

17
СЕЗОН
'2008

8-14 апреля

FASHION FORWARD

новая газета петербургской недели pret-a-porter «Дефиле на Неве»



www.defilenaneve.ru

МОДНЫЙ ПРОЦЕСС В РОССИИ: ИСКУССТВО ИЛИ БИЗНЕС?

Люди, далекие от мира моды, думают, что ее создают дизайнеры. Сами дизайнеры знают, что мода — процесс стихийный. Быть в нем означает примирить в себе изобретателя «новой» моды и расчетливого бизнесмена, создающего то, что популярно и востребовано сегодня.



генеральный спонсор



Русский СТАНДАРТ® ВОДКА



Ирина Ашкинадзе

Дорогие друзья!

Я рада приветствовать всех участников, гостей и партнеров 17-ого сезона петербургской недели pret-a-porter «Дефиле на Неве» и с гордостью отмечаю, что наш проект является форпостом важнейших процессов, происходящих в российской модной индустрии.

Об этом говорят имена участников и вся наша история. Каждый сезон «Дефиле» имеет идеологическое обоснование, направленное на развитие российской модной индустрии. Нынешней весной мы говорим о моде, как о динамично развивающемся направлении российской экономики: «Бизнес «с иголки», или как сделать моду успешной?».

Взаимоотношения моды и бизнеса нуждаются в комплексном анализе и профессиональном обсуждении. Мы организовали мастер-класс с директором Fashion Consulting Group Анной Лебсак-Клейманс и показы торговых марок, являющихся примером успешного сочетания дизайнерской мысли, отлаженного производства и грамотной работы с потребителем. Это и модный дом «Харлен», и бренды «Violet» и «Marie Rouge». Впереди яркие дебюты, новые имена и встреча с возглавляемой Татьяной Парфёновой командой петербургских фешн-гуру — Таней Котеговой, Лилей Киселенко, Олегом Бирюковым, Стасом Лопаткиным. Постоянно участвуя в проекте талантливые и амбициозные Leonid Alexeev, Alexandra Kiaby, Kogel, BodyBoy подтверждают серьезность профессиональных намерений и радуют поклонников. Особой энергетикой показов Алины Герман ждут многие.

Специальным событием станет приезд почетного гостя — Вячеслава Михайловича Зайцева, много лет сотрудничающего с петербургским дуэтом дизайнеров — Мариной и Сергеем Каминскими /Kaminsky/. Итак, каждого из нас ждёт «тридцать одно» абсолютно новое впечатление. Именно столько подготовлено спектаклей, зрителями которых я приглашаю вас стать. До встречи на показах!

ГОВОРЯТ ДИЗАЙНЕРЫ

Как уживается Ваша муза с Вашей коммерческой жилкой?

Татьяна Парфенова: «Они, как однояйцевые близнецы, друг без друга не могут».

Что такое «легкие деньги» для модельера?

Лилия Киселенко: «Униформа».

стр. 4-5

ВПЕРВЫЕ НА ДЕФИЛЕ

Новые люди на сцене «Дефиле», всегда вызывают повышенный интерес. Кто они — новички нашей модной недели? Чего ждут от своего первого появления на подиумах петербургской недели pret-a-porter

стр. 2

МНЕНИЕ

Девять профессионалов индустрии моды говорят о «Дефиле на Неве», о роли проекта в российском модном процессе и о специфике своей работы.

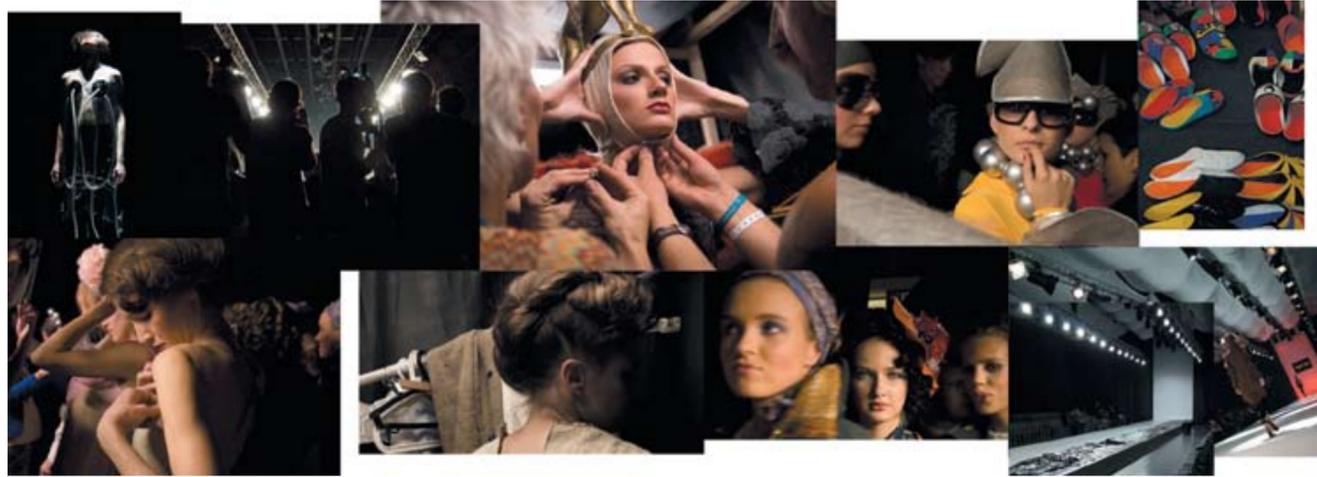
стр. 6

МИНЗДРАВ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ: ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ

ВНУТРЕННЯЯ ИМПЕРИЯ

Всегда было есть и будет, разным людям доступны разные картинки. Всё зависит от того, с какой стороны берега ты смотришь на вещи. Дефиле. Традиционные ряды кресел, софиты, подиум, эксцентрично вышагивающие модели. Чуда здесь ждут от неожиданной коллекции. Другая сторона — манит, как пустой тоннель метро — вид изнутри. Темный зал, в котором пока мало людей. Все они сосредоточены, они гото-

вятся, они репетируют. Стирают ярко накрашенные губы, локоны сменяют начёсом. Волнение. Интерес. Предвкушение. Таинство пока не разгаданное, манящее... Три, два, один... Свет. Выход. Империя проникает в мир каждого из нас. Последствия непредсказуемы. Велл кам.



ИЗДАЛЕКА

«Дефиле на Неве» — петербургская неделя моды по определению, но это вовсе не означает, что активность на ее подиумах ограничивается показами местных дизайнеров. Кто только сюда не приезжал за прошедшие 16 сезонов. Конечно, и на этот раз не обошлось без гостей. Мы решили поинтересоваться, что же заставляет их приезжать сюда снова и снова. А между делом не забыли задать вопрос по сути: а как обстоят дела с балансом между творческими порывами и правильными бизнес-ходами?



Марите Мاستина, Роландс Петеркопс /Mareunrol's, Латвия/

Почему мы снова здесь? Хотим представить нашу вторую линию одежды — mrjeans by mareunrol's. Это джинсовая линия, немного более коммерческая. Запускаем ее с сезона осень-зима 2008. Но и с другой стороны, мы очень любим Петербург и альтернативное творческое влияние, которое он оказывает. Чувствуем, что это правильная дверь в Россию для нас.

Когда мы приехали в Санкт-Петербург впервые, мы показали нашу первую линию Mareunrol's. Для нас она действительно является проявлением наших творческих идей, концептуальная. В MRjeans тоже довольно много творческих проявлений, но эта линия более коммерческая. Нам нравится создавать красивые вещи, которые так или иначе можно носить. Но мы вряд ли станем коммерческой маркой массового производства — хотим сохранять свою самобытность, индивидуальность и быть оцененными по достоинству за то, что мы есть. В конце концов, это всего лишь вопрос взаимопонимания между нами и окружающими.



Татьяна Сулимина /Воронеж/

Выбор северной столицы изначально не случаен. Я уже не однажды говорила, мне не интересно заниматься собственно одеждой и только. Гораздо интереснее попытаться донести какую-либо интеллектуальную идею посредством совсем неожиданных вещей (таких как одежда, например). Моя клиентка — это умная, образованная женщина с корнями. Я думаю, я не ошиблась, когда предпочла искать Ее в Санкт-Петербурге.

Что касается баланса, я его не ищу, я просто творю. И, думаю, если пытаться искать компромисс, то вещи будут не цельными, без души. Я считаю, что надо быть в курсе политических перемен в России и за рубежом, следить за культурными событиями, ощущать дух эпохи. И тогда твои вещи просто не могут быть не актуальными.

РАСПИСАНИЕ ПОКАЗОВ

08 АПРЕЛЯ / ВТОРНИК

19:00 Лиля Киселенко
20:00 Олег Бирюков
21:00 Ольга Маркович
22:00 Алина Герман

09 АПРЕЛЯ / СРЕДА

18:00 @ONE
19:00 МД Харлен
20:00 Violet
21:00 Владислав Аксёнов
22:00 Наташа Дригант (Москва)

10 АПРЕЛЯ / ЧЕТВЕРГ

18:00 Max Petrakov
19:00 Тана Карначева
20:00 Vesellina
21:00 Ия Йоц

11 АПРЕЛЯ / ПЯТНИЦА

17:00 Maashoo: Маша Маликова (Москва)
18:00 Екатерина Смолина
19:00 Татьяна Мискевич (Москва)
20:00 Mare&Rols (Латвия)
21:00 Тимур Ким
22:00 Александра Киаби

12 АПРЕЛЯ / СУББОТА

17:00 Стас Лопаткин
18:00 Татьяна Парфёнова
19:00 Татьяна Сулимина (Воронеж)
20:00 Kaminsky (эксклюзивные меха)
21:00 BodyBoo
22:00 Егор Зайцев (Москва)

13 АПРЕЛЯ / ВОСКРЕСЕНЬЕ

16:00 Нахалёнок (Москва)
17:00 Marie Rouge
18:00 Rufa (Самара)
19:00 Kogel
20:00 Катя Андержанова
21:00 Леонид Алексеев

14 АПРЕЛЯ / ПОНЕДЕЛЬНИК

Таня Котегова

ВПЕРВЫЕ НА «ДЕФИЛЕ»



Татьяна Карначева

Эмоции: Впервые я попала на «Дефиле на Неве», когда была студенткой. Каждый день проекта доказывал, что выбранный мною путь — верный. Теперь я получила возможность проникнуть в этот мир, узнать его изнутри. Конечно, есть волнение, есть любопытство и ожидание чего-то, ведь «Дефиле на Неве» — это своего рода экзамен.

Ожидания: Для меня важно получить отклик потенциальных потребителей. Как ни крути, дизайнер создает одежду не для себя. Поэтому моя главная задача — делать одежду, которая будет удобна, комфортна и, в тоже время, будет подчеркивать характер женщины. Вся моя коллекция изготовлена из трикотажа. Надеюсь, гости её «Дефиле» оценят.

