

В поисках черной майки

Московские новости. — 1998. — 8 ноября. — С. 25.

Владимир Зубец, один из немногих отечественных модельеров, чьи работы появляются в глянцевых модных журналах наравне с творениями прославленных западных коллег, задумался о другом. Если точнее — о черной майке.

Не надо быть слишком наблюдательным, чтобы заметить, что люди на улице одеваются не совсем так, как изображено на глянце-вых страницах. Во всем мире молодежь утром напяливает джинсы и майку, а сверху — вязаную кофточку или пиджачок и чувствует себя при этом прекрасно. Поглядев на московские витрины, Зубец пришел к выводу, что именно этого-то у нас и нет. То есть, конечно, есть «дорогая и тщательно продуманная бедность» — скромная кофточка от Сони Рикель потянет долларов на 500, простая черная майка от Кельвина Кляйна — на 60. Зубец решил попытаться сделать что-то подобное, но в десять раз дешевле. И назвал свою коллекцию «Эйфория-2000».

По его словам, самое интересное в такой работе — это мечты. Обычно разговоры длятся годами, но здесь получилось быстрее — придумано 150 моделей, из них отобрано 45 для промышленного выпуска — самых простых вещей по виду и исполнению.

— Какие требования, по-вашему, предъявляются к молодежной одежде и чем она отличается от всякой прочей?

— В СССР был такой термин — «молодежная одежда». На самом деле ее нет. Я думаю, это просто нормальная одежда. Более доступной для молодежи ее делает цена и то, что молодежи все рав-

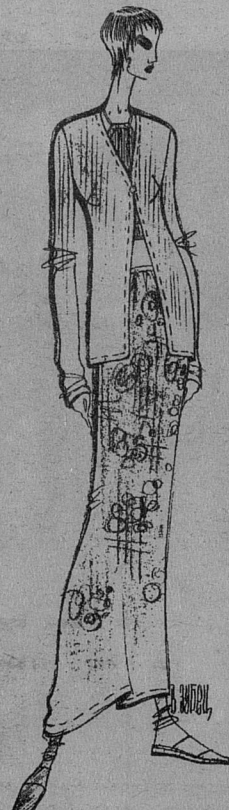
но, из чего она сшита. Если эта вещь, на их взгляд, модная в этом сезоне и ее нужно иметь в гардеробе, они ее покупают.

— Не секрет, что помимо равнодушия к качеству тканей у молодежи есть большой снобизм по части марки...

— Я прекрасно отдаю себе отчет в том, что марка для них значит гораздо больше, чем все остальное. Но мне кажется, что наши цены будут достаточно убедительны. Мы не придумываем русскую молодежную одежду, это та же одежда, повторяющая западные стереотипы, на которые они реагируют. Я под них подстраиваюсь. Я бы с большим удовольствием вносил больше своего. Но мне надо им угодить.

— А что они любят сейчас, по вашему мнению?

— Разное. Глупо работать на какую-то отдельную тусовку типа рейверов. Мы все-таки делаем одежду достаточно массовую. Есть какой-то ассортимент, который, на мой взгляд, должен быть сейчас хорошо востребован. Это одежда из полотен с лайкрой — комфортная, практичная. Чтобы не надо



Владимир Зубец.
Эскиз к молодежной коллекции

было утешить. Свернул, положил, утром достал, надел, пошел.

— Сколько это будет стоить?

— По себестоимости получается совсем мало. Если это майка, то она стоит 2 доллара.

— Вы один из очень немногих в стране модельеров, о которых считается хорошим тоном упоминать. Вы не сходите со страниц модных журналов и вполне могли самовыражаться и дальше в направлении эксклюзивной моды. Что вас потянуло на самоограничение?

— Для меня не самоцель, чтобы обо мне писали журналы. Если сапожник тачает ботинки, это не значит, что о нем должны писать. Ему в голову никогда не придет, что он должен быть знаменитым. То же самое и для меня. Работая над молодежной коллекцией, я получил удовольствие не меньше, чем от своей предыдущей «кутюрной» коллекции, а может, и большее. Делать простые вещи не менее приятно. Самое главное, что я понимаю, что это нужнее, чем авторские коллекции. Ну, покажу я свои творения пару раз, повисят они где-то там на выставке. И все. Потом надо все это распродать. Вещи уйдут, и ничего не останется. Я хочу, чтобы то, что я делаю, было не одноразовым, не однодневным, а чтобы это могло производиться и продаваться в магазине. Меня интересует процесс. Сделали коллек-

цию, она продается, значит, есть возможность делать это дальше.

— Из существующих, раскрученных в мире молодежных коллекций вы кого-нибудь можете назвать в качестве ориентира? Вы говорите: «Мне бы хотелось, чтобы моя коллекция была не хуже, чем...»?

— Мне хотелось, чтобы она была не хуже, чем коллекция Кляйна или Донны Каран. Понятно, что это дурацкие мысли. Она может быть такой, если у нас будут те же материалы, те же возможности по пошиву, но рекламных возможностей, которые в это были когда-то вложены, у нас нет и не будет ближайшие 20 лет. Поэтому здесь мы можем только мечтать.

— Не хотите ли вы сказать, что себестоимость Каран или Кляйна также крайне невысока, и только рекламная раскрутка заставляет людей платить 100 долларов там, где они могут заплатить 5?

— Это абсолютно точно. Донна Каран, которая у нас продается, вся шьется в Таиланде. Если бы у нас была возможность шить в Таиланде, я думаю, у нас было бы еще дешевле. Мы же в Москве шьем, где рабочая сила еще не самая дешевая в мире. Поэтому мы просто мечтать не можем, чтобы наладить эту систему так, чтобы мы могли здесь заниматься дизайном, где-то на другом конце света производить одежду, в третьем месте производить ткани и еще рекламировать это по всему миру и иметь магазины по всему миру. Для нас это сейчас недостижимые высоты. Моей жизни не хватит.

— А если коллекция не пойдет, что вы будете делать?

— Я буду искать какую-нибудь другую работу.