

Paco Rabanne Emanuel Ungaro KENZO Dior GALLERIA DOLCE GABBANA CHANEL
HERFELD SONIA RYKIEL LANVIN PARIS
GIORGIO ARMANI Pierre Cardin
VERSACE

100 ЗНАМЕНИТОСТЕЙ МИРА МОДЫ



Наталья Игоревна Вологжина
Ирина Александровна Колозинская
Ольга Ярополковна Исаенко
Валентина Марковна Складенко
100 знаменитостей мира моды
Серия «100 знаменитых»

Издательский текст

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=4926765

100 знаменитостей мира моды: Фолио; Харьков; 2006

ISBN 966-03-3310-2

Аннотация

«Мода, – как остроумно заметил Бернард Шоу, – это управляемая эпидемия». И люди, которые ею управляют, несомненно столь же знамениты, как и их творения.

Эта книга предоставляет читателю уникальную возможность познакомиться с жизнью и деятельностью 100 самых прославленных кутюрье (Джорджо Армани, Пако Рабани, Джанни Версаче, Михаил Воронин, Слава Зайцев, Виктория Гресь, Валентин Юдашкин, Кристиан Диор), стилистов и дизайнеров (Алекс Габани, Сергей Зверев, Серж Лютен, Александр Шевчук, Руди Гернрайх), парфюмеров и косметологов (Жан-Пьер Герлен, Кензо Такада, Эсте и Эрин Лаудер, Макс

Фактор), топ-моделей (Ева Герцигова, Ирина Дмитракова, Линда Евангелиста, Наоми Кэмпбелл, Александра Николаенко, Синди Кроуфорд, Наталья Водянова, Клаудиа Шиффер). Все эти создатели рукотворной красоты влияют не только на наш внешний облик и настроение, но и определяют наши манеры поведения, стиль жизни, а порой и мировоззрение.

Содержание

АЗЗАРО ЛОРИС	6
АЛАЙЯ АЗЗЕДИН	14
АНДРЕЯНОВА ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА	23
АРМАНИ ДЖОРДЖИО	33
БАЛЕНСИАГА КРИСТОБАЛЬ ЭЙСАГУЭРЕ	43
БАЛЬМЕН ПЬЕР	52
БЕНЕТТОНЫ	62
БУРДА АННА МАГДАЛЕНА (ЭННЕ)	73
БЬЯДЖОТТИ ЛАУРА	82
БЭНКС ТАИРА	90
ВАЛЕНТИНО КЛЕМЕНТИ ЛЮДОВИКО	98
ГАРАВАНИ	
Конец ознакомительного фрагмента.	100

**Валентина Скляренко,
Наталья Вологжина,
Ольга Исаенко,
Ирина Колозинская
100 знаменитостей
мира моды**

АЗЗАРО ЛОРИС

(род. в 1933 г. – ум. в 2004 г.)



Известный модельер и парфюмер, прославившийся своими нарядами для вечеринок и изысканными мужскими парфюмами. Наибольшей известности достиг в 1970-е годы прошлого столетия. Среди его клиенток были такие звезды кинематографа, как Софи Лорен, Клаудия Кардинале, Софи Марсо и Изабель Аджани.

Лорис Аззаро родился в 1933 году в семье итальянцев, проживавших в Тунисе, прекрасной стране, сочетавшей в себе Восток и Запад, поражавшей красотами побережья, изумительного по цвету и теплоте Средиземного моря, завораживающей песками Сахары и своей удивительной историей. Тунис называют восточным Парижем, поскольку здесь находится немало памятников архитектуры и искусства, а еще потому, что он долгое время находился под протекторатом Франции. Сюда со всего мира стекаются туристы, чтобы осмотреть развалины Карфагена, Медину, полюбоваться мечетями, минаретами, причудливой восточной архитектурой и насладиться тем дивным колоритом, что возник в результате сплава французской и арабской культуры. Как всякое курортное место, Тунис имеет особую атмосферу, пропитанную отдыхом и счастьем. Лорис Аззаро с детства дышал этим воздухом и впитал в себя дух праздника, который так наглядно проступает в одежде, которую он создавал. Мальчишка окружала любовь родных, такая же яркая, как тунисское

солнце. В доме семейства Аззаро царила атмосфера творчества. Бабушка с увлечением занималась рукоделием, сама моделировала и шила платья. Дед Аззаро был архитектором. Лорис мечтал пойти по его стопам, но к тому времени, как он подрос, финансовое положение семьи несколько ухудшилось и отец не смог оплатить его обучение в университете. Юноша серьезно увлекался изучением французского языка, истории и культуры Франции. Это увлечение позволило ему выдержать конкурсный экзамен на профессорское звание. В течение нескольких лет Лорис преподавал французскую литературу в школах Тулузы. Затем он поступил в Тулузский университет, где изучал, так же, как и основатель наибольшей компании по производству предметов роскоши Мучио Прада, политические науки.

В 1963 году Лорис Аззаро отправился завоевывать столицу мировой моды – Париж.

В 1965 году 32-летний Лорис основал собственный Модный дом. Кстати, он никогда не состоял в Синдикате парижской моды, основанном легендарным Чарльзом Воротом еще в конце XIX века, и не создавал коллекций от кутюр. Однако многие звезды экрана и шоу-бизнеса (такие как Брижит Бардо, Рейчел Уэлч, Тина Тернер, Николь Кидман и другие не менее известные женщины) любили заказывать у него наряды. А все потому, что Аззаро был рыцарем женственности, которого «вдохновляло любое проявление красоты, но прежде всего красота Женщины». Его наряды не для по-

вседневности. Это вечерние платья, платья для коктейлей и вечеринок, которые изготавливались из летящих, струящихся тканей, превращавших женщину в создание немного легкомысленное, элегантное и по-французски шикарное. Любимым цветом модельера был черный – он, по мнению Аззаро, придавал женщине особую неотразимость, драматичность и привлекательность. Модельер изготавливал не только платья, но также и аксессуары: туфли, шляпы и сумочки.

Аззаро составлял приятное исключение для мира моды, поскольку ценил женскую красоту не только на подиуме, но и в жизни. Он был настоящим мужчиной: сильным, умным, великодушным и, конечно, талантливым. На вопросы журналисток: какой цвет будет самым модным в следующем сезоне? – он всегда галантно отвечал: «Тот, который вам больше идет, мадам».

В 1975 году Аззаро представил свой первый аромат для мужчин Azzaro Couture Pour Homme, который вскоре стал классикой. Первые ноты этого аромата обдадут вас свежестью лаванды и герани, затем плавно перетекают в сладковатые и волнующие запахи пачулей и сандала, и завершают композицию ветивер и кардамон.

Если вы спросите ученого-одоролога¹, что такое духи, то он многое сможет рассказать. Например, следующее: духи – это спиртовые или водно-спиртовые растворы душистых веществ. На свете существует 35 тысяч веществ, из которых

¹ *Одорология* – наука о запахах.

можно изготовить духи. В среднем в состав композиции входит от 15 до 60 различных веществ. Для получения парфюма кристаллические душистые вещества растворяют в одном из жидких труднолетучих компонентов. Этот процесс, называемый экстрагированием, может занимать от нескольких часов до года. Душистые вещества делятся на синтетические и натуральные, которые, в свою очередь, подразделяются на растительные и животные. К первой группе относятся эфирные масла, бальзамы, смолы и вытяжки из растений. Ко второй группе – мускус, продукт деятельности желез самца небольшого оленя – кабарги; цибетин – выделения желез дикой африканской кошки и амбра – продукт жизнедеятельности кашалота. В настоящее время практически все душистые вещества можно получить искусственным путем. Однако исследования показали, что для того чтобы духи действовали как афродизиак, они обязательно должны содержать натуральные вещества животного происхождения.

Об одном не сможет рассказать ученый: какие компоненты брать и в каких количествах их необходимо смешивать, чтобы получить неповторимый запах, который очарует мир. Аззаро знал этот секрет и как никто другой понимал магию аромата. Кутюрье делал свои парфюмы для мужчины, который любит и любим. Аромат его духов повествует историю ожидания и долгожданной встречи. Аззаро говорил: «Самые удивительные сюрпризы в моей жизни связаны с неожиданными встречами». Когда вдыхаешь запах нового парфюма

«Визит», почему-то сразу вспоминаются строчки Ахматовой:

...И только в двух домах
В том городе (название неясно)
Остался профиль (кем-то обведенный
На белоснежной извести стены),
Не женский, не мужской, но полный тайны,
И, говорят, когда лучи луны —
Зеленой, низкой, среднеазиатской —
По этим стенам в полночь пробегают,
В особенности в новогодний вечер,
То слышится какой-то легкий звук...

В 1992 году Модный дом Аззаро начал выпускать линию мужской одежды. Обычно модельеры сначала работают над одеждой, а затем дополняют ее парфюмом. У Лориса все произошло наоборот. Костюмы его торговой марки, выпускаемые для мужчин, такие же элегантные и романтичные, как и аромат его духов.

В 1996 году появляется еще один культовый аромат — Chrome, который имеет волнующий древесно-океанический букет.

Миллениум ознаменовался для фирмы Аззаро небольшим скандалом. Жену кутюрье — Мишель — обвинили во вмешательстве в личную жизнь клиенток и приговорили к условному заключению на четыре месяца и штраф в раз-

мере 100 тысяч франков. Скандал начался после того, как Мишель, которую Аззаро называл «мой Наполеон», уволила сотрудницу компании, пытавшуюся выяснить, каким образом на ее рабочем месте появилось подслушивающее устройство. Обиженная женщина обратилась в полицию. В результате разбирательства выяснили, что ателье Лориса буквально напшиговано всяческими «жучками» и прочими средствами шпионажа, о которых сам модельер ничего не знал. Всезнающая пресса утверждала, что такое пристальное внимание объясняется не чрезмерной заботой о безопасности компании, как это пыталась представить в суде Мишель, а обычной ревностью супруги к именитым клиенткам. Жену кутюрье можно понять. Они были очень красивой парой, а Лорис и в свои преклонные годы смотрелся просто великолепно. Сухощавый, подтянутый и загорелый, с лицом средневекового итальянского аристократа и яркими живыми глазами. В браке у них родилось двое детей, которые подарили им трех внуков.

В конце 1990-х годов пост творческого директора Модного дома Аззаро заняла его дочь Беатрис.

В 2004 году главой Модного дома Аззаро стала 31-летняя Ванесса Стьюворт. Этот выбор был не случаен. Стьюворт – известный лондонский дизайнер, по происхождению аргентинка. Ее мать работала в бутике Аззаро. Девушка, иногда забегавшая в магазин после школы, была настолько очарована шармом одежды Аззаро, что решила стать дизайнером.

Вот что она сама говорит об этом: «Моя мать работала в магазине Loris Azzaro в восьмидесятых годах. И со времен моей юности его модели произвели на меня неизгладимое впечатление. Меня всегда привлекал гламур семидесятых, мне кажется совершенно естественным продолжить творения в стиле Аззаро. Фактически – это совершенство моей работы». Ванныса девять лет проработала в Доме Шанель, а затем на протяжении двух лет совместно с Томом Фордом разрабатывала коллекции для Ив Роша. Созданная Стьюворд коллекция осень/зима – 2004/2005 года отвечает духу Дома Аззаро и уже привлекла новых клиентов, среди которых Клаудия Шиффер и Кейт Бейсинкел.

АЛАЙЯ АЗЗЕДИН

(род. в 1940 г.)



Знаменитый дизайнер родом из Туниса, живущий в Пари-

же. Модельер, получивший титул King of cling – Король облегающего – за свои чувственные и сексуальные модели из кожи и стрейча, обтягивающие женскую фигуру, словно вторая кожа. Кумир 1980-х, он всегда знает, как можно выгодно показать женское тело. Он не любит, когда его называют дизайнером, и предпочитает термин bâtisseur, что значит «конструктор». И хотя формально Алайя не является кутюрье, поскольку не создает одежду класса от кутюр, именно его многие считают духовным преемником Ив Сен-Лорана.

Имя этого человека, творения которого сегодня известны во всем мире, у нас мало кто может назвать. Он окружил свое прошлое флером таинственности, и даже на вопрос о возрасте иронично замечает: «Я ровесник фараонам». Известно только, что родом он из Северной Африки, на свет появился в Тунисе не то в 1939, не то в 1940 году. Его родители держали ферму, на которой выращивали пшеницу. Воспитанием мальчика занимались бабушка и дедушка. Существует полулегенда, что с миром моды его познакомила нянька-француженка, которая однажды показала Аззедину журнал Vogue. Может быть, именно этот журнал подтолкнул Алайю поступить в Школу изящных искусств (L'Ecole des Beaux Arts) в Тунисе на отделение архитектуры, где юноша изучал не только архитектуру, но и скульптуру, которая стала его любимым предметом. Здесь он впервые узнал о фор-

ме человеческого тела и увлекся созданием скульптур. Заинтересовавшись модой, Аззедин занялся исследованием дизайна одежды своих любимых кутюрье – Мадлен Вионне и Кристобаля Баленсиаги. Вторая легендарная история из этого периода жизни будущего модельера – об еще одной случайности, сыгравшей свою роль в дальнейшей карьере молодого человека. Однажды, направляясь, как обычно, в Школу изящных искусств, Алайя заметил в витрине небольшого ателье объявление. Ничего особенного – приглашение на работу на должность помощника портного для подшивания подолов. Взяв несколько уроков шитья у своей младшей сестры, Аззедин получил эту вакансию и стал работать в ателье.

В 1957 году Алайя приехал в Париж, чтобы продолжить образование. Ему нравилась скульптура, и он хотел ее изучать. Однако ему сначала пришлось найти источник дохода. По рекомендации одного из знакомых он сразу же устроился работать у Диора. Однако сделать карьеру в знаменитом Доме моды ему не удалось – уже через пять дней юноша был уволен. Следующие два года его жизни были тесно связаны с Модным домом Ларош, где Аззедин стал помощником самого Ги Лароша. Именно здесь он, по его собственному признанию, познал секреты от кутюр. Потом были два месяца работы у Тьерри Мюглера, законодателя авангардной моды. А затем, до 1960 года, Аззедин Алайя служил управляющим у одной французской маркизы, пока его не пригласила графиня Николь де Блежье. Целых пять лет молодой человек

занимался моделированием и созданием одежды для графини и ее окружения, а в 1965 году, почувствовав, что способен на большее, Аззедин открыл собственное дело. Нельзя сказать, что к нему сразу же пришла известность, но среди его клиентов встречались уже такие знаменитости, как звезды Голливуда Грета Гарбо и Клодетт Кольбер. Одна из его клиенток проложила Аззедину путь в светский Париж и начинающий модельер стал посещать элитные столичные салоны, где познакомился с Андре Мальро, Сальвадором Дали, Орсоном Уэллсом и Луи Арагоном.

