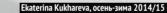
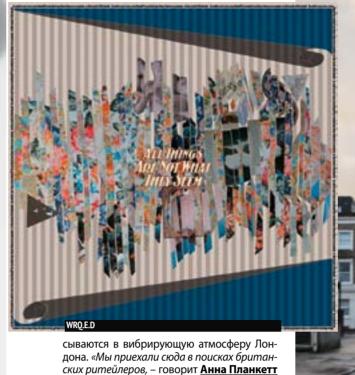
з сезона в сезон участники этого трейд-шоу жалуются на недостаточное количество закупшиков, однако отсутствие последних, видимо, с лихвой компенсируется обилием прессы, новых идей и радостной суматохой. «Мы бываем на многих выставках, – говорят Джемма Оливер (Gemma Oliver) и Стефани O'Paйли (Stephanie O'Rielly), представители одного из крупнейших онлайн-ритейлеров Asos.com, – например, в Париже и Нью-Йорке, но нигде нет такого обилия свежих и талантливых идей. Наш департамент занимается ювелирными изделиями, и в этот раз на выставке нам больше всего запомнились коллекции Daisy Knights, Maria Francesca Pepe u Zoe & Morgan. Конечно, это такие бренды, которые может себе позволить не каждый покупатель, ведь наша аудитория в основном очень молода, но всегда нужно иметь в ассортименте нечто такое, чем любители украшений могли бы себя побаловать», – комментируют они. «Мне кажется, что, несмотря на отсутствие громких имен на выставке, в этом году она намного лучше и интереснее», – считает Вивьен Остин (Vivienne Austin), владелица бутика VA, торгующего одеждой и аксессуарами для стильных дам в возрасте. «Особенно удачно, что участники проекта Estethica рассредоточены по всей экспозиции, а не собраны, как раньше, в одном месте. По-моему, в наше время уже

Выставка Лондонской Недели моды, вот уже несколько сезонов проходящая в Сомерсет-хаусе, в очередной раз собрала на своей площадке разношерстную толпу байеров, журналистов, гостей показов и просто всех, кому удалось приобщиться к большому модному празднику, по традиции состоявшемуся в британской столице в середине февраля.





всем брендам стоит задуматься об этической стороне производства и начать воспитывать покупателя в «экологическом» ключе», - делится соображениями она. Другого мнения придерживается бельгийский дизайнер Кэтрин Ван Хекке (Katrien Van **Hecke):** «Для меня очень важно, чтобы мое имя ассоциировалось с этическими идеями, потому что это основной принцип моей работы, и мне кажется, наш стенд немного теряется среди всего этого разнообразия. Но все равно в этом сезоне, я считаю, был хороший отклик, в первую очередь от прессы, что тоже немаловажно, ведь благодаря публикациям тебя начинают замечать и байеры». «В последней коллекции я использовала новый для себя принцип печати, хотя по-прежнему все красители, с которыми я работаю, натурального происхождения: сок акации, эвкалипт или вот, например, это платье окрашено свеклой», - делится секретом дизайнер, показывая элегантную минималистическую модель. Не менее радует взгляд соседний стенд бренда Romance Was Born, дебютанта выставки, – его яркие, насыщенные по цвету модели удачно впи-



(Anna Plunkett), креативный директор бренда. – Здесь всегда с особым энтузиазмом относились к принтам и силуэту. Надо сказать, что выставка вполне оправдала наши надежды – нас уже заметили байеры Luisaviaroma, L'Eclaireur, Asos, а также множество независимых бутиков. В Британии мы уже несколько сезонов продаемся в универмаге Harvey Nichols, а также во Франции, Японии, ну и, конечно, у себя в Австралии в Сиднее и Мельбурне».

«Обычно я всегда устраивала показ в рамках проекта Fashion Scout, но в этом сезоне решила выставиться в шоу-руме в Сомерсет Хаусе и очень этому рада, потому что здесь намного больше возможностей для общения с посетителями, многие из которых, как оказалось, помнят меня еще с прошлых сезонов, – делится впечатлениями Екатери-



Ida, Cavan.com, Roisier.com». Также продукция бренда уже продается в Париже, Китае и на

выставки

«На этой сессии у нас в основном заказчики из Китая и Тайваня. – вторит ей Бренда Axephe (Brenda Aherne), совладелица и дизайнер бренда Electronic Sheep, - хотя по-прежнему половина наших клиентов это британские магазины. В этом сезоне мы начали делать одежду, т. е. свитера и платья, а не только шарфы и палантины, которые все-таки относятся к аксессуарам». Как всегда, изделия марки представляют собой двухсторонний трикотаж, а основная тема ее новой коллекции - это рисунки в наших старых альбомах, поляроидные снимки, упаковка и другие самые обыкновенные вещи, окружающие нас в быту. «Сразу после этой выставки наша одежда будет представлена в лондонском шоу-руме, и то, что мы являемся постоянными участниками Лондонской Недели моды, безусловно, делает ее узнаваемой и сказывается на продажах. В дальнейшем мы также хотели бы провести свой собственный показ», - делится планами она.

