

Модная экосистема

В Перми прошёл второй *Fashion Planetarium Forum*

ВЕРОНИКА ДАЛЬ

Амбициозное действие было задумано и воплощено энтузиастами модного сообщества. Деятели местной фэшн-индустрии решили, что пора объединиться, как-то о себе заявить и обозначить Пермь на карте российской моды. Первый форум 2018 года делался на голом и чистом энтузиазме — у нас так бывает. Второй, видимо, не сильно в этом смысле отличился от первого. При этом организаторы находят возможность привозить действительно знаковые фигуры, интересных людей, общение с которыми всякий раз оставляет приятное послевкусие.

Предполагалось, что форум пройдёт на «Заводе Шпагина». Однако его перенесли в технопарк Morion Digital на шоссе Космонавтов. Зато новое помещение отлично совпало с главным настроением и темой форума, заданной гостями из Москвы и Петербурга, представителями сайта и форума BE IN OPEN: смерть старой системы моды и рождение новой, во многом связанный на поколении Z и виртуальной жизни.

Два дня в огромном помещении на шоссе Космонавтов чего только не происходило: лекции, показы, дискуссии, фестиваль модного кино, экспертные консультации и деловые игры. Было действительно очень интересно, вот только публики явно не хватало. Видимо, модное сообщество не вполне осознавало, кого к ним привезли и насколько важные темы будут обсуждаться. Почти все мероприятия были бесплатными.

На фестивале говорили о том, как локальным маркам выйти на федеральный и международный рынки, как работать с байерами. Старались не застремлять на таком унылом обстоятельстве, как ничтожная платёжеспособность населения. Ну да, это есть; но люди одеваются и будут одеваться, и многие локальные марки проигрывают лишь потому, что не смогли создать внятного бренда, что нет пророка в своём Отечестве, а надо бы отвоёвывать место на рынках соседних и дальних. Тогда, глядишь, и местные потребители посмотрят на вас другими глазами...

Основатель портала BE IN OPEN Алексей Баженов объяснил, как устроены российский рынок и современная система моды. Царство безмозглого гламура умерло, нам представили новое, интеллектуальное лицо фэшн-индустрии, обременённое множеством смыслов и весьма экологически озабоченное. Да, вы можете смеяться над «экологичной модой», но молодёжь искренне верит, что можно делать фэшн, не проеадя будущее, без перекосов сверхпотребления; что мода может быть ответственной, умеренной и не убивать планету. Вот на этой мысли, на этой светлой мечте сегодня строятся все тренды поколения Z — того самого, которое, к великому неудовольствию правительственные экономистов, отказывается влезать в ипотеку. Вместо этого путешествует и творит свой экодизайн.

Алексей Баженов объяснил: «Сегодня мода — это экосистема, игроки кото-

рой производят вещи и ретранслируют смыслы», а потом произнёс грустные слова, которые мы не хотели услышать от гостей из столицы. Эти люди столько лет участвуют в пропаганде российской моды и наставлении её на путь истинный, и что они нам сказали? То же, что мы слышали в 1991, 1999, 2009 годах: «Моды в России нет». Господи, да сколько же можно-то?

У нас есть все игроки этой экосистемы: дизайнеры, фабрики, даже набор образовательных учреждений, кое-где, а также магазины, стилисты, недели моды и прочее. Но системы моды нет, потому что не налажена совместная работа: «Игроки не работают друг с другом». Например, на богатую и славную Mercedes Fashion Week в Москве не приходят байеры. И в чём тогда смысл? В том, чтобы рекламно обслужить славный автомобильный бренд? Прекрасно. А кто будет обслуживать российскую моду, её дизайнеров?

Гости говорили о тех, кто делает моду сегодня и моду будущего, — поколении Z. Это молодые люди, которые не знали мира без интернета. Они не видят большой разницы между событиями и продуктами виртуальными и реальными. Там, в Сети, происходит столько важного! И вот нам уже рассказывают, что



рый стоил 250 руб., а материала и вдохновения хватит до следующего форума и ещё лет на пять как минимум. Гости привезли работы российских режиссёров, среди которых были клипы, видеоролики и настоящие фильмы. Особенно удалось документальные... А поскольку кино это модное, главное его предназначение — продвигать тот или иной бренд, но не топорно, а тонко и умно.

