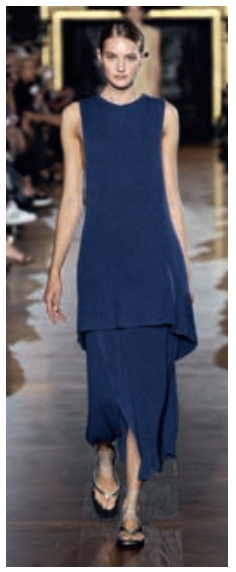
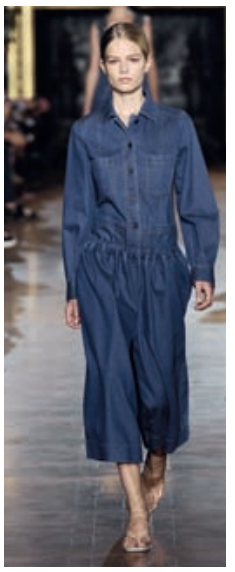
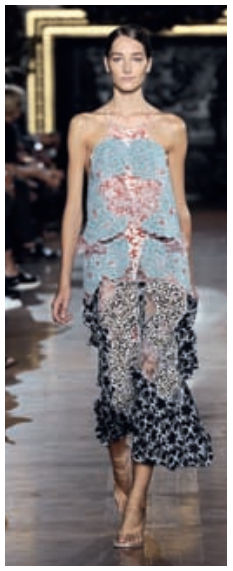
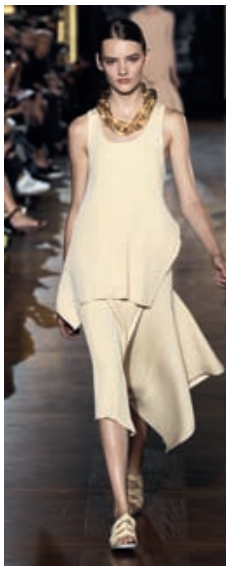
Пальто-кокон — один из знаковых предметов каждой коллекции Стеллы Маккартни

Коллекция сезона «весна-лето 2015»









Стелла Маккартни

СТАЖИРОВКА В АТЕЛЬЕ

на Сэвил-Роу научила меня определять границы между мужественностью и женственностью, и это стало частью ДНК моего бренда

сделать его сильным, посвященным тем женщинам, которые его любят.

— Начиная свою карьеру в моде в 15 лет, вы работали ассистентом в офисах марок и, к примеру, готовили и приносили чай команде дизайнеров. Потом стажировались в ателье на Сэвил-Роу. И только после этого основали собственную марку. Считаете ли вы, что модную карьеру нужно начинать с самого низа?

— Несомненно. Иначе невозможно ничему научиться. Мода основывается на опыте, возможности ставить себе сложные задачи, учиться на своих ошибках. Я проходила стажировку не только в дизайнерских отделах компаний, но и в пресс-офисе, и в коммерческих службах. А стажировка в ателье на Сэвил-Роу научила меня определять границы между мужественностью и женственностью, и это стало частью ДНК моего бренда. Желание добиться успеха и желание заниматься любимым делом — это главное.

— Делая, к примеру, спортивную коллекцию Stella McCartney для Adidas или детскую линию, опираетесь ли вы преимущественно на собственный опыт?

— Сотрудничество с Adidas получилось вполне естественным и для Stella McCartney, и для меня лично. Большинство людей, которых я знаю и с которыми встречаюсь по работе, заботятся о своем здоровье, поддерживать которое в норме, на мой взгляд, помогает здоровый образ жизни. Эта одежда как раз предназначена для занятий спортом, от пробежек по утрам вместе с собакой до занятий триатлоном.

Что касается детской коллекции, то я всегда о ней думала. И когда появились свои дети, ее создание приобрело еще больший смысл.

— Когда вы создаете коллекцию, задумываетесь ли вы о последующих продажах? Нужно ли вам вообще в это вникать?

— Если я и думаю о чем-то в этом роде, то скорее о том, что если женщина захочет какой-то предмет одежды, то она его купит и будет носить. И только это имеет значение.

— Доли компании Stella McCartney разделены между вами и группой Kering (бывшая PPR, в нее также входят Gucci, Saint Laurent Paris, Bottega Veneta, Balenciaga, Brioni и другие) 50 на 50. Это нехарактерно для модного мира, в котором обычно большая часть принадлежит инвестирующей группе. Как так получилось?

— Для меня сохранение контроля над маркой было принципиальным моментом при обсуждении возможностей нашего взаимодействия. Я видела много дизайнеров, у которых возникали проблемы из-за того, что они оказывались подконтрольными управляющей компании, и хотела защитить себя от этого.

— Насколько сейчас вам важна поддержка такой большой группы, как Kering?

— Крайне важна. К примеру, мы можем делать обувь высочайшего качества не из натуральной кожи на одной из лучших фабрик Италии.

Беседовал Александр Щуренков