



ПРЕЗИДЕНТ ДОМА МОДЫ CELINE ЖАН-МАРК ЛУБЬЕ

Известия - 2004 - 18 сент. - с. 7

«ДРУГИЕ КРИЧАТ, А МЫ ШЕПЧЕМ»



тические афиши, среди которых много русских, начиная с конца XIX века. Для меня политика — это не только социальный аспект, но всегда произведение искусства, примета времени. И где бы я ни путешествовал, всегда первым делом бегу туда, где можно раздобыть что-то новенькое. Это отличный способ легко и быстро углубиться в историю страны. — Вы утверждаете, что лейбл не должен утомлять. Чем же вещь может привлечь внимание?

— Лейбл — это всего лишь залог качества. Но он может иметь негативный оттенок — когда отсутствует либо индивидуальность, либо качество. Знаете, есть марки, которые кричат о себе, а мы шепчем. Это как дружеский диалог между клиентом и компанией.

— Весь мир сейчас хочет эксклюзивности — что вы думаете предпринять в этом направлении?

— Надо стараться избегать стандартов, безличности. Выход здесь только один, простой и сложный, — вкладывать душу в каждую вещь.

— В какую сторону будет развиваться мода XXI века — пафосности или демократизма?

— С одной стороны, мода — это и есть пафос, вернее, игра в пафос как неотъемлемая часть жизни женщины. С другой стороны, женщины стали зарабатывать больше, цены на модные товары практически не растут и стали более доступными для большого числа модниц. Кроме того, женщины уже так привыкли к разнообразию, что могут выбирать, сочетая разные марки, выбирая аксессуары таким образом, чтобы полнее раскрыть свою индивидуальность. В этом смысле мода, конечно, демократична.

ЛОГОМАНИЯ — ЭТО ПОПСА



Марка Celine началась в 1945 году с производства детской обуви. Сделав акцент на прочность, производители не забыли о роскоши и комфорте. В 1959 году фирма выпустила мокасины со знаменитыми «уздечками», которые привлекли женскую аудиторию, в 1963 году — ставший культовым кожаный браслет в виде трех переплетенных «конских уздечек», а в 1966 году — не менее культовую сумку Popi. Поворотной точкой развития стал 1969 год, когда состоялся показ первой коллекции pret-a-porter. Особую привлекательность коллекции придала принадлежность богемному Rive Gauche, парижскому Левому берегу, где традиционно рождается всемирно знаменитый «антибуржуазный парижский шик».

Осенне-зимнюю коллекцию 2004/05 можно считать реминисценцией фильма «Американец в Париже»: романтические юбки и платья, кашемир, мех, твид и вышивка — американский стиль casual и европейский изыск. В обуви доминируют открытые лодочки из блестящего крокодила, а знаменитые сумки «буки», которые носят Мадонна, Шарон Стоун, Гвинет Пэлтроу и Сара Джессика Паркер, в нынешнем сезоне представлены в цвете бордо. О сумках Celine в модных кругах говорят как о «статус-символах». Однако президент компании Celine Жан-Марк Лубье считает, что лейбл должен быть скромным: «Он где-нибудь в дальнем углу или чуть ли не зашит в подкладку. Пусть в меня кто-нибудь кинет камнем (желательно драгоценным), но я выскажусь: логомания, даже с большим процентным содержанием юмора, — это попса. А попса — это то, от чего устаешь. Я думаю, что главное свойство вещей в жанре статус-символы — не утомлять».

ЭКСКЛЮЗИВ

В Москву приехал президент и исполнительный директор Дома моды Celine Жан-Марк Лубье, который дал эксклюзивное интервью обозревателю «Известий» ЛИДИИ ШАМИНОЙ.

— Что вы замечаете в женщине первым делом?

— То, как она себя подает, — как двигается, держит бокал, переходит улицу. Она может делать это демонстративно или невзначай, надо только суметь разгадать ее. Очень важный момент, когда внутренний мир женщины раскрывается перед вами. Если этого не происходит, даже самая красивая женщина меня не интересует — это просто красotka с обложки.

— Кто она, женщина Celine?

— Это мечта. С одной стороны, это муза для дизайнеров, с другой стороны, она должна отвечать запросам как клиентов, так и журналистов. Ей нравится жить активной жизнью, она открыта, любопытна, у нее есть кураж, она богата духовно, отлично ориентируется в любой ситуации, ей одинаково нравится и работать, и развлекаться. Это обязательно парижанка, скорее космополитка, она может жить в Москве, Токио, Нью-Йорке. И мне даже неважно, во что она одета.

— Я знаю, что вы собираете коллекцию афиш — чем вызван этот интерес?

— Наверное, тем, что я получил политическое образование и потому собираю только поли-

Louboutin Jean-Marc

*18.09.04
287*