



**РИМСКИЙ** дизайнер Пьерпаоло Пиччоли в этом году отмечает двадцатилетие работы в Valentino. На протяжении семнадцати лет он трудился вместе со своей напарницей и подругой с университетских времен Марией Грацией Кьюри. Но три года назад ее позвали управлять женским Diog, и дуэт распался. Пиччоли стал единственным креативным директором марки, и многие скептически относились к этому назначению, не верили, что он сможет в одиночку потянуть сложный итальянский дом моды. И оказались неправы. Буквально за два года ему удалось сделать «перезагрузку»: бренд стал одним из самых актуальных в мире моды, а в прошлом декабре Пиччоли получил «Оскар» индустрии — престижнейшую премию Британского модного совета «Дизайнер года», обойдя серьезных конкурентов: Алессандро Микеле из Gucci, Клэр Уэйт Келлер из Givenchy, Кима Джонса из мужского Diog и Вирджила Абло.

Но если с женской коллекцией все вышло легко — Пьерпаоло удалось быстро подобрать ключ к сердцу клиенток домов высокой моды, — то с мужской оказалось намного сложнее. Первые коллекции дизайнера были приняты холодно, и на сей раз в осенне-зимнем сезоне Пиччоли решил сделать ставку на то, что любит носить сам: удобную обувь (кроссовки — один из хитов продаж марки), графичные лого V и VLTN и комфортный покрой. И все в лучших традициях итальянского кутюра: вышивки сделаны вручную в студии марки в Риме, над мужской коллекцией мастера работают также тщательно, как и над женской.

В новом сезоне Пиччоли подготовил для поклонников марки, пожалуй, самый неожиданный сюрприз. По подиуму под звуки лучших хитов Дэвида Боуи, посвященных космосу, прошлись модели в вещах из осенне-зимней коллекции, вдохновленной силуэтами 90-х, почти каждую

вещь украшали футуристические рисунки, сделанные художником и дизайнером самой актуальной марки уличной одежды Undercover Дзюном Такахаси. Рисованные портреты Людвиг ван Бетховена и Эдгара Аллана По (считается, что его работы положили начало жанру научной фантастики и вдохновили Герберта Уэллса на его знаменитую «Машину времени») с летающими тарелками вместо лиц, странные воздушные корабли, слоганы, посвященные путешествию во времени — все это на пальто, свитшотах, вязаных кардиганах и свитерах оверсайз бежевого «верблюжьего» и алого цвета, кроссовках и сумках.

Вечером того же дня, буквально через два часа после шоу Valentino, Дзюн на показе своей марки Undercover представил те же рисунки, но в другом исполнении — на парках, пуховиках, тренировочных костюмах и ветровках. Получилось, что два совершенно разных дизайнера на двух разных шоу показали две дополняющие друг друга коллекции. Пожалуй, такого мир моды еще не видел.

«Я давно слежу за Дзюном Такахаси, — объяснил за кулисами Пьерпаоло Пиччоли (они познакомились в прошлом ноябре в Японии, куда дизайнер приезжал показывать пре-коллекцию Valentino). — Ему удалось изменить философию уличной моды, превратив достаточно приземленный концепт в нечто более философское и возвышенное. В общем, вывести ее на новый уровень. Все, даже самые базовые предметы гардероба Undercover — поэтичны и утонченны. Мне нравится вкус Дзюна, его видение моды, то, как он играет и взаимодействует с графикой. В его работах я всегда нахожу что-то новое. И вообще он непредсказуем!»

Как они работали вместе? Пьерпаоло рассказал Дзюну об отправных точках его новой коллекции — путешествии сквозь

эпохи, 90-х и уличной моде — и попросил разработать на основе кодовых слов рисунки. Такахаси сразу подумал о По и его путешествиях во времени. А идея с Бетховеном пришла позже, когда он занялся своей коллекцией, вдохновленной «Заводным апельсином» Стэнли Кубрика, где главный герой Алекс проходил сеансы психотерапии под любимую музыку «старого доброго Людвиг Вана».

В осенне-зимней коллекции Пиччоли главный акцент — на практичность. Здесь есть, например, новая версия «тройки»: сорочка, свободные брюки и блейзер из шерсти цвета мокрого асфальта — такой костюм не помнется и всегда будет отлично выглядеть. Кейпы, тренчи и дождевики, чтобы защититься от ветра и плохой погоды. И удобные аксессуары — сумки-бананы, объемные сумки-мешки, как у моряков, и практичные шоперы с принтами Такахаси.

Еще один сюрприз — совместная работа с Birkenstock, немецким производителем самых удобных сандалий в мире. По словам Пьерпаоло, «это самая универсальная обувь на Земле, потому что у нее нет статуса и пола». Но сандалии в осенне-зимней коллекции? По мнению дизайнера, их стоит носить и зимой, но с носками.

Как Пиччоли решает, с кем будет сотрудничать? «Главный принцип, по которому я выбираю себе партнеров: они должны мне самому очень нравиться, — объясняет Пьерпаоло. — Если я влюблен в бренд или дизайнера и его видение в целом соответствует концепту коллекции, над которой я работаю, — это уже хорошее начало. А вообще я считаю, что уличная мода и высокая дизайнерская должны вести постоянный диалог. Это две реальности, в которых уже давно живут наши клиенты. Так что, объединив усилия, мы, по сути, создаем общее видение современности».