в бутике Luisaviaroma, в Дубае в магазине Source, а также в Саудовской Аравии. А с недавнего времени они начали продаваться и в Москве – в магазине «Кашемир и «Должна признаться, что этот сезон для нас намного лучше предыдущего, рассказывает Рима Фариди (Reem Faridi), дизайнер бренда Negarin. - Байерам очень нравится в нашей линии неопрен, а также фактурные материалы и органза. Основная тема коллекции – поло, верховая езда и 1920-е годы, когда к конному спорту начали проявлять интерес женщины. Вот лишь некоторые из заметивших нас в этом сезоне ритейлеров: Donna



## выставки



Beautiful Soul монастырей, одеяния монахов - все это от-

«В Лондоне мы оба учились, в Лондоне мы встретились, в Лондоне мы работаем, и поэтому так уж получилось, что выставляемся мы именно здесь и ничуть об этом не жалеем», - говорит Федор Подгорный (Fyodor Podgorny), половина творческого дуэта Fyodor Golan. – Ведь Лондон – самое лучшее место для того чтобы начать свой бизнес, здесь постоянно все меняется, наличествует особая креативная атмосфера, которая привлекает сюда много творческих людей и, естественно, ритейлеров. И потом, Лондон стимулирует молодых дизайнеров работать более интенсивно, потому что здесь есть реальная возможность заявить о себе. Благодаря LFW мы уже продаемся в британском Нагуеу Nichols, в Кувейте, Японии, России, Италии, Катаре и ОАЭ, сейчас ведем переговоры с Казахстаном. Показывались в Москве на Mercedes-Benz Fashion Week и Ukrainian Fashion Week, но там, к сожалению, байеров не так много». Вдохновением для этой коллекции дуэта послужила поездка дизайнеров в Бирму:

разилось в их моделях. «Мы использовали много красных и розовых оттенков, в том числе камуфляж (тоже розового цвета), также много экспериментировали с различными материалами, например, наклеивали фольгу на трикотаж, кожу и шерсть. Но, как всегда, основной темой наших коллекций остается силуэт – в этом сезоне он диктуется тяжелой структурой материала. Также мы внедрили элементы 3D», - добавляет

Стремительная карьера Кристофера Райбурна (Christopher Reaburn), уже 9-й сезон принимающего участие в Лондонской

Неделе моды, может служить показательным примером для всех молодых дизайнеров. В прошлом участник проекта Esthetica и победитель учрежденного сетью магазинов Topshop конкурса New Generation, в качестве исходного материала Кристофер использует старое парашютное полотно, военную и рабочую одежду. «В этой коллекции мы задействовали овчину из российской военной формы, - комментирует он в промежутке между интервью телеканалам, - можно сказать, вручную

«переработанную» в Британии». Особое место в выставочном пространстве занимает проект под названием Headonism, посвященный головным уборам, который в полной мере отражает эксцентричность британских модных традиций. «Мы продаем свою продукцию в таких магазинах как Harrods и Fenwicks, – рассказывает Вильям Чемберс (William Chambers). -Планируем в дальнейшем начать выставляться в Париже, но пока Лондон тоже очень хорошо для нас работает. Я сюда приезжаю из Шотландии. В моей коллекции под названием Queen of Scots можно увидеть шотландские мотивы, например, чертополох, также я использую богатые фактуры и глубокие, насышенные ивета».

«В этом году у нас много новых платков, - рассказывает о своей работе еще одна постоянная участница выставки Екатерина Демидова, дизайнер марки WRQ.E.D. - Источником вдохновения послужили винтажные плакаты и обложки старых виниловых пластинок из архива Нью-Йоркской общественной библиотеки. А еще мы создали дизайн для бутылки шампанского Prosecco – в продажу эта упаковка поступит в апреле, а пока шампанским угощают гостей Лондонской Недели моды, так что мы всех приглашаем на наш стенд после 18 часов».

Самые позитивные отклики у посетителей выставки вызвала экспозиция Out of Step - коллективный проект студентов Лондонского королевского колледжа искусств (Royal College of Art), представивших футуристические модели обуви. А в исполнении дизайнера Мелани Георгакополус (Melanie Georgacopolous), участницы проекта Rock Vault, привычный жемчуг приобрел новое современное звучание. «Я считаю, что настало время вернуть жемчугу былую славу, говорит дизайнер. - Радостно, что в последнее время этот материал появился в коллекциях таких брендов как Alexander McQueen и Marios Schwab. Также символично, что в музее V & А недавно прошла выставка Pearls».

К выставочному пространству Лондонской Недели моды, которое не ограничивается залами Сомерсет-хауса, можно также отнести экспозиции, разбросанные по всему городу, среди которых обращает на себя внимание презентация этически ориентированного бренда Beautiful Soul, устроенная в фойе гостиницы ME London Hotel. Согласно концепции дизайнера бренда Николы Вудс (Nicola Woods), фирменный принт Viola Sunshine поможет поднять настроение в самую беспросветную зимнюю пору. Впрочем, судя по ажиотажу, царившему на показах, презентациях и выставочных стендах, гостей Лондонской Недели моды погода в этот раз явно не смущала. 🔟

яркие цвета, сверкаю-

щие на солнце купола