

ОЛЕГ РЫЖОВ: «СОВРЕМЕННЫЙ ДЖЕНТЛЬМЕН ПРЕДПОЧИТАЕТ СОЧЕТАТЬ ТРАДИЦИИ С ИННОВАЦИЯМИ. ВЕДЬ СОЗДАЕТ ПРАВИЛА ТОЛЬКО ТОТ, КТО УМЕЕТ ОТ НИХ ОТСТУПАТЬ»



Олег Рыжов — владелец бутика ISAIA, руководитель VIP-продаж магазинов Ermenegildo Zegna и BALLY, директор организации OLEG RYZHOV Luxury & Style Consulting и просто невероятно душевный и харизматичный человек, который уже свыше 10 лет профессионально занимается гардеробом политиков, владель-

цев крупного бизнеса, процветающих украинских и российских мужчин. Господин Рыжов тщательно хранит конфиденциальность своих клиентов и впервые согласился дать интервью изданию «ГД». Он открыл секреты своего успеха и поделился собственным видением комплексного подхода к работе с лучшими мировыми брендами

ГД: ОЛЕГ, Я ЗНАЮ, ЧТО ВЫ ЗАНИМАЕТЕСЬ ГАРДЕРОБАМИ ОЧЕНЬ ВЛИЯТЕЛЬНЫХ МУЖЧИН. ИМЕНА НЕ НАЗОВЕТЕ, ТАКИМ БЫЛО ВАШЕ УСЛОВИЕ, А О ПРЕДПОЧТЕНИЯХ СИЛЬНЫХ МИРА СЕГО РАССКАЖЕТЕ? В ЧЕМ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ ВАШЕ С НИМИ СОТРУДНИЧЕСТВО?

■ **ОЛЕГ РЫЖОВ:** Уже много лет я занимаюсь тем делом, которое люблю, и это с каждым годом приносит мне все больше приятных эмоций.

Есть очень емкое выражение, которое отображает мою деятельность: я управляю гардеробом. Это самое правильное и точное определение. В первую очередь, оно означает, что я избавляю своих клиентов от множества забот: ходить по магазинам, следить за новинками и трендами в мире деловой моды, подбирать собственный стиль. Согласитесь, деловому человеку сложно выделить на это время и самому профессионально создать образ. С большинством из моих клиентов мы дошли до такого доверия, что раз в сезон несколько комплектов одежды отправляются прямо к ним домой после коротких звонков или отправки фотографий по e-mail. И это, наверное, высший пилотаж в моей работе.

Сотрудничество с Ermenegildo Zegna и Bally, с классикой жанра, словно первая любовь, — я дорожил и дорожу этими отношениями. И, тем не менее, все это время я был в постоянном поиске того, что могу предложить таким господам, которые знают толк в одежде и хотят не-



что совершенно особенное. Мне повезло найти то, что я так долго искал — потрясающий неаполитанский бренд ISAIA, этакую Lamborghini среди лимузинов.

Марка ISAIA покорила меня своим революционным подходом, который основывается на полувековых традициях неаполитанских модельеров. Это классическая одежда для современных мужчин, успешных и сексуальных. Кроме идеального кроя и лучших материалов, здесь представлены зауженные приталенные пиджаки, брюки без защипов, яркие детали, разнообразные подкладки, модные ткани — такую классику не назовешь скучной. Бренд ISAIA не стоит на месте, он всегда в поиске свежих идей и неповторимых элементов, открыт экспериментам и риску. Порой даже на грани провокации, что выражается и в рекламных кампаниях. В этом, пожалуй, и заключается успех компании, которая более 50-ти лет держится на высочайшем уровне.

Марка ISAIA носит имя своего создателя, Энрико Исаиа (Enrico Isaia). Все началось с небольшого магазинчика лучших тканей английского и итальянского производства, который Энрико открыл в пригороде Неаполя в начале 20-х годов прошлого века. В то время Неаполь и его окрестности были своего рода меккой швейного ремесла и портных. Дело развивалось, и через несколько лет вместе со своим братом он открыл мастерскую по пошиву мужских костюмов на заказ, которая и стала отправной точкой в истории марки. Постепенно одежда марки ISAIA начала расходиться по крупным итальянским магазинам. Долгое время они шили одежду и для других известных марок: Valentino, Enrico Coveri, Patrick Hellman. И только в 1994 году началось мировое продвижение собственного бренда с захвата американского рынка.

