

Forbes

#224

30

до

А ТАКЖЕ
РЕЙТИНГ
НАСЛЕДНИКОВ
МИЛЛИАРДЕРОВ

МОЛОДЫЕ
И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ

[ИЮНЬ 2023]



Эффект ручной работы

— как ковры вернули свои позиции в домашних интерьерах

Фото: ковер Artwork 1223

kulturakovrov.ru



У ковровой индустрии России настоящий ренессанс

Объем выпуска в 2022 году увеличился на 21,7%

Среднегодовой же прирост производства за последние пять лет составил 8,6%. По мнению Александра Васильева, соучредителя компании «Культура ковров», в текущем году спрос на ковры и ковровые покрытия в нашей стране вырастет еще больше.

Возобновление интереса к ковру как к предмету интерьера



Александр Васильев

Соучредитель компании
«Культура ковров»



С чем, по-вашему, связано возобновление интереса к ковру как к предмету интерьера? Еще каких-то двадцать лет назад наши сограждане активно избавлялись от ковров своих родителей, которые не один десяток лет были предметом гордости и показанием благосостояния любой советской семьи...

Давайте посмотрим на историю моды на ковры в нашей стране. Примерно с 1950 года в магазинах СССР начали появляться ковры ручной работы вместе с синтетическими из ГДР. Фактически они были предметом роскоши. Некоторые ковры выдавали за зарплату, получали по талонам. Их вешали на стены из практических соображений, при этом они были сродни художественным полотнам. Помню, как маленьким мальчиком проводил пальчиком по узорам бабушкиного ковра на стене, воображая диких зверей и неведомые страны. Когда наступала зима, мы всей семьей выносили ковры на снег и с помощью веников и палок выколачивали из них пыль. Для детей это, конечно, была скорее повинность, чем забава, но сейчас спустя годы это одно из самых теплых и приятных воспоминаний моего детства, связанных с семьей. После пережитого в конце 1990-х ковры с наших стен пропали. Конечно, они доживали свой век где-то в бабушкиных квартирках или на родительских дачах, но большинство от них отказалось.

Лишь некоторые прогрессивные и обеспеченные люди, кто мог тогда себе позволить покупать современные ковры ручной работы, стали стелить их на пол на европейский манер. Но это скорее было исключением.

В России наступило затишье в этой сфере, примерно с 2000 по 2010 год. В Европе же, наоборот, случился расцвет спроса на ковры классических и современных дизайнов. Это было заметно по прессе и журналам интерьеров. Стили ковров соответствовали стилям интерьеров. В начале 2000-х — классические, потом хайтек, затем в скандинавском стиле. И в России с 2010 года ковры снова потихоньку стали набирать популярность.

Примерно в 2014 году ковер вернулся на свое почетно место: теперь ни один современный интерьер не обходится без этой детали, подчеркивающей уют.

Особым спросом пользуются «винтажные ковры». Этот эффект достигается путем состаривания, либо они изначально ткются таким образом, что создается винтажный рисунок. А процесс состаривания достигается ручным способом: стиранием специальными приспособлениями или специальными щетками нитей до основ. В ручной работе есть своя технология: шерсть обрабатывается щелочным раствором и расщепляется в течение нескольких суток. Шелк не подвластен такому процессу, его нить остается неизменной. В комбинированном составе, где есть шерсть с шелком, шелковый орнамент не меняется, а шерсть выжигается под влиянием щелочи. Такая техника называется оксидирование.

Основано в 2001 году

Как вы начинали, развивались, с какими сложностями успели столкнуться и на какой уровень бизнеса вышли?

Ваша компания работает на этом рынке с 2021 года. Как вы начинали, развивались, с какими сложностями успели столкнуться и на какой уровень бизнеса вышли?

У меня и моего партнера уже был опыт в этой сфере: мы делали карьеру с 2010 года в ковровом направлении в одной из крупных компаний, которая существует до сих пор. Спустя 10 лет решили пойти по своему пути, отделились и создали бизнес с новым взглядом и другим подходом — компанию «Культура ковров». Конечно, было много разных ситуаций, как на шахматной доске: то черное, то белое. Наше направление — оснащение внутреннего интерьера — это товар не первой необходимости, а предмет роскоши, который полностью зависит от благосостояния наших клиентов и от уровня экономики в стране. Если в стране все стабильно и спокойно, значит, у наших клиентов все хорошо, у нас идут продажи, изготовление и установка.



