



# Morel:

## 130 лет творчества

В 2010 году компания Morel — один из лидеров французского оптического рынка — празднует 130 летний юбилей. Это отличная возможность подвести итоги и заглянуть в будущее.

### MOREL: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

В течение 130 лет четыре поколения семьи Морель работали для того, чтобы сказать сегодня: «Мы сделали это!» Morel — достаточно редкий на рынке очковой оптики пример фирмы, которая и через столько десятилетий смогла сохранить семейный характер предприятия, традиции качества и французский вкус, став при этом одним из признанных лидеров не только французского, но и мирового оптического рынка. Еще одной уникальной особенностью компании можно назвать то, что своих успехов она смогла достичь, опираясь исключительно на собственные домашние марки. Отказавшись от легкого пути «продажи имени», фирма сделала ставку на технологию и креатив, и именно такое решение привело к тому, что для тысяч оптиков в самых разных странах мира названия домашних марок компании: Marius Morel, Oga, Lightec, Nomad, Koali, Cot-

tet, Rebel, Tatoo — звучат не менее авторитетно, чем бренды высокой моды.

Сами представители четвертого поколения семьи Морель — Франсис, Жером и Амели (Francis, Jérôme, Amélie) — главным в истории компании считают независимость: Именно независимость определяла ее жизнь начиная с 1880 года. Финансовая независимость и отсутствие стороннего капитала позволило компании самой решать свою судьбу и строить долгосрочные планы. Создание собственных марок стало способом избежать давления со стороны модных домов и соперничества с фэшн-брендами. Широкая сеть дистрибуции, равномерно распространенная в разных географических зонах, обеспечила проведение гибкой экономической политики. Представители четвертого поколения семьи бережно относятся к памяти своих предков и с оптимизмом смотрят в будущее, о чем рассказывает книга «Морель», день за днем» (Morel, Jour Apres Jour), выпущенная компанией к своему юбилею.

родственников, который, как и многие другие жители этого района, занимался изготовлением комплектующих для пенсне, завоевывающих все большую популярность. Кстати, и сама идея пенсне\* — оптического устройства, держащегося на носу с помощью пружины, — зародилась именно в этом регионе, а точнее в городе Морэ, в конце XVIII века.

С самого начала деятельность Жюль была связана с экспортом: он завязывает контакты с клиентами из Бельгии и Швейцарии и лично доставляет им заказы, используя для этого велосипед и железную дорогу. Его сын Мариус (Marius) вначале просто помогает отцу, потом решает заняться профессией более углубленно. Он получает специальность оптика, но не открывает собственного магазина, а разрабатывает план по расширению производства очков, для чего переезжает из своей деревни в город Морэ, где приобретает мастерскую Бонфуа-Дюмон (Bonpefoy-Dumont). Там, в 1927 году начинается производство металлических оправ, к которым в 1934 году добавляются очки из целлулоида. При этом компания продолжает работать с иностранными, и в частности с английскими, клиентами.

После Второй мировой войны у компании устанавливаются тесные отношения с парижской оптовой фирмой Archives Optic. Благодаря сотрудничеству с ней

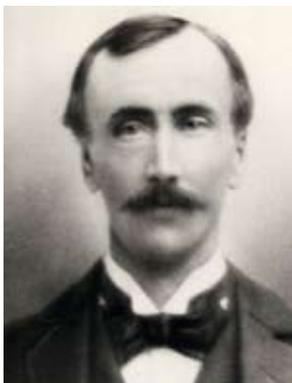
### Morel 130 years of the creation

In 2010 the company Morel, one of the leaders of French optical market, celebrates its 130 years anniversary. This is a good opportunity to take stock and look ahead.

### НЕМНОГО ИСТОРИИ

История компании началась в 1880 году, когда молодой фермер из деревни Рус региона Юрских гор Жюль Морель (Jules Morel) решил заняться изготовлением очков. Эта идея пришла к нему после работы в мастерской одного из

\* Напомним, что это французское слово, состоящее из двух частей: *pince* — «защепить» и *nez* — «нос».



Жюль Морель



Мариус Морель



Представители четвертого поколения семьи Морель – Франсис, Жером и Амели

продукция фабрики быстро распространяется по многим регионам Франции.