О коллекции: Образ, созданный в коллекции, заимствован из жизни. Моя героиня — женщина, живущая в современном Петербурге, элегантная, сильная, деловая, но, в то же время, чуткая, ранимая, уязвимая. Она удивительна. В ней встречаются самые несовместимые начала: реальность и фантазия, быт и вдохновение, скованность и полет. В суете дней она остается «таинственной королевой» вне зависимости от обстоятельств.



Екатерина Сухарева /ведущий дизайнер марки @one/

Эмоции: К нашему удовольствию, работа в фирме позволяет нам буквально ежедневно испытывать самые яркие эмоции: творческие всплески и подъёмы, волнения (по поводу и без), раздражение (когда что-то не получается), радость и гордость от выполненной работы. Все эти чувства и сопровождают нашу подготовку к показу. И ещё чувство ответственности, так как «Дефиле на Неве» — это мероприятие высокого стандарта.

Ожидания: Мы ждём от участия в Дефиле чего-нибудь неожиданного. Например, открытия нового в самих себе, что всегда приятно удивляет. Хотим открыть себя для Петербурга. Этот город — родина нашей торговой марки, доступной пока в основном для москвичек.

О вдохновении и новой коллекции: Поисками вдохновения мы не занимались. Было некогда. Наверное, сейчас большая потребность в аксессуарах, которые «отражали» бы своего владельца: его отношение к себе, отношение к миру, даже его настроения, капризы и мечты. Поэтому в идеях не было недостатка. Разнообразный мир наших женщин — главный источник вдохновения.

также в этом сезоне на подиумах «Дефиле» впервые представят свои коллекции Макс Петраков, Катя Андержанова и марка «Marie Rouge». Не пропустите!



Маша Маликова /марка Maashoo/

Эмоции: Конечно, волнуюсь. Но радости больше. Во-первых, я, наконец, заявила о себе, как о полноценном дизайнере. Во-вторых, сама подготовка и работа над коллекцией доставили мне столько удовольствия! Появились дополнительная уверенность в себе и силы, чтобы идти дальше.

Ожидания: Я же не просто так «В ожидании чуда!» Конечно, хочется, чтобы меня заметили, чтобы был отклик. Какой именно — сложно сказать. Может, предложения от байеров. Может, кто-то захочет участвовать в развитии марки. Что-то хорошее обязательно произойдёт.

Поиск вдохновения: Специально искать ничего не пришлось. За время работы на производстве скопилось столько не выплеснутых эмоций и идей! Персонаж нарисовался сам собой. Девушка, которая всё делает с удовольствием: ест, пьёт, работает, со вкусом отдыхает. Красиво одевается и верит в сказку. И ткани легко подобрались: мои любимые восточные узоры, мотивы китайской графики и обилие цвета. Так что пока у меня нет проблем с идеями, скорее с их выбором!

ЛИХА БЕДА НАЧАЛО ИЛИ FEEL YOURSELF IN RASH FASHION БИЗ

Теперь, и в России у современного дизайнера, все-таки решившего жить на деньги от дизайна и пошива, есть три дорожки, почти как в телепередаче «Умники и умницы». Почти, но не совсем. Потому как в модном бизнесе можно их все проходить по очереди.

Итак, первая дорожка зеленая. В телешоу на ней ошибиться можно два раза. В жизни дизайнера одежды она может быть представлена решением пойти облагораживать масс-маркет-марку своими прогрессивными идеями и учиться ненавязчиво воспитывать потребительский вкус, чтобы и продажи — на зависть, и перед самим собой не стыдно было.

Вторая — желтая (допустим один неправильный ответ). Можно подвизаться дизайнером или арт-директором в именитый модный дом. А здесь уже, будучи победителем разнообразных конкурсов молодых дарований и прочих «всероссийных олимпиад», появляется очередной шанс проявить себя и заработать, тонко чувствуя конъюнктуру сложившегося имиджа дома и аудитории.

И третья, красная («умникам и умницам» ошибаться на ней нельзя) — начать свой собственный бизнес, со всеми рисками и страхами любого индивидуального предпринимателя. Эта дорожка для свободолюбивых, самонадеянных, амбициозных и талантливых — таких коктейль самостоятельных творцов-продавцов от моды — пропорции ингредиентов индивидуальны, но без ограничения необходимо добавлять лишь одно — непреодолимое желание делать всё с полной самоотдачей. В этом смысле к предпринимательству, в том числе и на рынке дизайнерской одежды лучше всего подходит закон, действующий в Великобритании. Закон этот гласит: «90% начинающих свой бизнес финансируются внутренним потенциалом, творческими способностями и верой основателей».

Срепей Скрибо (Violet, Extra, Eat My Shirts): «Все началось с понимания, что мы полны идей и эмоций для общения с публикой, для создания большого полноценного бренда. А проводником должна стать одежда, как средство самовыражения. 10 лет назад не требовалось больших средств, чтобы сшить на домашней швейной машинке первые 7 штанов. Хорошо, что у нас в то время был магазин молодежной одежды, который с благодарностью все это принял».