Еще мы занимаемся ковровым обслуживанием — это реставрационная ручная деликатная чистка, без химических или водных процедур, в специально оборудованных цехах. Также выезжаем в квартиры, офисы, где при помощи профессионального оборудования чистим ковры или покрытия, которые не подлежат транспортировке. Обслуживание домашних покрытий приносит примерно 3–5% прибыли, офисных и гостиничных — 4–7%. Основную прибыль мы получаем от частных продаж

Большинство наших заказчиков — дизайнеры и архитекторы, люди со вкусом и многолетним опытом, которые знают все направления стилей и как нужно их применять в интерьерах, то есть помощники клиентов. Как правило, заказчик в промежуточных этапах не участвует, ему показывают лишь финальный профессиональный отбор, и он принимает решение.

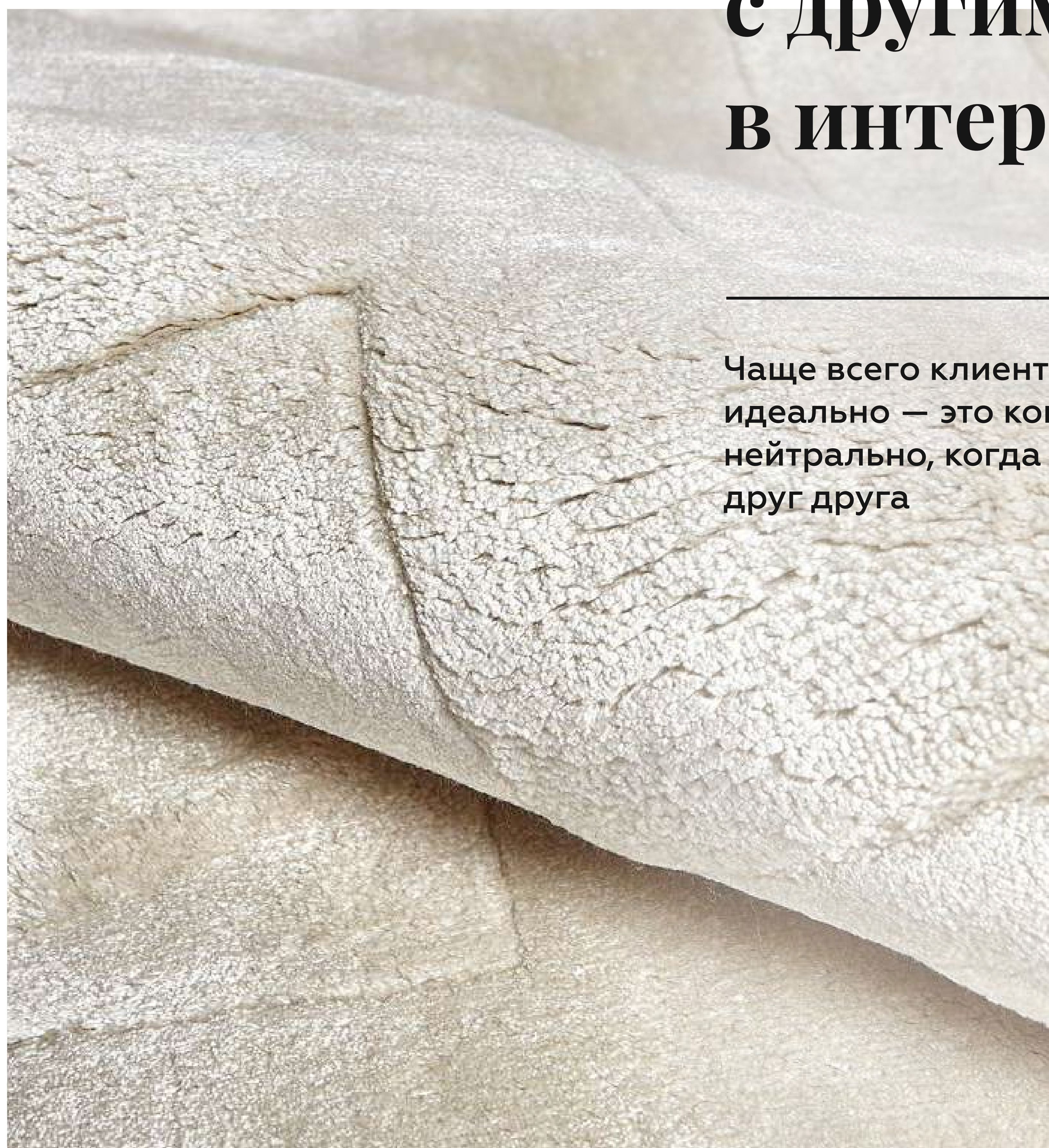
Мы еще занимаемся и ковровым покрытием, захватывая нишу премиального сегмента. В офисах, гостиницах, кинотеатрах, как правило, ковровое покрытие стелется в 90% случаев и обновляется либо заменяется, исходя из концепции, раз в три-четыре года.



