

ТЕКСТ / ЮЛИЯ КАЛАНТАРОВА, ЛОНДОН



Maiko Takeeda, фото Bryan Huynh

# ЭКСЦЕНТРИЧНОСТЬ НА ПРОДАЖУ

**Выставка Лондонской Недели моды, Designer Showrooms, в очередной раз прошла в середине сентября параллельно с самой LFW, разместившись в уютных залах Сомерсет-Хауса, ставшего вторым домом для Британского совета моды. В этом сезоне в ней участвовали 120 британских и иностранных марок, представивших на суд зрителей коллекции одежды, аксессуаров и головных уборов сезона весна-лето 2014.**



Katrien Van Hecke

Цифра сравнительно небольшая, но, по словам **директора онлайн-магазина Young & Beautiful Светланы Родиной**, все дело не в количестве, а в качестве. «Мне очень нравится Лондон, – говорит Светлана. – На эту выставку мы приезжаем уже третий сезон. Обычно мы еще бываем в Нью-Йорке и Париже, но в Лондоне, на мой взгляд, всегда собраны самые «сливки»: все бренды очень привлекательные, да и сами люди, с кем мне довелось здесь столкнуться, – каждый по-своему красив и интересен. И атмосфера здесь очень непринужденная и без суеты, мне кажется, что сам Сомерсет-Хаус с его историей, винтовыми лестницами и высокими залами задает некий размерный и выдержанный тон всему мероприятию». В середине октября Светлана Родина планирует презентацию своего проекта с участием самых модных и продвинутых людей Москвы, многие из которых являются ее друзьями. «Мы вообще твердо верим в то, что за онлайн будущее. Конечно, в Москве через интернет пока покупают больше, но и регионы тоже догоняют быстрыми темпами. Продаваться у нас будет то, чего нигде больше нельзя найти в России. Для начала мы собрали 30 очень интересных брендов, которые, как я считаю, должны заинтересовать российских покупателей. В этом сезоне в Лондоне нам очень понравились показы Virgerry Progsuit – постельные тона и прозрачное кружево, Giles – платья с принтами в сочетании с кедами, Mary Katrantzou – цветочные принты и шнуровка, Antonio Berardi, Ashish – на мой взгляд, очень смелая коллекция. Из аксессуаров – Fleet Ilya, Zoe & Morgan, Eddie Borgo (на последнего мы вообще возлагаем большие надежды) – здесь все от него в восторге, а в России о нем почти никто не знает», – добавляет она.

«Лондонская Designer Showrooms – это наша основная выставка, – говорит **Эмма Д’Брайен (Emma D’Brien)**, представитель британского онлайн-магазина Lovarni. – Мы сейчас находимся в процессе создания своей собственной коллекции и сюда приходим за свежими идеями: в британском ритейле все так быстро меняется, одни дизайнеры приходят на смену другим, так что Лондонская Неделя моды – лучшее место для поиска трендов. Тем более что все наши вещи будут производиться только в Британии. Больше всего в этом сезоне нас вдохновила коллекция Topshop Unique, так как она рассчитана на такую же, как у нас, аудиторию – юных модниц, также понравилась Holly Fulton, участница NEWGEN, спонсируемого сетью Topshop», – рассказывает она. Как всегда, одно из центральных мест на выставке отводится проекту Estethica, инициативе Британского совета моды, дающей платформу дизайнерам, придерживающимся «этических» взглядов на моду. «Я рада, что выступаю в Лондоне, потому что здесь я ассоциируюсь с проектом Estethica, – говорит **бельгийский дизайнер Катрин Ван Хеке (Katrien Van Hecke)**. – После участия в февральской лондонской выставке моя продукция начала продаваться в нескольких местных бутиках, например, в Alameda на Sloane Square и Mooi. Также здесь я вижу множество людей, которые потом приедут на парижскую выставку, где будут делаться основные заказы. На мой взгляд, в Париже больше бизнеса, хотя там больше интересуются, насколько производится твоя коллекция, нежели историей, в данном случае этической, которая лежит за ее созданием. И потом, атмосфера в Лондоне намного более непринужденная, не столь формальная, нежели в Париже. К тому же я, по-моему, единственная представительница Бельгии на этой Неделе моды, что тоже меня в некотором смысле выделяет. Именно в Лондоне мне предложили сделать мой первый показ, прошедший в Хорватии (второй состоялся в Праге при поддержке бельгийского посольства). А такой опыт очень важен для любого дизайнера, потому что он требует несколько иного подхода – нужно представить, как твоя коллекция будет выглядеть не только на вешалке и на улице, но еще и на подиуме. Что касается самой коллекции, то я продолжаю экспериментировать с натуральными пигментами: интенсивный желтый цвет дает специя карри (curry), кампешевое дерево (logwood) – темно-синий, эвкалипт – бледно-желтый, краски, получаемые из акации (cutch wood) и черной хны (black henna), тоже имеют свои узнаваемые оттенки. Индиго – очень дорогой краситель, но один из моих самых любимых. Потом поверх одного пигмента я наношу другой или разбрызгиваю чернила, иногда получается самый неожиданный эффект. Окрашиваю ткани я в специальных герметичных контейнерах



