ВИКТОРИЯ ЕГОРОВА

СКОЛЬКО СТОИТ КРАСОТА



Что дизайнер знает о ваших деньгах, но никогда не скажет вслух

Виктория Егорова
Сколько стоит красота

https://litres.ru/74835358
SelfPub; 2026

Аннотация

Почему диван за миллион стоит миллион совсем не из-за дивана? Что на самом деле скрывается за биркой «Сделано в Италии»? Зачем в мебельном салоне пахнет апельсином, кто получает процент с вашей покупки и почему смета ремонта растёт всегда, а не иногда?

Виктория Егорова — дизайнер интерьера, юрист и экономист по образованию — открывает то, о чём в индустрии принято молчать. Как устроены наценки, комиссии и уловки салонов. Где экономия обходится дороже всего. Как выбрать бригаду и дизайнера и не переплатить.

Это не книга о том, как сэкономить. Это книга о том, как платить за красоту и не переплачивать за всё остальное. Читается за один вечер, а пригодится на всё время ремонта.

Содержание

Выходные данные 4
Вместо предисловия 5
Глава 1. Диван за миллион 8
Глава 2. «Сделано в Италии» 12
Глава 3. Запах апельсина 17
Конец ознакомительного фрагмента. 18

Виктория Егорова
Сколько стоит красота

Что дизайнер знает о ваших деньгах, но никогда не скажет вслух

Выходные данные

12+

Виктория Егорова. Сколько стоит красота. Что дизайнер знает о ваших деньгах, но никогда не скажет вслух. Москва, 2026.

Все истории в книге основаны на реальных ситуациях; имена и детали изменены, некоторые герои собирательные. Цифры приведены как ориентиры и могут меняться. Книга не является юридической или финансовой консультацией. Названия компаний, брендов и товарные знаки упоминаются в информационных целях, принадлежат их правообладателям, и их упоминание не является рекламой.

© Виктория Егорова, 2026

Вместо предисловия

Первое, что я услышала от знакомой, когда она закончила ремонт в трёшке на Соколе, было не «какой получился свет» и не «как удобно на кухне». Она сказала: «Вика, я не понимаю, куда делись четыре миллиона». И положила передо мной папку — чеки, договоры, распечатки переписки с прорабом, всё вперемешку.

Я взяла её домой скорее из любопытства. И вдруг поняла, что читаю эти бумаги сразу тремя глазами. У меня ведь три диплома, и долгое время я думала, что первые два мне больше не пригодятся. Юридический — с отличием, потом экономика и финансовый менеджмент, и только потом дизайн интерьера. Юрист во мне спотыкался о договоры. Экономист складывал цифры и хмурился. А дизайнер смотрел на фотографии готовой квартиры и понимал, за что именно здесь заплачено, а за что нет.

Через три вечера картина сложилась. Половина денег ушла туда, куда и должна была уйти. Ещё четверть — на вещи, которые моя знакомая купила бы и так, только заметно дешевле, если бы знала, какой вопрос задать. А последняя четверть просто растворилась. В переделках, срочных доставках, в «а давайте ещё вот здесь», в процентах, о которых никто не сказал вслух.

Эта книга про последнюю четверть.

Разоблачать я никого не собираюсь. Большинство людей вокруг ремонта — мебельщики, плиточники, менеджеры салонов, мои коллеги — честно зарабатывают свои деньги. Но у любой индустрии есть своё устройство, и в нём есть места, где деньги тихо утекают. Почти все они находятся там, где заказчику неловко спросить. Неловко уточнять, из чего сделан диван, когда консультант только что принёс вам капучино. Неловко спрашивать симпатичного дизайнера, получает ли он процент от салона. Неловко требовать объяснений у прораба, который с семи утра в пыли на вашем объекте.

Я хочу, чтобы после этой книги вам больше не было неловко.

Мы пройдём тот же путь, что проходит каждый, кто делает ремонт. Сначала зайдём в салон и разберёмся, как устроена цена на то, что так красиво стоит на витрине. Потом заглянем за кулисы, в пыль и штробы, куда хозяева обычно стараются не смотреть. А в конце сядем и спокойно посчитаем ваши деньги.

