

РАЗНОЦВЕТНЫЙ ДОЖДЬ

ТЕКСТ / ЮЛИЯ КАЛАНТАРОВА, ЛОНДОН

В начале августа в одном из крупнейших залов британской столицы, Kensington Olympia, в очередной раз состоялась выставка Pure London. Подиумные показы последних коллекций сменяли лекции и семинары, а выступавшие на них эксперты в области прогнозирования моды, успешного ведения бизнеса и онлайн-торговли, казалось, могли дать исчерпывающий ответ на все возможные вопросы в области современного fashion-путейла.

«Мы посещаем эту выставку с самого начала ее существования, – говорит Чисси Эйфель (Chissy Eifel), владелица бутика Ollу в графстве Шопшир. – Здесь столько интересных марок собрано под одной крышей, что всегда есть из чего выбрать. И потому, сюда достаточно просто добраться, что делает это место еще более привлекательным. Обычно мы еще едим на трейд-шоу в Манчестер и Бирмингем, но Pure London все равно главная для нас выставка – почти треть марок, которые мы продаем, такие, например, как Crew 2, Garcia и Urban Code, мы встретили именно здесь». «На этой выставке я обычно встречаюсь со своими бывшими и настоящими поставщиками, такими как Bohemia, Nomads и Coline», – говорит Вейда Джонсон (Veida Johnson) из бутика Sandy Eye на Бермудах. «Я еще планирую в будущем посетить Premium в Берлине, – продолжает она, – но пока Pure London – единственная площадка наших



Porru

закупок. Особенно удобно то, что здесь представлена не только одежда, но и обувь, аксессуары, головные уборы и белье. Причем диапазон цен достаточно велик, что особенно важно, потому как, что ни говори, а кризис все-таки сказывается, по крайней мере у моей компании за последний год оборот точно уменьшился». Позитивно отзываются о выставке не только посетители, но и ее участники. «У нас сегодня был очень хороший день, – говорит Кейт Мани (Kate Money), директор по маркетингу марки DarLin. – Посетители находят наши платки очень интересными, вероятно, их привлекают яркие цвета. И, надо отдать должное организаторам выставки, нас разместили

на очень бойком месте – в самом центре, где нас легко заметить. Это важно, потому что мы здесь впервые». «Нас уже достаточно хорошо знают в Штатах и в Германии, мы продаем в таких магазинах, как Anna Perra, Fashion и Camella Straw. Продукция нашей компании во многом уникальна – многие платки обработаны вручную, основная техника – печать на шелке и шерсти, оптовая цена – от £29 до £150. Только за последний день у нас появилось около пяти новых клиентов, и мы надеемся, что это только начало», – выражает надежду Кейт. «Мы на этой выставке уже третий сезон, и я в полном восторге, – признается Филип Блау, владелец израильской марки Frau Blau. – Очень хорошее, уважительное отношение, четкая организация, и потом мне присылают байеров прямо на стенд. К тому же мы еще представлены на стенде Fashion Association of Britain, несколько наших вещей были отобраны для показа WGSN (агентства, занимающегося прогнозированием модных трендов) и вошли в десятку лучших на британском портале www.trendstop.com». «Хотелось бы немного рассказать о своей марке, –



