



— Созданную вами одежду характеризуют как сочетание американского спортивного шика и кутюра. Чего больше, на ваш взгляд, в коллекциях Boss: спорта или кутюра? Как вам удается балансировать между своими кодами и кодами Boss?

— Думаю, мой стиль, как и стиль всей американской моды, — это чувство простоты, легкости и удобства, которое часто отождествляют со «спортом». Хотя под спортивной одеждой не нужно понимать спортивный костюм. Это скорее определение одежды, подходящей для современного ритма жизни. При этом я сторонник внимания к деталям, люблю ручную вышивку и отделку. Стиль моего лейбла очень женственный, а у Boss — очень мужественный. Hugo Boss — компания с почти столетней историей, и лишь десять с небольшим лет они делают женскую одежду. Женщина Boss — волевая, сильная, деловая и элегантная.

Современные технологии Boss — это haute couture индустриального поколения. И все же я добавил к ним то, что люблю сам. В весенне-летней коллекции у нас появилась геометрическая ручная вышивка, как та, что была на юбке модели Эдди Кэмпбелл, которая завершала показ, необычные ткани и детали. Мы попытались экспериментировать с вышивкой, как художник экспериментирует с новыми материалами, используя бисер, тесьму из органзы и многослойность, делая таким образом саму структуру платьев более декоративной. Это минималистично, в духе Баухауса и «очень Boss».

— Насколько вы свободны творчески?

— У меня полная свобода. Иначе как можно что-то создавать?! Это означает, что я понимаю, на кого работаю. Есть наследие марки,

ЖЕНЩИНА BOSS

волевая, сильная, деловая —
но и элегантная

ее клиенты, но есть и мои идеи. Когда приглашенный дизайнер встает во главе марки с собственной историей, игнорировать ее нельзя. Сегодня мода не просто имеет отношение к эстетике, а очень тесно смыкается со стилем жизни и человеком, который выражает свою индивидуальность посредством той одежды, которую он выбирает. Для меня личность клиента не менее важна, чем то, что он носит. Я пытаюсь делать Boss «модные прививки» в виде новых подходов в рекламных кампаниях, показах, парфюмерии. Это как возможность обзора на 360 градусов, но всегда с Boss в поле зрения.

— Как вы считаете, изменилась ли клиентура Boss со времени показа вашей первой коллекции?

— Я думаю, что в целом наш клиент удовлетворен. А сочетание почти мужского кроя с женственными деталями наверняка должно привлечь тех, кто раньше даже не смотрел в сторону Boss. Мы растем и развиваемся.



— Создание второй коллекции часто оказывается сложнее, чем первой. Что было самым сложным?

— Знаете, в этот раз это оказалось чуть легче. В своей первой коллекции я максимально определился с эстетическими кодами новой женской линии Boss. Крузиз, снятый для лукбука прямо в Метцингене на фоне здания, был как бы подтверждением этому. А вторая коллекция дала мне время и возможность совершенствовать эти самые коды. Но чем дольше работаешь в компании, тем лучше узнаешь ее, становишься все увереннее, более готовым к риску. Хотя это все равно нелегко.

— Почему вы решили вновь показывать коллекции в Нью-Йорке?

— Главное для Boss как бренда — это актуальность. Нью-Йорк всегда был колыбелью нового. Здесь столько энергии и свободы! Я очень люблю его. Что касается моды — она практична, носибельна и современна в хорошем смысле этого слова. Это все в полной мере можно отнести к основополагающим принципам Boss.

Беседовал Алексей Пантыкин