

Брокер Генрих Афанасьевич

Первый русский парфюмер

Сегодня многие иностранные производители гордятся своей принадлежностью к России. Кто-то ограничивается выходом на российский рынок, кто-то стремится получить гражданство нашей страны. Генрих Брокер, оставаясь французским подданным (потом — гражданином), был истинным патриотом России. Именно благодаря ему российская парфюмерия получила международное признание.

Генрих Брокер родился в 1837 году в Париже в семье парфюмера Атанаса Брокера. Однако конкуренция на ароматном рынке во Франции на тот момент была довольно высока. В итоге Атанас продал парфюмерную лавку, расположенную в самом центре Парижа — на Елисейских полях, и уехал с семьей в Америку. Однако бизнес не заладился и там. В 1850 году, когда Генриху еще не исполнилось и 14 лет, отец решил вернуться на родину во Францию, фактически бросив бизнес на своих сыновей. Некоторое время Генрих вместе с братьями постигал азы парфюмерного дела и управления производством. Но в начале 1860-х годов он вышел из семейного бизнеса и уехал в Россию. До сих пор остаются тайной мотивы столь радикального поступка. Однако результат, что называется, налицо...



Г.А. Брокер

Приехав в Россию, молодой Брокер быстро оценил потенциал тогда только зарождавшегося в стране ароматного рынка. Около полутора лет он проработал наемным технологом в представительстве одной французской парфюмерной компании. Спустя год Генрих женился на бельгийке Шарлотте Реве — женщине волевой, с хорошей коммерческой хваткой. Тогда же он изобрел новый способ концентрата духов. Возможно, именно женитьба на Шарлотте стала самым удачным бизнес-решением француза и предопределила будущий успех всего его дела. Шарлотта Андреевна прекрасно владела русским языком, органично вписалась в московскую действительность. Всю жизнь она помогала мужу в делах: придумывала названия для новой продукции, разрабатывала дизайн упаковок и даже вела переговоры с партнерами.



Шарлотта и Генрих Брокары

Женитьба на бельгийке Шарлотте стала самым удачным бизнес-решением француза и предопределила будущий успех всего его дела. Именно жена, прекрасно осведомленная о том, что русские аристократы пользуются только мылом, выписанным из Франции, предложила сделать ставку на массовость и создать недорогое мыло разных сортов.

Чтобы жениться на Шарлотте, Генрих продал свое ноу-хау парфюмерной компании «Рур Бертран» за 25 тыс. франков. На оставшиеся средства Брокар, по совету своего отца, открыл в Москве, в Теплом переулке, собственную мыловаренную фабрику. Впрочем, фабрику — это громко сказано: под производство было спешно переделано помещение бывших конюшен Фаворских. Ее оборудование состояло всего из трех котлов, дровяной печи и каменной ступки. Сырья было в достатке, а вот при регистрации предприятия француз столкнулся с проблемой: в российских реестрах не оказалось соответствующей позиции. Но Брокару удалось выкрутиться, записав свое мыловаренное производство как «фельдшерский цех». От деда Генрих получил рецепт изготовления кокосового мыла, которое и стал производить на своей фабрике. На предприятии работали всего двое рабочих (помимо самого хозяина), которые изготавливали от 5

до 10 дюжин кусков мыла в день. Сохранились даже фамилии первых покупателей — купцов Смирнова, Дунаева и Дамтина. Но, как ни старался новоиспеченный парфюмер, мыло спросом не пользовалось. В итоге Шарлотта, прекрасно осведомленная о том, что русские аристократы пользуются только мылом, выписанным из Франции, предложила сделать ставку на массовость и создать недорогое мыло разных сортов и форм: для малышей в виде зайчиков, собачек и кошечек, для детей постарше — с буквами алфавита, а для взрослых — в виде овощей. Это был отличный маркетинговый ход, а мыло для детей Брокар по совету жены, не мудрствуя лукаво, назвал просто «Детское». Надо ли говорить, что товар стал пользоваться большой популярностью?!

Первая фабрика Генриха Брокара располагалась в Теплом переулке, бывших конюшнях Фаворских. Ее оборудование состояло всего из трех котлов, дровяной печи и каменной ступки, а производительность составляла от 5 до 10 дюжин кусков мыла в день.

