

«Все хотят быть девушками Guess»

Основатель Guess Пол Марчиано о провокации и сексуальности в моде



ПОЛ МАРЧИАНО (ВТОРОЙ СПРАВА) КОГДА-ТО УВИДЕЛ В КЛАУДИИ ШИФФЕР ИДЕАЛЬНУЮ ДЕВУШКУ GUESS

Генеральный и креативный директор марки Guess, отметившей в прошлом году 30-летие вечеринкой в парижском отеле George V, Пол Марчиано лично открыл новое представительство и шоу-рум в Москве. Его спутницей в тот вечер стала легендарная топ-модель, некогда лицо Guess Клаудия Шиффер.

— Год назад ваша компания отметила 30-летие. Насколько изменилась мода за это время?

— Все эти годы мы были свидетелями того, как модные направления то появлялись, то исчезали. Мне не нравится, когда бренды являются заложниками какого-то одного тренда или тенденции. Необходимо меняться сезон от сезона, чтобы все время быть интересными для клиентов. Мы в Guess делаем такую одежду, которая помогает женщинам чувствовать себя прекрасными, сексуальными и утонченными. И эти правила никогда не изменятся. Красота и секс — ДНК нашей марки.

— Реклама вашего бренда с самого начала была провокационной, нарочито сексуальной. Насколько велика роль провокации в моде?

— Марка Guess молода, сексуальна, несколько авантюрна. Эти качества есть во всем, что мы делаем. От нашей рекламы до нашей одежды и аксессуаров. Я всегда был уверен в том, что женщинам бесконечно нравится носить ту одежду, которая делает

их сексуальными. Конечно, это не универсальная формула успеха, но в нашем счастливом случае она работает.

— Многие легендарные топ-модели представляли Guess. Как бы вы их охарактеризовали? Например, Клаудию Шиффер, Анну-Николь Смит? Кстати, как долго вы знакомы с Шиффер?

— Клаудия Шиффер — с ее длинными светлыми волосами, чувственными формами — когда-то стала совершенной, идеальной девушкой Guess. Я увидел ее впервые в 1989 году и сразу же понял, что ей суждено стать настоящей звездой. И еще я понял тогда, что хочу, чтобы именно Шиффер представляла мой бренд. Так и случилось! Анна-Николь Смит была невероятно чув-

Я ВПЕРВЫЕ УВИДЕЛ КЛАУДИЮ ШИФФЕР

в 1989 году и сразу же понял, что она будет звездой



ОСНОВАТЕЛЬ GUESS ВСЕГДА БЫЛ УВЕРЕН В ТОМ, ЧТО ЖЕНЩИНАМ НРАВИТСЯ СЕКСУАЛЬНАЯ ОДЕЖДА



ственной, загадочной и соблазнительной. Она олицетворяла потрясающую женскую красоту, которую мы прославляем в Guess. — Можно ли считать бренд Guess американским или французским? Или марка глобальна и не имеет национальных особенностей?

— Штаб-квартира Guess расположена в Калифорнии. Сущность имиджа Guess — это калифорнийский шик с элементами европейского стиля и изысканности юга Франции. Это вечный сексуальный и очень женственный облик, который остается классическим и модным всегда. Наш бренд, безусловно, глобален, девушки во всех частях планеты хотят быть девушками Guess, и я очень горд этим обстоятельством. — Существуют ли сейчас различия во вкусах американцев, французов, русских и китайцев?

— В Европе мы акцентируем внимание на изысканном полном деталях стиле. Азия обычно следует за Европой, потребители здесь лучше реагируют на европейское влияние в коллекциях. А в Америке клиентов больше привлекает новизна, там любят тренды, тенденции. Но с каждым годом различия между вкусами стираются. Все-таки мы живем в глобальном информационном мире.

— Назовите три обязательных предмета одежды от Guess.

— Деним — это основа нашего бренда, поэтому главными будут наши сексуальные джинсы. Как дополнение — джинсовая куртка и белая рубашка.

— Три ваших совета тем, кто начинает сегодня свой бизнес в моде.

— Всегда доверяй своей интуиции. Прислушивайся к здравому смыслу. Никогда не оглядываясь, всегда иди только вперед. Я хотел бы пожелать удачи всем, кто открывает модный бизнес. Это тяжелое дело, но оно приносит море счастья.

Беседовала Екатерина Истомина