Она дышит

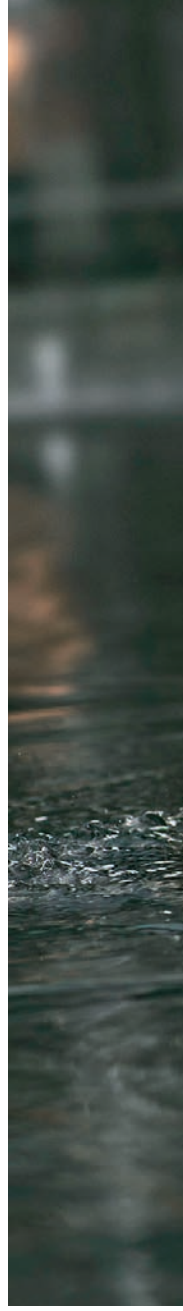
Марио Моретти Полегато об экологичной обуви



ГЕННАДИЙ ГУЛЯЕВ



Первый магазин бренда Geox в новом концепте X-Store был открыт в московском ТРЦ «Метрополис»



МАРИО было уготовано стать виноделом, он родился в семье, которая вот уже несколько поколений славится своим просекко. Окончив юридический факультет, он влился в семейный бизнес, однако на очередной винодельческой выставке, проходившей в Неваде, ему пришла в голову идея, кардинально изменившая его жизнь. Устав от страшной жары во время прогулки по Скалистым горам, Марио решил проделать отверстия в подошвах своей обуви — ему полегчало. Так появилась знаменитая «дышащая подошва» Geox. Вернувшись в Италию, Полегато запатентовал эту технологию. Попытавшись заинтересовать инновационным продуктом крупных производителей обуви и не достигнув положительного результата, он в 1995 году основал собственную компанию. Сегодня на счету Geox более 60 патентов. Благодаря своим технологиям компания произвела революцию не только в обувном деле, но и в сознании покупателей: теперь дышащая обувь нужна всем.

Синьор Полегато, приехавший в Москву, чтобы открыть первый в России магазин Geox, исполненный в концепции X-Store, рассказал нам о достижениях своей компании и перспективах бизнеса.

— Зачем успешной и известной компании открывать концептуальные магазины со сложным и дорогим оформлением?

— Начну издалека. В Италии Geox — самая крупная обувная компания, в мире мы тоже в числе лидеров среди производителей лайфстайл-обуви; мы дали работу 30 с лишним тысячам человек и открыли 1250 магазинов в разных странах. Но сегодня Geox — это уже не то, к чему все привыкли. Да, компания приобщила весь мир к обуви, которая дышит, однако помимо этой инновации у нас есть и другие. Например, в наших коллекциях можно встретить модели на кожаной подошве. Обычно при соприкосновении с влажной поверхностью на коже образуются трещины. Мы же поместили внутрь мембрану — получилась водонепроницаемая обувь, которая дышит и не промокает, и при этом сохранили износостойкость кожаной подошвы. Таким образом, и в вашем климате, и в еще более влажном ее можно носить даже зимой, и ноги будут сухие. Применив другую нашу технологию, Amphibiox, мы смогли предложить покупателям элегантную дышащую обувь с непромокаемым верхом. Сегодня мир испытывает большую потребность в натуральных вещах, и наша обувь из линии New: Do состоит исключительно из натуральных компонентов, подошва не резиновая, а каучуковая — это абсолютная экообувь. Еще мы создали линию Nebula. Это новый уровень воздухопроницаемости: воздух циркулирует вокруг всей стопы, обеспечивая максимальный комфорт. Вся эта работа привела нас к мысли о создании магазина нового типа, где можно было бы представить все инновационные технологии в понятном виде. Новый формат позволяет это сделать: войдя в магазин, человек видит олицетворение всех наших технологий в интерьере. Мы использовали в оформлении материалы, прошедшие сертификацию в области экологичного строительства: необработанный бетон, металл, керамику и дерево. Большие стеклянные витрины символизируют прозрачность всех процессов на фабриках Geox, а входная дверь с круглыми отверстиями — отсылка к фирменной перфорации в подошве. Внутри магазина на коммуникационных носителях можно найти объяснения того, как наши технологии работают. У нас есть еще одна цель: напомнить о том, что мы итальянский бренд. Поэтому, например, пол в концепт-сторе выложен венецианской мозаикой. При входе вас овевает воздухом из вентиляторов — намек на свежесть обуви, которая дышит. Потребитель может узнать все о продукции, которую покупает, и получить максимальный сервис.

— Сколько концептуальных магазинов вы собираетесь открыть?

— Пока у нас восемь таких торговых пространств. Первый концепт-стор был открыт в Риме, затем в Милане, Лондоне, Торонто, Куала-Лумпуре. Вот теперь пришла очередь Москвы и Санкт-Петербурга.

— Почему именно эти города?

— Мы хотим понять, как реагирует на нашу продукцию публика в разных точках земного шара.

— И как она реагирует? Наверняка первые данные уже есть.

— Продажи увеличились на 20%. Мы видим, что потребитель очень заинтересован. А раз проект интересен, мы распространим новый формат на все свои 1200 магазинов по всему миру. В России у нас уже работает 60 фирменных магазинов, и их число будет расти. Все они постепенно будут преобразованы в формат X-Store. Вы же понимаете смысл названия Geox?

— Geo — это «земля».

— Верно. Конечно, человеку лучше ходить босиком, но сегодня в городах практически невозможно почувствовать землю, а