Gabrielle Parker

продолжает он. – Начали мы в 2003 году, и в Израиле нас знают достаточно хорошо, например, наши вещи входят в постоянную коллекцию Музея дизайна в Хулоне. На международный рынок вышли недавно, продаем сейчас в Британии, Соединенных Штатах, Канаде, Австрии и России (в Москве и Туле) – там нас представляет Tous Fashion Group. Обычно мы участвуем в Mercedes-Benz Fashion Week Russia, в Неделе моды в Тель-Авиве, выставках Catery (Нью-Йорк), Magis (Лас-Вегас) и Collection Premiere Moscow в разделе CPM Select». «Как можно заметить, наши изделия ни на что не похожи, – говорит Филип, показывая модели на стенде. – Мы используем уникальную технологию печати по шелку и шерсти, а также новый материал Tensel – он удивительно мягок и гигроскопичен, одинаково хорошо носится как зимой, так и летом, и, что очень важно, на него прекрасно ложится печать. Также в нашей коллекции можно найти много вязаного жаккарда. Отшиваются наши вещи в Израиле и Гонконге, где их производством занимается вторая по величине корпорация страны Liz Fung Corporation, которая также выпускает коллекции таких люксовых брендов, как, например, Sonia Rykiel. Оптовая цена на наши изделия составляет от £55 до £215. Безусловно, хотелось бы, чтобы нас еще больше узнали на британском рынке. Здесь мы уже продаем в бутике Renaissance сети Play UK, бутике Albert Audette и в ирландском магазине Mr B's (Southport). Здесь нами занимается Шантель Уилкинсон (Chantel Wilkinson), к слову сказать, бывший агент Mark Cape. Так что Pure London вполне оправдывает наши надежды: в прошлом сезоне у нас появилось 9 новых клиентов, и этот, кажется, будет еще более удачным, потому что за один только сегодняшний день к списку прибавилось еще 4 новых заказчика, среди которых Check Mates, Changing Room и Met-te. Конечно, очень хотелось бы, чтобы нас также заметили представители Browns и Dover Street Market». «На Pure London мы в первый раз, – вступает в разговор Бриони Ричардсон (Bryonu Richardson), дизайнер марки Porru. – Наша марка существует 3 года и разви-

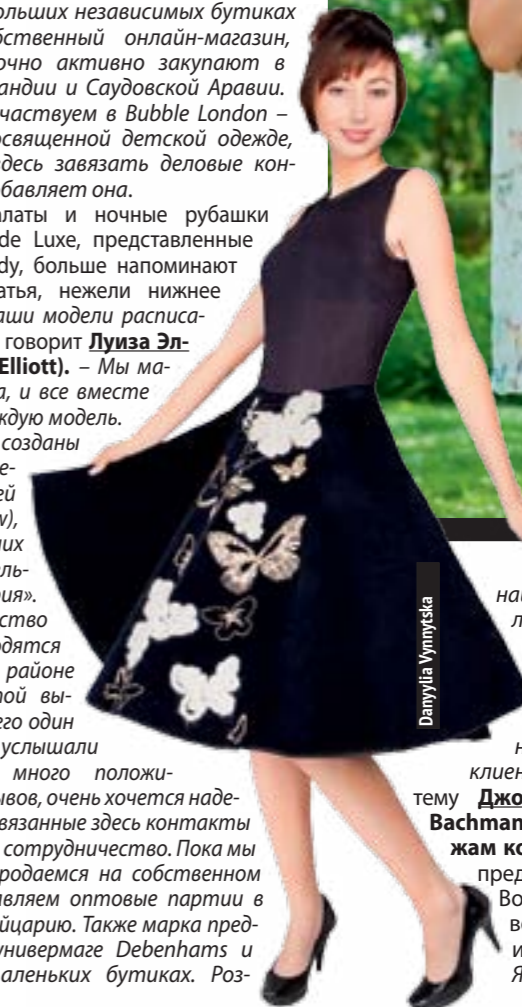
вается очень успешно. Сначала мы делали одежду для девочек 7–8 лет, а теперь стали выпускать коллекции и для взрослых, поскольку времена сейчас не самые легкие, не все готовы тратить на детскую одежду, а розничная цена на наши платья – от £60 до £130, но я думаю, они стоят того». «Мы, например, делаем свои собственные принты, каждый рисунок посвящен какой-нибудь детской книжке, – говорит она, показывая на платья с набивкой в лучших традициях британского иллюстративного дизайна. – В Британии мы в основном продаем в небольших независимых бутиках и через собственный онлайн-магазин, нас достаточно активно покупают в Италии, Ирландии и Саудовской Аравии. Обычно мы участвуем в Bubble London – выставке, посвященной детской одежде, надеемся и здесь завязать деловые контакты», – добавляет она. Шелковые халаты и ночные рубашки марки Paula de Luxe, представленные в разделе Body, больше напоминают вечерние платья, нежели нижнее белье. «Все наши модели расписаны вручную, – говорит Луиза Эллиотт (Luise Elliott). – Мы маленькая марка, и все вместе обсуждаем каждую модель. Все принты созданы мной и дизайнером Викторией (Victoria Farrow), за любым из них стоит отдельная история». «Все производство и офис находятся в Лондоне, в районе Барнс. На этой выставке мы всего один день и уже услышали достаточно много положительных отзывов, очень хочется надеяться, что завязанные здесь контакты перерастут в сотрудничество. Пока мы в основном продаем на собственном сайте, отправляем оптовые партии в Японию и Швейцарию. Также марка представлена в универсаме Debenhams и различных маленьких бутиках. Роз-



