

«Нам не нужен быстрый взлет и стремительное падение»

О 70-летней истории Longchamp — ее владельцы



В ЭТОМ году парижский дом Longchamp отмечает 70-летие. Один из немногих столпов французского люкса, сохранивших свою независимость, дом по-прежнему принадлежит семье его основателя Жана Кассегрена. После грандиозного шоу в Нью-Йорке, первого в истории марки, семья Кассегрен продолжила празднование в Париже — в Опере Гарнье. Лидия Агеева встретилась с сыном основателя марки Филиппом Кассегреном и внуком Жаном в Париже накануне торжества.



СЕМЬЯ LONGCHAMP: ОЛИВЬЕ КАССЕГРЕН, СОФИ ДЕЛАФОНТЕН (КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР БРЕНДА), ФИЛИПП КАССЕГРЕН И ЖАН КАССЕГРЕН

— Ваша марка тесно связана с путешествиями благодаря вашему бестселлеру — универсальной сумке Le Pliage. Как вы ее создали?

Филипп: Отец хотел, чтобы я много путешествовал, вся моя жизнь состояла из поездок из одной части света в другую. Однажды в Японии мне пришло в голову, что сумка должна складываться, как оригами, чтобы она не занимала много места, но при необходимости могла выручить вас. Осталось найти подходящую ткань. Вернувшись в Париж, я связался с производителем нейлона для армии, и он согласился продать не подошедшую для походных палаток ткань. Поэтому первые наши складные сумки были цвета хаки.

— За годы существования марки какое событие запомнилось вам больше всего?

Филипп: Все развивалось так стремительно, что я и не заметил, что пролетело 70 лет. **Жан:** Компания росла так естественно, что трудно с ходу назвать всего одно важное

событие в ее истории. Но, думаю, поворотным моментом было открытие собственного бутика марки на улице Сент-Оноре тридцать лет назад.

Филипп: Трудно не согласиться! До этого наша продукция продавалась только в крупных универмагах и в лавках с кожаными аксессуарами по всему миру.

Жан: Надеюсь, шоу в Нью-Йорке наши внуки тоже назовут поворотным моментом в истории марки.

— Почему парижский модный дом решил провести свое самое первое дефиле именно в Нью-Йорке?

Жан: У нас была дилемма: показываться на Парижской неделе моды или в Нью-Йорке. В итоге остановились на американском варианте, поскольку в этом году мы открыли несколько магазинов в Штатах, в частности, в мае на Пятой авеню, а в сентябре в Беверли Хиллз. Летом мы объявили новым лицом марки модель Кендалл Дженнер. К тому же

американский рынок очень важен для нас, он второй по величине после Франции.

Филипп: Мы с начала 50-х годов работаем с американскими универмагами. Нью-Йорк был одним из первых зарубежных городов, в которых мы появились.

Жан: И нам хотелось показать свою открытость: да, мы в первую очередь парижская марка, но смотрим на окружающий нас мир с огромным интересом.

— А как дела обстоят с русским рынком?

Жан: Конечно, у нас нет глубокой исторической связи с Россией, мы начали инвестировать в ваш рынок около трех лет назад, а полтора года назад открыли бутик Longchamp в ГУМе. На то, чтобы наш бренд утвердился в России, потребуется время, но мы к этому готовы. Нет нужды спешить, нам не нужен быстрый взлет и столь же стремительное падение. Мы будем завоевывать Россию шаг за шагом.

Филипп: Россия всегда была в наших планах. Первый раз я отправился в Москву летом 1991 года и попал прямо в самый центр августовского путча. Когда я прилетел, в России был город Ленинград, а когда улетал, он уже был Санкт-Петербургом. В итоге магазин мы так и не открыли, но решили работать с вашими аэропортами и продавать дорожные аксессуары в duty free.

Жан: Это наша самая эффективная стратегия покорения нового рынка.

— Как вам удалось остаться семейной маркой?

Филипп: В нашей семье все хорошо ладят. **Жан:** Согласен! Если есть желание — есть тысяча возможностей.



ОДЕЖДА И АКСЕССУАРЫ ИЗ ОСЕННЕ-ЗИМНЕЙ КОЛЛЕКЦИИ LONGCHAMP

