

«Никаких модных гонок — мы в это не играем»

Как успешный маркетолог стал дизайнером



DAVID CARLIER FOR KANO

БРУНО Гранде консультировал люксовые бренды и много лет вкладывал свои знания в чужие проекты. Руководил департаментом спортивного маркетинга в Swatch Group, управлял часовыми брендами JeanRichard и Girard-Perregaux, а в прошлом году решил наконец инвестировать в себя и запустил собственный бренд мужской одежды Ka/Noa, который не подчиняется законам рынка, не гонится за тенденциями и, что самое интересное, даже не планирует выпускать сезонные коллекции: «Будем работать в своем темпе. Моя главная идея — сделать бренд, где все вещи будут сочетаться между собой, и не нужно будет каждые полгода обновлять гардероб с нуля, потому что все сразу вышло из моды. Так что никаких модных гонок — мы в это не играем». Об этом и других ключевых принципах работы бренда Ka/Noa Бруно Гранде рассказал Нателе Поцхверии.

— Ваши дети знают, что означает название бренда?

— Конечно, я же должен был спросить у них разрешения! Ноа — 14, Кае — 11. Дети принимают активное участие в работе над брендом, им очень нравится обсуждать его. Сын мечтает носить только Ka/Noa.

— Ваш отец очень любил шить и кроить, но так и не открыл собственное ателье. Зато открыли вы. Это в память об отце?

— Я рос окруженный тканями и выкройками. Это была папина отдушина — возможность не думать о работе (он служил в железнодорожной компании и занимался политикой).

Время, когда папа садился шить, было моим любимым — единственная возможность побыть вместе. Я был на подхвате, помогал чем мог, лишь бы быть рядом с папой. Отца, к сожалению, нет с нами с 2004 года. Он даже не успел помянуть внуков (сыну было всего полгода, когда папы не стало). Наверное, отчасти поэтому решил в конце 2017 года открыть свой бренд — чтобы установить какую-то невидимую связь между моими детьми и моим отцом.

— Как думаете, отец гордится вами?

— Я могу только надеяться, что он смотрит на нас сверху и радуется. Его страсть и ценности передались мне.

— Где производится Ka/Noa?

— На 100% в Италии. Все — от ниток и шерсти до ярлычков, сумки, фурнитуру я заказываю у ремесленников, которых знаю уже очень много лет. Один из основополагающих принципов нашей компании — slow wear («медленная одежда», в данном контексте — размеренное потребление и одежда, произведенная с соблюдением всех экологических и этических норм. — «Б. Стиль»), это в том числе значит и то, что мы даем работу местным мастерам и маленьким семейным фабрикам. Хотя, конечно, у больших компаний мы тоже закупает, например кашемир — у Loro Piana.



DAVID CARLIER FOR KANO

новые денди

Люк Литч

«Эйнштейн почти не покупал себе вещей, имел лишь скромный базовый гардероб и, по собственному признанию, чувствовал себя свободно и уверенно. И я подумал: наверное, в этом и состоит главный секрет элегантности»