Beautiful Soul



IB Feast Ring – Imogen Belfield



Ada Zanditon, весна-лето 2014

без доступа кислорода – весь цикл занимает обычно два дня. Так как все делается вручную, то в моей коллекции не найти ни одной повторяющейся линии, поэтому я считаю, что мои модели не только этически, но и индвидуальны», – заключает дизайнер.

«Мне кажется интересным то, что Лондон от сезона к сезону становится все более оживленной точкой. Раньше здесь была в основном только пресса, а теперь я вижу, что люди, которые прежде делали заказы исключительно в Париже, теперь ищут их здесь, – говорит **дизайнер марки Phannatig Анна Скодбо (Anna Scodbo)**. – Благодаря этой выставке я стала продавать свои вещи в Италии и Австрии. В проекте Estethica я участвую второй сезон, хотя это уже моя шестая коллекция, являющаяся логическим продолжением предыдущей, – я развиваю тему урбанистических деструктивных принтов, инспирированных неблагополучными районами Ист-Сайда. При этом вся коллекция – это элегантно-вечерние платья. Мне нравится совмещать несовместимое. И, конечно, все красители, которые я использую, натуральные», – добавляет она. Розничные цены на марку колеблются в пределах £350–495. **Ада Зандитон (Ada Zanditon)**, один из самых верных проекту Estethica дизайнеров, создающая свои модели из переработанных материалов, в этом сезоне вдохновлялась образами жителей Нью-Йорка, темой морских черепах и расписными грузовиками, колесящими по дорогам далекого острова Шри-Ланка. А в основу коллекции марки Beautiful Soul легла тема цветущей сакуры. «Я сидела под вишневым деревом в самом центре Токио, – рассказывает **Никола Вудс (Nicola Woods)** основатель и креативный директор марки, – и решила воплотить этот знаковый момент моей жизни в новой коллекции, придав ему чисто английский шарм». Эта британская марка принимает участие в выставке уже второй сезон и в 2012 году номинировалась на Sustainable City Award (городскую экологическую премию). В работе над последней коллекцией под названием Bee 4 Blossom компания использовала прак-



Phannatiq

тически безотходный способ производства. «Все наши шляпы и заколки делаются вручную из бананового волокна на филиппинской фабрике, где я обучаю этому мастерству местных женщин. Я сама родом с Филиппин, – рассказывает **Мик Дульче (Mich Dulce)**, дизайнер одноименной марки. – Это моя пятая по счету коллекция, хотя на Лондонской Неделе моды я выставляю только третий сезон, и впечатления у меня самые положительные: уже появились заказчики в Австрии и на Ямайке, мы продаем в бутике Fenwick на лондонской Бонд-стрит, также благодаря проекту Esthetica наша продукция теперь появилась на очень популярном сайте uooh.com. Розничные цены на все модели в пределах £300». «Для нас выставка в Лондоне всегда работает хорошо», – говорит **Оливер Вайман (Oliver Wayman)**, директор компании **Bottletop**, использующей в качестве основного материала для своих сумок и аксессуаров крышки от алюминиевых банок. Марка не только создает рабочие места в Сальвадоре и Бразилии, но и спонсирует благотворительный фонд здоровья и организацию YouthAID по всей Африке. «Нас уже достаточно хорошо знают во всем мире – мы те-



