

ПУТЕШЕСТВОВАТЬ, ЗАЖИГАТЬ, ПИСАТЬ И ОБОЛЬЩАТЬ вместе с S.T. Dupont

Президент S.T. Dupont Алан Крёве (Alain Crevet) в России не впервые. Прежде чем возглавить S.T. Dupont, месье Крёве трудился в прославленном холдинге LVMH и в это время впервые побывал в Москве. Теперь в качестве главы S.T. Dupont он появился в столице, чтобы презентовать новую коллекцию совместно с новым российским партнером – компанией Mercury



— **Вы человек, который любит и умеет жить. Наверняка у вас есть какие-нибудь особые увлечения.**

— В первую очередь я счастливый отец троих детей: старшей — десять, младшему — четыре. Если это, конечно, можно назвать увлечением. Скорее, к ним следует отнести путешествия. Но, наверное, моя главная привязанность — музыка. Я пою, играю на гитаре, пишу песни, и у меня даже есть своя группа.

— **Вот уже почти год вы занимаете пост президента компании. Что удалось сделать за столь небольшой срок?**

— В момент моего прихода в S.T. Dupont сложилась довольно сложная ситуация. Большие суммы были инвестированы во второстепенные, на мой взгляд, направления: одежду и аксессуары. Я принял волевое решение вернуться к историческим корням компании, к тому, что я называю «четырьмя искусствами»: искусству путешествия, огня, письма и обольщения. Искусство путешествия — это наши изделия из кожи, чемоданы. Искусство огня — курительные аксессуары и зажигалки. Искусство письма — ручки и письменные принадлежности. Ну и, наконец, искусство обольщения — мелкие аксессуары, запонки, ремни и всевозможные украшения. Была собрана команда молодых креативных сотрудников, которые взялись за разработку новых продуктов для каждого из направлений. Установка для всех была единой: совместить традиции S.T. Dupont и современность.

— **Ну и что же теперь произойдет с линией одежды? Она исчезнет?**

— Все нет. Просто акценты немного сместятся. Если еще недавно во всех витринах нашего большого бутика на авеню Монтень в Париже царила одежда, то сегодня вы увидите в нем зажигалки, ручки, кожаные изделия. Одежда всего лишь ушла на второй план, став частью четвертого искусства — искусства обольщения. Причем в строго ограниченном ассортименте: рубашки, галстуки, жакеты.

— **Вернемся к традициям и инновациям. Как компании удастся их совмещать?**

— Хорошим примером будет недавно созданная ручка Neo-Classic President. Мы пригласили Пабло Рейносо (Pablo Reinoso), молодого художника-аргентинца, создать ручку на основе выпущенной в 1973 году первой ручки S.T. Dupont, притом она должна непременно стать ручкой XXI века. «Отлично. Сегодня популярны аксессуары большого размера: большие часы, очки. Значит, надо придумать большую ручку. И мы назовем ее Neo-Classic President», — ответил Пабло. На изготовление каждой такой ручки уходит сто часов (ведь каждая наша ручка делается вручную). Часть деталей выполнена из платины, а корпус и колпачок покрыты шестью слоями китайского лака. У ручки



золотое перо, а в торец корпуса вмонтирована флеш-карта на четыре гигабайта.

— **Интересный пример соединения старого и нового способов письма. Думаете, со временем компьютер вытеснит письменные инструменты?**

— Рукописное письмо останется навсегда. Если вы пишете особо важное письмо или любовное послание, его, конечно, можно послать и по и-мейл. Но, согласитесь, написанное от руки письмо всегда человечнее и душевнее. При этом я сам всегда ношу с собой ноутбук и флеш-карту. Как еще иначе быть в курсе событий?

— **А если бы вас попросили одной фразой охарактеризовать марку S.T. Dupont?**

— Спокойная парижская элегантность или french art de vivre — французское искусство жить. В любом случае это Франция, это Париж, это роскошь, но роскошь спокойная, не кричащая.

— **Существуют ли в компании принципы, которые никогда и ни при каких обстоятельствах не изменятся?**



— Во-первых, все производить только во Франции и только вручную. Во-вторых, наш дизайн. Простые, четкие, прямые линии и формы во всем — от зажигалок до ручек.

— **Какие марки вы считаете своими основными конкурентами?**

— Если говорить о мире письма, то это Montblanc. Среди марок, которые выпускают мужские аксессуары, конечно же, dunhill, в чем ассортименте есть и ручки, и сумки, и зажигалки. Это два наших самых серьезных соперника. Мы пристально следим за ними и стремимся быть хотя бы на шаг впереди. Часто спрашивают, чем отличаются ручки S.T. Dupont, и я честно отвечаю: ручной работой и натуральным китайским лаком. Каждый из шести слоев проходит специальную обработку, полировку — и вот результат. (Достает зажигалку, поджигает ручку, держит около нее пламя секунд двадцать... И ручка цела!) Поскольку лак — натуральный природный материал, он жаропрочен, стоек к царапинам, ну и очень приятен на ощупь. А большинство выпускает ручки из пластика на поточной производственной линии.

