Наша Газета
nashagazeta.ch
Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (https://nashagazeta.ch)

«Династия Брокар и расцвет русской парфюмерии» | «La dynastie des Brocard et l’épanouissement de la parfumerie russe»

Автор: NG, Москва , 05.04.2016.

Так выглядела витрина магазина Брокар

Так называется проходящая в московском Доме русского зарубежья им. А. Солженицына фотодокументальная выставка, имеющая связь и со Швейцарией.

|

Ceci est le titre d’une exposition qui se déroule actuellement dans la Maison d’émigration russe à Moscou.

«La dynastie des Brocard et l’épanouissement de la parfumerie russe»

Династии Брокар и, главным образом, Генриху Афанасьевичу Брокару, предпринимателю, исследователю, коллекционеру и меценату, принадлежит особая роль в развитии отечественного парфюмерного производства на рубеже XIX–XX веков, получившего благодаря ему международное признание.

На выставке впервые в России наиболее полно представлены фотографии, деловые документы, чертежи, патенты, газетные публикации, рекламные плакаты и другие материалы, хранящиеся в Государственном архиве Российской Федерации, Центральном государственном архиве города Москвы, Государственном музее изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Музее индустриальной культуры (Москва), Главном архивном управлении Московской области, Архивном отделе управления делами администрации Пушкинского муниципального района (г. Пушкино), семейном архиве Николь Шерпитель (Швейцария), а также документы и личные вещи, принадлежавшие семье Брокар из личной коллекции исследователя, члена Союза художников Подмосковья Е.С. Артовой.

Николь Шерпитель отправилась из Женевы в Москву поговорить о прапрадеде (© L. Derevianko)

Николь Шерпитель, праправнучка Г.А. Брокара, специально прилетавшая на открытие выставки 1 апреля, много лет занимается восстановлением истории своей семьи, пишет об этом книгу. В этой работе ей помогает живущий в Брюсселе племянник Бертран Эстранжен, коллекционер предметов искусства, ведущий блог об удивительной истории Генриха Брокара. Николь родилась в Грассе (Франция), потом с семьей переезжала из страны в страну, последние 15 лет живет в Женеве. По профессии она - она социолог и антрополог. Многое о своем прапрадеде Генрихе (или Анри, как его звали на французский манер) она узнала от своей прабабушки Евгении, которая прожила 98 лет.

Своеобразным эпиграфом к выставке, организованной Натальей Клевалиной (куратор) и Еленой Абаренковой (художник), послужили слова ее героя: «Я вернусь во Францию, чтобы там умереть, но жить и работать я могу только в России, где больше простора для творчества такого художника, каков я…»

Кто же такой этот господин Брокар?

Генрих Афанасьевич Брокар — предприниматель, исследователь, коллекционер и меценат, родился в 1837 году в Париже в семье Атанаса Брокара. Брокар-старший был преуспевающим парфюмером сначала в Париже, затем в Филадельфии. В начале 1860-х Генрих Брокар решил выйти из семейного бизнеса и уехать в Россию. Он обосновался в Москве и превратился в Генриха Афанасьевича. Решив сначала осмотреться на новом месте, 18 августа 1861 года Генрих Брокар поступил на работу управляющим на парфюмерную фабрику Константина Гика. Здесь молодой Брокар проработал более трех лет и за это время изобрел способ изготовления концентрированных духов. Тогда же он женился на Шарлотте, дочери обрусевшего бельгийца Томаса Раве. В октябре 1863 года, ненадолго съездив в Париж и отвергнув все выгодные предложения, полученные на родине, он вернулся в Москву, где собирался открыть собственное дело. Необходимая для этого сумма имелась: фирма «Рур Бертран» из Грасса приобрела изобретение молодого парфюмера за 25 тысяч франков.

Афиша выставки в Московском Доме русского зарубежья имени А. И. Солженицына

Брокар открыл собственную небольшую мыловаренную фабрику. В то время парфюмерное дело в России, включая фабрики, полностью контролировали его соотечественники-французы. На рынок поступали огромные партии импортного мыла и духов. Несколько запоздавший Брокар встретил сильнейшую конкуренцию и сумел в ней выстоять.

Шарлотта чувствовала себя в России как дома и была прекрасно осведомлена о нравах своей второй родины. Помимо этого, она обладала деловой хваткой, позволившей ей стать верной помощницей мужа во всем, что касалось его дел.

Известно, что идею выпуска дешевой продукции «для народа» подсказала именно она. Успех был небывалый. Ведь до этого большинству населения необъятной Российской империи мыло было недоступно.

