

МИЛАНСКИЙ ШИК С БРИТАНСКИМ АКЦЕНТОМ

ИСТИННОЕ КАЧЕСТВО НЕ ПОДЧИНЯЕТСЯ ЗАКОНАМ РЫНКА, ОСОБЕННО ЕСЛИ РЕЧЬ ИДЕТ ОБ ОДЕЖДЕ. КОМПАНИИ, КОТОРЫЕ ВРУЧНУЮ ОТШИВАЮТ СВОИ КОЛЛЕКЦИИ, РАВНО КАК И ИХ КЛИЕНТЫ, ОБРАЗУЮТ СВОЕГО РОДА ЗАКРЫТОЕ ОБЩЕСТВО. ВСТУПИТЬ В НЕГО МОЖЕТ КАЖДЫЙ, А ВОТ ВЫЙТИ — НЕТ. ГЛАВА ИТАЛЬЯНСКОЙ КОМПАНИИ LARUSMIANI ГУЛЬЕЛМО МИАНИ-МЛАДШИЙ РАССКАЗЫВАЕТ О ТОМ, ЧТО ТАКОЕ НАСТОЯЩИЙ МИЛАНСКИЙ СТИЛЬ И ПОЧЕМУ ПОПАСТЬ В ЗАКРЫТОЕ ОБЩЕСТВО ПОЧИТАТЕЛЕЙ СШИТОГО НА ЗАКАЗ КОСТЮМА КУДА ПРОЩЕ, ЧЕМ ВЫЙТИ ИЗ НЕГО. АЛИНА БАШКЕЕВА

СТИЛЬ СПБ: Синьор Миани, Италия всему миру известна как центр модной индустрии. Как-то вести модный бизнес в этой стране?

ГУЛЬЕЛМО МИАНИ: Тут есть две стороны. С одной, мода в Италии воспринимается как часть искусства, а потому вдохновляет. У нас глубочайшие культурные традиции, и все они — от Ренессанса до модерна — находят отражение в нашей работе. Но есть и другая сторона — формальная. Итальянская бюрократия, высокие налоги, сложная схема работы — все это вносит в работу элемент беспорядка, что не может не расстраивать.

С: А что вы скажете о конкуренции?

Г. М.: Если говорить о рынке в целом, то, конечно, конкуренция среди производителей одежды в Италии грандиозная. Однако при более детальном рассмотрении, особенно если вы хорошо ориентируетесь в брендах и знаете, что предлагает та марка, что — другая, а что — Larusmiani, то без труда заметите, что именно в этом сегменте конкурентов у нашей компании крайне мало. У нас иной взгляд на рынок и иные пути завоевания клиентов, нежели у большинства фирм. Качество нашей продукции — то, что мы ставим на первое место всегда и везде, — лучшее из возможного. А потому, однажды став нашим клиентом, человек уже не станет искать иного. Это можно сравнить с первым классом в самолете: раз попробовав, вы уже вряд ли захотите пересесть в экономический класс. Борьба за клиента на рынке одежды — это борьба качества. Можно купить пиджак за 10 евро, а можно — за 1000. При этом формальная суть этого предмета не изменится: любой пиджак имеет два рукава, так же, как любой автомобиль — четыре колеса. Но, согласитесь, далеко не каждая машина является образцом качества и стиля. То же можно сказать и об одежде.

С: Как бы вы охарактеризовали стиль от Larusmiani?

Г. М.: Наш стиль — миланский, очень утонченный и изысканный. Я бы назвал этот стиль рафинированным и вместе с тем выделяющимся на общем фоне. Возьмите любую вещь из нашей коллекции и тщательно ее рассмотрите: вы увидите, что каждая мелочь, каждая деталь очень скрупулезно проработана. Мы даже не стремимся афишировать логотип Larusmiani с изображением чайки — символом свободы (в переводе с итальянского *larus* — «чайка»). — **С:** он, как правило, выполнен в том же цвете, что и предмет одежды и замечен лишь при ближайшем рассмотрении. Таким образом мы сообщаем о совершенном качестве, но это знание — оно не для выставления напоказ, это своего рода тайный знак для владельца одежды, доказательство принадлежности к бренду и его философии.



Кроме того, отличительной чертой марки является легкий британский акцент. Дело в тесных связях с Англией: в 1950-х наша компания начала заниматься поставкой тканей из Великобритании и была крупнейшим импортером английского текстиля в Италии. Тем не менее суть нашего бренда — это по-прежнему итальянский стиль.

С: У таких брендов, как ваш, непременно есть некие культовые, стилеобразующие предметы одежды...

Г. М.: В первую очередь это, конечно, мужские костюмы. В один ряд с ними я бы поставил также плащи: они всегда присутствуют в наших коллекциях, пользуются высоким спросом, а для нас представляют такую же ценность и предмет приложения максимальных усилий и внимания, как и костюмы. Возможно, для кого-то это станет сюрпризом, но действительно хороший плащ — тот, который сшит на заказ.

С: Какие тенденции отражены в ваших последних коллекциях?

Г. М.: Мы стараемся не отступать от нашего стиля. Обязательный предмет миланского гардероба — это двубортный пиджак. Особый шик ему придают немного более широкие, чем это принято, лацканы. Кро-

ме того, в наших коллекциях присутствуют и удобные спортивные вещи. В частности, это зимние куртки — теплые и комфортные, выполненные, разумеется, из самых качественных материалов. Одежда вообще должна быть сделана только из дорогих материалов, которые не только превосходно смотрятся, но и очень комфортны и, что немаловажно, долговечны. Кашемир, легкая шерсть, викунья и другие натуральные материалы — основа всех наших коллекций, как зимних, так и летних. Кроме того, в наших коллекциях всегда присутствует обувь, аксессуары, а с недавних пор мы запустили и женскую линию.

С: Какова целевая аудитория вашей марки?

Г. М.: Наш клиент — человек искушенный, знающий и понимающий истинное качество. Он работает по всему миру, умеет и любит брать от жизни самое лучшее.

С: Вы упомянули об импорте тканей...

Г. М.: Мой дед открыл свое дело в 1922 году, тогда это было небольшое ателье по пошиву мужского костюма. Позднее, в 1950-х, Larusmiani запустила и линию готового платья — *pret-a-porter*. В 1954 году моя семья открыла магазин на Монте Наполеоне, который и по сей день находится на том же месте. От традиционного заня-

тия пошивом одежды несколько отошел мой отец: с детства приставленный к кассе, он рано остыл к этому виду бизнеса, а потому, как только унаследовал компанию, решил запустить, вдобавок к пошиву одежды, импорт, а затем — и производство тканей. Сегодня Larusmiani — один из важнейших производителей высококачественного текстиля, который поставляется ведущим модным домам Европы и Америки. Объем произведенного текстиля составляет 2 млн метров в год. Так компания получила расширение, однако ввиду этого одежде уделялось, на мой взгляд, недостаточное внимание, и до недавних пор Larusmiani оставалась сугубо итальянской маркой. Я у кассы с детства не стоял и действительно люблю модную индустрию и все, что касается стиля, а потому уделяю большое внимание развитию именно производства одежды. Я вижу, что наш бренд известен не только итальянцам: к нам на Монте Наполеоне приходят клиенты из самых разных стран, а потому в числе своих первоочередных задач вижу расширение марки путем международного сотрудничества.

С: Какие шаги вы предпринимаете на этом пути?