

RTW

Theory

Самый молодой бренд в нашей подборке; это касается и даты основания (1997 год), и возраста целевой аудитории, и собственно стиля. Theory — это четкость линий, местами переходящая в угловатость, и заметная ирония в работе с традиционными деталями, например, лацканы с контрастной строчкой, которые в летней коллекции выглядят как нарисованные.

Если сравнивать марки женской деловой одежды с культурными стилями, Theory — это постмодерн: дизайнеру интересно играть с формой.

Используются разные приемы: в коллекциях разных сезонов есть и минималистичные вещи, и колор-блокинг, и принт.

В осенне-зимней коллекции много оверсайза, у пальто встречаются спортивные детали — молнии и накладные карманы. В целом это выглядит так, как будто самые долговечные и сильные тенденции последних лет, сохраняющие актуальность до сих пор (оверсайз, спорт-шик), дизайнер зафиксировал в виде современной классики. Цвета при этом используются очень сдержанные и консервативные — серый, верблюжий, черный.



MTM, ВЕСРОКЕ

Kiton

Kiton своими традициями многим обязан старинной школе неаполитанского портновского искусства. Даже сегодня ателье компании производит впечатление скорее большой художественной мастерской, чем современного производства.

Первый этап создания костюма Kiton — выбор тканей, среди которых есть базовые, сезонные (плотные — зимой, легкие — летом) и эксклюзивные. Затем снимают мерки, и в ателье запускается кропотливый процесс изготовления костюма, который длится 10–12 недель. Для MTM-пошива костюмов, пиджаков и пальто на выбор предлагается большое количество фасонов, и легко подобрать силуэт, учитывающий особенности вашей фигуры.

Профессиональный портной подскажет, стоит ли сделать пиджак чуть короче, какой должна быть длина рукава, когда делать манжеты на брюках, а когда нет. Заранее обговаривается, какими будут лацканы, шлицы и карманы; можно выбрать цвет подкладки, фурнитуру, добавить личную этикетку владельца.



RTW

Giorgio Armani

Джорджо Армани много сделал для женского офисного стиля, каким мы его знаем сейчас. Женский деловой костюм из плотной ткани, лаконичного кроя, без лишних деталей появился именно в таком виде уже в конце 1970-х, а в 1980-е стал синонимом понятия power dressing — «одежда для карьеры». В коллекции New Normal («Новый образец») нет мелькания сиюминутных тенденций, но есть актуальность. Основа — классические модели, сшитые из высококачественных тканей: тренч из черного бархата, брюки мужского кроя, атласный топ, пуловеры и спортивная одежда. В центре внимания — брючный костюм, знаковая модель для бренда Armani; в новой коллекции он представлен в нескольких вариациях и силуэтах из разных материалов.

«Мне нравится ясно демонстрировать свои намерения. Коллекция New Normal — это квинтэссенция того стиля, который я предлагаю современным женщинам. Они утонченны, практичны, активны, они хотят выглядеть безупречно и чувствовать себя комфортно в течение всего дня. Я предлагаю им выверенный узнаваемый стиль с легким намеком на экстравагантность», — говорит Джорджо Армани.

