

«В России предпочитают яркие цвета»

Аlessандра Кьявелли о свободе детского выбора и работе на российском рынке



МНЕ КАЖЕТСЯ, ЧТО Я ЗАНИМАЛАСЬ БРЕНДОМ ВСЕГДА

НАМ ОЧЕНЬ ВАЖНО, КОГДА НА ИЗДЕЛИИ НАПИСАНО «MADE IN ITALY»

ИТАЛЬЯНСКАЯ марка Il Gufo, работающая по принципу «Дети, одетые как дети», по праву может гордиться качественными тканями и безупречным пошивом. В России Il Gufo была представлена и раньше, но первый монобрендовый бутик (его открыла компания Bosco di Ciliegi) появился только нынешней осенью — в Петровском пассаже. С **Аlessандрой Кьявелли**, дочерью основательницы бренда и директором по развитию Il Gufo, «Стиль. Kids» беседовал о детской моде и семейных ценностях.

— **Аlessандра, почему вы выбрали именно Петровский пассаж и Bosco Family?**

— Bosco — одни из лучших. У них замечательные площадки, и наш бренд отлично вписывается в общую концепцию их торговых центров. Кроме того, Михаил Куснирович и Екатерина Моисеева — замечательные люди. Когда мы встречаемся с Екатериной по делам, первое, о чем она спрашивает: «Ты поела?» Нас многое объединяет. Bosco ведь тоже семейный бизнес. Так что это была любовь с первого взгляда.

— **Бренду Il Gufo без малого 30 лет. Что это для вас: семейный бизнес или смысл жизни?**

— Все вместе. Il Gufo создала моя мама, а это самое глубокое чувство семейственности, которое может быть. Мне кажется, что я занималась брендом всегда: была с ней, когда она ездила за материей, когда шила, когда отвозила одежду в магазин, на первых показах.

— **Вы до сих пор используете только итальянские ткани. Производство сосредоточено в Италии?**

— Да, большинство тканей итальянские. Шерсть, к примеру, мы используем итальянскую и новозеландскую. Что касается производства, то тут 50 на 50: что-то делаем в Италии, что-то — в Европе. Это связано в первую очередь с экономическими вопросами. В Италии остается все меньше швейных мастерских — они стали исчезать после 2008 года: не справляются с кризисом. Поэтому приходится искать альтернативные варианты в Европе. Но мы за качество. И там, где мы можем сохранить итальянское производство, мы его сохраняем.

— **Многие крупные производители отшивают одежду в Китае, закрывая тем самым многие экономические вопросы. Почему вы не идете по этому пути?**

— Ни в коем случае! Возможно, многие бренды и решаются на такой шаг, но это не про нас. Нам очень важно, когда на изделии написано «Made in Italy». Нашим клиентам это важно, и мы не хотим их разочаровывать.

— **Насколько сегодня в мире востребована детская одежда класса «люкс»?**

— Весьма востребована. Современные родители очень подготовленные. Они покупают вещь не просто потому, что на ней стоит известный лейбл. Они знают, чего хотят, поэтому ткани выбирают качественные, а если речь идет об элегантной одежде, должна быть соблюдена определенная архитектура кроя. Ну, конечно, родители хотят быть уверенными, что детская одежда безопасна.

— **Что чаще всего для своих детей выбирают российские мамы?**

— Пуховики и теплую одежду. Знаете, в России предпочитают яркие цвета и любят комбинировать оттенки. Это тоже очень роднит наши страны. В России мы находим ауди-

торию, которая умеет ценить итальянское качество.

— **Часто детская мода — проекция родительских вкусов на ребенка. Как вы считаете, малыш сам должен выбирать одежду, как советуют многие психологи, или родителям стоит прививать ему определенный вкус?**

— В Италии выбирают родители. Я считаю, что можно разрешать ребенку выбирать, но из того, что родители предварительно отобрали. Кроме того, маленького человека нужно научить подбирать одежду к случаю. Я до 14 лет носила то, что мне покупала мама. Разумеется, в подростковом возрасте мне хотелось надеть джинсовую куртку с огромными вышитыми розами, а не элегантный синий свитер. Но приходилось слушаться. Своим сыновьям я даю право выбора — из двух подходящих к случаю вещей. Ребенок остается доволен, потому что в итоге это его выбор.

— **Аlessандра, как совместить успешную карьеру, материнство и личную жизнь?**

— Очень просто... Нужен понимающий муж.

БЕСЕДОВАЛА ЕЛЕНА ВИШНЕВА