Небольшое ателье Алайи разрасталось, но почти 15 лет оставалось лишь ателье. Аззедин работал скромно – у него не было собственного магазина, он не участвовал в традиционных показах мод, ему не было никакого дела до Синдиката Высокой моды Парижа, наконец, он не обзавелся даже торговой маркой. Он не думал о рекламе, клиенты находили его сами. К концу 1970-х годов близкие друзья модельера, среди которых был и Тьерри Мюглер, убедили его заняться модой. Затем было несколько «прорывов», например в 1979 году, когда в журнале «Депеш мод» появилась фотография плаща и костюма прет-а-порте, созданных модельером с применением новых технологий.

Однако первая коллекция Аззедина появилась только в 1980 году. К этому времени он уже стал культовой фигурой в мире моды. Кожаные и замшевые модели, плотно облегающие тело, короткие черные платья с множеством молний

и заклепок уже стали его фирменным стилем. Алайя всегда мечтал заниматься скульптурой, и теперь он стал «скульптором моды», как его часто сейчас называют. «Основа всей моды – это тело», – считает модельер. Его модели, максимально обтягивающие женскую фигуру, подчеркивали все ее достоинства и заставляли избавляться от недостатков. В 1980-е, когда в мире царил культ тела, когда на гребне модной волны были аэробика и культуризм, Алайя появился как раз вовремя. «Женщинам отпущен очень короткий срок, чтобы гордиться своим телом, и его надо использовать до конца», – говорит дизайнер.

Показ первой коллекции отличался оригинальностью. Дефиле было устроено в собственной квартире модельера. Не было музыки, топ-модели работали почти в «экстремальных» условиях, переодеваясь в одной из комнат и делая макияж в ванной. Но, несмотря на все это, показ привлек всеобщее внимание, а Алайя в одночасье стал знаменит. Еще год спустя появилась марка «Аззедин Алайя». А с 1982 года начинается триумфальное шествие Аззедина по Америке и Европе. Один за другим открываются бутики в Беверли-Хилз, Чикаго, Лос-Анджелесе, Сан-Франциско, Токио, Лондоне, Женеве. А в 1985 году Алайя получил сразу два «Оскара» за свои модели.

У модельера стали одеваться знаменитости. Среди них – певица Грейс Джонс, редактор модного журнала Vogue Грейс Коддингтон, Тина Тернер, Арлетти, поэтесса Луиза де Виль-

морен и даже мадам Миттеран, супруга президента Франции.

В 1985 году знаменитая Грейс Джонс появляется на церемонии вручения «Оскара» в наряде от Алайи. Это платье ярко-малинового цвета вошло в историю моды XX века и увековечило имя его создателя. Аззедин, который изобрел для него специальную ткань с лайкрой, впоследствии получил за него титул King of cling – Король облегания.

Теперь Алайя обратился не только к коже, но и к стрейчевой ткани, лайкре, ажурной ткани с рисунками, напоминающими татуировки, и латексу. В своих моделях он часто использовал спиралевидные швы, которые зрительно улучшают фигуру, удлиняя ноги, подчеркивая талию и поддерживая бюст. Один из секретов модельера – в умении сделать разрез нужной формы и направления. За счет специальной ткани и искусной ее драпировки Аззедин Алайя достигает эффекта полного облегания, когда одежда словно становится второй кожей на теле человека. Он почти что волшебник. «Вместе с платьем от Алайи, – говорят в мире моды, – вы надеваете идеальную фигуру – тонкую талию, высокую грудь и бедра». Представляя свои модели, он почти не использует аксессуары – чтобы не отвлекать внимания от главного – идеальных линий костюма.

При этом Аззедину многое прощается. Он – один из тех, кто может делать то, что ему хочется, а не то, чего от него ожидают. Он не хочет подчиняться никаким правилам Син-

диката, провозглашая свою независимость от него. Он не делает сезонных коллекций. «Я вообще не понимаю, что это значит, потому что не различаю одежду по сезонам, – говорит он. – Я показываю коллекцию в тот момент, когда считаю ее готовой». Поэтому он или вообще не показывает коллекций, или представляет по четыре в сезон. А в Неделях Высокой моды совсем не участвует.

В начале 1990-х годов Аззедин неожиданно исчезает из поля зрения ценителей моды. С 1992 года он перестал принимать участие в любых публичных показах. «Ателье по горло занято частными заказами», – объяснял модельер свой уход из Высокой моды. В это время среди его клиентов остаются Мелани Гриффит, Шер, Ума Турман, Стефани Сеймур, Мадонна, Сигурни Уивер и другие знаменитости. Но широкие массы постепенно забывают о нем.

Только почти десятилетие спустя Аззедин Алайя снова вернулся в мир моды и вернулся триумфально. В июне 2000 года он представил первую после длительного перерыва коллекцию одежды, которая немедленно разошлась по самым знаменитым бутикам мира. Коллекция, в которой были представлены плиссированные длинные юбки из кожи и соблазнительные шерстяные костюмы-двойки, привлекла внимание Патрицио Бертелли, владельца группы Prada. Новость о том, что контрольный пакет акций Дома моды Аззедина Алайя был продан, на долгое время стала главной в мире моды. Алайя, который славился своей независимостью, ко-

торый незадолго перед тем заявлял, что никогда не продаст свое имя – и вдруг такое... Сам Алайя объяснял все тем, что сегодня практически невозможно существовать в качестве независимого дизайнера: «Надо быть крепким орешком, в противном случае вы рискуете однажды обнаружить, что все, вплоть до тканей, заблокировано крупными компаниями. Молодому дизайнеру даже приличных моделей для примерки трудно найти».

По словам самого дизайнера, его творческая независимость по контракту соблюдается, иначе он никогда бы не согласился на подобную сделку. «Если мне кто-то говорит, сколько вещей должно быть в коллекции, я перестаю сообщать. Я не способен даже придумать, как подшить подол». А на случай, если вдруг Бертелли начнет давить на него, у Аззедина есть вариант. «Если он начнет хитрить, я пожалуюсь его жене, вечером она ему откажет, и все снова пойдет отлично. Женщины всегда мне покровительствовали», – говорит маэстро.

Алайя снова полон планов на будущее. Сейчас он работает над созданием нового аромата и запуском линии очков. Он, как обычно, мало спит, работая почти до утра и делая перерыв всего на несколько часов в сутки. Он любит свою работу. Несмотря на свои порой авангардные модели, он сам – консерватор. Наоми Кэмпбелл, которую Алайя когда-то давно вывел «в люди» и которая называет его ласково «папа», утверждает: «Слава его ничуть не изменила». Аззедин не ме-

няет своих привычек и привязанностей. «Даже если бы у меня совсем не было денег, я не чувствовал бы себя несчастным, – уверяет он. – Я могу жить на чердаке. Я не привязываюсь к вещам и всякий раз, когда теряю что-нибудь, говорю себе: вот здорово – будет больше свободного места». А на вопрос о том, как он относится к своему успеху, Алайя отвечает: «Мне наплевать. Моя жизнь от этого не изменилась».

АНДРЕЯНОВА ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА

(род. в 1962 г.)



Известный российский художник-модельер, основатель и глава собственного Дома моды, одновременно – художественный руководитель предприятия «Президент-Сервис» Управления делами президента Российской Федерации. Член Ассоциации Высокой моды России. Победительница множества конкурсов, обладательница главного приза в номинации «Городское платье» на конкурсах «Платье года» в 1995 и 1997 гг., Гран-при «Серебрянная туника» (1997 г.) и высших наград Недели Высокой моды в Москве – двух «Золотых манекенов» (2000 и 2001 гг.). В 2001 г. была признана «Модельером года» на конкурсе «Лица года» и «Самым светским модельером» в конкурсе «Алые паруса».

Виктория Андреевна родилась в 1962 году в Москве. Ее отец, Владимир Илларионович Токмань, был главным редактором молодежного журнала «Студенческий меридиан», мать, Валентина Яковлевна, работала в отделе ЦК инструктором. Вита и ее младшая сестра Катя росли в дружной семье, в атмосфере любви и доброжелательности. «Когда кто-то заболел, – вспоминает Виктория, – мама взбивала большие подушки и приносила бульончик, что-то вкусное, поила чаем, соком. И всегда была рядом». Девочек с детства приучали к труду. Родители часто приходили домой поздно, и все домашнее хозяйство было на детях. Девочки рано потеряли отца – Владимир Илларионович умер, не дожив до 40

лет. Тогда Вита училась в шестом классе, а Катя – в первом. После его смерти к Токманям приехала бабушка, которая тоже умерла через год, и Валентине Яковлевне, которой тогда было 36 лет, пришлось «поднимать» детей самой. Чем могли, ей помогали друзья отца, которых было очень много и которые до сих пор собираются в их старой квартире – бывает, и по 60 человек.

А тогда мама наряжала девочек в красивые белые блузки и плиссированные юбочки, модные лаковые туфли. Может быть, именно отсюда любовь будущего модельера Виктории Андреяновой к красивой и практичной одежде. Начиналось же все с рисования в школьных тетрадях принцесс и нарядов для них. Потом потихоньку Вита стала что-то кроить и шить, сначала на своих кукол, а потом и на себя. Тогда же появился и интерес к костюму, начало которому положила семейная реликвия – свадебный убор крепостной крестьянки.

Виктория буквально бредила театром и после восьмого класса поступила в Московское театрально-художественное училище на художественно-костюмерное отделение, где просто училась шить. «На моем счету, – вспоминает сейчас Андреянова, – километры пришитых оборок, и все приемы, технологии, крой я вынесла оттуда. Это тот багаж, который всегда со мной». Здесь она научилась не только хорошо шить, но и изобретать. Ей все время хотелось выглядеть модно, и она сшила себе кожаное пальто из распоротых боксерских перчаток. Когда очень популярны стали «дутые» курт-

ки, из подушки и кусков «болоньи» Виктория создала себе модную курточку. Она шила из лоскутков и перелицовывала старые вещи – «и даже страшно представить, сколько километров строчек сделала!»

Дипломной работой Виктории стали костюмы княжны Мстиславской и царицы Ирины для спектакля Малого театра «Царь Федор Иоаннович». Закончив училище с красным дипломом, девушка решила учиться дальше и поступила в Текстильный институт им. Косыгина. «Грандиозных амбиций в тот момент, когда я выбирала специальность, не было, – вспоминает Виктория. – Мне просто нравилось это ремесло». Учиться в институте ей было очень легко – сказывалась хорошая школа, которую она уже прошла. Однако скоро девушка поняла, что театр – это не то, чем она хотела бы заниматься в жизни (хотя в своем творчестве она еще не раз обратится к своему первому увлечению, создавая костюмы к спектаклям).

На зимних каникулах 20-летняя студентка Виктория отправилась в подмосковный дом отдыха, где познакомилась с Юрием Андреяновым, аспирантом Московского физико-технического института. Он был старше ее на три года. В мае следующего года Юра сделал ей предложение, а в августе они сыграли свадьбу.

Через год после свадьбы родилась дочь Юля. Но Виктория учебу не бросила. Не выдержал Юрий. «Вы думаете, это сейчас самое главное в жизни?» – с горечью задал он во-

прос Валентине Яковлевне, которая перед очередной сессией принесла дочери, лежащей в больнице на сохранении, мешок учебников. Немного посидев с ребенком в декретном отпуске, Виктория снова вся ушла в учебу. Юлю называли «коллективным ребенком», потому что ее воспитывали все – обе бабушки, дедушка и даже подруги.

Окончив в 1989 году Текстильный институт с красным дипломом, Андреянова приняла приглашение работать в Центре моды России. Спустя всего год недавняя выпускница стала его ведущим художником.

Одним из поворотных моментов в творческой биографии Виктории Андреяновой стала рабочая командировка в Сингапур и Индонезию в 1991 году в рамках программы обмена опытом. Увидев, как там работают маленькие ателье со штатом по 10–15 человек, Виктория, по ее собственному признанию, «поняла, что такую большую и тяжелую индустрию, как наша легкая промышленность, очень трудно контролировать. А заниматься модой в столь громадных масштабах практически нереально. Мода – это скоропортящийся продукт, а у нас она становилась рутинной, потому что от создания образца до его внедрения на фабрике проходил год (по меньшей мере). Чтобы все это было модно и мобильно, целесообразнее делать дизайн-бюро и уже внутри заниматься этим делом».

Решив для себя, что и она хочет «вот так», Андреянова в 1992 году открыла собственное дело – дизайн-студию «Вик-

тория А». Первыми моделями студии стала коллекция дизайнера, которую на собственные деньги по разумным ценам выкупил у Центра моды ее муж. К этому времени Юрий ушел из науки в бизнес и занялся компьютерами. Скоро появились первые клиенты, хотя особой выгоды новое дело пока не приносило. Пока что на развитие студии шли деньги, заработанные Юрием.

А потом о Виктории заговорили. В 1995 году участие Андреяновой в конкурсе «Платье года» принесло ей победу и приз – «Золотую вешалку». Через два года ее коллекция на третьем конкурсе «Платье года-97» опять стала победителем. Виктории снова достался главный приз в номинации «Городское платье». В том же 1997 году модельер приняла участие в Неделе Высокой моды в Москве и получила Гран-при «Серебряная туника» за коллекцию «Путешествующая аристократка», которой модельер пыталась «возродить традицию аристократического удобного путешествия».

1997 год стал еще одной вехой в творческой жизни молодого модельера. Виктория Андреянова пошла на государственную службу – стала художественным руководителем Дома моделей, созданного на базе предприятия «Президент-Сервис» при Управлении делами президента Российской Федерации, обслуживающего высшие органы государственной власти. Как она утверждает, личный бизнес для нее – это «в большей степени удовольствие». Тут Виктория реализует свои «творческие амбиции». А работа в «Прези-

дент-Сервисе» – это совсем другое. «Здесь я должна иногда наступать на горло собственной песне и делать то, что нужно клиенту, – признается Андреевна. – Это тоже очень интересная сфера, потому что мне вообще интересно создать нечто симпатичное в узких рамках какой-то определенной задачи».

