

«Больше позитивной энергии и легкости» Альберта Ферретти о своей летней коллекции



В ЭПОХУ, когда деловые женщины поголовно носили костюмы в мужском стиле, Альберта Ферретти настойчиво предлагала им шифоновые платья. Ее собственная карьера — доказательство тому, что для успеха в бизнесе женщине совсем не обязательно прикидываться мужчиной. «Коммерсантъ. Стиль» встретился с дизайнером и успешной бизнес-леди во время ее визита в Москву и поговорил о том, как это — быть «королевой шифона», о феминизме и об актуальности эстетики 70-х.

— Вы помните первое платье, которое сшили?

— Это было платье для себя. Как-то я сказала маме: «Я хочу платье». «Ну вот и попробуй сама скроить и сшить», — ответила она. Так я сшила себе первое платье. Оно было в цветочек, с оборкой по низу и казалось мне совершенным.

— Сколько вам было лет?

— Тринадцать. У мамы было свое ателье, и она решила сразу испробовать меня в деле.

— В начале дизайнерской карьеры была ли у вас какая-то ролевая модель или дизайнер, на которого вы хотели бы равняться?

— Нет. Меня очаровывал мир моды вообще. Я была девочка мечтательная, и мир

женщины меня привлекал как таковой. Меня спрашивали: ну как же так? Бизнес-леди должны приходить на работу в строгом деловом костюме, а ты шифоны какие-то им придумываешь? Нет, говорила я, в этом как раз и есть внутренняя свобода, которой, может быть, бизнес-леди не хватает.

— За годы, что вы проработали в моде, ваш взгляд на женщину, на женственность изменился? Женщина Ferretti сейчас та же, что сорок лет назад, или другая?

— Женщина Ferretti, конечно, развивается, меняется, но она всегда была очень женственной. У нее всегда было собственное лицо. Например, в 80-е годы Джорджо Армани, и не только он, одевал женщин в пиджаки, а моя женщина одевалась в платье-комбинацию и кардиган. И предпочитала легкие ткани. Я всегда старалась и стараюсь дать женщине возможность выразить себя и показать свою женственность.

— Как вы относитесь к современному феминизму?

— Думаю, женщина уже сумела добиться права быть собой и может свободно выражать силу своего характера. Мне кажется бессмысленным выходить на площадь и протестовать против каких-то фанто-

мов. У женщин есть огромная сила. Если женщина принимает вызов и борется за достижение своей цели, то делает это довольно воинственно. И как правило, добивается своего.

— Вы уже давно занимаетесь модой. Обычно дизайнеры, которые долго в профессии, постепенно начинают работать на людей постарше. Карл Лагерфельд, например, чтобы не утратить чувства момента, старался окружать себя только молодыми людьми. А как вам удается, столько лет проработав, не перейти в категорию дизайнеров для «пожилых леди»?

— Все очень просто — я люблю жизнь, и я очень любопытна. Люблю общаться, постоянно быть среди людей. Подмечать новое в моде, в музыке, в искусстве. Иногда я вообще забываю, сколько мне лет. Может, из-за того, что я не отгораживаюсь от людей, я лучше чувствую потребности современной женщины. Ведь, если живешь в замкнутом мире, общаешься только с узким кругом друзей, посещаешь одни и те же, чаще всего закрытые места, то утрачиваешь ощущение современности, а заодно и чувство реальности. Мне нравится в отпуск уезжать в новые места, совершенно открытые, видеть там новых людей, подмечать новые тенденции. Я живу открытой жизнью.

— Ваша летняя коллекция-2020 выстроена вокруг 70-х. Почему это время снова стало актуально для нас именно сейчас?

— Потому что я почувствовала, что в нашей жизни не хватает позитива. Не хватает свободы самовыражения. Честно говоря, не только моя коллекция, но и ряд других идут в этом же направлении. Поэтому в новых коллекциях ощущается больше позитивной энергии и легкости, свойственной 70-м.

— А что вы думаете о том, как Лоренцо Серафини сегодня делает вашу марку Philosophy?

— Он мне очень нравится. Philosophy — это мое детище, и мне было немножко жалко отказываться от него. Но Лоренцо оказался идеальным дизайнером для этой марки.

— Большинство рекламных кампаний вы делали вместе с Паоло Роверси, чья эстетика будто специально создана для Alberta Ferretti, а в 2004 году сняли рекламу с Хельмутом Ньютоном. Это довольно неожиданно — его агрессивная сексуальность и ваши нежность и романтичность. Почему вы на это решились и как находили общий язык? В чем совпали?

— Видите ли, у дизайнера всегда есть опасность замкнуться в своей эстетике. Паоло Роверси — гений фотографии, и я с ним много работала. Но я не случайно сказала, что по натуре я любопытный человек и решительный. В какой-то момент мне захотелось вырваться из клише слишком романтической женщины. На-



СУМКА, КОЛЛЕКЦИЯ ALBERTA FERRETTI СЕЗОНА «ОСЕНЬ—ЗИМА 2019/20»



МЮЛИ, КОЛЛЕКЦИЯ ALBERTA FERRETTI СЕЗОНА «ОСЕНЬ—ЗИМА 2019/20»