



— Почему именно это событие стало ключевым для вас?

— Версаче вырос в Калабрии, как и я. Когда в 1997 году он был убит на пороге своего дома в Майами, я еще жил в Калабрии. И возможно, из-за этого воспринял его смерть как нечто очень личное. Я глубоко переживал ее, но именно она помогла мне определиться со своим местом в жизни.

— СМИ восприняли ваше назначение в Pal Zileri как попытку омолодить бренд, влить в него новую кровь, а с ней омолодить и аудиторию. Что вы об этом думаете?

— Я согласен с такой трактовкой. За Pal Zileri стоят традиции и высочайшее качество производства. Но, как мне кажется, бренду необходим проводник, который позволил бы ему идти в ногу со временем — найти баланс между новизной и традиционностью. В конечном счете цель состоит в том, чтобы сделать бренд Pal Zileri всеобъемлющим. Если вы просто продаете костюмы, это одно. Но совсем другое, если вы преподнесите аудитории образ жизни — систему координат, где пересекаются мода, искусство, история, архитектура.

— Этой зимой в Милане вы представили дебютную коллекцию для Pal Zileri. Она удивила в том числе присутствием одежды из денима. Этот материал нехарактерен для бренда, почему вы к нему обратились?

— Важно понимать, что выбирает и что хочет носить современный мужчина. Одна из важнейших тенденций сегодня, на мой взгляд, — тяготение к одежде кэжуал, которая оттесняет традиционный костюм на периферию.

Поэтому я и хотел показать, как можно интегрировать новые элементы в традиционный гардероб. Деним, цветочные принты, перья — с ними костюм сохранил свою буржуазную привлекательность, но в то же время расширилась сфера его применения. Задачей было избавить костюм от ассоциации исключительно с бизнес-стилем, показать, что его можно носить везде.

— Вы ощущаете на себе давление «быстрой моды»? Масс-маркет-бренды проникают во все сферы нашей жизни. Они динамичны, агрессивны и — не так сильно бьют по кошельку.

— Обычно я говорю, что мы компания, которая специализируется на высоком портняжном искусстве в мире, где оно не котируется. Но это несколько не проблема. Во-первых, мы соприкасаемся с разными слоями аудитории. Всегда часть людей будет выбирать качество, а не скорость и дешевизну. Во-вторых, тренд на демократизм в современной моде открывает нам массу возможностей для развития. Он заставляет нас быть более гибкими и дерзкими.

— Расскажите о вашей команде. Какая атмосфера царит в офисе Pal Zileri? Как быстро вы обрели взаимопонимание, случались ли конфликты?

— Вливаться в новую команду всегда тяжело — к счастью, мы преодолели трудности быстро. Первый рабочий день был очень скучный. (Смеется.) Нужно было бесконечное количество раз представлять себя на совещаниях и встречах. Но потом дело пошло невероятно интенсивно.

Работа начинается здесь, в Милане, где рождаются основные идеи новой коллекции. Миланский офис — молодой, энергичный, мы все увлечены одним и тем же, атмосфера просто прекрасная. Но производство сосредоточено в городе Квинто-Вичентино, откуда Pal Zileri ведет свою родословную. Многие люди работают здесь десятки лет, и я был очень впечатлен их профессионализмом. Разумеется, у нас разные точки зрения, но главное — понимание того, что мы работаем для одной цели. Я приношу скетчи, идеи, образы. И я знаю, что все вместе мы сможем отшлифовать их, сделать лучше.

— Как проходит ваш рабочий день? Вы трудоголик?

— Я всегда просыпаюсь в семь утра, выпиваю чашку кофе и иду в офис. Да, я работаю много: обычно не меньше двенадцати часов в день. Но это всегда очень разные дни. Нужно много встречаться с людьми, много ездить, нужно координировать связь множества частей компании — эта работа никогда не бывает рутинной.

— В вашем инстаграме античная архитектура, картины Анри Матисса и Джона Эверетта Милле, видного префаэлиты. Что вдохновляет вас больше всего?

— Очень важно понимать, кто вы и что за вами стоит. В Италии буквально все пропитано искусством. Для меня это главный источник вдохновения. Когда я задумываюсь о том, каким должен быть идеальный клиент Pal Zileri, то прихожу к мысли, что это всегда человек с похожей на мою системой координат. Его возраст не имеет значения. Важно желание узнавать мир, путешествовать, ценить искусство и историю.

