

Кто диктует моду на белье?

В УКРАИНЕ МОДА НА БЕЛЬЕ ТОЛЬКО ЗАРОЖДАЕТСЯ, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ



ДЕТАЛИ

В середине 50-х известный французский актер Жерар Филип привез в Париж из Москвы коллекцию советского нижнего белья. Устроенный им показ трусов, кальсон, бюстгалтеров made in USSR произвел фурор в среде утонченных парижан. После Филипа советское белье в Париж возил Ив Монтан, и смешные сувениры интимного свойства стали на Западе традиционными. Да, типичный советский предмет был прочным, простым, добротным, однако он не желал или не умел нравиться



Сегодня отношение к белью у нас совершенно изменилось. Из функционального предмета туалета оно превратилось в такой же способ самовыражения, как одежда, обувь, аксессуары, а цветовая гамма помимо черного, белого и телесного пополнилась широчайшим спектром всех оттенков и полутонов. Мы живем в век такого роскошного белья, что его грех прятать под одеждой. Белье может быть не только красивым и удобным, оно также бывает модным и немодным. Правда, мы об этом узнали не так давно.

Кто же сегодня диктует моду на белье на постсоветском пространстве? Как всегда, Запад. За последние годы на нашем рынке появились торговые марки таких знаменитых брендов, как Valentino, Calvin Klein, Aubade, Givenchy, Dim, Rosy, Liz Charmel, Barbara, Nina Ricci и многих других. Над созданием дамского белья работают самые известные кутюрье мира. Тенденции бельевой моды разрабатываются Палатой Мод, а затем представляются на двух крупнейших бельевых выставках Lyon Mode City в Лионе и Salon International De La Lingerie в Париже. Параллельно с бельевыми проходят выставки, на которых можно выбрать и заказать ткани, кружева, фурнитуру. Издаются толстые каталоги с тенденциями модного белья для производителей и дизайнеров.

Правда, сами шить белье мы так и не научились. Отечественных производителей «неглиже», которое можно назвать носибельным и модным, легко пересчитать по пальцам. Наиболее заметные — компания «Алюр» (Николаев) и Модный дом A jour (Хмельницкий). Из производителей-бельевиков ближнего зарубежья заметное место на рынке занимают, пожалуй, лишь белорусская «Милавица» и прибалтийские торговые марки. Ранее других «иностранцев» на украинском рынке белья появились производители из Польши, Кореи,

Турции и, конечно, Китая. А уже затем — известные европейские бренды. Но если последние являются законодателями бельевой моды, то в Украине дизайнеров-бельевиков, которые были бы на виду наряду с дизайнерами одежды, попросту нет.

ТОНКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ПЫШНЫХ ФОРМ

Каких-нибудь лет 8 назад белорусская «Милавица» была слабо представлена украинском рынке. Сегодня же объем продаж этой торговой марки в Украине — \$5–7 млн в год. Успех «Милавицы» обусловлен в основном тем, что почти на 70% ее продукция рассчитана на женщин крупного телосложения. Большинство европейских компаний все-таки шьют белье малых полнот. У нас же, как известно, больше востребованы средние и большие полноты. К тому же это белье качественное, комфортное и отличается лояльной ценой. Хотя дешевым оно тоже не считается. Бюстгалтер стоит 50–80 грн, трусы — 30–50 грн, комплект — 150–200 грн, fashion — около 300 грн. Да-да, «Милавица» шьет и fashion-белье для полных дам. «Наши женщины наконец-то начали любить себя», — отметила генеральный директор компании «Милавица-Киев» Анастасия Лабадаева.

Над белорусским бельем трудятся белорусские же дизайнеры. Правда, к созданию дорогого бренда «Ализе» привлечены французские мастера. Товар продается в 48 странах мира. Около 80% продукции идет в Россию, 10% — в Украину, остальные 10% — в другие страны. Ежемесячный оборот «Милавицы» в прошлом году составил 4,5 млн евро. Интересно, что для Украины, России и Европы «Милавица» производит разные модели белья. По словам Анастасии Лабадаевой, это связано с учетом анатомических особенностей и вкусовых пристрастий покупательниц. Замечено, что украинские

женщины любят более яркие цвета и более открытые модели, запросто носят стринги на большие объемы. Не любят «грязных» цветов — серо-лиловых, например, которые на ура расходятся в России. Подделок под «Милавицу» на рынке не наблюдается, а вот копирования моделей хватает. Но это не всегда удачная продукция — ведь простое изменение размера должно повлечь за собой и изменение конструкции модели, а этого как раз и не происходит. Как известно, неправильно выполненный каркас может привести к проблемам с грудью, вплоть до серьезных заболеваний.



ТМ «Милавица»