



ЛИОНЕЛЬ МЕССИ  
В РЕКЛАМЕ ADIDAS

БУТСЫ  
ИЗ СОВМЕСТНОЙ  
КОЛЛЕКЦИИ ПЕЛЕ  
И PUMA С АВТОГРАФОМ  
ФУТБОЛИСТА



на формирование его вкуса. При этом Бельерин заявляет, что футболисты одеваются ужасно. «Я видел множество футболистов в спортивных костюмах Gucci с принтом GG повсюду, тонны рваных джинсов скинни, блестящие или шипованные хай-топ-лубутены на ногах. Скинни — джинсы не для мужчин с большими икрами. До многих футболистов это с трудом доходит», — отмечает Бельерин. По его мнению, для футболистов главными критериями при выборе одежды часто бывают высокая цена и крупный логотип. В интервью Vogue Эктор назвал три любимых брендов. Для непосвященных это ноунеймы: A-Cold-Wall, Liam Hodges и Christopher Raeburn.

Бельерин перенял любовь к моде от бабушки, у которой была своя швейная мастерская. А недавно игрок выступил в качестве модели на парижском показе коллекции Louis Vuitton весна-лето 2020. Лучшей вещью в своем гардеробе Бельерин называет виниловый плащ Maison Margiela.

Куда более демократичных взглядов на стиль придерживается Александр Кержаков. «Профессиональный футбол довольно тесно связан с модой. Раньше, например, ты не мог надеть к костюму кроссовки — туфли были обязательны. А теперь считается модным надеть пиджак и кроссовки, — говорит экс-форвард сборной России и «Зенита». — Вообще, спортивные бренды, как мне кажется, сделали большой шаг — перестали позиционировать свой продукт как исключительно спортивный. Кроссовки, футболки и другие вещи прочно вошли в повседневную жизнь. Думаю, это связано с общим трендом на отказ от лишнего пафоса и излишеств ради комфорта. Ритм жизни стал настолько быстрым, что все больше начинаешь ценить удобство, особенно в одежде».

Если говорить о российском футболе, то здесь ближе всего к моде игрок московского «Локомотива» Гжегож Крыховяк. В столичный клуб поляк перешел из «Пари Сен-Жермена». Жизнь в Париже сформировала его вкус: Гжегож обожает пиджаки, шляпы и ботинки, а любимым брендом называет Yves Saint Laurent. Свое увлечение модой Крыховяк превратил в бизнес: открыл в Варшаве бутик Valamonte, где шьют костюмы на заказ.

А хоккеист Александр Овечкин к стилю и моде подходит показательно небрежно, словно подчеркивая: важно не то, что на тебе, а то, что ты умеешь. Его отношение к дресс-коду характеризует одиозный поступок после победы на чемпионате мира в 2008 году: на прием в Кремль к президенту Овечкин пришел в пляжных тапках на босу ногу.

Партнер Овечкина по сборной и НХЛ Евгений Малкин, живущий в Питтсбурге, отмечает в интервью, что в США мода для большинства людей дело десятое. Дорого не одеваются даже те, кто может себе это позволить. А у хоккеистов, по словам Малкина, есть другие сложности: из-за накачанных ног и ягодиц им очень трудно подобрать джинсы.

«Брендам выгодно привлекать кроме привычных селебрити и звезд спорта, — рассказывает дизайнер Даниил Андциферов. — И все чаще персонажи светских хроник появляются на пробежках, марафонах и массовых тренировках. Это актуально и востребованно, это продается, и это модно. Спорт генерирует ультрасовременные материалы. Дизайнеры любят экспериментировать и внедрять их в свои коллекции. Вещи становятся интереснее, они более удобные, за ними легче уход, они несут больший функционал. Каждый год появляются модные бренды, одежда которых не предназначена для занятий спортом, но концепция базируется на спортивных материалах и формах».

Понимая ценность спортсменов как инфлюенсеров, модные бренды стараются заполучить право одевать лучших представителей индустрии. Главные смотры достижений в мире спортивной моды случаются раз в два года — во время зимних и летних Олимпийских игр. Парад стран-участниц — это своего рода дефиле, на котором во всей красе предстают не только атлеты, но и дизайнеры. Олимпийскую сборную США одевает Ralph Lauren, время от времени давая повод для скандала: то форму с российским триколором сошьет, то журналисты заметят на звездно-полосатой экипировке бирку с надписью Made in China.