Истории в этой книге настоящие, но имена и детали я изменила, а иногда собрала одну героиню из нескольких. Цифры в них — ориентир, а не прейскурант: цены меняются быстрее, чем выходят книги. Зато механизмы остаются прежними десятилетиями, и именно их я старалась описать как можно честнее.

И ещё одно, до того как мы начнём. Это не книга о том, как сэкономить. Я люблю красивые вещи и считаю, что они

стоят своих денег. Это книга о том, как платить за красоту и не переплачивать за всё остальное.

Глава 1. Диван за миллион

В салоне на Фрунзенской пахло инжиром и хорошей кожей. Музыка играла так тихо, что её скорее чувствовали, чем слышали. Анна стояла перед диваном цвета мокрого песка и уже знала, что купит его. Так бывает с платьем или с квартирой: входишь — и всё, дальше только формальности.

— Это наша фабрика в Брианце, — мягко сказал консультант. — Ручная работа, семейное производство. Срок изготовления — двенадцать недель.

Цену он назвал потом, вскользь: девятьсот восемьдесят тысяч. Но первым прозвучал срок, и мысли Анны уже ушли к тому, сколько ждать, а не к тому, сколько платить. Она кивнула. И не спросила ни про каркас, ни про набивку подушек, ни про то, снимается ли чехол. Рядом с такой красотой подобные вопросы кажутся мелочными, почти неприличными.

Именно с этого чувства начинается почти любая история про деньги в интерьере. Поэтому давайте сделаем то, чего Анна не сделала, и немного покопаемся в этом диване. Не отвёрткой, а калькулятором.

В мебельном бизнесе есть правило, о котором редко говорят при покупателе: розничная цена примерно вдвое выше закупочной, а в дорогих салонах и втрое. Думать, что это чистая жадность, несправедливо. Такая наценка оплачивает аренду на хорошей улице, зарплату людей со вкусом и образ-

цы, которые годами стоят в зале. И ещё она позволяет раз в сезон повесить табличку «распродажа минус пятьдесят» и не уйти в минус. Так что в следующий раз, увидев такую скидку, не спешите радоваться удаче. Она была заложена в цену заранее.

С европейским диваном цепочка ещё длиннее. До того как попасть в московский зал, он проходит через фабрику, экспортёра, перевозчика, таможню, дистрибьютора и склад. Если разложить девятьсот восемьдесят тысяч Анны по этим ступенькам, фабрика с её рабочими, деревом, пружинами и собственной прибылью получит тысяч триста, может триста пятьдесят. Примерно четверть уйдёт на дорогу, таможню и посредников. А около половины останется самому салону — на аренду, людей, рекламу, налоги и прибыль. Это не отчётность какого-то конкретного бренда, а обычная для отрасли пропорция. Иногда её признают сами производители. Одна американская мастерская прямо пишет на своём сайте, что не отдаёт свои диваны в магазины: тогда покупателю пришлось бы платить почти вдвое больше за то же самое.

Выходит, сам диван стоит меньше половины того, что за него заплачено. Всё остальное — дорога от фабрики до вашей гостиной. И если принять эту мысль спокойно, без обиды, меняется сам вопрос. Уже не «дорого или дёшево?», а «за какую часть я хочу платить?».

Потому что покупаем мы, если честно, не одну вещь, а сразу несколько. Есть то, что внутри: каркас из массива или

из ДСП, настоящие пружины или ремни, пух или пена неизвестной плотности. Именно это решит, будет ли диван через три года таким же, как в салоне. Есть то, что снаружи: ткань, её стойкость, швы, чехлы. Есть имя — бренд, автор модели, история фабрики. Иногда за ним стоит настоящее качество, иногда только хорошо рассказанная легенда. И есть ощущение: запах инжира, мягкий свет, чашка кофе и сладкое чувство, что ты из тех, кто здесь покупает. Про это чувство у нас будет отдельный разговор.

Анна заплатила за всё, кроме самого важного. Про то, что внутри, она так и не спросила.

