

УРОКИ ФРАНЦУЗСКОГО ЛЮБОВЬ К ФРАНЦУЗСКОМУ В РОССИИ

НАЧАЛИ ПРИВИВАТЬ ЕЩЕ В XVIII ВЕКЕ. МАРКЕТОЛОГИ СЧИТАЮТ, ЧТО НЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ УНИКАЛЬНУЮ СИТУАЦИЮ НЕЛЬЗЯ, И 75 ФРАНЦУЗСКИХ КОМПАНИЙ—ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ РОСКОШИ, ОБЪЕДИНЕННЫХ В АССОЦИАЦИЮ COMITE COLBERT, С РАДОСТЬЮ ПРЕДСТАВЛЯЮТ СВОИ ТОВАРЫ ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНО НАСТРОЕННЫМ ПОКУПАТЕЛЯМ. ЗЕЙРА СИКИАС



ПЕРВОЙ АКЦИЕЙ COMITE COLBERT В НОВОЙ РОССИИ СТАЛО ПРЕДСТАВЛЕНИЕ УЧАСТНИКОВ АССОЦИАЦИИ ВО ВРЕМЯ ФЕСТИВАЛЯ «ДЕКАБРЬСКИЕ ВЕЧЕРА» В МУЗЕЕ ПУШКИНА В МОСКВЕ. РАССКАЗЫВАЕТ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР COMITE COLBERT ЭЛИЗАБЕТ ПОНСОЛЬ ДЕ ПОРТ

COMITE COLBERT Ассоциация Comite Colbert была основана в 1954 году по инициативе парфюмера Жан-Жака Герлена. Сегодня она объединяет 75 из 200 мировых торговых марок, производящих предметы роскоши, и 11 торговых марок.

Celine, Vassarat, Christoffle, Hermes, шампанское Bollinger, парфюмерия Chanel, отель Georges V, Севрская фарфоровая мануфактура и дом Cartier — что общего у этих французских брендов? Франция всегда славилась умением жить и стала символом не только высокой моды, но и роскошной парфюмерии, аксессуаров, ювелирного и декоративного искусств, гостиничного бизнеса и, конечно, гастрономии. Это страна великолепных вин, шампанского и коньяка, а также издательского дела и архитектуры. Такое уникальное разнообразие, представляющее все самое драгоценное во французской культуре и в духе Франции, — все это символы искусства жить по-французски. «75 люксовых брендов объедини-

ОДНА ИЗ ПЯТИ ФАБРИЧНЫХ ПЕЧЕЙ ВАССАРАТ РАБОТАЛА ТОЛЬКО НА РОССИЙСКИЕ ЗАКАЗЫ. Поговаривали, что новые партии хрустала требовались для того, чтобы иметь возможность поддерживать традицию — осушив, разбивать бокалы. На Vassarat даже прозвали эту печь «русской»



ДРУЖБА НАРОДОВ

лись, чтобы совместными усилиями работать на продвижение достижений французской роскоши как во Франции, так и по всему миру», — подчеркивают сотрудники ассоциации Comite Colbert.

Среди представителей 130 профессий, объединенных в ассоциации Comite Colbert, 65 удостоены звания «Лучший мастер», 8 — звания «Мастер искусств», а также в нее входит не менее 10 кавалеров и офицеров ордена Искусств и Литературы. Миссия Comite Colbert многогранна.

Кроме рекламы французской роскоши ассоциация активно занимается решением проблем образования и занятости. На дома моды, которые являются членами ассоциации Comite Colbert, только во Франции работает 115 тыс. человек. Заказы этих компаний способствуют созданию рабочих мест и в смежных сферах промышленности.

Comite Colbert также ведет работу по популяризации исторических мест — регионов, где зарождалась французская индустрия товаров класса «люкс». Comite Colbert организует культурные мероприятия за рубежом, тематические выставки или рекламные акции. В частности, подобные компании проводились в Японии и США.

Сейчас ассоциация Comite Colbert приняла решение направить свои усилия на развивающиеся страны. Ассоциация помогает французским брендам выходить на новые рынки, а также ведет активную коммуникационную политику. Поскольку французская индустрия роскоши экспортирует 82% своей продукции и этот показатель продолжает расти, этот сектор экономики играет во Франции важную роль. И дает ассоциации Comite Colbert право обсуждать на равных с представителями власти проблемы, связанные с налогами, интеллектуальной собственностью, конкуренцией. Годовой оборот ассоциации составил в прошлом году €31 млрд. Члены Comite Colbert занимают четверть мирового рынка люксовой индустрии, почти в два раза большую часть рынка, чем знаменитые итальянские торговые марки, и в два с половиной раза большую, чем американцы.

