



В осенне-зимних коллекциях мужских костюмов, представленных на мировых подиумах, отчётливо прослеживается «итальянская» нота — приталенный силуэт. Тенденции видны в премиум-коллекции «1922» от Roy Robson.

Знарок оценит «породистость» костюма «1922». Уникальные материалы итальянских ткачей совмещают многовековые традиции с современными разработками, позволяющими костюму не мяться и «дышать». Это — ткани легендарной марки Loro Piana, именитых Cerruti, Zegna, Burberry.

Внимание изготовителя к деталям говорит в пользу костюма. По низу рукавов пиджаков — настоящие петли; в изделиях используются подлинные роговые или перламутровые пуговицы.

Один из элементов отделки — декоративная строчка.

Сочетание выверенных лекал Roy Robson и высокое качество деталей премиум-коллекции «1922» позволяет сказать, что костюмы этой линии обладают рядом признаков предметов настоящего портновского искусства.

«Костюм шьют для того, чтобы казаться в нём лучше, чем ты есть на самом деле. Этого можно добиться, если костюм шьётся вручную. Костюмы ручной работы обладают большим количеством преимуществ. Возьмём, например, плечевой пояс. Если его притачивать на машинке, ткань будет жёстко раз и навсегда зафиксирована. Когда это делается вручную, нитка имеет небольшую степень свободы, и сшитая ткань получается более эластичной, что позволяет ей идеально садиться по вашей фигуре. Кажется, мелочь, но от таких мелочей и зависит комфортность одежды и её класс», — говорят кройщики костюмов.

Вопросов на пути «пошить костюмчик» возникает множество: от выбора мастера до покупки фурнитуры. Но ведь никто и не обещал, что в любви к костюмам всё будет просто.

Другую проблему обозначает умная Википедия: «Наиболее предпочтительным будет изготовление на заказ, так как это позволяет пошить костюм, идеально подходящий фигуре конкретного человека. Такой способ в то же время является наиболее дорогостоящим и требовательным к поддержанию субъектом, по которому шьётся костюм, физических кондиций на момент снятия с него мерки».

Переводим: если имярек пошил себе костюмчик 48-го размера, так пусть он в своём 48-м и остаётся. Соответствуйте костюмчику, господа!

Кроме того, есть костюмы, которые в принципе нельзя купить готовыми. Например, вещи от всемирно известной марки Loro Piana. Знающие люди говорят, это своего рода Bentley среди костюмов.

Костюмы на заказ от William Fioravanti будут стоить в пределах \$20 тыс.

Готовые костюмы Brioni стоят от \$3 тыс. до \$7 тыс. Марка отличилась в 2008 году, буквально пойдя ва-банк: именно во время кризиса итальянцы выпустили самую дорогую линейку мужских костюмов Vanquish II. Средняя цена — \$43 тыс. Изготовлены из редких волокон. В мире всего порядка сотни таких.

Готовый костюм от Kiton будет стоить от \$5,5 тыс. за пару демократичной линии. Заказанный обойдётся от \$30 до \$50 тыс. Говорят, самое интересное в этой марке — её создатель. Энцо Д'Орси



может изготовить костюм один, вылетев к клиенту в любую точку мира, чтобы снять мерки.

В 2008 году Alexander Amosu сшил лондонцу, пожелавшему остаться неизвестным, костюм за \$103 тыс. Сайт РБК интригует, рассказывая о ткани дорогостоящего изделия: «Шерсть, правда, была редкая и самая дорогая в мире — от редких южноамериканских верблюдообразных животных». Готовое платье из «верблюдообразных животных» снабдили девятью золотыми пуговицами, инкрустированными бриллиантами, и отправили заказчику в бронированном Range Rover.

Но если хочешь получить что-то действительно «самое дорогое», не будь дураком, сразу приделай бриллианты. Именно по этому понятному пути и пошли дизайнер Стюарт Хагс и портной Ричард Джуэлс, украсив одежду 480 гранёными алмазами. Костюм именной, называется просто и со вкусом The Suit, стоит \$900 тыс., отшит в трёх экземплярах. И, право, страшно подумать, как нервничают его владельцы, увидев такой же пиджачок «в брюликах» ещё на ком-то.

Существует мнение, что «средний американский миллионер предпочитает покупать деловые костюмы по цене около \$400. Всё, что дешевле, проигрывает по качеству ткани, всё, что дороже, — вопросы психологии, а не одежды». Если верить этой тезе, то все эти Brioni и Kiton шьются явно не для «средних американских миллионеров».

И ещё к «вопросам психологии»: специалисты полагают, что человек, покупающий дорогой костюм, приобретает