

МОДЕЛИ из Парижа

Пьер Карден: Наши образцы одежды для советского производства мы будем обновлять каждое полугодие

В декабре прошлого года в Москве был подписан протокол о сотрудничестве между Минлегпромом СССР, в/о Лицензинторг и французской фирмой «Пьер Карден». По приглашению этой фирмы наш корреспондент побывал недавно в Париже.

«САМЫМ известным в мире французом после де Голля» назвал недавно один парижский еженедельник Пьера Кардена. В этом определении бесспорно есть доля журналистского преувеличения, но вместе с тем в нем — признание международного авторитета знаменитой фирмы, поддерживающей деловые контакты с 97 странами. Миллионы мужчин и женщин в разных уголках земли уже давно оценили элегантный стиль костюмов, рубашек, платьев, галстуков и ремней «от Кардена». В скором времени получат эту возможность и советские покупатели.

Главная «лаборатория идей» (так в Париже называют знаменитые дома моделей) фирмы «Пьер Карден» расположена в пятиэтажном здании по улице Фобур Сент-Оноре. В кабинете Кардена строгая, деловая обстановка. На стеллажах — образцы изделий, выпускаемых по разработанному фирмой дизайну, и, конечно, папки с доске по разным странам.

На корешке одной из них написано: СССР.

Перед отъездом в Париж мне задавали много вопросов о Пьере Кардене, и я прежде всего попросила его рассказать о себе и об истории создания его фирмы.

— Родом я из Венеции, — сказал он. — Во время первой мировой войны наша семья разорилась, и родители вынуждены были покинуть родину. Сразу после окончания школы я устроился стажером к одному лионскому портному.

Затем Карден переехал в Париж. Он с улыбкой рассказывает о предсказании одной знакомой гадалки, которая непро-

рочила ему блестящее будущее и снабдила рекомендательным письмом к одному из сотрудников фирмы «Пакен». В те времена это был самый знаменитый дом моделей в Париже.

Работая у Пакена, Карден делал костюмы для кино и театра, в частности для фильма «Красавица и зверь» с участием Жана Маро, потом перешел к Диору, тогда только открывавшему свой модный салон. Карден был первым служащим, нанятым Диором, и одним из непосредственных создателей «нового облика» послевоенного человека.

Первая самостоятельная коллекция моделей Кардена была предназначена для молодежи. Маленький салон моды на чердаке (удачная находка для периода увлечения экзистенциализмом) и экстравагантная коллекция понравились публике, о них писала пресса, но подлинный успех пришел в конце 50-х годов, когда Карден начал делать мужскую одежду.

— До того времени в мужской моде задавали тон Англия и Италия, их модели и ткани считались непревзойденными, — рассказывает Карден. — Французы же в те годы одевались довольно плохо. Я решил полностью изменить внешний облик мужчины. Подготовленная мною коллекция привлекла большое внимание. Не нужно забывать, что в те времена еще не существовало ни модных журналов для мужчин, ни манекенщиков. Мне пришлось обратиться во все парижские университеты с просьбой прислать студентов для показа моделей. Демонстрация состоялась. Модели были необычны, экстравагантны, некоторые просто забавны. На следующий день о них писали все газеты. Я получил лицензию и стал торговать ею, то есть продал свое имя фабрикантам Франции, Америки, Англии и других стран.

Лицензии — основной источник дохода фирмы, которая сегодня торгует не только моделями одежды, но и дизайном отелей, магазинов, ресторанов. Марку «Пьер Карден» и «Максимиз» (последняя также теперь принадлежит Кардену) можно увидеть сегодня на упаковке продуктов питания, посуде, мебели, парфюмерных и многих других товарах в разных странах мира. 860 фабрик мира имеют право на воспроизведение моделей и дизайна Кардена.

Но сам Карден своей главной победой считает реализацию идеи «прет-а-порте» —

моды на готовое платье для массового потребителя. Сегодня готовое платье производится во всех странах мира, но тогда, в середине 50-х годов, Карден совершил своего рода революцию в моде, где до этого господствовала «кот кутюр» — изысканные, дорогие модели, доступные лишь элите. Карден первым начал делать серийную одежду из недорогих тканей.

Профсоюз парижских модельеров («Шамбр сендикаль») вначале был даже шокирован такой профанацией парижской моды и потребовал, чтобы Карден вышел из его состава. Однако успех «прет-а-порте» во Франции и других странах принес парижскому модельеру не только новые огромные прибыли, но и популярность. Делать массовую одежду стало престижно, и многие модельеры последовали примеру Кардена.

Теперь все понимают, что на дорогих платьях много не заработаешь, — говорит мой собеседник. — Они создаются для узкого круга людей. А мы живем в эпоху готовых изделий, а значит, и готового платья. Сегодня это жизненная необходимость для миллионов людей, которые хотят одеваться модно и современно, но ограничены во времени и средствах.

