



Polytop — дизайнерская пятёрка

Пять девочек, выпускниц Школы моды Ирины Филичкиной, открыли свой магазин в «Старокирпичном переулке» и заставили о себе говорить. Галина Голованова-Плохая, Анастасия Ефремова, Екатерина Логиненко, Наталья Нагина, Лёля Фёклина шьют коллекции (каждая под своим именем) и вместе арендуют очень милый уголок в одном из самых приятных и модных мест Перми. Все расходы, все «шишки», все трудности и успехи делят на пятерых.

Самое интересное во всей этой истории — формат магазина, его концепция: дизайнеры объединяются, чтобы продавать свои вещи. Идея не нова и вроде бы лежит на поверхности. Так поступали молодые лондонские дизайнеры 1960-х годов, открывая лавочки на Карнаби-стрит. Знаменитая «антверпенская шестёрка» тоже начинала с подобного магазина, и он существует до сих пор. Но выпускницы «МИФ» ничего об этом не

знали, пока приглашённый лектор и старый друг школы голландка Тинике Бурма не спросила их в лоб: отчего они не повторяют столь распространённый западный опыт?

Даже в Перми в конце 1990-х было такое место на Компресе: местные дизайнеры арендовали два этажа для своих коллекций. Но общее впечатление складывалось противоречивое: правильного баланса между ценой и качеством дизайна не получалось. Тогда, помнится, рубль вёл себя из рук вон, как и теперь. Вот на этой удачной волне местный дизайн и пытается выехать.

«Сейчас потребитель насытился западными марками и проявляет искренний интерес к русским дизайнерам, да и кризис сыграл нам на руку. Думаю, наше время настало», — уверенно говорит Катя Логиненко. Когда цены в популярном масс-маркете взлетают вдвое, а качество отнюдь не улучшилось, покупатель предпочтёт заплатить столько же за неповторимую вещь местного мастера. Плохими материалами девушки откоро-

венно гнушаются и сетуют, что «немассовая» цена складывается прежде всего из-за качественных импортных материалов. На этом экономить нельзя.

Девушкам повезло с помещением: хозяева «Старокирпичного переулка» изначально хотели сделать культурное пространство, в котором жителям города было бы интересно. Команда Polytop в концепцию удачно вписалась. Открылся бутик в апреле 2015-го, напомнил о своём существовании большим осенним показом в сентябре. Вся реклама пока в Instagram и на волнах «сарафанного радио». На недостаток клиентов не жалуются: год ещё не закончился, а концы с концами уже сходятся, из минуса вышли. Минимум две коллекции в год каждая из них делает и добавляет какие-то вещи в течение недели. Галина Голованова рассказывает, что сюда частенько заглядывают весьма известные в городе люди: «Те, чьи фото мы видим в местной светской хронике. Мы не хипстерский магазин. Для хипстеров наша одежда дороговата».