

ФИЛИПП ПЛЕЙН: «Я ВСЕГДА ТЯГОТЕЛ К РОСКОШИ»

От кресла для своей собаки — к созданию нового поколения люкса



Я считаю пиратов первыми настоящими рок-н-ролльщиками, свободными и бесстрашными. Они нарушают границы — как и я. Пиратский череп есть на каждой вещи марки — даже если его не видно, он где-нибудь спрятан, на подкладке или внутри пуговицы

От немецких дизайнеров, как правило, ожидают комфортной и практичной моды, поэтому когда Филипп Плейн создал свой бренд как молодежный luxury, в его успех не верил никто. И все ошиблись. Сегодня слоган бренда — «Секс, гламур, рок-н-ролл», а его символ — усыпанный стразами череп. Сам Филипп собран, деловит и очень спешит. Он даже не ходит, а бежит. В день открытия своего бутика в Петербурге он прилетел в город за час до презентации, на показ коллекции приехал минут за 20 до начала показа и при этом ничуть не выглядел уставшим. Его энергии хватает на все, он все контролирует и уверенно делегирует полномочия и даже на весьма отвлеченные вопросы отвечает предельно конкретно. О секретах успеха и современном люксе мы беседуем на бэкстейдже показа коллекции Philipp Plein в Манеже Кадетского корпуса.

— Филипп, зачем дизайнеру юридическое образование?

— Мои родители не очень верили в мое увлечение дизайном и хотели, чтобы я получил приличное образование. Это была на самом деле правильная идея. Чтобы быть успешным, нужно разбираться в бизнесе. Мода — на 70% бизнес и только на 30% творчество. Надо уметь защититься от подделок, грамотно составлять контракты, уметь защитить свои идеи...

— Вы очень активно выступаете против подделок. Но сегодня это стало уже частью модной индустрии, вы не находите?

— Подделки — это всегда подделки. Но одно дело, когда у человека нет денег и он покупает дешевую копию, и совсем другое — когда он платит огромные деньги, как за подлинную вещь, но получает подделку. Вот с этим я и борюсь!

— Что такое для вас люкс?

— Пожалуй, это довольно жесткое слово. Но я люблю люкс и создаю его. Для меня это не дизайн — он лишь внешнее выражение, но сам продукт, качество вещи, можно даже сказать — ее внутренняя сущность. Как человек работает с материалом, насколько продуманы форма и декор, насколько одно соответствует другому — все оказывается важно. Люкс — это детали. Вот, например, обувь. История создания каждой пары достойна романа, создать ее так же сложно, как истинное произведение искусства: это требует и вдохновения, и мастерства, и филигранной работы. Зато когда берешь такую вещь в руки, понимаешь, что это настоящий люкс.

— Такое понимание роскоши пришло с опытом или это часть вашего образа жизни?

— Я всегда тяготел к роскоши. Когда начинал свою дизайнерскую деятельность, одной из первых вещей было кресло для моей собаки — я подумал, что почему бы и псу не

приобщиться к атрибутам роскошной жизни. Это кресло увидели мои друзья, попросили сделать для них, потом я открыл студию по производству мебели из экзотических пород дерева, дорогих тканей, кожи, бархата, шелка. Тут-то и пригодилось мое знание маркетинга — уже через несколько лет моя мебель украшала интерьеры многих звезд! Ну а потом я решил попробовать себя в дизайне одежды и начал создавать коллекции.

— Вы создаете как женские, так и мужские коллекции, а есть ли разница между мужской и женской модой?

— Это хороший вопрос! Потому что разница действительно есть. Мужчины как потребители сильно отличаются от женщин. Женщины покупают больше, и потому мода ориентирована в основном на женскую потребительскую аудиторию — это касается и коллекций, и способов их представления, и рекламы. Мужчинам же нужно лучшее качество. Это касается любого выбора — для мужчины не важно, сколько вещь стоит, и он мало обращает внимания на дизайн, если только он не в этой индустрии, конечно. Но важно, чтобы «костюмчик сидел идеально» — то, что можно назвать perfect fit. А это как раз философия люкса! Так что именно мужской взгляд определяет современную моду как современный люкс.

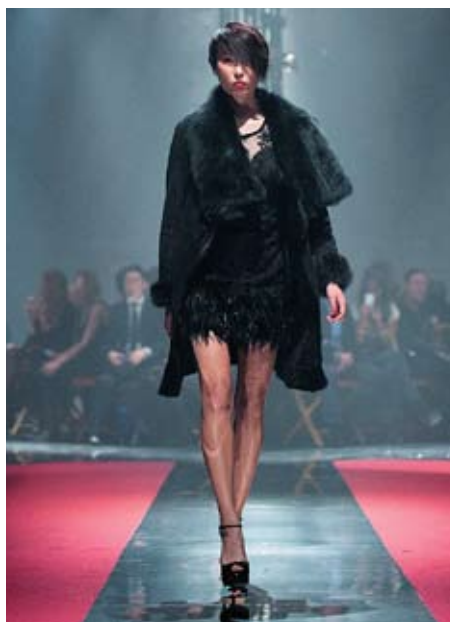
— Ваш бренд ориентирован на молодежную аудиторию, но откуда у молодых деньги на люксовые вещи? Кто ваш потребитель?

— Сегодня успешными становятся гораздо раньше, чем прежде. Молодые люди довольно рано начинают зарабатывать большие деньги, и к ним приходит понимание того, что качество жизни должно измениться соответственно. Конечно, есть и такая категория, как дети богатых родителей. Но они тоже в большинстве своем не сидят сложа руки — те, кто раньше назывался «золотой молодежью» и составлял гламурную прослойку, сегодня работают — много и успешно. Среди моих клиентов немало футболистов — это молодые люди, которые рано стали успешными, почувствовали вкус к жизни, они формируют свой стиль, ищут возможности создания собственного имиджа — вот типичный пример моего потребителя.

— Вы тоже представитель этого молодого успешного поколения. Поделитесь рецептом успеха?

— Любой успех — это результат долгой и упорной работы. Я скажу банальные вещи: верить в себя и идти вперед. Но главное, на мой взгляд, — не надо брать на себя слишком много, не надо разбрасываться. Если даже Бог отмерил тебе много талантов, не стоит реализовывать их все — так можно потерять себя. Нужно выбрать свой путь и идти по нему во что бы то ни стало. И тогда успех непременно придет.

Беседовала Анна Конева



Из зимней коллекции
Филиппа Плейна