Tomasz Donocik

перь продаем свои изделия в Китае, Бельгии, Италии, Люксембурге и Соединенных Штатах, – продолжает он. – В нашу последнюю коллекцию мы решили включить яркие цвета, в основном зеленый и желтый, как флаг Бразилии, где, кстати, производятся, но никогда раньше не продава-



Ada Zanditon, весна-лето 2014



Yang Du



Yang Du

вут, как одна семья. Встреча с этими людьми – незабываемые для меня впечатления», – признается дизайнер. «На самом деле эта коллекция – моя дополненная выпускная работа в магистратуре Royal College of Arts. Курс называется Fashion Womenswear Millinery. Основной моей идеей было сделать нечто нематериальное и неосязаемое. Прозрение ко мне пришло после того, как я посмотрела оперу Philip Glass Einstein on the Beach, написанную в 1975 году. Вся «космическая» эстетика той эпохи воплотилась в моей коллекции, которую я хотела сделать одновременно спортивной, андрогинной и элегантной. Как нетрудно заметить, она представляет собой объемные пластиковые конструкции. На эту выставку я попала через спонсорскую программу Британского совета моды, разместившую мой стенд в самом проходе, где меня легко заметят. Очень многие фотографируют мои модели, я постоянно даю интервью, у меня уже появилось много деловых контактов, и я надеюсь, что это только начало», – делится она. Из четырех входящих в состав London Showrooms проектов Британского совета моды, таких как Esthetica, Headonism (шляпы и головные уборы), NEWGEN, спонсируемого Topshop (участники которого представляли свои работы, за исключением одной-двух моделей, на айпадах), раздел BFC Rock Vault, курируемый известным британским ювелиром **Стивенном Вебстером (Stephen Webster)**, – самый молодой. «Замечательно, что теперь на Лондонской Неделе моды есть пространство, где представлены ювелирные изделия из драгоценных металлов», – говорит **Томаш Доночик (Tomasz Donocik)**, уже четвертый сезон получающий спонсорство на участие в BFC Rock Vault. «Обычно я еще выставляюсь на London Collections: Men и на выставке Couture в Лас-Вегасе, но там атмосфера исключительно рабочая, люди ориентированы только на бизнес, нет такого ажиотажа, праздничного настроения, блогеров и прессы, как здесь, и мне кажется, что от раза к разу выставка становится все лучше», – делится впечатлениями он. – Благодаря этому проекту у меня появилось много заказчиков, среди которых самый известный – бутик LuisaViaRoma. Моя последняя коллекция под названием Shard вдохновлена темой архитектуры и зигзагообразными геометрическими линиями. Заклепки и шипы как никогда актуальны, поэтому эти вещи подходят практически к любому гардербу».

В соседствующей с ювелирной секции аксессуаров появилось новое интересное имя – WRQ.E.D. «В этом году сюда был очень большой конкурс, – говорит **директор марки Екатерина Демидова**, – выставка London Showrooms становится популярной, и мы очень рады, что сюда попали». Екатерина получила степень бакалавра в Лондонском колледже моды и стажировалась в домах Giles и Alexander McQueen. «Дизайн каждого из платков Wrq.e.d представляет собой коллаж из эскизов молодых художников, – продолжает она. – В основном все они русские, так уж сложилось. Композиции отличаются от привычных для платков симметричных и, скорее, напоминают картины. Поэтому все края у наших каре разные, и их легко сочетать с вещами в разных цветовых гаммах. Каждая композиция обрамлена рамкой со стихами. Состав – в основном шелк и шерсть с шелком, что очень практично в носке, стоимость в закупке – £145. В этом сезоне мы также начали выпускать пластиковые чехлы для айфонов и айпадов, их дизайн перекликается с рисунками на платках, а цены составляют £20 и £40 соответ-