Кроме того, с момента первого знакомства я был потрясен и Sutor Mantellassi — обувью, которую шьют на фабрике всего 25 старичков-кожевников. Их средний возраст составляет 74 года. Эти люди всю жизнь посвятили обуви. В результате получается совершенно

удивительный продукт. А сочетание обуви и костюма создает некий готовый ансамбль для современного джентльмена, который может выбрать для себя самое лучшее из возможного.

ГД: МОЯ ПОДРУГА ИЗ ДОНЕЦКА РАССКАЗЫВАЛА, ЧТО ВЫ ПРИВОЗИЛИ К НИМ УНИКАЛЬНЫЙ ТРЕНИНГ ПО СОЗДАНИЮ АТМОСФЕРЫ LUXURY. ЧТО ЭТО ЗА ТРЕНИНГ, И В ЧЕМ ЕГО ОСОБЕННОСТЬ?

■ **О. Р.:** Спасибо, тренинги действительно интересные, мне хочется делиться накопленным опытом, и, главное, мне это очень нравится! Здесь все просто. Роскошь создает сервис. У Славинского есть замечательная фраза: «Сам процесс выбора luxury-продукта порой куда важнее самого приобретения». Об этом никогда не стоит забывать! Есть еще один секрет: сервис — это мелочи, в которых кроется результат. То, в какой чашке подан кофе, его сорт, обращение к клиенту, сама атмосфера бутика — могут навсегда либо привязать клиента, либо отвести его от вашего роскошного магазина.

Самая главная ошибка в этом искусстве — создание «продающего» сервиса в luxury-сегменте. Предложить клиенту что-то взамен или в дополнение можно, но лишь в том случае, если вы уже знакомы и изучили его вкус.

Для успешных продаж в luxury-сегменте крайне важен один момент: продавец должен быть осведомлен во всех деталях лучше самого покупателя. Увы, для украинского сервиса это, как правило, редкость. Зачастую, потребитель очень разборчив и, так часто случается, знает нюансы лучше продавца.

ГД: ЧТО ЖЕ ПОДРАЗУМЕВАЕТ ОБСЛУЖИВАНИЕ VIP-КЛАССА?

■ **О. Р.:** Мне бы хотелось говорить не о VIP-обслуживании, а об удовлетворении клиентов, приобретающих предметы высокого luxury-стиля. Все-таки

не секрет, что современный *luxury* делится на несколько подвидов, и самый верхний его сегмент — *Pure luxury*. Это не просто богатый, но аристократичный подход к качеству жизни.

Существует такое понятие, как деньги с историей или «буржуазия» в правильном смысле этого слова. Современные аристократы — это не просто преуспевающие люди, это «белая кость», которая поколениями воспитывалась на определенной культуре и правильных предметах потребления. Ощущение *Pure luxury* выросло и создано для них — это то, что близко им по духу, что заложено в генах. Поэтому, по сути, подобные эксклюзивные вещи не нуждаются в какой-либо рекламе, поскольку они никогда не станут массовыми. Это правильные яхты, правильные автомобили, сюда же можно смело отнести бренды, подобные *ISAIA*. Производители *Pure luxury* ставят в приоритет исключительное исполнение вещей. Не просто высокое качество, а безупречное! Это изделие, которое должно идеально сесть по фигуре и иметь совершенно уникальные детали. В первую очередь, оно нацелено на создание идеального качества и максимального комфорта для самого обладателя, а не для внешнего впечатления. Людям, которые покупают *Pure luxury*, процесс покупки зачастую более важен, чем сама покупка. Подобные покупатели, конечно же, искушены и хотят получить больше, чем просто вещь. Они желают получить привычную атмосферу, которая им присуща, которая им под стать. Мои клиенты часто засиживаются в бутике далеко за полночь, и не потому, что у меня островной односолодовый шотландский виски, безупречные французские арманьяки или хорошее *prosseso*... Нет. Мы играем в шахматы, говорим о любви, о вечности, о женщинах, мы просто наслаждаемся общением. Вы были бы удивлены, если бы узнали, какое тонкое чувство юмора у многих одиозных политиков нашего времени.