Ася Когель (Kogel): «Начиналось все примерно 7 лет назад, когда, участв в одном институте, но на разных курсах мы познакомилась с Надей Орловой. Нас объединило большое желание работать, творить, создавать. И так, на голом энтузиазме, практически на коленках мы кроили и шили на бытовой китайской машинке свои первые коллекции. Мы участвовали во всевозможных конкурсах молодых дизайнеров. Первые показы были в ночных клубах — мы возили коллекции на троллейбусах и метро по студенческим проездным билетам в огромных спортивных сумках. Первыми клиентами были модели и друзья — они покупали вещи прямо после показов. Начались первые заказы. Круг клиентов рос, и стало очевидно, что мы подошли к следующему этапу. Это как раз совпало с окончанием института. Мы зарегистрировали собственную фирму, сняли первое помещение под студию и наняли первую портниху. На собственные деньги, вырванные с продаж первых коллекций и вещей, купили первую профессиональную швейную машину. То, что мы делали, было востребовано, и мы очень быстро выросли до профессионального коллектива, производственного помещения-студии в центре города и постоянного участия в главных неделях моды Москвы, Петербурга и Екатеринбург. Инвесторов у нас не было, зато было море идей и желания их воплотить». //Марк Уний

КРУГЛЫЙ СТОЛ С ДИЗАЙНЕРАМИ

Что значит быть дизайнером в России? Мечтать о спонсоре, надёжном партнёре или вести непростое собственное дело? Гипнотизировать публику, давать мысленные установки байерам во время показов, вить веревки из жертв моды, превращая свой кропотливый труд в звонкую монету? Творить для узкого круга поклонников и патриотично настроенных граждан? Занять свою нишу и умудряться вести рутинные дела, не теряя при этом ощущения времени и остроты художественного взгляда? Попробуем разобраться.

Вопросы:

1. Как уживается Ваша муза с Вашей коммерческой жилкой?
2. Что такое «легкие деньги» для модельера?
3. Что вдохновляет Вас на создание коммерчески успешных коллекций в 2008-ом году?
4. Рынок какой страны (стран) Вы планируете освоить? Чем определен Ваш выбор?
5. С кем чаще всего приходится вести переговоры?
6. С каким бизнесом в любой другой отрасли Вы можете сравнить свой и почему?
7. Кем или чем для Вас являются Ваши конкуренты?
8. Ответьте нам как человек, ведущий социально-ответственный бизнес, как нужно утилизировать произведенные Вами вещи?



Vesellinea

1. Несколько коммерческих жилочек течет непосредственно в самой музе, но т.к. мы по природе своей фаталисты, то заметную роль играет коммерческий случай.
2. Долгосрочное спонсорство, не ограничивающее творческую фантазию, с 10-летним бизнес-планом развития.
3. Путешествия — новые страны, культуры, потепление климата (по нашей просьбе зима была уже гораздо теплее). Вдохновляют люди, желающие носить интересную одежду.
4. Иметь один-два магазина в стране или продаваться в парочке мультибрендовых бутиков — это присутствовать на рынке «ради галочки». Местный рынок перспективен и находится на подъеме — нам есть куда двигаться здесь. Чтобы потешить самолюбие в дальнейшем хотелось бы иметь, как минимум, по два бутика в Париже, Милане, Токио, Нью-Йорке, Лондоне.
5. С людьми, которые хотят зарабатывать деньги, на перспективном сегменте модной дизайнерской одежды, иногда даже не представляя, какое это непростое дело.
6. Бизнес во главу угла ставит зарабатывание денег, а дизайн — самореализацию. В творческих профессиях измененной формулой Маркса может стать: Идея-Товар-Деньги-Идея. А вообще, мы близки к ресторанному бизнесу — также много творчества в работе на удовлетворение самых необходимых потребностей человека.
7. В широком понимании — все производители одежды. В более узком — модельеры России. Здесь много талантливых людей по духу похожих на нас. В Петербурге мы чувствуем себя комфортно: ведь чтобы возникла конкуренция, нужно хотя бы 10 модельеров, кто заслуживает внимания, работая в похожем стиле.
8. Какой-нибудь из музеев современного искусства достоин того, чтобы принять наши вещи и реставрировать их из века в век. Все наши вещи подлежат полной утилизации: их можно перешивать, выкидывать в специально оборудованные контейнеры, передавать по наследству, сжигать на Масленицу, украшать елку. Почти все вещи универсальны для переработки, состоят из натуральных тканей и разлагаются естественным путем в земле за 2-3 года.



Сергей Скрибо / Violet

1. Не вижу здесь скрытого конфликта. Создавая активные, насыщенные, интересные окружающим бренды ты можешь быть успешен. Да и наша публика, так же как и мы, не терпит банальностей.
2. ...наверное, быть ленивым модельером у нетребовательного брэнд-менеджера?
3. Желание быть на острие моды, музыки, современного дизайна.
4. Конечно, нам интересна Европа, недаром мы выставились на Bread&Butter 2007. Но не надо заблуждаться, наш «модник» (особенно в столицах) не менее требователен, искушен и желанен для нас.
5. Скорее диалоги, со всем менеджментом компании, чтобы связывать воедино информационное поле большой компании.
6. Не знаю, где ещё есть такое предубеждение к отечественным продуктам, какими бы ты их качественными и интересными ни делал, и где ещё так высока доля ручного труда с вытекающими последствиями.
7. Ещё одним поводом точно выверять свою позицию.
8. На своё усмотрение. Наши продукты — это самое малое что может вредить экологии, так что действительная зона социальной ответственности лежит совсем в других областях.