От народного к элитному

Вскоре Брокар стал выпускать фигурное мыло, давая своей продукции необычные, но запоминающиеся названия. Так например, мыло «Шаром» изготавливалось в виде шара, а мыло «Огурцом» по форме представляло собой самый настоящий огурец и к тому же имело зеленый цвет. На рынок в разное время вышли такие сорта мыла, как «Янтарное», «Медовое», «Розовое», «Греческое» (оно стоило около 60 копеек за кусок), и стали популярны среди наиболее обеспеченной публики. «Это мыло, — говорилось в фирменной рекламе Брокара, — своим внешним видом производит полную иллюзию настоящего огурца и в то же время является хорошим туалетным мылом». За ними последовало кокосовое мыло, созданное по рецепту бабушки Брокара. Именно эти марки в 1865 году были отмечены малой серебряной медалью на московской выставке русских мануфактурных изделий. Однако вскоре на рынке появилось огромное количество подделок, так что фирме Брокара пришлось всерьез заняться защитой своей продукции. В Департаменте торговли и Министерстве финансов была утверждена особая этикетка (прообраз современных торговых марок), которую наклеивали на всю продукцию знаменитого француза. Брокар и его супруга также тщательно следили за тем, чтобы дизайн этикеток и название товара соответствовали духу времени. Так, на события русско-турецкой войны фабрика Брокара ответила выпуском мыла и помады «Букет Плевны».



В итоге за Брокар ом утвердилась слава производителя мыла исключительно для простого народа. Это не устраивало честолюбивого коммерсанта, и он начал активно ездить за рубеж, узнавая тайны и секреты мастерства у других именитых парфюмеров. И его поиски увенчались успехом: в 1870 году из Брюсселя Генрих привез секреты, позаимствованные у известного мыловара Эklarса. И вскоре наладил выпуск туалетного мыла. Довольно быстро стены бывшей конюшни стали тесны для растущего бизнеса и Брокар перенес производство сначала на Зубовский бульвар, а затем на Пресню. А в 1869 году за Серпуховской заставой открылась специально построенная фабрика для выпуска косметической и парфюмерной продукции. Душистый товар там производят и по сей день. Сейчас это хорошо известное в стране ОАО «Новая заря».

В 1872 году Брокар задумался о возможности производства одеколona и духов. Это был качественно иной бизнес. И Генрих с удвоенной энергией стал осваивать новый рынок. Нужно было решить две задачи: снизить себестоимость производства и оттеснить иностранных конкурентов, придумав какую-то необычную акцию. С обеими задачами он справился просто блестяще. Именно он первым предложил на рынок концентрированные духи, в ассортименте производимых товаров появились одеколон и пудра, завоевывая симпатии покупателей и рынки сбыта. Настоящей сенсацией стал фонтан из цветочного одеколona на первой Всероссийской промышленно-художественной выставке (1882 год). Генрих Брокар, вложил в создание фонтана немалые деньги и не прогадал. Его новая продукция — одеколон «Цветочный» — быстро покорила сердца и обоняние москвичей. Газеты того времени много писали о том, как посетители выставки собирали дармовой одеколон в специально принесенные из дома банки и флаконы, а наиболее раскрепощенные окунали в фонтан пиджаки. Так что еще долго по Москве ходили, благоухая «Цветочным», магазинные приказчики, средние и мелкие чиновники, купцы и ремесленники.

Еще один эффектный прием принес Генриху Брокару массу новых покупателей: открывая очередной магазин в Москве (всего их было около десятка), он сообщил через газеты, что весь день набор из 10 предметов — мыла, одеколona, шампуня и др. — будет продаваться за... 1 рубль. Властям приходилось вызывать дополнительные силы полиции, чтобы предотвратить давку.

Став состоятельным человеком, Брокар построил усадьбу недалеко от подмосковного села Пушкино. А также приобрел дома и земли в Левково, Невзорово Грибово и Комягино — именно там высевались семена растений и разводились новые селекционные сорта для создания новых, более стойких ароматов.

