

Кружевные сети

О 60-летию La Perla

Вера Попова |



РАБОТА НАД БЕЛЬЕМ LA PERLA ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ ЗАКАЗУ

К 60-ЛЕТИЮ в La Perla подготовились со всей основательностью: придумали новый дизайн бутиков, впервые сделали рекламную съемку со знаменитыми моделями и запустили проект Made to Measure — пошив белья Haute Couture по индивидуальному заказу.

История La Perla началась в Болонье в 1954 году — бренд основала Ада Мазотти, домохозяйка, шьющая на досуге корсеты, которые и прославили ее на весь город. Девушка была настолько хороша в своем деле, что ее прозвали «золотые ножницы». Свою же собственную линию белья Мазотти назвала La Perla, «жемчужина», так как всегда хотела, чтобы к женскому белью относились как к драгоценным украшениям. Ее мечта воплотилась в обновленном бутике в Милане на улице Монтенаполеоне через 60 лет после рождения марки. В его витрине на фоне супрематической конструкции из кубов стоят манекены в купальниках, вокруг разбросаны теннисные мячи и ракетки — метафора пусть не очень понятна, зато эффектна, мимо такого не пройдешь. Внутри торжествует ар-деко: золотые металлические «трубы» поддерживают стеклянные столики и устремляются вверх, к потолку. Цвета стен — слоновая кость, бежевый и розовый, точь-в-точь шелк и атлас на белье. Примерочная — как будуар, который дается в распоряжение каждой гостье бутика: все комнаты закрываются на ключ, а внутри кроме зеркал еще и небольшая гостиная с креслами. Архитектор Роберто Бокоччи, известный по работам в бутиках и штаб-квартире Miu Miu и Prada, создал пространство, максимально отражающее кон-

ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ

La Perla Ник Таччи уверен, что в будущем услуга пошива белья на заказ придет и в Москву, но пока она доступна только в двух бутиках — в Лондоне на Слоун-стрит и в Милане на Монтенаполеоне

цепцию бельевых брендов — от освещения до использованных материалов. К примеру, прозрачность шифона и тюля в интерьере символизирует стекло. Оно здесь повсюду — на столах, перегородках и, наконец, в шкафах-витринах, где выставлено белье. «Такие витрины вы можете встретить в ювелирных бутиках, но никак не в бельевых», — рассказывает креативный директор La Perla Джованни Бьянки. — У нас была задача — визуально сравнить белье с украшениями, как это делала Ада Мазотти. Тем более что некоторые экземпляры на самом деле сделаны из золота».

Бьянки не преувеличивает — в рамках нового проекта по индивидуальным заказам Made to Measure действительно можно найти белье с вышивкой из золотых нитей. Директор по маркетингу бренда Ник Таччи уверен, что в будущем будет и в Москве, но пока что она в тестовом режиме и доступна только в двух бутиках La Perla — в Лондоне на Слоун-стрит и в Милане на Монтенаполеоне. Просто зайти с улицы и потребовать белье с собственными инициалами не получится — сначала нужно по-

звонить в магазин и договориться о встрече со старшим менеджером. В Милане это русскоговорящая девушка Татьяна — на встрече с вами она придет с огромной и очень тяжелой черной книгой. Это библия Made to Measure: в ней есть экземпляры всех тканей и всех оттенков, возможных в рамках услуги. Вы просто выбираете ту комбинацию, которая придется вам больше по душе, попутно прикладывая к каждому отрезку шелка фрагмент кружева или вышивки из золотых нитей. Такая система работает для двух коллекций — легендарной для бренда Maison, с бельем из красного, черного или золотого шелка и цветочной вышивкой, и Filigrane — линии, отличительной чертой которой стало воздушное кружево в технике макраме. Третья коллекция, представленная в Made to Measure — Cristallo Nero, — белье, расшитое черными кристаллами Swarovski. В ней вы можете выбрать боди с длинными рукавами или без рукавов и украсить кристаллами те части, которые захотите.

Все белье Made to Measure производится на фабрике в Болонье наряду с прототи-

пами сезонных коллекций La Perla. Там же находится главный офис бренда и магазин для сотрудников. На входе в здание висят фотографии новых рекламных кампаний, революционных для марки: в них впервые за всю историю La Perla приняли участие известные супермодели. В актуальной сегодня осенне-зимней рекламе снялись Мариякарла Босконо, Дарья Строкоус и Лью Вен. «Это три совершенно разные девушки, из противоположных частей света, с разными историями, и это важно», — объясняет свой выбор директор по маркетингу Ник Таччи.

От главного офисного входа в Болонье невозможно просто так попасть на фабрику и не заблудиться — зато после долгих поисков оказываешься будто бы в другом мире: вокруг станки, швейные машинки и манекены. Но вовсе не такие, как в бутиках, — манекены на фабрике повидали жизнь, каждый день их искалывают иглками, примеряя десятки новых бельевых шедевров. По ним сразу понятно — работа здесь кипит. Самый большой станок на фабрике — тот, что придает форму бюстгальтерам, растягивая материал под высокой температурой до нужных размеров. Все остальное делается вручную — будь то сложная вышивка, аппликации с кристаллами или разглаживание производственных складок. Но больше всего впечатляет макет миланского бутика в реальную величину — в него даже можно зайти и погулять среди стеклянных полок, потрогать одежду и рассмотреть примерочную!

Штаб-квартира и фабрика в Болонье для La Perla — важное место: отсюда началась история бренда, когда из маленького производства Ады Мазотти вырос модный дом с прибылью в €200 млн в год. И это не просто белье, оно уже стало частью поп-культуры: именно в нем Бриджит Нильсен пришла на первое свидание с Сильвестром Сталлоне, в нем Бейонсе выступала на Грамми, в нем бесподобная Марго Робби снималась в «Волке с Уолл-стрит». Сегодня эта легенда поддерживается новыми идеями команды La Perla. Что ни говори, Ада Мазотти была бы довольна.