

«Каждая женщина — это отдельный мир»

Наследники империи Aldo Coppola о своей работе



Моника
Коппола



Альдо
Коппола-младший

ДЕТИ знаменитого итальянского парикмахера Альдо-младший и Моника Коппола в преддверии открытия центра красоты в ЦУМе рассказали «Коммерсантъ. Стиль», как родилась компания, какова стратегия ее развития и что такое идеальное окрашивание.

— Расскажите, как все начиналось?

Альдо: Наша компания была основана в 1966 году, а первый небольшой семейный барбершоп появился в Милане еще в 1942 году — его открыл дедушка. Наш отец Альдо в 12 лет начал ему помогать. А вообще наша семья из Апулии.

— Кто и как придумал логотип марки?

Альдо: До конца 70-х это была психоделическая красно-желтая надпись с названием, а потом, как это часто бывает, произошел случай, который многое изменил. Альдо Коппола ужинал с мэром Тосканы и дизайнером Джорджо Галли, который в свое время придумал дизайн для часов Swatch. И так, не торопясь, за приятным разговором, они пришли к выводу, что пора менять логотип компании Aldo Coppola. И тут на стол вдруг упал локон, таким незавершенным кругом — он и стал новым лого компании. Только не спрашивайте, пожалуйста, откуда взялся локон в ресторане! Мы не знаем!

— А как в компании продумываются моменты, связанные с ее развитием? Кто этим занимается?

Альдо: В основном мы вместе, и у нас очень хорошая команда. Наш отец был творцом, а я объединил творческую часть с коммерческой и стал заниматься стратегией. Мы всегда делали акцент на состоятельных людях, выбирали уникальные и необычные места для расположения салонов, вкладывались в их дизайн. А с середины 90-х мы



ПРИЧЕСКА МОДЕЛИ
СОЗДАНА МАСТЕРАМИ
АКАДЕМИИ ALDO
COPPOLA

начали развивать свой бренд за пределами Италии — начали с Монте-Карло, а потом продолжили в России. И я считаю, что все пошло очень успешно.

— Отец учил вас ремеслу?

Моника: Никогда! В те времена не было ни школ, ни тренингов, ни семинаров, мы сами учились. Отец говорил: смотрите, ходите, наблюдайте, занимайтесь сами. Плюс мы должны были показывать пример другим и таким образом сами росли и демонстрировали, что у нас есть сила, стремление, движение. Мы уже 40 лет в компании работаем, а начинали с того, что мыли головы, складывали полотен-

ца, подметали, убирали — в общем, с нуля. Невозможно построить дом, если нет фундамента.

— Как было придумано знаменитое окрашивание «шатуш»?

Моника: Мы были малышами, и отец, когда смотрел на нас, на то, как солнце освещало волосы, все сетовал: как же так, почему мы не можем иметь таких же прекрасных волос, как у детей... «Шатуш» был рожден как вертикальное окрашивание, как будто мы тянемся к солнцу. В этом окрашивании не затронуты корни, и тем самым мы сохраняем качество волос, лишь слегка подсвечивая их краской. Наши клиенты

приходят в салон раз в три месяца, у них нет необходимости приходить чаще.

— А как вы относитесь к ярким цветам, например розовому или фиолетовому, — делаете?

Моника: Женщинам нравится менять цвет волос, а для нас важно их не испортить. Но фиолетовой вы от нас точно не уйдете — это не наша философия, мы за естественную красоту. Временным красителем еще можно поиграть, но если в процессе окрашивания нужно использовать химический оксидант, то мы не станем этого делать.

— Что важнее, стрижка или цвет?

Моника: Это две базовые вещи. Каждая женщина — это отдельный мир, и мы должны его понять: что она за человек, как она себя ведет, как она двигается, какой жизнью живет. Мы должны вытащить наружу ее женственность и приукрасить ее. Можно сказать, что работа с волосами — это своего рода философия, и эстетическая косметология, она преобразует человека.

— Нужно ли мужчинам закрашивать седину?



Альдо Коппола-старший

Моника: Абсолютно точно и совершенно однозначно — нет! Это всегда заметно и никогда не выглядит натурально.

— Какие проекты вы планируете в России?

Моника: У нас есть проект центра красоты в ЦУМе, думаем об открытии в Санкт-Петербурге. Конечно, можно открыть сотню салонов, но мы разумно подходим к рынку: нам нужно и персонал подготовить, и в целом все хорошо продумать. Русские клиенты — очень красивые, внимательные к себе люди. Нам нравится с ними работать, и мы не можем их разочаровать.

Беседовала Ирина Кириенко