

Карина Жигарина
ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ
ПРОДУКЦИИ «КОНТЕ СПА» НА РЫНОК ФРАНЦИИ

Conte – производитель чулочно-носочной продукции из Беларуси. В состав компании входят такие бренды, как Diwari (производитель мужских носков), Esli (женская трикотажная одежда), Conte-kids (детские носки и колготки). «Компания “Конте Спа” (Conte Spa) появилась в 1997 году в городе Гродно (Беларусь) – в то время, когда еще молодой, развивающийся рынок нуждался в идеях и сильных игроках. В переводе с французского Conte означает “сказка-быль”. У истоков компании стояла семья Байко, а также Ричард Шерель – идея этих нескольких энтузиастов более чем за 15 лет превратилась в крупное предприятие» [1].

С момента своего основания и до сегодняшнего времени ООО “Конте Спа” специализируется на производстве чулочно-носочной продукции и трикотажа для женщин, мужчин и детей. Изначально компания Conte поставила себе цель – производство исключительно качественной продукции, что у них, без сомнений, и получилось. Колготки, чулки и носки торговой марки Conte выпускаются на высокотехнологическом оборудовании, которое разработано по типу италийской техники, производящей этот же товар. Сырье для выпуска колготок компания Conte заказывает у проводных европейских производителей нитей. Добившись высокого уровня качества, компания не останавливается на достигнутом, ассортимент и разнообразие моделей постоянно расширяется и совершенствуется.

С 2001 года компания сосредоточила деятельность на собственном бренде Conte elegant, развивая дизайнерские линейки и совершенствуя технологии производства. “Конте Спа” по-европейски активно и осмысленно покоряет пространство, применяя современные интеллектуальные и технические инструменты с учетом эволюции рынка и психологии потребителя. Но, несмотря на высочайшее качество, которое очень тщательно контролируется на всех этапах производства, цены на бренд Conte весьма умеренные, это достигается благодаря тому, что сама фабрика находится в Беларуси.

Более 10 лет назад вместе с брендом появился и совершенный образ клиентки Conte elegant: “Женщина, равнодушная к жизни”. Позиция очень близкая всем современным представительницам прекрасного пола: самодостаточная, социально активная и требовательная. Она научилась отличать качество, знает ему цену, любит комфорт и не согласна на компромиссы. Именно она стала идеологом происхождения названия основного и самого знаменитого бренда компании – Conte elegant. Соз-

датели бренда точно подметили трансформации женщины в начале XXI века: по-французски утонченная, но с ярким темпераментом, она сама писала свою “Le conte élégant”, элегантную сказку, уверенно занимая ключевые позиции в собственной жизни и в обществе.

Для детей бренд Conte разработал специальную линию колготок и носков Conte-kids. Мужчин тоже не обделили вниманием: отдельная торговая марка Diwari была создана специально для сильного пола, здесь можно найти мужские хлопковые носки высочайшего качества и любого цвета. Компания Conte производит изделия разных размеров и цветов более четырех тысяч наименований. Таким образом, компанию Conte можно по праву обозначить понятием “чулочно-носочная продукция для всей семьи”. В планах – летний ассортимент продукции для компенсации сезонности реализации чулочно-носочных изделий.

На сегодняшний день чулочно-носочная продукция компании Conte реализуется в таких странах мира, как: Украина, Латвия, Россия (более 40 торговых представительств), Армения, Литва, Польша (имеется собственная товаропроводящая сеть), Израиль, Германия, США. Доля “Конте Спа” в белорусском экспорте чулочно-носочных изделий – почти 90% по данным на 2014 год. В 2009 году удельный вес компании в объеме белорусского экспорта чулочно-носочных изделий составлял 55%. “Конте Спа” все последние годы проводит активную маркетинговую политику на внешних рынках. Такого успеха компания добилась благодаря постоянному и непрерывному сотрудничеству с партнерами и дистрибьюторами. «Исключительное качество продукции засвидетельствовали многочисленные награды, которые торговая марка Conte удостоилась, – “Брэнд 2003 года”, “Выбор 2003 и 2007 года”, а также “Весенняя мода Сибири 2006 года”. Кроме наград, дипломов и медалей различных национальных и международных конкурсов, в 2011 году компания получила премию Правительства Республики Беларусь в области качества» [2].

