

«Очень захотелось перенести кусочек этой философии в Россию...»

Владелицы Bonpoint Анна Андропова и Елена Березкина об интеллигентной детской одежде

Наталья Зиганишина |



— РОССИЙСКИЙ потребитель по большей части привык к пайеткам и кружевным рюшам, а тут европейская лаконичность, абсолютно «взрослый» подход. Почему решили пойти по столь тернистому пути?

— Мы приняли смелое решение — продвигать интеллигентную идеологию марки в Россию. Bonpoint — абсолютно особенный дом модной одежды с 40-летней историей, с присущим ему собственным стилем. Девиз всех коллекций бренда, из которого понятна философия марки, — «Роскошь и умеренность, традиции и современность, искусство и мода, качество и креативность, элегантность и юмор». Главная задача — сделать то, что понравится детям.

— Как вы открыли для себя бренд Bonpoint? Есть какая-то предыстория?

— Мы сами были поклонницами бренда Bonpoint: одевали своих детей, покупали одежду во Франции. Это вдохновенные, продуманные коллекции, потрясающе украшенные витрины, вежливое обслуживание, любовь к детям, любовь к качеству и к красоте. Очень захотелось перенести кусочек этой философии в Россию.

— Расскажите об особенностях одежды этой марки: кто ее создает, базовые вещи коллекций, материалы, особенности стиля...

— Каждый сезон арт-директор дома Кристина Иннаморато создает новую коллекцию, возраст от 0 до 14, есть и специальная линейка для тех, кто не представляет себя

без молодежной одежды в девичьем стиле. Всего 300 моделей в сезон и отдельно рождественская и круиз-коллекции. Для создания прекрасных вещей используются принты, множество тканей со всего мира, уникальные аксессуары. В результате сочетания простоты стиля и богатой фактуры получается легендарный стиль «Бонпуа». В этом сезоне темы коллекции созданы под впечатлением от атмосферы английских колледжей или юных хиппи 1970-х, денди или прекрасной принцессы в вечернем платье.

— Не так давно Бред Питт и Анджелина Джоли в Париже скупил чуть ли не весь магазин одежды Bonpoint. Кто еще одевает своих детей в эту марку?

— Почти все звезды любят ее. В Европе в последнее время стало традиционным дарить подарочные коробки Bonpoint, это как детский Negmes. Из мировых знаменитостей — Кейти Холмс, Кейт Мосс, Клаудиа Шиффер, Мишель Обама, Шэрон Стоун,

Николь Кидман, Джессика Альба, Эль Макферсон, Наталья Водянова — и этот список можно долго продолжать. Среди российских звезд тоже много поклонников — так, Андрей Малахов регулярно покупает подарки для друзей, Иван Ургант лично покупает вещи, Инна Маликова, Наталья Ионова и многие другие.

— Сложно ли было выйти на российский рынок? Как с самого начал отреагировали на появление марки российские родители и изменилась ли ситуация сейчас?

— До того как мы открыли первый бутик, марка имела негативный опыт работы в России: ее не понимали в полной мере ни клиенты, ни сами представители. За семь лет ситуация изменилась.

— Судя о всему, дела идут неплохо: знаю, что не так давно вы открыли концепт-корнер в ЦУМе. Пришлась ли одежда по душе посетителям одного из самых статусных магазинов?

— Посетитель ЦУМа может быть очень разным: от нашего клиента, который разбирается в марке, до прохожего, которого привлекла отдельная вещь. Поэтому и покупки разные — от полных комплектов до водолазок или колготок. Но приятно, что нет ни одного равнодушного прохожего, все заглядываются на корнер. Мы воплотили дизайн, который Bonpoint использует во всех department stores в мире: Selfridges в Лондоне, Galeries Lafayette Printemps в Париже, Harvey Nicols в Дубае. Заходя в наш корнер, покупатель попадает в самый красивый детский сон.

— Где еще можно в Москве купить эту марку и велика ли вероятность приобрести подделку?

— Помимо ЦУМа можно купить у нас в бутике на Дорогомиловской. Что касается подделок, мы ни разу не сталкивались с подобным, поскольку эта марка не для масс-маркета и подделывать ее нет никакого смысла.