К этому времени сложился стиль Виктории Андреевны. Она предпочитает шить для женщин чуть старше 30 лет – это ее любимый возраст. Она считает идеальным костюм из дорогой натуральной ткани, который годится для любых случаев – начиная от деловых переговоров и заканчивая обычной вечеринкой в кругу друзей. В своих моделях она придерживается правила: «сомневаясь, воздержись». «Когда с модели убираешь все лишнее, – говорит модельер, – то остается совершенная форма и качественная ткань. Тогда получается шедевр. Я стараюсь делать вещь, в которой можно жить, даже если она экстравагантна и показывается с подиума...» Ее модели – просты, но изящны и гармоничны. «Я очень хорошо отношусь к авангарду, – признается Виктория. – Но больше люблю простые модели. Используя кутюрные ткани: шелк с металлом, шелк с мехом, пытаюсь адаптировать их к нормальной жизни. Я делаю вещи, в которых можно жить ярко и комфортно. Это мое правило».

С 1997 года Виктория ежегодно участвует в Неделе Высокой моды в Москве. Ее коллекции «Снежная баба» (1998 г.) и «Harry end!» (1999 г.) привлекли внимание. А 2000 год

снова принес ей победу. На VII Неделе Высокой моды Виктория Андреянова представила коллекцию «Осторожно! Женщина!», которая имела ошеломляющий успех и получила главный приз – «Золотой манекен». Эту коллекцию Виктория посвятила своей сестре, которая на тот момент ждала второго ребенка. До глубины души зрителей тронул финал выступления. Когда под звуки мелодии My Darling Baby на подиум вышла хрупкая девушка в свободном ситцевом платье с прижатой к животу огромной подушкой из того же ситца, символизирующей красоту материнства, зал заплакал.

Через год после «Осторожно! Женщина!» на Неделе Высокой моды в следующем году Виктория Андреянова выступила с новой коллекцией «Показательные выступления». Решив принять участие в Неделе, она собиралась «немного дистанцироваться от конкурса», расценивая свою коллекцию, по ее собственным словам, «именно как показательное выступление, так как в прошлом году уже получила “Золотой манекен”». Но когда на подиум вышли модели – девушки из сборной России по художественной гимнастике, зал пришел в восторг. Неожиданно даже для самой Виктории коллекция, получившаяся «энергетически невероятно заряженной», заняла первое место и принесла второй «Золотой манекен» ее автору. Андреянова стала пока что единственным российским дизайнером, которому удалось дважды получить высшую награду российской моды.

В 2003 году Виктория Андреянова стала победителем

конкурса на разработку новой форменной одежды для персонала Аэрофлота. Костюм в синих, оранжевых и серебряных тонах закатного неба настолько впечатлил компанию, что было решено даже изменить дизайн салона самолета в соответствии с новой цветовой гаммой.

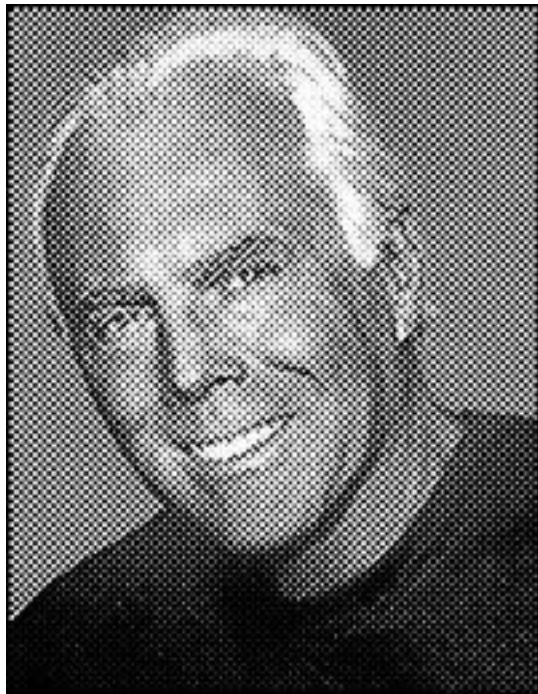
Сегодня Дом моды Виктории Андреяновой называют образцом семейного предприятия. Вместе с Викторией до сих пор работает Юрий, хотя они расстались уже давно, прожив вместе десять лет. Тогда в жизни Виктории появился новый мужчина. «Если бы мне раньше сказали, что со мной такое может быть, – говорит Виктория, – я бы не поверила. Потому что считала, что выходить замуж нужно один раз в жизни». Ее второй муж, Андрей, химик по образованию, тоже никогда не собирался заниматься модой. Однако теперь он – один из ближайших помощников и советчиков Андреяновой. Он отвечает за рекламу Дома моды и занимается компьютерной графикой. Кроме того, именно на нем лежит груз забот об их доме и детях, особенно о младшей дочери Лизе. Когда она появилась на свет, Виктория была уже чрезвычайно занятой женщиной. Весь день накануне родов она провела в студии, разрабатывая новую коллекцию, да и потом сразу же вернулась на работу, не пробыв в декрете ни дня. Виктория во всем может положиться на своего мужа. Андрей надежно защищает все тылы. Несмотря на большую загруженность на работе, он все же чаще бывает дома, и все вопросы, связанные с хозяйством, решает сам. Если бы не он, считает Вик-

тория, она вряд ли смогла бы так комфортно работать.

В семейный модный бизнес вовлечена и старшая дочь Юлия, которая нередко сопровождает Викторию в деловых поездках. Сейчас Юля учится в Академии народного хозяйства им. Плеханова по специальности «Деловое администрирование». «Мы решили выращивать своего директора, – говорит В. Андреянова. – Она очень организованный человек, у нее хорошо получится». А преемником мамы станет, скорее всего, Лиза, считает сама Виктория. Это, правда, вызывает опасения у старшей сестры, которая обладает строгим английским вкусом, в отличие от маленькой Лизы, которой пока что нравится «все, что больше блестит»: «Ты представляешь, я буду директором Дома, а вдруг она станет модельером? Что я буду с ней делать?» Однако Виктория Андреянова, вся жизнь которой опровергает бытующее мнение, что карьера и любовь несовместимы, довольна: «Мне кажется, при такой семье, как у меня, при таком понимании друг друга можно иметь этот бизнес».

АРМАНИ ДЖОРДЖИО

(род. в 1934 г.)



Легендарный итальянский модельер, имя которого из-

вестно даже тем, кто не интересуется модой. Начав карьеру относительно поздно – почти в 40 лет, он стал символом элегантности и хорошего вкуса в одежде. «Великолепный Джорджио», «рыцарь блейзеров», он почти всегда чуть-чуть, хоть на полшага, но опережает весь остальной мир моды. Его профессиональные достижения были неоднократно отмечены. Джорджио Армани – обладатель множества самых престижных титулов, среди которых – «Человек года», «Лучший модельер мира», «Gran Cavaliere Della Repubblica» и высшая награда Италии – «Commendatore Dell Ordine Al Merito Della Repubblica». Он стал лауреатом премии Совета модельеров Америки (CFDA) «За высочайшие достижения» за вклад в развитие искусства и моды. В 1991 году этот врач-недоучка стал почетным доктором искусств лондонского Королевского колледжа искусств (Royal College of Art). В 1996 году известный театральный режиссер Роберт Вилсон создал грандиозное шоу «История Джорджио Армани» (GA. Story), посвященное творческой деятельности знаменитого кутюрье. А к 25-летию творчества модельера нью-йоркский музей Гуггенхайма, один из самых престижных центров современного искусства в мире, продемонстрировал экспозицию его моделей. Это тем более почетно, что Армани стал первым и единственным модельером, чьи работы представлял этот музей.

Джорджио Армани родился 11 июля 1934 года в неболь-

шом городке Пьяченце на севере Италии неподалеку от Милана. Он был одним из троих детей в обычной итальянской семье. Еще в детстве, выпавшем на тяжелые военные годы, маленький Джорджио получил первые уроки эстетики в одежде. Он любил наблюдать, как в скромных бело-черных выходных костюмах шли в церковь его соседи, такие же труженики, как и его родители. Эти два цвета – белый и черный – впоследствии и лягут в основу всего творчества Армани, сделав его знаменитым.

Через какое-то время жизнь Джорджио изменилась. Его отец получил место директора транспортной фирмы в Милане, и семья Армани переехала в город. Если бы тогда мальчику кто-нибудь сказал, что его имя станет легендой в мире моды, он, понятное дело, ни за что бы не поверил. Джорджио мечтал о другом. Окончив школу, он решил стать врачом-терапевтом и поступил на медицинский факультет Миланского университета. «В обычной провинциальной семье сын должен был стать юристом или врачом, вот я и пошел в медицинский», – вспоминает Армани. Но уже после второго курса юноша понял, что выбрал не тот путь и быть врачом – не его призвание.

Бросив университет, Джорджио стал помощником фотографа, а потом пошел в армию. Надежды родителей на то, что после службы их сын все же получит медицинское образование, не оправдались. Вернувшись домой, Армани в 1957 году устроился в крупнейший миланский универмаг «Рина-

сценте» (La Rinascente) простым подсобным рабочим. Очень быстро начальство заметило старательного молодого человека, и Армани стал подниматься по карьерной лестнице. Сначала ему поручили оформлять витрины магазина, а потом перевели на должность продавца и менеджера по закупкам одежды.

Работа в магазине стала хорошей наукой для будущего модельера. «Никакой формальной школы у меня нет, и все же моя школа лучше, чем у многих», – заявляет Армани. И действительно, каждодневно работая с одеждой и покупателями, он «учился отличать по-настоящему элегантные вещи от дешевого ширпотреба, как губка, впитывал азы портновского искусства, пытался разобраться в том, по каким законам те или иные вещи входят в моду или объявляются устаревшими». «Там я понял, что такое индустрия моды и чего люди ждут от дизайнеров», – говорит кутюрье. Тогда его привлекал английский стиль: «В то время, в конце 60-х, Англия была крупнейшим центром моды. Пока я работал в “Ринасценте”, мы частенько ездили в Лондон – просто чтобы познакомиться с новейшими тенденциями в моде. Мы бродили по улицам, по магазинам и с жадностью все запоминали».

Во время очередных закупок в 1964 году Армани познакомился с Нино Черрути, влиятельным на тот момент итальянским модельером, который пригласил молодого человека к себе на работу. Семь лет Джорджио разрабатывал модели мужской одежды прет-а-порте для Дома Cerruti. По-

пробовав себя в создании собственных коллекций, Армани в 1970 году расстался с Нино и пустился в «свободное плавание». Еще несколько лет модельер работает freelance-дизайнером для различных Домов моды, в том числе для таких корифеев, как Эммануэль Унгаро и Эрменеджильо Зенья.

1975 год стал решающим в карьере Армани. В этом году он вместе со своим другом Серджио Галеотти создал собственную фирму Giorgio Armani S.P.A. Для этого, правда, пришлось продать старенький «фольксваген». Средств было так мало, что для первой коллекции модельер даже рисовал шариковой ручкой горошки по белому льну, поскольку цветная ткань стоила гораздо дороже. Коллекции мужской и женской одежды прет-а-порте под маркой Giorgio Armani, появившиеся на свет в 1975 году, сразу же привлекли к себе внимание простым кроем, благородными тканями и расцветками. «Когда я только начинал работать в модном бизнесе, – говорит кутюрье, – то старался уследить за всем, что происходило в обществе. Я пытался отразить в моде феминистское движение, которое набирало силу в странах Запада. Еще до меня то же самое делала Коко Шанель, однако после нее мало кто обращал внимание на потребности времени». Изюминкой первой коллекции Армани для женщин стал блейзер мужского фасона, благодаря которому журнал Time поместил на обложке одного из номеров фото дизайнера. До него среди модельеров только Кристиан Диор был удостоен такой чести.

В конце 1970-х – начале 1980-х на смену хиппующей молодежи пришли яппи – «дети больших городов», которые предпочитали носить двубортные костюмы и строгие галстуки. Армани подхватил эту идею и развил ее дальше. Он сделал ставку на элегантность и более мягкие материалы, подобрал необходимые аксессуары – узкий кожаный галстук и ботинки из цветной кожи. Джорджио сделал своим фирменным стилем минимализм, простоту и изысканность. Он создал три «золотых правила моды»: «исключи излишки, придай одежде комфорт и сделай простоту элегантной». «Это была практичная, носимая одежда, а не обложка глянцевого журнала – прямая противоположность французскому люксу», – говорит кутюрье о своих первых коллекциях. Его любимой моделью стал классический костюм, а любимым цветом – серо-бежевый, который благодаря Джорджио даже получил специальное название – greige. Кроме greige в коллекциях художника преобладают белый, черный и красный.

Опираясь на классику, Армани совершенно преобразил женщину. На основе мужского пиджака он создал стильный женский – всего лишь чуть наметив талию, немного больше открыв грудь и предложив в комплекте с ним полупрозрачную блузку. Потом он произвел революцию в вечернем женском костюме, предложив в паре с ним удобные туфли на низком каблуке или на плоской подошве.

«Я дал женщинам практичную одежду, в которой они могли жить и работать, не испытывая особых сложностей, – го-

ворит модельер. — Разумеется, поскольку потребности моих клиенток менялись со временем, мой стиль тоже менялся. Сначала они хотели завоевать свое место в офисе, а для этого требовались костюмы, немного напоминавшие мужской стиль. Затем, когда завоевание рабочего места было закончено, стиль смягчился, стал элегантнее и женственнее». И женщины оценили стиль от Армани. Первой среди знаменитостей, начавшей одеваться у итальянского кутюрье, стала «самая модная женщина на планете» Марлен Дитрих. Затем на обложке одного из глянцевого американских журналов в костюме от Армани появилась Мишель Пфайфер.

А потом на Армани обратил внимание Голливуд. Покорение этой вершины началось для модельера с выходом в свет картины «Американский жиголо» (1980 г.), в котором молодой Ричард Гир появился в костюме от Армани. С этого момента вот уже почти четверть века итальянский кутюрье принимает заказы от звезд Голливуда. Среди его клиентов — Брюс Уиллис, Арнольд Шварценеггер, Ричард Гир, Гвинет Пэлтроу, Джон Траволта, Роберт Де Ниро, Орнелла Мути, Джоди Фостер, Рассел Кроу, Ума Турман, Рикки Мартин, Денис Ричардз, Николас Кейдж, Мел Гибсон, Леонардо Ди Каприо, Джеки Чан. А в 1994 году даже произошел скандал, когда Софи Лорен, более 20 лет одевавшаяся у Валентино, вдруг предпочла ему Джорджио Армани. Ее появление в свете в строгом черном пиджаке, черной прямой юбке и ослепительно белой блузке с высоким воротником (после беско-

нечной череды широких юбок с рюшами и воланами и платьев с большими декольте) произвело фурор в мире моды и еще больше повысило репутацию кутюрье.