Myra Pac



Pattern Passion



Danylija Yunyatska

ничная цена на наши изделия – от £100 за льняное платье до £300 за шелковое». «В выставке мы участвуем второй сезон, и в этот раз у нас в два раза больше клиентов, – продолжает тему Джозеф Бакман (Joseph Bachman), директор по продажам компании Paolita, также представленной в разделе Body, где собраны производители купальников и пляжной одежды. – Я думаю, это благодаря



Paolita

тому, что в этот раз у нас очень сильная коллекция, и потом мы передвинули сроки поставок, то есть по желанию заказчика мы можем доставить коллекцию раньше обычного срока, например, в январе или феврале, что для многих очень удобно.

Марка в основном продается в США и Германии, в Британии нас представляют бутики Dolci Follie, Leggera Nell'aria и сеть магазинов Debut. Понемногу начали торговать в России, в салоне Vivien Li в Екатеринбурге, и очень надеемся, что нам удастся распространиться на российский рынок. Розничная цена на наши изделия – от 100 до 165».

«И у нас нет отбоя от клиентов, такое ощущение, что люди влюбляются в наши вещи с первого взгляда», – делится **Мартин Парнвелл (Martin Parnwell)**, директор по продажам японской марки **KIKARU**. – Наша основная концепция – простота и комфорт, свободный крой, удобный в носке материал, в основном смесь хлопка и льна, – это то, что выделяет нас на общем фоне. Мы уже продаем во многих британских бутиках, у себя в Японии, а также в Голландии и Франции – туда чаще всего мы отправляем всю нашу черную коллекцию. Обычно одну и ту же модель мы делаем в нескольких расцветках. В этом сезоне наш традиционный ассортимент дополнили платья с крупным цветочным принтом в духе 50-х и модели «теплого» черного цвета, который легко сочетать с другими оттенками. Надо признаться, что этот сезон

Pouille de Luxe

несколько более спокойный, чем два предыдущих, может быть, потому, что сказывается кризис. Обычно кроме Pure и RHS в Британии мы еще участвуем в выставках в Германии и во Франции».

«Участие в этой выставке всегда для нас окупается, – говорит **Сона Хассас (Sona Hassan)**, представитель «этической» марки **Conditions Apply**, – хотя в основном мы работаем на японский рынок, и его байеры сюда просто не доезжают. С ними мы встречаемся на Who's Next в Париже и на нью-йоркской DNA, а на Pure London приходят преимущественно британские заказчики».

«Выставка в принципе нам понравилась, но, я думаю, нашему бренду более подходит формат парижской Who's Next, где гораздо более ощутимо присутствие международных покупателей, – дополняет мысль Соны **Евгения Табакова**, дизайнер марки **White Tent**. – На Pure мы этого присутствия особо не ощутили – эта выставка более ориентирована на клиентов из UK. Пока мы нашли 5 новых потенциальных клиентов в Британии, будем смотреть, как разовьются с ними отношения».

