

**Брокары. Боги
парфюмерного
искусства**



Валерий Чумаков

КнигиКратко

Библиотека КнигиКратко

**Брокары. Боги
парфюмерного производства**

ООО "Акцион управление и финансы"

КнигиКратко Б.

Брокары. Боги парфюмерного производства / Б. КнигиКратко —
ООО "Акцион управление и финансы", — (КнигиКратко)

Эта книга о гениальном рекламщике и талантливом парфюмере французе Генрихе Брокаре, который переехал в Москву в 26 лет и создал в России крупнейшее парфюмерное предприятие. Рассказ о торговых решениях фирмы Брокара может стать прекрасным пособием для начинающих предпринимателей. Начал он свой бизнес с выпуска «Детского» мыла (на что не пойдет родитель ради собственного ребенка!) – с буквами русского алфавита, выдавленными на каждом куске. Благодаря этому мылу многие выучились читать. Не зря его прозвали «Азбукой Брокара». Следующим безошибочным ходом стал выпуск «Народного» мыла ценой всего в копейку (конкуренты продавали подобное в тридцать раз дороже). Сначала Брокар производил только мыло. Потом попробовал изготавливать помаду и пудру. Оставалось сделать последний шаг и освоить производство духов. Что Генрих с успехом и реализовал. Кстати, вы можете познакомиться с одним из образцов брокаровской продукции. Зайдите в парфюмерный магазин, попросите духи «Красная Москва», откройте флакончик и вдохните нежный аромат «Любимого букета Императрицы».

© КнигиКратко Б.
© ООО "Акцион управление и
финансы"

«БРОКАРЫ. Боги парфюмерного производства», Валерий Чумаков

Сейчас понять происхождение русской поговорки «Мыло черно, да моет бело» уже сложно. Люди забыли, что до приезда в Москву гениального рекламщика и талантливого парфюмера француза Генриха Брокера здесь в качестве основного моющего средства использовалась печная зола.

Генрих Брокер перебрался в Россию, когда ему было 26 лет. Сделал он это по совету своего отца Атанаса Брокера. Брокер-старший был преуспевающим парфюмером

Деньги на мыло

И как только классику пришло в голову назвать Россию «немытой»? Абсолютная чепуха. Как раз в России издавна существовал культ бани, воспетый еще Нестором в «Повести временных лет». Другое дело, что с мылом у нас всегда было туго.

То ли дело Париж. Тут искусство изготовления моющих средств и хорошего парфюма было поставлено на широкую ногу и имело глубокие корни. К тому времени, когда в России даже и не представляли, что мыло может иметь еще какой-то цвет, кроме черного, Атанас Брокер уже запатентовал способ изготовления мыла прозрачного.

Несмотря на оригинальность идеи, дело у молодого французского парфюмера на родине не шло – слишком велика была конкуренция. Не пошло оно и в Америке, куда он вместе с двумя сыновьями перебрался в надежде заработать большие деньги: населявшие континент переселенцы еще не готовы были к тому, чтобы тратить на такие вещи, как чистота и аромат. Несколько лет Атанас честно пытался привить американцам любовь к мылу, однако это ему не удалось. В конце концов он затосковал, запил и вернулся в Париж.

Сыновья не собирались сдаваться. Старший решил «добывать» Америку, а младший, Анри, отправился бродить по свету, выискивая место, где его парфюмерные таланты нашли бы применение. Совершенно неожиданно таким местом оказалась далекая и огромная северная страна, о которой у молодого человека было самое смутное представление. Но приглашение на работу, полученное от давнего знакомого отца, известного французского парфюмера Гика, только что открывшего в Москве свою фабрику, заслуживало внимания. И в 1861 году 24-летний Анри перебрался в Москву, где его стали называть Генрихом Атанасовичем или Генрихом Афанасьевичем.

Впечатления от первого свидания с Москвой были самыми неприятными. Француз увидел грязных мужиков в залатанных тулупах, самодовольных и тупых чиновников, пьяных купцов. Пахло перегаром и квашеной капустой. И эта вонь преследовала чуткого на запахи парфюмера везде. Однако зарплата, получаемая им у Гика, была значительно больше той, на которую он мог рассчитывать, если бы работал в Европе. А потому приходилось терпеть. И отводить душу, только встречаясь с немногочисленными европейцами, пусть даже и не с французами, а хотя бы с бельгийцами. С ними можно было поговорить на родном языке, пожаловаться на сырую московскую погоду, на варварские обычаи москвитов, вспомнить Европу...



Генрих и Шарлотта Брокар

Лучше всего молодой француз чувствовал себя в доме бельгийца, державшего магазин хирургических инструментов, – Томаса Равэ. Тому было много причин, а главная – дочь Томаса, прекрасная Шарлотта. Будучи французом до кончиков ногтей, Генрих к вопросу брака подходил прагматично: его будущая супруга должна быть деловой, хозяйственной, умной и обязательно общительной; важно, чтобы она хорошо знала французский и русский языки и могла быть при муже переводчицей и секретарем (сам Генрих желанием изучать варварский язык вовсе не горел, учил так, по необходимости, и всю жизнь говорил со страшным акцентом). Шарлотта обладала всеми этими качествами, к тому же была красива. Томас, ее отец, с интересом присматривался к амбициозному французцу: дочка-то уже на выданье. И вот 7 сентября 1862 года молодые вступили в законный брак. Венчались по католическому обычаю – несмотря на то, что в патриархальной России обращение в православие сулило многочисленные выгоды, Генрих и Шарлотта свою веру не поменяли.

Теперь, когда личная жизнь устроилась, можно было начинать свое дело. Но нужны же хоть какие-то капиталы. У Гика Брокер получал хорошо, но этих денег для серьезного начинания было мало. А серьезного хотелось. Пока жена вынашивала первенца, Генрих изобретал. Он смешивал, выпаривал... и через год изобрел новый способ получения концентрированных духов. Понимая, что в России выгодных покупателей на этот вид товара не найдешь, он быст-

ренко съездил во Францию, где и продал изобретение за 25 000 франков знаменитой фирме «Рур Бертран».

На вырученные деньги Брокер арендовал у мещанки Фаворской конюшню в Теплом переулке, нанял двоих рабочих, Герасима и Алексея, купил два котла и обратился в городскую управу с просьбой разрешить ему варку мыла. И, как это часто бывает в России, столкнулся с непредвиденным: в номенклатурных списках Ремесленной управы профессия «парфюмер» не значилась. Чиновники долго ломали голову, по какой же статье провести мыловарение, и наконец определили Генриха Брокера по «фельдшерскому цеху».

Получив официальное дозволение на свою деятельность, молодой предприниматель уже на следующий день «отварил» первые 60 кусков мыла. Новое мыло называлось «Детское» и представляло собой аккуратные ароматные брусочки, на каждом из которых была выдавлена одна из букв русского алфавита. Благодаря этой оригинальной идее и низкой цене (первое мыло Брокера стоило в три раза дешевле, чем мыло конкурентов, не говоря уж про заграничный товар), продукция молодой фирмы сразу была замечена и стала популярной. Позже многие россияне признавались, что «читать учились по Брокеру». Вначале продукцию по купцам развозил в пролетке сам Брокер, но спустя год и купцы стали наведываться в конюшню, чтобы перехватить партию ходового товара. Вслед за «Детским» пошло прозрачное «Глицериновое», круглое «Шаром» и зеленое огурцевидное «Огурцовое».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.