С Голливуда началось восхождение Армани. Но к моменту появления «Американского жиголо», фильма, с которого началась его всемирная слава, он уже создал линии Giorgio Armani Le Collezioni, Mani Uomo and Donna, Armani Junior, Armani Underwear, Armani Swimwear, Emporio Armani и Armani Jeans. Наладив выпуск одежды прет-а-порте, модельер с 1987 года стал разрабатывать линии духов, аксессуаров для гольфа, очков и часов. В конце 1980-х – начале 1990-х появились линии трикотажа и одежды для занятий лыжным спортом. После смены интерьера в миланском бутике у маэстро родилась идея разрабатывать дизайн интерьеров. На сегодня насчитывается 12 линий Дома Армани, рассчитанные на людей любых возрастов и разных финансовых возможностей.

Еще одним достижением Армани в 1990-х годах можно считать то, что он стал автором униформы для «Алиталии» – крупнейшей итальянской авиакомпании. В творчестве Джорджио следует своему кредо: «Мода не должна бросаться в глаза». Модельер считает, что самое сложное – это простота. Огромное значение он придает выбору ткани. «У одежды есть свой язык, внутренний голос, – считает кутюрье. – Одежда – это живопись и скульптура. Мы – художники, зодчие и портные». Он не понимает тех модниц, которые

покупают платье на сезон. Джорджио Армани уверен, что любая вещь обязана служить долго, она должна влюбить в себя своего владельца, чтобы тот сумел устоять перед искушением купить что-то новенькое. Именно поэтому он предлагает классику – то, что модно всегда и что к лицу всем – и молодым, и людям преклонного возраста, и худым, и полным. Однако Армани не стал конформистом. «Мне порой очень хочется снова совершить революцию, – говорит он. – Сделать нечто, в чем меня никто не сможет узнать». И время от времени кутюрье создает необычные для него коллекции – в японских, китайских, русских традициях. «Мне все время хочется доказать, что я могу по-другому, я чувствую себя заключенным в этой минималистской клетке».

Наверное, это нескромно, но Армани считает себя единственным из модельеров, кто делает одежду прет-а-порте класса люкс. Для него люкс – это в первую очередь качество. «Это как маленькая коробочка из дерева ценной породы, – говорит кутюрье. – Когда я был молодым, люкс ассоциировался исключительно с Hermes, а сегодня это понятие слишком коммерческое». Он любит повторять: «Мне всегда хотелось помочь мужчинам и женщинам чувствовать себя комфортно и уверенно в той одежде, которую они купили, а не делать моду ради моды. Я считаю, что стиль – это та единственная роскошь, которую можно себе позволить независимо от того, есть у тебя деньги или нет».

Сегодня Армани стоит во главе огромной империи, кото-

рую он создал своим трудом. После смерти друга и компаньона Серджио Галеотти он является председателем совета директоров и единоличным владельцем контрольного пакета акций холдинга Giorgio Armani S.P.A., что сейчас довольно большая редкость в мире моды, который прибрали к рукам крупные корпорации. На Giorgio Armani работают более 4000 сотрудников. Годовой доход от продаж достигает одного миллиарда долларов. Продукция Дома моды реализуется в 235 бутиках по всему миру.

Армани создает более 20 коллекций в год. Он может трудиться целыми сутками, почти без отдыха: «Я работаю как одержимый, пока коллекция не воплотится в те формы, которые мне хотелось ей придать». Не удивительно, что он сам называет себя «работоголиком», повторяя: «Мое любимое развлечение – работа». Когда Армани спрашивают, как ему при этом удается держать себя в прекрасной форме, он говорит: «Я много и быстро хожу. Занимаюсь спортом, поднимаю тяжести, работаю на тренажерах. Не переедаю, не курю, не пью. Пытаюсь спать столько, сколько нужно моему организму. И работаю, работаю, работаю. Вот вам и весь секрет. А еще я очень счастлив. Быть счастливым – это неперемное условие нашей жизни». Еще один секрет Армани – не останавливаться. «Какие планы? О, Мадонна! Жить – вот какие планы!» – улыбается Король Джорджио, человек, «за которым трудно угнаться».

БАЛЕНСИАГА КРИСТОБАЛЬ ЭЙСАГУЭРЕ

(род. в 1895 г. – ум. в 1972 г.)



Родившись в бедной рыбацкой деревушке, он одевал самых красивых, самых богатых и самых титулованных женщин своего времени. Его клиентками были королевы Испании и Бельгии, принцесса Монако, герцогиня Виндзорская, Полин де Ротшильд, Мона фон Бисмарк, Ингрид Бергман и Марлен Дитрих. У него начинали свою карьеру модельеры Андре Курреж и Оскар де ла Рента, Юбер Живанши и Эммануэль Унгаро. Легендарная Коко Шанель говорила о Баленсиаге: «Он единственный Кутюрье в прямом смысле слова – все остальные дизайнеры».

В книге Эриха Марии Ремарка «Жизнь взаймы» героиня на последние оставшиеся у нее деньги покупает пять платьев у Баленсиаги. Мол, гулять так гулять. Этот факт очень показателен и говорит о том, что на тот момент именно Баленсиага был недостижимой величиной и непререкаемым авторитетом в мире моды. Впрочем, его статус гения и новатора, поднявшего искусство кроя и шитья на совершенно иной уровень, вряд ли кто-либо будет оспаривать и сегодня. Даже коллеги никогда не отзывались о великом испанце иначе, как в превосходной степени, что вообще редко для их профессии. Большинство наиболее знаменитых в настоящее время модельеров называют его своим учителем. Такого признания, пожалуй, больше не было ни у кого. Тем не менее, когда у не профессионала спрашивают, кому бы он отдал пальму

первенства среди известных ему законодателей мод, фамилия Баленсиаги звучит крайне редко. А ведь его жизнь настолько удивительна, что о ней можно написать не одну книгу и снять не один фильм. Судите сами.

В 1895 году в маленькой баскской рыбацкой деревушке Гуэтария в семье моряка и швеи родился мальчик, которого нарекли Кристобалем. Испания в то время была, как всем известно, монархией. Возможно, наряды знати изредка посещавшей их бедные края производили на ребенка такое впечатление, что поселили в его сердце мечту создавать такую же красоту. Либо профессия матери наложила свой отпечаток. По крайней мере, она сделала это желание не беспочвенным (сын часто помогал ей в работе). Если вначале кто-то и сомневался, что Кристобаль ждет великое будущее, то вскоре у него эти сомнения отпали. Как именно произошла историческая встреча будущего кутюрье и красавицы маркизы де Касас Торрес, скрыло время. Известно только, что молодое дарование 13 лет от роду потрясло своими вполне зрелыми и профессиональными замечаниями именитую даму. Предметом разговора были стиль и манера одеваться. Маркиза даже снизошла до того, что показала мальчишке один из имевшихся у нее нарядов от кутюр. Более того, разглядев в нем талант, она заказала ему костюм для себя. И не прогадала. Парень с честью выдержал испытание. Представьте себе: дама из рода де Касас Торрес носила туалет, сшитый, говоря по-современному, пацаном! Это стало началом их долгого и

плодотворного сотрудничества, а затем и дружбы.

Уже через год покровительство знатной знакомой позволило Баленсиаге посетить Мекку мировой моды – Париж. Эта поездка дала Кристобалиу возможность приобрести совершенно неоценимый опыт. В 16 (!) лет, опять-таки не без помощи маркизы, он открывает свое первое ателье и не где-нибудь, а в Сан-Себастьяне. А в 1915 году там же Баленсиага создал собственный Дом моды. Через пять лет появились и именные салоны в двух вечно конкурирующих важнейших городах Испании – Мадриде и Барселоне. Великолепие королевского двора не могло не произвести впечатления на человека, посвятившего себя шитью (члены монаршей семьи были в числе клиентов). Возможно, именно в этом кроется многолетняя любовь дизайнера к дорогим тканям и аксессуарам. Это всегда делало его одежду очень дорогой, но он никогда не соглашался на какую-либо замену.

Начавшаяся гражданская война способствовала тому, что Баленсиага переехал из родной страны в соседнюю Францию, оказавшуюся очень гостеприимной. Его, конечно же, ждал Париж и поддержка целого ряда людей из деловых кругов. В столице моды Дом Баленсиага открылся в 1937 году. Его адрес известен всем знатокам и людям, просто следящим за модой, – авеню Георга V, № 10. Дело в том, что позже номер дома послужил названием для знаменитых духов, созданных Баленсиагой, – Le Dix (они были выпущены в 1947 году). На протяжении всей своей карьеры он до конца оста-

вался испанцем. Его мода была такой же пылкой, страстной и одновременно строгой и величественной. Модели дизайнера подчас напоминали полотна его великих соотечественников: только лучшие ткани, шлейфы, драпировки, воланы, богатая отделка и кружева. Феноменально, но при этом Баленсиага удалось стать великим французским кутюрье. Его слова, рассматриваемые многими как творческое кредо, цитировались уже, наверное, сотни раз самыми разнообразными изданиями и людьми. Он говорил: «Модельер должен быть архитектором в эскизах, скульптором в форме, художником в цвете, музыкантом в гармонии и философом в чувстве меры». Кристобаль Баленсиага следовал своим правилам, а не только декларировал их. В чем же секрет его успеха? В бесспорном таланте, невероятной работоспособности, постоянном везении или в чем-то еще?

Когда Баленсиага только начинал свою деятельность в Париже, было принято публиковать списки самых элегантных и одевающихся с наибольшим вкусом женщин. Большинство этих дам, конечно, были весьма известными. Но стоило им увидеть одежду испанского кутюрье, как они сразу в нее облачились. Средства массовой информации, само собой, не остались в стороне. Это нельзя назвать большой удачей дизайнера, скорее – это был закономерный результат его мастерства. «Баленсиага – это единственный модельер, который может нарисовать, выкроить, собрать и сшить платье от начала до конца», – говорила о нем Коко Шанель. И та-

кая модель действительно присутствовала в каждой коллекции мастера. Причем Баленсиага одинаково виртуозно кроил обеими руками. Ширпотреб его не интересовал, ему претила речь о какой-либо массовости модели. Главными для него всегда были интересы клиента. Так, например, работая на родине, Баленсиага всегда учитывал испанский менталитет и как бы адаптировал под него парижские веяния. Кроме того, он всегда очень трепетно относился к женщинам с нестандартной фигурой или с какими-либо недостатками. Он считал своим профессиональным долгом помочь им почувствовать себя красивыми. А уж не лишенная шарма дама в его одежде чувствовала себя просто королевой. «Первая примерка костюма от Баленсиаги смотрится точно так же, как третья от любого другого мастера», – утверждала Марлен Дитрих. Придание куску ткани вида произведения искусства было для кутюрье делом нескольких минут. Недаром созданные им платья контрабандой вывозили из оккупированного немцами Парижа.

После войны талант Баленсиаги раскрылся в полной мере. Обновленный, воскресающий и раскрепощенный мир требовал новой моды. И он ее получил. 1945-й и 1951-й стали годами творческих прорывов и побед дизайнера. Позже их назовут «революцией Баленсиаги». Какие же перемены принесли ветры, созданные великим испанцем? Итак. Какая бы одежда ни создавалась, угол ни при каких обстоятельствах не должен быть острым. Только округлые пуговицы, ворот-

ники (он ввел их впервые), кромки кружев, вырезы и вообще очертания. Максимум свободы – юбки чаще всего с запахом, шея открыта (это тоже было нововведением). Вечерние наряды шикарные, дневные – строгие. И с одной стороны, их сложность и эффектность, а с другой – простота. Особенно это ярко выражалось в покрое рукавов. У вечерних туалетов они были особенно пышными. Баленсиага также принадлежит изобретение рукавов на три четверти. Вообще, если говорить о первенстве, то тут испанский кутюрье мог бы без лишней скромности посоперничать с любым своим коллегой. Ему мы обязаны введением в моду широких плечей и приталенных лиффов, спущенной линией талии, жакетами и пальто в стиле «сак». Юбка-бочонок и платье-туника, блузки без воротника, платье-трапеция и платье-мешок – вот далеко не полный перечень плодов фантазии Кристобалья Баленсиаги. За творческие достижения 12 мая 1958 года он был награжден орденом Почетного легиона. А каким был в жизни этот человек – маг и волшебник на подиуме?

Личность Баленсиаги породила массу легенд и домыслов. Будучи человеком знаменитым, при этом он был совершенно чужд публичности. Крайне редко давал интервью и фотографировался, вообще вел уединенный образ жизни. Только очень малый круг посвященных был допущен к близкому общению с ним. Работал Баленсиага, как правило, молча, и ассистентам приходилось вырабатывать у себя умение угадывать желания мастера или даже предугадывать. Следу-

ет заметить, что это была для них очень хорошая школа и большинство из них стали фигурами не менее известными.

За показами своих коллекций Баленсиага наблюдал из-за занавеса, но сам на сцену не выходил. С 1957 года он запретил журналистам посещать их (беспрецедентный случай в истории моды), считая, что те могут сформировать неверное мнение покупателей, которые должны полагаться только на собственное суждение. Пресса знакомилась с коллекцией по прошествии восьми недель. Некоторые называли Баленсиагу аскетом, но близко знавшие его люди с этим, наверное, не согласились бы. Говорят, что среди своих он бывал не просто элегантным и раскованным, но и остроумным, подчас до язвительности. Наиболее метким в отношении мэтра является определение «денди-отшельник», данное однажды кем-то из журналистов.

Одежда для Баленсиаги была способом самовыражения, произведением искусства. Массовость готовой одежды переставала делать ее авторской и, по его мнению, убивала Высокую моду. И в 1968 году, после поездки в Соединенные Штаты, где он познакомился с производством готовой одежды, модельер принял решение не перестраиваться, а завершить свою деятельность, поскольку мог позволить себе не следовать законам рынка. Были закрыты салоны в Париже, Мадриде, Барселоне. На публике дизайнер появился в последний раз на похоронах великой Коко Шанель. Дело всей жизни было продано, себе он оставил только парфюмерную

отрасль. Сегодня ее владельцами являются Режин и Жак Конкьер. Сам Дом Баленсиаги с недавних пор принадлежит Gucci Group. После смерти своего основателя 24 марта 1972 года (в городе Валенсия) он постепенно угасал. В 1999 году руководство Домом взял на себя другой испанец – Николя Гескьер. У него получилось то, что не удавалось его предшественникам – вернуть величие марке Баленсиага. Она не просто возродилась, но и вновь обрела статус законодателя модных тенденций. Недавно на конкурсе Fashion Awards Совет модельеров США присвоил Гескьеру звание International designer of the year.