Братя Дэн и Дин Кейтены из бренда Dsqared2 одевают сборную Канады — выглядит свежо и молодежно. Высоко оцене-

МОДЕЛЬ В ОДЕЖДЕ  
A-COLD-WALL,  
ЛЮБИМОГО  
БРЕНДА  
ФУТБОЛИСТА  
ЭКТОРА  
БЕЛЬЕРИНА



МОДЕЛЬ В ОДЕЖДЕ  
CHRISTOPHER  
RAEBURN, ЛЮБИМОГО  
БРЕНДА ФУТБОЛИСТА  
ЭКТОРА БЕЛЬЕРИНА

на критиками работа Christian Louboutin со сборной Кубы. Красные пиджаки в стиле милитари для мужчин и бежевые для женщин — тут и отсылка к идеалам кубинской революции, и просто очень стильная одежда, подчеркивающая индивидуальные особенности фигур атлетов. Из этого ряда выбивается, пожалуй, только Швеция, парадную олимпийскую форму для которой создает из переработанного пластика демократичная марка H&M.

Олимпийская чемпионка по фигурному катанию Алина Загитова рассказала «Коммерсантъ. Стиль», что в одежде прежде всего ценит универсальность: «Я стараюсь тщательно подходить к выбору одежды. Мне очень важно, чтобы повседневная одежда была удобной и стильной, и я рада, что сейчас есть большой выбор красивой спортивной одежды, которую можно носить как в спортзале, так и в повседневной жизни. Я получаю огромное эстетическое удовольствие от посещения спортивных магазинов, которые зачастую стали диктовать тенденции моды. Например, кроссовки уже давно превратились из спортивной обуви в повседневные, их покупают и продают абсолютно все. Что касается тренировок, красивая форма поднимает настроение, заряжает

дополнительной энергией, что помогает мне преодолевать сложности и идти к поставленной цели. Мне кажется, бренды делают все, чтобы не приходилось жертвовать своим стилем ради результата. Спорт сейчас в моде — и это ярко проявляется в одежде».

Стиль athleisure, когда спортивная одежда переходит в разряд повседневной, — заметный тренд. Толстовки, кроссовки, легинсы — все это можно носить как в тренажерном зале, на пробежке, так и на прогулке в парке.

«С популяризацией спорта в базовом наборе одежды первые места заняли свитшоты, футболки, худи, брюки спортивного кроя, — отмечает дизайнер Даниил Андциферов. — Спорт проник в субкультуры. Он объединил моду улиц и подиум. Уличные субкультуры вдохновляют дизайнеров на создание новых форм и элементов с опорой на современный спорт. Огромное влияние оказывает диджитал. Мы видим идеальную картинку современного человека. Это модно, на улице все больше красивых подтянутых людей. Одежда должна подчеркивать достижения и сохранять при этом свой функционал и одновременно выглядеть стильно. Этот образ транслируется везде, и он неразрывно связан с активным стилем жизни».

Многие спортсмены на протяжении многих лет демонстрируют привязанность к определенному бренду. Например, Криштиану Роналду играет исключительно в ботсах Nike, а Месси многие годы является лицом Adidas. Но случаются и громкие «разводы». Так, теннисист Роджер Федерер после 20-летнего сотрудничества с Nike подписал контракт с брендом Uniqlo, который в глобальном смысле со спортом ассоциируется пока слабо. Швейцарец зарекомендовал себя как спортсмен, работающий исключительно со статусными брендами: Mercedes, Rolex, Moët & Chandon. А тут масс-маркет. Впрочем, все вопросы о престижности совместного проекта снимает сумма контракта, предложенная Федереру японской маркой: \$100 млн за десять лет. Известный теннисист, а по совместительству самый стильный мужчина 2016 года по версии GQ, сам принимает участие в создании дизайнера наборов для игры — сейчас это более спокойные тона, чем во времена работы с Nike.

Hugo Boss традиционно одевает футболистов сборной Германии. Лучшей рекламой бренду не придумать: два десятка статных красавцев в лакированных дерби, под которых идеально подогнаны приталенные костюмы с зауженными брюками, символизируют мощь, стиль и класс. Знаменитая BundesMachine во всей красе.

А самое изящное рекламное партнерство на все времена провернули легендарный бразилец Пеле и Puma. В 1970 году перед финальным матчем чемпионата мира лучший футболист в истории демонстративно присел в центре поля и начал завязывать ботсы. Внимание миллионов аудиторией было обращено к главному действующему лицу — и камеры, естественно, брали крупный план Пеле, в который попадали ботсы Puma. Так немецкий бренд включился в острую конкуренцию с Adidas, которая продолжается до сих пор. А в этом сезоне те самые легендарные ботсы Puma King были переизданы и вновь появились в продаже. Маркетинговый успех модели во многом связан с Пеле.