

# ДОМ ВОСХОДЯЩЕГО СОЛНЦА

ТЕКСТ / ЮЛИЯ КАЛАНТАРОВА, ЛОНДОН

**Выставка Лондонской Недеи моды, в очередной раз прошедшая в Сомерсет-Хаусе, ставшем домом для Британского Совета моды (British Fashion Council), собрала в этом сезоне 120 марок, из которых ровно половина выставлялась здесь впервые.**



По сравнению с прошлым годом экспозиция значительно уменьшилась в размере, и многие байеры усматривают в этом финансовую нежизнеспособность британской моды. «Я вижу здесь намного больше жаждущих внимания модных персонажей, нежели серьезных байеров», – говорит **Маз Алварит (Maz Alwarith)**, директор бутика **La Maison de Sacs** из графства Лестер. – Конечно, так уж повелось, что в Лондоне к маркам только присматриваются, а заказы уже делают в Париже, но все равно я считаю, что бизнес здесь пошел бы лучше, если бы организаторы мероприятия смогли привлечь больше байеров из Японии, Китая и России». «В нашем бутике представлены в основном до-

рогие марки, такие как **Marc Jacobs**, **Comme Des Garçons**, **Maison Martin Margiela**, но мы также стараемся поддерживать и молодые таланты. Из представленных на этой выставке дизайнеров мы постоянно сотрудничаем со **Swarovski**, еще в этом сезоне мне понравились коллекции **Kate Sheridan** и **Maria Francesca Pere**», – добавляет он. «Я несколько разочарована», – говорит **Адрита Норвин (Adhrita Norwin)** из онлайн-бутика **www.fprive.com**. – Пока ничего особенно интересного не нашло, хотя мы еще не открылись и только отбираем дизайнеров для нашего сайта. Основная наша идея – запустить онлайн-платформу, где смогут продавать свой ассортимент маленькие независимые бутики из

лондонских районов Шордич и Челси. В плане выбора мне, например, намного больше понравилась выставка **Скоор** и прошлогоднее трейд-шоу в Нью-Йорке, а здесь я почти не вижу интересных аксессуаров, и байеров не так уж много, в основном блогеры и фотографы», – делится впечатлениями она. «Думаю, это очень важно, что у нас есть такое место как Лондон, где сразу становится ясно, сколько у нас молодых талантливых дизайнеров», – говорит **Кэролайн Бурштейн (Caroline Burstein)**, креативный директор и совладелец одного из самых престижных британских мультибрендов **Browns**. – Мы, например, отслеживаем молодые таланты везде, где только можно: на выпускных шоу или просто по чьей-нибудь рекомендации, мне кажется очень важным поддерживать дизайнеров в самом начале их творческого пути. Например, с **Софией Уэбстер (Sophia Webster)** мы начали работать, когда она была еще студенткой. В этом сезоне мое внимание привлекла марка **Filles a Papa**. Я прихожу сюда регулярно вот уже много лет и вижу, как прогрессирует это место. На мой взгляд, качество представленных здесь брендов постоянно растет. Это и не может быть по-другому, если Лондон хочет заниматься серьезным бизнесом». О потенциальной привлекательности британского рынка, а также о всевозрастающей популярности скандинавской моды и культуры в целом свидетельствует новый раздел выставки **Fashion Scandinavia**, в котором приняли участие 60 марок. «Нас в Копенгагене все знают», – говорит **Джеспер Равн (Jesper Ravn)**, торговый представитель марки **Mads Norgaard**, – так как существуем мы уже с 1986 года. Нам показалась очень хорошей идея выставиться здесь, в Лондоне, тем более что британские байеры снова стали проявлять к нам интерес и уже кое-что у нас заказали в Берлине и Копенгагене. Раньше мы продавались в Лондоне, и было бы очень хорошо вернуться сюда снова. И поскольку выставляем мы здесь с другими скандинавскими марками, такими, например, как **Wood Wood**, то, мне кажется, все вместе мы очень хорошо можем пред-





Gudrun & Gudrun

ставить в Лондоне моду этого региона. Наша одежда рассчитана на покупателя со средним достатком, средняя розничная цена – от £60 до £150, мы любим играть с цветом, всегда включаем в свою коллекцию несколько ярких моделей, и, конечно, поклонники марки всегда могут найти в ней что-нибудь на свой вкус – будь то андеграундная тематика или анималистический принт», – добавляет он.

