

СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ ETRO



Вероника Этро

Экзотические мотивы, яркость цвета, необычные сочетания — все это ценят поклонники итальянского бренда Etro по всему миру. Сегодня в разных странах работает более 40 монобрендовых бутиков, одежда и аксессуары под этой маркой продаются и в самых крупных универмагах мира. Сегодня во главе компании стоят ее создатель Джероламо Этро и его четверо детей. Младший сын Ипполито занимает должность финансового директора компании, Кин — дизайнер линии мужской одежды, Вероника — женской, а старший Джакомо возглавляет направление Home Collection. О ценностях и принципах бренда рассказывает Вероника Этро.

— Как развивалась ваша компания и насколько сегодня она связана с Италией?

— Мой отец Джиммо Этро основал компанию в 1968 году. Тогда она специализировалась на производстве высококачественных тканей, а отец путешествовал по миру в поисках вдохновения, оригинальных орнаментов и необычных оттенков. Так было до того момента, пока мы с моим братом не стали работать в компании и не начали производить одежду. Но какой бы широкой ни была наша линейка продуктов, от предметов интерьера до духов, основой компании Etro всегда остается производство тканей высочайшего качества из самого благородного сырья, и это производство находится именно в Италии. Мы с чрезвычайной тщательностью относимся к вопросам качества и к такому аспекту, как соблюдение и сохранение технологий. Основа нашей компании — семейные традиции Этро, и мы всегда стараемся соблюсти правильный баланс между модой и тем, что мы считаем непреходящими ценностями. Мы никогда не были заинтересованы в создании модных сенсаций, скорее мы сконцентрированы на том, чтобы делать одежду, которая будет с вами долго, но будет выглядеть неизменно актуальной. Вот этот баланс и есть наш главная семейная ценность.

— Как семье удается контролировать такой большой бизнес?

— Мы действительно очень дружная семья и с любовью относимся к тому, что когда-то создал наш отец, а мы теперь продолжаем. Работать в такой

компании очень интересно, это совершенно уникальный опыт, когда вы можете совмещать личное и профессиональное. В мире, как и в модном бизнесе, идет процесс укрупнения, происходит он и в Etro. Но мы являемся ядром этой большой компании, и мне нравится постоянно убеждаться в том, что это ядро действительно крепкое, хоть и небольшое. Мы работаем очень тесно, всегда делимся идеями и всегда обсуждаем наше видение вопроса, и наша компактность дает нам возможность быстро принимать любые решения, без всякой лишней бюрократии. Кроме того, когда ты работаешь с членами семьи, ты можешь обсуждать проблемы в самой непринужденной обстановке, за обеденным столом, например. Мы можем позволить себе быть откровенными, высказываться без оглядки, зная, что находимся в безопасности. У каждого из нас есть свой индивидуальный вкус, но философию бренда мы понимаем одинаково. Секрет успешной работы еще и в том, что у каждого есть очень четкие обязанности и в своей зоне ответственности он принимает решения совершенно самостоятельно.

— В каждой своей коллекции Etro неизменно представляет одежду с рисунком «пейсли», соблюдение этой традиции для вас закон?

— Мы создали тысячи рисунков, но «пейсли», конечно же, самый знаменитый. Этот благородный орнамент, представляющий собой стилизованную пальмовую ветвь, известен много веков, считается, что его корни в Месопотамии. Вы можете видеть его на старинных персидских шалах и на древних кельтских вышивках, и на европейской одежде середины XIX столетия. Мой отец начал использовать орнамент «пейсли» в 80-е годы XX века, и очень быстро он стал символом Etro. Лично меня очень вдохновляет тот факт, что «пейсли» пришел к нам буквально через тысячелетия, мне нравятся символические вещи, тесно связанные с мировой историей. Каждый сезон мы разрабатываем новые вариации орнамента, и меня здесь еще очень стимулирует к творчеству то обстоятельство, что «пейсли» в достаточной степени декоративен, чтобы легко сочетаться с любыми дополнениями, будь то абстракция, цветочный рисунок или «горох». Иногда я рассматриваю его как нечто очень классическое, а иногда вижу в нем что-то революционно новое.

— Как трансформировался орнамент «пейсли» в осенне-зимней коллекции 2014/2015?

— На этот раз нас вдохновил Великий шелковый путь, этот грандиозный перекресток культур, дорога, по которой двигались племена и целые народы, нить, которая связала Восток и Запад. Орнамент «пейсли» используется в виде укрупненных фрагментов, а также сочетается с цветочными мотивами. В коллекции смешаны экзотические этнические мотивы, родом из Азии, которые я назвала бы «племенной кутюр», и черты европейского стиля. Мы создаем свои коллекции для женщины, которая смела и свободна и не боится ярких красок или экзотических деталей. Женщина Etro всегда независима и ценит свою индивидуальность.

Наталья Сиверина



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО