

Магический вектор

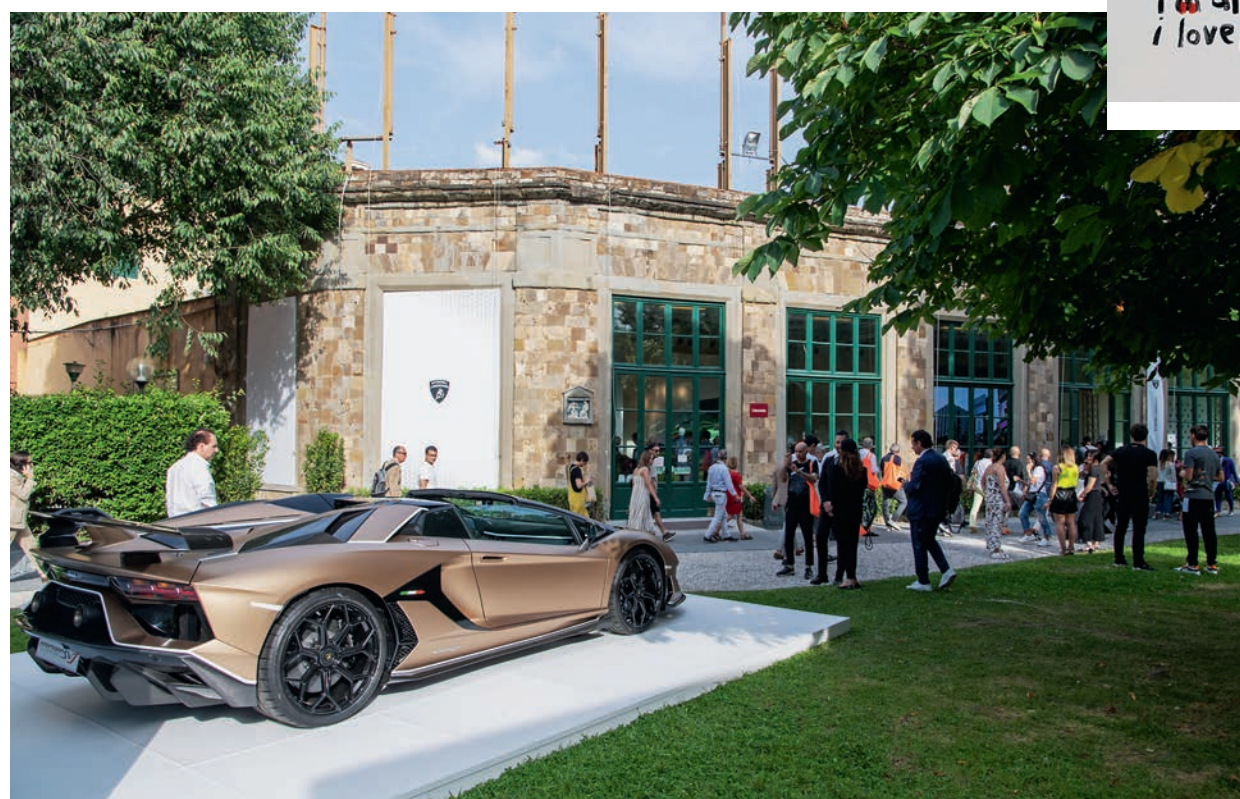
Чем будет жить мужская мода в 2020 году

Натела Поцхверия |

Лондонский уличный художник ENDLESS РИСУЕТ ПОРТРЕТ КАРЛА ЛАГЕРФЕЛЬДА ВО ВРЕМЯ ВЫСТАВКИ PITTI Uomo 96 НА ЦЕНТРАЛЬНОЙ ПЛОЩАДИ ФОРТЕЦЦА ДА БАССО



i create because i'm self destructive
i know freedom because i've been oppressed
i can forgive because i've messed up i know pain
because i've felt joy i love because i've known
hatred i know what i have because i've lost
everything i'm a genius because i've failed
i have boundaries because i've crossed
i'm at peace because i've lost a war
i love life because i've lost a love +



НА СТЕНДЕ ARMANI EXCHANGE МОЖНО БЫЛО ПОИГРАТЬ В СТРИТБОЛ, ПОКА МОЛОДЫЕ УЛИЧНЫЕ ХУДОЖНИКИ ГОТОВИЛИ СВОЮ АРТ-ИНСТАЛЛЯЦИЮ

96-Я ВЫСТАВКА

Pitti Uomo прошла в июне во Флоренции. 30 тыс. посетителей за четыре дня, в том числе 18,5 тыс. байеров более чем из 100 стран и более 2 тыс. журналистов. 3,8 млн взаимодействий в соцсетях (просмотры, комментарии) — так в сухих, но впечатляющих цифрах выглядит главная выставка мужской моды. Что за ними стоит — в отчете «Коммерсантъ. Стиль».

Писать о Питти — это как пытаться уместить «Войну и мир» в один короткий абзац. Содержание передать, может, и удастся, но удовольствие от чтения отсутствует. Pitti Uomo — это процесс. Четыре дня, которые каждый посетитель наполняет по своему вкусу. Одни предпочитают не выходить за пределы павильона итальянской классики, укрепляя дружбу с крупными игроками люксового рынка вроде Stefano Ricci или Brunello Cucinelli. Другие, напротив, ищут сокровища, чтобы потом делиться ими с читателями или продавать в своих концептуальных бутиках по миру. Траектория, по которой движутся байеры и журналисты, во многом определяет их образ мысли и задачи. Траектория не может быть правильной или неправильной, но одна может ни разу не пересечься с другой. Если двух разных редакторов спросить, что им запомнилось, создастся впечатление, что были они на разных выставках. Один собирал самобытные марки высочайшего каче-

ства вроде трикотажных Knitbrary или Danton, славящихся своей одеждой, напоминающей спецовки, а другой пошел по хайпу и не мог расстаться с брендами в павильоне Urban Panopama, гоняясь за призраками Кайли и Кендалл Дженнер. Кто-то играл в стритбол на стенде Armani Exchange. До павильона с одеждой бренда дойти возможным не представлялось — по дороге гостей встречали соблазны вроде компьютерной приставки, настольных игр и других развлечений поколения Z. Впрочем, для поколения Y, к числу которых относится и автор статьи, аналогом коктейлей и компьютерных игр стала выставка «Краткая история мужской моды» в Палаццо Питти.

Ее куратором выступил историк моды и арт-консультант Оливье Сайяр, который поставил перед собой задачу в нескольких залах Музея моды и костюма показать эволюцию мужской моды за 30 лет существования Pitti. Да, в том виде, в каком мы все знаем и любим Pitti под эгидой Pitti