Кстати, о шахматах. В *VIP*-зале бутика *ISAIA* есть необычная шахматная доска, которую я привез из Сирмионе, что на озере Гарда. Купил у 99-летнего владельца небольшой лавочки. Он сам придумывает образы фигурок, и фабрика выливает их из свинца. Я выбрал роскошную партию из игроков в гольф. Он с таким трепетом рассказывал о своем деле, что у меня язык не повернулся спросить о скидке. Вот это виртуоз! Поклонникам марки хорошо знаком наш просторный *VIP*-зал, где за чашечкой превосходного эспрессо можно просмотреть каталоги уникальных тканей. После этого, колоритный итальянский портной снимет мерки, которые отправятся в Неаполь и через два месяца вернутся в виде великолепно скроенных костюмов. Знаете, мне очень нравится философия *made-to-measure* от *ISAIA*, которая говорит о том, что костюм должен быть не просто красивым, он должен быть Вашим... Похожим на своего владельца и воплощающим его личность в мельчайших деталях. Для того чтобы создавать правила, я советую иногда отступать от них.

GD: КАКОЕ МЕСТО В КОМПЛЕКСНОЙ РАБОТЕ С БРЕНДОМ ЗАНИМАЕТ ИНТЕРЬЕР И ДИЗАЙН БУТИКА?

■ **О. Р.:** Такого бутика как *ISAIA* в стране нет! Несмотря на сумасшедшую эклектику, во всем воплощена абсолютная гармония. Это достижение бюро *Ferrari* из Милана, их работа. Каррарский мрамор, венецианский паркет в форме пчелиных сот создают уникальную атмосферу роскоши и благополучия. Все продумано до мелочей. Гардеробные шкафы помогают представить себя в домашней обстановке, а музейные витрины придают важности сорочкам, сшитым вручную. Добавьте к этому дружескую атмосферу и вы прочтете во всем: «Вас здесь ждут!»

Даже манекены у нас представлены особенные. Их изготавливали в Лос-Анжелесе на фабрике, которая специализируется исключительно на манекенах под 50 размер одежды *ISAIA*.

По старым чертежам была восстановлена мебель начала века, которая стояла в магазине, открытом Энрико Исаяя в 1920 году в Неаполе. Наше ноу-хау — возможность собственными глазами наблюдать работу маэстро портного в своей мастерской, чтобы убедиться в ее исключительности. Это словно окна на кухню в хорошем ресторане.

У нас была возможность установить дорогостоящую петельную машину, но мы выбрали ручную обработку петель. Машина может сделать это за 20 секунд, у портного же такая работа занимает четыре часа. Однако наша принципиальная позиция — все детали производятся только вручную, чтобы ощущалась эксклюзивность, элегантность и душевность окружающие бренд.

GD: КАК ЖЕ СЛОЖИЛАСЬ ИСТОРИЯ ВАШЕГО СОТРУДНИЧЕСТВА С КОМПАНИЕЙ *ISAIA*?

■ **О. Р.:** Общаясь с Энрико Исаяя, я услышал от него интересную историю. Когда-то один очень известный мегабренд предложил им массовое производство мужской одежды. Но, посчитав все и обнаружив, что для удовлетворения спроса на пошив этих изделий, им придется пожертвовать своим качеством, они отказались. Мне очень близко по духу такое избирательное, трепетное и творческое отношение к собственному делу. Когда я познакомился с Марко Монтероссо, а потом и с Энрико Исаяя, я сразу влюбился в этот бренд и понял: это как раз то, что я ищу.

ISAIA — яркий пример неаполитанского стиля в мире классических костюмов. Марка очень артистична, не подражаема в выборе расцветок, демонстрирует несколько ироничный подход к классике и характерный собственный крой с мягкостью линий, силуэтом «песочные часы» и легкой округленностью плеч.

Девиз *ISAIA*: «БОЛЬШЕ, ЧЕМ ТРАДИЦИИ». Это действительно больше, чем классическая одежда *de lux* для молодых душой. И поверьте, я сделаю все, чтобы о нас ходили легенды! **D**



ISAIA
NAPOLI

IK

22 Volodymyrska Str, Kyiv, Ukraine
279-01-61