



его барабана, игнорируя современную повестку и делая только то, что нравится, в рамках собственной вселенной. Яркий пример такой «марки в себе» на Pitti Bimbo — новозеландская Carbon Soldier. Новозеландцы шьют костюмы, похожие на наряды со старинных семейных портретов — в точности в таких, кажется, детей в былые времена приводили фотографироваться в ателье. Для полного сюрреализма на снимках коллекции не хватает разве что мистических гостей — и получился бы чистый «Дом странных детей мисс Перегрин», готовая раскадровка для новой истории Тима Бертона.

Другие слова сезона помимо «разнообразия»:

Экология

Еще пару лет назад слово «sustainability» казалось загадочным и непонятным, но сегодня о важности «устойчивой», дружелюбной к окружающей среде моды говорят все. Взрослые бренды один за другим отказываются от использования натурального меха, инвестируют в программы переработки и создание новых биоразлагаемых тканей, запускают собственные образовательные программы. В детской моде эта тема также актуальна. Натуральные ткани и красители, работа с маленькими производствами и локальными ремесленниками, просветительские экопроекты о загрязнении океана — все по-взрослому.

Феминизм

Не вырасти феминисткой у девочки, родившейся в нашем веке, практически нет шансов. Подключились к воспитанию маленьких амазонок и детские дизайнеры. Какие-то бренды через надписи на одежде убеждают клиентов в том, что girls rock, а быть девочкой — это само по себе superpower. Другие, не разделяя детей по половому признаку, обращаются ко всем и призывают не молчать и не закрывать глаза на несправедливость, а исследовать мир вокруг. Don't ignore, go explore — красивый лозунг из весенней коллекции датского бренда Molo, участвующего в Pitti Bimbo уже больше десяти лет.

Принты

Развивать детское воображение участники Pitti Bimbo предлагают не только с помощью книг и специальных игр, но и с помощью одежды. Рассыпанные по вещам принты могли бы вдохновить на множество сказочных историй. На них и правда легко заглядеться: акварельно-гуашевые, с разными животными у Fred & Ginger, морские, с пароходами и туристами, отдыхающими на спинах у китов, у Imarmottini, со сценками из приключений льва, слона, крокодила и жирафа в Италии у Zac 4 Kids.

Сотрудничество

Люксовые бренды из взрослой моды давно возвели искусство коллаборации в культ. У детских пока масштабы поменьше, и это хорошо — в таких союзах все еще чувствуется искренность. Здесь много марок, построенных на сотрудничестве — с художниками, ремесленниками из разных стран, благотворительными организациями, другими дизайнерами. А иногда и с собственными детьми — в весенней коллекции немецкого бренда Maisonmooe Kids все принты, например, нарисованы десятилетней дочерью основательницы марки Софи Эмюс.