

„დილოგი Claudio Antonioli-თან (Fashion ინდუსტრიის წამყვანი მოთამაშე, ონლაინ მაღაზიებისა და სავაჭრო სივრცეების მფლობელი)“ – ჟურნ. „ამარტა“/ №1 (44), 2019

მილანი - საფეხბურთო დედაქალაქი, ქალაქი-მუზეუმი, ქალაქი-ძეგლი, ევროპის საოპერო ხელოვნების დედაქალაქი, მრავალრიცხოვანი ტურისტები, ლა სკალაში მსოფლიო ვარსკვლავების მიერ ცოცხლად შესრულებული საოპერო არიები, დუომოს შპილის საოცარი ხედი, ძველებური ციხე-სიმაგრის კედლები... და ჩვენი დროის მილანი - მსოფლიოს მოდის კანონმდებელი და ტრენდსეტერი, ფუფუნებისა და შოპინგის დედაქალაქი, უამრავი ადამიანისათვის მოდის ბიზნეს-ქალაქის სინონიმი.

„მოდის მსხვერპლნი“ სწორედ ამ ქალაქს მიეშურებიან ტანსაცმლისა და აქსესუარების შესაძენათ მოდის უახლესი ჩვენებებიდან. თუმცა, ფრაზა „მოდა და სტილი“ სულაც არ ნიშნავს ულტრამალალ ფასებსა და ფუფუნებას, მხოლოდ განებივრებული ელიტისათვის განკუთვნილს. დიახ, აქ „ბატონობენ“ Dolce & Gabbana, Versace და Armani ... , მაგრამ მათ იღვებს მოდის კვირეულის პოდიუმებიდან უმაღლესი ითვისებენ და ავრცელებენ კონკურენტები, საშუალო კლასის მყიდველზე რომ მუშაობენ. მოდური ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი და აქსესუარები ფართო მყიდველისათვის რამდენიმე კვირაში მაღაზიებში გამოეფინება. ამდენად, ლუქსის ლეიბლის გარეშე, მაგრამ, მილანის მაღაზიები ყველა ტურისტის სურვილს, მოთხოვნებს და ფინანსურ შესაძლებლობებს აკმაყოფილებენ. ეს ხდება იმიტომ, რომ მილანი მხოლოდ ფუფუნების Fashion District არ არის. აქ დიდი რაოდენობითაა უნივერსალური, მაღაზიები, სავაჭრო ობიექტები, კარგი ბაზრობებიც კი, სადაც ჩინურ სამომხმარებლო საქონელთან ერთად, ძალიან ლამაზი და მაღალი ხარისხის საქონელი იყიდება.

სხვათაშორის, ცნებას „high shopping“ ევროპის ქვეყნებში იყენებენ მხოლოდ ორი ქალაქის მიმართ - პარიზი, მილანი. უფრო მეტიც. არსებობს თეორია ნამდვილი მოდის „ცხოვრების გზის“ შესახებ. ეს თეორია გვაუწყებს, - მოდის ჩასახვა მილანში ხდება, მისი განვითარება პარიზზე გადის, დიდ აღიარებას ნიუ-იორკში ჰპოულობს, ხოლო თავისი კარიერის ელევანტურ დაისს ისევ მილანში ხვდება, თუმცა აქვე, ამავე დროს, ახალი მოდა იწყება.

მსოფლიოში ყველა ცნობილმა მოდის სახლმა, როგორებიცაა Chanel, Valentino, Roberto Cavalli და მრავალმა სხვამ, აღიარება მეტწილად მილანის მაღლით ჰპოვეს. მსოფლიოში ყველაზე საყვარელი მოდელები ჰაიდი კლუმი და ნაომი კემპბელი უმეტეს წილად მილანში ცხოვრობენ და საერთაშორისო მოდურ სამყაროში აღიარებულ კუთურიებთან თანამშრომლობენ.