НЕОБЪЯТНЫЙ РЫНОК «Россия традиционно была важным рынком для французских предметов роскоши. Возвращение французских марок на российский рынок ознаменовало 1990-е годы, как только границы Советского Союза открылись для Западной Европы. 20 лет спустя в России представлены все наши торговые марки, открыто несколько сотен магазинов, по большей части в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге», — рассказывает Элизабет Понсоль де Порт, исполнительный директор Comite Colbert.

Постоянно изменяясь, российский потребительский рынок не перестает расти. Уже в 2007 году продажи в России предметов роскоши made in France принесли €450 млн, что составило 2,2% от мировых продаж марок. А с 2008 года на Россию приходится 7% мировых продаж всех французских торговых марок категории «люкс». По данным журнала Forbes, Россия поднялась на второе место в мировом рейтинге крупнейших состояний, расположившись за Соединенными Штатами и обогнав Германию.

«Наши русские клиенты находятся в поиске французского стиля и особенной, традиционной для наших мастеров женственности», — отмечает декоратор Кристиан Лиерг.

Французская культура манит определенный круг — это в основном люди бизнеса, представители крупного капитала, заметные фигуры политической арены, а также представители шоу-бизнеса и мира искусств. Но благодаря приближению уровня жизни в России к стандартам Европы и США товары класса «люкс» становятся доступнее все большему слою населения. Многообещающая тенденция для французской индустрии роскоши.

НАЗАД В ПРОШЛОЕ «Это новая для нас клиентура, но у нее совершенно особое отношение к нашим торговым маркам. Это знатоки всех тонкостей мира французского люкса, всех граней искусства жить по-французски: фарфора, интерьера, тканей, парфюмерии, моды и ювелирного искусства... Для нашего времени это уникальное явление», — подчеркивает исполнительный директор Comite Colbert.

Такая привязанность к французскому шику, считают сами производители роскоши, объясняется и тем, что модные дома Франции, которые входят в ассоциацию Comite Colbert, начали поставлять свою продукцию еще в царскую Россию в XVIII веке и поддерживали и пестовали свой особый статус вплоть до 1917 года. Россия и тогда была важнейшим импортером предметов роскоши из Франции.

Например, с 1808 по 1917 год Россия была первым по объемам продаж рынком часовой марки Vreguet. Ювелир Фредерик Бушерон открыл свой магазин в Москве в 1897 году, а Пьер Карден — в Санкт-Петербурге в 1908-м. Золотых и серебряных дел мастер Christoffle еще с 1859 года поставлял передвижные столики для поездов «Молния» и для буфетов в поездах, ходивших по Транссибирской магистрали.

Первые поставки шампанского «Вдова Клико» начались еще при Екатерине II в 1780 году. А в определенные годы в России продавали до 70% всех запасов этого шампанского. Впервые в Санкт-Петербург коньяк

Remy Martin привезли в 1882 году, а в 1904 году его заказывали ко двору Николая II. Поставщиками царского двора, в то время увлеченного французской культурой, были и Севрская фарфоровая мануфактура, и дом Louis Vuitton, и дом Guerlain, и Cartier. До 1917 года одна из пяти фабричных печей Vassarat работала только на огромные российские заказы хрустала. Поговаривали, что новые партии хрустала требовались для того, чтобы иметь возможность поддерживать традицию — осушив, разбивать бокалы. На Vassarat даже прозвали эту печь «русской».

РОСКОШЬ КАК ЧАСТЬ ФРАНЦУЗСКОЙ КУЛЬТУРЫ «Первой проекцией Comite Colbert в новой России в 2007 году стало представление участников ассоциации во время проведения фестиваля «Декабрьские вечера» в Музее Пушкина в Москве. Это большое межкультурное мероприятие, соединяющее живопись, музыку и поэзию», — подчеркнула Элизабет Понсоль де Порт.

В рамках фестиваля ассоциация провела литературные чтения поэзии Рене Шара. Перекрестный год Франции и России также будет отмечен насыщенной культурной программой. Член ассоциации Севрская фарфоровая мануфактура представит в Эрмитаже в Санкт-Петербурге свою новую коллекцию — 50 произведений искусства из фарфора: скульптуры, вазы, украшения. Театр Comedie Francaise проедет в 2010 году по России со своим седьмым официальным турне. «С 1954 года актеры Comedie Francaise регулярно приезжают на российскую землю. Новая поездка со спектаклем «Женитьба Фигаро» позволит им побывать в городах, где труппа еще не выступала», — написано в программе театра.

Нужно сказать, что в 1742 году выступление театра Comedie Francaise так очаровало императрицу Елизавету, что она дала распоряжение создать в России свою собственную театральную труппу по примеру знаменитой французской. Спектакли в новом российском театре шли сначала только на французском языке и через несколько десятков лет — на русском. ■

МОДЕЛИ ДОМА МОДЫ CHRISTIAN DIOR НА КРАСНОЙ ПЛОЩАДИ