Татьяна Дьякова / МД «Харлен»

1. Для дизайнера в процессе работы над коллекцией важно лишь то, чтобы он сохранил «лицо» — все то, что придает уважение и значимость его творчеству.
2. Для меня нет понятия «легкие деньги».
3. Коммерческий успех любой коллекции непредсказуем. Важна последовательность в плане дизайна, мобильность производства и сбыта.
4. Мы около 15 лет успешно занимаемся российскими потребителями, освоение других рынков пока не планируем. Новая задача — расширение сегмента рынка.
5. Переговоры чаще всего приходится вести с представителями фирм, торгующих тканями.
6. Мода сродни любому бизнесу в сферах, напрямую не связанных с творческим процессом.
7. О конкурентах не думаем. Некогда.
8. Вопрос об утилизации остро никогда не стоял перед нами. Единичные вещи становятся достоянием сотрудников, бывают сезонные распродажи.



Лиля Киселенко

1. Ей трудно.
2. Униформа.
3. Путешествия.
4. Япония, уже работаем, но хотим расширить влияние.
5. С клиентами.
6. С ресторанным. Если клиенту понравилось, он обязательно вернется.
7. У нас нет конкурентов, а коллеги, как правило, друзья.
8. Славать в секунд-хенды города, пусть другие носят.



Олег Бирюков

1. «Дизайн» подразумевает две составляющие — эстетику и экономику. Они очень тесно взаимодействуют. Дизайнеры призваны создавать вещи, в которых люди могут ходить. Вещи, которые создаются ради вещей — это искусство. А «дизайн» — понятие прикладное.
2. У меня таких денег никогда не было. Прокомментировать не могу. Краем уха слышал, что у кого-то такие бывают...
3. О коммерческом успехе говорить пока рано. Показы 2008-го года еще впереди. А вдохновляют меня на создание коллекций книги, фильмы, путешествия и просто интересные люди.
4. В первую очередь, необычный рынок нашей страны. Люди в России очень любят одеваться, хотя одеваться и умеют это делать. А остальным странам — что останется.
5. Спектр большой, хотя и определен спецификой деятельности — представители торговли, поставщики материалов и фурнитуры, пиарщики... К счастью, они очень хорошие люди.
6.)))
7. Я склонен использовать замечательное слово «коллеги», и отношусь к ним как к равным, как к друзьям по цеху — с уважением и благожелательно.
8. Мы используем только натуральные материалы: шелк, шерсть, хлопок, лен... Они не наносят вред окружающей среде. Наши вещи любимы клиентами, они не спешат с ними расставаться. И даже поговаривают об открытии музея марки. Какая уж тут утилизация?..



Татьяна Парфенова / PARFENOVA

1. Они, как однояйцевые близнецы, друг без друга не могут.
2. Легкие деньги — это когда нашел на улице, спросил: «чьи?» — и никто не признался.
3. Его високосность.
4. Хочу освоить рынок Норвегии.
5. С клиентами.
6. С пищевым, такой же скоропортящийся товар, если говорить о больших сериях.
7. Фоном.
8. Хранить вечно.



Александра Киби (Alexandra Kiaby)

1. К большому сожалению, мне не удастся заниматься искусством ради искусства. При создании коллекции, мне приходится думать и о том, будет ли она коммерчески успешной. Необходимо искать компромиссы.
2. Мне кажется, что легкие деньги для модельера не бывает. Бывают приятные деньги, это когда работаешь над заказом или проектом, которые тебе нравятся, вкладываешь душу.
3. В этот раз моим вдохновением стал кинематограф. Я создавала свою новую коллекцию под впечатлением фильма Сидни Поллака «Из Африки».
4. Больше всего меня притягивает Англия. Я бы вообще хотела жить и работать в Лондоне. Это удивительно стильный и гармоничный город. Конечно же, интересна Европа, но в ближайших планах у меня стоит освоение регионов нашей страны.
5. С байерами, потенциальными спонсорами, представителями СМИ, специалистами в области легкой промышленности.
6. Ни с каким бизнесом лучше не сравнивать, я имею в виду уровень развития модной индустрии в нашей стране. Механизм здесь пока еще не работает, и очень сложно говорить о бизнесе вообще.
7. Мне нравится здоровая конкуренция. Она стимулирует развитие. Я многому учусь благодаря им.
8. Складывать в сумку, поспать нафталином и хранить в чуланах или на чердаках...)



Kogel

1. Сфера нашей деятельности в любом случае подразумевает компромисс между коммерцией и искусством. Но в стенах нашей студии не принято делать что-либо только ради денег — это табу. Мы делаем только то, в чем уверены на 100%.
2. Никогда не пробовала «легких денег». Деньги имеют для меня «вес» — это своеобразный критерий того, что мы делаем.
3. Много разных моментов, а коммерческий успех — следствие того, что ты интуитивно «поймал» верные художественные образы и идеи, сделал актуальную и интересную коллекцию.
4. Прежде всего, родной страны и близкой Европы.
5. С заказчиками.
6. Наверное, с театром, балетом — полгода адских репетиций, поисков, потом торжественная премьера, спектакли, гастроли. Всё зависит от того, насколько хорош спектакль.
7. Коллеги. Без здоровой конкуренции нельзя развиваться, так что конкуренты необходимы для собственного движения.
8. Порой люди носят наши вещи годами. Что потом?... Можно освежить, перешить, добавить, убавить и носить дальше, можно пустить на лоскутки — делать прихватки из пальто, изготовить лоскутное одеяло из блузок и рубашек. Можно радикально: мы используем натуральные материалы, поэтому утилизация через сжигание тоже допустима



