

Это наш ювелирный гимн АНДРЕА МОРАНТЕ, POMELLATO

Екатерина Истомина

ДВА ГОДА НАЗАД ЗНАМЕНИТАЯ ЮВЕЛИРНАЯ МАРКА POMELLATO, ОСНОВАННАЯ В МИЛАНЕ В 1967 ГОДУ, СТАЛА ЧАСТЬЮ ХОЛДИНГА KERING ФРАНЦУЗСКОГО БИЗНЕСМЕНА ФРАНСУА ПИНО. ПРЕЗИДЕНТ POMELLATO АНДРЕА МОРАНТЕ СОТРУДНИЧЕСТВОМ ДОВОЛЕН



Часы
Dodo, 2015



— Вы кардинально обновили коллекцию украшений high jewellery Pom Pom. С чем связан этот шаг?

— Структуру всей нашей продукции я бы сравнил с пирамидой. На самом верху — драгоценности класса high jewellery великолепные Pom Pom. Чуть ниже — другие коллекции, например Tango. Потом украшения casual — Nudo и Capri. Это легкие вещи, которые можно носить на протяжении всего дня. Драгоценности Pom Pom невероятно сложны в производстве. Они требуют большего времени работы ювелиров, большего времени на поиск и выбор уникальных камней. Кроме того, при создании драгоценностей Pom Pom мы не можем не учитывать и общий стиль нашего дома. Многие наши украшения восхитительно, неподражаемо просты. Это истинный гимн минимализму. И при переходе на более высокий уровень нам необходимо сохранить основные стилистические коды нашей марки. Сделать это не так просто, но без драгоценных вещей high jewellery современная ювелирная марка существовать не может. Так что мы будем развивать это направление.

— Что изменилось в Pomellato после присоединения к Kering?

— Группа Kering известна тем, что с большим уважением относится к брендам, входящим в ее состав. Поэтому мы не утратили своей творческой свободы, мы по-прежнему можем развивать наши традиции. Наш стиль, наш дизайн несколько не изменились. Кроме того, у нас появились новые преимущества — финансовые и информационные. Мы вместе с Kering ищем пути, которые позволят представлять дом Pomellato шире, крупнее, заметнее. Наш союз я нахожу очень удачным и перспективным для развития марки: не утратив своей творческой свободы, мы получили большую поддержку. Kering, например, много помогает нам в ритейле: здесь этим занимаются профессионалы. Словом, мы чувствуем себя очень защищенными. И одновременно — свободными.

— Какой рынок для Pomellato теперь является самым важным?

— Европа, разумеется, для нас на первом месте. Родной итальянский рынок, русский рынок, рынки Германии, Франции и Великобритании.

— А как легендарный китайский рынок?

— Китайцы очень быстро учатся разбираться в роскоши. Но, как и раньше, для них чрезвычайно важны вещи, которые сразу дают понять: перед вами очень уважаемый человек. Наш исторический и современный дизайн не столь бросок, Pomellato — это истинная, незаметная, мягкая роскошь. Но я убежден в том, что наша китайская история еще впереди.



Pomellato, серьги
Pom Pom, 2015



Pomellato, кольцо
Sabbia, 2015



Pomellato, сотуар
Capri, 2015

— Почему Pomellato практически не выпускает кольца? Основными вашими продуктами остаются серьги и кольца.

— Это не совсем так. В линии Capri, например, у нас много сотуаров — сейчас мы представляем новые версии, с лазуритами и горным хрусталем. Есть короткие колье-цепи в Arabesque — коллекции, которую мы только что обновили. Но нас интересует не столько кольцо само по себе, сколько то, как можно его носить. Мы хотим, чтобы наши колье выглядели очень заметно. Вот почему мы не рискуем предлагать их слишком много: это было бы скучно!

— Несколько лет назад вы говорили, что Pomellato выпустит собственные часы. Планы не изменились?

— Вот сейчас на мне часы Pomellato — настоящие итальянские часы, только сделанные много лет назад. Запуск новой часовой линейки — непростой процесс. Мы очень успешны в ювелирном деле. И не можем проиграть в часовом. У нас есть современный часовой — и, надо сказать, весьма успешный — опыт: мы выпустили коллекцию Tondo Pomellato вместе со швейцарской мануфактурой Parmigiani. В 2016-м мы собираемся показать новые часы. Кстати, часы у нас все-таки есть — в нашей второй марке Dodo. Впрочем, они предназначены только для итальянского рынка — купить их можно, например, в Милане.

Victoria, ул. Алексеевская, 10/16,
LP Fashion Gallery