

МОИ УКРАШЕНИЯ — НА СЧАСТЬЕ ПИППО ПЕРЕС, PIPPRO PEREZ



мне не нравится копировать
то, что в моде, или гнаться
за рынком



— Pippo Perez,
браслеты Navajo,
2013

Дизайнер Пиппо Перес из семьи потомственных ювелиров: еще в XV веке его предки из Неаполя поставляли драгоценности ко двору герцога Фердинанда Арагонского. И хотя нынешние коллекции марки Pippo Perez сильно отличаются от украшений 500-летней давности, ювелир считает себя достойным продолжателем семейных традиций.

— Как вы решили создать свой ювелирный бренд?

— Я родом из Неаполя. Примерно тогда же, когда Колумб отправился на поиски Америки, мои предки занялись ювелирным делом. Они работали с бриллиантами и серебром, украшения и столовые приборы поставляли ко двору испанского герцога Фердинанда. В архивах Неаполя хранятся документальные свидетельства, подтверждающие этот факт. В XX веке мой дед Джузеппе делал великолепные броши для неаполитанской аристократии, а мой отец Джанни изготовил браслет-змею, которую впоследствии актер Кларк Гейбл преподнес Софии Лорен, снимавшейся вместе с ним в фильме «Это началось в Неаполе». В 2008 году я со своими партнерами Микеле Капальбо и Маурицио Марки запустил бренд Pippo Perez. На дворе был кризис, так что нам пришлось хорошенько все посчитать. В итоге получились

веселые, простые и универсальные ювелирные украшения — браслеты и подвески из золота и бриллиантов на шнурах из прочного и непромокаемого карбонового волокна. Их можно носить, не снимая, мыться с ними в душе и купаться в море. А идею застежки мне подсказали пуговицы на китайских платьях 100-летней давности.

— Божьи коровки, сердечки, перчики... Почему вы выбираете такие несерьезные сюжеты?

— Я люблю жизнь! Идею ежедневного счастья я привношу в творчество. Кроме того, я родом из Италии, поэтому мои коллекции наполнены цветом, движением, отличным настроением. Мне не нравится копировать то, что в моде, или гнаться за рынком. Я следую велениям сердца и делаю вещи, чтобы порадовать людей. Божьи коровки приносят удачу в семейной жизни и становятся талисманом. Их крылышки я делаю из разноцветного паве с крапинками из черных бриллиантов, нанизываю по несколько драгоценных насекомых на браслеты или на кольца. В последней коллекции есть часы в виде божьей коровки — с одной стороны циферблат, а с другой — пятнистая спинка. Еще одна линия называется Navajo: подвески в виде томагавков, тотемных птиц, индейских головных уборов с перьями в окружении крупных бусин из коралла и бирюзы.

— Такие миниатюрные предметы требуют кропотливой работы. Почему вы предпочли технику микропаве и почти не используете крупные камни?

— Конечно, мне нравятся красивые крупные камни, но я продаю свои украшения — и мне важно предложить адекватную цену. 10-каратный рубин стоит намного дороже идеального паве из 92 мелких рубинов такого же суммарного веса. Среди моих ноу-хау — лазерная обработка металла, которая позволяет сделать паве еще более точным и аккуратным и добиться максимального блеска. Еще одна моя находка — специальная бриллиантовая огранка цветных камней: все рубины, сапфиры, изумруды имеют по 52 грани, а бриллианты — 57. Кстати, огранить драгоценные камни, как бриллианты, — весьма непростая задача. В последней коллекции я использовал много оранжевых сапфиров и зеленых гранатов, а также черных и коричневых бриллиантов.

— Где расположено производство вашей марки?

— Я работаю над эскизами в своих офисах в Неаполе и во Флоренции. Здесь же изготавливают первые предметы из коллекций, потому что мои мастера владеют техникой и хорошо понимают концепцию марки. Прочие варианты каждого украшения в разной цветовой гамме делают уже в Китае — там у меня работают около тысячи специалистов. В прошлом году я выпустил 35 разных моделей, но каждую из них я повторяю в нескольких цветных вариантах. Например, подвески-крылышки Wings я делаю из белых, черных и коричневых бриллиантов, изумрудов, синих и оранжевых сапфиров. В итоге в одну коллекцию входит до 300–400 предметов.

— В какой стране украшения Pippo Perez любят больше всего?

— Разумеется, в Италии — это самое важное место с точки зрения рекламы и продаж. В Италии живет много известных людей, а также моих друзей, которые покупают эти украшения. Когда люди видят что-то подобное на других, они говорят: «О, мне это нравится», а потом рассказывают всем, что видели такой-то браслетик в Портофино и такую-то подвеску в Риме. Вещи быстро становятся узнаваемыми, и люди хотят их приобрести. Так устроен итальянский рынок.

— Сколько точек продаж у вас сейчас в мире и планируете ли вы осваивать новые рынки?

— Сейчас у нас 150 точек продаж. Кроме Европы очень хорошо идут дела в России, Дубае, Бахрейне. В Америке буквально каждый день появляются новые клиенты — надеюсь, линия Navajo американцам тоже понравится. Южная Америка тоже важный рынок. А Азия почти не освоена. Я мечтал бы работать с японцами, но они, на мой взгляд, консервативны. А вообще я мечтаю, чтобы в каждой стране у меня было от одного до трех монобрендовых бутиков. Я не стану делать специальных вещей для того или иного рынка, моя концепция — универсальные коллекции для всех. А фантазии у меня хватит надолго.

Беседовала Нина Спиридонова, Robb Report