Удержав репутацию на трех китах “Качество-Цена-Выбор”, Conte elegant зарекомендовал себя лучшим производителем чулочно-носочной продукции, удовлетворяющим спрос всех взыскательных женщин: от элегантных офисных менеджеров – до ярких, творческих и светских модниц. Достигнув высокого уровня производства и доверия потребителей в Беларуси и за рубежом, Conte планирует расширять границы и поставлять свою продукцию и в другие страны. Следующей такой страной может стать Франция.

Франция у большинства людей, в первую очередь, ассоциируется с Эйфелевой башней, круассанами и кофе, романтикой и, конечно же, модой. “Мода” начала ассоциироваться с Францией еще во времена

Людовика XIV, когда под правительственным контролем эта индустрия начала усиленно развиваться. Французский Королевский двор стал законодателем моды в Европе. «Париж становится первой мировой столицей моды и кумиром европейского дворянства. Франция диктовала правила хорошего тона и моды, которым следовали не только коронованные особы и их приближённые, но и всё дворянство. Главным источником информации о моде того времени был журнал “Галантный Меркурий”, помогавший французской моде покорять Европу. В нём печатали обзоры и прилагали картинки с описанием моделей и указанием, как, что и где следует носить, критиковали те или иные новинки» [3].

Франция одна из первых стран, совершившая в начале 19-го века перелом в истории моды, стала законодателем высокой моды. Благодаря известным французским Домам моды, моделирование и создание одежды перестало быть ремеслом и стало искусством. При такой насыщенной “модной” истории, Францию желает покорить любая фабрика по производству одежды и галантереи. Разумеется, и Conte не исключение.

Население во Франции составляет более 67 миллионов человек, из которых: 48,7% – мужчины, 51,3% – женщины. Продукция фабрики Conte в основном ориентирована на женщин всех возрастов, поэтому Франция уже по соотношению мужчин и женщин представляет интерес для Conte. Белорусский производитель понимает, что в стране – законодательнице мод – огромная конкуренция на рынке чулочно-носочной продукции, поэтому целесообразно поставлять туда не только классические модели, но и новейшие разработки в плане дизайна и качества. Из классических моделей компания Conte предлагает элегантные колготки от ультратонких 8 Den до изящных, но очень теплых моделей с добавлением кашемира 250 Den. Также белорусская фирма выпускает и необычные дизайнерские колготки, леггинсы и чулки, на которых и планируется сделать акцент при экспорте. Например, фантазийные колготки из коллекций осень-зима и весна-лето Fantasy. Это уникальная технология выпуска эластичных фантазийных и ажурных изделий сразу привлечет внимание стильных французских женщин.

Стоит отметить, что Conte заботится не только о красоте женщин, но и о том, чтобы в их изделиях было удобно в любую пору года. Для зимы компания выпустила специальные утепленные не только колготки, но и леггинсы. В их состав входит хлопок, микромодал, вискоза и кашемир. Помимо достойного состава, эти модели имеют и уникальный дизайн. Можно найти и леггинсы с кожаными вставками, с бархатом, с вельветом, с различными эффектами (эффект вареных джинсов, мокрого полотна, потертости). Производителей таких необычных и в то же

время качественных моделей на современном французском рынке не так много. В основном компании производят классические модели чулочно-носочных изделий и выпускают коллекции очень редко. Но это не про Conte. Поэтому белорусская компания сможет достойно выдержать конкуренцию.

