

Модно быть семьей

Екатерина Заводчикова — о том, что никогда не выйдет из моды

Мария Драпеза |

НА ПРОТЯЖЕНИИ

девятнадцати лет фэшн-клан Решетовых — Елена, Александр и их дочь Екатерина Заводчикова — прививают хороший вкус самарской публике. Они дали возможность поклонникам люксовых брендов встретить наряды от кутюр не за тысячи километров, а в центре Самары. Бутик Art и ТД «Волна» — до сих пор в этом сегменте бизнеса остаются уникальной площадкой для нашего города. О тонкостях семейного бизнеса рассказала Екатерина Заводчикова, представитель ТД «Волна».

— Екатерина, вы с детства понимали, что ваша жизнь будет связана с фэшн-индустрией, и можно ли говорить о том, что ваше будущее определил именно семейный бизнес?

— Я начала работать с девятнадцати лет: помогала родителям в развитии их дела и постепенно все больше вовлекалась в процесс. Он трудоемкий, сложный, но при этом очень интересный. После учебы во Франции я полностью ушла в семейный бизнес и очень рада, что он связан именно с фэшн-индустрией. Мои интересы совпадают с возможностями, и это прекрасно.

— ТД «Волна» — уникальное для Самары явление — это сборник творений лучших мировых дизайнеров. Как именно формируется ассортимент бутика, за кем остается последнее слово, и как среди огромного количества достойных предложений выбрать выигрышные позиции, которые наверняка будут интересны клиентам?

— Ассортимент формируется в зависимости от спроса клиентов и от тенденций. Это сложная работа — поймать новое течение. Мы всегда обсуждаем втроем, будем заказывать тот или иной бренд: бывает, что спорим, но в споре рождается истина. Еще несколько лет назад в России залогом успешных продаж было имя, но все поменялось. Есть несколько известных исторических брендов, которые будут актуальны всегда. Но сейчас уже не так важно иметь громкое имя, чтобы быть на вершине моды. Мы всегда открыты для предложений, потому встречаемся, в том числе, и с представителями молодых брендов.

— Из какой страны мира вы чаще всего привозите идеи и коллекции?

— Мы много работаем с Францией и Италией. Эти страны — законодатели моды. От сезона к сезону я открываю для себя раз-

ные имена, но лично для меня фаворитом всегда остается Saint Laurent.

— Кризис не обошел стороной фэшн-индустрию. Что изменилось в предпочтениях клиентов, какие бренды продолжили занимать лидирующие позиции, а к каким именам интерес немого угас?

— Как ни странно, во время кризиса лидирующие позиции заняли бренды класса «люкс»: Saint Laurent, Prada, Valentino. Этот сегмент продаж пострадал меньше всего. Могу сказать, что наши клиенты стали меньше покупать именно базовых вещей. В приоритете что-то яркое и эффектное. Если клиент хочет инвестировать свои средства, то это должен быть интересный продукт.

— Сложно ли вести бизнес женщине? С какими трудностями столкнулись лично вы, кто оказывал и оказывает вам поддержку?

— Мне повезло, что это семейное дело и, на мой взгляд, в этом его успех. У каждого из нас есть свои сильные черты. Отец — стратег, уверенный в себе, целеустремленный, решительный и всегда видит глобальные веяния. Он за пять минут знает, что сейчас должно произойти, и всегда просчитывает каждый шаг. Мама — очень хороший организатор, управленец и душа компании. На меня возложена миссия следить за трендами.

— Как строится день успешной бизнес-леди? Есть ли в вашем расписании время, которое вы тратите исключительно на себя?

— Каждый день очень насыщенный: он начинается с занятий спортом, затем деловые встречи и после полудня работа в офисе. У нас слаженная команда, поэтому есть возможность найти свободное время и для себя. Однако работа — это всегда в первую очередь. Я очень люблю свое дело.



из личного архива Екатерины Заводчиковой

БЛИЦ-ОПРОС

Ваша самая дорогая вещь в гардеробе?

Платье деми кутюр от Valentino.

Какой предмет гардероба никогда не окажется в ассортименте ТД «Волна»?

Никогда не говори никогда.

Юбка или брюки?

Брюки.

Самая странная ваша покупка?

Меховая шапка. Я их не ношу, но иногда зачем-то покупаю.

Кем вы мечтали стать в детстве?

Путешественницей.