

НЕМНОГО СОЛНЦА В ХОЛОДНОЙ ВОДЕ

Из сезона в сезон участники этого трейд-шоу жалуются на недостаточное количество закупщиков, 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 О'Райли (Stephanie O'Reilly)**, 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 Pere** и **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 приобрести к большому модному празднику, по традиции состоявшемуся в британской столице в середине февраля.



Melanie Georgacopolous for Tasaki



Ekaterina Kulkhareva, осень-зима 2014/15

Iva Minkova



всем брендам стоит задуматься об этической стороне производства и начать воспитывать покупателя в «экологическом ключе», – делится ее мнением 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 элегантно-минималистическую модель. Не менее радует взгляд соседний стенд бренда **Romance Was Born**, дебютанта выставки, – его яркие, насыщенные по цвету модели удачно впи-



WRQ.ED

сываются в вибрирующую атмосферу Лондона. «Мы приехали сюда в поисках британских ритейлеров, – говорит **Анна Планкетт (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 универсаме **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 **Екатерина Кухарева**. – Прессы тоже много. Например, я уже успела пообщаться с журналистами из **Marie Claire**». Основная тема новой коллекции Екатерины – жаккардовый трикотаж, инспирированный русской традиционной лаковой росписью. В основном в ассортименте представлены вечерние платья, но есть и повседневные вещи. Названия моделей тоже фольклорные – «Красавица», «Жар-птица», «Василиса». «Вообще, русское народное творчество – это мои корни и неизменный источник моего вдохновения», – признается дизайнер. В этом сезоне она также сотрудничает с дизайнером ювелирных украшений **Jan Leung Fernandez**. Модели Кухаревой представлены во Флоренции



Electronic Sheep

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 Шелк».



William Chambers Millinery

«Должна признаться, что этот сезон для нас намного лучше предыдущего, – рассказывает **Рима Фариди (Reem Faridi)**, дизайнер бренда **Negarini**. – Байерам очень нравится в нашей линии неопрен, а также фактурные материалы и органза. Основная тема коллекции – поло, верхняя езда и 1920-е годы, когда к конному спорту начали проявлять интерес женщины. Вот лишь некоторые из замеченных нас в этом сезоне ритейлеров: **Donna**

Ida, Cavan.com, Roisier.com». Также продукция бренда уже продается в Париже, Китае и на Тайване. «На этой сессии у нас в основном заказчики из Китая и Тайваня, – вторит ей **Бренда Ахерне (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 палантин, 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.



Chau Har Lee



Beautiful Soul

«В Лондоне мы оба учились, в Лондоне мы встретились, в Лондоне мы работаем, и поэтому так уж получилось, что выставляем 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 продаем в британском Harvey 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: яркие цвета, сверкающие на солнце купола



Melanie Georgacopolous



Rachel Chang

монастырей, одеяния монахов – все это отразилось 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 Федор.

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, насыщенные цвета».

«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 & A 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. **PI**