



Интеллект, индивидуальность, экологичность: экспертный разбор fashion трендов

Эксперты-участники бизнес-конференции 31-й Международной выставки моды Central Asia Fashion обсудили актуальные тренды на интеллект, индивидуальность и экологичность. В рамках панельной дискуссии спикеры рассказали о том, как в разных странах трактуется главный тренд модной индустрии - интеллектуальная мода, порассуждали об успешных капсулах с точки зрения стилистов, ритейлеров и дизайнеров, обсудили как сегодня показывать свою индивидуальность, а также подискутировали на тему эко-традиций и региональной актуальности мировых тенденций. Эксперты уверены, успешность ритейл-бизнеса сегодня напрямую зависит от отношения к осознанному потреблению.



Участники панельной дискуссии бизнес-конференции CAF (слево на право):
Жанна Лукпанова, Мира Берген, Аида Кауменова, Чолпон Аламанова, Мария Петерсон, Милена Ершова

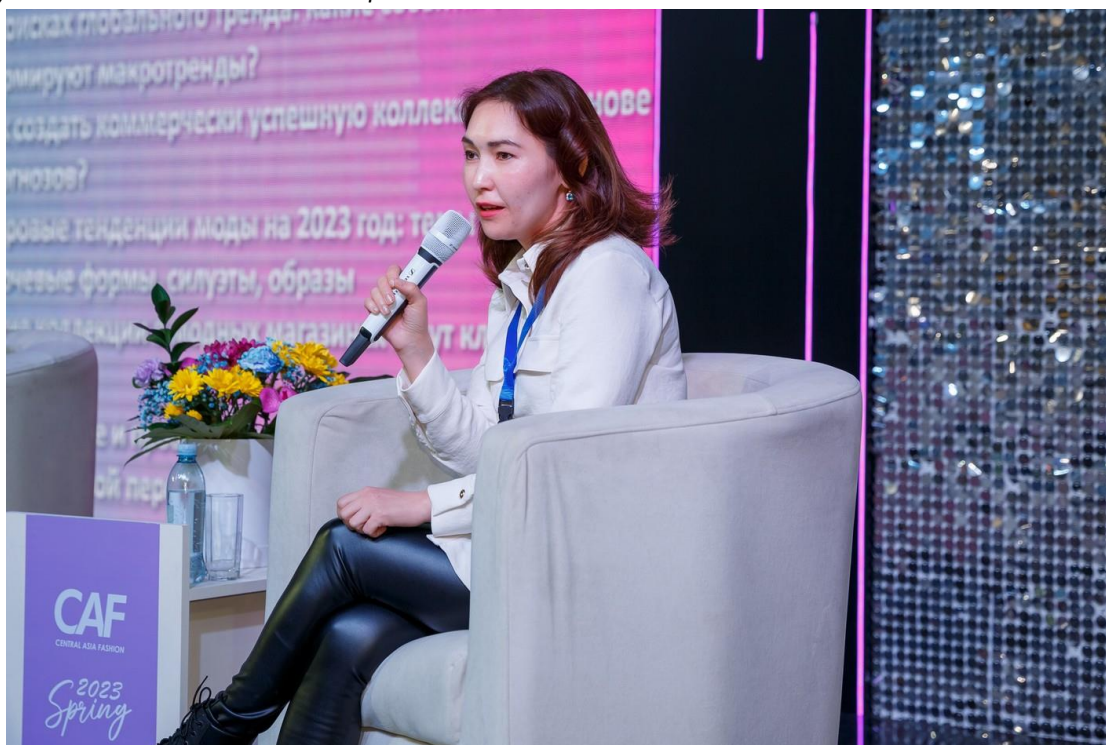
Интеллектуальная мода, как главный тренд fashion индустрии

Специальный гость бизнес-конференции CAF из Франции, экс-представитель Французской Федерации Прет-а-порте в России и сооснователь онлайн B2B платформы для модного ритейла fashionsfera.ru - **Мария Петерсон** отметила роль интеллектуальной моды: *«Она уже не просто служит для украшения, это - инструмент самовыражения, коммуникация с внешним миром. Равнодушным такая мода не может оставить никого, потому что это прежде всего мода осознанная. Кроме того, интеллектуальную моду можно рассматривать как отдельный вид современного искусства: послание подчиняет себе формы и, естественно, с этим связаны определенные перформансы, арт-объекты, одежда будто живет своей жизнью. Однако, интеллектуальная мода долгое время не теряет актуальности».*



Сооснователь онлайн B2B платформы для модного ритейла fashionsfera.ru, экс-представитель Французской Федерации Прет-а-порте в России – Мария Петерсон (Франция, Лион)

В то же время, эксперт бизнес-конференции CAF, руководитель отдела маркетинга популярной сети «Sportmaster Казахстан» **Жанна Лукпанова** считает, что интеллектуальная мода отражает преимущество и отношение к окружающему миру: *«Это совокупность нескольких показателей, которые выражают нас и наши позиции. Если я вкладываю деньги в дорогие вещи, я считаю, что эта вещь потом может передаваться моим детям. Это будет что-то винтажное, но актуальное. Это тоже интеллектуальная мода, потому что это часть инвестиций».*



Эксперт бизнес-конференции CAF, руководитель отдела маркетинга сети «Sportmaster Казахстан» - Жанна Лукпанова (Казахстан, Астана)

А между тем стилист, fashion блогер - **Мира Берген** подчеркнула в своем выступлении на панельной дискуссии, что в основе интеллектуальной моды лежат традиции: *«Составляющую интеллектуальной моды мы могли бы привнести в массы: отношение к нашим корням, традициям, к творениям наших дизайнеров. Мне очень нравится, что в последнее время мы достаточно хорошо развернулись в эту сторону, и я бы назвала это тоже частью интеллектуальной моды. Уверена, что для человека, чтобы надеть что-то, что говорит о его национальной культуре, это значит включить самоосознание. Человек не делает такие вещи бездумно. Поэтому, если мы говорим об интеллектуальной моде, то более массовая часть, которая могла бы откликнуться в обществе, это возвращение к корням,*

возвращение к национальному ДНК коду нации, и в том числе поддержка наших местных проектов, отечественного производства и наших традиций», - считает эксперт бизнес-конференции Central Asia Fashion.