Изучение торговой политики фирмы Брокара могло бы стать прекрасным пособием для начинающих предпринимателей. Начало было положено выпуском «Детского» мыла с буквами русского алфавита, выдавленными на каждом куске - это мыло, благодаря которому многие выучились читать, называли «азбукой Брокара». Следующим безошибочным ходом стал выпуск «Народного» мыла ценой всего в одну копейку. Объемы стремительно возрастали. Предприятию в течение пяти лет несколько раз приходилось менять адрес: Теплый переулок, Зубовский бульвар, затем переезд на Пресню. Но скоро и там становится тесно. Осенью 1869 года Брокар переводит предприятие за Серпуховскую заставу. Со временем фабрика заняла весь квартал на углу Арсеньевского переулка и Мытной улицы. Сначала Брокар производил только мыло. Потом попробовал изготавливать помаду и пудру. Оставалось сделать последний шаг и освоить производство элитных духов. Но это казалось почти невозможным. Предубеждения российской публики, доверявшей исключительно иностранным одеколонам и духам, трудно было преодолеть даже потомственному французскому парфюмеру. Однако не в характере Брокара было отступать.

Так выглядели упаковки изделий фирмы Брокар

Первым шагом стал выпуск собственного одеколона, появление которого он обставил необычным образом. В 1882 году, на Всероссийской промышленно-художественной выставке в Москве, струями одеколона «Цветочный» бил... настоящий фонтан. Никто не мог пройти мимо: дамы окунали в струи фонтана свои шляпки, а мужчины — фалды пиджаков. Подобного не устраивал еще никто. Успех московского парфюмера был полный и бесповоротный, но убедить русских дам покупать выпущенные в Москве духи все равно не удавалось. Ни самые современные технологии, ни то, что владелец фабрики был осведомлен обо всех последних европейских новшествах, которые немедленно внедрял в производство, не помогали. Доверяли не

брокаровским, а «настоящим», французским духам только «из самого Парижа».

Тогда Брокар придумал хитрость: он закупил партию духов у особенно популярной в российских столицах французской фирмы «Любэн» и перелил их в собственные фирменные флаконы. Спустя нескольких месяцев две покупательницы, одна за другой, возвратили духи, сославшись то ли на плохое их качество, то ли на нестойкость аромата. Брокар обнародовал нотариально заверенные протоколы о покупке духов у конкурента-француза. Это стало отличным рекламным ходом.

Еще один маркетинговый ход, на столетие опередивший суперсовременные рекламные акции, был сделан опять-таки с подачи жены, тонко чувствовавшей потребности и возможности русских женщин. Брокар выпустил парфюмерный набор, состоявший из десяти предметов и стоивший при этом всего только рубль. Выпуск подарочного набора приурочили к открытию первого фирменного магазина. Торжество было скомкано и магазин пришлось временно закрыть, поскольку спустя три часа после открытия у дверей началось форменное побоище и полиции не оставалось иного выхода, как разогнать рвавшуюся в зал толпу.

Привлекательные пузырьки с ароматным содержанием

Со временем фабрика Брокара стала одним из самых благополучных предприятий города. Известно, что за всю историю ее существования на ней почти не было забастовок. Кроме хорошей зарплаты, в качестве премии каждому сотруднику фабрики выдавались мыло, духи и одеколоны, пропорционально количеству членов семьи. Если же работник изъявлял желание приобрести продукцию другой фирмы, то хозяин оплачивал часть ее стоимости.

Продукцию фабрики часто подделывали, но Брокар придумал, как бороться с контрафактом. Он не только ввел напечатанные специальным образом этикетки для

всех без исключения видов своих товаров, но и утвердил для изделий фабрики именные клейма с государственным гербом Российской империи – благодаря особому решению Министерства финансов от 2 апреля 1886 года. Это стало первым случаем использования торговых знаков в России.

В 1872 году Брокар учредил собственный торговый дом, а в 1893-м, в целях расширения производства, компания была переведена в разряд товариществ и стала называться «Товарищество парфюмерного производства Брокар и компания». Но даже достигнув безраздельного господства на российском рынке, миллионер Брокар продолжал напряженно работать и постоянно изобретать.

За свою жизнь он изобрел немало. Сначала – способ создания концентрированных духов,затем – состав «Цветочного» одеколона, получившего широчайшее распространение и выпускающегося по сей день. Фабрика Брокара смело внедряла в производство новые сорта мыла и одеколона, – ее владелец экспериментировал, создавая все новые и новые ароматы.

