

■ персона

“культура кабаре гораздо полезней, чем “реальное телевидение”

Создатели марки белья Agent Provocateur, сын Вивьен Вествуд **Джозеф Корре** и его жена **Серена Риз**, связали свой приезд в Москву с двумя событиями — открытием бутика в Столешниках и десятилетием марки. Дуэт Серены и Джозефа произвел настоящую революцию, объединив девичью застенчивость розовых бантиков с роковой сексуальностью черных одежд куртизанок. О том, как из несочетаемых вещей сделать самый успешный бельевой проект, семейная пара поведала корреспонденту Газеты **Татьяне Медовниковой**.

До какой степени ваш бренд выстроен на викторианских традициях восприятия сексуальности?

Джозеф Корре: Когда мы основывали нашу компанию, было много мнений, что англичане относятся к сексуальности и сексу просто. Почему-то это связывали с викторианской моралью и традицией тех времен,

когда для небольшой кучки людей жизнь была прекрасна. Но надо понимать, что в реальности викторианская эпоха — это время, когда большинство людей жили ужасно. Это как Бангкок сегодня: детская проституция, детский труд на заводах... Многие до сих пор думают, что это был прекрасный период. Однако все эти установки

Джозеф Корре и Серена Риз — Газете



Фото: Ralph

мы действительно использовали при основании компании.

Какие у вашей компании взаимоотношения с пуританской моралью?

Серена Риз: На самом деле, мы придумали нашу марку белья для удовольствия и отдыха. С самого начала было две основные реакции на то, что мы делаем. Одна часть людей возмущалась и, размахивая Библией, причитала: «Что вы делаете? Какой ужас! Как вы можете это делать?» Другая реакция была противоположной. Нам говорили: «Это прекрасно. Я искал такой магазин и такое шикарное белье всю свою жизнь, и не мог найти». Для того чтобы

ходить в такой магазин, нужно иметь действительно хорошую фантазию и воображение. Многие раньше находили блеск и шик в Париже или Голливуде. А теперь каждый может зайти в наш магазин, и далеко ехать за гламуром ему не нужно.

Белье, которое вы создаете, иногда очень напоминает одежду, используемую в кабаре. В России этот вид искусства и шоу-бизнеса развит не настолько хорошо, как в Париже. Вы считаете, такой вид отдыха необходим современному человеку?

ДК: Это зависит от качества и уровня шоу, которое вам предлагают, и от вашего жизненного

опыта. Иногда представления очень хороши: в них можно найти массу нового, и они здорово расслабляют. Как, например, фантастическое шоу в лучшем на данный момент парижском кабаре — Crazy Horse. Эта по-своему экзотичная культура, этот опыт уж точно гораздо полезней, чем «реальное телевидение» с его американизированными стандартами.

Вы думаете, что ваша марка будет иметь в России такой же успех, как в Англии, где у вас семь монобрендовых магазинов, или в Штатах?

ДК: Для нас открытие магазина в Москве — событие очень интересное, возбуждающее. Очень романтично иметь магазин на родине Чайковского. В стране с такой длинной зимой, странными людьми, коротким летом и великим балетом. Я думаю, иметь в гардеробе такое сексапильное белье — это очень актуально и для русских женщин тоже.

Значит, вы прежде всего интересуетесь романтическими проектами, а не бизнесом?

СР: Да, именно так. Сейчас мы продаемся в ста магазинах по всему миру, и мы, конечно, интересуемся рынками с точки зрения бизнеса, но все же нам интересней иметь дело с оригинальными и богатыми национальными культурами.

■ газета

прикладную сексологию — в массы

Британские дизайнеры Джозеф Корре и Серена Риз — авторы марки белья Agent Provocateur с абсолютно революционной для 1990-х идеей превращения женского интимного гардероба из непритязательно-спортивного в яркий и откровенно-сексапильный. То, что начиная с 1994 года делает этот семейный дуэт, сравнимо с блеском и роскошью исподнего куртизанок и костюмов танцовщиц Moulin Rouge XIX столетия. Часто основания для смелости дизайнеры ищут в творчестве бессменной неконформистки мирового подиума и матери Джозефа — Вивьен Вествуд.

Корре Джозеф

21.04.05.
398