В общем, нас всячески старались вдохновить и подбодрить и даже рассказали, что в новой рекламной политике больших брендов никогда не угнаться за локальными — гигантам не хватает подлинности, им не верят. Сегодня все приветствуют местные бренды, поскольку, как выяснилось, это важнейшая часть экологического подхода к фэшн. Аналитики учили даже «углеводородный след»,

возьмите что-то другое — мы все знаем, какой у нас набор знаков. Но мода — это когда наш «звериный стиль» носят в Лондоне и знают вкратце, что это и откуда. И не только те, кто попал когда-то на «Камву», а вообще все модники Лондона.

В общем, интересного было много, но больше всего народа приехало на «Модную ночь». Тут был конкурс одного платья, посвящённый Году театра в России, конкурс стилистов, нарядивших народ для похода в театр, а также показ местных дизайнеров.

Если в прошлом году в конкурсе одного платья участвовала только молодёжь, то в этом вписались и маститые: Светлана Головина, Елена Старикова. Хотя Старикова была и в прошлом году, и даже победила.

В этом году победительницей стала Ирина Моисеевых и её «Дама пик» в сложном платье из бумаги, похожем на костюм Малефисенты. Жюри, в котором тон задавали столичные гости, соблазнилось творческим подходом. Кулурарно отметили ещё и «Синдром Бернарды» Розалии Панкиной, но приз был только один. На следующий день Алексей Баженов признался журналистам, что больше всего в пермском дизайне ему понравилось выступление детского театра «Тандем».

Ещё одно приятное последствие форума — честный и обстоятельный разговор столичных гостей с дизайнерами, с подобным «разбором полётов» и советами на будущее. А вот наплыла байеров или покупателей никто не наблюдал. Тем не менее организаторы — Алёна Игнатьева, Людмила Ремизова и Ира Канюкова — настроены forum продолжать и призывают модное сообщество города поверить уже наконец в силу и благотворность объединения.

Об этом же говорили и гости: без кооперации и сотрудничества в сегодняшней экономической реальности просто не выжить. Если не будем объединяться, то попадём в Красную книгу российской модной экосистемы.

Если не будем объединяться, то попадём в Красную книгу российской модной экосистемы

нужно делать, чтобы марке из Перми продаваться в Париже. Разговор обильно пересыпан конкретными примерами того, как простые ребята из провинции, оседлав Сеть, выходят далеко за пределы своего региона и делают реальные продажи. Это не было похоже на банальные курсы SMM, потому что гости не просто учили дизайнеров пользоваться инстаграмом или ютубом, но объясняли, каким должен быть зрительный и смысловой ряд, идеи и подходы, система ценностей, чтобы поймать самый нерв мировых трендов и сойти за своего.

Говорили о том, как рассказывать истории, как организовывать и развивать свои комьюнити, не забывая времена от времени из виртуального мира выходить в реальный. Ещё учили новой образности, которая бесконечно далека от гламура, и тут очень кстати пришёлся фестиваль модного кино, билет на кото-

рый оставляют самолёт или фура, перевозя партию китайских футболок за пределы Поднебесной.

Да, ассортиментный ряд во всех городах мира среди людей, приобщённых к моде, один и тот же, но все жаждут свежей, неповторимой идеи. Знаковость в моде вос требована как никогда. Вот и предложите свой, неповторимый пермский знак, так, чтобы его увидели во всём мире — через Сеть, через события и контакты.

Было очень обидно услышать от гостей города совет продвигать деревянных пермских богов. Тоже мне, открытие! Так мы только и делаем, что говорим о своих богах. Но пермская мода ничего не сказала о них миру — не смогла переработать в узнаваемый знак, распространить его за пределы региона.

Тут многие перекресятся и скажут: «Ну и слава Богу! Наши скульптуры не для ваших свитшотов». Ну хорошо,