

Холдингу «Ли-Лу»

**Оксана Бондаренко,
президент холдинга
«Ли-Лу»**

В индустрию моды я попала как переводчик с итальянского языка. И так нашла своих первых клиентов — компанию Lilu Leshoes. Собственно, первую часть названия я и использовала для нашего шоу-рума. Вдвоем с помощницей мы поселились в маленькой комнатке в офисе моей мамы и отсюда начали развивать свою бурную деятельность. Этот бизнес всегда был для меня очень личным проектом. Иногда я очень устаю и хочется снизить нагрузки, но не могу. Это часть меня. Сейчас у компании пять направле-

ний деятельности: собственно шоу-рум «Ли-Лу», который работает с огромным количеством брендов, ателье, два бренда — «Ли-Лу» и Subterranei и пиар-агентство Live Pr. Одно из самых важных направлений для нас сейчас — streetwear, бренды, которые специализируются на так называемой уличной моде. В портфеле у нас сейчас есть самая желанная марка — OffWhite, и мы планируем развивать эту историю. Я убеждена, что тренд этот будет только набирать обороты.

Бренд Subterranei, который придумала моя дочь, — это экспериментальная мода. Ей нравится экспериментировать с фактурами, с необычными материалами — полиэтилен, пластик. Но не ради дизайна, а чтобы каждый элемент имел свое назначение и был функционален. Кстати, моя дочь не хотела быть дизайнером. Она собиралась посвятить себя искусству. А потом помог случай. Подруга семьи пригласила Алину сделать коллекцию для своего бренда. Первый опыт оказался невероятно полезным и информативным. Во-первых, Алина поняла, как это работает изнутри. А во-вторых, определилась с тем, какие именно коллекции она сама хотела бы делать. Сейчас дочь учится в нью-йоркской школе дизайна Parsons и работает над коллекцией удаленно. Она очень креативный дизайнер и очень несговорчивый. Я как коммерческий человек все время призываю ее изменить что-то, сделать более продаваемым, но Алина стоит на своем и работает для клиентов, которые понимают ее вкус. Я называю их людьми будущего. То, что бренд отлично продается в ЦУМе и КМ20, наверное, лучшее доказательство того, что моя дочь права.



COURTESY OF SUBTERRANEI



ГЕОРГИЙ КАРДАВА

COURTESY OF ONE DRESS ONE LOVE



«Ли-Лу» — это одежда, которую мы делаем, используя наш огромный опыт работы. Коллеги шутят, что мы обладаем уникальным знанием того, что продается хорошо, и пора уже открывать шестое направление деятельности — консультировать другие бренды. Я убеждена, что классика никуда не денется и будет существовать всегда. Этим мне и нравится мода — своим разнообразием. Она циклична. Предсказывать, в какую сторону мода будет развиваться, — дело неблагодарное. Спустя лет десять люди снова захотят носить минималистичные вещи. А может быть, мы будем перемещаться на сверхзвуковых скоростях с небольшим чемоданом, в котором есть все необходимое, весь базовый гардероб, совершенно невесомый и сшитый из ультратехнологичных материалов. А одежда наша будет скорее напоминать гидрокостюмы. Кто знает?