنیم. پیدا کردن تک‌واژه‌ای که بتواند معادل جنتلمن باشد کار ساده‌ای نیست، ترجمهٔ «آقا» کافی نیست، باید واژه‌ای باشد که نجیب‌زاده، محترم، باشخصیت و اصیل را هم در خود داشته باشد. مفهوم جنتلمن طی قرن‌های متعددی درزندگی، فکر و روحیه‌انگلیسی‌هاریشه دوانده‌است.

دست‌کم هفت دهه‌پیش، «زیگفرید» جامعه‌شناس فرانسوی آنجا که در کتابش به برخی روحیات، ریشه‌های رفتاری و طرز فکر انگلیسی‌ها اشاره می‌کند در این باره می‌گوید:

«در انگلستان جنتلمن کسی است که بتواند خود را آنگونه که شایسته‌است در میان مردم نگاه‌دارد و در هر ساعتی لباسی را بپوشد که شایسته‌آن ساعت است... و نیز جنتلمن کسی است که می‌داند آبروو شرف خود را چگونه حفظ کند و نتیجه‌آن این است که مردم به وی اعتماد پیدامی‌کنند، گمان نمی‌کنم

که انگلستان به هیچ مفهومی شریف‌تر و ملی‌تراز مفهوم جنتلمن دست یافته باشد.» (روح ملت‌ها، آندره زیگفرید، ترجمه احمد آرام، ۱۳۴۳)
شاید حالا راحت‌تر بتوان در این باره به نتیجه رسید که هانتسمن برای مردمی با چنین روحیه و مفاهیم ریشه‌دار اجتماعی چه کار سخت و دشواری در پیش روی خود داشته‌است! یکی از قدیمی‌ترین خانه‌های طراحی و خیاطی پوشاک در «سویل‌رو» لندن، با میراثی پر افتخار که داستان خارق‌العاده پدیداری و پایداری‌اش، نشأت گرفته از برتری یکپارچه و توجه به کیفیت است. صفاتی که بین نسل‌های مختلف انتقال یافته و استانداردهایی که تلاش شده از آن مراقبت شود.

از لندن تا کیهکشان

«هنری هانتسمن» بنیانگذار ساق‌پوش و شلواردوزی هانتسمن (Gaiter and Breeches Maker) بود که در سال ۱۸۴۹ اولین خیاط‌خانه‌اش را در خیابان نیویاند لندن تأسیس کرد. به مدت ۴۰ سال این نام به عنوان طراح و دوزنده کت و شلوار سفارشی و شخصی دوزی برای خانواده‌های سرشناس و نام‌آور مورد اعتماد بود. کارگاهی آموزشی به همراه اصطبل‌ی برای اسب‌سواری داشت

در گالری هانتسمن با سه دسته کلی محصول روبرو هستیم: نخست طراحی و دوخت صددرصد سفارشی؛ دوم دوخت‌های سفارشی بر اساس الگوهای استاندارد و دسته آخر گروه پوشاک

که باعث شده بود تا لباس‌های شکار و سوارکاری اشرافی اروپایی به زمینهٔ کاری اصلی او تبدیل شود، تخصصی که پایه و اساس کار این خانواده شد. شلوارهای مخصوصی که هنری هانتسمن طراحی می‌کرد هنوز در بوتیک «سویل‌رو» نمایش داده‌می‌شود.

سال ۱۸۸۶ هانتسمن نخستین سفارش سلطنتی خود را به عهده گرفت که ساخت شلوار چرم شاهزاده ولز و بعد از آن ادوارد هفتم بود. خیاطی برای دومین فرزند ملکه ویکتوریا و پرنس آلبرت این نام را به نقطه اوج خود رسانید تا جایی که سفارش‌های سلطنتی برای لباس سوارکاری تنها به آن‌ها و گذار می‌شد.

شهرت هانتسمن به فرای مرزها رسید و با شروع قرن بیستم و در دوران طلایی هالیوود، لباس‌های سواری برای «کلارک گیبل» و «ادیوید نیومن» در کنار سفارش‌های دوک ویندسور قرار گرفت. خانواده سلطنتی و اشراف‌زادگانی چون لرد لوئیس مونتباتن نایب السلطنه هند و لرد فرانسیس اسپنسر و شخصیت‌های هنری مانند رودلف والتنیو و بسیاری دیگر نام‌برند هانتسمن را بر جامه خود داشتند، نامی که تداعی‌کننده اشرافی‌گری و جذابیت شده بود.