და აი ამ ბრწყინვალე, კაშკაშა ფონზე ძლიერად გამოიკვეთება მოდის ინდუსტრიის ერთ-ერთი მთავარი მოთამაშე კლაუდიო ანტონიოლის (Claudio ANTONIOLI) საქმიანობა. ნიშანდობლივია, რომ კლაუდიო ანტონიოლი დაიბადა მილანში - მოდის სამყაროს ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან ქალაქში, დედამიწის იმ ადგილზე, სადაც მთელი სივრცე გაუღენთილია მოდის, ხელოვნებისა და დიზაინის ფლუიდებით და ყოველი დღე სავსეა უამრავი საინტერესო მოულოდნელობებით. „ეს ჩემი სახლია, - ამბობს კლაუდიო - და, რა თქმა უნდა, დიდი დახმარება გამიწია იმაში, რაც გავაკეთე“. აქ დაიწყო მისი ბრწყინვალე კარიერის გზა.

თავისი პირველი პროექტი კლაუდიო ანტონიოლიმ 1987 წელს მილანში განახორციელა. მაშინ კლაუდიო მხოლოდ 27 წლის იყო, მაგრამ ძლიერ გატაცებული ტანსაცმლის სიყვარულით და მოდის სფეროში წარმატების მიღწევის დაუოკებელი სურვილით. სულ რამოდენიმე წელიწადში კლაუდიო ანტონიოლიმ შექმნა „ANTONIOLI“, - ერთ-ერთი პირველი და ყველაზე მნიშვნელოვანი მულტიბრენდული ბუტიკი იტალიაში. მალე „ANTONIOLI“ ცნობილი დიზაინერების და პრესტიჟული კლიენტების საყვარელი ადგილი გახდა. მაგრამ კლაუდიოს უფრო შორს მიმავალი მიზნები ჰქონდა. მას არ ტოვებდა სურვილი გაეცოცხლებინა ქალაქის მივიწყებული სივრცეები, ეჩუქებინა ადამიანებისათვის ამაღელვებელი შეგრძნებები და ემოციები. 2003 წლის იანვარში მალაზია „ANTONIOLI“ გადავიდა ქუჩაზე Via P. Paoli 1, უძველეს შენობაში, სადაც 20-იან წლებში განთავსებული იყო მუნჯი კინოს ერთ-ერთი პირველი კინოთეატრი მილანში. როგორც თავად ანტონიოლი ამბობს, მას ძლიერ შეუყვარდა ეს სივრცე, რომელიც მილანისთვის მნიშვნელოვან და ისტორიულ ადგილად მიაჩნია.

2009 წელს კლაუდიო ანტონიოლიმ გააფართოვა ბუტიკი. მან შექმნა უნიკალური სავაჭრო ადგილი გადაშლილი 400 კვადრატულ მეტრ ფართზე. ინტერიერი ინოვაციური ტექნოლოგიებით დამუშავებული მასალითაა გაფორმებული. დარბაზს ჰყოფენ ლამინირებული დაქანებული სიბრტყეები, რომლებიც ვიზუალურად აფართოვებენ სივრცეს, ანგრევენ მის გეომეტრიას და, ამავდროულად, ირეკლავენ და ამრავლებენ ირგვლივ ბრჭყვიალა ზედაპირის შუქებს ... სავაჭრო სივრცეში მოწყობილია სპეციალიზირებული გასართობი და საგამოფენო სივრცეები, რომელთა ავტორია Fashion-ინდუსტრიაში არქიტექტურის გენიად აღიარებული ცნობილი იტალიელი არქიტექტორი ვინჩენცო დე კოტისი. მან „ANTONIOLI“ ნამდვილ არტ-ობიექტად გადააქცია. სივრცეში განთავსებულია ექსპონატები, რომლებიც, სპეციალურად შერჩეული მხატვრული ელემენტების წყალობით, ისეთივე შთაბეჭდილებას ტოვებენ, როგორც ნებისმიერ რესპექტაბელურ ხელოვნების გალერეაში.

