

ИЗВЕСТИЯ: Всегда в вашей семье производством одежды занимались мужчины. Вы считаете, женщины мужскими костюмами заниматься не могут?

Джильдо Зенья: Почему? У меня есть две сестры, которые всю жизнь заняты в производстве. Одна занимается воспитанием подрастающего поколения — то есть кадрами. Другая — имиджем марки. И еще есть кузина, которая тоже работает на нашу фирму — она занимается национальным парком Oasi Zegna («Оазис Зенья»), основанным моим дедушкой Эрменеджильдо: вы, может быть, слышали, что он посадил полмиллиона деревьев в предгорьях Альп?

ИЗВЕСТИЯ: Вашего знаменитого дедушку, который, собственно, и прославил фирму, звали Эрменеджильдо Дзенья. А вас — Джильдо. Почему? Чтобы легче было произносить?

Зенья: Эрменеджильдо — это бренд. А Джильдо — это не имя, это то, что по-английски называют nick name. Но я вам сейчас покажу паспорт: по нему и меня зовут Эрменеджильдо.

ИЗВЕСТИЯ: Я спросила, потому что в интервью для «Известий» один весьма высокопоставленный в прошлом российский чиновник признался, что носит ваши костюмы, но не смог правильно назвать марку.

Зенья: Потом вы мне скажете его имя, хорошо? Я хотел бы его поблагодарить. За то, что он пытался выговорить наше имя. Это правда трудно.

ИЗВЕСТИЯ: Когда речь заходит о мужских костюмах, выясняется, что у каждого мужчины и у каждого дизайнера есть свой ответ на вопрос, сколько должно быть разрезов у пиджака на спине — один по середине или два по бокам. Как считаете вы, что лучше? И что модно?

Зенья: В жизни всегда должна оставаться свобода выбора — в этом вопросе тоже. Нужно быть гибким. Лично я знаю, что сейчас модно носить один разрез в центре, но продолжаю носить два по бокам. Я очень просто решил этот вопрос: я ношу костюмы классической линии Sartorial, с двумя разрезами, а в линии Zegna мы делаем один. Но мы ни в коем случае не занимаем по этому поводу твердых позиций.

ИЗВЕСТИЯ: У вас очень забавный галстук — я таких никогда не видел: наполовину тканый шелковый, наполовину вязаный...

Зенья: Эти галстуки пока еще не продаются. Но они действительно классные: в зависимости от рубашки их можно носить по-разному, и я таким образом просто развлекаюсь.

ИЗВЕСТИЯ: Галстук так необычен, что, пожалуй, хорошо бы смотрелся и на женщине. Вы считаете, женщине можно носить галстуки? И вообще, что, по вашему мнению, можно взять женщине из мужского гардероба?

Зенья: Во-первых, конечно, свитер. И вообще, трикотаж, шарфы. Еще я думаю, что конечно же, брюки. И пиджак, наверное, тоже. Но галстук, все-таки нет.

ДИЗАЙНЕР

Джильдо Зенья: «Я знаю, что модно носить один разрез в центре, но продолжаю носить два по бокам»

известия - 2005 - 07 - 09. окт. - с 31.

В отличие от большинства модных домов, давно перешедших из рук своих создателей в собственность крупных финансовых групп, знаменитая марка мужской одежды Ermenegildo Zegna все еще остается семейным делом. О том, чего стоит сохранять эту независимость, во что должен быть одет элегантный мужчина и может ли претендовать на его гардероб женщина, специальному корреспонденту «Известий» Ирине Мак рассказал глава дома Джильдо Зенья.

Шерстяная династия

Джильдо Зенья — исполнительный директор дома Ermenegildo Zegna, компании, основанной в пьемонтском городке Триверо в 1910 году его дедом Эрменеджильдо Зенья, который, в свою очередь, унаследовал текстильное производство от отца. К концу 40-х годов фабрики Ermenegildo Zegna были поставщиками самых дорогих магазинов не только Италии, но и 40 крупнейших городов мира. В 1960-е годы сыновья Эрменеджильдо Анджело и Альдо Зенья впервые в истории марки занялись производством мужской одежды, и через 20 лет фирма имела свои бутики во всех мировых столицах, а среди ее клиентов числились Шон Пенн, Джек Николсон, Джон Траволта и Брюс Уиллис. В 1997 году дом Ermenegildo Zegna учредил премию «Zegna and Mariinskij New Talents Award» (премию «Ermenegildo Zegna и Мариинского театра для новых талантов»).



ИЗВЕСТИЯ: Какой цвет вы считаете недопустимым в мужской одежде?

