Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (https://nashagazeta.ch)

Поймать момент | Saisir le moment

Auteur: Надя Мишустина, Женева , 24.06.2009.

Обувь из коллекции Захи Хадид для Lacoste
Пока одни марки объявляют о банкротстве, другие только начинают жить. Правда, без размаха.
|
Certaines marques tombent en faillite, d'autres prennent leur envol.
Saisir le moment

От кризиса выигрывает не только “Макдональдс». Дизайнеры, марки и ритейлеры пытаются найти в трудные времена новые возможности.

Туфли Lacoste – Hadid

Заха Хадид, единственная в мире женщина-архитектор, удостоенная Притцкеровской премии, разработала концептуальную обувь для марки Lacoste. Особенность обуви в том, что она бесшовная, напоминает волнообразные конструкции Хадид и принимает форму ноги своего хозяина. По словам Хадид, поверхность «обтекает ногу и образует бесшовный покров, который сливается с ней». Создавая обувь, Хадид продолжает разрабатывать тему глобального ландшафта, лежащего в основе каждого ее проекта. Обработанный в цифре крокодил Lacoste, которому в прошлом году исполнилось 75 лет, послужил отправным пунктом для формы закрытых мужских полуботинок и женских сапог. Коллекция Hadid – Lacoste будет выпущена ограниченным тиражом в 850 пар, по цене примерно 600 франков и в июле поступит в продажу всего в нескольких

европейских точках, среди которых Corso Como 10 в Милане и парижский Colette. В сентябре серийная и менее дорогостоящая коллекция появится в бутиках Lacoste. Напомним, что французская марка была основана в 1933 году теннисистом Рене Лакостом; а вышивают крокодилов на текстильной фабрике в швейцарском Санкт-Галлене.

Кашемир Старка

Филипп Старк, знаменитый парижский дизайнер интерьеров, направил свои творческие силы на дизайн одежды, создав коллекцию для производителя кашемира Ballantyne. Только не называйте его триктажные платья и кашемировые жакеты «fashion». Создатель соковыжималок, зубных щеток, прозрачных стульев, унитазов и множества других полезных в быту вещей, Старк утверждает, что его одежда приниципиально не имеет отношения к моде. «Fashion-дизайнеры делают фантастические вещи, но все же я не такой идиот, чтобы заниматься модой», заявил он на прошлой неделе, накануне презентации коллекции во Флоренции.

«Публика, скорее всего, поймет, что это такое, года так через три. Это - не мода. О нас особо не будут писать в газетах. Сама одежда не фотогеничная. Но умные люди нас приметят сразу». Созданная в партнерстве с Ballantyne, шотландским производителем кашемира с 1921 года, коллекция 60-летнего Старка включает женские и мужские жакеты и джемпера с капюшонами, плащи и капюшоны. Кашемир – уникальное натуральное волокно. Ни одна другая ткань не может быть одновременно такой мягкой, нежной, легкой и теплой. Отменный кашемир, ставший основой коллекции, позволил Старку создать простой и функциональный гардероб, состоящий из вещей, которые можно носить круглый год, как альтернативу модным трендам, меняющимся каждый сезон.

В интервью газете Le Figaro Старк сказал, что мода - это не что иное, как способ сокращения срока жизни товара. С ее быстрым циклом товарооборота и требованиями сезонности, мода «порождает систему потребительства и сверхпотребительства, у которой нет будущего». Коллекция Starck with Ballantyne появится в магазинах Ballantyne в октябре. Она состоит из простых, довольно гармоничных вещей, лишенных какого бы то ни было украшательства. Основные цвета: асфальтно-серый и синий с всплесками флюресцентно-желтого. Француз сознательно отказался от стандартного черного. Для дизайнера одежды «черный цвет – это признак лени, слабости и в конечном счете вульгарности», прокомментировал он свое решение.

Цены Dolce&Gabbana

Итальянские дизайнеры Доменико Дольче и Стефано Габбана решились на беспрецедентный шаг - снизить цены на свою продукцию на 10%-20%, сохраняя прежнее качество. Новые ценники можно будет увидеть на вещах из весенне-летней коллекции 2010. По словам дизайнеров, подобная акция является долгосрочной и коснется всех линий Dolce&Gabbana, включая первую. «У кризиса есть ключевой аспект, – объясняет Стефано Габбана в Women’s Wear Daily. - Люди спрашивают сегодня, заходя в магазин: «Как мило, но сколько это стоит?»- В неустойчивые времена люди охотнее тратят свои деньги на путешествия и спа, нежели на новые платья. Мы хотим работать для конечного покупателя».

Разница между старыми и новыми ценами будет заметна даже без калькулятора: весной 2010 джинсы будут стоить 450 долларов (сейчас $695), платья, которые сейчас стоят 2295 долларов, опустятся в цене до 1469 долларов.

Обеспечить новые цены дизайнерам удалось с помощью коллективного соглашения с поставщиками и производителями, которые (вплоть до производителей пуговиц) согласились снизить цены на свой товар и услуги. При этом экономия коснется и тканей, вариантов станет на несколько десятков меньше, но разнообразие в цветовой гамме сохранится. В частности, дизайнерам удалось разработать альтернативную и инновационную технику шитья, которая позволяет снизить издержки.

«Идея в том, чтобы избавиться от избыточности, потому что так много одежды, так много сезонов, так много рекламы - так много всего, что сказывается на окончательной цене. Мы хотим вернуться к тому, как все обстояло 20 лет назад, - добавил Доменико Дольче. - Это единственный способ сохранить наши компании. Пришло время перевернуть страницу».

экономика

Source URL: *https://nashagazeta.ch/news/style/poymat-moment*