



Это сложная работа: проще иметь десять монобрендовых магазинов, чем один мультибрендовый. В мультибрендовом магазине живет 250–300 марок. У нас, как и в Colette, мерчендайзеры каждое воскресенье полностью обновляют торговые залы. Эта кропотливая работа делается лишь для того, чтобы у любого человека, который приходит в магазин, было ощущение чего-то нового. На протяжении 20 лет Colette был эталоном, любой бренд знал: попасть в Colette означало оказаться на волне. Мне очень жаль, что такой модный и культурный проект закрывается, но это их решение.

— Как изменился потребитель люкса?

— Люкс устаревает. Сегодня главное — мода, и для того, чтобы быть модным, необязательно тратить колоссальные суммы. Именно поэтому мы расширили наш ассортимент, объединив уважаемые бренды и молодых дизайнеров, и придумали слоган «Мода становится ближе». Недавно мы ввели европейские цены, это поможет нам конкурировать с западными коллегами.

— С какими брендами, ориентированными на новую молодую аудиторию, вы начали работать?

— На новую аудиторию ориентированы такие крупные бренды, как Balenciaga и Gucci, а из молодых и перспективных дизайнеров в нашем ассортименте я бы выделила финалистов LVMH Prize 2017 Ambush и Cecilie Bahnsen, Palm Angels, Local Authority, Re/Done, CDG Play, Rag & Bone. У нас очень разные покупатели, и каждый может найти что-то для себя.

— Как, по-вашему, женщине сегодня важно чувствовать себя богиней или совершенно уже не нужно?

— Я считаю, что женщины в наше время могут все. И не потому, что я феминистка, нет, я замужем, у меня двое детей. Мне хочется, чтобы в нашем обществе к женщинам относились более уважительно, особенно, когда речь идет о женщине в бизнесе.

— А вам нравится, когда вас называют бизнес-леди?

— Бизнес-леди звучит как-то жестко. Я предприниматель. Я все время хочу что-то привезти в Москву, что-то новое открыть. Я не уверена, что это всегда хорошо, но вот эти эмоции пока еще во мне присутствуют. — А в Баку, откуда вы родом, часто бываете?

— К сожалению, давно не была. Я люблю этот город, я там родилась. Но я считаю себя частью России и этого народа, здесь я начала развиваться как личность. Я живу в Москве практически с рождения, здесь я училась, потом был МГИМО, и теперь я все время работаю. Благодаря этой стране я смогла в достаточно короткий срок реализовать свою мечту.

БЕСЕДОВАЛА ЕЛЕНА КРАВЦУН

— При этом Chanel для премьеры своих лимитированных часов Mademoiselle J12 выбрал всего два бутика в мире — ваш и парижский Colette.

— Они пришли к нам с этим предложением, и я расцениваю его как признание многолетней работы Aizel и репутации нашей компании. Chanel — это уровень, выше которого в люксе практически ничего нет. Не буду скрывать, это один из моих любимых брендов по своей философии и качеству. Это правда огромная честь.

— А как вы оцениваете то, что произошло с Colette?

— Я знакома с основательницей бутика Колеетт Руссо и ее дочерью Сарой Андельман (креативным директором концепт-стора). Когда я только начинала работать в моде и впервые попала в бутик Colette, я испытала культурный шок. Двадцать лет назад это был совершенно инновационный подход к мультибрендовой философии, который и до сих пор сохранил заданную планку. Когда я открывала первый бутик, ориентиром для меня был именно Colette.