ESTABLISHED 1849

HUNTSMAN SAVILE ROW



## عشق سال‌های سخت

جنگ‌های جهانی برای بسیاری از برندهایی بریتانیایی خاطرات ناگوار و دلخراشی به همراه داشت. هنری هانتسمن نیز در این میانه، در گذشت و بازماند گانش به این فکر افتادند تا رشته کار را به مدیری جدید و تازه نفس بسپارند. «رایرت پکر» مدیری درخشان و پرنفوذ بود که توانست این خیاط‌خانه سنتی اشرافی را به یک خانه مد منحصر به فرد تبدیل کند و در مسیری رو به رشد قرار دهد که تاکنون نیز ادامه داشته است. در زمانی که تمامی برندها به سراغ راه‌اندازی کارخانه و ساخت و سازهای بزرگ رفتند او با جدیت و برای حفظ هماهنگی و کیفیت برتر، به ساخت و طراحی در کارگاه‌های خانگی پافشاری کرد. بدین ترتیب همچنان تأثیر کیفیت و زرق و برق کار دست‌دوز بر روی محصولات هانتسمن باقی ماند؛ تا آنجا که نام هانتسمن کعبه‌آمالی شد برای سفارش‌های نامحدود و هالیوود و چهره‌های برجسته آمریکایی که در حال پیشرفت و گذار از عصر جنگ جهانی بودند.

## در عصر طلایی مد

دهه‌ها گذشت اما طراحی، دوخت سفارشی و پارچه‌های کم‌نظیر هانتسمن، همراه برش‌های ظریف و سازگار با فرم بدن که در هماهنگی کامل با مد روز هم بود به چیزی جدانشدنی از سبک‌زندگی جنتلمن‌ها تبدیل شده بود. در این میان، گذار دوره‌های مختلف طراحی، تغییرات سبک و برش بطور واضح مشهود است. از تأثیر عصر طلایی سینما تا انقلاب‌های اجتماعی دهه ۶۰ و ۷۰، از زیبایی خیره‌کننده و زرق و برق دنیای مدرن تا همگام شدن با هنرمندان و طراحان دنیای مد، پیشران اصلی بسیاری از طرح‌های جدید این دوره بودند.

اما این روزها نیز نام هانتسمن همراه با افسانه‌هایی که درباره‌اش می‌گویند و مجموعه‌های تخصصی بر سر زبان‌هاست، مجموعه‌هایی که هر کدام بنا به خدمت و پاسخ به نیازهای مخاطب طراحی شده است. در خانه طراحی و مد هانتسمن ضیافت‌های مجلل و رسمی، میهمانی‌های معمول یا خانوادگی، ساعات پیاده‌روی و یا حضور در محیط کار و حتی تعطیلات، هر یک صاحب مجموعه‌ای مخصوص

به خود هستند. مجموعه‌های منحصر به فرد کراوات، دکمه سرآستین، لباس‌های مخصوص سوارکاری، گلف و لباس‌های مفهومی هنرپیشه‌ها و ستارگان را هم به آن اضافه کنید. در این گالری با سه دسته کلی محصول روبرو هستیم؛ نخست طراحی و اختصاصی برای یک مشتری است. دسته دوم بالغ بر هزار طرح دوخت‌های سفارشی هستند که بر اساس الگوهای قلمتی استاندارد طراحی شده و مشتری بعد از اندازه‌گیری و انتخاب از بین مدل‌ها، مالک لباس سفارشی خود می‌شود. دسته آخر نیز گروه پوشاک آماده است که طیف متنوعی از لباس و اکسسوری از قبیل کت، شلوار، پیراهن، پالتو، بلوزهای بافت، شال، دستمال گردن، کراوات و دکمه را در بر می‌گیرد.

## پیشواز بهار ۲۰۱۸

مجموعه بهار و تابستان ۲۰۱۸ هانتسمن با استفاده از پارچه‌های بهاره و گاه‌نازک، اما دارای شکل و استایل خود است، با نیم‌نگاهی به راحتی و استفاده مداوم برای آقایانی که همواره به ظاهر شخصی خود اهمیت می‌دهند. رنگ‌های مختلفی از طیف آبی و خاکستری همراه با برش ظریف اما دوخت‌های محکم، این مجموعه را بسیار راحت و کاربردی کرده است.