В 1955 году компания начинает производить очки с золотым покрытием, наносимым с помощью старинной технологии *Double or*, и попадает в число элиты оптических предприятий – оптиков-ювелиров. И сегодня оправы коллекции *Marius Morel* с золотым покрытием остаются одной из визитных карточек французской фирмы. В 1958 году компания получает правительственную награду «Оскар за экспорт» (*Oscar del'exportation*) за распространение в мире французских товаров, и действительно, в этот период международная экспансия *Morel* растет – во многом благодаря успешной работе на рынке США, где у компании появляется надежный партнер. Рост спроса на продукцию вызывает рост предприятия. *Morel* снимает новые помещения и нанимает новых сотрудников: теперь в ней работает более 100 человек.

В 1967 году компания принимает участие в создании выставки *Salon de la lunetterie et del'optique*, которому в будущем суждено превратиться в один из крупнейших международных салонов оптики – *SILMO* (*Salon International de la Lunetterie, de l'optique oculaire et du Matériel pour Opticiens*). Начиная с этого момента и все последующие годы *Morel* оставалась одним из важнейших и наиболее активных участников выставки. Многие модели оправ, выпускае-

мые компанией в этот период, становятся бестселлерами не только во Франции, но и во многих других странах.

В 1977 году в компании появляется первый человек, занимающийся исключительно дизайном, – Жак Депюссэ (*Jacques Depussay*). До этого эти функции выполнял Жак Морель (*Jacques Morel*) – представитель третьего поколения семьи, но новые времена ознаменовали постепенное превращение очков из медицинского протеза в модный аксессуар, и значение дизайна непрерывно возрастало.

Важнейшим шагом в истории компании стало приобретение в 1983 году компании *Cottet* у братьев Коттэ. Этот шаг, который привел впоследствии к слиянию компаний в 2007 году, позволил французской фирме развить и расширить производство, реорганизовать работу коммерческой службы.

В начале XXI века руководство приходит к выводу о необходимости структуризации своего предложения на рынке и создания дифференцированного портфеля марок, предназначенных для разных групп потребителей. Первым среди домашних брендов компании становится коллекция *Oga*, создаваемая шведским дизайнером Йонасом Бланкингом (*Jonas Blanking*). Она и поныне остается эталонной среди креативных коллекций оправ для мужчин. Ее строгий скандинавский стиль с объемными «архитек-

турными» элементами нравится тем, кто ценит настоящую элегантность и оригинальность без экстравагантности.

Коллекция компании *Koali* предназначена для прекрасных дам, ее отличительными признаками являются богатая цветовая гамма, использование разнообразных мотивов живого мира. Недавно компания начала выпуск солнцезащитных очков *Koali*, которые встретили теплый прием у оптиков и потребителей. Для любителей техно и минимализма предназначена коллекция *Lights*. Коллекция *Nomad* изначально была адресована молодым пресбиопам: при ее создании дизайнеры решали задачу, как сделать модную оправу, в которую можно было бы установить прогрессивные линзы. Задача была с блеском решена, а целевая аудитория коллекции расширилась за счет людей самого разного возраста. Сегодня *Nomad* – одна из самых модных и успешных коллекций компании. Если же говорить об оправках с золотым покрытием *Marius Morel*, то они считаются одними из лучших на рынке и неизменно пользуются успехом у ценителей современной классики. Все коллекции компании отличаются узнаваемым стилем и техническим совершенством и не раз завоевывали самые престижные награды в области оптического дизайна; в частности, компания удостоивалась Гран-при выставки *SILMO* в 1999, 2006, 2008 и 2009 годах.

Сегодня продукция компании *Morel* продается в 80 странах, а экспорт составляет 70% ее оборота. Современное оборудование и компьютерное обеспечение позволяют специалистам компании производить самые совершенные модели из самых современных материалов, включая титан. Собственное дизайн-бюро не только создает новые модели оправ и солнцезащитных очков, но и разрабатывает рекламные кампании. Продуманная логистика, поддержанная необходимыми компьютерными программами, помогает обеспечить оптимальный сервис и минимизировать время и усилия по доставке товара. 130 лет — время зрелости, и компания *Morel* доказывает это всей своей деятельностью, в которой высокая компетенция и знание новейших технических достижений соединяются с глубоким уважением к традициям. ■