Екатерина Смолина / Ekaterina Smolina

1. Все начинается с образа. Я вкладываю много сил, чтобы воплотить образ в реальность, при этом главное, чтобы создаваемая мной одежда не висела в шкафу, а радовала и поднимала настроение. Все связано. Коммерческий эффект — это обратная связь от тех, для кого мы творим.
2. Когда от эскиза до мастер-модели и первых продаж проходит мгновение. Когда все происходит так быстро, что ты просто не успеваешь за этим. Слишком велика энергия, все получается само собой, легко. Такое бывает.
3. Моя жизнь. Я живу сейчас и здесь. Это придает моим работам натуральность и естественность. Каждая моя работа — это мои эмоции или переживания. Люди очень хорошо чувствуют это.
4. Я хочу сделать мир ярче, чтобы было больше эмоций, ведь женщина в нашей одежде обращает на себя внимание. Всегда. Сейчас наши работы можно найти в самых разных уголках СНГ, но мы не ставим ограничений, у нас есть предложения о сотрудничестве из Европы.
5. С самой собой. И поверьте, они самые сложные. Руки не успевают создавать то, что хочется. Слишком быстро течет жизнь.
6. Конечно, полная аналогия невозможна, но попробуем сравнить с созданием вина. Вино поднимает тебя выше, оно живое, и оно всегда разное, потому что и ты сам разный каждый день.
7. Люди, которые создают, а не просто занимаются торговлей, заслуживают глубокого уважения. Все мы делаем общее дело. Успех наших конкурентов — это обратная связь.
8. Интересный вопрос. Мы создаем образ. Как утилизировать образ? Видимо, надо изменить жизнь: познакомиться с новыми людьми, увлечься, влюбиться. Все остальное — это материал. Я плохо разбираюсь в химии, лучше спросить у тех, кто дает нам краски.

МНЕНИЕ

Девять профессионалов индустрии моды говорят о «Дефиле», о роли проекта в российском модном процессе и о специфике своей работы.



Янис Чамалиди
дизайнер
lanis Chamalidy Fashion House



Инна Гордяня
журналист модного портала BE-IN.RU



Саша Баскервиль
стилист Mint-mag, E-mag (Лондон)



Александр Смирнов
главный редактор
городского журнала о моде Dress Code



Наталья Хоффманн
байер, директор бутика A.Dress Fashion



Юлия Маркунина
pr-агент KOGEL Fashion House



Александр Ковалев
бренд-амбассадор
«Русский Стандарт Водка»



Оксана Виноградова
руководитель проекта «Я Покупаю СПб»



Иван Блинов
фотограф

О вкладе «Дефиле на Неве» в создание аудитории модных домов

Я благодарен Ирине за проект «Дефиле на Неве», за этот огромный вклад в развитие моды в Санкт-Петербурге и цену ее смелости. Как художник и руководитель Модного дома, понимаю, насколько сложно создавать что-то «с нуля». Неделя моды в Санкт-Петербурге оказалась первым и единственным успешно функционирующим на протяжении стольких сезонов проектом; она задает уровень представления модной одежды в Санкт-Петербурге, и ее вклад в создание аудитории модных домов огромен. Ведь дизайнер, поглощенный развитием марки, зачастую не обладает временным ресурсом для поиска площадки, соответствующего PR, Официальная неделя моды — очень важный шаг в становлении наших модных традиций, формировании общественного представления о брендах. Для того, чтобы люди Петербурга восприняли модельера как модельера, ему просто необходимо появиться на «Дефиле на Неве!»

О подготовке к «Дефиле на Неве»

Непосредственно же перед показами готовимся, в первую очередь, морально. Воспринимать такое количество информации и красоты — работа не из легких. Но жутко приятная, спору нет. Что мы делаем в преддверии «Дефиле на Неве», к примеру? Мы затачиваем карандаши и стопками укладываем их за ухо — не дай бог упустить хоть что-то! Я же лично, достаю из сумочек заплывшие в ожидании выхода в свет бабушкины жемчуга, наглаживаю стрелки брюк, всю ночь репетирую сосредоточенное лицо и блаженную улыбку.

О работе на неделях моды и вдохновении

Для меня это всегда праздник! Да, работа, конечно, тоже: не упустить ничего, все нужно перерабатывать в голове со скоростью ветра, иногда писать для прессы, но (!), черт возьми, вот эта рабочая суета, карнавальная кутерьма так вдохновляют! Хорошая неделя моды — это доза высококонцентрированного креатива! Идеи, новые взгляды на вещи, мнения, обсуждения, восторги, эйфория и безумства! Конечно, бывают скучнейшие показы, но видимо, я люблю свою работу, а потому даже на такие хожу и с удовольствием «ставлю» дизайнерам «низачоты».

О «Дефиле на Неве» и развитии проекта

«Дефиле на Неве» — профессиональная Неделя pret-a-porter в Петербурге, это статусное мероприятие общероссийского масштаба, не смотря на существование столичной Russian Fashion Week. Чтобы проект развивался, нужно чтобы он становился еще более профессиональным. Все-таки подобные мероприятия во всем мире рассчитаны на специалистов модного бизнеса. «Заигрывания» с публикой мне кажутся лишними. Гораздо лучше как для самой Недели, так и для ее участников сосредоточиться журналистах, байерах, дружественных celebrities и т.д., чтобы им было комфортно работать, а профессионалам из других городов (в том числе и Москвы) отчаянно хотелось бы посетить это событие лично. Нужно лишь внимательно изучить особенности работы ведущих Модных недель мира и попытаться по возможности реализовать это в наших непростых условиях.