Зенья: Наверное, только розовый.

ИЗВЕСТИЯ: На днях в Москву приезжал известный американский дизайнер Карим Рашид, так он был в розовом костюме.

Зенья: Наверное, он был бы мне хорошим другом. Но вы знаете, мир тем и хорош, что все мы — разные.

ИЗВЕСТИЯ: Я знаю, что вы поддерживаете дружеские отношения с очень известными российскими музыкантами — Валерием Гергиевым, Мстиславом Ростроповичем, Евгением Кисиним. Являются ли все они вашими клиентами?

Зенья: Все трое. Еще Пласидо Доминго.

ИЗВЕСТИЯ: Они капризные клиенты?

Зенья: Они хорошие клиенты. Они всегда мне верят.

ИЗВЕСТИЯ: Расскажите о вашем знаменитом фраке concert suit.

Зенья: Идея его возникла во время разговора между мной и Валерием (Гергиевым. — «Известия»). Он хотел что-то очень удобное, но необычное, чтобы можно было свободно двигаться, но в то же время сохранять элегантность. Так родился этот фрак, который стал гордостью нашей коллекции.

ИЗВЕСТИЯ: И в нем не жарко на сцене?

Зенья: Абсолютно. У нас очень тонкие и легкие ткани, я могу утверждать, что это самые комфортные ткани в мире.

ИЗВЕСТИЯ: Вашу одежду часто подделывают?

Зенья: К сожалению. У нас постоянно в судах находятся сотни дел, связанных с подделками, и в нашей компании есть специальный отдел, который занимается исследованием контрафактов. Мы очень жестко пытаемся отбивать эти атаки, это ужасающий фактор, разрушающий имидж. Самое дорогое, что у нас есть, — наше доброе имя. И если оно даже по каким-то совершенно независимым от нас причинам будет испорчено, мы рискуем потерять все. Так что для нас это реально очень важная борьба.

ИЗВЕСТИЯ: А как вы боретесь с конкурентами?

Зенья: Например, покупая их одежду. Я предпочитаю иногда — и даже часто — носить вещи конкурентов, потому что хочу понять, лучше ли они, чем у меня, или хуже, и если лучше, то в чем. Это наталкивает меня на размышления.

ИЗВЕСТИЯ: Эталоном стиля в мужской одежде обычно называют английский стиль. Но при этом многие признают, что лучшие костюмы шьют в Италии. Почему так?

Зенья: Потому что у итальянцев до сих пор сохранилось такое понятие — «портной». И все признают, что в Италии лучшие портные. Поэтому итальянская одежда сидит на фигуре лучше любой другой.

ИЗВЕСТИЯ: Ваше дело знаменито своими тканями, может быть, еще больше, чем кроем. Но

есть ли ткани, которые вы никогда не продаете на сторону, а используете исключительно в собственных коллекциях?

Зенья: Есть такие, из которых мы шьем только лимитированные партии для себя. Например, самая тонкая 13-микронная шерсть — мы называем ее «Золотое руно».

ИЗВЕСТИЯ: Среди ваших разработок упоминается ткань, отталкивающая грязь. И что будет, например, если на нее опрокинуть кофе или томатный сок — неужели ничего не случится?

Зенья: Она называется misop-sfer и обработана таким образом, что на ней образуется тон-

В:

«Вы поддерживаете дружеские отношения с очень известными российскими музыкантами — Валерием Гергиевым, Мстиславом Ростроповичем, Евгением Кисиним. Являются ли все они вашими клиентами?»

О:

«Все трое. Еще Пласидо Доминго»

чайшая пленка, с которой просто все скатывается. И кофе, и сок скатятся с поверхности, как с непромокаемого плаща. При этом сохраняется качество и ощущение шерсти.

ИЗВЕСТИЯ: Что вы делали, чтобы сохранить марку для своих потомков?

Зенья: Прежде всего, наша семья всегда была очень хорошо организована. У нас четко распределены роли и железная дисциплина. Поэтому нам и удается удерживать все в своих руках. И мы никогда не довольствуемся достигнутыми результатами, не обращая внимания даже на явные успехи.

ИЗВЕСТИЯ: Но лучше ли для ваших клиентов, что фирма осталась во владении семьи? Вообще, сказывается ли на результате, кому принадлежит бренд — семье или корпорации?

Зенья: По-разному — я думаю, каждое предприятие ставит перед собой свои задачи. Нашей целью всегда было накапливать ресурсы, и именно это позволило нам с легкостью удерживать марку. Но я не знаю, преимущество ли это для компании. Для нашей — да. Но я знаю примеры, когда это было во вред делу.