Мы познакомились через два года, когда она собиралась переезжать и хотела взять с собой свой любимый диван. Сиденья к тому времени просели, посередине образовалась уютная яма. Чехол не снимался, и кофейное пятно на мокром песке давно стало частью интерьера. Перетяжчик вскрыл сиденье при нас, и мы увидели обычную пену без слоя пуха, в котором Анна почему-то была уверена все эти годы. Она достала договор. Наполнитель там не упоминался вообще, только артикул и цвет.

Я рассказываю эту историю не для того, чтобы сказать, будто дорогие диваны плохие. Дорогой диван с правильной начинкой спокойно живёт двадцать лет. Просто цена сама по себе ничего не гарантирует, если не задать пару скучных вопросов.

И эти вопросы совсем не сложные. Приподнимите угол

дивана: тяжёлый чаще означает массив и настоящие пружины, а подозрительно лёгкий — повод спросить про каркас. Сядьте на самый край, туда, где дома садятся чаще всего, и послушайте, не скрипит ли и не проваливается ли. Попросите расстегнуть подушку. Хороший салон сделает это с удовольствием, ему нечего прятать. Спросите про ткань. У обивочных тканей есть тест Мартиндейла: машина трёт образец, пока на нём не появятся катышки и потёртости. Десять–пятнадцать тысяч циклов выдержит декоративная подушка, а дивану, на котором живут каждый день, нужно тысяч двадцать пять и больше. Если на ярлыке образца этой цифры нет и консультант её не знает, это тоже ответ.

И последнее, самое важное. Попросите вписать всё это в спецификацию к договору: каркас, наполнитель, ткань, гарантию. У меня давно есть простое правило. То, что продавец готов подписать, — правда. То, что он только говорит, — красивая история. Иногда совершенно искренняя, но история.

Впрочем, самая известная история в мире мебели умещается в три слова. Именно их консультант сказал Анне в самом начале: «фабрика в Италии». С них и начнём следующую главу.

Глава 2. «Сделано в Италии»

Осенью 1930 года в далёкой новозеландской газете вышла небольшая заметка об итальянской мебели. Колыбелью всей отрасли там называли Брианцу, холмистый край между Миланом и озером Комо. Автор писал про тридцать тысяч мастеров: кто-то работал дома, кто-то в мастерской на два-три человека, кто-то на фабрике на сотни рабочих. В Лиссоне делали мебель для отелей и контор, в Меде — резную, «стильную», во французском и английском вкусе.

С тех пор прошло почти сто лет, а Брианца никуда не делась. Брианцу и сегодня называют мебельным сердцем Италии, здесь работают тысячи небольших семейных компаний. В Меде до сих пор действует мастерская, которую основали двоюродные братья Ланцани в 1798 году, когда Наполеон ещё не был императором.

Так что итальянская мебель — вовсе не миф. Миф в другом: в том, что слова «Италия» на ценнике достаточно, чтобы всё это получить.

С восьмидесятых годов Made in Italy превратилось в самостоятельный бренд, и страна стала сознательно его продвигать — в моде, еде, машинах и мебели. Но есть деталь, которую хорошо знают таможенники и почти не знают покупатели. По европейским правилам обычная надпись «Сделано в Италии» означает лишь то, что там произошла последняя

существенная переработка товара. Каркас могли сколотить в одной стране, поролон привезти из другой, ткань соткать в третьей. Если собрали и обили в Италии, по закону это итальянский диван.

Итальянцы и сами поняли, что этого мало. В 2009 году у них появился закон про маркировку «100% Made in Italy». Её имеет право носить только вещь, которую полностью придумали, сделали и упаковали в Италии, а за нарушение наказывают. Получается, что маленькие цифры «100%» на этикетке стоят больше, чем сама надпись рядом с ними. Это уже не украшение, а юридическое обязательство.

Чтобы понять, почему это важно, придётся ненадолго уехать из Брианцы на юг, в Тоскану. Там, совсем рядом с Флоренцией, стоит город Прато, который несколько веков считался столицей итальянского текстиля. С середины девяностых туда стали перебираться мигранты из китайского Вэньчжоу. К 2014 году, по данным Reuters, в округе работали около пятидесяти тысяч китайцев и почти пять тысяч мастерских. Они шили недорогую одежду для быстрой моды и пришивали к ней гордую этикетку Made in Italy. И ведь не соврали: шили действительно в Италии.