მოდის ინდუსტრია თანამშრომლობისათვის ხშირად იწვევს მხატვრებს, მუსიკოსებს, სკულპტორებს, არქიტექტორებს და ა.შ. როგორც ანტონიოლიმ ჩვენთან საუბრისას განაცხადა, „იმისათვის, რომ შეიქმნას საუკეთესო შემოქმედებითი სინერგეტიკული ეფექტი, ძალიან მნიშვნელოვანია ერთად მუშაობა“. ეს რომ ასეა, „ANTONIOLI“-ის მოდურმა და კონცეპტუალურმა სტილისტიკამაც დაგვანახა. იგი ძალზე არაჩვეულებრივია და ძლიერ შთაბეჭდილებას ახდენს ადამიანებზე.

ამავე დროს კლაუდიომ მოახერხა შენარჩუნებინა ძველი შენობის ისტორიული ფრაგმენტები. საინტერესოა, რომ ასი წლის შემდეგაც ზოგიერთმა ძველებურმა დეტალმა არ დაკარგა თავისი ფუნქცია და ესთეტიკური შინაარსი. შეიძლება ითქვას, რომ ინტერიერის დიზაინში აისახა კლაუდიო ანტონიოლის პირადი სტილის ფილოსოფია - თანამედროვეობისა და ტრადიციულობის ნაზავი. ამაშია კლაუდიოს პრაქტიკული საქმიანობის მთავარი კრედო - ტანსაცმლის თითოეული მომხმარებლის გემოვნების დაკმაყოფილება.

ბუტიკის აბსოლუტური პროტაგონისტებია მამაკაცისა და ქალის ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი და აქსესუარები, შექმნილი ცნობილ საერთაშორისო დიზაინერთა მიერ. აქ წარმოდგენილი ჩაცმულობა და აქსესუარები ხელმისაწვდომია ყველასთვის, ვისაც აქვს სურვილი და გამბედაობა შექმნას საკუთარი უნიკალური სტილი, მის ინდივიდუალურობას რომ უპასუხებს. აქ ზოგადი კონტექსტიდან ამოვარდნილი კოსტიუმის ნაირსახეობაა იმ მომხმარებელთათვის, ვინც დროის დინებას კი არ მიჰყვება, არამედ მნიშვნელოვნად უსწრებს მას. «ვფიქრობ, რომ ყველამ უნდა ატაროს ის, რაც მას მიაჩნია საჭიროდ. ჩვენი ტანსაცმელი და აქსესუარები იმის გამოხატულებაა, როგორიც ვართ რეალურ ცხოვრებაში. მნიშვნელობა არა აქვს ნორმებს, რომლებიც გვკარნახობენ, რა არის სწორი და რა არა. ერთადერთი, რაც მნიშვნელოვანია ჩემთვის - ჩავიცვა ისე, რომ თავი კომფორტულად ვიგრძნო ... , თავისუფლად ავირჩიო ის, რაც ნამდვილად მომწონს. ესაა ნამდვილი ფუფუნება“, - ამბობს ანტონიოლი.

2008 წლის ივნისში ანტონიოლიმ, ერთ-ერთმა პირველმა იტალიაში, აამუშავა ელექტრონული კომერციის საიტი. განყოფილებაში „ჟურნალი“ ყოველდღიურად მიმდინარეობს ფოტომასალის, ვიდეოებისა და ინტერვიუების განახლება, სისტემატურად ხდება მოდის ახალი ტენდენციების შესახებ ინფორმაციის მოწოდება. შედეგად, ვებ-საიტზე მოდური ტანსაცმლის კოლექციის მილიონზე მეტი ფოტოგამოსახულებაა ატვირთული, ჩანერილია ინტერვიუები ცნობილ დიზაინერებთან. ამან მომხმარებელს მისცა შესანიშნავი შესაძლებლობა გასცნობოდა ზოგიერთი დიზაინერის დახურულ სადემონსტრაციო სივრცეებს... . აქ ყველაფერი დეტალურადაა გააზრებული, რათა ონლაინ მაღაზიამ Antonioli.eu მომხმარებელთა ყურადღება მიიპყროს და ეფექტურ ონლაინ-გაყიდვებს შეუწყოს ხელი.

