

Екатерина СУЧКОВА

# Moleskine для жизни и творчества

**MOLESKINE®**  
AUTHENTICS



▲ Характерные черты настоящего Moleskine — черный цвет, шелковая закладка и обязательно — удобная резинка, которая не дает ему случайно открыться

Moleskine — не просто записная книжка, а прямо-таки инструмент кривейтора. Причем быть настоящим художником или поэтом, чтобы владеть и пользоваться книжицей, вовсе не обязательно. Не так давно появились выставки Moleskine art, не говоря уже об огромном количестве блогов и сайтов, которые посвящены «жизни с молескином». Такого успеха итальянская фирма смогла добиться всего за пять лет после выхода на европейский рынок.

## Творчество как тренд

Обычно у креативных людей есть вещи, без которых они не могут обойтись. У кого-то это кофе и сигареты. Но даже этим минималистам требуется инструмент, на котором можно работать. Это могут быть карандаши и бумага. Или ноутбук и мышка. И если уж карандаши — то Faber Castle, а если компьютер — то, без сомнения, Apple Mac.

Однако такой знаковый выбор в сегодняшнем мире делают не только уважающие себя профессионалы, сейчас почти каждый хочет выражать себя творчески и поэтому выбирает бренды, овеянные славой. Уже само обладание такими вещами делает нас творческими личностями. Признаки «творческой природы» — телефоны с большим набором функций, iPod с белыми проводками, livejournal в Интернете, участие в конкурсах на создание своих клипов, мелодий и необычных фотографий.

Творчество превратилось в модный тренд, так же как кофточки в полоску или катание на яхтах. Все стремятся оставить след в истории и приобщиться к вечности. Неэлектронным носителем творческого начала стали записные книжки Moleskine. Они смогли настолько очаровать самых разных людей — от художников и писателей до учителей и менеджеров, что стали брендом номер один из всех записных книжек мира (по данным 2007 года, недавно опубликованным в The Independent).

Каждый год по всему миру продаются миллионы молескинов, и люди заполняют их своими мыслями, рисунками, стихами, картинами. Кто эти люди? Дизайнеры и модельеры, менеджеры и рекламисты, студенты и преподаватели, киношники и музыканты — или те, кто втайне считает себя таковыми. Появилось множество блогов любителей Moleskine, из которых выросло целое направление современного искусства — Moleskine art. Загляните на сайт [www.moleskineart.com](http://www.moleskineart.com) и посмотрите на разнообразие форм и жанров.

«Живые» выставки разрисованных и исписанных блокнотов Moleskine проходят в Лондоне, Токио, а также в Гонконге и на Тайване. На выставках людям специально выдают перчатки, чтобы они могли перелистывать страницы чужих дневников.

Блог [www.moleskinerie.com](http://www.moleskinerie.com), запущенный в 2004 году, посещают ежедневно более 5000 человек, чтобы рассказать свои личные истории про маленькую записную книжку, которая стала частью их «я».

Сумасшедшая популярность пришла к Moleskine в удивительно короткий срок. Вот что значит поймать зарождающуюся тенденцию! Посмотрим немного пристальней на сам товар и историю создания бренда.

## Великий товар

Исследователи из Millward Brown называют четыре главных фактора успеха бренда: сильные основы бизнеса, стремление компании к лидерству, ясность ассоциаций бренда и — «великий товар».

Последний фактор очень важен — у блокнотов Moleskine действительно есть функциональные преимущества, без которых бренд не стал бы культовым.

Во-первых, эти блокноты прочные и удобные по формату. У них хорошая бумага — с округлыми уголками, которые не треплются. Внутри шелковая закладка. Вокруг блокнота — удобная резинка, которая не дает ему случайно открыться. И конечно, кармашек в конце, где можно хранить записки, чеки и визитки.

Во-вторых, блокноты Moleskine имеют много разновидностей: в линейку и клетку для заметок, с пустыми страничками для рисунков, с разлиновкой для записи

**Функциональные  
преимущества**



нот и даже с окошечками для раскладовки. В прошлом году вышла целая серия для путевых заметок под названием City Notebooks с картами городов (Рим, Лондон, Мадрид, Берлин и другие), где можно отмечать любимые места и записывать свои впечатления от поездки.

