

«ПЕТЕРБУРГ В ПЛАНЕ МОДЫ — КАК ОТДЕЛЬНАЯ СТРАНА В СТРАНЕ»



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ



ЕВГЕНИЙ ГЛАВЛЕНКО

Футболки из коллекции Shakespeare T-shirt, показанной на театрализованном шоу-дефиле «Англомания» в Екатерининском парке летом 2014 года



Demi-couture «Признание (в любви)», весна/лето 2015

Дизайнер Татьяна Парфенова рассказала о потенциале российской моды и стратегии развития ее модного дома.

— Сейчас очень много говорят о российской моде и отечественных дизайнерах, о возрождении производства одежды в стране. Совсем недавно была официально учреждена Российская палата моды (Russian Fashion Council) во главе с Вячеславом Зайцевым. Этот орган собирается развивать российскую модную индустрию. Как вы считаете, есть ли перспективы у дизайнеров, которые на волне этого внимания к отрасли начнут свое дело?

— Конечно, перспективы есть. Понятно, что будут востребованы молодые дизайнеры, кто-то их объединит, возглавит, получит под это деньги, потом возникнет министерство, а в министерстве — сплошные академики. Тот, кто сейчас проявит активность, сможет получить финансирование, но я думаю, что перспективы есть всегда — и на волне, и без волны.

— А не поздно ли вскакивать в этот поезд? Большинство стран, претендующих на лидерство в этой области, начали развиваться довольно давно, а мы делаем очередную попытку сейчас, когда мода очень стандартизировалась, коллекции большинства коммерческих брендов создаются по трендбукам, то есть фактически составляются из готовых конструкторов. Есть ли шанс для российской марки, которая представляет собой креативную величину, попасть в обойму?

— Без таких марок процесс просто невозможен, они и есть двигатели моды, законодатели трендов, источник идей для трендбуков, их не так много, за ними пристально следят. Нашу компанию отношу именно к таким маркам и могу сказать, что вижу, как мы влияем на процессы. Сможет ли Россия как страна влиять на этот бизнес? Конечно. Если мы сможем заново открыть фабрики в депрессивных городах и поселках, в которых эти предприятия когда-то функционировали, но закрылись, если возродятся производства, если толковые предприимчивые люди наладят на этих фабриках современные технологические процессы, которым не надо долго обучать персонал, то наша страна сможет выпускать не только военную форму, ватники и спецодежду, но и модную одежду. Ведь у нас есть огромное преимущество — мы страна большая и невероятно разнообразная. Представьте, что выпускники Ивановского института будут влиять на развитие моды в одной части страны, и это будет самостоятельный стиль, а выпускники Академии им. Штиглица станут законодателями в другой части.

— А вы интересуетесь, что делают выпускники профильных вузов, Академии им. Штиглица, к примеру?

— Специально я не присматриваюсь, но если говорить о нашем городе, то в плане моды — это как отдельная страна в стране. Атмосфера Петербурга способствует развитию художественной среды, в которой легко произрастает дизайн европейского образца. В Москве совсем другая история, там много дизайнеров, обращающихся к русской теме, но при этом очень сильное влияние британской моды, так как там много выпускников лондонской школы Central Saint Martins. Мы недавно были на Дальнем Востоке на Неделе моды, там чувствуется очень сильное влияние Кореи и Китая. При этом китайские и корейские студенты учатся дизайну во Владивостоке в университете, наши ездят по обмену учиться у них, то есть идет активный обмен. Я была на Неделе моды в Новосибирске, там тоже есть свои звезды дизайнера, в Самаре также идет развитие, в каждом крупном городе идет свой процесс. Из этого всего и должна выкристаллизоваться российская мода.

— Наши российские недели моды играют определенную роль? Как вы считаете, насколько участие в них помогает продвижению марки?

— Наверное, помогает, если выбираешь такой путь развития. Что касается марки Tatyana Parfionova, то мы в последнее время ориентируемся на другую стратегию презентации коллекций. Часть коллекции demi-couture мы показали в галерее Atelier ABC Mannequins в Милане во время Недели моды, и наша выставка была открыта до середины октября, ее посетило множество людей. Для нас такая форма презентации очень перспективна, и в дальнейшем мы обязательно будем делать подобные выставки. Мы активно развиваем линию Tatyana Parfionova Home Design и линию White by Parfionova, нашу линию одежды для балета с Дианой Вишневой Diana Vishneva by Parfionova for Grishko.

— То есть путь модного дома «Татьяна Парфенова» — это много направлений и свой способ продвижения для каждого из них?

— Да, к примеру, у коллекции White by Parfionova особая стратегия развития: в течение года мы пополняем ее вещами, которыми клиент может дополнить уже имеющееся в его гардеробе. Это удобные, комфортные и очень современные вещи. Кроме того, мы пополняем ее небольшими капсульными коллекциями: этим летом была сделана коллекция футболок Shakespeare T-shirt. Мы делаем и спортивную одежду, например, для гольфа. Кутюр — отдельное направление, которое, в свою очередь, делится на ежегодные коллекции haute couture и свадебный кутюр.

Наталья Сиверина