Кристобаль Баленсиага как-то выразился, что, мол, жизни модельера не позавидуешь, поскольку она скорее собачья. Но он прожил ее так, что заставил всех поверить в то, что она сказка.

БАЛЬМЕН ПЬЕР

(род. в 1914 г. – ум. в 1982 г.)



Основатель одного из самых знаменитых в мире Домов

моды.

Пьер Бальмен родился 18 мая 1914 года в горах Савойи, в городке Сен-Жан де Марьен. Отец его был самым крупным и успешным оптовым торговцем тканями в округе, а мать работала в модном бутике, который принадлежал ее сестрам. Когда на семью обрушилось несчастье – умер отец будущего модельера, – у мальчика сложились на удивление теплые отношения с мамой и тетками. Фактически Пьер вырос в магазине, который казался ему самым лучшим местом на земле, среди великолепных тканей, которыми он любил играть. Еще совсем маленьким Бальмен обращал внимание на покрой платьев покупательниц; одни вызывали у него искренний восторг, а другие – лишь легкое недоумение, а то и вовсе насмешку. Правда, свои эмоции малолетний «специалист» старался держать при себе – все же он был хорошо воспитан... Зато в конце дня мальчик охотно делился с матерью своими наблюдениями.

Франсуаза Бальмен не знала, стоит ли ей радоваться внимательности сына и его тонкому чутью дизайнера. Ведь больше всего на свете она хотела, чтобы Пьер стал военным хирургом... Однако душа будущего модельера никак не ощущала призвания «латать» чьи-то тела. Он собирался и дальше возиться с тканями – причем, с большим удовольствием. Так что, окончательно определившись с выбором профессии, юный Бальмен отправился в Париж, где собирался изу-

чать дизайнерское мастерство. Правда, такое решение не вызвало восторга его матери, считавшей, что «мода не является профессией». Пьеру, выдержавшему длительные словесные баталии с разъяренной родительницей, пришлось пойти на компромисс: мать соглашалась отпустить сына в Париж только в том случае, если он будет учиться архитектуре... Итак, Бальмен отправился покорять столичную Школу изящных искусств. Но уже будучи студентом, совладать с чертежами парень так и не смог.

Занявшись наконец любимым делом, молодой человек завел специальную записную книжку, в которую заносил зарисовки оригинальных моделей одежды. Неожиданно преподаватели заинтересовались работами Пьера, и в 1934 году он получил предложение поработать младшим художником у Молино. На раздумья студенту дали месяц, в течение которого ему следовало определиться: стоит ли и в дальнейшем тратить время на изучение архитектуры, или ему предназначен удел модельера. Естественно, архитектура получила решительную отставку.

У Эдварда Молино Пьер проработал два года, прекрасно зарекомендовав себя. У парня появились неплохие карьерные перспективы. Однажды молодой человек едва не опоздал на работу, увидев англичанку, одетую в костюм, в создании которого он лично принимал участие... В 1936 году его призвали на военную службу. Уходя в армию, Бальмен получил от своего наставника 500 франков и – что было зна-

чительно более важным – обещание сохранить за ним рабочее место. Пьеру повезло: его довольно быстро перевели в Париж, и большую часть свободного времени он проводил у Молино, занимаясь своими прямыми обязанностями.

Однако работодатель не сдержал слова, и после демобилизации Бальмен пополнил ряды безработных. Правда, не надолго. Уже в 1939 году он получил место у Лелонга. Когда же началась война, Пьер уехал из столицы и отправился в Акс-ле-Бэнс, где жила его мать, и стал помогать ей в недавно открытом магазине готового платья. Но Париж позвал молодого дизайнера к себе: в 1941 году снова заработал Дом моделей Люсьена Лелонга и тот предложил Бальмену совместно с другим молодым художником, Кристианом Диором, контролировать весь цикл создания новой коллекции. Естественно, перед таким предложением Пьер не устоял.

Мать, смирившись с тем, что ее сын уже никогда не станет ни врачом, ни архитектором, выплакала свое горе на скамейке в саду Тюильри во время одной из встреч с Пьером. А затем, утерев слезы, стала его самым близким другом, надежным соратником, внимательным и дотошным критиком. Возможно, если бы не мать, показ первой коллекции Бальмена вообще бы не состоялся. Дело в том, что накануне показа из сейфа исчезли 200 000 франков, сэкономленные именно для этих целей. Таких денег молодой дизайнер не мог больше найти нигде. И тогда Франсуаза Бальмен, не колеблясь, отдала сыну единственную фамильную драгоценность – до-

рогое кольцо... Показ состоялся, и, несмотря на некоторые скандальные моменты (во время дефиле в зале сцепились эрдельтерьер, которого должна была выводить манекенщица, и пудель одного из гостей; собак растаскивали буквально все присутствующие, включая прессу), журналисты единодушно отметили: на небосклоне моды зажглась новая звезда.

Дизайнеры на удивление быстро нашли общий язык. Работалось им вместе легко: в течение нескольких лет они настолько успешно дополняли друг друга, постоянно советуясь и обмениваясь идеями, что в результате о каждой конкретной модели коллекции нельзя было сказать, кто же, собственно, ее создал... Такое единодушие даже натолкнуло Диора и Бальмена на идею создания совместного Дома моды, но, к сожалению, этот проект так и не осуществился.

Вместо того чтобы и далее работать вместе с Диором, Бальмен в 1945 году открыл в Париже, на улице Франсуа, 1, собственный Дом моды. Уже 14 октября того же года он представил на суд столичных жителей первую маленькую авторскую коллекцию одежды, акцент в которой был сделан на брючные костюмы с жакетами из грубой ткани, присборенные на плечах кимоно, вечерние костюмы и узкие вечерние платья из тафты. Кроме того, в коллекции присутствовали пышные фантазийные наряды, отделанные искусственными ягодами и листьями, серебряной вышивкой и стразами. Модели Бальмена поразили парижан: модельер напомнил соотечественникам о яркости и пышности – о чем они

забыли в тяжелые военные годы. Так и остались работы Пьера символом роскоши, поскольку в представлениях молодого дизайнера платье являлось не просто красивой полезной вещью, а становилось предметом чистой красоты. Его модели представляли собой саму элегантность, грацию, стильность и нежность, воплощенную в шелке и шерсти, оттененную цветами, перьями и воздушными кружевами.

Бальмен сумел создать новый образ активной, элегантной, независимой женщины. Воплотившись в коллекции Julie Madame («Веселая мадам»), он почти сразу же стал признанным символом 50-х годов прошлого века. Одежда от Бальмена быстро завоевала популярность, а Гертруда Стайн (американская писательница и близкий друг Пьера) дала определение творчеству своего любимого дизайнера, заявив, что он создает «новый французский стиль».

Работая над очередной коллекцией, Бальмен сам много рисовал (у него был настоящий талант художника). Начиная модельер всегда с самых простых набросков, которые по мере построения коллекции усложнялись, оттачивались, выкристаллизовывались. Особенно любил Бальмен работать с мехом. В его моделях часто присутствовали элегантные пушистые акценты: на прозрачное вечернее платье из тюля он мог надеть пояс из норки, а длинное облегающее атласное платье дополнить леопардовой шейной горжеткой и такой же муфтой. Часто появлялись у него и горностаевые накидки, а бархотка из каракуля, расшитая жемчугом, вызвала на-

стоящий ажиотаж в мире моды. Обилие вышивки также было привычным в коллекциях этого дизайнера. Причем выполнялись узоры из серебра, бронзы и золота; кроме того, вышивка Бальмена включала в себя всю гамму нежнейших оттенков льдисто-голубого и серого. Что же касается повседневных моделей, то их мастер выдерживал, в основном, в нежных, мягких тонах. Чаще всего это были розовато-лиловые, миндальные, бледно-желтые оттенки.

Пьер был очень общительным человеком, что называется, легким на подъем. Его постоянно видели на модных вечеринках, на спектаклях в театре и опере. А страсть модельера к архитектуре выразилась весьма оригинальным способом: пробившись в элиту мира моды и начав получать солидные прибыли, он стал... коллекционировать дома. При этом Бальмену принадлежала недвижимость не только во Франции. У дизайнера имелись также собственные резиденции в Марокко, Нормандии и на Эльбе (кстати, остров принадлежал мастеру целиком). Между прочим, последнее пристанище Наполеона Пьер буквально пядь за пядью выкупал у Таиланда. Приобретенную территорию он «перекраивал» по собственному вкусу.

Одним из самых любимых дел модельера было создание костюмов для театра и кино. Достаточно сказать, что Бальмен выступал в качестве костюмера в более чем 100 проектах. Пьер одевал Брижит Бардо, Марлен Дитрих, Одри Хепберн, Аву Гарднер – женщин, которые олицетворяли собой

целую эпоху, являлись образцом красоты и элегантности для миллионов зрителей. Кроме того, к услугам французского мастера прибегали дипломаты и их семьи, члены королевских фамилий. Например, среди постоянных клиентов Бальмена числилась королева Таиланда Сирикит. В платьях Пьера предпочитали венчаться все королевы, принцессы и герцогини, о таких туалетах мечтали девушки из высшего света Франции, Англии, Америки...

Однако, несмотря на свою жизнерадостность и общительность, Бальмен в течение жизни так и не смог избавиться от... мучительной, болезненной стеснительности. Так, он никогда не мог заставить себя заговорить с женщиной, одетой от Бальмена, и при невероятном количестве знакомых не имел близких друзей.

Но не творчеством единым жил модельер. Пьер, как оказалось, был бизнесменом по призванию (видимо, сказалась наследственность). Обычно начинаниям мастера сопутствовал успех. Первый свой бутик в Париже он открыл еще в 1947 году. Магазин «Красавица» получил свое название в честь одного из самых популярных силуэтов, созданных Бальменом. Вскоре бутики этого дизайнера открылись в Венесуэле, Бразилии, Нью-Йорке. Последний, кстати, представлял линию прет-а-порте. А на Эльбе Пьер основал спортивную линию своего Дома под названием «Эльбальмен». Но по финансовым причинам Бальмен все же вынужден был продать свой Дом моды в 1977 году, оставшись, впрочем,

на посту креативного директора, ответственного за создание коллекций.

Естественно, что модельер хотел сделать создаваемые им образы как можно более совершенными. А этому способствовали не только сами разработки моделей, но и определенные ароматы. Так что в 1946 году Пьер всерьез задумался над созданием собственных парфюмов и... выпустил духи Elysees 64–83. Интересно, что для названия Бальмен использовал номер собственного телефона! Аромат получил положительную оценку специалистов и стал довольно популярным. Правда, до известности последующих духов, выпущенных Пьером, Elysees 64–83 было весьма далеко: Vent-Vert (1947, родоначальник «зеленых» ароматов), Jolie Madam (1949), Miss Balmain (1960), Ivoire (1979), Ebene (1982) стали излюбленными парфюмами огромной армии приверженцев марки Бальмена.

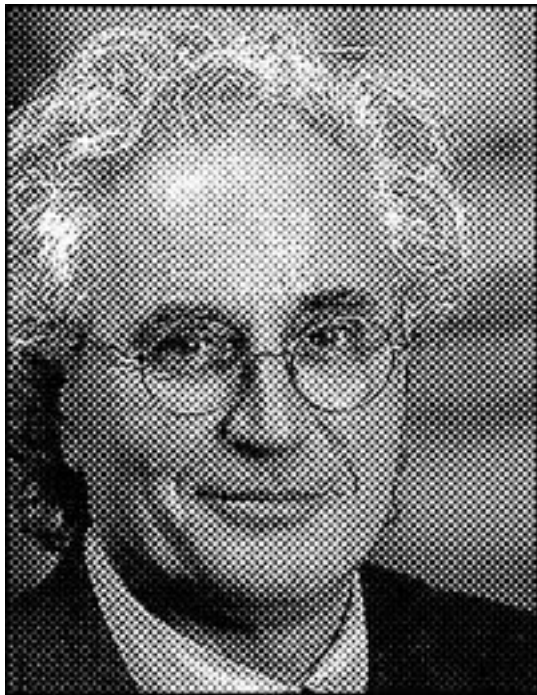
Когда 29 июня 1982 года Пьер Бальмен ушел из жизни, его Дом моды продолжил свое существование. Многочисленными отделениями и 220 лицензиями стал руководить человек, в течение многих лет бывший правой рукой знаменитого модельера, – датчанин Эрик Мортенсен. Новый глава Дома свято придерживался слов человека, сумевшего создать настоящую империю моды: «Величайшая простота – вот высшая проверка на элегантность».

Мортенсен, в свою очередь, покинул пост руководителя Дома моды в 1990 году, передав бразды правления в руки

молодого модельера Эрве-Пьера, который в 1990–1993 годах создавал для детища Бальмена коллекции от кутюр и прет-а-порте. В 1993 году знаменитую линию возглавил еще один гигант мира моды – всемирно известный американский дизайнер Оскар де ла Рента. Он сумел создать оригинальные коллекции от кутюр Пьер Бальмен, оживив линию, но при этом не нарушив привычной, «фирменной» цветовой гаммы, струящегося стиля и не исказив дух «Веселой мадам». С сентября 1998 года по март 2000-го художественным директором по коллекциям прет-а-порте, а также по разработке дизайна лицензионных линий являлся бывший помощник Карла Лагерфельда, Жиль Дюфур. Некоторое время за линию Бальмен прет-а-порте отвечала мастерская Дома, а не так давно на должность креативного директора линии от кутюр был назначен Лоран Мерсье.

Незадолго до своей смерти Бальмен сказал: «В нашем веке было несколько кутюрье, имевших мужество совершить революции в моде. Я не могу этим похвастаться. Скорее я имел мужество противостоять революции...» Кутюрье просто оставил после себя удивительный образ праздника, радости, красоты и грации, который, похоже, не устареет никогда...

