



МОДЕЛИ НА ПОКАЗЕ ПЕРВОЙ ПОДИУМНОЙ МУЖСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ GIVENCHY СЕЗОНА «ВЕСНА—ЛЕТО 2020» НА ВИЛЕ ПАЛЬМЬЕРИ, ФЛОРЕНЦИЯ

из бренда **Foer**. Кожаные изделия производятся в Сан-Миньято, а придумали бренд два студента. Один изучает робототехнику, другой — архитектуру. Рюкзаки из разноцветной кожи стали шить для собственных нужд — найти подходящий в продаже не удалось. Пришлось сделать самим. На выходе из Make в голову всегда приходит одна и та же мысль — а вдруг однажды ручной труд победит машинный, и мы вернемся во времена, когда объемы производства не превышали спрос в тысячи раз. С другой стороны, любую фабрику можно сделать экологичной, а тема экологии, пожалуй, была одной из ключевых на этой выставке. В павильоне верхней одежды **I Go Out** на стенде **Ecoalf** возвышалась огромная гора пластиковых бутылок, запутавшихся в рыболовных сетях. Испанский бренд, который славится своими достижениями в области переработки мусора в одежду, таким образом привлекает внимание к проблемам загрязнения мирового океана, со дна которого за десять лет компания

достала больше 400 тонн мусора под лозунгом «У нас нет планеты Б». Заодно продемонстрировала, из чего сделаны куртки: один метр ткани получается из 135 переработанных граммов рыболовной сети. А 130 граммов бутылок хватит на одну ветровку. Еще один интересный эко-бренд — **Thalassophy**. Официально бренд запустится в ноябре 2019 года, но основатели выбрали Pitti Uomo, чтобы представить коллекцию весна-лето 2020 за полгода до официального рождения компании. В названии — игра слов. На греческом «thalassophile» — человек, который любит море. Философия компании — любовь к морю. И это не просто слова. Во-первых, это действительно одежда для отдыха на море, в том числе и большая линейка плавок, а во-вторых, вся эта красота шьется из тканей, которые получены из переработанных пластиковых бутылок, извлеченных из моря. На январской Pitti Uomo 95 итальянский **Greenpeace** совместно с Институтом Дизайна (EID)

объявили о новой инициативе. Главная задача — популяризовать среди дизайнеров идеи устойчивого развития (а модная индустрия, как известно, одна из тех, что наносят наибольший вред природе). Был объявлен конкурс на лучшие коллекции из «устойчивого» сырья — то есть из тех материалов, которые были получены из переработанного мусора или добыты с уважением к окружающей среде с соблюдением всех этических и экологических норм. На июньской выставке показали результат работы: 15 студентов представили пять коллекций и пять фильмов, посвященных коллекциям и экологическим проблемам. Защитой окружающей среды озабочены не только будущие дизайнеры, но и производители одежды класса люкс. Например, компания **Herpo**: 84% нейлона, из которого шьются парки, получено путем переработки пластиковых бутылок. А пигменты для окрашивания использованы абсолютно натуральные: лук — для желтого цвета,