Artwork 1282

Majestic 2227

Сочетание с другим текстилем в интерьерах



Чаще всего клиенты хотят, чтобы все было идеально — это когда все спокойно, нейтрально, когда каждый предмет дополняет друг друга

Фото: ковер Simple 1028

Раньше ковер должен был обязательно сочетаться с другим текстилем в интерьерах. Эта тенденция сейчас изменилась?

Есть позиция, когда ковер становится акцентом, главной частью всего интерьера. Но чаще всего клиенты хотят, чтобы все было идеально — это когда все спокойно, нейтрально, когда каждый предмет дополняет друг друга.

Но иногда мы стелем ковер, чтобы просто показать, как он смотрится красиво отдельно от интерьера, и показываем, что он сам по себе красив. Клиенты, бывает, меняют свой взгляд и могут приобрести ковер, который будет создавать акцент, украшать своим дизайном весь интерьер. Все зависит от решительности клиентов, их личного настроения. Ковры ручной работы ведь тоже создаются с душой, это 100% произведения искусства, как картина, нарисованная вживую мастером на холсте. Также у нас востребовано индивидуальное изготовление, конечно, не каждый рискует, потому что создание ковра — технологически долгий процесс, может занимать от четырех месяцев до года, в зависимости от размеров и состава.

Зачастую заказчики начинают сомневаться, когда получают образец, сделанный заранее, до изготовления ковра. Видя кусок размером 50 x 50 см, они не понимают, как ковер в объеме 4 x 5 м будет смотреться в интерьере. Нередко клиенты отказываются от индивидуального изготовления и подбирают вариант из привезенных на примерку, видя их в полном объеме. Если хочется чего-то особенного, мы с удовольствием прорисовываем эскизы, выбираем цвета, изготавливаем ковер на ранних стадиях ремонта, чтобы к его завершению изделие было готово. Клиент передает свои пожелания, например: хотим розовый ковер с изображением какого-нибудь животного или геометрических фигур, либо в виде бриллианта, либо красивой геометрии с призмой. Мы с нашим художником прорисовываем нужные макеты, предоставляем на согласование разные варианты и после одобрения запускаем в производство.

Бывает, люди не понимают, чего сами хотят, для этого у нас есть услуга бесплатной примерки. Мы привозим ковры в совершенно разных стилях, и клиент выбирает ковер по душе.

Самый дорогой и самый большой

Самый большой — ковер ручной работы размером 6 x 8 м для гостиной

А самый дорогой реализовали за 22 млн рублей

Какой самый дорогой и самый большой ковер продала ваша компания?

Самый большой — ковер ручной работы размером 6 x 8 м для гостиной, их буквально единицы в готовом варианте. Стандартные размеры для понимания: 2,5 x 3 м или 3 x 4 м. Бывали нестандартных размеров и форм, которые мы применяли. Например, стелили заказчику ковры на 40-метровую яхту.

Мы применили очень интересную, сложную технику, когда из одного помещения в другое перетекал ковер нестандартной формы и очень большого размера. А самый дорогой реализовали за 22 млн рублей. Но ковры есть и еще дороже. На Sotheby's в 2015 году продали антикварный, полностью инкрустированный драгоценными камнями настенный ковер за \$300 млн, поэтому нам есть к чему стремиться.