«Мы уже и так продаем в Лондоне, – говорит **Гудрун Рогвадоттор (Gudrun Rogvadottir)**, основательница марки **Gudrun & Gudrun**, мировую славу которой принесла носившая их свитера детектив Сара Лунд из сериала *The Killing*. – Наши ритейлеры – это британские 69 Broadway Market, Press Boutique на Primrose Hill, Urban Outfitter и Dover Street Market, так что, я считаю, наше появление здесь весьма логично». «Марка существует вот уже более 11 лет, основу коллекции составляют модели, связанные вручную на Faroe Island – это крохотный островок в Северной Атлантике, затерянный между Исландией и Норвегией. Все модели выполнены из экологически чистой шерсти, розничные цены начинаются от £40 за аксессуары и £240 за свитер. А представлены мы на сегодняшний день по всему миру – в Тайване, Южной Корее, Японии, Европе, а также в России, в московском бутике Mood Swings Apartment, со следующего года начнем продаваться в Нью-Йорке», – добавляет она. «Очень при-



Кольцо Yunus & Eliza

ятно, что теперь скандинавской модой интересуются и в России, – говорит **Мария Свенсон (Maria Svennson)**, представитель марки **MASKA**, также специализирующейся на трикотаже. – На этой выставке мы встретили представителей очень интересного московского бутика **Twins** и очень надеемся, что у нас с ними наладится сотрудничество. Пока же у нас 25 ритейлеров в 6 странах, и лучше всего мы продаем в Японии и Швейцарии».

Шведская ювелирная марка **Fannie Shianovi**, заведующая выставки Лондонской Недели моды, выставляется на основной площадке вместе с другими международными брендами. «Конечно, все заказы делают в Париже, Токио и Америке, – говорит **дизайнер марки Фанни**, – но для меня очень важно выставляться именно здесь, потому что Лондон – это самое лучшее место для молодых марок, этот город открыт для новых идей, и креативность здесь в почете». Еще один ветеран выставки в Лондоне – **Элен Делани (Helen Delaney)**, дизайнер марки **Electronic Sheep**. «Тема нашей последней коллекции *Taifun Puppets* («Ураганные куклы») – это мегаполис с его самыми экстремальными погодными проявлениями в

Ada Zanditon

смешении с индустрией комиксов. В этот раз мы еще попробовали создать свой фильм, который так и называется «Вязаное кино». Нам было очень интересно работать над ним, и, к нашей радости, клип отобрали для показа на Лондонской Неделе моды в павильоне *Capon Cinema*. Выставка, конечно, ждалась по объему, но зато качество представленных здесь брендов, на мой взгляд, возросло, и по-моему, это сдвиг позитивный», – добавляет она.

Уже восемь сезонов подряд принимает участие в лондонской выставке марка **Yang Du**, визитной карточкой которой стали развеселые красочные монораппорты на свитерах и сумках. «В Лондоне всегда много посетителей и прессы, здесь мы обычно встречаемся с нашими заказчиками, а все продажи уже происходят в парижском шоу-руме», – говорит дизайнер марки. «Розничные цены на мои изделия варьируются от £200 до £3000 в зависимости от того, сколько в них вложено труда. А продаем мы в основном онлайн, в лондонском *Selfridges* и еще в 25 бутиках по всему миру – в Америке, Азии, на Ближнем Востоке, в Швеции и в России, в московском бутике *F-people*», – поясняет она. Неизменный участник выставки в Сомерсет-Хаусе **Ольга Вильщенко (Vilshenko)**, в творчестве которой переплетаются русский и украинский фольклор, а также последние тенденции британской моды, создала в этом сезоне женственную коллекцию, в которой сочетаются геометрический и растительный орнаменты, различные фактуры и аппликации.



Bottletop Carolina

ки, во главу угла ставящие экологичность и этичность своего производства. Одним из новичков в этом разделе является марка **Katrien van Hecke**, выпускница бельгийской *Hent Academy*, приглашенная для участия в трейд-шоу Британским Советом моды. «Я работаю с шелком, волокнами старых шерстяных платьев и натуральными красителями, которые получаю из различных растений, – говорит дизайнер. – В сочетании с обычной поваренной солью, которую я использую в качестве натурального реагента, иногда получается очень интересный эффект. Также люблю экспериментировать с различными техниками нанесения орнамента. Трафареты для принтов я изготавливаю из отходов пластикового завода». «Здесь на выставке я уже встретила нескольких байеров, которые были заинтересованы в сотрудничестве. Также в первый день работы экспозиции я познакомилась с Хилари Александер, обозревателем *Telegraph*, и Сюзи Менкес из *International Herald Tribune*, которая сказала, что мои модели очень подходят мне по образу», – рассказывает Кэтриен. Название еще одного дебютанта проекта *Esthetica* говорит само за себя: **Bottletop** – «Бутылочная крышка», так назывался созданный в 2002 году фонд, который вкладывал деньги от продаж сумок из алюминиевых колец, быстро ставших бестселлерами, в гуманитарные проекты в Африке. «Наша марка как таковая была создана всего лишь год назад, – говорит ее директор **Оливер Вэйман (Oliver Wayman)**, – но наши фирменные сумки из крашеных вручную алюминиевых баночных колец получили признание уже достаточно давно. В работе над кожаной коллекцией нам помогает, например, главный дизайнер аксессуаров Дома *Louis Vuitton*. Розничные цены на наши изделия колеблются в пределах £150-600. В Лондоне нас встретили очень тепло, мы уже успели пообщаться с байерами из Америки, Китая и Бельгии, а также с большим количеством прессы», – признается он.

