

Лицом к лицу |

Автор: Надя Мишустина, [Женева](#), 21.01.2009.



Рабочий стол дизайнера

Покупатели меняют свои привычки: шьют вещи в ателье, покупают у местных дизайнеров и даже выходят с ними на личный контакт.

Гурманы изменили не только наши гастрономические пристрастия, но и содержимое наших холодильников, приучив нас покупать органические помидоры, зелень и вкусные сыры на фермерских рынках. В скором времени может измениться и содержимое наших гардеробных. Все больше покупателей находят удовольствие в приобретении одежды не у глобальных брендов, а у местных дизайнеров. И все больше дизайнеров находят перспективным обслуживание клиентов напрямую, без посредников.

У окон дизайнерской студии Solo-Mâtine на rue Sismondi 6 в Женеве останавливаются даже не очень любопытные прохожие. Внутри - стены цвета фуксии, разноцветные кресла и куча диковинной всячины: виниловые пластинки, пушистые коврики, головы манекенов. На кронштейнах висят вещи - необычные и по-хорошему безумные. Смешные, но без шутовства платья в горошек, тельняжки, топы в клетку. Есть большая вероятность, что дизайнер Наталья Соломатина (на фото слева) встретит вас с ножницами в руках. «Я работаю, люди заходят, покупают. Я знаю, это немного необычно».

Идея ателье, безусловно, не нова. Ателье процветали в давние времена. «Раньше каждая женщина имела свою портниху, обувщика и даже иногда мастера по

нижнему белью», комментирует Наталья. Но ателье времен наших бабушек имели весьма отдаленное отношение к моде. В них шили одежду или из соображений престижа, или люди с нестандартной фигурой, которые не могли подобрать себе подходящие вещи в магазинах. Но в последнее время давно забытая практика шить одежду в ателье или иметь собственного портного возвращается.

Новая Первая леди США Мишель Обама шила наряды в чикагском ателье Марии Пинто. Именно этот неизвестный широкой публике дизайнер создала идеально сидящие платья и отточенные костюмы, которые стали основой гардероба г-жи Обама. Роджер Кумар, 30-летний нефтяной аналитик из Цуга, недавно пошил свой первый костюм на заказ. В нем, признается Роджер, «подкупает скальпельно точная работа», признается Роджер. И действительно, смотришь на его костюм *sur mesure*, и видно ладные стежки и вытачки, а пиджак будто не сшит, а сплавлен по высоким технологиям.

Многие модельеры уверены, что одна из основных причин популярности индивидуального пошива – психологическая. Клиент приходит в салон, он интересен, им занимаются, с ним разговаривают. «Каждый человек достоин максимума внимания», пишет мне в email Валерий Емелин, кутюрье и владелец салона-ателье *VagaHolka* в Женеве. Заказы на вещи *sur mesure* выполняются обычно по одинаковой схеме. У Валерия есть каталоги и образцы тканей, в том числе и те, что используют парижские дизайнеры *haute couture*. То же самое и с фасонами. Клиент выбирает модель и ткань и оговаривает детали. А затем начинается работа. Несмотря на то, что салон открылся всего пять месяцев назад, у Валерия уже достаточно постоянных клиентов. Здесь же продаются с любовью подобранные вещи из винтажных коллекций *Christian Dior*, *Chanel*, *Hermes*.

На первый взгляд покупать вещи глобальных брендов, как *Zara* или *Gucci*, и проще и быстрее, чем в нишевых магазинах или в дизайнерских ателье. Но продвинутых покупателей теперь привлекает не только процесс активного поиска вещи, но и возможность приобрести ее без посредника и, соответственно, без наценок.

Понятно, что покупая брюки в дизайнерской студии, из рук самого дизайнера, вы платите за труд и мастерство, а не за рекламный бюджет. «Меняется наше мышление», пишет Мелинда на сайте виртуального сообщества *One Green Generation*. «Мы все больше стремимся к тому, чтобы жить и покупать локально, поддерживать местный бизнес, покупать продукцию местных фермеров, местных пекарей, местных мастеров».

Более 10,000 человек посетили дизайнерскую выставку *My Design District*, проходившую в июне прошлого года в Лозанне. На ней представили свои работы дизайнеры моды, объектов и интерьеров из Швейцарии. «Наша цель – дать возможность молодым швейцарским дизайнерам заявить о себе, показать свои работы широкому кругу журналистов, байерам, публике», сказала мне по телефону одна из организаторов проекта, Вирджини Биффл. «При этом люди готовы платить по ценам чуть выше масс-маркета. Они понимают, что приобретают не только уникальную вещь, но и поддерживают молодое дарование».

Дизайнера Лоранс Имстепф Фуентес (на фото справа) вполне можно считать «молодым дарованием». Одна из участниц *My Design District* в 2008 году, Лоранс закончила Университет искусства и дизайна в Женеве. Работала художником по

костюмам в театре и кино - шила мужские сюртуки и балетные пачки. Потом решила, что пора начать собственное дело. Так появилась Mademoiselle L. Дождливом субботним утром она встретила меня в своем ателье в Версуа вместе с очаровательным четырехлетним сыном Xavi.

Что означает название марки?

- Л - это мое имя, Лоранс. А мадемуазель - это конечно, Коко Шанель. И еще это девушка с перчинкой, которая искрится идеями, открыта к экспериментам, выделяется из толпы. Никто ей не указ. Немного перчинки есть и во мне, и мне близки женщины с таким характером.

Коллекция Mademioselle L мешает мужское с женским. На этот раз - мужские брюки на подтяжках с пышной, благодаря множеству рюш, блузой, костюмную сорочку в полоску с юбкой-пачкой. Некоторые вещи сложные, хитроумные. Комплексные конструкции полностью оправданы тем, что пропорции выдержаны отлично, внутренние швы обработаны скурпулезно. Для модельера ткань важнее модели, часто фасон придумывается под ткань. Ткани: шелк, шерст, хлопок - все Швейцарского производства. «Мне важно производить все в Швейцарии. У нас в стране есть традиция мастерства и качества, и если мы не будем ее поддерживать, она пропадет».

Solo-Mâtine

6, Rue Sismondi T: + 41 22 732 12 80

BaraHolka

8, Rue du Conseil-General T: + 41 79 218 09 64

Mademoiselle L

L'Arsenal Fashion Store

31, rue Prevost-Martin 31 T: + 41 22 321 93 94

[Женева](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/news/style/licom-k-licu>