О продвижении российских брендов и развитии проекта «Дефиле»

«Дефиле на Неве» давно вышло за рамки исключительно локального события. Оно всегда имеет хорошую информационную поддержку ведущих петербургских СМИ, что чрезвычайно важно для продвижении российских брендов. Ведь ни для кого не секрет, что реклама — дело дорогостоящее, и мало кто из дизайнеров может себе это позволить. Конечно, дизайнерам хотелось бы видеть больше байеров, но поверьте, их не так много. Хотя с каждым годом становится все больше. Чтобы проект продолжал расти, я бы наметила три основных направления развития: наладить международные связи, более активно привлекать участников из российских регионов, задействовать московские СМИ. Это позволит поднять статус проекта «Дефиле на Неве», подчеркнуть его уникальность, сделать более привлекательным для участников, спонсоров, СМИ.

О личном опыте работы PR-агентом

Занимаюсь этим скорее из любви к искусству и уважения к творчеству Аси и Нади (Ася Когель и Надя Орлова — дизайнерский дуэт KOGEL, прим. ред.). Всегда хочется сделать больше, но вживание научной организации труда в свой ритм происходит весьма болезненно. Мое собственное наблюдение: в конечном итоге, в выигрыше остается дизайнер, зарекомендовавший себя как ответственный человек, с которым приятно вести дела. Для, так называемых, творческих профессий это особенно актуально, хотя бы в целях разрушения стереотипа о необязательности таких людей.

О поддержке проекта «Дефиле на Неве»

Почему «Русский Стандарт» активно поддерживает модные недели? Новые дизайнеры, новые коллекции, меняющиеся тенденции — это то, что неизменно есть на неделях моды. Эти же составляющие — новаторство, стремление к совершенствованию — есть и в нашем бренде. По проекту «Дефиле на Неве» можно наблюдать как эволюционирует индустрия моды в городе и ее понимание людьми. Это очень серьезная работа — создать и поддерживать на должном уровне такой проект, поэтому хочется поблагодарить Ирину Ашкинадзе, и могу смело пообещать, что мы и дальше будем помогать в проведении этой модной недели.

Об эффективности работы шоу-рума

Работа шоу-рум «Дефиле на Неве» имеет большое значение для продвижения российских и питерских брендов на рынке РФ. Очень важно, чтобы байеры, а с их помощью и конечные потребители узнавали российских дизайнеров, становились приверженцами русской моды. Именно развитие спроса приведет в конечном счете к развитию фэшн-индустрии в нашей стране. И достижение этой цели посредством привлечения байеров я считаю правильным и эффективным шагом.

О работе фотографа на показах недели моды

Быть фотографом подиумов — то же, что и быть любимым другим фотографом. Дело в профессионализме и увлеченности своей работой. Легко или сложно работать зависит исключительно от организации постановки самих показов. Главная беда, конечно, это свет. Если он в порядке, то со съемкой проблем нет, и, вообще, одно удовольствие. Бывают же показы, которые отличны для зрителя в зале, но фотографу снять их хорошо практически невозможно. Выкрутасы вроде бы оживляют действие, но создают ряд проблем для нас. Опыт ли, привычка ли, но в моей работе меня все устраивает. Главное — это интерес к тому, что делаешь. Конечно, хотелось бы, чтобы на показах музыка была потише (за день съемки можно сойти с ума), и чтобы запретили курить. А, в общем, работа эта, безусловно, интересная. Нравится, потому что люблю смотреть на идеи, которые воплощают дизайнеры в своих костюмах.

ФЕШН-ПРОФЕШН ТЕСТ

Знаешь — не знаешь — попробуешь — угадаешь!

Проверьте себя на знание стилиста дизайнеров — постоянных участников «Дефиле на Неве». Отметьте, чьей «кисти» принадлежат каждый из следующих 9 луков (от англ. look — вид). Сверьте свои предположения с ответами, указанными ниже. По количеству угаданных имен получите оценку:



Фото: www.be-in.ru

1. Александра Клиба
2. Леонид Алексеев
3. Тьерри Клэ
4. Vesellina
5. Леон Крайфши
6. Дани Киселевич
7. Стас Лопаткин
8. Янис Чамалиди
9. Татьяна Парфенова

1-3 балла. Что ж, советуем запастись приглашениями на все показы «Дефиле на Неве» — и удовольствие получите, и короб знаний об отечественных дизайнерах пополните.

4-6 баллов. Очень-очень интересно. Крепкий, хороший результат. Ваша интуиция и художественное чутье сработали превосходно.

7-9 баллов. Если вы еще не продюсер недели моды и не редактор модного журнала, видимо, пришло время задуматься об этом.

КОФЕ

По результатам соц. опроса среди представителей работников индустрии моды и посетителей модных недель, мы можем смело утверждать, что:

1. 9 из 10 дизайнеров предпочитают пить кофе с сахаром, однако один из них признался, что совсем не прочь попробовать бодрящий напиток и без него.
2. 9 из 44 опрошенных считают, что кофе полезен, один человек признался, что кофе приятен. Двое согласились с утверждением, что он бессмыслен, один из фотографов откровенно сказал: «Кофе трансцендентен».
3. 8 из 44 опрошенных предпочитают пить кофе со взбитыми сливками. Двое согласились попробовать его со взбитыми баранками. Одна модель призналась, что не прочь бы отведать кофе со взбитыми баранами, один из редакторов модных журналов любит пить кофе с друзьями, а один из фотографов предпочитает пить кофе с Дэвидом Боуи.
4. 4 из 44 опрошенных признались, что любят применять кофе не по назначению. Наиболее распространенным является использование кофе в косметических целях, наименее распространенным — смазывание дверного замка и выливание кофе за шиворот негодям.