نیم‌نگاهی به خانواده پارچه‌های قهوه‌ای نشان می‌دهد ترکیب رنگ‌های گرم نیز در مجموعه فصل جدید مورد توجه هانتسمن بوده است. کراوات‌های زیبا کار را یکسره کرده و تیبی کلاسیک اما راحت و فاخر را فراهم آورده است؛ ترکیبی از تضاد‌ها اما مناسب و در دسترس.

همچنان پس از ۱۶۹ سال از تاسیس، هانتسمن برندی است که در هر کجای دنیا جنتلمن‌های واقعی هنوز هم با داشتن آن خوش می‌درخشند.

برخی از مشتریان برجسته هانتسمن در طول ۱۶۷ سال گذشته، تعداد زیادی از شاهزادگان دربار بریتانیا و ستارگانی مانند کلارک گیبل و کوکوشنل بوده‌اند.

طراحی مفهومی و نمونه مرسدس بنز

# مسافر زمان

بخواهیم با خواهیم، این روزها اتوموبیل بخشی از سبک زندگی ماست. از ۱۳۲ سال پیش که «کارل بنز» اولین اتوموبیل با تعریف امروزی را اختراع کرد، تا همین امروز، این برند آلمانی تبار بر حال و آینده خودروسازی جهان سایه افکنده است. خودروهای مفهومی آنچه را که در سال‌های بعد خواهیم داشت تا حدی به ما نشان می‌دهند و در این مسیر، مرسدس بنز همچنان حرف‌های زیادی برای گفتن دارد.





مرسدس بنز سه سال پیش، با رونمایی از خودروی مفهومی «F015» از آنچه برای آینده دوستدارانش ترسیم کرده، پرده برداشت و هر چه پیش می‌رویم به روزهایی که اولین نمونه‌های تولید انبوه آن به بازار روانه خواهد شد، نزدیک‌تر می‌شویم. به بهانه‌این بازخوانی و پیش از آنکه به توصیف F015 بپردازیم، بهتر است ببینیم واژه خودروی مفهومی (کانسپت) دقیقاً به چه معناست؟

کانسپت (Concept) در لغت بمعنی مفهوم، فکر و تصور کلی است. در تعاریف رایج، کانسپت رادر هر طرحی، معادل ایده‌ای می‌دانند که باید باتبادل فکر و اندیشه پرورش یابد، تا به پیاده‌سازی یک خروجی مناسب و ایده‌آل منجر شود. این روزها در صنعت خودرو هم، خودرو کانسپت یا مفهومی بیش از پیش کاربرد پیدا کرده و تقریباً تمامی شرکت‌های خودروساز جهان تلاش می‌کنند در این عرصه توانایی‌های خود را به نمایش بگذارند. اما موضوع به همین سادگی نیست و برای درک دقیق‌تر «خودروی مفهومی» ابتدا باید درباره «طراحی مفهومی» صحبت کنیم.

برخلاف معنی رایجی که می‌توان به سادگی برای طراحی مفهومی ارائه داد، تعریف این ترکیب، کار چندان ساده‌ای نیست و دایره‌ای بسیار وسیع دارد. سال ۲۰۰۷آژانس طراحی و تحقیقاتی «FORA» باتاکید بر اینکه هنوز تعریف جامعی از «طراحی مفهومی» وجود ندارد به این تعریف خلاصه رسید: «طراحی مفهومی، راه حلی است برای مسایلی که تاکنون حل نشده‌اند و یا جواب‌هایی که برایشان وجود دارد، چندان خشنودکننده نیستند.» (پژمان نوروزی، طراحی مفهومی یعنی چه؟، وب سایت نویسنده)

شاید اینگونه قابل درک‌تر باشد که بدانیم، طراحی مفهومی، مرحله‌ای از فرآیند بزرگ طراحی است. اگر طراحی را فرآیندی صفر تا صد بدانیم، در طی آن یک ایده شکل می‌گیرد، آزمایش می‌شود و راه‌حل‌هایی برای طراحی در نظر گرفته می‌شود و در نهایت به تولید محصول منجر می‌شود. طراحی مفهومی، جایی بعد از «تعیین نیازمندی‌های محصول» و قبل از «طراحی جزئیات» قرار دارد. همچنین می‌توان گفت طراحی مفهومی محل اشتراک مفاهیم کسب و کار، علوم اجتماعی، احساسات مخاطبان (مردم) و در نهایت مسائل طراحی است.

