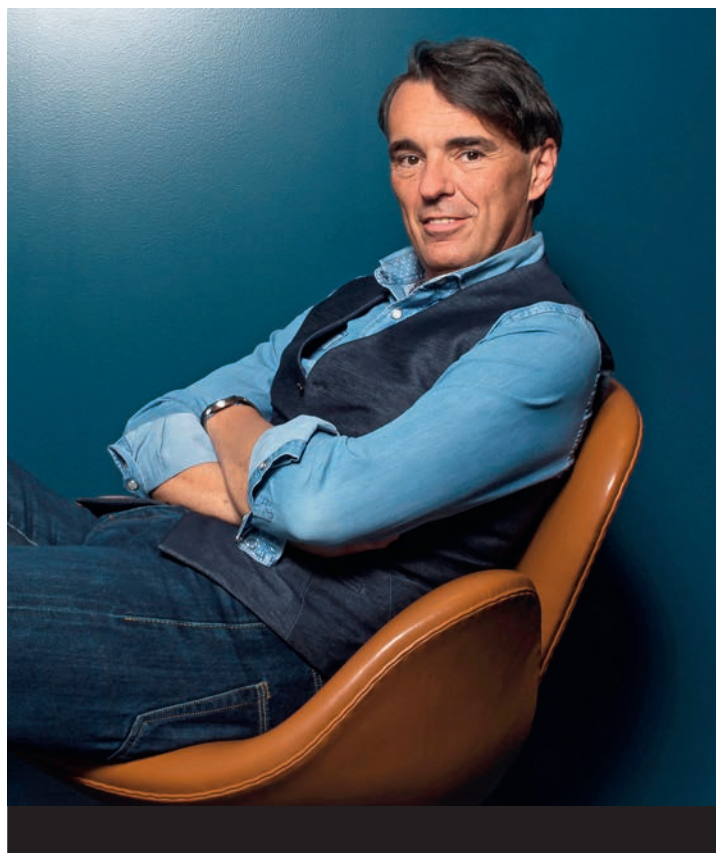




COURTESY OF PIQUADRO

«Почти 150 лет истории в сумочке» Итальянская эра французского Lancel



ФРАНЦУЗСКИЙ бренд

Lancel, знаменитый своими сумками, своей историей с 1876 года, сотрудничеством с художниками и актрисой Брижит Бардо, куплен итальянцем Марко Пальмери. Создатель успешной марки Piquadro встретился с нами в историческом доме Lancel на площади Оперы в Париже и пообещал, что все будет как и раньше, только гораздо лучше.

— Как вы получили во владение старинную французскую марку?

— Piquadro делает вещи дизайнерские, авангардные. И я подумал: почему бы нам не купить какой-нибудь старинный бренд? И мы начали искать его в портфелях многонациональных люксовых компаний. Так мы обнаружили Lancel. Он был создан в 1876 году и не прекращал своего существования ни на день. В 1929 году открылся знаменитый магазин в Париже, у Гранд-Опера, который не закрывался никогда. Я обратился к тогдашнему владельцу бренда, группе Richemont, и сказал им, что для них это не стратегический актив, а мы заинтересованы в покупке. В конце концов мы купили его.

— Готовы поздравить вас с покупкой. Но чтобы купить Lancel, нужно было,

чтобы его хозяин захотел его продать. Чтобы он захотел его продать, нужно, чтобы он был им недоволен. Не продают курицу, несущую золотые яйца. Почему же вы справитесь с ним лучше?

— Мы производственная группа, мы гибкие, мы быстрее откликаемся на изменения ситуации. Мы сможем изготавливать всю продукцию в Италии, а итальянская кожа — лучшая на свете. И наконец, мы намерены изменить положение марки на рынке. Lancel не был премиальным брендом, он был скорее представителем категории «доступной роскоши». А мы хотим сделать его более сложным, более элитарным.

— Это непросто, был ли у вас уже подобный опыт?

— Несколько лет назад мы купили The Bridge, традиционную флорентийскую кожаную мануфактуру. Это бренд красивый, изысканный, и тем не менее компания была, представьте, в ужасном состоянии. Мы дали то, чего ей не хватало: деньги, опыт в области производства, логистики, и через два года компания начала приносить прибыль. И главное, мы смогли изменить ее положение на рынке, сделали ее люксовым брендом. Вот так мы