KULTURAKOVROV

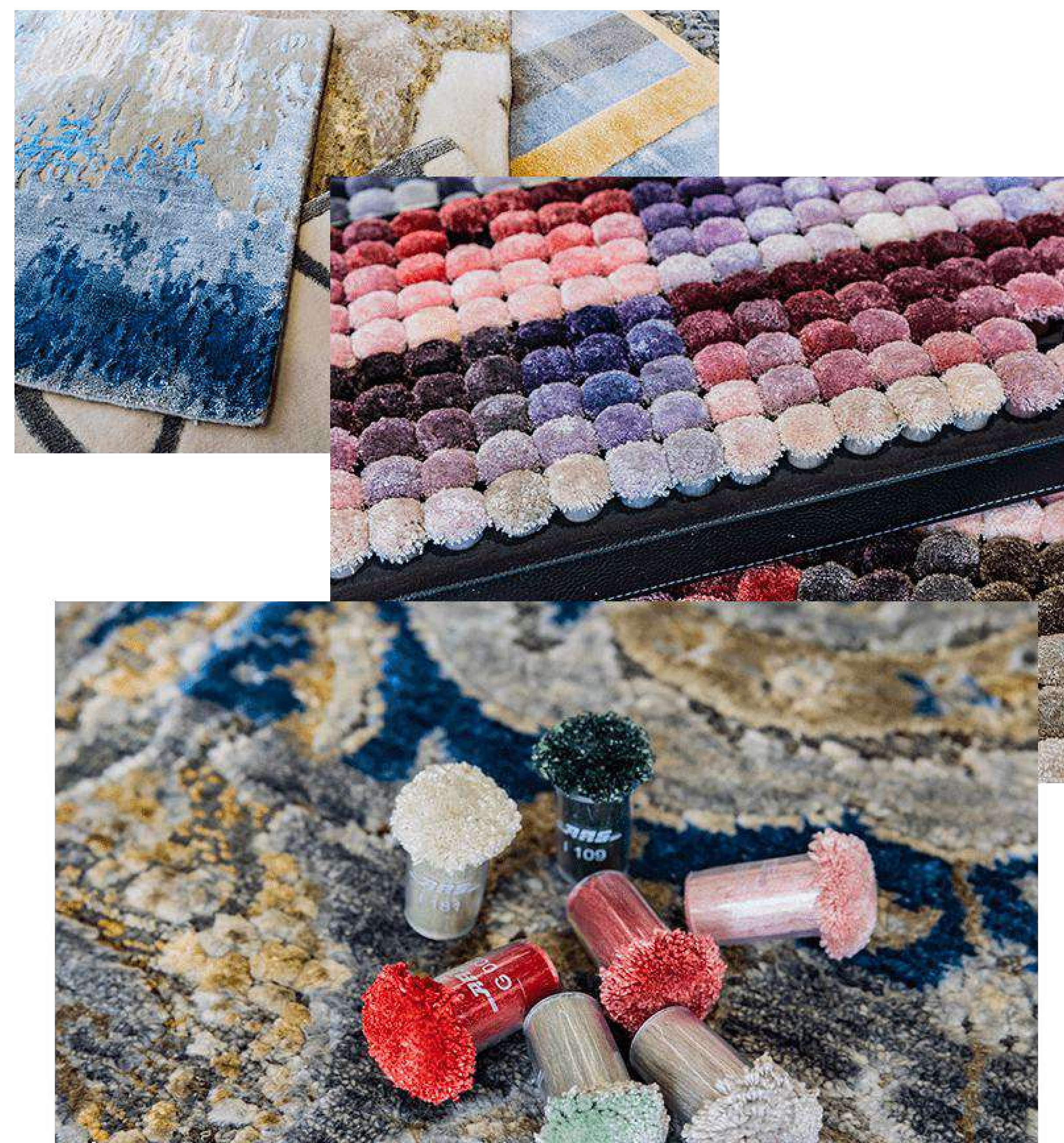
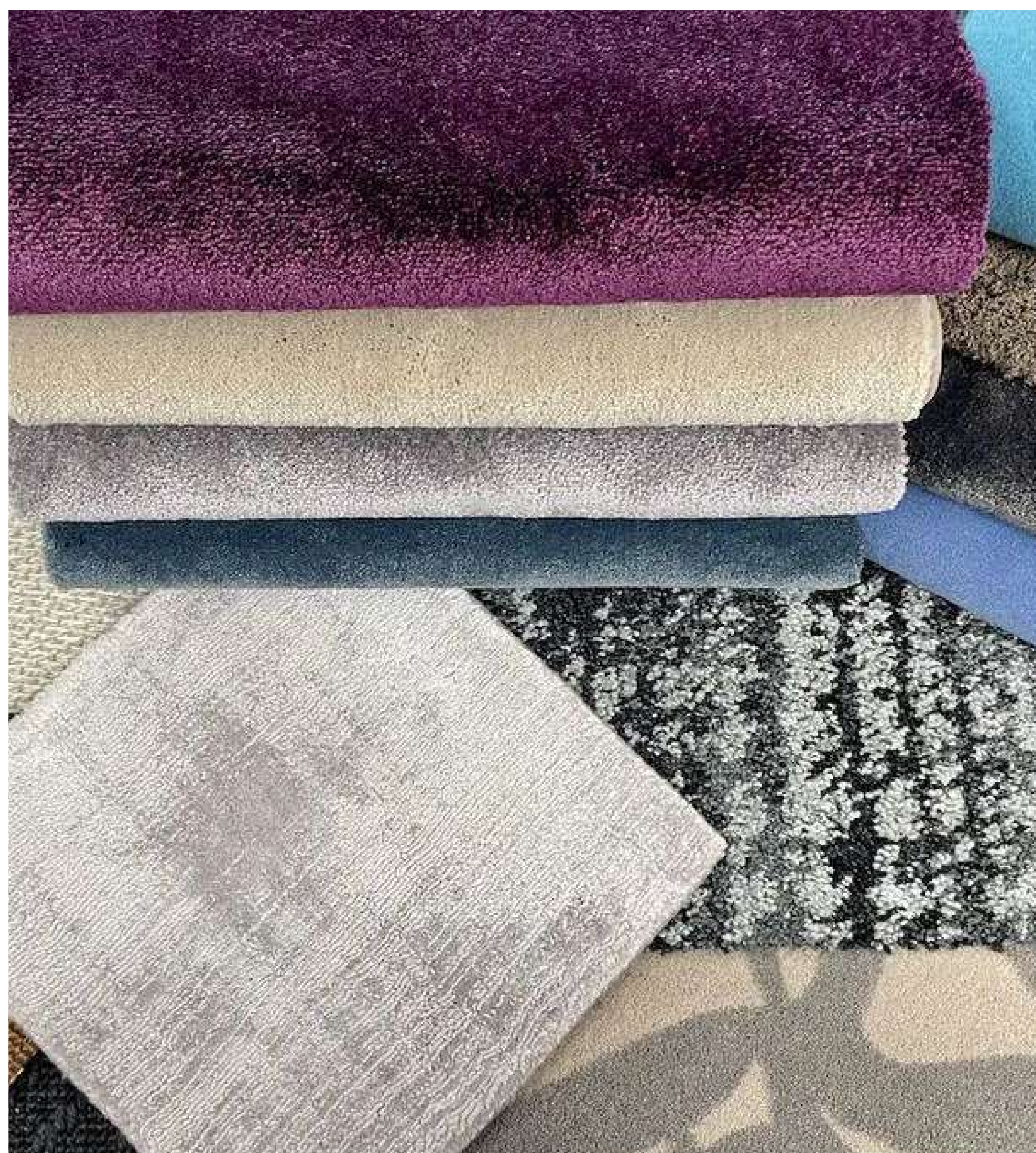


