

Перегруппировка | Les nouvelles réalités de la mode

Auteur: Надя Мишустина, [Женева](#), 23.09.2009.



Дизайнеры адаптируются к новым реалиям: ищут способы снизить цены, но сохранить красоту и качество одежды.

|
ou comment adapter les prix de la mode de luxe sans nuire à l'élégance ou la qualité des vêtements ?

Les nouvelles réalités de la mode

Дизайнер Такун Паничгул, чьи платья носит Мишель Обама, работает с тканями отменного качества. В коллекции Весна-2010, представленной 14 сентября на Неделе моды в Нью-Йорке, Такун показал платья из итальянского жаккарда с густыми цветочными принтами, ставшими визитной карточкой бренда. Цена одного метра такого жаккарда, сплетенного из пряжи восьми разных цветов - сто долларов. Цена платья Thakoon - две тысячи.

Однако есть вероятность, что красивое платье Thakoon так и останется висеть в шоу-руме. Приспосабливаясь к падающему спросу, закупщики крупных американских универмагов сокращают объемы новых закупок на 20 процентов и просят дизайнеров снижать розничные цены. «Несмотря на то, что люди любят красивую одежду, они не понимают, почему дизайнерская вещь стоит так дорого», - посетовал Такун в интервью газете The New York Times. Давление более низких цен заставляет дизайнеров экономить на тканях и фурнитуре, упрощать дизайн, но при этом «держат марку», сохраняя качество, а с ним и престиж своей продукции.

Последние десять лет цены на дизайнерскую одежду и обувь росли астрономически. Однако теперь покупатели не готовы выкладывать стоимость автомобиля за вечерний наряд. «За 40 лет работы в моде я впервые сталкиваюсь с тем, что женщины боятся делать покупки во всех ценовых сегментах», говорит дизайнер Вера Ванг. Адаптируясь к новым материальным возможностям покупателей, Ванг снизила цены на свою круизную коллекцию на 40 процентов. «Нам пришлось пересмотреть все, что мы делаем, как и для кого. Можно сказать, что мы спустились с небес на землю». В то же время, владельцы некоторых универмагов считают, что новые цены Ванг - \$600 и \$800 за платья - не достаточно высоки для одежды в люксовом сегменте. «Я не знаю, что будет дальше», говорит Ванг о будущем престижных дизайнерских брендов. «Может быть, нас ждет мир крепдишина».

Все дизайнеры стараются сокращать издержки, некоторые даже переносят производство за пределы Европы, экономя на оплате рабочей силе. Дизайнер Эли Тахари, чей бренд женской одежды генерирует годовые продажи в \$500 миллионов, закрыл свою фабрику в Италии и перенес производство в Китай. Однако такой шаг может быть болезненным для компаний, которые строят свою репутацию на традициях качества. В свою очередь Такун Паничгул не хочет экономить на материалах и надеется продержаться на чистой окупаемости без прибыли, пока не возобновится рост спроса. Кроме собственной линии одежды, он работает над несколькими параллельными проектами, включая коллекцию одежды для недорогой сети Target. Дизайнер стал финалистом [Swiss Textile Award](#) и в случае победы получит приз в 100 тысяч евро.

Европейские дома мод находятся в более выигрышном положении, чем американские, получая доходы от продаж косметики и парфюмерии. Европейские ритейлеры, в свою очередь, тоже особо не суетятся. Если в Америке борются за каждого покупателя, придумывая рекламные акции и предлагая скидки более чем в 40 процентов, то в Европе традиции иные. Скидки на предметы роскоши только мешают завоевать лояльность состоятельных покупателей, рассуждают на rue du Rhone в Женеве, поскольку понижают эксклюзивный имидж бренда, делая его доступным для многих. «Мои клиенты стали покупать одежду реже, но сумма среднего чека - крупнее», говорит Ильда Висс, хозяйка женевского бутика Jean Paul Gaultier. «Если раньше они обновляли гардероб, теперь они его освежают: вместо нескольких комплектов берут один-два, а раньше покупали коллекциями».

На фоне падения покупательской активности Николя Музен, казалось, выбрал не самое лучшее время, чтобы заняться fashion-бизнесом. Но ни объективно трудная ситуация, ни отсутствие личного опыта и специального образования не остановили дизайнера. В рамках [Design Days](#), прошедших в Женеве с 17 по 20 сентября, танцор балета и хореограф показал свою первую небольшую коллекцию одежды под маркой Nicolas Musin. Она состояла из прозрачных топов-накидок, облегающих платьев, коротких курток-бомберов из шерсти и брючного костюма-смокинга. Главными цветами стали черный, серый, пыльно розовый и глубокий синий. От коллекций других дизайнеров на выставке модели Музена отличались «взрослостью» и внятностью исполнения. «У меня было 200 заказов», с радостью сообщил Музен о результатах первого дня выставки. Особый интерес у женщин вызывали концептуальные кожаные сапоги, которые напоминают балетные пуанты (\$300) и скульптурные дамские накидки из органзы. Качество материалов и мастерский подход к исполнению являются приоритетом для швейцарского дизайнера, который создал свою коллекцию во Франции. «Теперь мне нужно найти деньги, чтобы все это

произвести». Музыки точно не витает в облаках. «У меня дисциплина и трудоспособность танцора балета», говорит он. «Я умею работать, закатав рукава, и я знаю, что такое высокий стандарт».

[Женева](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/news/style/peregruppirovka>