

Мода в осаде |

Автор: Надя Мишустина, [Женева](#) , 14.01.2009.



По пессимистическим прогнозам, кризис в моде продлится год. Всемирный экономический кризис ударил и по моде.

В деловой прессе читаю сообщение о том, что сразу несколько крупных дизайнеров - Vera Wang, Peter Som, Betsey Johnson - объявили о своем решении отказаться от участия в предстоящей с 13 по 20 февраля неделе моды в Нью-Йорке, в целях экономии бюджета. Свернулся отличный бренд Obedient Sons&Daughters. Еще в ноябре его талантливые дизайнеры Джейсон Ву и Ирен Ньювир были в числе номинантов на престижный приз CFDA.

В ноябре 2008 года отток покупателей в Америке составил 27% по сравнению с аналогичным периодом в 2007 году. Масы's, крупный американский ритейлер, закрывает 9 универмагов. Моя киевская кузина звонит в беспокойстве: если мода во всем мире "накроется", то что я буду обозревать, и где я собираюсь в этой связи работать, и на что я собираюсь жить?

Хороший вопрос, особенно если взглянуть на него не с точки зрения ежемесячного дохода, а с точки зрения вкуса. Скажется ли экономический кризис на дизайнерских коллекциях, на ассортиментах магазинов, на нашем отношении к вещам и брендам, на нашем повседневном облике? И если скажется, то как?

Линор Горалик в статье ["Мода во времена кризиса"](#) отмечает, что главной

переменной в наших отношениях с модой станет изменение покупательских привычек. «Шопинг перестанет быть еженедельным (а у кого и ежедневным) занятием, частота походов по магазинам снизится.» По ее прогнозу, походы в магазины станут более целевыми: в магазин будут «приходить не для того, чтобы посмотреть, не захочется ли чего, а для того, чтобы купить заранее определенные, нужные вещи.» Как следствие, покупки станут менее импульсивными: «Мы будем реже покупать ненужное, а нужное будем выбирать более тщательно.»

Изменится также манера выбора одежды. К вещам в магазинах начнут предъявлять требования, которые в «сытые годы» традиционно игнорируют. Повысится значение качества одежды, поскольку ее приобретение будет считаться вложением средств. Важным станет не модность вещи, а ее универсальность и сочетаемость с другими вещами. Мы будем стремиться составить максимально разнообразный гардероб при минимуме приобретений. В пользу такого развития событий говорит Клаудия Торреквада, директор по коммуникациям люксового швейцарского мультибренда Vongenie. «Наши покупатели не перестали покупать, но покупают не остромодные, а беспроектные вещи : черные брюки Miu Miu, а не авангардную юбку.»

Мода солидарна с настроением людей, вынужденных отказаться от многого. Главные тенденции нарядов на состоявшейся 11 января церемонии Golden Globe Award (ее вместе с «Оскаром» считают самым престижным в мире дефиле) можно обобщить по принципу «просто и скромно». Драгоценности из виду пропали вообще, за исключением деликатных брошей или незаметных сережек. Никаких бриллиантов на шее, вместо этого - крупные локоны или распущенные волосы, как у Анжелины Джоли, не требующие сложного окрашивания или даже мастерской укладки. Платья также неброских, классических цветов - серый, телесный, черный. Силуэт лаконичный, без объема или лишних деталей.

Депрессия в экономике требует универсальных силуэтов, недорогих тканей, приглушенных цветов. Психологическая депрессия подразумевает закрытое тело. Колготки, чулки, носки, гольфы, леггинсы, комбинезоны можно найти практически во всех коллекциях весна/лето 2009. Чулки закрывают тело, помогают ему символически отгородиться от мира. И при этом позволяют выглядеть совершенно при сравнительно небольших затратах. Кстати, в голые годы второй мировой войны, когда было не до производства нейлона, модницы рисовали на ногах коричневым карандашом линии, имитируя шов на чулках. Голь на выдумки хитра. В наше время это выражение приобретает совершенно новый смысл. Потому что «голью» оказываются и дизайнеры, которые вынуждены придумывать какие-то доступные, но достойные модели, и магазины, ломающие голову над тем, как усладить покупателей, и сами покупатели, старающиеся подойти к вопросам гардероба как можно изобретательнее, чтобы получить максимум эффекта при минимуме расхода.

От швейцарских ритейлеров поступают позитивные новости. И не без основания. Директор женевского магазина Globus Жак Лувио сообщил, что предпраздничная суббота стала «второй лучшей субботой за всю нашу историю». В Coop и Migros продажи выросли на 13-15%. И это не удивительно. В кризисные времена люди меньше времени проводят в клубах и ресторанах и больше - дома. Неудивительно поэтому, что возрос спрос на гурманский шоколад, редкие коньяки, кашемировые пледы, дорогое женское белье и продукты для домашнего спа. По самым

пессимистическим прогнозам кризис может продлиться год.

Фото:

1. Максимально закрытое тело в коллекции Alexander Wang, весна/лето 2009
2. Длинные локоны вместо драгоценностей на церемонии Golden Globe Awards 2009. Бред Питт и Анжелина Джоли
3. Высокие сапоги-ботфорты и длинные распущенные волосы на дефиле Givenchy, весна/лето 2009

[стиль мода швейцария](#)

Source URL: <https://nashagazeta.ch/news/style/moda-v-osade>