Все это говорит о том, что даже культовый бренд не создается на пустом месте. Более того, именно внимание к мелочам — тем, которые упустили другие производители, — позволяет создать выдающийся товар и великий бренд. Кто знает, может, и Nokia стала брендом номер один именно потому, что неторопливые финны тщательно продумывали эргономику мобильного телефона и не спешили с революционными новаторами. Всему свое время!

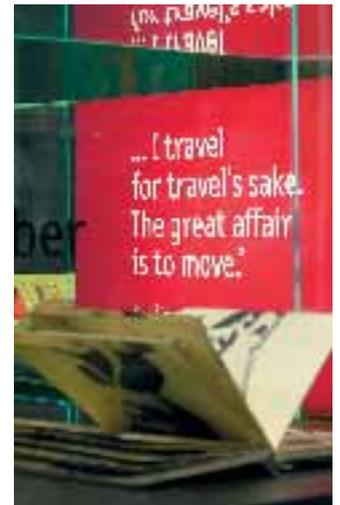
## Культовый бренд

Первое, что вы читаете, когда берете в руки эту записную книжку: «Moleskine — легендарная записная книжка Хемингуэя, Пикассо, Чатвина». Именно с этой фразы началось позиционирование бренда, которое обросло множеством легенд и «исторических фактов». Молескин связывают с Ван Гогом, Матиссом, Аполлинером и даже Гюго, которые делали записи и рисовали в подопных блокнотах. После этого кажется, что марке, по крайней мере, лет сто пятьдесят. На самом деле, бренд Moleskine появился официально только в 1998 году, и зарегистрировала его итальянская компания Modo&Modo. А все истории — это результат работы талантливых маркетологов.

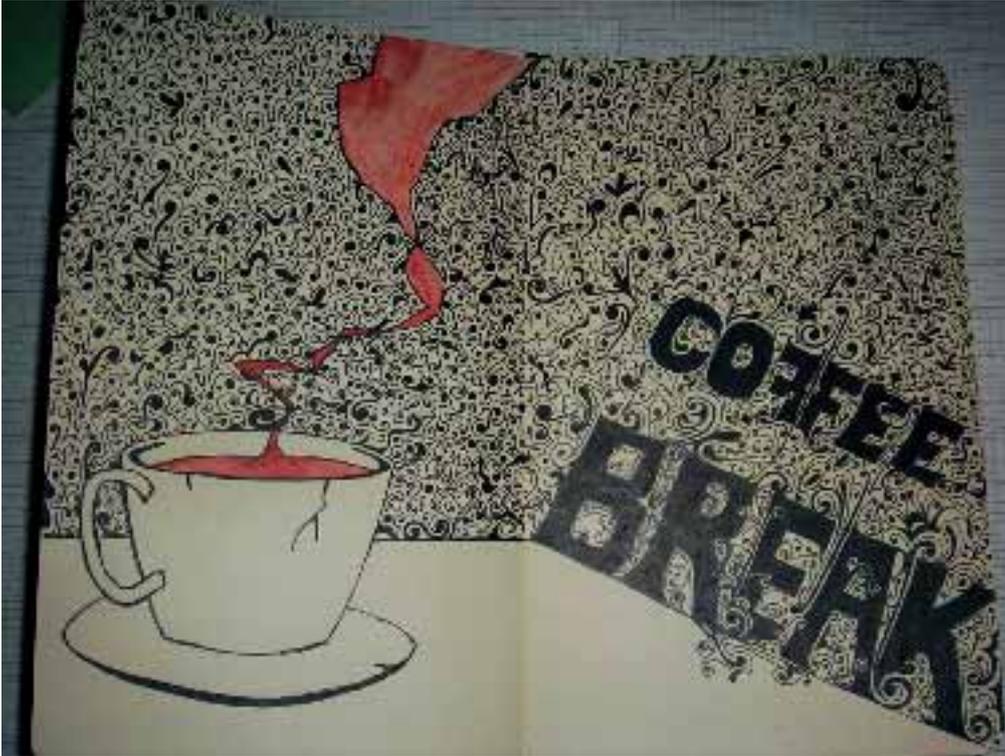
Однако продукт появился не на пустом месте, за основу были взяты французские ежедневники, которыми, скорее всего, и пользовались знаменитости. В 80-х годах XX века, по свидетельству английского писателя и путешественника Брюса Чатвина, на рынке стали исчезать хорошие записные книжки, с прошитым прочными нитками корешком, — их заменили ежедневники и органайзеры на пружинах и кольцевых механизмах, вся эта современная чепуха. И Брюс Чатвин, боясь лишиться привычного инструментария, скупал все те остатки удобных блокнотов, которые ему удалось найти в магазинах. В своих заметках он цитирует одного пожилого парижанина, владельца небольшого магазинчика записных книжек: «Le vrai moleskine n'est plus» — «Настоящего молескина больше нет».

