«Пактор»

«Пактор»

«Пактор»

«Пактор»

«Пактор»

Cop.Copine

Cop.Copine

Cop.Copine

Cop.Copine

Повседневная изобретательность

Магазины «Пактор», Elegance, X-Act и Cop.Copine *посетила* Екатерина Васильева

СУЩЕСТВУЮТ МАРКИ, которые формируют модные тенденции: Prada, Balenciaga, Marni, Jil Sander, они генерируют новые пропорции, силуэты и принципы кроя. Но есть и другие бренды, адаптирующие идеи к повседневной жизни. И это направление ничуть не менее важно. В некоторых случаях принципиально, как заданные высокими марками концепции будут интерпретированы, какие направления и приемы станут функциональными или стилистически полезными, а какие отметены. Поиском этих соответствий занимаются бренды так называемой средней и низкой гаммы, то есть в большей степени ориентированные на массового потребителя. Выбор художественных и целевых приоритетов — и есть то обстоятельство, которое определяет разницу между марками этого типа. Поэтому, опираясь на общую идею адаптации модных трендов, выглядеть они могут совершенно по-разному.

Очень показателен конгломерат брендов, реализующих эту задачу, собранный в магазине «Пактор». В основном там представлена одежда для тех, кому строгие требования делового этикета не позволяют выглядеть излишне нарядно или радикально. С одной стороны, офисный гардероб должен учитывать развитие моды, с другой — не выглядеть слишком нарочито или провокационно. Одна из таких марок — Andiata, имеющая финские корни. Она была основана около двадцати лет назад дизайнером по имени Тарья Рантанен (Tarja Rantanen), и к настоящему моменту Andiata — один из крупнейших сетевых брендов в мире. Концепция этой одежды проста, и об этом говорит сама госпожа Рантанен; она адресована женщинам, занимающихся бизнесом. В основе одежды Andiata лежит классическое сочетание строгих юбок, пиджаков и блуз.

> Выбор художественных приоритетов — и есть то обстоятельство, которое определяет разницу между марками

В некоторых случаях даже привязка к конкретному году весьма условна: важнее соответствие трендам, существующим на временных отрезках в пять-шесть лет. Тем не менее сезонные изменения влияют на силуэт. В последних коллекциях Andiata, например, много узких юбок, доходящих примерно до колена. Такой вид одежды встречается и у Givenchy, и у Donna Karan, и у Haider Ackermann и связан с актуализацией 1980-х и 1940-х. С пиджаками несколько иначе: адаптированной марке сложнее поддержать жесткий сезонный look с агрессивным широким плечом. Поэтому выбран компромиссный вариант: суровые, но аккуратные военизированные пиджаки из твида или узкие в плечах короткие пиджачки, отсылающие к 1930-м и 1960-м, — как в коллекциях Prada или Chanel.

Требования делового стиля проявляются и в выборе платьев: в основном это одежда для коктейля. Компактные платья из шел-