Несколько слов о том, как работают магазины, торгующие товарами с маркой фирмы «Карден». В Париже существуют разные категории таких магазинов: в одних продаются сверхмодные и очень дорогие изделия, другие — представляют собой промежуточное звено между «кот кутюр» и «прет-а-порте», и, наконец, магазины готового платья, где продается одежда серийного производства. Во многих магазинах имеется маленькая швейная мастерская. Если покупателю нужно укоротить рукава или брюки, подогнуть подол, перешить пуговицы и т. д., эта работа выполняется либо в его присутствии, либо в течение одного-двух часов. Другое немаловажное удобство — наличие в том же магазине полного набора аксессуаров, необходимых для того, чтобы дополнить наряд. «Клиент может прийти сюда, чтобы купить одну какую-то вещь, и при желании уйти одетым с ног до головы во все новое», — шутиливо комментирует управляющий магазином.

Так торгуют не только в магазинах одежды. Например, в цветочном магазине фирмы «Карден» вам предложат красиво составленный букет, подходящую для него вазу, продемонстрируют образцы украшенных цветами интерьеров. А если вы устали, вы можете отдохнуть в чайном салоне, где вам подадут чай и познакомят с рядом изделий, выпускаемых фирмой.

Известно, что постоянный поиск новых форм и методов торговли во многом диктуется законами капиталистической конкуренции. И «психологическая атака» на потребителя, в которой принимают участие печать, кино, телевидение и другие средства информации, бесспорно, приносит свои плоды.

Однако, как отмечает в последнее время французская печать, дорогая фирменная одежда котируется все меньше. Мода, предназначенная для узкого круга потребителей, в силу самой своей природы ограничивает возможности бизнеса. В этой ситуации парижские модельеры ведут себя по-разному. Одни закрывают нерентабельные магазины, другие продают иностранным предпринимателям лицензии, дающие

право использовать их имя. В результате более половины одежды на прилавках Франции — импортного производства. А французские названия фирм далеко не всегда означают, что их хозяева — французы. Фирма «Курреж» фактически перешла в руки японцев, «Ги Ларош» откупили англичане, «Бальмен» принадлежит канадцам. Но как бы то ни было, эти тревожные симптомы пока еще не отразились на репутации парижской моды в целом. Престиж ее по-прежнему велик, и, судя по оживлению, царившему на международном салоне мужской одежды, открывшемся в эти дни в Париже, наверное, рано «проливать слезы» по поводу ее былого величия.

В лабиринте павильонов этой ярмарки легко заблудиться. По нескончаемым проходам мимо бледнолицых манекенов и суестьихся бизнесменов пробираемся к павильону Кардена.

Представленные здесь модели тяготеют к классической линии и строгой элегантности. Глядя на эти совершенные творения швейного искусства, я невольно вспомнила приводимые в печати данные о французском потребителе. По сравнению с другими странами Европы, во Франции мужчины реже всего обновляют свой гардероб. Француз меняет пальто раз в девять лет, куртку — раз в восемь лет, костюм — раз в пять лет.

Поэтому участие в подобных ярмарках — дополнительная возможность расширить рынок сбыта путем заключения контрактов с торговыми фирмами других стран. Мне удалось побеседовать с рядом предпринимателей, работающих по лицензиям Пьера Кардена. Некоторые из них — в прошлом служащие фирмы. Сегодня же они сами производят товары по предоставленной им лицензии.

Я поинтересовалась, что думают предприниматели о возможности торговли со странами социализма, с которыми они до сих пор не вступали в деловые контакты.

Г-н Кюкье — практически единственный производитель галстуков на внутреннем рынке Франции. «Мы сами создаем дизайн, сами выпускаем продукцию и сами ее продаем», — рассказывает он. По его мнению, «торговля с соцстранами — дело чрезвычайно полезное для всех, и не только с коммерческой точки зрения. Это прекрасная возможность для обмена опытом, мастерством, возможностью узнать больше о другом народе, лучше понять его. Распространяясь по всему миру, мода одновременно сближает людей, создает у них ощущение общности».

Один из директоров Пьера Кардена, отвечающий за выпуск костюмов, курток, рубашек, Ж.-К. Бонфис убежден, что у сотрудничества западных фирм с социалистическими партнерами большое будущее. «О сотрудничестве у нас говорят сейчас очень много. Репутация соцстран на мировом рынке явно растет, и для нас это чрезвычайно важно. Мы видим, что люди интересуются соцстранами, хотя больше знают о них, что, несомненно, может стимулировать наши деловые контакты».