Все усилия обрусевшего француза были оценены по достоинству: «империя Брокара» обладала восемью золотыми медалями, полученными на всемирных выставках в Париже, Ницце, Барселоне и других мировых центрах парфюма. Только об одном сожалел известный парфюмер: в коллекции высоких наград его «империи» не хватало звания «Поставщика двора Его

Императорского Величества». Даже два золотых российских герба, украшавших этикетки фирмы и пожалованных Брокеру в знак признания его заслуг и качества продукции, не могли утешить обрусевшего француза. К тому же на тот момент Генриха Афанасьевича уже привлекал другой сегмент рынка парфюма — элитные духи. Надо сказать, в данном сегменте никогда не было представителей России. Но предприимчивый парфюмер не опускал рук. И в день рождения вдовствующая императрица Мария Федоровна получила от знаменитого московского парфюмера весьма необычный подарок: хрустальную вазу с изумительно сделанными восковыми цветами, каждый из которых источал свой натуральный аромат. Подарок пришелся по сердцу императрице, и она повелела назвать новые духи «Любимый букет императрицы», а Брокер получил наконец вожденное звание «Поставщика двора Его Императорского Величества». Маркетинговыми талантами парфюмера-иностранца восхищались еще его современники-конкуренты. Как и его продукцией: одеколон «Цветочный», который Брокер вывел на рынок, выпускается до сих пор.

Генрих Брокер, помимо удивительного дара маркетолога, обладал незаурядными организаторскими способностями. Он легко находил общий язык с рабочими, и на его предприятиях практически не было забастовок. Самый низкооплачиваемый работник у Брокера получал ежемесячно 15 р. (тогда в Москве плотно пообедать можно было всего за 10 коп.). Кроме того, все сотрудники брокеровских предприятий ежемесячно бесплатно получали наборы собственной продукции по числу членов семьи. Более того, если вдруг работник отдавал предпочтение иному парфюмерно-косметическому бренду, Брокер оплачивал ему 75% трат на мыло и одеколон.

Русский по духу

Андрей Афанасьевич (так по-московски порой величали уроженца Франции) прожил в Москве 39 лет. Именно здесь он добился фантастической популярности и стал одним из самых удачливых предпринимателей пореформенной России. «Я вернусь во Францию умирать, но жить и работать могу только в России», — говаривал Генрих Брокер. Так и случилось. По настоянию врачей Генрих Брокер уехал лечиться в Канны, где и умер в декабре 1900 года. Похоронили «парфюмерного короля» в местечке Провен близ Парижа. «Товарищество Брокер и К^о» с оборотом в 2,5 млн р. перешло его вдове. Шарлотта Андреевна мужественно перенесла удар судьбы — она не только вступила в управление наследством и фабрикой, но и увековечила память супруга, создав музей Г.А. Брокера, а в 1901 году выпустила в свет брошюру «Памяти Г.А. Брокера». Вплоть до революции дело Брокера продолжали их сыновья.

В 1917 году «империя Брокера» была национализирована и переименована в «Замоскворецкий мыловаренный комбинат № 5». Главный парфюмер Брокера не стерпел такого безобразия и в 1922 году предложил назвать фабрику «Новая заря». Большевики согласились. А духи «Букет Императрикс» получили соответствующее времени название «Красная Москва». Пушкинская усадьба была приспособлена под детский дом, а в послевоенные годы — под санаторно-лесную школу. На территории усадьбы со временем построили кирпичный дом и переселили туда воспитанников. Усадебный дом стал никому не нужен. Парк обветшал и зарос. Некогда роскошный сад с коллекцией сирени выродился, а затем и исчез. Теперь трудно поверить в то, что парфюмерная российская фабрика выступала наравне с французскими и была отмечена высшими наградами на престижных выставках. Технология изготовления на «Новой заре», естественно, изменилась: советская парфюмерная промышленность не смогла сохранить легендарные рецепты.

Сегодня практически никто не знает, что замечательный меценат и коллекционер зарубежного искусства собрал несколько тысяч художественных произведений. В то время частные коллекции были весьма велики и не умещались в рамках традиционной домашней галереи. Но Брокер и тут нашел блестящий маркетинговый ход — он не стал тратить на строительство дорогостоящего особняка, а разместил собственный музей в Верхних торговых рядах на Красной площади (ныне — ГУМ). Но, главное, он сделал туда свободный доступ для всех желающих и тем самым дал возможность всем и каждому наслаждаться творчеством великих французских и голландских мастеров. После революции часть коллекции разошлась по государственным музеям без указания каталогов и инвентарных номеров. Кстати, в этом году в музее частных коллекций прошла выставка из собрания Г. Брокера, которая называлась удивительно красиво и емко «Парфюмер — друг искусств».