ственно. Каждый экземпляр содержит несколько строчек из стихотворения на внутренней стороне, о которых будет знать только хозяин аксессуара. Кстати, чехлы пользуются особенным спросом – за последние несколько дней к нам уже поступило много предложений, в основном от британских и японских заказчиков. В Бри-

Выставка Лондонской Недели моды интересна своим многообразием: на одном этаже с бунтарскими коллекциями дебютантов соседствуют марки, представившие совершенно традиционные линии для повседневного ношения. Лондон от сезона к сезону становится все более оживленной точкой. Раньше здесь была только пресса, а теперь те, кто раньше делал заказы исключительно в Париже, пишут их здесь. На London Designer Showrooms приезжают за свежими идеями: в британском ритейле все так быстро меняется, одни дизайнеры приходят на смену другим, что это делает LFW лучшим местом для поиска трендов.



Phannatiq



Bottletop

тании мы уже достаточно успешно продаем онлайн в своем магазине wrqed.com, а также в Boticca.com, Quintessentiallygifts.com и в бутиках Browns, Boutique at home, Natasha Coote, The box boutique, а кроме того, в России в «Цветном» и в американском онлайн-магазине Ahalife.com». Выставка Лондонской Недели моды в первую очередь интересна своим многообразием: на одном этаже с веселыми «мультяшными» монопортретами Yang Du и бунтарской экспериментальной трикотажной коллекцией дебютантов выставки Leutton Postle соседствуют марки, представившие совершенно традиционные и носибельные линии, такие, например, как Negarin. «Девиз нашей последней коллекции – лето в Новой Англии», – говорит



WRQ.E.D.

**менеджер марки по продажам и маркетингу Джулио Коста (Julio Costa)**. – Коллекцию отличает яркая, свежая палитра, вдохновение линиями эко-архитектуры, в частности шедеврами Фрэнка Ллойда Райта (Frank Lloyd Wright). Хочется отметить, что мы здесь второй сезон, и в этот раз чувствуется большое оживление. Особенно много байеров с Ближнего Востока, из Азии, Кореи, Тайваня, Северной Америки и даже Австралии. Европейский рынок представлен достаточно скромно, если не считать британских байеров, но отсюда мы сразу едем в Париж, поэтому для нас это не так важно. Зато именно в Лондоне в этом сезоне у нас появились три новых заказчика с Ближнего Востока. Вообще, надо отдать должное команде Британского совета моды, в которую сейчас набрали молодых инициативных людей, она делает все, чтобы поднять продажи, ведь интересы байеров нужно учитывать – они всегда очень ограничены во времени, но им нужно место для того, чтобы сесть и спокойно оформить заказ. Мы, со своей стороны, пытаемся создать все условия для покупателей, и пока эта стратегия работает». Презентация коллекции Edeline Lee, проходившая на нижнем этаже, скорее напоминала ожившие сюрреалистические сцены из Twin Peaks. По словам дизайнера марки, в этом сезоне она вдохновлялась не только культовым сериалом Дэвида Линча, горячей поклонницей которого она является, но также русским народным костюмом и творчеством наших конструктивистов. Модели в платьях с геометрическим орнаментом, игравшие в бесконечную игру «в шары», неподвижно стоявшие на подоконниках или хаотично передвигавшиеся по комнатам под мелодичные звуки британских фольклорных песен, казались призраками, затерянными в полуподвальных лабиринтах старого Сомерсет-Хауса. Традиции меняются медленно – и плохие, и хорошие. Хочется надеяться, что байеры из Европы будут все чаще заглядывать в Лондон, привлекаемые не только эксцентричностью и необузданностью британской моды, но и возможностью делать настоящий бизнес. 