

КОД ПОДЛИННОСТИ



В той части главного проспекта Северной столицы, который петербуржцы называют Старо-Невский, открылся магазин Louis Vuitton. О давних связях этого бренда — символа респектабельности и жизни в стиле люкс — с Россией и Петербургом рассказал президент Louis Vuitton Майкл Берк.

— В России у компании Louis Vuitton, кроме трех магазинов в Москве, еще по одному в Петербурге, Екатеринбурге и Сочи. Какой из этих трех последних самый успешный и перспективный?

— Каждый из наших магазинов прочно укоренился в своем городе, каждый по-своему успешен и адаптирован к особенностям местных клиентов в этом городе.

— Как вы оцениваете перспективы нового магазина в Петербурге? Что, на ваш взгляд, может привлечь новых покупателей, кроме действительно безграничной известности марки Louis Vuitton?

— Истинное погружение в историю, мастерство и наследие дома Louis Vuitton. Новый магазин удовлетворяет потребность клиентов теснее познакомиться с домом Louis Vuitton. Наши российские клиенты обладают высокоразвитым вкусом и огромной любознательностью. Они хорошо знакомы с нашими показами коллекций и новейшими произведениями. Магазин также предложит своим гостям эксклюзивную модель ботильонов Stellar Snear, разработанную специально к открытию и специально для местных клиентов.

— Как известно, архитектурному облику зданий по всему миру, где открываются магазины Louis Vuitton, компания уделяет особое внимание. Первое знаменитое здание марки в Париже, на Елисейских Полях, построенное в 1912 году, можно, наверное, назвать своеобразным символом компании. Чем примечательны те дома в России, в которых открыты магазины Louis Vuitton? Вот, например, в Петербурге, на Невском, — это весьма заурядный многоквартирный дом, построенный в позапрошлом веке. Почему выбор пал именно на него?

— Архитектура играет ключевую роль в дизайне целого ряда магазинов дома Louis Vuitton по всему миру — от магазина на Елисейских Полях в Париже до Омотесандо в Токио. Однако это не главное. Главное — это впечатления клиентов. Войдя в магазин Louis Vuitton, где бы он ни был расположен, клиент должен сразу же почувствовать себя как дома, ощутить гостеприимство вселенной Louis Vuitton. Это очень важно, ведь многие из наших клиентов часто путешествуют в самые разные страны мира. Каждое посещение магазина Louis Vuitton должно стать для них путешествием, наполненным удивительными открытиями и сильными эмоциями, и все наши усилия направлены на создание этого неповторимого опыта. Что бы вы ни купили в магазине Louis Vuitton, вы покупаете часть истории дома, часть его мастерства. Это должно стать запоминающимся событием. Именно на это направлены все тщательно подобранные детали образа наших магазинов — архитектура, дизайн, мерчандайзинг... Так что архитектурный облик здания — не главное.

— В свое время в рекламе дорожных сумок Louis Vuitton участвовал экс-президент СССР Михаил Горбачев. Это было в тот год, когда компания вышла на российский рынок. Участие Горбачева в рекламе как-то было связано с этим событием?

— В конце XIX столетия Louis Vuitton уже создавал сундуки для великого князя Александра, княгини Трубецкой и императорской семьи. В число верных клиентов дома входили многие придворные царя Николая II. С тех пор россияне всегда были постоянными клиентами дома Louis Vuitton. Так что открытие первого магазина бренда в Москве в 2013 году было для нас естественным шагом, это был наш способ сказать спасибо клиентам из России. Сегодня мы поддерживаем эту связь с российскими клиентами уже в шести магазинах на территории страны, где весь наш ассортимент, в том числе одежда, пользуется неизменным успехом.

— Louis Vuitton до сих пор является одним из самых часто копируемых брендов в мире. Борется ли компания с подделками и каким образом?

— Борьба с подделками является одной из долгосрочных составляющих глобальной стратегии устойчивого развития Louis Vuitton. Поддержка творчества и защита прав дизайнеров, художников и брендов жизненно важны для их выживания в долгосрочной перспективе. Подделка на сегодняшний день является одной из величайших угроз этому выживанию, и ее последствия значительно серьезнее, чем чья-то покупка дешевой сумки на улице далекого города во время отпуска.

Louis Vuitton уже много лет борется с подделкой своей продукции. Подделка является оскорблением таланта, искусства мастеров и творческой изобретательности дизайнеров и художников, которым Louis Vuitton обязан своим успехом. Кража интеллектуальной собственности обесценивает инвестиции и знания, вложенные в развитие компании. Подделка наносит вред обществу, поскольку способствует распространению неконтролируемых и опасных условий труда и нарушению прав человека, в частности, применению труда несовершеннолетних и принудительного труда. Это высокая цена за покупку дешевой контрафактной сумки. Louis Vuitton очень серьезно относится к этой проблеме. Дом содержит международную сеть из 55 специалистов, занимающихся исключительно вопросами защиты нашего бренда в глобальных масштабах.

— Есть масса статей о том, как отличить оригинальную сумку Louis Vuitton от фейка. Например, нужно обращать внимание на количество стежков на креплениях ручки или симметричность расположения монограмм. Это действительно так? Сколько же стежков должно быть? И по каким еще признакам можно опознать настоящее изделие марки?

— Безусловно, мы не можем раскрыть здесь все секреты нашего мастерства. Однако есть простой способ гарантировать покупку подлинной сумки Louis Vuitton: продукция Louis Vuitton продается эксклюзивно в магазинах Louis Vuitton и на нашем сайте louisvuitton.com, доступном в десяти странах.

— Одно из изобретений Луи Виттона — чемодан-кровать со встроенной раскладушкой, сделанный для одного бельгийского путешественника. А два года назад дом Louis Vuitton специально для примы Мариинского театра Дианы Вишневой создал чемодан Malle Ballerina для перевозки ее пачек, пуантов и другого реквизита. Создавала ли компания в последние годы еще какие-то уникальные, единственные в своем роде изделия и для кого?

— Изготовление изделий по индивидуальному заказу — это традиция дома, который всегда гордился своей способностью выполнить самые необычные запросы клиентов. Louis Vuitton помогает клиентам удовлетворять нестандартные потребности, выражать свою индивидуальность и воплощать в жизнь мечты. Главное условие состоит в том, чтобы такой заказ воплощал в себе дух путешествий, чтобы созданное изделие было предназначено одновременно для защиты и для перевозки вещей клиента.

Один из недавних примеров — создание футляра для Кубка Уэбба Эллиса к чемпионату мира по регби 2015 года. Если говорить о спортивном мире, то Louis Vuitton также создал футляры для Кубков мира по футболу ФИФА 2010 и 2014 годов, а также нового Кубка Америки в 2016 году.

В 2014 году мы реализовали совместные проекты с такими известными фигурами из мира искусства, как Фрэнк Гери, Синди Шерман, Карл Лагерфельд, Марк Ньюсон, Рей Кавакубо и Кристиан Лубутен, создав уникальные изделия по их индивидуальным заказам.

Кроме того, в 2014 году Louis Vuitton создал уникальный «сундук дирижера» для своего клиента Фредерика Пфеффера, который заказал у нас чемодан для хранения своей впечатляющей коллекции из шестидесяти дирижерских палочек, принадлежавших известнейшим дирижерам мира, таким как Вагнер, Штраус, Верди и Пуччини.

Сегодня Louis Vuitton создает около 450 изделий по индивидуальным заказам в год.

Альбина Самойлова