اکنون شاید بهتر بتوان به مشخصاتی رسید که یک خودروی مفهومی را توصیف می‌کند. خودرو کانسپت، به نمونه‌ای گفته می‌شود که شرکت سازنده طراحی می‌کند تا توانایی خود در ترسیم آینده این صنعت را نشان دهد، اختراعاتی را که می‌تواند به تولید انبوه برساند معرفی نماید و پیشاپیش سهم بازار را با محصول خود تصاحب نماید.

خودرو کانسپت، باید به فناوری‌های آینده مجهز باشد، اصول طراحی مدرن مانند شکل ظاهری آیرودینامیک و یکپارچه در آن بهبود یافته باشد، در سیستم پیشرانده و موتوری آن نوآوری وجود داشته باشد (مانند تکنولوژی‌های هیبریدی و هیدورژنی)، در طراحی داخلی آن اتفاقات جدیدی دیده شود و برای مسائل پیش روی انسان و جهان، مانند چالش‌های زیست محیطی پاسخ‌هایی درخورتوجه ارائه نماید. حال باین نگاه، به بازخوانی مشخصات این کانسپت مرسدس بنز رویایی می‌پردازیم.

این روزها خودرو کانسپت یا مفهومی پیش از پیش کاربرد پیدا کرده و تقریباً تمامی شرکت‌ها تلاش می‌کنند در این عرصه توانایی‌های خود را به نمایش بگذارند

سواری لوکس مرسدس بنز F015 کانسپت، آینده اتومبیل‌ها را به تصویر می‌کشد، زمانی که کنترل خودرو را به سرنشینان عقب واگذار می‌کنید؛ درست شبیه قصه‌های ژول ورن که از آینده‌ای عجیب خبر می‌داد! البته خود راننده هم در واقع خودرو را هدایت نمی‌کند بلکه تنها سرعت را تنظیم می‌کند. زمانی که هیچ‌کس رانندگی را بر عهده‌نگیرد، صندلی راننده برای ویدیو کنفرانس ۱۸۰ درجه می‌چرخد و خودرو کنترل خودش را عهده‌دار می‌شود.

شاید فقط تکان‌های خودرو باعث شود به بیرون توجه کنید و عبور خودروهای دیگر را از پنجره‌های آن ببینید، اما نگاه شما خیلی زود دوباره به داخل خودرو کشیده می‌شود. جایی که پنل روی درب‌ها که صفحه نمایش لمسی‌اند خلاصه‌ای از بیرون خودرو را نمایش می‌دهند. خودرو دارای فرمان و پدال است و مرسدس بنز نخواست تجربه کاربری یک راننده یا همان لذت رانندگی را بطور کلی از میان بردارد، اما تنها ضربه‌ای بر روی صفحه نمایش روی درب این خودرو کافی است تا هدایت خودرو به هر مسافری سپرده شود که تصاویری ۳۶۰ درجه برای او نمایش داده می‌شود و توانایی تنظیم سرعت و تغییر کابین را به او می‌دهد.

در طراحی داخلی F015، مرسدس بنز برای الهام بخشیدن، به دنیای آنالوگ برگشته و از روش گردویی روی کف آلومینیومی استفاده کرده است. صندلی‌ها نیز الگویی ریزبر روی پوسته آلومینیومی دارند که با رزین سفید پرو جلا داده شده‌اند و این باعث درخشندگی آن‌ها شده است. درون کابین، فضایی بسیار وسیع و دل‌باز فراهم آمده که چهار صندلی انفرادی سطلی شکل با طراحی بسیار شگوهمند در آن به چشم می‌خورند. بعلاوه

