



Ülemise korruse loovtöötajate ruumis on populaarne kott-tool, kuhu vahel mõni projektijuht end tundideks unustab.

Kodune **butiikagentuur** Nõmmel ootab külalisi

Väravast sisse, majas sussid jalga ja tervitavate naeratuste saatel keldrikorruse *lounge*'ilikku elutuppa kohvi jooma – seda kogevad La Ecwadori külalised.

Tekst **Elen Luht**
Fotod **Meeli Küttim**

Ligi kaksikümmend aastat tegutsenud La Ecwadori reklaamiagentuur muutis hiljaegu oma kontseptsiooni. “Pakume klientidele kommunikatsiooniteenust, mitte ainult reklaami, seda ühte klotsi süsteemis,” tutvustab agentuuri tegevjuht Heily Aavik ettevõtte strateegiamuutust. “Kuna meie teemaks on bränding, siis oleme ise justkui näidiseks, kuidas väline identiteet peaks andma edasi sisulist poolt.”

Heily Aavik ja ettevõtte loovjuht Uku Nurk rõhutavad, et La Ecwadori puhul on tegemist butiikagentuuriga, mis tähendab personaalset lähenemist ja kliendi hoidmist. “Näiteks siin *lounge*'is on meil tehtud selline sisekujundus, kus klient tunneb end mõnusalt ja hubaselt, tal on siin hea olla. Tihti räägime siin plaanidest,

arutame jooksvaid küsimusi ja ajame juttu mitu tundi järjest, sest lihtsalt hea on siin olla,” räägib Heily.

Sisekujundus sai alguse logost

Kui uus logo oli valmis vaieldud ja üles joonistatud, hakkas see omakorda tingima, missuguseks kujuneb kontori sisekujundus. Must värv, kontrastiks valge, kvaliteetsed materjalid, huvitavad detailid, kullaelement, märksõnaks väärtuslik, ent seda kõike vähe.

“Taotlesime luksuslikkust ja erilisust, samas hubasust,” selgitab Uku ja mainib, et igal valikul on nii välimuslik kui ka funktsionaalne tagamõte. Vaibad põrandatel on nii kontorisagina summutamiseks kui ka koduse tunde tekitamiseks.