А ВОТ ЧТО говорит об этом Пьер Карден:

— Когда стало известно, что мы собираемся начать переговоры с советскими партнерами, многие говорили

мне, что русские никогда по-настоящему не заинтересуются парижской модой. Но я-то знаю вашу страну с 1964 года, своими глазами наблюдал фантастические перемены в экономике, культуре. Я не сомневался, что сейчас, когда проблемы страны решаются не изолированно, а в мировом масштабе, советское руководство может по-новому подойти и к такой проблеме, как одежда людей. И не ошибся. Контракт был заключен. Наши переговоры с советскими партнерами проходили четко и слаженно. И хотя пока еще мы ведем дела на административном уровне, я могу сказать, что наше сотрудничество развивается успешно. Контракт предусматривает разработку фирмой «Пьер Карден» коллекции моделей одежды для советского производства, то есть конструирование, подготовку технических данных, соответствующих разным размерам и тканям. Мы уже получили ткани для изготовления образцов, которые должны быть готовы через месяц. По условиям контракта эти модели будут обновляться каждые полгода. Вторая часть соглашения касается оборудования части магазина Минлегпрома в Олимпийском деревне. Мы делаем дизайн для этого магазина, участвуем в его техническом оснащении. Там предполагается продавать одежду, которую будут выпускать советские фабрики по нашей лицензии. Короче говоря, наша совместная работа набирает темпы».

Сейчас в Советском Союзе модернизируются двадцать семь предприятий легкой промышленности. Ведутся переговоры о переоборудовании части из них в сотрудничестве с крупнейшими французскими фирмами. Их представители уже побывали на этих фабриках и внесли свои технические предложения.

Пока еще рано судить о результатах. Но уже имеющийся у нас опыт совместной работы с французской фирмой «Вестра», принимавшей участие в модернизации ряда советских фабрик, по мнению обеих сторон, оказался плодотворным. — А будет ли происходить непосредственный обмен опытом между модельерами?

— Как я уже сказал, мы обеспечиваем техническую разработку моделей, лекала, советы в подборе тканей. Советские ткани, на мой взгляд, хорошие, хотя новинки таких, как в Италии или во Франции, у вас пока нет. Но проблема красивой одежды — это прежде всего проблема вкуса, искусства цветовых сочетаний и форм. Мы готовы поделиться нашими знаниями в этой области. Кроме того, я думаю, что мы могли бы помочь в непосредственной подготовке советских специалистов в наших ателье.

— В своих интервью вы не раз говорили, что мода — это часть культуры, часть общественной жизни. Что вы имели в виду?

— Я убежден, что мода — чрезвычайно важное средство коммуникации. Постоянно обновляясь, она кочует по миру, не зная границ, объединяя людей. Мода может многое рассказать о стране и ее народе. Интернациональное значение моды, на мой взгляд, бесспорно.

— Г-н Карден, вы уделяете большое внимание развитию культурных связей между Францией и СССР, выступая не только как эmissар парижской моды, но



Пьер КАРДЕН в своем парижском ателье. Фото И. ТАКАТА

и как продюсер. В Париже вы создали культурный центр, ныне очень популярный не только среди французских, но и среди зарубежных деятелей культуры. Расскажите об этой стороне вашей деятельности.

— «Эспас Карден», о котором вы сейчас упомянули, существует уже много лет. Здесь в одном здании объединены театральный зал, кинозал, помещения для выставок, ресторан. Мы показали более 600 спектаклей. Постановка 150 из них осуществлена непосредственно в нашем центре. Здесь гастролируют зарубежные труппы, актеры, танцоры, проводятся фестивали молодежного искусства. У нас выступала Майя Плисецкая, гастролировал Театр имени Ленинского комсомола со спектаклем «Юнона и Авось». Накануне этих гастролей нас пытались запугать, говорили, что в театре непременно взорвет бомбу. Но, как вам известно, гастроли состоялись и прошли с большим успехом. Меня это очень радует. Я искренне хочу, чтобы русские и французы лучше узнали друг друга. И нам особенно интересен сегодняшний день вашей страны, ваше современное искусство. Мы восхищаемся советским балетом, цирком, фольклорными ансамблями, но, на мой взгляд, этого сейчас недостаточно. Хотелось бы увидеть новые спектакли, новое поколение артистов. Необходимо, чтобы на Западе люди могли составить объективное мнение о вашей жизни и культуре. Ведь не секрет, что непонимание, предвзятость, с которой у нас судят о Советском Союзе, в значительной мере подогреваются средствами массовой информации, определяются политическими позициями журналистов. Меня нельзя назвать поклонником коммунизма, но, мне кажется, не следует закрывать глаза на реальные достижения вашего народа, отказываться от коммерческих и культурных контактов. В развитии наших связей все мы заинтересованы в равной мере.

Валентина ЖУКОВА,
спец. корр. «ЛГ»

ПАРИЖ — МОСКВА