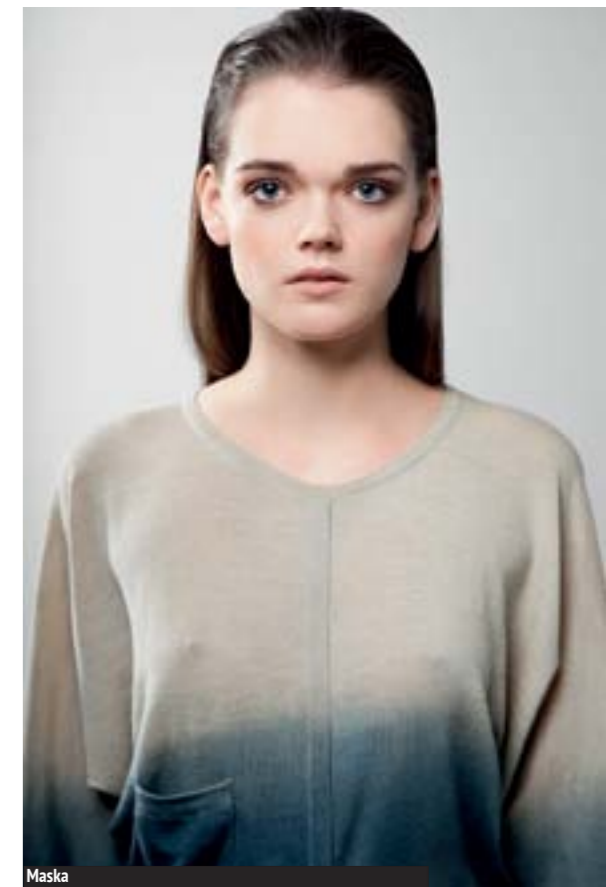
**Ada Zanditon**, один из самых юростных борцов за экологичную моду, в этом сезоне вдохновилась образом Анны Карениной. «Я посмотрела фильм с Кири Найтли, и это послужило толчком для создания моей коллекции, в которой переплелись дореволюционная русская военная форма и традиции Баухауса. Я себе представила путешествие Анны Карениной через всю Азию в полусказочную страну Бутан, где она становится королевой тигриц. По дороге через Сибирь и Гималаи меняется ландшафт и климат, и все это отразилось в колорите моей коллекции». «У меня состоялся показ на Берлинской Неделе моды, и это было очень волнующее зрелище, когда идея в развитии наглядно прослеживалась на моделях, маршировавших по подиуму. Хочу отметить, что показ прошел очень успешно, британская певица Кэти Малуа даже произнесла речь. В своей работе я использую экологически чистые материалы, а в ювелирных украшениях – переработанный алюминий, – продолжает она. – Экспери-



Vilshenko

ментирую и с различными техниками нанесения принтов. В этом сезоне мы добились потрясающего эффекта на органическом хлопке, который к тому же можно стирать при температуре 30°, что тоже в свою очередь помогает сохранить окружающую среду. В этом сезоне я также сотрудничала с еще одним участником проекта, маркой *Phannatiq*, которая создает аксессуары с принтами по мотивам лондонских улиц и использует органические красители. Хит этого сезона – сумка под названием *A case of...*, куда вы можете вписать свое имя». Марка *Lost Property of London* выпускает сумки из старых парусов и кожи, крашенной натуральными красителями. «Все используемые материалы и рабочая сила – местные. Мы продаем в *Fortnum & Mason* на Пикадилли и в *Liberty*, – говорит представитель компании. – Марка была создана, когда наш креативный директор Кэти Белл (*Katie Bell*) выиграла конкурс *Liberty* на звание лучшего британского дизайнера». «Теперь мы стали выпускать одну коллекцию в год и сконцентрировались в основном на образователь-

ной деятельности: ведем с различными крупными компаниями разъяснительную работу о том, как можно сделать их производство более экологичным, – говорит **Нин Кастл (Nin Castle)**, дизайнер марки **Goodone**, уже имевшая опыт сотрудничества с такими крупными ритейлерами как *Tesco* и *Topshop*. – У нас налажено экологическое чистое производство в Болгарии, нам удалось значительно снизить цены, и теперь на нас работает целая сеть агентов, видимо, поэтому наша последняя коллекция имела очень много положительных отзывов». Третий сезон существует раздел выставки *BFC Rock Vault*, спонсируемый *International Palladium Board*. Марка *Yunus & Eliza* участвует в проекте уже второй сезон. «Мы выиграли годичный грант от *BFC Elle Launch Pad*, который дает нам возможность участвовать в этой выставке, – говорит **Элиза Хиггинботтом (Eliza Higginbottom)**. – Помимо собственного онлайн-магазина мы продаем в *Dover Street Market*, австралийском бутике *Christine*, в техасском *Urban Flower Grange Hall*, итальянских *Antonoli* и *Luisa Via Roma*. Также выполняем много индивидуальных заказов для различных музыкантов. Розничная цена на наши украшения варьируется от £200 до £2000». Хочется надеяться, что с ростом популярности Лондонской Недели и британской моды в целом у всех участвующих в выставке марок появится больше шансов встретить своего покупателя как в Британии, так и по всему миру.



Maska