

## Bongénie открывает интернет-магазин | Bongénie se tourne vers Internet

Автор: Надя Мишустина, [Женева](#) , 31.03.2011.



Один из залов магазина в Женеве (© [www.bongenie-grieder.ch](http://www.bongenie-grieder.ch))

Старейший люксовый универмаг Швейцарии готовится перевернуть страницу своей истории, открывая интернет магазин, который заработает уже в ноябре.

Le plus ancien des grands magasins de luxe suisses tourne une page de son histoire et lance une boutique en ligne dès novembre 2011.

Bongénie se tourne vers Internet

Спору нет, швейцарский универмаг Bongénie-Grieder, обладает авторитетом, историей и поколениями преданных клиентов. Основанный в 1891 году, он - одна из достопримечательностей страны: в Женеве, Цюрихе, Лозанне и Базеле его

рождественские витрины собирают прохожих, а пакеты с его логотипами дороги сердцу туристов. Накануне своего 120-летия универмаг готовится вступить в новую эру: в ноябре цитадель роскоши открывает свой интернет-магазин. «Мы давно задумывались о создании интернет магазина. Это было для нас лишь вопросом времени и нахождения надежного партнера», - заявил в официальном пресс-релизе компании Пьер Бруншви́г (Pierre Brunschwig), генеральный директор Bongénie. Партнером старейшего универмага страны стал швейцарский он-лайн магазин закрытых распродаж Fashion Friends, который существует всего полтора года.

Решение о партнерстве с Fashion Friends в руководстве Bongénie приняли, проанализировав успех этого стартапа. Созданный в Лангентале в апреле 2009 года командой из пяти человек, Fashion Friends - это онлайн-фешн-клуб, членом которого можно стать бесплатно и без приглашения от создателей или уже действующих членов. Основное преимущество такого клуба в специальных акциях, во время которых вещи от известных модных брендов - Burberry, Armani или Valentino - можно купить с большой скидкой, доходящей до 70%. За полтора года число членов Fashion Friends выросло от 250-ти до 250-ти тысяч. Сайт регистрирует 15 тысяч новых пользователей каждый месяц, сообщает его создатель и генеральный директор Питер Шупбах (Peter Schüpbach): 65 % покупателей женщины и 35 % мужчины. Всего за год товарооборот увеличился на 400 %, с 4.9 млн в 2009 году до 16.2 млн франков в 2010. Такой рывок свидетельствует не только о том, что больше людей покупают модную одежду он-лайн, но и о том, что в Швейцарии, которая не балует покупателей низкими ценами, люди ищут скидок.

На вопрос, почему Bongénie-Grieder для открытия интернет-магазина понадобился партнер, Клаудия Торреквadra, PR менеджер универмага отвечает: «Интернет-магазин является полноценным торговым бизнесом и требует профессионального подхода. Fashion Friends освоили территорию электронной торговли успешнее, чем другие интернет магазины страны, поэтому выбор партнерства пал на них». Партнеры сформировали отдельную компанию Brunschwig FF со штаб квартирой в Лангентале, которая и будет вести интернет проект: от дизайна и логистики до обслуживания клиентов.

«Многие магазины Швейцарии имеют свои интернет-бутики, но у нас пока нет портала по продаже дорогой и модной одежды, сопоставимого с британским Net-a-porter.com», продолжает Торреквadra. Новый интернет-магазин Bongénie-Grieder, в котором можно будет купить дизайнерскую одежду (женскую, мужскую и детскую), обувь, аксессуары и товары для дома, позиционирует себя как главный люксовый ритейлер в стране. Об этом заявила в официальном пресс релизе Сабина Матцлер (Sabina Mätzler), генеральный директор Brunschwig FF, которая будет реализовывать проект.

Вот уже несколько лет процесс покупки одежды покидает традиционные магазины и завоевывает интернет. Другие «большие магазины» Европы : Harrods и Browns в Лондоне, Galeries Lafayette в Париже уже имеют свои интернет-магазины.

Ожидается, что выход Bongénie-Grieder на онлайн-рынок даст новый толчок продажам. Чтобы привлечь покупателей к он-лайн бутику, в магазине планируют расширить ассортимент, а некоторые вещи предлагать исключительно он-лайн. Особые надежды в Bongénie-Grieder возлагают на молодых модников, которые выросли с интернетом и привыкли делать покупки он-лайн. Делают ставку и на

покупателей-мужчин. «Совсем недавно мужчины покупали одежду в интернете гораздо реже женщин, но сегодня разница сокращается», - отмечает Торреквадра.

Главное слабое место интернет-бутиков - отсутствие живого контакта с продавцами и консультантами, которые могут помочь подобрать нужный фасон и размер, или, как в Bongénie, посоветовать модный ресторан, рассказать о новой коллекции Burberry или поддержать разговор о джинсах J.Brand как минимум на трех языках. Да и сам процесс покупки (те, кто был в Bongénie в Цюрихе, кивнут) всегда подчеркнута галантен. Поэтому, даже сейчас, как говорят эксперты, в интернет-бутиках чаще всего приобретают аксессуары или одежду casual, где не так важно точно попасть с размером, а за костюмами идут в «реальный» магазин. Для преодоления этого барьера, на сайте будут работать видео-сервисы, которые позволят рассмотреть понравившуюся вещь под разными углами. Не исключают возможности и того, что на сайте будут публиковать подробную информацию о каждой вещи: не только ее размер, но и состав ткани, и параметры в сантиметрах как, например, это делают в интернет магазине лондонского универмага Browns.

Пока сайт рассчитан на обслуживание только на территории Швейцарии, хотя возможно расширение и за пределы страны. «Ведь, в конечном счете, нужно делать то, что правильно для наших покупателей», - считает Торреквадра.

Более ста лет назад европейские большие магазины ознаменовали собой приход нового динамизма торговли, нового размаха и новой эстетики потребления роскоши, когда под одной крышей можно было купить все, от вилки до рояля. Сегодня мир медленно, но уверенно становится электронным, и индустрия моды и роскоши тоже перебирается в сеть. В отличие от Net-a-porter, перед универмагами с вековой историей задача стоит не простая: как не растерять то «загадочное обаяние», которое заставляет покупателей лелеять фирменные пакеты, выстраиваться у рождественских витрин и болтать с продавцами. Но это обаяние в Bongénie-Grieder обещают и сохранить, и приумножить.

Краткая история Bongénie:

1891 - Адольф Бруншви́г основывает в Женеве универмага Bon Génie

1903 - Bon Génie открывает магазин в Лозанне

1972 - Бруншви́ги покупают торговый дом Grieder в Цюрихе, что делает магазин национальным

1990 - магазин расширяет ассортимент, начинает продавать не только одежду, но и парфюмерию, товары для дома

2010 - В Bongénie-Grieder продается более 400 дизайнерских брендов. Годовой оборот составляет 218,2 миллионов франков.

ноябрь 2011 - откроется интернет магазин

[Женева](#)

---

**Source URL:** <https://nashagazeta.ch/news/11548>