



«Ждите гламура!»

Сандра Чой о стратегии Jimmy Choo



В СЕНТЯБРЕ в ЦУМе открылся рор-уп-магазин Jimmy Choo. Сейчас вся коллекция представлена в корнере на третьем этаже марки. Несколькими месяцами ранее «Коммерсантъ. Стиль» встретился с Сандрой Чой, креативным директором бренда, в офисе дома Jimmy Choo в Лондоне и поговорил о планах на развитие бренда.

Кабинет креативного директора бренда Jimmy Choo расположен на восьмом этаже современного офисного здания недалеко от Букингемского дворца, рядом с офисами Giorgio Armani и Tom Ford. Здесь почти нет стен, одни окна, в которые ярко светит солнце. Хозяйка кабинета Сандра Чой — улыбчивая, энергичная. У нее мальчишеская стрижка, она в черных джинсах и свитере и, конечно, в туфлях Jimmy Choo.

«Я никогда ничего не выбрасываю, как и мой дядя, — прямо с порога кабинета сообщает Сандра, — поэтому тут можно найти что угодно. Когда ушел Карл Лагерфельд и все соцсети и журналы были полны его фотографий, я увидела одну, где он сидит среди кип набросков, бумаг и всякой мелочи. У меня от души отлегло, потому что я поняла, что не одна такая».

За спиной Сандры две полки, заполненные старыми моделями Jimmy Choo, приглашениями на вечеринки, образцами тканей и кружев и еще кучей всего. «Этот

переливающийся минерал (из синего в розовый) я купила за пять фунтов на местном рынке. А это модель босоножек из фильма «Секс в большом городе», 1998 год», — говорит Сандра. Посреди всего этого изобилия стоит стеклянная банка с консервированным борщом. «Подарок от сотрудников, — улыбается Сандра. — Мой муж на четверть русский, я училась варить борщ. А в сентябре я еду в Москву открывать поп-ап-магазин в ЦУМе».

Сандра показывает новую монограмму JC, которая отныне будет украшать аксессуары марки. «Я в Jimmy Choo уже 23 года, — объясняет она, доставая из-под бумаг наброски. — 23 года мы работали под своим именем, но сейчас все начали делать всё. Специализация брендов стирается, все перемешалось, выделиться стало сложнее. И все хотят персонализации. Наша новая монограмма JC — это наша персонализация. Я приступала к ней шесть раз, но сложно, когда инвесторы постоянно меняются и каждый новый инвестор хочет видеть, что можно взять от дома. И вот наконец я собрала отличную команду, переварила и проговорила, что такое Jimmy Choo и чего я хотела бы для бренда».

Наша монограмма не просто прилеплена на готовую обувь как украшение, это важная деталь в системе крепления ре-

мешка к босоножкам. Jimmy Choo — это уверенность, гламур и сексуальность, и если кто-то на этой планете умеет делать отличные босоножки, то мне кажется, это я. Поэтому буквы — женственные, переплетающиеся, с граненной, как бриллиант, поверхностью. Потому что я всегда думаю о паре обуви от JC как об украшении. Так что в этой монограмме символично все».

Такие творческие муки и сложности, в то время как модные дома поголовно делают своего более простыми? «Отрицать существование трендов не стану. Но для меня важнее, чтобы то, что я создаю, соотносилось с домом, а не с трендами, было нацелено на будущее. У нас нет цели бегать за собственной историей, которая осталась в прошлом. Поэтому я думала о том, чтобы монограмма могла быть большой и маленькой, чтобы ее можно было размещать на туфлях, сумках, сделать сережкой. Для меня Jimmy Choo — это легкость и блеск, отсюда и образы для монограммы. Не отрицаю, что другие дизайнеры могут воспринимать бренд иначе, но у меня такое видение».

Сандра достает осыпанные блестками туфли, созданные совместно со студией Disney. «Мы не собирались их продавать. Я придумывала эту пару исключительно для собственного удовольствия с мыслью: «Сделаю, что захочу!» Но в целом совместные проекты — это мое, потому что это всегда более смело и выходит за рамки моего опыта. Получаешь не чистые Jimmy Choo, а что-то более интригующее. Когда мы работали с Вирджилем Абло из Off-White, он сказал, что хотел бы сделать коллекцию, навеянную образом принцессы Дианы. Я чуть не упала со стула, потому что мы много работали с ней». В то время Сандра только начинала в студии своего дяди Джимми Чу. Ей было 19, она только что осуществила мечту — поступила в Сент-Мартинс. Но нужно было помогать дяде в бизнесе, и Сандра бросила учебу.

«Это была маленькая простая студия, где царил беспорядок, — вспоминает Сандра. — Бесконечные ряды полок с образцами работ и шкафо до потолка, в котором хранились ткани. Постоянно приходили



Коллекция Jimmy Choo осень—зима 2019/20