



Tous



Tous

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕВЗОШЛИ ОЖИДАНИЯ РОЗА ТУУС И ПЕТР ГОРШКОВ О ПОКОРЕНИИ РОССИИ

24 октября на Хохловке состоялась масштабная презентация новой линии высокого ювелирного искусства Tous. На трех этажах исторического особняка XVII века показывали 85 уникальных украшений. Места хватило всем: клиентам, журналистам, знаменитостям, актерам — участникам иммерсивного спектакля и исполнителям партий балетной постановки. Вице-президент Tous Роза Тоус и генеральный директор Tous в России Петр Горшков объясняют, чем Москва обязана такому вниманию со стороны бренда.

Когда появилась первая коллекция высокого ювелирного искусства Tous? Роза Тоус (Р.Т.): Мы создаем эксклюзивные вещи по индивидуальному заказу с 1970-х годов. В период экспансии бренда, с 1980-х по 2000-е, основной акцент был на регулярных коллекциях, и в 2014 году мы наконец решили выпустить полноценную коллекцию высокого ювелирного искусства Atelier Tous.

Поклонники регулярных коллекций и линии Atelier Tous одни и те же люди или разные?

Р.Т.: Это две разные группы людей, и различаются они образом жизни. Но иногда бывает так: поклонница бренда влюбилась в одно из украшений линии Atelier и купила его — раз в жизни, а обычно покупает вещи из коммерческих коллекций.

Что нового в линии Atelier этого года?

Р.Т.: Разница в количестве украшений и в масштабе презентации. В прошлом году мы тестировали интерес российской аудитории и привезли только часть коллекции, 25 вещей. Результаты превзошли ожидания, мы продали почти 70%. Поэтому в нынешнем году мы решили привезти в Россию всю коллекцию, около 85 уникальных украшений, и показать ее на специальном мероприятии в историческом особняке в Хохловском переулке.

Расскажите, пожалуйста, об образовательной программе Tous.

Р.Т.: Социально-образовательную программу мы запустили в прошлом году. Мы приглашаем на стажировку студентов ювелирных школ и учим их реставрировать украшения. Сейчас подписаны контракты с шестью



— Браслет Atelier Tous Rosa Oriol, желтое золото, турмалины (общий вес 98,12 карата)



— Серьги Atelier Tous Rosa Oriol, желтое золото, изумруды (общий вес 60,82 карата)



— Кольцо Atelier Tous Rosa Oriol, желтое золото, турмалин (20,20 карата), сапфиры (общий вес 5,20 карата)

— Колье Atelier Tous Rosa Oriol, желтое золото, рубин, аметист, лимонный кварц, голубой топаз, цитрин, розовый сапфир, цаворит, изумруд

испанскими школами, двумя в Мексике и одной в Португалии, но мы ищем партнерства по всему миру.

Насколько длительна эта программа?

Р.Т.: Зависит от школы. Студенты одной, расположенной поблизости, приходят к нам каждый понедельник в течение девяти месяцев. А мексиканские студенты приезжают на 15 дней на бесплатную стажировку. Мы возвращаем обществу то, что сами хорошо умеем. У нас есть ювелир, который работает в компании более 40 лет, и он счастлив передать студентам свои знания.

Насколько важен для компании вопрос социально-экономической ответственности?

Р.Т.: При покупке камней и золота мы заботимся о трех основных правилах: соблюдении социальных норм, отсутствии вреда для окружающей среды и расположении в зоне влияния беспрепятственного правительства. Также мы входим в Совет ответственных ювелиров RJC, который тщательно следит за прозрачностью процессов производства. И мы считаем важным об этом сообщать, потому что клиенты, особенно новые и молодые, хотят об этом знать.

Как вы планируете продавать линию Atelier Tous в России?

Петр Горшков (П.Г.): Через частные показы. Основной российский бизнес Tous — это регулярные коллекции, которые продаются в магазинах и онлайн. Но за десять лет в России мы наработали большую базу лояльных клиентов, готовых покупать и высокое ювелирное искусство, как показал эксперимент прошлого года. Для компании привезти high jewelry линию Tous — это знак уважения к российскому рынку.

Кто основной клиент марки в России?

П.Г.: В 60% случаев это женщина, в остальных — мужчина, который выбирает подарок. Костяк наших клиентов составляют женщины от 18 до 35 лет. Они успешны, работают чаще всего в офисе, путешествуют и в силу своего высокого интеллектуального уровня относятся к себе с иронией.

Что самое главное в стратегии развития бренда в России?

П.Г.: Tous за последние три года сделал фантастический рывок, мы являем пример экономического чуда в России в нашем сегменте, ни одна другая иностранная ювелирная компания не развивается такими темпами, как Tous, — мы растем каждый год на 20% и больше. Мы решили не обращать внимания на экономический кризис — решили продолжать расширяться. У нас все очень хорошо, мы открываем десятки новых магазинов в год, этот год закончим с 50. Наш онлайн-магазин растет на 300% в год. Наши амбиции — занять первое место в нашем сегменте в России. Сейчас мы на втором, но уже вышли в лидеры в нашем сегменте по второй покупке.

Беседовала Екатерина Зиборова