Помимо необычных для Франции дизайнерских изделий, Conte могла бы поставлять во Францию корректирующие модели, разработанные по уникальным технологиям для чувствительной кожи с витамином E. Специально разработанная структура материала этих колготок очень похожа на шелк. А микрокапсулы витамина E продолжают питать кожу ног и заботиться о них даже после нескольких стирок. Это свидетельствует о том, что белорусской компании Conte есть чем покорять французский модный рынок. Конкурентоспособные классические модели в команде с незаурядным дизайном и уникальными технологиями могут занять прилавки магазинов Франции.

Чтобы все французские женщины узнали о высококачественном товаре белорусского производства, следует продумать рекламную кампанию Conte. Основная реклама могла бы размещаться в печатных средствах массовой информации. Во Франции очень популярны журналы про моду. Там находятся офисы таких мировых модных глянцевого изданий, как “Vogue”, “Elle”, “L’Officiel”, “Marie Claire”, “Numéro”. Эти журналы являются авторитетными для большинства французских женщин, поэтому многие из них могут присмотреться к товарам, которые в них рекламируются. Рекламу Conte имеет смысл разместить на развороте в начале журнала. По статистике, первые рекламные страницы женщины обычно рассматривают с особой внимательностью.

Сама реклама должна представлять собой огромный сказочный замок, поскольку “conte”, как уже отмечалось выше, в переводе с французского “сказка-быль”. И возле этого замка могут стоять сказочные принцессы в изделиях Conte. Таким образом, компания проявит уважение к тому, что название производства происходит от французского слова и к истории Франции, к ее наследию в виде дворцов и замков.

В Беларуси лицом Conte является известная певица и модель Ольга Вайнилович. Во Франции желательно сделать лицом рекламной кампании популярную молодую французскую певицу. Этот рекламный ход мог бы также повысить шансы белорусской компании завоевать сердца французских женщин. Разумеется, нельзя забывать об уличной рекламе на билбордах. А в известных французских магазинах могли бы раздаваться каталоги с подробным описанием всех моделей Conte. Рекламные видеоролики эффективно транслировать по основным французским телеканалам – TF 1, Canal+ и М6. Акцент в видеороликах следует делать

опять-таки на сказочном замке, как и в печатной рекламе. Таким образом, реклама продукции Conte могла бы занять свое рекламное пространство во французских СМИ.

Подводя итог этим рассуждениям, можно сделать следующие выводы. Во-первых, белорусская компания Conte является достойным конкурентом на модном французском рынке. Модели Conte отличаются необычным дизайном, уникальными технологиями производства и заботой о женщине. Именно эти качества привлекут французских покупательниц. Во-вторых, для ознакомления с товарами Conte в первое время во французских магазинах следует раздавать каталоги с полным перечнем продукции, где покупательницы смогут найти все: от изящных классических моделей чулочно-носочных изделий (от ультратонких до утепленных) до элегантных фантазийных ажурных моделей; от выигрышных утягивающих изделий до моделей, созданных по уникальной технологии для чувствительной кожи с витамином E. В-третьих, рекламная кампания должна размещаться в основном в печатной прессе, так как во Франции находятся главные редакции известных модных журналов. В рекламе желательно делать акцент на переводе слова “conte” с французского, как “сказка-быль”. Реклама с таким же акцентом может транслироваться по основным местным каналам и размещаться на уличных билбордах. Таким образом, Conte может занять как можно больше французского рекламного пространства и завоевать известность среди французских женщин.

Литература

1. О компании // Конте [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://conte.by/ru/about>. – Дата доступа: 22.12.2015.
2. Соколова, Н. СООО «Конте Спа» в Гродно – одно из самых крупных и современных предприятий / Н. Соколова // Гродзенская праўда. – 2012. – 27 юн.
3. Столица мировой моды // Эмигрант [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://emigrant3.narod.ru/Paris_moda.html. – Дата доступа: 22.12.2015.