فاصله طولانی بین دو محور نیز همراه با فرم بدنه، کمک کرده‌اند تا بیشترین فضای پای ممکن برای سرنشینان این خودرو فراهم شود. فرم درب‌های خودرو با زاویه باز شدن ۹۰ درجه‌ای یک دسترسی بسیار آسان به فضای داخلی و سهولت هر چه بیشتر در سوار و پیاده شدن را سبب می‌شود. پنجره مشبک و نوار عقب گرم و ملایم طراحی شده و عقب خودرو قادر به هجی کردن کلمه STOP به رنگ قرمز است، در حالی که بینی جلویی آن دنباله‌ای روشن از مسیر عابر پیاده جلوی خودرو به وجود می‌آورد، همچنین مرسدس بنز سامانه‌ای را رونمایی کرده

که قادر به نمایش پیام بر سطح زمین پیش رو است. دو موتور الکتریکی روی محور عقب این خودرو قرار گرفته‌اند که در بالاترین حد می‌توانند ۲۷۲ اسب بخار نیرو تولید کنند اما در حالت عادی تنها یک خروجی پایدار ۱۶۳ اسب بخار ارائه می‌شود. یک پیل سلول سوختی هیدروژنی وظیفه تأمین انرژی الکتریکی مورد نیاز این موتورها را بر عهده دارد و همچنین یک باتری ولتاژ بالا می‌تواند قدرت اضافی رادر کوتاه‌مدت فراهم سازد. شتاب صفر تا صد F015 تنها ۶٫۷ ثانیه است که برای چنین خودرویی با ابعاد بزرگ بدنه و موتور

شتاب صفر تا صد در این مرسدس بنز تنها ۶٫۷ ثانیه است که برای چنین خودرویی با ابعاد بزرگ بدنه و موتور الکتریکی، رقمی بسیار مطلوب است

الکتریکی، رقمی بسیار مطلوب است. نهایت سرعت آن هم به ۲۰۱ کیلومتر بر ساعت محدود شده است. این کانسپت مرسدس بنز در بدنه و شاسی از ساختاری آلومینیومی بهره می‌گیرد و فولاد با مقاومت کششی بالا و فیبر کربن نیز در قسمت‌های مختلف آن بکار رفته‌اند.

در نهایت باینکه مرسدس این خودرو را به‌طور عملی آزمایش کرده و با وجود واقعی بودن قسمت‌های مختلف و قابل استفاده بودن آن در حال حاضر، که همگی امتیازات مثبتی به شمار می‌روند، هنوز این خودرو، رویایی و فراتر از زمان به نظر می‌رسد.





## BARAN VIP TOWER

Five Star Lifestyle



### BARAN VIP

گروه مهندسی باران همزمان با دهمین سال فعالیتش توانست توسعه محصول خود را در کلاس بندی های متفاوتی دنبال کرده و رده فاخر باران VIP را به مخاطبان ارائه نماید. برج باران VIP شامل آپارتمان هایی وسیع و لوکس با تعداد کمتر طبقات است. این برج، از ویژگی های منحصر به فردی چون طراحی معماری کلاسیک بهره می برد.

در باران VIP، بیشتر خدمات هتل برج های باران به ساکنان ارائه می شود. چنین ساختاری مناسب کسانی است که تمایل دارند در مجموعه ای با تعداد محدود آپارتمان زندگی کنند و در عین حال، علاقمندند از کلیه خدمات یک هتل پنج ستاره، «به سبک باران» بهره مند باشند.

نکته قابل توجه در باران VIP این است که در این پروژه برای اولین بار سطح فضاهای اشتراکی و رفاهی ساختمان نسبت به دیگر پروژه ها، از میزان زیربنای مسکونی فراتر رفته است و مشاعات ساختمان بخش عمده ای از زیربنای تشکیل می دهند. هم اکنون این پروژه در خیابان گلشن در بلوار هفتم تیر مشهد با سرعت و دقتی قابل وصف در حال ساخت می باشد و امید می رود با شروع سکونت در آن، تنوع محصول بیشتری در سبک زندگی بارانی را شاهد باشیم.

## شهر خوب، شهر باران است



### برج مسکونی باران ۴

تازه ترین حرف گروه مهندسی باران  
در هتل برج های مسکونی

[www.telegram.me/barangroupco](https://www.telegram.me/barangroupco)

[www.instagram.com/barangroup](https://www.instagram.com/barangroup)

[info@baran.ir](mailto:info@baran.ir)

[www.baran.ir](http://www.baran.ir)

**051 - 38181**



website



telegram



instagram