5. 7 из 10 дизайнеров и двое из пяти PR агентов подтвердили предположение, что многие посещают недели мод исключительно ради того, чтобы выпить чашечку другую бодрящего напитка.
 6. На кофейной гуще гадают немногие (двое из опрошенных). Предпочтение чаще отдается гаданиям на картах Таро, баранных костях и лапках тушканчиков.
 7. Оказалось, что для получения наслаждения порой достаточно просто открыть банку с кофейными зёрнами и насладиться ароматом, пить кофе при этом не обязательно. В этом признались двое журналистов и один фотограф.
 8. Если бы не было кофе, многие пили бы зеленый чай, один из восьми журналистов сошел бы с ума, а одна из фотографов расстроилась бы из-за невозможности существования фильма «Кофе и сигареты».
- По результатам опроса так же можно смело утверждать, что кофе — напиток уважаемый, популярный и, что не удивительно, модный. В опросе участвовали 10 дизайнеров одежды, 5 PR-агентов, 8 журналистов, 7 моделей, 8 фотографов, 10 редакторов модных журналов, 6 представителей служб тех. поддержки модных показов.

DRESS-CODE

Рассуждения о модных показах и «Дефиле на Неве» в частности все больше сводятся к обсуждению дизайнеров, коллекций, моделей на подиумах и в зоне «бэкстейдж». Но имеет смысл посмотреть по сторонам и поразглядывать разномастных посетителей подобных действ. На эту тему высказался известный питерский дизайнер Филипп Фиссен.



Филипп Фиссен

Дресс-кода для посещения фэшн-показов в России еще не введено, но для россиян существует два варианта: или ты в «нарядном», или «не одет». Наряднее россиян в современном мире, пожалуй, только граждане Украины. Да и где еще выступать «в лучшем», как не на самом известном модном событии «Дефиле на Неве»? VIP-клиенты некоторых Домов выглядят ярче блеклых отражений на подиуме, они ввергают публику в недоумение: что делать — наблюдать за моделями или за движениями светил в первых рядах? На показах молодых модельеров топ-позиции в гардеробе большица выглядят скромнее: стоптанные шпильки и контрафактные ридикюли «Louis Vietnam» — хрупкий мосток в мир высокой моды. Иногда скопления юных фанов наводят на мысль, что приглашения распространялись у выхода из метро «Проспект Просвещения». Зияющими черными дырами в созвездиях пайеток и стразов выглядят самопровозглашенные дизайнеры, еще не имеющие заслуг — показов и про-чего, но уже заявляющие себя «новым словом». Вынужденные толпиться в задних рядах, они уже поделили мысленно славу и почет. Их наряды нарочито мрачны и нелогичны, отвергают тенденции и являются замкнутой системой: «сам сшил, сам ношу, сам восхищаюсь». Формальная одежда не в ходу, если, конечно, это не серый деловой костюм бизнесмена-родственника, обеспечивающего финансовое благополучие модного дома. Такой наряд более чем кстати на любом показе, чего и хочу пожелать коллегам-дизайнерам во все времена.

РЕДАКЦИЯ

Главный редактор Светлана Першакова
Тексты Sasha P. kova, Марк Уний, Инна Гордяня
Дизайн/верстка Антон Лепашов
Фотографии Д.Беляков, Е.Усачева, И.Блинов
Продюсер Алексей Баженов

Разработка/дизайн/тексты модный портал BE-IN.RU специально для недели pret-a-porter «Дефиле на Неве»
www.be-in.ru

Перепечатка материалов возможна только с письменного разрешения редакции. тираж - 2000 экз.

be-in.ru
модно сегодня

be-in.ru
модно сегодня

РБК daily
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ЕЖЕДНЕВНАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА

покупаю

Sex and the City
ЖУРНАЛ ДЛЯ ЖЕНЩИН БОЛЬШОГО ГОРОДА



СПБ
СОБАКА[®]
журнал о людях в петербурге

Санкт-Петербург
РОССИЯ
ТЕЛЕКАНАЛ

ГЕОМЕТРИА.ру
мир красивых людей

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

ПАРТНЕРЫ ОТДЕЛЬНЫХ ПОКАЗОВ



ПАРТНЕРЫ ОТДЕЛЬНЫХ ПОКАЗОВ

Gala
LIFE & STYLE

НА НЕВСКОМ

ФИРМЕННЫЙ

Русский
СТАНДАРТ[®]
ВОДКА

Модные новости каждый вторник
GRAZIA

ПЯТЬ *****
журнал-сагаи
товаров и услуг
высшего качества

INDESIGN
magazine

The St Petersburg Times

dress code

INFOSKOP
ОТКРОЙТЕ СВОЙ ПЕТЕРБУРГ

БЕЛАЯ ПОЛОСА
идеальный взгляд на жизнь

ЖЕНСКИЙ
ПЕТЕРБУРГ



MAX
FACTOR
РИВ ГОШ



SDS
company

sexyhair.

ESTETISTA

RACHMANINOV
ART DE HOTEL

МИНЗДРАВ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ: ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