

— Вы говорите, что не гонитесь за тенденциями и за расписанием недель моды, это понятно. Но вы не можете продавать зимние вещи летом?

— Почему нет? Сейчас в магазинах продается коллекция из более легких тканей, назовем ее летней, ближе к осени сделаем вещи потеплее, но то, что уже висит в бутике, убирать не будем. Вся коллекция, да и философия бренда, построена на том, что вещи можно носить десять месяцев в году. Да, зимой можно сочетать несколько сразу, летом — достаточно одного поло, например. Конечно, мы сделаем и шорты, и какие-то совсем зимние вещи, но в целом,



Манифест Ka/Noa Italia

- _ желание сбавить темп и ухватить суть
- _ Ka/Noa — это не просто бренд, а движение, гимн времени
- _ будьте проще
- _ живите не торопясь
- _ цена забывается, качество остается
- _ базовые вещи — на века
- _ носите настоящие вещи, созданные с любовью
- _ эмоционально надежные
- _ помните, что на самом деле имеет значение
- _ будьте верны себе
- _ живите своими мечтами
- _ экологически чистое производство
- _ стиль вне времени
- _ осознанное потребление
- _ пусть это будет частью вас, но не вашей визитной карточкой
- _ носите вещи с любовью и гордостью
- _ будьте собой и только собой
- _ следуйте своим путем
- _ покупайте меньше, выбирайте тщательнее, используйте дольше
- _ простота на века
- _ уважайте свой бренд
- _ сделано людьми для людей
- _ тихая роскошь
- _ действительно сделано в Италии
- _ базовые вещи для мужчин
- _ базовые вещи для путешествий
- _ качество стоит того
- _ чтобы появилось что-то хорошее, нужно время



думаю, наша концепция понятна. Я не люблю выпендриваться, не люблю позерства. Я скромный человек, который ценит красивые и качественные вещи. Я даже скажу, что не понимаю современных тенденций и особенно уличной моды.

— То есть уличная мода классическую не вытеснит, на ваш взгляд?

— У меня мало опыта для того, чтобы делать глобальные выводы. К тому же мой бренд не классический и не спортивный. Он повседневный, но высшего класса (смеется). Я сказал, что не понимаю современных веяний моды, зато я понимаю, что нужно мужчине моего возраста и моих взглядов на жизнь. Нам нужна практичная одежда и возможность собраться в командировку за пять минут, имея с собой одежду на все случаи жизни. Можно заменить один элемент на другой, и выглядеть более официально. И наоборот.

— По этой же причине все цвета в коллекции приглушенные?

— Да, опять-таки чтобы вещи сочетались между собой. И чтобы цвета не были кричащими и не были ярче личности, которая их носит.

— Что вы берете с собой в путешествия кроме одежды?

— Какие-то привычные вещи вроде моего парфюма и зубной щетки. А, и, конечно, книги!

— Бумажные?

— Только! Правда, мои дети обожают электронные книги, и это меня немного беспокоит. Но я утешаю себя мыслью о том, что до тех пор, пока они вообще читают, я буду счастлив, даже если книги электронные.

— Вы пришли в моду после успешной и долгой карьеры в часовой индустрии. То, как вы управляете своим модным бизнесом, похоже на способ управления часовым брендом? Часовщики тоже любят неспешность и ручной труд.

— Думаю, да. Мы никуда не спешим, много работаем руками и в этом очень похожи на то, как устроены часовые мануфактуры. Часы никто не покупает на сезон, это долгосрочная инвестиция, как и моя одежда. К тому же часовщики очень много внимания уделяют технологиям и способам производства, ручному труду — и мы тоже. Наш бренд делают живые люди, не машины — и это очень важно!

— Вас уже купил большой холдинг?

— Нет, мы семейная компания, маленькое предприятие, поэтому мы должны очень осторожно действовать, чтобы не наломать дров. Сейчас мы финансируем себя сами.

— Вы сами отвечаете за дизайн?

— Я принимаю финальное решение, но у меня есть команда, с которой я советуюсь,

и этих людей я знаю уже больше двадцати лет. Они работали на старте проекта, и надеюсь, надолго останутся со мной.

— Вы довольны первыми месяцами работы?

— Очень! Нас закупили несколько клиентов, чтобы просто попробовать. И почти сразу вернулись с большими заказами. Больше всего нас хвалили за покрой и лекала — наши вещи оказались невероятно комплиментарными.

— Как насчет женской и детской коллекции?

— О женской я уже думал, но детскую пока точно рано делать. Кстати, у нас нет женской коллекции как таковой, но женщины часто покупают у нас в бутике что-то для себя — рубашки и даже брюки.

— У вас есть бутик в Лозанне, в Швейцарии, но как вас купить в России?

— У нас уже прекрасно работает интернет-магазин. И может быть, однажды мы все-таки будем представлены в вашей прекрасной стране.



В 2009 году журналист бросил криминальные хроники и ушел в глянец — стал писать о моде для Financial Times, The Economist и Business of Fashion