Именно с этих записей озабоченного писателя и начинается история современного молескина, созданная итальянцем Франческо Франческини и его коллегами. Дизайнеры с маркетинговым чутьем, они увидели брешь, образовавшуюся между традиционными потребностями людей и слишком убежавшим вперед прогрессом. Они провели большую работу в архивах и музеях, собирая свидетельства, фотографии и цитаты людей о том, где и как они делали записи, вели свои дневники.

Итальянцы с ходу заявили, что создают свои записные книжки по восстановленной технологии французов. В реальности они в 1998 году купили патент у французского производителя, который фактически загубил марку. Патент включал в себя слово Moleskine и технологию производства. Само слово «moleskin» (в переводе «шкурка крота») означает плотную хлопчатобумажную ткань, вырабатываемую усиленным сатиновым переплетением. За особые свойства ее иногда называют еще «чертова кожа». В современном написании марки используют французский эквивалент «moleskine», чтобы еще раз подчеркнуть корни происхождения бренда.



▲ «Живые» выставки раз-рисованных и исписанных блокнотов Moleskine проходят в Лондоне, Токио, а также в Гонконге и на Тайване. На выставках людям специально выдают перчатки, чтобы они могли перелистывать страницы чужих дневников



1



2



3



4



5



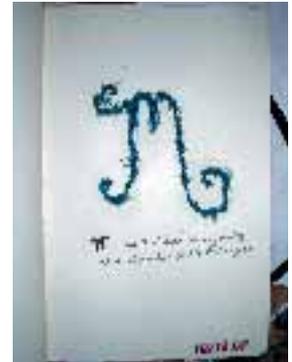
6



7



8



9



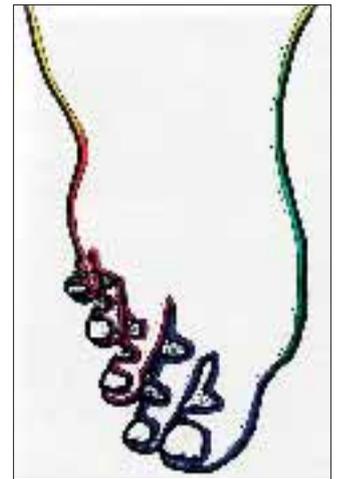
10



11



12



13



14

- Авторы работ:
1. Papazoo,
  2. abbytrysagain's,
  3. xenorzehnuhr,
  - 4-5. Juan Rayos,
  6. mrana's buddy icon,
  7. sebograficos,
  8. Cheshirgd,
  9. emberlexi's buddy icon,
  10. Papazoo,
  11. Comma,
  12. Shannon Dagher's,
  13. ambientfusion,
  14. Artax

Принадлежать  
к творческой элите

Для усиления индивидуальности бренда было решено не красить блокноты в разные, пусть даже самые модные, цвета, а остановиться на одном — черном. Это было похоже на гениальное решение Генри Форда, который в 20-е годы тоже красил все свои автомобили только в черный цвет. Однотонно, зато безошибочно элегантно, как мужской вечерний костюм. И к тому же в черном цвете есть особая магия — магия документальности.