Марка, существующая с 2007 года, была основана двумя выпускниками колледжа Святого Мартина – Евгенией Табаковой и Педро Норонья-Фейо (Pedro Noronha-Feio). В своей работе дизайнеры используют инновационные технологии и придерживаются этических принципов производства. «В этом сезоне в Лондоне чувствуется позитивный настрой, – делится впечатлениями **Одиль де Кандиа (Odile de Candia)**, представитель американской марки **Мусра Рас**, выпускающей

водонепроницаемую одежду, – видимо, из-за рождения наследника британского престола. Вообще, надо сказать, что в Британии одежда от дождя продается очень хорошо, по отзывам наших заказчиков, здесь льет почти всегда, и поэтому наши облегченные трансформеры плащи-сумки – почти необходимая вещь в гардеробе современной женщины. Они изготовлены из материалов будущего, разработанных космической программой NASA, к тому же практичны в употреблении и стираются в машине. Также в наших коллекциях всегда присутствуют модели ярких люминесцентных цветов, что всегда поднимает настроение в плохую погоду. Для нас этот сезон был очень удачным, и мы обязательно вернемся сюда снова в феврале. Средняя цена на наши изделия £95–150».

«Если честно, то мы от выставки ожидали большего, – не соглашается с остальными участниками **независимый дизайнер Наталья Алмазова**, живущая в Лондоне. – Мои вечерние и бальные платья можно купить в бутике Golden Glen в районе Knightsbridge, кроме того, у меня много частных заказчиков. Оптовая цена на мои модели составляет от £70 до £200, что не так дорого, но контактов здесь мы завязали не так много – видимо, эта выставка больше рассчитана на массовых производителей. Я выставляю на одном стенде еще с двумя дизайнерами с Украины – Даниилой Винницкой и



Poppy



Alice takes a trip

Татьяной Смирновой. Все мы на этой выставке в первый раз и не уверены, что вернемся сюда снова».

Интересно также было узнать мнение **коммерческого директора российско-го бутика Trends Brands Анны Шарендо**, вот уже второй сезон приезжающей на Pure London. «Впечатления от выставки неплохие, появились новые интересные участники из разряда fast fashion, коллекции которых мы с удовольствием заказали. В основном это английские бренды с производством в Азии, – говорит она. – Весьма порадовали открытые лекции по трендам зимнего сезона, с удовольствием послушали WGSN Trend Forecast. Руководствуясь выявленными ими основными тенденциями, потом проще делать закупки. Хотелось бы в общем сказать об отличиях российского рынка от западного – они буквально во всем: наш рынок, например, более специфичен и подвержен более детальной выборке, в основном из-за климатических условий. У нас меньше любят традиционный casual и не готовы платить много за очень качественную, но при этом базовую вещь, в отличие от Европы и Англии. На этой выставке мы нашли одну интересную английскую аксессуарную марку, очень довольны, также сделали заказы на 8 брендов, из них 6 – новые для нас, среди них SugarHill Boutique, And Mary и Traffic People. Очень запомнился Alice Takes a trip с



Kiraku clothing



Natalia Almazova




Tatiana Smirnova



White tent

интересными принтами и очень романтический Emily and Fin». «В целом большая часть марок, представленных на Pure London – это одежда для весьма взрослых дам, – признается Анна Шарендо, – и это не наша целевая аудитория. Также здесь много не совсем понятных брендов, т. е. не вполне ясно, из чего складываются их высокие цены. Наш проект Trends Brands существует в основном онлайн, но у нас есть магазин в «Цветном».

Целевая аудитория у нас очень юная – наш клиент разбирается в моде, в современном искусстве, социально и политически развит, любит путешествовать, ходить в театры, кино и клубы. При закупках мы ориентируемся на образ своего покупателя, но стараемся предложить что-то новое, удивить его. Мы привозим не очередной модный бренд – мы привозим тренды и стиль, и каждый может найти что-то свое и создать неповторимый образ, при этом не тратя на это кучу денег.

Хочется надеяться, что в будущем на британские выставки будет приезжать больше байеров из России, и количество марок из Туманного Альбиона на отечественных прилавках увеличится, ведь при всех различиях рынка российским и британским коллегам есть чему друг у друга поучиться. 



Dar Lin