БЕНЕТТОНЫ



Лучиано Бенеттон

Стильный и лаконичный логотип в виде зеленого прямоугольника с белыми буквами «United Color of Benetton» изве-

стен по всему миру. Фирма «Бенеттон», созданная в 1965 году семейством Бенеттон, работает в 120 странах и имеет более 8000 магазинов модной одежды, где продаются только их изделия. Основной «фишкой» фирмы является цвет. Одна модель может быть представлена в нескольких десятках различных цветов. Начиналось предприятие с производства ярких пуловеров, которые продавали в итальянском городке Тревизо. «Бенеттон» сегодня – это международная корпорация, крупнейший производитель одежды в Европе, владелец сети ресторанов Autogrill, телекоммуникационных сетей, автодорог и многого другого.

Массовая мода, организация производства, передовые технологии, полосатые зонтики, сетевой маркетинг, исследование тенденций будущего, мягкие трикотажные свитера разнообразных цветов, скандальные рекламные кампании, автомобили и памперсы – все это «Бенеттон».

Семья Бенеттон живет в небольшом итальянском городе Тревизо неподалеку от Венеции. С окончанием войны несчастья в ней не прекратились. В 1945 году погибает отец семейства, и сеньора Бенеттон остается с четырьмя маленькими детьми на руках. Старшему Лучиано – 10 лет, Джулиане – 8, Карло – 4, а самому младшему Джильберто всего 2 года. Оставшийся в наследство автопрокат на три машины не приносит достаточных доходов, и через четыре года Лучиано бросает школу и устраивается на работу, чтобы семья смог-

ла свести концы с концами. Сначала мальчик торгует газетами на вокзале, работает подметальщиком в магазине, торгующем бакалеей и одеждой, а затем устраивается продавцом в магазин братьев Деласьеджи. Семейная легенда гласит, что именно в этом магазине Лучиано посетила идея, которая положила начало фирме «Бенеттон».

Унылый магазинчик, несколько моделей одежды выставлено в витрине, остальные вещи сложены в шкафчики и коробки, расположенные за длинным прилавком. Продавец – голубоглазый 18-летний юноша в светло-желтом свитере – терпеливо расспрашивает покупательницу, демонстрирует одежду, извлекаемую из бесконечных ящиков, но женщина не может выбрать нужное. «Я хочу что-то удобное и яркое, как ваш свитер», – сказала она. Особый дар Лучиано заключается в умении слушать и услышать. Бенеттон заметил, что многие уходят из магазина без покупок. Мрачные вещи никого больше не устаивают, а производители предлагают одежду всего четырех цветов. На дворе 1953 год, люди постепенно возвращаются к нормальной жизни, уже начали появляться магазины с красивой и дорогой одеждой, недоступной среднему итальянцу. Простые люди также нуждаются в чем-то «удобном и ярком», таком, как его шерстяной свитер. Свитер, который ему связала сестра. Вот это идея! Вязать и продавать свитера разнообразных цветов и оттенков. Лучиано рассказал про свою идею семье. Бенеттоны продают велосипед и аккордеон, несколько месяцев эко-

номят деньги и покупают в Милане самую современную вязальную машинку. Джулиана принимается за работу, и вскоре появляется первая коллекция, которая состоит всего из 4 моделей, выполненных в 36 различных цветах. Розовые, светло-зеленые, красные, голубые и желтые свитера наполнили весь дом и создали ощущение праздника, вероятно, поэтому Бенеттоны назвали свою коллекцию *Très Jolie*, что в переводе с французского означает «очень мило». Братья Деласьеджи взяли для продажи первую партию: 35 свитеров, а через неделю, когда она была с успехом раскуплена, заказали еще 600 штук. Лучиано оказался прав: первый купленный свитер был небесно-голубого цвета. Через три года Бенеттоны приобрели еще две машины и наняли двух помощниц. В 1957 году семья покупает дом по соседству и переоборудует его под мастерскую по изготовлению одежды, в которой работает пять человек. Вещи продавались в магазинах Тревизо и в Венеции. Спрос на продукцию увеличивался, производство процветало, и в 1965 году была официально зарегистрирована фирма «Бенеттон Труп». Она ориентировалась на молодежь среднего достатка, предлагая демократичную и разнообразную одежду. Был придуман лозунг компании: «Одежда для молодых, создаваемая молодыми». Роли распределились следующим образом: Джулиана занималась разработкой новых коллекций и производством, Джильберто – финансами, Карло подбирал сотрудников и руководил фабрикой, которая была построена в городке Понцано Ве-

нето рядом с Тревизо. Сердцем компании, конечно же, был Лучиано, который ведал продажами и маркетингом. Вскоре он отправляется в Шотландию, чтобы изучить технологию изготовления мягкой шерсти. Там Бенеттон сделал свою самую удачную инвестицию: на шотландской носочной фабрике он приобрел старые вязальные машины, которые затем были переоборудованы для производства пуловеров. «Стоили они вдвое дешевле новых, но благодаря им нам удалось в два раза увеличить производство», – говорит Лучиано. В первые годы работы создается уникальный исследовательский центр, который сейчас называют Фабрикой Будущего. Его задачей является изучение вкусов разнообразных групп населения различных стран, предугадывание тенденций будущего и представления их в виде символов с помощью графики, дизайна или других средств. Эти художественные образы используются в дальнейшем для разработки новых концепций одежды.

Во время одной из поездок в Рим Лучиано Бенеттон познакомился с Серджио Тальякоццо, чей магазин авангардного трикотажа поражал воображение. Во время беседы торговец высказал мысль, что будущее в торговле принадлежит сетям, которые будут предлагать широкий и быстро меняющийся ассортимент качественной одежды по приемлемым ценам. Этот разговор Лучиано вспомнил, когда к нему с предложением открыть фирменный магазин «Бенеттона» пришел никому не известный Пьеро Марчорелло. И вскоре в

небольшом городе Беллуно появляется магазин My Market, торгующий только одеждой компании. Его необычность заключалась в том, что свитера были разложены на многочисленных полках, и покупатели имели возможность сами выбирать то, что им нужно. От этого изобретения Бенеттона итальянцы пришли в восторг. Через некоторое время Марчорелло открывает еще несколько магазинов, один из которых находится на горнолыжном курорте. Удача Бенеттонов щедро одаривает и тех, кто с ними сотрудничает. Через несколько лет Марчорелло становится миллионером. К концу 1960-х в Италии работает уже более 500 фирменных магазинов. Вскоре такие магазины стали появляться и других странах Европы. В 1969 году отрывается первый магазин в сердце мировой моды – Париже.

То, чем занимается их компания, Бенеттон называет «массовая мода», и по его мнению, она имеет две составляющие: соответствие желаниям покупателей и технологичность: «Человек стремится быть индивидуальностью, выделяться в массе. Мы должны делать что-то особенное, чтобы заинтересовать покупателей. Однако необходимо развивать и массовое производство, так как это сокращает издержки. Мы сумели совместить и то и другое».

Мода развивается все стремительней, а процесс изготовления трикотажных изделий довольно длительный. Сначала необходимо окрасить шерсть и только затем связать из нее свитер. Лучиано посещает еще одна гениальная идея: окра-

шивать уже готовые изделия. Полгода химик Адо Монтана экспериментирует с красителями, разрабатывает технологии окраски и находит требуемый способ. Благодаря этому время поступления новых коллекций на рынок значительно сократилось.

В 1970–1980-е годы компания бурно развивается. Лучиано Бенеттон объясняет это так: «Поскольку все, что приносит успех, быстро копируется и перенимается, нам пришлось рожать все новые и новые идеи. Это была непрекращающаяся гонка, чтобы всегда быть на высоте». В 1972 году компания начинает производство пуловеров для детей до 12 лет, через два года выпускается ставшая чрезвычайно популярной «небесно-голубая» коллекция, которая пополнилась джинсами. В том же году компания приобретает молодежную фирму Sisley. В 1982 году начинается выпуск аксессуаров: перчаток, сумочек, солнцезащитных очков и всемирно известных полосатых зонтиков, через несколько лет появляется серия женской косметики и духов. В середине 1980-х семейная компания превратилась в международную корпорацию Benetton International Holding, которая имела девять фабрик в Италии, Германии и Шотландии и штаб-квартиру в Люксембурге. В 1985 году Бенеттон сделал нестандартный рекламный ход и приобрел команду «Формулы-1», в составе которой выступал Михаэль Шумахер, принеший ей немало триумфальных побед. В середине 1990-х, когда дела у команды были не столь блестящи, Бенеттон продал ее

концерну «Рено». Прибыль составила 120 млн долларов. В 1988 году появляется марка Zerodondo, под которой выпускается одежда для детей от рождения и до двух лет. В 1990 году коллекция одежды пополняется брюками, рубашками, юбками и другими видами одежды. В начале 1990-х «Бенеттон» начинает наступление на спортивный рынок и приобретает компании, которые производят теннисные ракетки – Prince, роликовые коньки – Roller Blade, лыжные ботинки – Nordica, сноуборды – Killer Loop и кроссовки – Asolo.

Сейчас «Бенеттон» производит 90 % своих изделий в Европе. Лучиано считает, что лейбл «Made in Italy» создает добавочную стоимость. Главные приоритеты развития компании – интернационализм и разнообразие, но основным остается производство качественной одежды по умеренным ценам. К своим поставщикам Бенеттон предъявляет самые жесткие требования: качественность товара, умеренная цена, знание новинок и направлений развития в своей области. Организации производства Беннеттонов позавидовал бы даже Форд. В среднем раз в месяц выходит новая коллекция, которая состоит из 4000 моделей. Дилеры, прикрепленные к своим регионам, распространяют рекламные каталоги по магазинам и собирают заказы, которые поступают в единый информационный центр компании, где они обрабатываются, а затем передаются на фабрику. По этим данным специалисты «Бенеттона» ежедневно анализируют рыночные изменения в сфере моделей одежды и их цветов. После изго-

товления заказ упаковывается в коробку, которая по длинному подземному тоннелю направляется в Дистрибутивный центр; его цель – скорейшая доставка товара заказчику. В центре имеется 15 условных выходов, каждому из которых соответствует перечень определенных стран или регионов. Коробке с заказом присваивается номер соответствующего выхода, и как только набирается количество коробок, достаточное для заполнения грузовика, товар тут же отправляется по назначению. Поскольку вся продукция «Бенеттона» производится по заранее оплаченным заказам, то такие проблемы, как «перепроизводство» и «затаривание», для фирмы не актуальны.

В 1982 году Бенеттон понял, что компания нуждается в узнаваемом образе, и подписал контракт с Оливеро Тоскани, чье эпатажное творчество было широко известно. Их сотрудничество длилось 10 лет – до сентября 2001 года. Первая рекламная кампания вытита под лозунгом: «Все цвета радуги!» (All the world's colors!) Через год его заменил всемирно-известный: «Объединенные цвета Бенеттон» (United Colors of Benetton). Оливеро Тоскани утверждал, что язык современных масс-медиа исчерпал себя, его должен заменить новый, и поэтому, прежде всего, нужно избавиться от категорий. Ему удалось создать собственный визуальный язык, который обращается не к эмоциям и не к разуму человека, а непосредственно к его подсознанию. На нем говорят герои одного из наиболее известных рекламных посте-

ров, который представляет собой группу обнаженных юношей и девушек разных цветов кожи, которые молча и серьезно смотрят на зрителя. Станный заговор молчания объединяет этих чужих друг другу людей, к этому безмолвному диалогу они приглашают и зрителя. Или фотография «Корабль беженцев»: безмятежное море, солнечный день и переполненный корабль, на который продолжают взбираться люди. Они, как виноградины, висят на канатах, а шлюпки с беженцами все прибывают. Какой-то жутковатый вариант Ноева ковчега, последнее пристанище – Корабль Дураков. А самая жизнеутверждающая фотография, изображающая только что рожденную девочку с еще неразрезанной пуповиной, вызвала более 800 тысяч жалоб в адрес Британского управления рекламных стандартов...

К сожалению, именно эксперименты Тоскани привели к разрыву с Бенеттонами. Рекламная кампания 2000 года в Америке, в которой изображались узники со штампом «Приговорен к смерти», принесла «Бенеттону» убытки в 100 млн долларов. Но, как говорит Лучиано: «Каждый момент – подходящий для того, чтобы развиваться. Всегда можно выдвинуть хорошие идеи и двигаться дальше». Компания приобретает сеть ресторанов на скоростных дорогах Autogrill, и вскоре они начинают успешно конкурировать с Макдональдсом, покупает контрольный пакет акций одной из ведущих телекоммуникационных компаний Италии Telekorn Italia, расширяет ассортимент производимых товаров: от нижнего бе-

лья до высокоинтеллектуальной техники.

Новую рекламную кампанию, посвященную Международному году добровольца, проходившую в рамках Волонтерской программы ООН, Бенеттон поручил молодому фотохудожнику Джеймсу Моллисону. Это очень достойная для освещения тема, но иногда среди волонтеров встречаются странные персонажи: байкер, покрытый татуировками, панк, раздающий презервативы проституткам, и другие не менее интересные личности. Но временами кажется, что сквозь фотографии проглядывает лукавая улыбка Лучиано Бенеттона, который всегда ценил хорошие идеи и никогда от них не отказывался.

Завистники называют «Бенеттон» «одежным Макдоналдсом», антиглобалисты устраивают против них акции, ханжи до сих пор не могут простить фирме рекламную кампанию 1980-х, будущие менеджеры, логистики и рекламисты изучают по учебникам ставший классическим опыт компании, а тем временем «Бенеттон» продолжает работать и развиваться. В чем же секрет их успеха? Наиболее приблизился к решению этой загадки эпатажный фотограф Оливеро Тоскани, по словам которого, «Бенеттон» «смотрит далеко вперед и вокруг, на мир во всей его полноте».

БУРДА АННА МАГДАЛЕНА (ЭННЕ)

(род. в 1909 г. – ум. в 2005 г.)



Известный модельер, создательница самого большого в мире издательства журналов мод.

Жизнь этой необычной женщины можно было бы считать хрестоматийным примером того, как добиться успеха. Энне Бурда своей карьерой наглядно продемонстрировала, что для любой женщины, любящей свое дело, ответственно подходящей к своей работе и стремящейся многого добиться в жизни, нет ничего невозможного... «Ведь в конечном итоге, – говорила Энне, – только умные женщины действительно добиваются успеха». Права ли она в своем утверждении? Безусловно!

Анна Магдалена Леммингер, которую мир будет знать под именем Энне Бурда, родилась 28 июля 1909 года в небольшом городке Оффенбург на юго-западе Германии, в семье машиниста железной дороги. После окончания школы девочка, которую домашние звали не иначе, как Энне, поступила в торговое училище, а получив желанный диплом, сразу же решила определиться с семейным положением и вышла замуж за владельца маленькой книжной типографии Франца Бурду, имевшего к тому же ученую степень доктора. Правда, с наличием у сего достойного горожанина было не очень... Но Энне этот факт не остановил, и она вскоре сменила фамилию.