„ქსელის რეგულაციამ უკეთესობისკენ შეცვალა მსოფლიო მოდა და დიზაინერების კომერციული შესაძლებლობები. ახლა უკვე ყველას მიეცა შესაძლებლობა მიაღწიოს დიდ წარმატებას, რაც რამდენიმე წლის წინ წარმოუდგენელი იყო. და, რაც განსაკუთრებით კარგია, ჩემი აზრით, ხდება შემოქმედებითი პოტენციალის გათავისუფლება ლობისტური სისტემებისაგან“, - აღნიშნავს ანტონიოლი. ანტონიოლი მიიჩნევს, რომ „მოდა ცვალებადია. იგი სწრაფად იცვლება, როგორც მსოფლიო. ნაცვლად ბრმად მოდის აყოლისა, უკეთესია მოიძებნოს მოდაში ის გზა, რომელიც კონკრეტული ადამიანის მე-ს უპასუხებს“. ძნელია არ დაეთანხმო ამ სიტყვებს.

ასეთმა პრაქტიკულმა მიდგომამ ანტონიოლის აპოგინა სწორი გზა მომხმარებლის გულის მოსაგებად. ამიტომ არის, რომ, დამოუკიდებელი საცალო გაყიდვებიდან, „Antonlioli“ იტალიაში ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარულია. ანტონიოლისთვის მნიშვნელოვანია, რომ ბრენდების დიზაინერული პროდუქცია აკმაყოფილებდეს მის გლობალურ კონცეფციას. ბრენდები უნდა ეხმარებოდნენ მის ინდივიდუალურ გემოვნებას და საზოგადოების განწყობას. ანტონიოლის თქმით, იგი უარს ამბობს თანამშრომლობაზე არა ერთ პრესტიჟულ დიზაინერთან, თუ ის არ პასუხობს მის წარმოდგენებს. ამავე დროს, იგი საქმიან ურთიერთობებს ამყარებს ახალ, ჯერ კიდევ უცნობ ბრენდებთან, რომლებიც მასთან საქმიანი ურთიერთობის შემდეგ აღწევენ მოდის სამყაროს ბრჭყვიალა მწვერვალს.

Antonlioli.eu ქსელი გამოირჩევა მილანის ულტრათანამედროვე კონცეპტუალურ მაღაზიებთან სადღეღამისო კავშირით. ინოვაციური, უნიკალური პროდუქტი - ასეთია კლაუდიო ანტონიოლის არჩევანის ძირითადი მახასიათებლები. კლაუდიოს აქვს საკუთარი პირადი სტილი და ჰყავს თავისი საყვარელი დიზაინერები. ჩვენთან საუბრისას ამას არც მალავდა. „ბოლო დროს ჩემი საყვარელი დიზაინერია Rick Owens. მე მომწონს მისი რადიკალიზმი, რომელიც განსხვავდება Boris Bidjan Saberi, Juluis, Raf Simons და Balenciaga სტილისგან. ყველაზე მეტად მიყვარს Audemar Piguet Royal Oak-ის საათი. მომწონს Werkstatt Munchen-ის ვერცხლის აქსესუარები და Kuboraum-ის მზისდამცავი სათვალე“, - ამბობს ანტონიოლი. მან მხოლოდ რამდენიმე სახელი დაასახელა, მაგრამ, როგორც ჩანს, მისი საყვარელი ბრენდების სია ბევრად უფრო გრძელია.

