

ТЕКСТ / ЮЛИЯ КАЛАНТАРОВА ФОТО/
РОБ ШЕППАРД, ЛОНДОН



Basso and Brook



Mary Katranzou

**London Fashion
Week, показы
сезона осень-зима
2012/2013**



Dans La Vie

СДЕЛАНО В БРИТАНИИ



Fyodor Golan



Antoni and Alison

Предстоящие Олимпийские игры и празднуемый в этом году 60-летний юбилей королевы на троне превратили Лондон в одну из самых притягательных столиц мира, поэтому неудивительно, что показы сезона осень-зима 2012/13 проходили под знаком «сделано в Британии». Возвращение на лондонский подиум Стеллы Маккартни, объявленной главным дизайнером британской олимпийской сборной, линии McQ от Alexander McQueen и итальянской марки Moschino Cheap And Chic прибавили блеска нынешней сессии. Чтобы окончательно закрепить за Лондоном звание кузницы молодых талантов, в рамках Недели моды 19 посольств, представлявших 24 страны мира, ознакомили посетителей с творчеством 97 начинающих дизайнеров. 59 показов этого сезона, по самым скромным подсчетам, посетили около 5000 человек и, что является решающим фактором, на 30% больше зарубежных байеров, чем в сентябре. Все чаще можно услышать мнение, что LFW постепенно избавляется от репутации талантливой бессреб-



Basso and Brook



Holly Fulton



Peter Pilotto



Issa London



Zohi Taglit



Clements Ribeiro



Ashish

Фото: Роб Шенпаро

реницы, позволяющей другим модным столицам пожинать плоды ее креативных идей. Британская мода теперь «сексуальна и гламурна, а не смешна и эксцентрична, как раньше», – говорит **Анна Винтур**, редактор американского *Vogue* и одна из самых влиятельных фигур в индустрии. – *Лондон теперь можно причислить к крупнейшим мировым центрам моды, и это замечательно*». Оптимизма британским дизайнером прибавило заявление сэра Филипа Грина, владельца сети магазинов Topshop, о дальнейшем спонсорстве проекта New Generation, давшего дорогу в жизнь таким уже утвердившимся в отрасли дизайнерам как Кристофер Кейн, Майкл Ван Дер Хам, Ри-

чард Никол, Джонатан Сондерс и Мэри Катрантзу (капсульная коллекция последней, появившаяся на прилавках Topshop 17 февраля, вошла в историю торгового гиганта как самая быстро распроданная). Вместе с почетным председателем Британского совета Гарольдом Тиллманом он обнародовал стратегический план под названием Future of Fashion, цель которого – вернуть индустриальный аспект моды обратно в Британию, тем самым создав новые рабочие места. *«Лондонские показы выглядят блестяще. Теперь нам нужно обратиться к*

сфере производства и наладить настоящий бизнес», – заявил сэр Грин. Подобные планы опираются на реальные факты, говорящие сами за себя: индустрия моды принесит Британии прибыль в £21 млн, создает 816 тысяч рабочих мест, причем половина сотрудников, занятых в сфере моды – моложе 30 лет, и, наконец, 250 тысяч человек приезжают в Британию ежегодно исключительно за модными покупками, в связи с чем даже, как поговаривают, правительство может ослабить визовый режим. Если к этому прибавить тот факт, что производить в Китае и в Индии становится все дороже, то у британцев появляется больше шансов получить работу. Отдельные виды имеются у сэра Грина на молодежь, которой не по карману учиться в университете, – ей можно будет приобщиться к индустрии моды, пройдя практику на одном из крупных предприятий или Домов моды. И хотя весь мир с нетерпением ожидает коллекции Стеллы Маккартни, созданной ею для британских атлетов, а на подиумах мелькнула пара-тройка велосипедов и несколько головных уборов, напоминающих спортивные, осень-зима 2012 – все же сезон постолимпийский. Многие дизайнеры за вдохновением обратились к традиционной британской клетке, Мариос Шваб и Erdem избрали своей героиней женственную и одновременно жестокую даму из фильмов Хичкока, толчком для воображе-



Felder Felder



Maria Grachvogel



Georgia Hardinge

ния Кристофера Кейна послужил муар с обивки гробов, Киндер Аггуджини сделал коллекцию по мотивам старинных обоев со сценками покорения Дикого Запада, толчком для воображения Мэри Катрантзу послужили самые обычные предметы – от старинных пишущих машинок и ложек до детских карандашей. К «детской» теме также обратились, каждый по-своему, Роксанда Илинчич, Antoni & Alison, Симон Роша и Sister by Sibling. Особое место в показах этого сезона занимает его величество головной убор в самых разных формах – от меховых шапок в стиле «Доктора Живаго» у Temperley London и ковбойских шляп у Киндера Аггуджини до невообразимо ярких и эксцентричных шляп Стивена Джонса и кожаных бейсболок House of Holland. Дизайнер Робин Коулз доказал, что головной убор может являться прекрасным дополнением к любому туалету даже при полном отсутствии последнего, выпустив на подиум моделей в нарядах Адама и Евы.

