

ИНСТАЛЛЯЦИИ НА ВЫСТАВКЕ «КРАТКАЯ ИСТОРИЯ МУЖСКОЙ МОДЫ» В ПАЛАЦЦО ПИТТИ, КУРАТОР ОЛИВЬЕ САЙЯР. ЧЕРНЫЙ КОСТЮМ GIORGIO ARMANI, 2010; КОСТЮМ ROMEO GIGLI, 1989

СТЕНД DOUCAL'S В ЦЕНТРАЛЬНОМ ПАВИЛЬОНЕ PITTI UOMO 96



МОДЕЛИ НА ПОКАЗЕ И ЗА КУЛИСАМИ ШОУ КИТАЙСКОГО БРЕНДА PRONOUNCE В РАМКАХ ПРОЕКТА GUEST NATION CHINA



Imagine, выставка отмечала в июне 30-летие. В экспозицию Сайяр включил 150 экспонатов от брендов, которые в разные годы выставлялись здесь. Среди прочих — Haider Ackermann, Giorgio Armani, Neil Barrett, Maison Margiela, Hugo Boss, Antonio Marras, Paul Smith, Versace, Brooks Brothers и еще десятки других крупнейших игроков индустрии, включая «нашего» Гошу Рубчинского. Конечно, никто и не думал, что мужская мода стоит на месте, но вот так концентрированно увидеть все перемены в нескольких залах дорогого стоит. Кажется, что сдвинулись тектонические плиты: «новый тейлоринг», о котором говорят наперебой все издания в этом сезоне (и «Коммерсантъ. Стиль» не исключение), теперь кажется еще более логичным продолжением перемен. Рафаэлло Наполеоне, генеральный директор выставки на протяжении 30 лет, вспоминает, что в начале его работы примерно 80–90% марок занимались классической костюмной модой. Сегодня они в меньшинстве. И даже те, кто

продолжает делать костюмы и классику, меняют расцветки, фасоны, покроя и оглядываются на современные марки, пытаясь сказать: «Мы тоже не отстаем от времени».

Но если в прошлом сезоне классические марки как будто немного испугались перемен и скрылись в закромах центрального павильона, то в июне они гордо выставили свои традиции на пьедестал и громко объявили: «Классика — не синоним скуки».

Например, на стенде обувного дома Doucal's в центре экспозиции стояли кроссовки, а на входе обувщик с аккуратной бородой и цветными татуировками на руках вручную пришивал подошву, используя традиционный станок. Ну и, как выяснилось, у Doucal's и стельки напоминают форму ноги, а кроссовки — гипоаллергенные и дышащие. Перед кругом почета по центральному павильону я всегда иду в павильон Make, спрятанный в глубине крепости Фортецца да Бассо. Именно с него приятно начинать четырехдневный кре-

стовый поход по Pitti. В Make всего около десяти стендов, и каждый представляет собой маленький ремесленный рай. Обувной бренд Zamparini работает по принципам su misura. Из сотен вариантов цвета, формы, фурнитуры можно выбрать любые сочетания. Основатель марки Патрик рисовал обувь для других брендов, а два года назад наконец запустил свой, идею которого вынашивал десять лет. В год около 1 тыс. пар разъезжается по миру с фабрики в Венето. Патрик мечтает довести производство до 4 тыс. пар. Или вот Cappellificio Biellese CB 1935 — головные уборы в стиле британских преппи, сделанные в Италии вручную из льна и соломы. Бренд, надо заметить, существует с 1935 года.

Иногда жалею, что при Pitti Uomo, не работает магазинчик, чтобы купить что-то сразу и не ждать поставок полгода. Я бы точно привезла всем друзьям пенсне Fassamano. В оправу можно вставить линзы с диоптриями, а можно использовать как симпатичный аксессуар. Запомнились и парни