

Моск. правды. - 1997. - 16 дек. - с. 15.

Мозаика успеха

Жизнь состоит из пестрых осколков дней. Все, что нам остается, - воспоминание о том, что сделали, сожаление о том, что не сделали, и неопишимо краткий миг настоящего, в котором все совершится. По-разному расцвечена мозаика жизни у тех, кто предается размышлениям о несуществующем или упущенном, и у тех, кто настолько занят делом сегодняшним, что не имеет времени вспомнить о былых неудачах.

По мнению американских психологов, долго изучавших поведение людей в условиях, близких к тем, что сложились сегодня у нас, победители устремлены вперед, они подталкивают настоящее к своему видению будущего, не слишком задерживаясь на несоответствии своих представлений и действительности. И действительность принимает ту форму, которую они хотят. Феномен победителя завораживает, невольно проникаешься током энергии, бьющей вблизи такого человека. Можно относиться к таким людям настолько, как того требует наше воспитание, но игнорировать их существование невозможно, настолько ярко они проявляют себя.

Одна из компаний в Москве, ставшая предметом споров в последнее время, компания «Том Клайм». Всеобщее внимание привлекла ее успешная работа на рынке готовой одежды, наиболее трудном для введения новой торговой марки. Все достижения компании, нынешние и будущие, - результат выплеска неумной энергии ее руководителя и владельца Анатолия Кли-

мина. Вокруг его имени постоянно существует некоторая недосказанность, еще более подхлестывающая любопытство прессы. Лучше всех на вопрос о том, из чего складывается успех фирмы, сможет ответить сам Климин.

- Как родилась ваша торговая марка? Трудно ли создавать новую марку в переполненном одеждой мире?

- Название «Том Клайм» было придумано в Канаде, где я начинал производство женского платья. Это англоязычный вариант моего имени и фамилии, который там хорошо воспринимался. Торговая марка «Том Клайм» была зарегистрирована в Кана-



наде, затем я открыл свое представительство в Голландии. Сегодня торгово-промышленная группа «Том Клайм» включает в себя производства в России, Франции, Италии, Бельгии, сеть собственных магазинов в Москве, магазин в Париже, так называемую «show-room» в Амстердаме. Успех нашей одежды в Европе показал, что «Том Клайм» - конкурентоспособная, признанная в мире торговая марка.

- Часть вашего швейного производства находится в России, чем вы объясните этот факт?

- Если отбросить патристические соображения, то, что моя семья живет в Москве и мы не хотим никуда уезжать, объяснение будет весьма прозаичным. В России самое выгодное для предпринимателя сочетание оплаты рабочей силы и получаемого качества товара. Производить во Франции, например, одежду нашего уровня разорительно. И ни один французский предприниматель этого не делает, они переносят производство в страны, где рабочая сила дешевле. Я пробовал наладить производство в Юго-Восточной Азии, но там трудно добиться необходимого качества.

- В чем причина успеха вашей компании?

- Наше кредо - делать лучшее. Мы производим самые современные ткани во Франции и Бельгии, фурнитуру в Италии и Франции. Для того чтобы добиться успеха на Западе, да и в России, мало использовать самые модные ткани, фурнитуру, надо знать, что сейчас на

пике моды. Причина нашего успеха в постоянном отслеживании того, что происходит в мире в нашей области. Мы знаем, какие идут показы, какие выставки, мы их посещаем, поэтому наша одежда по-настоящему новая, на уровне идей. Разговаривая сейчас с вами, я нахожусь мысленно в мае будущего года, думая о майской коллекции.

- Что самое сложное в производстве готового платья?

- Само производство одежды составляет не более 20 процентов от объема нашей деятельности. Главное, как я уже сказал, быть в курсе того, что происходит, чувствовать новизну. У меня в кабинете не выключается телевизор, по которому идет программа международного канала моды. Мы не делаем того, что не будут покупать. И знаем, что, только создавая каждый месяц новую коллекцию, мы сможем поддерживать к себе постоянный интерес. Кроме того, если твоё имя неизвестно широкой публике, никто не обратит внимания на твою одежду, даже если она неплоха сама по себе.

- Почему вы, предприниматель, занимаетесь разработкой моделей костюмов?

- Успех в нынешнем бизнесе достигается, если знаешь, что производить, а как это сделать, должны знать другие, которых ты наймешь на работу. Так вот, я знаю, что надо производить, потому что затрачиваю массу времени, чтобы обладать самой свежей информацией. И пока не встретил дизайнера, который смог бы меня заменить. Признаюсь откровенно, сам процесс

создания коллекций доставляет мне большое удовольствие. Я люблю одевать женщин, я люблю ими. Мне нравится выбирать ткани, думать о том, как они будут смотреться. Я искренне уважаю художников, занимающихся модой. Но для работы мне нужны люди с несколькими иными качествами и знаниями. Поэтому «Том Клайм» открывает школу дизайна, куда мы будем приглашать самых известных в мире преподавателей, будем учить слушателей не только рисунку, но и современным компьютерным технологиям.

- Марка «Том Клайм» уже стоит на колготках, духах, изделях из кожи. Планируете ли вы дальше расширять этот список?

- Мы идем за рынком, и главная задача - ответить на требования женщин. Все строится по закону ассоциаций: к костюму нужны колготки, туфли, другие аксессуары. Мы начинаем их производство. Проблема верхней одежды также не ускользнула от нас, мы предлагаем пальто из ткани, кожи, меховые пальто. Трудно женщине обойтись без вечернего платья - она может заказать его в наших магазинах. Но только одежды и обуви недостаточно, женщины привыкли «носить» запахи. Во Франции выдающийся парфюмер Николас Мамунас создал четыре прекрасных аромата «Том Клайм». Вполне возможно, что через некоторое время мы поймем, что упустили нечто, и начнем новое производство.

С. АНИНА.

16.12.97

Климин Анатолий