Коллекции этого сезона увидели возвращение на подиум жаккарда в более современном его прочтении, как у Osman, Michael van der Ham, Temperley London и Мэтью Уильямсона. Цветовая палитра осени и зимы тяготела к глубоким насыщенным тонам – бутылочно-зеленому, бордо и темно-синему. Ключевым стал силуэт классического платья со слегка увеличенными плечами и бедрами, наиболее ярко прозвучавший в коллекции Кристофера Кейна. Объем на бедрах, что можно считать одним из основных трендов этого сезона, представили также Стелла Маккартни, Мэри Катрантзу, McQ, PPQ и Burberry. Для придания большей выпуклости этой части тела Антонио Берарди использовал в своих моделях конский волос. Ключевым же предметом гардероба сезона осень-зима 2012/13 можно смело назвать объемный свитер, который наряду с гламурными вечерними платьями включи-



ли в свои коллекции Кристофер Кейн, Мэри Катрантзу, Mulberry, J. W. Anderson и Аспе. К другим трендам можно отнести суперширокие брюки, наблюдавшиеся в коллекциях Mulberry, Daks, Clements Ribeiro, Corrie Nielsen и TopShop, драпировки (Burberry и Peter Pilotto) и пуританские воротники на вечерних платьях, как у Giles. Из мужской в женскую часть гардероба перекочевали объемные кожаные куртки и свободные пальто. Леггинсы осенью-зимой 2012 года будут носить не только с мини и

балетками, но и с юбками до колена и туфлями на каблучках, а в трактовке Clements Ribeiro – и вовсе в качестве обязательного дополнения к любому вечернему туалету.

Девушек в очках первыми в этом году на подиум выпустили Марк Джейкобс и J. Crew на Нью-Йоркской Неделе моды, оправы дополняли и образ деловой женщины, созданный патриархом британской моды Полом Смитом, четырьмя глазами вместо двух глядели на публику также модели в показах Holly Fulton и Вивьен Вествуд.

Цветочные и растительные мотивы также переместились из летнего сезона в зимний – в виде легких пастельных у Temperley London, ярких монураппортов у Peter Pilotto, фольклорных испанских у Clements Ribeiro. По-прежнему актуальной остается тема кружев – фактурный гипюр использует для своих полупрозрачных платьев Giles, вставки из кружева, окрашенные в яркие кислотные тона, встречаются в коллекции Moschino. Готические черные кружевные розы на кроваво-красном фоне у Кристофера Кейна создавали образ, диаметрально противоположный его девочке-школьнице прошлого сезона.

Эрдем Мариоглу, показ которого спонсировался французским производителем кружев Sophie Hallette, пытался исследовать потенциал этого креативного материала: «По существу, кружево очень хорошо отражает женскую натуру и существует в бес-





Daks

KITZ

Corrie Nielson

Vivienne Westwood

Aquascutum

David Koma

Vivienne Westwood

конечном количестве вариантов, как и сами женщины. Я хотел понять, насколько этот материал может помочь его обладательницам понять свое я». В своей коллекции дизайнер добивался эффекта 3D путем наложения кружев и сочетания их с красочными цветочными орнаментами и даже белым денимом.

Стилю милитари в этом сезоне отдали должное Burberry, Aquascutum и McQ. Сара Бертон, новый дизайнер Alexander McQueen, выдержала показ в лучших традициях этого Дома. Над ее оловянными солдатами и роковыми красавицами в платьях из расшитого тюля и кроваво-красного бархата доминировали диковинного вида головные уборы-прически. Модели, как бы затерявшиеся в дремучем лесу, ступали по подиуму, усыпанному увядшими осенними листьями, под раскатыстые басы техно. Джоанна Сайкс, дизайнер Aquascutum, внесла свою ноту в концепцию Дома, существующего с 1851 года. В ее моделях сочетались присущая дизайнеру смелая андрогинность и чистый функциональный крой.

Одну из самых значимых коллекций Лондонской Недели – Burberry Prorsum, дефиле которой по традиции вживую транслировалось онлайн, – уже сразу после показа можно было купить в Интернете. Кристофер Бейли, дважды британский «Дизайнер года», в этом сезоне избрал своей темой английскую эксцентричность, что отразилось в анималистических мотивах на трикотажных свитерах и смелом смешении технократических и традиционных английских тканей: «Я решил более пристально присмотреться к британским клише и с их помощью создать нечто новое – интересное и элегантное». Показ завершился проливным дождем, что вполне логично для бренда, исторически создававшегося как «одежда для плохой погоды».

Смущение в ряды поклонников утилитарной моды внесла Вивьен Вествуд, заявив, что за всю свою историю британцы еще так плохо не одевались. Бабушка британских панков во всем обвиняет так называемую быструю

моду. «Люди еще никогда так ужасно не выглядели, мы все превратились в конформистов, никто не хочет думать... Я имею в виду все эти бросовые вещи, от которых ломятся полки магазинов. Я призываю к тому, чтобы люди меньше покупали, более тщательно выбирали и пытались продлить жизнь своим любимым вещам», – заявила дизайнер, порадовавшая поклонников своего творчества идеально скроенными костюмами из традиционной английской шотландки и элегантными смокингами.

В противовес «бэзвременной» концепции гардероба Topshop Unique показал бархатные рабочие комбинезоны с шелковыми рукавами и вечерние платья с застежками-молниями вместо лямок.

Как обычно, лондонские показы завершились мужским днем, запомнимся моделями с длинными бородами и коллекциями, не уступавшими своей эксцентричностью женским. Уже известны даты отдельной мужской Недели моды, которая будет проходить в Лондоне в середине июня. По словам министра культуры Эда Вейзи, который опирался на цифры, предоставленные британским универсамом John Lewis и брендом Tortan, тренд «сделано в Британии» набирает силу особенно быстро именно в мужской моде. Теперь у британской индустрии появится реальный шанс доказать свою жизнеспособность и привлечь внимание байеров, которые ранее размещали летние заказы на мужские коллекции в других мировых столицах моды. 