Рекламные открытки фирмы Брокар

Брокар эффектно рекламировал свой товар, причем не только фонтаном на ярмарке или поднесенным герцогине Эдинбургской букетом, составленным из восковых цветов – роз, ландышей, фиалок и нарциссов, каждый из которых обладал своим неповторимым ароматом. Он уделял особое внимание упаковке и флаконам, придумывал причудливые формы для своего мыла, к примеру, в виде шара, или морковки, или огурца натурального зеленого цвета.

Супруга «Душистого Генриха» не только участвовала в создании новых марок, разработке оформления упаковок, но даже вела переговоры с партнерами. Не

отставали и подраставшие дети – сыновья Александр, Эмиль и дочь Евгения, которые постепенно тоже входили в дело. У четы (Евгения впоследствии вышла замуж за «русского француза» Петра Жиро, владельца шелкоткацкой фабрики, после национализации ставшей «Красной розой»).

Брокары мгновенно откликались на все события и умело использовали политическую конъюнктуру. Так, в разгар Русско-турецкой войны 1877–1878 годов появились мыло «Воинское» и помада «Букет Плевны», ставшие не менее популярными, чем духи «Персидская сирень» — брокаровская «визитная карточка».

Отдельный стенд посвящен духам "Букет императрицы"

Успех сопутствовал парфюмеру повсюду: после триумфа на парижской Всемирной выставке 1889 года, где Брокар впервые экспонировал духи «Персидская сирень», последовали золотые медали на выставках в Мадриде и Брюсселе в 1890 году, высшая награда на выставке в Чикаго в 1893-м. Апофеозом деятельности Генриха Брокара стала Всемирная выставка 1900 года в Париже, где продукция «Товарищества Брокар и К°», официального поставщика двора герцогини Эдинбургской, испанского королевского двора и российского императорского дома, получила Гран-при.

Успех предприятия позволил Генриху Брокару стать одним из самых крупных коллекционеров живописи и предметов искусства. Его собрание, третье по размеру в Москве, включало полотна известных западноевропейских мастеров, которые сейчас можно увидеть в собрании ГМИИ им. А.С. Пушкина и других музеев – после революции вся коллекция была национализирована.

Генрих Брокар прожил в Москве 39 лет. Именно здесь он добился успеха и стал одним из самых удачливых предпринимателей пореформенной России. «Я вернусь во Францию умирать, но жить и работать могу только в России», — говаривал Генрих Брокар. Так и случилось. По настоянию врачей Генрих Брокар уехал лечиться в Канны, где и умер в декабре 1900 года. Похоронили «парфюмерного короля» в местечке Провен близ Парижа. Несмотря на то, что Генрих Брокар всю жизнь оставался французским подданным, он был истинным патриотом России.

«Товарищество Брокар и К°» с оборотом в 2,5 миллионов рублей перешло к его вдове. Шарлотта Андреевна мужественно вынесла удар судьбы – она не только вступила в управление наследством и фабрикой, но и увековечила память супруга, создав музей его имени, а в 1901 году выпустила в свет брошюру «Памяти Г.А. Брокара». Вплоть до революции дело Брокаров продолжали его дети. К 1914 году, когда фирма отмечала пятидесятилетний юбилей, ее торговый оборот увеличился в семьсот раз и составил 8 300 000 рублей. Фабрика ежегодно выпускала 34,7 миллиона кусков мыла, 4,3 миллиона флаконов духов, 2,5 миллиона флаконов одеколона, миллионы коробок различных ароматных изделий.

В 1917 году «империя Брокара» была национализирована и переименована в «Замоскворецкий мыловаренный комбинат № 5». В июле 1919 года вместе с другими членами правления фабрики Александр Генрихович Брокар был арестован органами московской Чрезвычайной комиссии по обвинению в антисоветской деятельности. Проведя пять месяцев под следствием, он вышел на свободу и покинул страну. Эмиль и Евгения Брокар также эмигрировали во Францию. Александр жил в Париже, затем в Ницце, где в 1923 году, незадолго о своей смерти (в 1924 году) открыл торговое предприятие.

Бывший завод Брокара снова был переименован, он превратился в фабрику под названием «Новая заря», которая существует и по сей день._

От редакции: Ознакомиться с экспозицией можно до 29 апреля 2016 года, в выставочном зале 409 на 4-м этаже в часы работы ДРЗ по адресу Москва, ул. Нижняя Радищевская, д. 2. Проезд: м. «Таганская» (кольцевая).

русские

Source URL:
https://nashagazeta.ch/news/culture/dinastiya-brokar-i-rascvet-russkoy-parfyumerii