Так получилось, что решительная Энне всегда и обо всем

имела собственное мнение. Это касалось также определения «хорошая мода»: вещи, по убеждению фрау Бурды, просто обязаны делать человека таким, каким он сам себя желает видеть. Эта мысль впервые пришла в голову девушке еще в 17 лет – и превратилась в собственный стиль. Проще всего добиться желаемого результата, научившись шить самостоятельно и изобретая одежду согласно собственному вкусу, фантазии и финансовым возможностям. А мечтать о баснословно дорогих вещах от всемирно известных кутюрье, не имея при этом средств на нормальную жизнь, – просто глупо. Странно, но столь практичное убеждение на тот момент было едва ли не революционным! И это при том, что само понятие «мода» переводится с латыни, как «мера», «образ», «способ», «правило», «норма»...

Интересно, что, несмотря на огромный творческий потенциал, фрау Бурда занялась предпринимательством в области индустрии моды только в... 40 лет. Карьера Энне началась с того, что она дала свое имя издательству, открывшемуся в 1949 году. Тогда Бурда возглавила маленькое разорившееся предприятие, от которого уже никто и ничего не ждал. Женщина решила, что в будущем издание будет основываться исключительно на самостоятельном творчестве ее соотечественниц. Так что в 1950 году издательство выпустило первый номер иллюстрированного ежемесячника «Бурда моден», снабженный выкройками, по которым читательницы могли самостоятельно сшить понравившиеся модели.

Естественно, что на профессионалов такие «подсказки» рассчитаны не были, зато портнихи-любительницы по достоинству оценили новшество: теперь, основываясь на своих личных вкусах и представлениях, а также принимая в расчет не только особенности фигуры, но и имеющиеся в распоряжении наличные средства, женщины могли подобрать для себя необходимый фасон и выбрать подходящую ткань. Журнал также широко использовал качественные фотографии – именно они, по идее Бурды, должны были вдохновлять портних и побуждать их к самостоятельному творчеству. С этого момента, собственно, и началась карьера немецкого модельера-самоучки, а в мире наступила эра Бурды...

Журналы Энне пользовались невероятной популярностью. Через три года проект перешагнул границы Германии и принял международный размах. В 1953 году увидел свет первый номер *Burda International*. А в 1965 году тираж одного из самых популярных журналов моды перевалил за миллион экземпляров. С тех пор Энне не уставала призывать своих читательниц отказаться от бездумного копирования моделей с подиумов, где все «немного чересчур», и больше доверять своему вкусу. «Иногда правильное плыть против течения», – предупреждала модельер.

Кстати, когда-то Бурда мечтала, что ее издание завоюет широкую аудиторию в СССР. И сумела добиться того, что в 1987 году «Бурда моден», первым из западных журналов, начал издаваться на русском языке и дошел до наших мате-

рей и бабушек (об этом чуть ниже). Несколько позже, в 1994-м, детище Энне покорило Китай...

Начав работать в направлении разработок моделей одежды, в поисках новых возможностей для своего бизнеса Энне решила уехать в Нью-Йорк. Женщина открыла небольшой собственный бутик на Манхэттене. Обстановка заведения была достаточно убогой, но фрау Бурда оптимизма не теряла. Каждую отдельную вещь она лично проверяла на пригодность и эффектность и, кроме того, сама служила прекрасной рекламой собственного товара: хозяйка магазинчика, примерив очередной предмет гардероба, пару раз появлялась в нем в общественных местах, заинтересовывая людей и исподволь формируя ту самую «моду для миллионов», которая сделала журнал Энне столь популярным.

Бурда всегда создавала очень практичные модели, отличающиеся простотой кроя и одновременно спортивной элегантностью, стильностью. Журнал ориентирован на дам? Что ж, необходимо позаботиться о женственности предложенных вещей. Пользуются изданием, в основном, самоучки? Тогда выкройки должны стать технически идеальными!

Энне очень заботило то, как выглядят ее современницы. Она просто доходила до состояния белого каления, узрев на улице некрасиво или небрежно одетую женщину. «Мне хочется немедленно отправить ее домой – переодеться!» – признавалась модельер. Собственно, ее журнал как раз и призван помочь каждому найти свой имидж, стать красивее,

элегантнее, увереннее в себе и... счастливее. Надо сказать, что в достижении поставленной цели Энне Бурда преуспела: большинство ее постоянных читательниц успешно создавали свой, неповторимый стиль, сочетая основную профессию и столь полезное увлечение, превратившись для членов своих семей и знакомых в признанных и авторитетных модельеров.

Благодаря своей абсолютно фантастической работоспособности, напору и творческому подходу к делу фрау Бурда, можно сказать, превратилась в «императрицу»: ее «Бурда моден» выходит в 100 странах и печатается на 20 языках, а предприятие, которым она руководила вместе с супругом, процветает. Несмотря на четкую отлаженность бизнеса, Энне продолжала много работать, лишь изредка позволяя себе выбираться отдохнуть на Сицилию – свой любимый уголок планеты. При этом вдали от дел эта женщина предпочитала тишину, уединение и неспешные длительные прогулки, чтение стихов, знакомство с предметами искусства. Кстати, Энне чаще всего отдыхала зимой, когда на Сицилии не так много туристов: даже у этой общительной и энергичной дамы суета, бесконечная гонка на производстве, общение с огромным количеством людей за год вызывали чувство глубокой усталости, а кроме того – жгучее желание уехать куда-нибудь подальше, в покой и тишину... Правда, такое настроение могло продержаться у Энне недолго, так что ее отпуск никогда не затягивался: глотнув желанного воздуха безделья

и одиночества, она вновь возвращалась к активной деятельности, причем каждый раз – с новыми идеями и целой стопкой набросков оригинальных моделей одежды.

Как часто происходит в крупном бизнесе, сын удачливой предпринимательницы, Хуберт Бурда, продолжил родительское дело. После завершения среднего образования парень стал студентом Мюнхенского университета – его привлекала история искусств и археология. Но получив диплом, в 1966 году молодой человек не мудрствуя лукаво отправился работать на предприятие своих родителей: семейственность – прежде всего! Правда, о том, что он сумеет в жизни добиться не меньших успехов, чем Энне и Франц, их наследник даже не подозревал. Успех ждал его на поприще журнального бизнеса; после смерти Франца Хуберт унаследовал его издательское дело (15 немецких журналов и две типографии в Германии и Франции). Бурда-младший сумел превратить отцовскую «базу» в транснациональный медиа-концерн Hubert Burda Media, входящий в четверку медиа-гигантов Германии, годовой оборот которого составляет более двух миллиардов евро. 7500 сотрудников предпринимателя довольны условиями работы и размахом самого дела: концерн выпускает более 230 журналов, причем в Германии выходит только 70 из них. Хуберту принадлежат такие знаменитые международные бренды, как Elle (Германия, Словения) и InStyle (в Германии), Playboy (в России, Германии и Словении), Men's Health (в Словении, Сербии), Cosmopolitan

(в Словении, Сербии) и ряд других. К собственным брендам (к ним относится большинство изданий концерна) принадлежат популярные журналы Lisa, Focus и Bunte. С течением времени Hubert Burda Media открыл свои издания и представительства в Чехии, Польше, Украине, Сербии и Черногории, России, Хорватии, Словении, Казахстане. Именно благодаря напористости и деловой хватке сына фрау Бурда смогла осуществить свою мечту и в 1987 году, как уже упоминалось, стала издавать журнал «Бурда моден» в СССР. Так культовое западное издание о моде добралось и до стран Восточной Европы, появившись в свободной продаже.

Имя Энне Бурда стало для многих женщин символом стильности, оптимизма и перемен к лучшему. Особую популярность в СССР издание модельера и ее идеи приобрели после учреждения Энне Всероссийского конкурса портных-любителей. Приз фрау Бурды имели возможность получить только непрофессионалы (люди, не имеющие специального образования в области моделирования, дизайна и швейного дела). Кстати, специальные призы получали все участники финала, а победители отправлялись на европейский финал конкурса. И, надо сказать, благодаря навыкам, полученным от специалистов, которые создавали «Бурда моден», конкурсантки представляли на суд авторитетного жюри удивительные модели, многие из которых сделали бы честь самому прославленному кутюрье...

Энне Бурда скончалась в ноябре 2005 года в Германии на

97-м году жизни.

БЬЯДЖОТТИ ЛАУРА

(род. в 1943 г.)



Знаменитый итальянский модельер и дизайнер, входящий

в элиту современной Высокой моды и прет-а-порте. Ее часто называют Королевой кашемира, поскольку трудно найти в мире другого мастера, который с такой же легкостью работал бы с этой красивой тканью, отличающейся на редкость сложным «характером».

Лаура Бьяджотти родилась в Риме в 1943 году. Тяга к красоте и элегантности овладела девочкой еще в раннем детстве, что не удивительно: мать Лауры, Делия, была профессиональным дизайнером и являлась владелицей фешенебельного ателье в Вечном городе. Эта мастерская специализировалась на пошиве высококлассной одежды для таких популярных марок, как Barocco, Schuberth, Capucci, Heinz Riva and Litrico. Так что ребенок рос в атмосфере увлеченности семейным делом; хороший вкус у Лауры отмечали уже тогда, когда ее сверстники еще благополучно и с нескрываемым удовольствием барахтались в песочнице. Чистота, изысканность, стильность – вот то, к чему стремилась будущая звезда итальянского мира моды.

Подрастая, девочка постигала секреты мастерства, которыми в совершенстве владела ее мать, научилась разбираться в особенностях тканей, их «характере», поняла, как добиться того, чтобы материал «заговорил», отозвался на мысли и стремления мастера. Постепенно обнаружилось, что ткани словно сами по себе повинуются рукам Лауры, помогая создавать легкие и надежные, солидные и практичные

вещи. Наконец, девушка сумела добиться того, без чего настоящий модельер состояться просто не может. Она освоила наиболее сложные тайны своей будущей профессии: научилась находить линии, которые позволяли подогнать модель к лицу, фигуре и возрасту каждого конкретного человека.

Однако, как ни странно, по окончании школы Бьяджотти решила поступать в Римский университет на отделение литературы. После получения диплома о высшем образовании она мечтала стать... археологом! Но постепенно мечты о древних черепках как-то сами по себе ушли на задний план, поскольку Лауре приходилось регулярно помогать матери. Наконец, на карьере археолога был решительно поставлен большой жирный крест: девушка заявила, что не желает работать на другие, пусть и известные, Дома моды. Она вплотную занялась вопросом создания собственной марки одежды.

Первым значительным шагом в этом направлении стало то, что в 1965 году Бьяджотти удалось заключить контракт с опытным и довольно широко известным итальянским дизайнером Анджело Тарлацци; теперь Лаура начала заниматься производством готовой одежды для своих соотечественниц, работая уже только на себя.

В 1972 году Бьяджотти впервые осуществила показ своей коллекции. Успех был неожиданно громким; возможно, особый интерес публики вызвал тот факт, что коллекция «Макферсон» полностью состояла из кашемировых вещей.

Эта дорогая, красивая пряжа считалась достаточно капризной, способной изрядно потрепать нервы даже опытному мастеру. А тут – новое имя и абсолютно нетипичные, невероятные фасоны! Мягкие, максимально удобные, просторные, приятных ненавязчивых цветов, изобилующие крошечными складками модели отличались, к тому же, прекрасным покроем и работой высшего класса. Теплоту, уют и практичность одежды, предложенной Бьяджотти, по заслугам оценили ее современницы. Особенным спросом пользовались свитера и кардиганы Лауры у женщин, живущих в холодных климатических условиях.

В настоящий момент Лаура Бьяджотти обосновалась неподалеку от родного города – в 17 километрах от него, в средневековом замке, возведенном еще в XV веке. Правда, старинным здание кажется только снаружи. Внутри же древних стен современные дизайнерские решения и строительные технологии позволили создать комфортабельное жилище, сохранив при этом шарм присутствия ушедших веков. Кстати, на реставрацию замка ушло более пяти лет! По завершении работ четыре башни крепости были сформированы в логотип Laura Biagiotti. Вместе с модельером в имении Castle Marco Simone живет ее семья: муж, дочка и мать. Там же, в замке, находится также офис Лауры и музей, в котором хранятся изделия, созданные ею в разные годы. А для того чтобы сохранить вокруг здания холмистый ландшафт, на земле, окружающей замок и принадлежащей Бьяджотти,

в 1993 году был создан гольф-клуб.

Собственные коллекции популярнейший модельер исправно демонстрирует публике дважды в год, и каждое такое шоу становится настоящим событием в жизни Италии, собирая огромное количество публики. Популярность Лауры не случайна: она, как никто другой, умеет предвосхитить события и заглянуть в будущее на два – три года вперед. Так что ее изделия оказываются тем флагманом, на который начинают равняться другие профессиональные дизайнеры и стилисты. Особенно ценными для Бьяджотти являются заявления постоянных клиентов о том, что с вещами из прошлых коллекций расставаться не хочется... «Для меня счастливый миг – это когда кто-нибудь говорит, что купил у меня платье 15 лет назад, и поскольку за это время вещь не вышла из моды, она до сих пор остается в “активном” гардеробе», – признается мастер.

Изделия Лауры Бьяджотти хорошо известны и популярны как в Италии, так и во многих странах Европы, Азии и в Америке. Именно в США итальянский модельер получила прозвище Королевы кашемира – таким образом «звездно-полосатая» страна выразила свое восхищение мастером, имеющим особое чутье и власть над этой совершенно необычной тканью; столь лестную оценку дизайнер заслужила после триумфального показа коллекции Laura Biagiotti.

Более 60 магазинов, принадлежащих Дому Laura Biagiotti Roma, работают сегодня в разных странах мира. Перед Лау-

рой уважительно склоняют головы Рим и Венеция, Афины и Сеул, Токио и Нью-Йорк, Москва и Петербург... Бьяджотти стала также первым итальянским дизайнером, представившим свою коллекцию в Китае (это произошло в апреле 1998 года). Кстати, в 1995 году итальянская компания – детище Лауры – начала расширять сеть своих магазинов на территории России (первые бутики этой марки появились в Москве в 1994 году), а показы коллекций Бьяджотти в Москве, в Кремлевском дворце, стали уже традицией.

