

13.10.04

Газета - с 15

«А ведь русские женщины очень-очень красивые. Их зеленые глаза с этим замечательным разрезом, как у лани, их светлые волосы... Когда я была в России, я видела много лиц, производящих сильное впечатление»

дефиле

“МОЯ КОЛЛЕКЦИЯ — ДЛЯ НАСТОЯЩИХ ЭНТУЗИАСТОВ”

Традиционно в рамках парижской Недели pret-a-porter свои коллекции демонстрирует Вивьен Вествуд. С королевой нонконформизма — во всех смыслах этого слова, начиная с коммерческого и заканчивая творческим, — побеседовала обозреватель Газеты Татьяна Медовникова.

Что вы думаете о русских женщинах, покупающих вашу одежду? Среди других крупных брендов они нередко предпочитают ваш.

Есть большая разница между богатыми русскими и богатыми людьми из других стран. Некоторые русские действительно быстро разбогатели. И они знают, что надо тратить деньги, но многие из них не представляют, как это делать. А ведь русские женщины очень-очень красивые. Их зеленые глаза с этим замечательным разрезом, как у лани, их светлые волосы... Когда я была в России, я видела очень много лиц, производящих сильное впечатление. Иногда красивые, иногда не такие красивые, но всегда по-настоящему сильные. Видела русских женщин, которые достаточно свободны, чтобы быть сексуальными и стре-

миться к гламуру. Я не знаю, насколько мое шоу удалось, но это шоу точно для настоящих энтузиастов.

Ваш бутик в Москве находится по соседству с магазинами марок Christian Dior, Salvatore Ferragamo, Hermes... Но в Нью-Йорке вы свой бутик закрыли. Американский рынок вам больше не интересен?

Владельцы нашего бутика в Москве собираются даже расширяться — магазин будет трехэтажным. Вот не знаю только, останется он на прежнем месте или переедет. А по поводу Америки — мы действительно закрыли там магазин. Присутствовать на американском рынке стало для нас слишком сложно. Что делать — такова коммерческая политика... Ведь наша компания не очень большая, и в ней работает не очень много людей. Мы должны были так поступить — закрыть наш магазин на рынке, где у нас нет роста. И начать что-то новое.

Каково, на ваш взгляд, будущее марки Vivienne Westwood на российском рынке? Сейчас наша компания сильна как никогда. В течение многих лет моей самой сложной проблемой оставался большой спрос на мою одежду. Для его удовлетворения

мы должны быть еще более организованными. Значительная часть компаний в мире моды делают бизнес благодаря грамотному маркетингу — я же этим никогда не занималась. У нас очень мало рекламы, потому что мы не такие большие. Одежда, которую я делаю, популярна только благодаря самой себе. Она не похожа на другую и предназначена для тех, кто хочет и может выглядеть не так, как все, кто хочет отличаться от большинства. Кто-то из них может иногда использовать Prada. Но когда они хотят выглядеть необычно, они приходят ко мне и покупают мою одежду. Потому что, когда ты ее надеваешь, происходит какое-то необъяснимое превращение. Стоит человеку сделать необычный выбор — и что-то происходит, иногда не передаваемое словами. Когда человек хочет что-то выразить, моя одежда помогает ему в этом. В своей жизни я сделала очень много вещей, всех уже и не помню. Но когда проходила моя выставка, посвященная тридцатилетнему работы в моде, оказалось, что это тысячи и миллионы вещей, предназначенных именно для такой помощи людям.

Спасибо за коллекцию! И будем надеяться, что увидим ваше шоу в Москве. Надеюсь на это тоже. Тем более что Москва мне действительно очень нравится.

“ПОКУПАТЕЛИ ИЗ РОССИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫ”

Коммерческий директор компании Vivienne Westwood Карло Д'Амарио также ответил на вопросы Татьяны Медовниковой.

Каковы перспективы российского рынка для вашей модной марки?

Для нас российский рынок — один из самых важных. Потому что Россия — это страна прекрасных женщин. Я имею в виду, это большая страна с очень быстро растущим рынком. Причем рост количественный у вас переходит в качественный. Я помню, когда пять лет назад русские покупатели приезжали в Европу, они покупали только Gucci и Prada. Сейчас уровень российских покупателей значительно выше. И стал намного выше по сравнению с уровнем американских покупателей, например.

Вкусы американцев узки и консервативны. Поэтому, кроме Gucci и Prada, для них практически ничего не существует. Русские — более открытые и намного более культурные потребители, чем американцы. У русских, в отличие от американцев, есть своя история красоты. Лично я люблю покупателей из России, потому что они интеллектуальны.

Вивьен Вествуд рассказала, что владельцы ее московского бутика готовятся открыть новый трехэтажный магазин в городе. Когда это произойдет? Мы надеемся, летом следующего года.

Приедет ли по такому случаю сама мадам Вествуд со своим шоу в Москву?

Карло Д'Амарио — Газете

Конечно, Вивьен приедет. Скорее всего, мы сделаем большой ретроспективный показ. Вот в Кремле.

А может это быть нетрадиционное место, как московское метро, в котором показывал коллекцию Александр Маккуин? Точно. Почему нет?

Как вы думаете, почему Вивьен не любит, когда то, что она делает, сравнивают с опытами из ее постпанковского прошлого?

Это как с Шоном Коннери — каждый говорит: вот пошел Джеймс Бонд... Но он давно уже перестал быть Джеймсом Бондом. И это только ярлык. Точно так же и все перечисленные вами понятия о творчестве Вивьен Вествуд — только старые ярлыки. Она не останавливается на том, что уже сделано. Она смотрит в будущее.

247

То есть компания Vivienne Westwood закрыла свой бутик в Нью-Йорке из-за вкусов американских покупателей?