

«Меня вдохновляли линии мужского и женского силуэтов»

Родольфо Пальялунга, креативный директор Jil Sander

Модный дом Jil Sander был основан в 1968 году в Германии, а первая женская коллекция бренда появилась в 1973 году. За эти четыре десятка лет, прошедших с момента основания, марка несколько раз меняла креативного директора: сама Жиль Сандер в силу разногласий с владельцами бренда несколько раз покидала пост креативного директора, но неизменно возвращалась. Проработав год после очередного возвращения в 2012 году, она покинула свой пост в 2013-м, а в 2014 году в Jil Sander появился новый талантливый дизайнер — Родольфо Пальялунга, который известен тем, что более десяти лет работал на модный дом Prada. Именно он олицетворяет сейчас новый этап в жизни этого всемирно известного бренда. Коллекция сезона «весна-лето 2015» стала его первой для Jil Sander.



КОЛЛЕКЦИЯ «ВЕСНА-ЛЕТО 2015»

— С чего вы начали работу над весенне-летней коллекцией?

— Меня вдохновляли линии строгого мужского и грациозного женского силуэтов. Их соединение дало новый, переосмысленный образ, в котором эти черты соединяются в тех или иных пропорциях для достижения идеального.

— Когда-то вы работали с Миуччей Прада. Чувствуете ли вы до сих пор ее влияние на свои коллекции?

— Я провел в Prada много лет и действительно многому там научился. Могу сказать, что это был незабываемый опыт. Там я понял, что часто полезно взглянуть на свою работу со стороны, стараясь оценить ее критически. А сама Миучча для меня совершенно особенный человек, она всегда способна удивлять, я чрезвычайно ценю ее непрерывный поиск нового.

— Считаете ли вы, что марка Jil Sander по-прежнему проникнута «духом минимализма», как это было на протяжении нескольких десятилетий?

— Мне не нравятся разговоры о минимализме, это устаревший взгляд на моду. Сейчас его вообще трудно обсуждать. Он появился в 1990-х как новый образ жизни, как реакция и противовес ярким 1980-м с их гипертрофированными объемами, накладными плечами, агрессивной женственностью и нарочитой мужественностью, бросающимися в глаза орнаментами.

ДИНАМИЗМ — ОДИН ИЗ ВАЖНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ СТИЛЯ Jil Sander

С тех пор многое изменилось, и, на мой взгляд, в отношении Jil Sander правильнее говорить о динамизме и некой чистоте, соответствующих духу времени.

— Как бы вы описали свой стиль работы?

— Прежде всего я занимаюсь всевозможными исследованиями: изучаю книги, смотрю фильмы, обмениваюсь мнениями с друзьями и сотрудниками. Далее следует «производственная» фаза: работа в офисе с тканями и силуэтами. Именно в это время у коллекции появляется форма и постепенно становится все более определенной. Мне кажется, важно иметь свой метод работы: составлять планы и ежедневно их выполнять. Нельзя проснуться утром и сказать: «О, сегодня у меня вдохновение». Оно приходит в процессе постоянной работы — по крайней мере для меня это именно так.

— Какой вам видится эволюция стиля женских коллекций Jil Sander?



— Этот бренд — синоним некоей модной вселенной с вполне определенными кодами. Как я уже говорил, одним из наиболее важных из них является динамизм, и моя задача — четко определить границы и сохранить целостность бренда, его основные составляющие, которые всегда останутся неизменными.

— Аксессуары сейчас становятся все более значимыми для коммерческого успеха любой марки. Считаете ли вы, что можно сосредоточиться на выпуске сумок, оставив одежду лишь неброским фоном?

— Что касается меня, то я считаю, что нужно заниматься равноценно всеми категориями товаров, чтобы в результате предложить идеально сформированный гардероб клиентам. А среди них — сильные и активные женщины, и им определенно нравится ДНК марки, суть которой красота, простота и свежие идеи.

БЕСЕДОВАЛ АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