

Империя и рынок

Донны Каран:

ПОЧЕМУ СТОЛЬ ПОПУЛЯРНЫ МОДЕЛИ И ОДЕЖДА ЭТОЙ ФИРМЫ

Барбара РУДОЛФ

«ТАЙМ», НЬЮ-ЙОРК.

ДОННА КАРАН готовится к весеннему показу мод в Нью-Йорке. Прикидки, доработки, подгонки — с утра до позднего вечера. Репетиции — одна за другой. В общем, дел по горло. И ни одна деталь не ускользнет от острого взора хозяйки. Все должно быть доведено до абсолютного совершенства. Вот и сейчас манекенщицы в очередной раз совершают свой выход, и Донна внимательно оглядывает каждую. «Лини, подтяни пояс. — раздаётся ее негромкий голос. — А что у тебя со шляпой, Джил?»

Скруплезное, более того, беспощадное внимание к мелочам отличает все, что делает Каран, хотя 44-летней нью-йоркской знаменитости в первую очередь присуще стратегическое мышление. Именно такое сочетание превратило ее в своего рода мозговой центр индустрии одежды, в любимицу поклонниц — и поклонников — моды, если хотите, в символ новой эпохи, когда представительница слабого пола доказала, что может добиваться рекордов в доселе заповедной, сугубо «мужской зоне». Ведь Донна, по сути, единственная нарушительница, проникшая в «зону», в этот стопроцентный мужской клуб ведущих американских дизайнеров и модельеров, среди которых долгие годы блистают такие фигуры, как Ралф Лоран, Калвин Клейн, Билл Бласс, Джеффри Бин, Оскар де ла Рента. Однако же будущее американской розничной торговли одеждой вполне может оказаться в руках Донны Каран.

В сфере торговли, как принято говорить, барахлом, где соперники буквально рвут друг друга на части, Каран действует, что называется, без швов. Она, подчеркнем еще раз, не только выработала своеобразный, комфортный и ласкающий сексапильностью стиль, но и проявила качества прирожденного коммерсанта и финансиста, создав мощную империю и разветвленный рынок. В прошлом году ее доходы составили почти 270 миллионов долларов в сравнении со 119 миллионами в 1989-м. К 1995 году с учетом нарастающих продаж за рубежом выручка может перевалить за полмиллиарда долларов.

Каран продумала и «скроила» всю цепочку в изготовлении одежды с различными звеньями. Вот изделия для женщин и мужчин, последний писк Моды с большой буквы — женские брюки стоимостью 650 долларов, шерстяной креповый мужской костюм за 1350 долларов. А рядом поражающая воображение коллекция женской одежды, способная многому научить других дизайнеров, как следует подавать — и продавать — изделия высочайшего шика по сравнительно умеренным ценам: шерстяной дамский блейзер, допустим, стоит всего 450 долларов, тогда как другие фирмы за такую же вещь просят 1100 долларов. Ныне ДКНИ (так сокращенно называют нью-йоркское отделение компании Донны Каран) расширяет производство изделий для детей и мужчин. Каран добилась лицензий на производство трикотажа, интимных предметов женского туалета, очков. А несколько месяцев назад она предприняла вторжение в суперконкурентную, благоухающую всеми мыслимыми и немыслимыми ароматами область — производство парфюмерии.

Донна Каран уже входит в плеяду самых известных персоналий Америки. Среди близких друзей — Барбра Стрейзанд. Раньше о Донне Каран говорили, что она застенчива и стремится к уединению, но эти времена в прошлом. На большом приеме в Голливуде, например, она запросто общалась с четой Клинтонов. И все же практически все время у нее отнимает работа. Несколько раз в году бывая в Италии, Донна больше внимания уделяет знакомству с новыми тканями и материалами, нежели картинам Боттичелли. Ее мир — мода, и место в этом мире ей гарантировано.

Некоторые дизайнеры рожают поразительные фантазии, абсолютно непостижимые для простых смертных. Талант Донны Каран в том, что она дает людям практичную и изысканную одежду, подчеркивающую достоинства каждой конкретной женщины раз-



Модели одежды Донны Каран.

личных социальных слоев. Звучит как будто бы просто, даже примитивно, и тем не менее на 7-й авеню это талант весьма редкий. Элизабет Тилберис, главный редактор журнала «Харпер базар», отмечает, что модели Каран в отличие от многих ее конкурентов одинаково хорошо работают и на крупные, и на миниатюрные фигуры.

Если Донна и чувствует себя как дома в волнах изменчивой моды, это, видимо, можно объяснить и тем, что в этих волнах она родилась. Отец был портным. Мать работала манекенщицей и принимала участие в продаже изделий одной фирмы. «Я пришла к выводу, — говорит Донна, — что именно для этого дела я и появилась на свет».

Уже во время первого показа ее моделей пресыщенная аудитория встретила Донну горячими аплодисментами. Месяц спустя Каран побила все рекорды на специальной распродаже, которую устроил Бергдорф Гудмен, первый среди американских торговцев, пускающих в розницу новую моду. Очевидцы вспоминают сцену после окончания этого действа — Донна расплакалась и села прямо на пол: она сама была поражена тем, чего добилась.

Пожалуй, самым отчаянным предприятием, на которое отважилась Донна, стало ее вторжение в царство мужской одежды. Снобы-эксперты фыркали: неужели на мужском пиджаке будет красоваться женское имя? Американцы не примут ее, утверждали они. Однако же дело у нее пошло. «Семь лет ушло, чтобы создать имя, — говорит Каран, — и имидж действует». Мужские изделия ее фирмы, как и женские, отличаются и удобством, и налетом чувственности. В конце прошлого года престижный Совет американских дизайнеров моды присудил ей звание лучшего в 1992 году модельера мужской одежды. ■