როდესაც ჩვენს რესპონდენტს სამომავლო გეგმების შესახებ ვკითხეთ, მან არ მოისურვა ბოლომდე გახსნილიყო და გაურკვევლად გვიპასუხა: „თავში მუდმივად ბევრი სხვადასხვა ახალი პროექტი მიტრიალებს მოდასა და მუსიკასთან დაკავშირებით ... ვნახოთ ... ვთქვათ, ეს სიურპრიზი იქნება ...“. - ხუმრობით, რომ ვთქვათ, ალბათ, როგორც ნებისმიერ შემოქმედ ადამიანს, მას „გათვალვის“ ეშინოდა. მაგრამ შეიძლება ვიყოთ დარწმუნებული, თუ ანტონიოლიმ რაღაც ჩაიფიქრა, ის აუცილებლად ბოლომდე გაჰყვება ჩანაფიქრს და ოსტატურად აასრულებს მას.

დღეს ანტონიოლი მოდური ტანსაცმლის საცალო ვაჭრობის ერთ-ერთი ლიდერია, რომელიც მომხმარებელს სთავაზობს სრულ სერვისს მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილიდან. მას რამდენიმე მულტიბრენდული ბუტიკი აქვს იტალიაში, რომლებშიც მხოლოდ პრესტიჟული საერთაშორისო ბრენდების პროდუქციის მდიდარი არჩევანია წარმოდგენილი.

გარდა მილანის ძირითადი ბუტიკისა, კლაუდიო ანტონიოლიმ გააფართოვა თავისი უნიკალური მარკა ლუგანოს, ტურინის მთავარ სავაჭრო ადგილებში და ასევე იბიცაზეც. მისი ელექტრონული კომერცია Antonioli.eu სხვადასხვა ქვეყნის მომხმარებლების მიერ აღიარებულია ერთ-ერთ წამყვან საცალო ქსელად მოდისა და ფუფუნების სამყაროში. ანტონიოლი არასოდეს არ ღალატობს თავის მხატვრულ გემოვნებას. საოცარია მისი მდიდარი არჩევანი, რომელიც აერთიანებს დემოკრატიულ და დახვეწილ სტილს. ანტონიოლი არის „New Guards Group“ პარტნიორი, რომელიც ფლობს ისეთ ბრენდებს, როგორიცაა „Marcelo Burlon, Off White c/o Virgil Abloh, Palm Angels, Unravel and Heron Preston; ანტონიოლი თანამშრომლობს საერთაშორისო დონის ისეთ ცნობილ დიზაინერებთან, როგორებიც არიან Ann Demeulemeester, Rick Owens, Balmain, Gareth Pugh, Haider Ackermann, Neil Barrett, «Givenchy», «Valentino», «Proenza Schouler», «Chloé» და «Christopher Kane» *Boris Bidjan Rabel, Raf Simons, Balenciaga* და სხვ....

ანტონიოლის სამომავლო გეგმების შესახებ ჩვენ მაინც რაღაც შევიტყუეთ: Antonioli.eu-ს ვეტემენტები ეძებენ პარტნიორულ ურთიერთობებს ტრენდსეტერულ საიტებთან, ბლოგებთან და ინსაიდერებთან, ზოგადად, მათთან, ვისთვისაც მისაღებია ხარისხის Antonioli.eu-ს სტანდარტები. ვეტემენტების მთავარი მიზანია, ელექტრონულ ვაჭრობაში კლიენტების მიზიდვა ტრადიციული მეთოდებისა და ონლაინ-გამოცდილების გამოყენებით. აქედან გამომდინარე, ჩვენ ვკითხეთ კლაუდიო ანტონიოლის, გეგმავს თუ არა იგი უახლოეს მომავალში ქართულ ბაზარზე შემოსვლას. პასუხი იმედის მომცემია: „არასოდეს არ იცი ..., ქართველი პარტნიორი რომ მომეძებნა, ამაზე დავფიქრდებოდი. ვფიქრობ, რომ თუ ახალი ბიზნესის დაწყება გსურთ უცხო ქვეყანაში, ყველაზე მთავარია საიმედო ადგილობრივი პარტნიორი, რომელსაც დავუკავშირებ ჩემს გამოცდილებას ...“. ვისურვებდი, კლაუდიო ანტონიოლის ასეთი საიმედო პარტნიორი ქართულ ბაზარზე მალე მოეძებნოს.