

Шопинг по-русски или наши в городе |

Автор: Архивы, [Архивы](#), 16.04.2008.

Помните старый анекдот о двух "новых русских"? Один хвастает, что купил галстук за 1500 "баксов", а другой ему отвечает: "Дурак ты, за углом такие же по две "штуки".

А эта история - уже из личного опыта: знакомая попросила передать в Москву одной весьма состоятельной подруге сапоги от Шанель. "Неужели в Москве их нет?!" - изумилась я. "Что ты! После первого же показа все расхватали", - сокрушенно вздохнула та.

Истории и анекдоты о состоятельных русских покупателях можно рассказывать бесконечно. Но где тут миф, а где реальность? Кто они, современные российские потребители модной индустрии? В чем их отличие от европейских? И есть ли оно?

«Наша Газета» решила провести собственное расследование, пройдя по знаменитой женеvской улице Роны - средоточию модных бутиков класса люкс.

Первым на пути оказался знаменитый "Кристиан Диор" - созвучие, приятное слуху любой женщины. На пороге меня встретили аж две русские продавщицы - Катя и Наташа. Однако, не успела я поздороваться с девушками, как передо мной буквально соткалась из воздуха директор бутика. "Сожалею, но ни на какие вопросы девушки отвечать не будут - на это требуется разрешение центрального офиса"- вежливо, но твердо предупредила она расспросы и за информацией послала меня...в Париж. "А может быть..." - попыталась я спросить. "В Париж!" - дама была непреклонна. "А что, если..." - "В Париж, в Париж !" - словно вторила она чеховской героине. За железными нотками в ее голосе слышалась ностальгия.

Ах, Париж! Коко Шанель, кафе-шантан, Монмартр, бистро, бонжур, пардон...О чем бишь я? Ах да, Диор. Однако, Париж далеко, а солнце уже высоко - нам еще надо успеть посетить другие бутики.

Буквально за углом - магазин "Жанфранко Ферре". И снова - две русские девушки на пороге.

"Похоже, ваши клиенты нуждаются в услугах русскоязычного персонала. Много ли покупателей из России?" - спросила я у одной из продавщиц.

Приветливая Лиля охотно объяснила: "Большую часть наших клиентов составляют именно русские - они любят марку "Ферре". Русские клиенты покупают, в основном, "первую линию" (более дорогую коллекцию - для примера: платье "первой линии" последней коллекции "Ферре" стоит около 8.000 шв. фр). Часто приобретают они не одну, а сразу несколько вещей: к платью надо подобрать и пояс, и шарфик, и вон та кофточка тоже красивая... В общем, торговля идет бойко".

Лиля считает, что русские - люди со вкусом, по манере одеваться похожи на итальянцев: всегда элегантно, все подобрано один к одному (сама Лиля училась в Италии - знает, о чем говорит). Однако любовь к экстравагантному нет-нет, да и проглянет - в этом их отличие от швейцарских клиентов.

Распрощавшись с Лилей, мы отправились в следующий по пути модный магазин - "Селин". И, конечно, встретились с русской служащей - Надей.

Москвичка Надя, оказавшись по делам сердечным в Женеве, нашла применение своему художественному образованию в области моды. По тому, с каким энтузиазмом она рассказывала мне о новой коллекции, было видно, что работа доставляет ей огромное удовольствие. "Русские клиенты? Конечно, есть, и много! Наверное, половина всей клиентуры. Поскольку наш бутик ориентирован на современный европейский стиль, и клиенты у нас под стать: хотят выглядеть модно, "в струе". Поэтому какой-то особенный вкус у "наших" русских выявить сложно. Хотя... пожалуй, любовь к яркому, оригинальному. Сумки из питона последней коллекции разобрали именно русские клиентки".

Надя делит русскую клиентуру на категории: жены бизнесменов (как правило, неработающие), те, чьи дети учатся в Швейцарии в частных школах - они бывают "наездом", и люди, которые живут и работают в Женеве. Последние одеваются чисто по-европейски, без бросающихся в глаза деталей, но покупают все дорогое - так называемый "дискретный шик".

Нина*, не один год проработавшая в "Луи Вюиттоне", согласна с коллегами: русских клиентов становится все больше и больше. Наряду с арабскими покупателями они значительно увеличивают доходы бутика - нередко скупают целые коллекции. До середины девяностых годов традиция сумок была мало кому известна в России, да и эстетически (добротные, но не слишком приметные глазу) они не привлекали соотечественников, поэтому русские клиенты интересовались, в основном, одеждой - прет-а-портэ. Последнее, к слову, меньше привлекало европейских покупателей, ценящих "Вюиттон" прежде всего за сумки. Оригинальность, яркость и эксклюзивность - залог успеха у русских покупателей. Однако, примерно лет десять назад, русские поняли, что "Вюиттон" - это не только качество, но и символ: традиция, haut-standing, престиж. Теперь они охотно покупают и сумки.

Нина считает, что вкус русских потребителей значительно эволюционировал, многих клиентов интересуется история фирмы. Отметив спрос, несколько лет назад в Москве открыли большой магазин марки.

В следующем бутике, весьма популярном у русских посетителей, радушный русский продавец стал было рассказывать нам о своем опыте работы с согражданами, но был прерван разгневанным представителем дирекции. Уличив его в утечке информации, грозный патрон под страхом увольнения запретил разглашать страшные тайны готовой одежды.

Но у нас и без того уже вполне сложился образ современного российского состоятельного покупателя. Свидетельства из других бутиков только подтвердили наши выводы.

Признаться, кроважидное журналистское воображение поначалу рисовало портрет клиента, увешанного золотыми цепями и бриллиантами, не говорящего ни на одном языке, кроме родного, и скупающего все бутики подряд, не глядя. Однако, похоже, эти времена канули в Лету.

Разумеется, иногда встречаются еще клиенты, для которых важнее вкуса - марка на видном месте, те, кто любят показать "товар лицом", но на смену им приходят культурные, умеющие считать деньги, европеизированные покупатели, с хорошим вкусом, сочетающим европейскую сдержанность с русской яркостью и оригинальностью. Уловив тенденцию, многие бутики специально подбирают вещи под "русский вкус".

Кто знает, может, это повлияет и на местную моду?

* Имя изменено

На главном фото (автора): Петербурженка Лиля работает в "Джан Франко Ферре", училась в Италии, говорит на четырех языках, свободное время проводит с трехлетней дочкой.

Бутик "Кристиан Диор" (Ch. di Nolfi)

Бутик "Луи Вюиттон" (Christian Bonzon)

[русские](#)

Source URL: <http://nashagazeta.ch/news/economie/shoping-po-ruski-ili-nashi-v-gorode>