Предметы S.T. Dupont живут многие годы. Их можно передавать по наследству из поколения в поколение. Когда мне было восемнадцать, отец подарил зажигалку S.T. Dupont, которая до сих пор жива и прекрасно работает. В этом, по-моему, и заключается роскошь.

— **Каким вы видите своего типичного покупателя?**

— А вот это вопрос непростой. Без сомнения, это мужчина, бизнесмен, руководитель. Любит путешествовать, требователен ко всему, что его окружает, будь то кейс или авторучка. Человек явно состоявшийся, примерно 35–45 лет.

— **S.T. Dupont — абсолютно мужская марка.**

Но женщины начинают приобретать столь большой вес в обществе, что игнорировать их нельзя. Как насчет производства женской линии изделий?

— Безусловно, вы правы: благодаря своему дизайну S.T. Dupont привлекал в основном мужчин. Мужественный бренд, конечно, хорошо, однако время подумать и о прекрасном поле.

В собранной мной молодой команде есть несколько женщин. Думаю, им удастся адаптировать наш ассортимент для бизнес-вумен и молодых дам.

В ручках или зажигалках мы решили использовать помимо черного другие, более жизнерадостные цвета лака: пурпурный, розовый, серый. Очень надеемся, что они понравятся лучшей половине человечества.

Кстати, совсем недавно мы создали новую линию кожаных изделий. В нее вошли как мужские, так и женские сумки из так называемой «бриллиантовой кожи». Для их изготовления применялась совершенно уникальная технология: при дублении кожи используется алмазный порошок, делающий кожу особо прочной. Так что теперь самые прочные сумки для путешествий в мире — от S.T. Dupont! Тесты показали это.

Экспериментальный образец выкручивали десять тысяч раз на специальном станке, и ничего ужасного с ним не происходило. Сумки же других производителей подобную нагрузку не выдерживали и рвались.

— **Среди клиентов S.T. Dupont было немало членов королевских семей. А русские аристократы тоже входили в число поклонников марки?**

— Раньше, когда S.T. Dupont делал чемоданы для путешествий, они были популярны у русских королевских особ. Верный клиент нашей марки — королева Англии. А недавно мы подарили ручку новому президенту Франции, и она настолько ему понравилась, что мы решили экипировать ручками все французское правительство.

— **Российский рынок — молодой. Насколько он перспективен для вас?**

У нас три географических приоритета: Россия, Гонконг и Китай. Исследования показали, что именно в этих странах складывается наиболее благоприятное отношение к нашей марке.

Без сомнения, у вашего рынка огромный потенциал. Он очень конкурентный, а поскольку покупатели достаточно требовательны, то все компании стараются представлять свои самые лучшие продукты. Далеко не последнее дело — обзавестись хорошим бизнес-партнером. А в России у нас такой партнер есть: полгода назад мы подписали контракт с компанией Mercury.

— **Итак, у вас теперь новый дистрибутор. А что даст эта смена обычному покупателю?**

Увеличится количество магазинов, улучшится сервис?

— Мы рады тому, что совместно с новым партнером в ближайшее время открываем свой первый большой бутик в ЦУМе, а в 2008 году в Москве и Санкт-Петербурге откроются еще пять магазинов S.T. Dupont. Таким образом, наша продукция станет ближе к вашим покупателям.

— **S.T. Dupont участвует в различных культурных или спортивных мероприятиях. Компания была партнером Каннского кинофестиваля и регаты, где представляли продукцию для яхт. Мне также**

известно, что вы успешно сотрудничали с автомобильной компанией Lancia.

— Вы хорошо проинформированы. Президент компании Lancia, которая входит в холдинг, включающий такие марки, как Fiat, Alfa Romeo и Ferrari, — мой друг. Он задумал запустить серию автомобилей с отделкой из дорогих материалов, и мы решили создать серию Lancia — S.T. Dupont с роскошной кожаной отделкой. Каждый покупатель автомобиля получал в подарок флеш-карту S.T. Dupont и кожаную сумку. Начинание было успешным, и, скорее всего, мы продолжим сотрудничество с люксовыми автомобильными марками.

— **Планируете ли вы выпуск специальных коллекций для русского рынка?**

— Пока нет, но идея хорошая. Три месяца назад наш креативный директор Оливье Кокорел приезжал в Москву и пытался выяснить, что же интересно этим загадочным русским. Оказалось, что у вас очень популярны черные бриллианты. Вот мы и выпустили серию ручек, зажигалок и аксессуаров Black Diamond с черными бриллиантами. Что еще может поразить русских, у которых несметные залежи собственных алмазов?

Беседовал Вадим Журавлев



Pen World

ЖУРНАЛ О МИРЕ ПИСЬМА ДЛЯ ЦЕНИТЕЛЕЙ РОСКОШИ

Эти и другие материалы журнала «Мир Ручек»
Вы можете найти на сайте www.ElitePen.ru

Copyright © ООО «Мир Ручек»

Все права на материалы охраняются в соответствии с законодательством РФ.
Любое использование возможно только с письменного разрешения правообладателя.