Чтобы усилить эффект принадлежности марки к творческой элите, на сайте компании [www.moleskine.com](http://www.moleskine.com) и на других рекламных носителях помещены высказывания знаменитых писателей. Например, Оскара Уайльда: «Я никогда не путешествую без моей записной книжки, всегда хочется почитать нечто сенсационное». Или опять же Брюса Чатвина: «О пропаже паспорта я бы стал волноваться в последнюю очередь, а вот потеря записной книжки — это катастрофа». Там же можно увидеть фотографии блокнотов для зарисовок, принадлежащих Ван Гогу и Пикассо, — это книжечки такого же формата, что и Moleskine, и, главное, с наиболее характерным элементом Moleskine — резинкой, которая не дает ему случайно раскрыться.

### Если записная книжка, то Moleskine

Совсем недавно в одном из интервью я прочитала: «*Чтобы в правильную сторону заработали мозги, я иду гулять. Или медитировать. Или рыться в Интернете. Или рисовать в молескине*». Так что Moleskine стал частью процесса inspiration — получения вдохновения. А также назывным понятием — даже не брендом, а самим предметом. Пока, конечно, только для тех людей, которые знают, о чем идет речь. Но их число только увеличивается!

Многие видят в молескине своего рода отдых от электронных носителей. Быстрое развитие компьютерных и других технологий породило противотенденцию — сегодняшним людям хочется вернуться к творению руками. С этим связано увлечение каллиграфией, перьевыми ручками, карандашами и акварелью — рисованным и написанным хэндмейдом.

Кроме того, на бумаге намного сложнее стереть написанное, чем в компьютере, и поэтому остается ощущение, что слова и рисунки хранятся дольше, чем в компьютере, и становятся частью истории — ведь «рукописи не горят».

Есть еще одно важное обстоятельство, не совсем очевидное: текст, написанный руками, гораздо информативнее компьютерного текста, введенного с клавиатуры. Текст.doc или txt нейтрален. А вот по рукописному тексту опытный графолог может определить не только состояние человека, но и его потаенные мысли. А не специалист почувствует это бессознательно. Но больше всего информации рукописный текст несет для самого автора — вместе с дрожью, росчерками, завитками и пятнами в память впечатываются обстоятельства, попутные мысли, запахи, а также тонкие чувства, которые и словами-то высказать бывает трудно. Дело в том, что слова — всего лишь один из способов кодирования информации.

Поэтому рано хоронить записные книжки.

Все люди так или иначе рисуют в блокнотах. А некоторые используют разноцветные фломастеры и даже краски. В прошлом году Moleskine представил новинку, отвечающую этой тенденции, — были выпущены специальные блокноты для зарисовок акварельными красками. Для любителей цвета было даже сделано отступление от традиционного черного цвета — появилась серия «цвета Ван Гога», а также ярко-красный вариант, вышедший ограниченным тиражом.

Даже если вы записываете в молескин просто ежедневные дела и встречи, ваш блокнот все равно имеет историю. И не узнать ее невозможно — ведь в кармашек каждого экземпляра вложена небольшая статья о том, как появился бренд и кто за ним стоит.

Но больше всего мне нравится, что люди узнают друг друга по наличию этой маленькой книжицы. Когда вынимаешь ее из сумки, то некоторые малознакомые люди становятся ближе. Таких людей можно увидеть в кафе, в конференц-залах. Когда человек, с которым у вас деловая встреча, неожиданно вынимает свой молескин, он как бы говорит: «Смотрите, а у меня тоже есть». И тут нет сомнений в подлинности предмета, как, например, при виде сумки Louis Vitton.

Такова поучительная история бренда Moleskine, созданного в ответ на мировую тенденцию, внутри вовремя замеченной ниши, а также с вниманием к «мелочам». Сегодня годовой оборот Modo&Modo, выпускающего только Moleskine, составляет примерно 70 миллионов евро.

Чтобы дать представление о том, что можно нарисовать в легендарной записной книжке, мы напечатали небольшую подборку работ Moleskine art, сделанных людьми из разных стран. Все авторы охотно согласились на эту публикацию. ■

Противотенденция

Специальная серия  
блокнотов