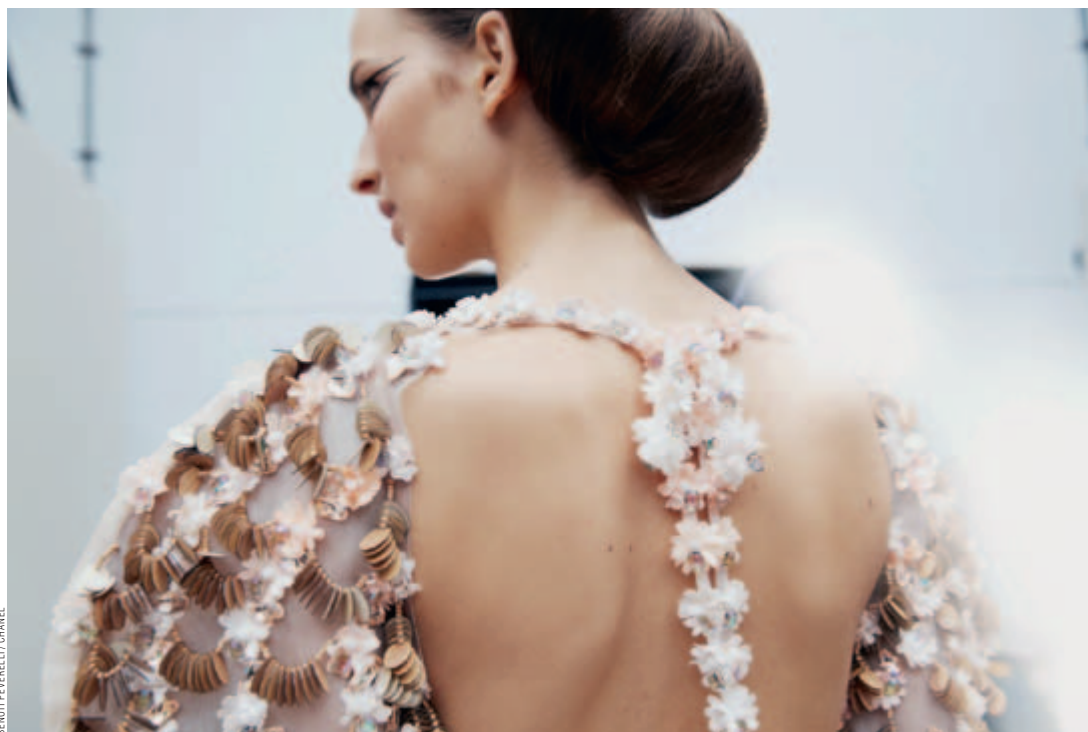




BENOIT PEVERELLI / CHANEL



BENOIT PEVERELLI / CHANEL

КУТЮРНОЕ производство — тайна за семью печатями. Дома моды неохотно раскрывают карты. Работа эта долгая, кропотливая, затратная. Говорят, выходит себе дороже. Позволить себе такую роскошь могут только гранды. Французский дом Chanel — один из них. Дважды в год, в январе и июле, дома моды — члены Французской федерации высокой моды (постоянные и временные) представляют свои коллекции в Париже на неделе haute couture. Вещи с этих показов не встретить в магазинах — они предназначены для особой касты клиенток haute couture. Попасть в эту международную компанию избранных может любая — по крайней мере в Chanel никаких требований и ограничений не выставляют. Если вы готовы потратить на платье несколько десятков тысяч евро (средняя цена костюма без вышивки — €40 000), вам будут рады. Правда, имена клиенток выпытывать бесполезно — представители дома моды своих не выдают. Когда этот вопрос задают директору департамента моды Chanel Бруно Павловски, он ограничивается коллективным портретом: «Это не только элита из Америки и восточных стран, но и европейские женщины, русские, индуски и китайки». В мире haute couture за покупательниц идет постоянная борьба. Серыми кардиналами выступают так называемые модные брокеры — посредники между состоятельными дамами и состоявшимися домами. Их главное оружие — близость к клиентскому телу: они вхожи в высшие круги, к их мнению прислушиваются, им доверяют. Приглашение на показ кутюрной коллекции — часть персонального сервиса Chanel, хотя постоянные покупательницы с опытом и стажом пользуются этой услугой редко и на дефиле не появляются. Светскую хронику делают дружественные дому актрисы, певицы и модели. Тем же, кто оплачивает весь этот спектакль, haute couture доставляется на дом. «Они живут на другой планете», — говорит о таких клиентках Карл Лагерфельд. Ему ли не знать! Это ради них портные Chanel готовы лететь хоть на Марс. Спустя несколько недель после парижских показов коллекция, а вместе с ней и команда haute couture Chanel, отправ-

ляется в путешествие. Нью-Йорк, Лондон, Дубай, Гонконг, Москва... «Презентации и примерки могут быть организованы в любой точке мира, где будет удобнее клиенту», — уточняют в Chanel.

Для тех, кто по старинке приезжает в Париж — а таких, по неофициальным данным, около 10%, — процедура стандартная. На следующий день после дефиле поклонниц Chanel частным порядком принимают в Salon haute couture — пышной гостиной на первом этаже исторического бутика Chanel на rue Cambon, 31. Традицию проводить встречи и примерки именно здесь заложила еще Габриэль Шанель. Она жила этажом выше и всегда спускалась, чтобы лично пообщаться с каждой гостьей. К слову, Карлу Лагерфельду до салона тоже рукой подать — его рабочая студия расположена на третьем этаже. Спускается ли он? Не исключено.

Первое randevu — как допрос с пристрастием: консультанты и стилисты Chanel готовы к любым пыткам. Будут слушать клиентку часами, советовать, искать варианты и комбинации, выполнять любую прихоть и улаживать — профессионально, без заискиваний. Максимально адаптировать выбранную с показа модель под вкус клиентки? Можно. Что-то изменить, подогнать по фигуре?

Пожалуйста. Главное — не покушаться на святое: дизайн Лагерфельда должен оставаться неизменным. А он с каждой коллекцией все смелее и моложе, как и клиентки haute couture Chanel. «Сегодня кутюр покупают женщины молодые и современные. Времена буржуазии остались в прошлом. Кутюр должен жить в ногу со временем. Если он останется спящей красавицей в своей башне, о нем забудут», — заявил арт-директор по итогам показа осень — зима 2015/16 в парижском Grand Palais. Sensацией той коллекции стали костюмы Chanel — с виду классический твидовый пиджак да юбка. Сколько их было за прошлый век?! Хитрость в том, что это вовсе не твид, а высокотехнологичные ткани, отпечатанные на 3D-принтере, и не в мастерских Chanel, а в Бельгии. Говорят, Chanel XXI века пришелся по вкусу — ателье работали без выходов.