Лаура говорит, что она живет «образами, фантазией». Поэтому модельер с наибольшим удовольствием и вдохновением работает над одеждой для свадеб, торжественных мероприятий и вечеров. Однако и повседневные модели не остаются «за бортом» внимания Бьяджотти. Не менее важным, чем торжественный стиль, для нее является стремление красиво, комфортно и удобно одеть обычного человека. Ведь на подиумах и светских раутах дано блистать не каждому. Большинство же соотечественниц Лауры, как и женщины в других странах, живут в черед смен настроения, под натиском стрессов, ежедневно добираются на работу в общественном транспорте или коротают время в автомобильных пробках. А дома представительниц прекрасной половины человечества ждут дети, супруг, домашние хлопоты... Возможно ли при таком ритме жизни выглядеть элегантно? «Не только возможно, но и просто необходимо!» – категорически заявляет Бьяджотти. Ведь повседневная жизнь, несмотря на

все хлопоты, приносит нам и радость, и удовлетворение, и уверенность в себе. Необходимо только научиться воспринимать каждое мгновение как праздник, поскольку их становится все меньше в «активе» любого человека... «Модельер призван быть видимым, ощущаемым участником праздника, выполняющим особую функцию – улучшать качество жизни человека», – поясняет свою позицию мастер. И стараниями итальянского дизайнера замотанная бытом женщина действительно преображается, заставляя прохожих с легким чувством зависти смотреть ей вслед.

Так же, как сама Лаура некогда продолжила дело своей матери, дочь модельера, Лавиния, тоже решила не прерывать семейной традиции: с 1997 года младшая представительница рода Бьяджотти занялась разработкой новых ароматов для компании и начала курировать молодежную линию дома Laura Biagiotti Roma. Кстати, начало традиции выпуска фирменного парфюма было положено еще в 1988 году, когда модельер создала свои первые духи Roma. Они приобрели необычайную популярность и стали настоящим символом вечной любви, поэтичности и романтики.

В 2002 году Лаура Бьяджотти в связи с 30-летием творческой деятельности была удостоена награды Национальной торговой палаты моды. Ее Дом специализируется на создании комфортных моделей, при этом сама Лаура уже многие годы носит только собственные изделия, являясь живой рекламой компании. К тому же, она всегда настаивает, чтобы

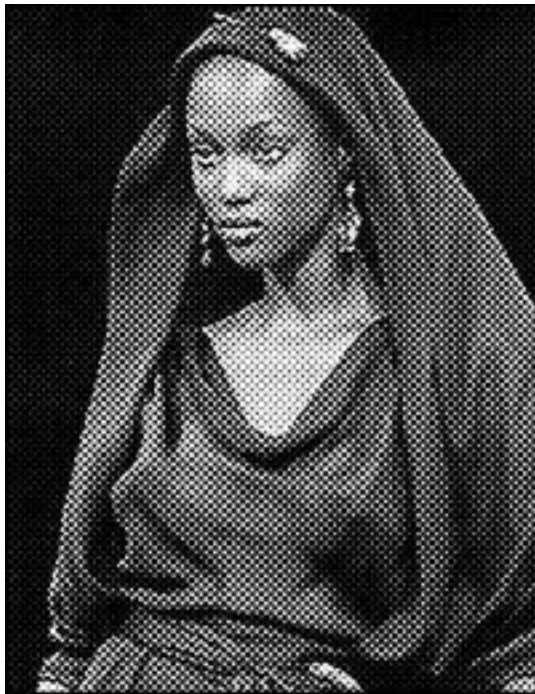
все ее сотрудники также следовали этому правилу – как во время работы, так и в отпуске. Иначе как можно понять, насколько удобна и практична каждая модель?

Но усилия модельера направлены не только на совершенствование облика дочерей Евы. Мужская часть населения планеты также не имеет оснований обижаться на отсутствие к себе внимания со стороны известного Дома моды: в 1987 году начала работать специальная линия Laura Biagiotti Roma, выпускающая продукцию для представителей сильной половины человечества. Первая коллекция, представленная модельером на суд публики, носила название Laura Biagiotti Uomo. Вслед за этим появились серии детской одежды (Laura Biagiotti Junior) и одежды для женщин, размер которых превышает 14 (по российской маркировке – 52). А относительно недавно Лаура занялась также разработкой коллекции солнцезащитных очков. Поскольку изделия Бьяджотти имеют характерный оригинальный дизайн, спутать их с моделями других марок практически невозможно. Интересно, что очки мастера пришлись по вкусу многим достаточно известным людям – как в Италии, так и далеко за ее пределами.

На сегодняшний момент продукция Лауры Бьяджотти уверенно лидирует на внутреннем рынке Италии и постоянно завоевывает любовь все новых клиентов в разных странах мира.

БЭНКС ТАИРА

(род. в 1973 г.)



Самая высокооплачиваемая темнокожая модель в мире,

чьи параметры являются практически идеальными – 90–59–90. Журнал People Magazine дважды включал Тайру в список самых красивых людей планеты.

Родилась Тайра Бэнкс 4 декабря 1973 года в Лос-Анджелесе (Калифорния, США), в небогатой добропорядочной семье. Детство будущей звезды было безоблачным – нельзя же, в самом деле, считать трагедией периодические ссоры со старшим братом! Но если дома Тайра чувствовала себя просто великолепно, то «во внешнем мире» ей приходилось несладко: девочка росла уж слишком высокой и худой (даже тощей!) для своего возраста, так что одноклассники и порой даже брат откровенно издевались над «мисс Жирафой». Доведенная до слез Тайра в поисках утешения спешила укрыться под крылышком у мамы.

Но по мере взросления мисс Бэнкс ситуация изменилась. Девушка решила, что станет моделью, а раз так – всерьез стала работать над собой. Результат не заставил себя долго ждать; в 15 лет эта красавица с огромными зелено-кариими глазами и роскошной каштановой шевелюрой начала карьеру модели: ее пригласили для участия в съемках сотрудницы журнала Seventeen.

Однако поначалу Тайре пришлось преодолеть немало «рогаток» на пути к осуществлению мечты. Например, она четырежды пыталась устроиться на работу в крупные модельные агентства и... получала отказ. Причиной было

то, что специалисты считали лицо Бэнкс нефотогеничным! Только в 17 лет девушке удалось добиться желаемого. Она подписала контракт с ведущим агентством мира – Elite. Параллельно с работой Тайра решила поступать в колледж Loyola Maramount в Лос-Анджелесе.

Тем не менее, проблемы смуглокожей красавицы на этом не закончились. В Elite ее сразу предупредили: индустрия моды нацелена на худых девушек, а мисс Бэнкс сумела обзавестись энным количеством лишних килограммов и поэтому не годится на роль супермодели. В общем, хочешь прорваться на европейскую модную сцену – срочно худей!

Но Тайра, изрядно натерпевшаяся в свое время именно из-за худобы, прекрасно знала, как рядовые граждане реагируют на стандартную комплекцию «девушек с обложки». Знала она также и то, какими проблемами со здоровьем «аукнется» затем постоянное сидение на диетах. В общем, возвращаться в свой прежний вес, рискуя снова стать посмешищем знакомых, Тайра решительно отказывалась. Мало того, она вообще никому не позволяла отчитывать себя за упорное нежелание следовать общепринятым правилам.

Вскоре после заключения контракта агентство направило строптивую красавицу (в сопровождении матери) в Италию. Однако там снова перед девушкой встала проблема веса. Ее предупредили: если она не похудеет, то вопрос работы на многих фэшн-шоу для нее окажется закрытым. Рассвирепев, Бэнкс заявила матери, что не собирается терять здоро-

вье из-за карьеры, хоть в модельном мире такой подход к делу уже давно стал нормой. Тайра, которая очень любит курицу, сказала, что не будет отказываться от привычки есть мясо, – разве что обязуется сочетать его с салатом и после обеда сбрасывать калории в тренажерном зале. Однако девушка не выдержала даже трех дней такой жизни...

От нервного срыва и депрессии ее спасла, как всегда, мама. Женщина произнесла: «Моя девочка не будет жертвой сумасшедшей индустрии», – взяла дочь под руку и вместе с ней отправилась в ближайшую пиццерию. Там дамы заказали большую пиццу и с огромным удовольствием ее съели...

Тайре все же удалось несколько потеснить профессиональных кутюрье и фотографов с занимаемых ими позиций. Великолепная фигура Бэнкс – предмет зависти многих ее коллег – натолкнула специалистов на серьезные размышления. Ведь, как показала практика, публика значительно лучше реагирует на появление на подиумах и на обложках журналов моделей с женственными формами, чем с фигурой «алая палка»... И женщинам это придает уверенности в себе и прибавляет желания заниматься собственной внешностью, и девочки-подростки не доводят себя до полного истощения, стремясь добиться «идеального» внешнего вида. «Понятие о красоте не должно приводить людей в больницу!» – убеждена Тайра. Так что, похоже, настало время ориентироваться на формы самой Бэнкс и ее кумиров – Синди Кроуфорд, Иман, Клаудии Шиффер и Хелены Кристенсен.

А с весовыми «излишествами» модель и поныне воюет исключительно в спортзале и в бассейне; девушка занимается теннисом, волейболом, бегом, гольфом и подводным плаванием. При этом Тайра говорит, что результата можно добиться, лишь занимаясь спортом с удовольствием («спорт ради спорта, а не результата»). А вот на диете звезда не сидит. Бэнкс не отказывается ни от хлеба, ни от мясных продуктов или своего любимого кофейного мороженого. Даже так называемую «быструю еду» («врагов» фигуры – гамбургеры, хот-доги и прочее) она не вычеркивает из своего рациона. Вот только особо калорийные продукты старается есть не регулярно, больше налегая все же на овощи. Главное же, что научилась делать супермодель (она, кстати, вообще очень любит поесть), – это не переедать.

После Италии Тайра попала в Париж, где ей предложил работу целый ряд агентств, в числе которых были и столь влиятельные, как Ralph Lauren и Chanel. После возвращения в Соединенные Штаты карьера Бэнкс продолжала стремительно развиваться.

Уже достигнув немалых высот популярности, девушка получила предложение участвовать в одном из известных британских телевизионных шоу, после чего попала в поле зрения представителей киноиндустрии: оказалось, что Тайра не только красива, но и, бесспорно, талантлива. Сначала Бэнкс «засветилась» в небольшой роли в фильме «Инферно». Первой же настоящей актерской работой модели стала роль в

драме «Высшее образование» (1995). За этой лентой последовали «Проклятый дом» (ужасы/мистика, 1999), «Любовь и баскетбол» (мелодрама, 2000), «Гадкий койот» (комедия, 2000), «Хэллоуин: воскрешение» (ужасы/мистика, 2002). Снималась модель и в сериале «The Fresh Prince of Bel-Air».

Кроме того, Тайра стала первой чернокожей девушкой, чьи фотографии украсили обложки таких журналов, как Sports Illustrated Swimsuit Edition, GQ и каталога Victoria's Secret. Последняя компания особенно приветствовала появление в модельном мире девушки с такой великолепной фигурой, не навевающей мысли о мальчишках или неуклюжих девочках-подростках. Ведь для рекламы женского белья, которое, собственно, и производит Victoria's Secret, необходимы иные параметры... Всего же девушка появилась на обложках 20 популярных изданий.

Сейчас красавице приходится воевать разве что с... собственной кожей и волосами. Дело в том, что они у модели очень сухие, так что требуют повышенного внимания и постоянного увлажнения. А что касается причесок, то их Тайра вне работы вообще не делает (разве что иногда соизволит заплести косички). Как правило, девушка просто моет голову, сушит свою великолепную гриву и зачесывает ее назад – вот и все хлопоты.

Отдыхать звезда предпочитает там, где есть обилие солнца, зелени и море. Поскольку все необходимое обнаружилось

на Карибах, Тайра ежегодно отбывает в отпуск в этот райский уголок планеты. Но даже там она не позволяет себе просто валяться на песке и спать в свое удовольствие. Ежедневно Бэнкс находит в себе мужество заниматься все тем же волейболом, плаванием, бегом и гимнастикой – а что поделать, если красота, как водится, требует жертв!

Бэнкс говорит, что первое, чему должны учиться сегодня девушки, которые хотят сделать карьеру модели, – это беззастенчиво и убедительно лгать окружающим относительно своего возраста. Выступая в американском TV-шоу, Тайра заявила, что красивые и талантливые женщины просто вынуждены подчас идти на такие уловки, поскольку «боссы фэшн-индустрии вдолбили себе в голову идею-фикс о молодых девушках». Хотя, как показывает практика, важны на самом деле не паспортные данные, а внешний вид модели. Поэтому Тайра убеждена: врать в этом случае не только уместно, но и просто необходимо. «Вам 25, но вы выглядите на 17, тогда, придя в модельное агентство, смело говорите, что вам 16! Ведь ощущается некая возрастная дискриминация. Что же, будем играть в эту игру по их правилам. После устройства вы начинаете упорно работать, и наступает момент, когда вас отправляют в командировку за границу и тут придется показать паспорт... Но наверняка к этому времени ваши работодатели уже успеют всей душой полюбить вас!» – рассуждает звезда.

Интересно, что в последнее время карьера модели и

актрисы не удовлетворяет Бэнкс. В поисках самой себя она не так давно открыла собственное телевизионное шоу America's Next Top Model. По словам Тайры, однажды за завтраком ей пришла в голову идея создать программу, в которой люди получали бы призы за стремление к поставленной цели. В идеале призом должна стать возможность эту цель осуществить. Бэнкс говорит, что в будущем хотела бы создать такую же серьезную телеимперию, какую удалось «сколотить» Опре Уинфри. Как бы то ни было, новое телешоу в Америке быстро приобрело популярность. Так что теперь у Тайры начинается еще одна карьера – карьера телепродюсера. Что ж, добиваться успеха и преодолевать трудности она привыкла. Похоже, великолепной Опре и в самом деле придется несколько потесниться...

ВАЛЕНТИНО КЛЕМЕНТИ ЛЮДОВИКО ГАРАВАНИ

(род. в 1932 г.)



Его имя стало олицетворением итальянского стиля. Валентино – один из некоронованных королей итальянской моды. Он первым из итальянцев взял «неприступную цитадель» Высокой моды – Париж – и уже более 40 лет считается одним из самых роскошных модельеров мира. Он обладатель 12 престижных наград, в числе которых премия Неймана-Маркуса. Одежда от Valentino находится в 12 мировых музейных коллекциях. Асам модельер избран членом-корреспондентом парижского Синдиката Высокой моды.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.