Фото компании «Культура ковров»

Мы применили очень интересную, сложную технику, когда из одного помещения в другое перетекал ковер нестандартной формы и очень большого размера.

Экоподходы в производстве

Фото компании «Культура ковров»



Применяете ли вы экоподходы в производстве ковров?

Все наши ковры ткются из натуральных материалов — это шерсть, хлопок, лен, 100%-ный шелк тутового шелкопряда. Шелк самый лучший из дорогих материалов для ковров. Есть еще древесное волокно под названием «арт-шелк», в разных странах его по-разному называют: вискоза или тенсел.

Все материалы относятся к натуральным, но самый экологичный — лен. Мы выпустили эколинейку в скандинавском стиле из льна с очень сложной техникой плетения, внешне ни на что не похожей, напоминающей домашний плед, только он лежит на полу. Окрашиваются они натуральными красителями в пастельных и монохромных тонах. Большинство ковров на 70% окрашивается только натуральными красителями, и каждый уникален, потому что невозможно сделать один и тот же ковер в одинаковом исполнении, с одинаковым цветом, небольшие, но отличия присутствуют, потому что весь процесс идет полностью вручную. Мы работаем в коллаборации со многими столичными дизайнерами, а изготавливаем продукцию на фабриках Индии, Непала, Пакистана, Тибета, там, где изначально создавались ковры ручной работы. Сейчас, с одной стороны, сложное время, с другой — есть перспективы.

С некоторыми европейскими странами возникли проблемы: например, очень много английских производителей химии по очистке ковров ушло с рынка, но появились другие, усилили свое производство и стали работать с нами напрямую. Со странами Востока укрепились дружественные отношения, и еще больше появилось возможностей по развитию и ведению бизнеса. Да, мы лишились многих интересных маркетинговых инструментов, но появились новые, которые дали свой толчок в развитии. Самые действенные сейчас инструменты — это активный поиск личных знакомств, в том числе на российских выставках, где есть возможность показать свой продукт.

Мы регулярно проводим собственные мероприятия, куда приглашаем новых людей и компании. Делаем больше коллабораций с крупными игроками по мебельному направлению и архитектурному дизайну — ищем новые пути для развития, так как интерес к коврам ручной работы сейчас на подъеме.

KULTURAKOVROV