

«Наступает момент, когда нужно взять все риски на себя»

Патрицио ди Марко,
генеральный директор Gucci



ПРЕДОСТАВЛЕНО GUCCI

НАМ ВАЖНО

не только
происходящее
в России,
но и общая
ситуация
с российскими
клиентами в мире

— Каковы планы Gucci на ближайшие пару лет не только в Москве, но и вообще в России?

— Думаю, вы знаете, что Gucci на российском рынке уже почти десять лет, и мы благодарны той невероятной работе по продвижению марки, которую сделала компания Mercu. В то же время Россия — стратегически важный рынок для Gucci, поэтому сейчас мы решили действовать в стране от своего лица, решили взять на себя все возможные риски, чтобы иметь новые возможности. Наша первая задача сейчас — максимально глубоко погрузиться в рынок, узнать его и клиентов, а также рассказать им про бренд так, как мы его понимаем. Мы начали с корнера в ЦУМе и магазина на Кутузовском, поддержали их открытием главного, трехэтажного бутика на Петровке, а также 250-метровым бутиком на первой линии ГУМа. Представлены мы и за пределами Москвы, в Barvikha Luxury Village, а в начале следующего года планируем открыть магазины в Сочи и Самаре, хотя пока, как я уже упоминал, нашей основной задачей является узнать лучше российский рынок. Москва же будет выступать как главный командный пункт, откуда будет осуществляться управление бизнесом как в России, так и во всей Восточной Европе.

— Решение заниматься бизнесом в России самостоятельно было сложно принять?

— Не сказал бы. Я считаю, что рано или поздно наступает критический момент, когда нужно выходить на рынок и зани-

маться всем самостоятельно. Важно уважать бренд и покупателей, я не говорю, что раньше этого не происходило, конечно, нельзя недооценить работу компании Mercu, но есть моменты, когда важно взять всю ответственность на себя, ведь это часть бизнеса, часть игры, часть жизни.

— Корнер в ЦУМе и магазин на Кутузовском работают под началом Gucci с января этого года. Довольны ли вы результатами продаж?

— Вполне, мы видим интерес клиентов к марке. Разумеется, мы понимаем, что этот год не может принести каких-то невероятных результатов, и не только потому, что это наш первый самостоятельный год, но и из-за событий, которые не имеют никакого отношения к имени нашего бренда, на которые мы не можем повлиять, я имею в виду геополитическую ситуацию. Принимая во внимание то, что мы пришли сюда не на один год, а хотим развивать бизнес достаточно продолжительное время, я считаю, что финансовые показатели первого года не должны стать определяющими для принятия того или иного решения. И хотел бы еще отметить: Gucci важно не только то, что происходит в России, но общая ситуация с российскими клиентами в мире, они важны для финансового успеха магазинов, к примеру, и в Западной Европе или Дубае. Мы мыслим глобально.

— Считаете ли вы, что открытие дополнительных магазинов в Москве увеличит количество покупок, а следовательно, и доход Gucci? Будут ли клиенты покупать не только в Европе, но и в России и не вызовет ли это оттока клиентов из европейских магазинов?

— Если правильно делаешь свою работу, продажи будут расти везде. И наша задача найти способ всегда делать эту работу правильно.

— Итальянский бренд Gucci не только производитель одежды и аксессуаров, но и компания, которая активно поддерживает различные культурные инициативы. У вас есть свой музей во Флоренции, в Америке вы поддержива-

КОЛЛЕКЦИЯ GUCCI СЕЗОНА
«ОСЕНЬ—ЗИМА 2014/15»