Это история про одежду, а не про диваны, и я ни в коем случае не хочу сказать, что с мебелью всё так же. Но принцип один и тот же. Этикетка честно сообщает, где сделали последний шов, и ничего не говорит о том, кто его сделал, из чего и как.

В московских салонах этот зазор между словами и сутью обычно заполняют очень изящно и без единого слова лжи. Вам назовут бренд, который звучит как фамилия старого мастера из Меды. Компания и правда зарегистрирована в Италии, у неё там офис и, возможно, шоурум, но делают её мебель совсем в другом месте. Вам скажут «итальянский дизайн», и это тоже правда: чертёж нарисовали в Милане. Хороший дизайнер — это немало, иногда половина вещи. Но через пять минут разговора дизайн у вас в голове уже незаметно превратился в происхождение. А ещё вам покажут итальянскую ткань на диване, собранном неизвестно где, или итальянскую фурнитуру в шкафу из самой обычной ЛДСП. Снова правда — но только часть её.

А за всеми этими оттенками существует ещё один мир — мир копий. Кресло, которое Чарльз и Рэй Имз придумали в 1956 году, наверное, самая копируемая вещь в истории мебели. В 2016 году ирландские журналисты сравнили цены: оригинал стоил почти четыре тысячи евро, а его двойник из интернет-магазина — восемьсот девяносто пять. В том же году Великобритания, которую долго упрекали в либеральности к подделкам, поменяла закон. Раньше защита мебельного дизайна действовала там двадцать пять лет, а теперь, как и в остальной Европе, — семьдесят лет после смерти автора. Одним из самых активных сторонников перемен была швейцарская фабрика, которая выпускает кресла Имзов для Европы.

Здесь важно различать две вещи. Одно дело — недорогая вещь «по мотивам» классики, без чужого имени и логотипа. Другое — подделка, которая выдаёт себя за оригинал. Продавать такие подделки в России запрещено законом, и я обхожу их стороной. А между оригиналом и честной вещью «по мотивам» разница такая: в оригинале вы платите за контроль качества, гарантию и деньги, которые дойдут до тех, кто эту вещь придумал. А в реплике покупаете силуэт — иногда сделанный очень прилично, иногда нет. По-настоящему плохо становится тогда, когда реплику продают почти по цене оригинала и называют её «итальянской фабрикой».

Как же отличить одно от другого, не будучи экспертом? Проще, чем кажется. Спросите, в каком городе фабрика. Не где офис и не где шоурум, а где именно делают мебель. Честный продавец ответит сразу и назовёт какую-нибудь Меду или Канту. Уклончивый начнёт рассказывать про дизайн. Потом зайдите на сайт самой фабрики и поищите эту модель в официальном каталоге: если её там нет, стоит насторожиться. Ищите слова «100% Made in Italy» и сертификат с номером, который можно проверить. А если салон сам ввозит мебель, у него есть таможенная декларация со страной происхождения. Покажут её вам не всегда, но сама реакция на просьбу многое объяснит.

И наконец, как и с диваном Анны, всё, что вам рассказали, пусть окажется в договоре: страна, фабрика, артикул. Красивая история, записанная на бумаге, перестаёт быть просто

историей. Италия на ценнике — это обещание. Проверять нужно не страну, а фабрику.

Но даже самый предусмотрительный покупатель, вооружённый всеми этими вопросами, спотыкается о другое. О то, что не написано ни на одной этикетке и что витает в воздухе хорошего салона буквально.

Глава 3. Запах апельсина

В швейцарском Санкт-Галлене есть самый обычный магазин товаров для дома: посуда, пледы, свечи, рамки. Однажды в нём тихо поставили эксперимент. Команда американского профессора Эрика Спангенберга почти месяц по будням подавала в зал едва заметный аромат. В одни дни простой, апельсиновый, в другие сложный — апельсин с базиликом и зелёным чаем, а иногда никакого. Покупатели ни о чём не догадывались. Потом исследователи сверили чеки более чем четырёхсот человек.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.