Спикер панельной дискуссии бизнес-конференции CAF, стилист, автор легендарного курса «СтильБерген», fashion блогер - Мира Берген (Казахстан, Алматы)

Успешные капсулы глазами стилистов, ритейлеров, дизайнеров

Свою, экспертную точку зрения участники панельной дискуссии CAF выразили и по успешности формирования модной капсулы. Спикеры единогласно поддерживают мнение о коммерческом признании аудитории, при этом творчество и концепт сейчас уходят на задний план.

«Если исходить с точки зрения, что не мы должны служить и работать на одежду, а одежда должна работать на нас, то в первую очередь успешная капсула в одежде - это такой набор, который позволяет не ломать каждое утро голову, что надеть. Я считаю, интеллектуальная мода основана на подборе вещей по стилю, фактуре, цветам и т.д - для тех, у кого есть на это время. Большинству людей просто нужен результат, нужна эффективность», - делится участник бизнес-конференции CAF, стилист **Мира Берген**.



Панельная дискуссия на бизнес-конференции Central Asia Fashion Spring-2023

Позицию бизнеса и непосредственно крупного сетевого ритейлера одежды, выразила **Жанна Лукпанова**: *«Ритейлеры не лукавят, когда используют одни и те же принты на футболках, на брюках, в куртках и*

шапках. В этом вопросе они прежде всего подходят коммерчески эффективно. В то же время здесь есть отсылка к тому, что мы хотим быть в едином стиле. Хотим, смотря в зеркало, понимать, что у нас верх с низом сочетается не просто по цветовой выборке и не просто по тканям, но и есть какая-то общая тема, которая поддерживается во всем луке».

В свою очередь специальный гость выставки, спикер бизнес-конференции, знаменитый казахстанский дизайнер, основатель и владелица Дома моды Aida KaumeNOVA - **Аида Кауменова** поделилась опытом и дала свои рекомендации аудитории.

«Никому не нужны идеи, если они не покупаются. Например, то, что сегодня представляют именитые дизайнеры, необычные изделия и они продаются. Знаете, почему? Потому что это их, дизайнерская ниша, которую они годами создавали и вкладывали свой ресурс. Поэтому что бы экстравагантного или простого не предложил дизайнерский бренд, поклонники будут его покупать. Представляете, до какой степени доверие к бренду?»

На самом деле, мне кажется, любой бренд очень осознанно создает изделия, которые как будто бы выглядят неосознанно. Эдакий бомж-стайл, что-то там порванное, а на самом деле там работает большое агентство, которое изучает мировые тренды, тенденции, состояние разных групп людей и то, что у них в голове происходит и потом только применяется тот или иной крой. Лично для меня успешная модная капсула одежды - это та, которая вовремя продается. У нас в Казахстане один регион северный, где еще холодно, другой южный, где уже полноценная жара. Вот представьте, как нужно дизайнеру умудриться создать такую коллекцию, чтобы одновременно угодить всем и что бы в разных регионах были немного разные изделия, с учетом климатических особенностей».

Дизайнер уверена, что в целом, если в коллекции будут и базовые изделия, и самые модные, но с учетом цветовых трендов, которые предлагает Pantone, то это и будет по-настоящему успешная капсула.



Спикер панельной дискуссии бизнес-конференции CAF, дизайнер, блогер, основатель & владелица дома моды Aida KaumeNOVA (Казахстан, Алматы)

Тренд на экологичность Sustainable fashion или кому нужна в Азии «устойчивая мода»?

При обсуждении одного из ключевых трендов – эко и sustainable fashion специальный гость выставки Central Asia Fashion **Чолпон Аламанова** - член союза художников Кыргызстана и основатель школы прикладного искусства Cholpon Kurak поделилась историей создания проекта «ЭкоКурак», получившего распространение по всей республике.

«В 2021 году Кыргызстан был признан страной, с самым грязным воздухом (7 место из 117 стран). Сейчас жители, прежде чем проветрить комнату, задумываются, открывать ли окно, чтобы впустить смог и дышать в закрытом помещении. Основная причина загрязнения – лоскутки или тканевые отходы, которые при сжигании выделяют едкий токсичный дым».

Из презентации спикера бизнес-конференции стало известно, что одним из самых развитых в Кыргызстане производств является швейная промышленность, где 80% - это швейные цеха. Ежедневно огромное количество отходов выкидывается на свалку и сжигается.



Специальный гость выставки Central Asia Fashion, спикер панельной дискуссии бизнес-конференции, член союза художников Кыргызстана, основатель «Школы прикладного искусства Cholpon Kurak» - Чолпон Аламанова (Кыргызстан, Бишкек)

«Некоторые люди, не имеющие денег купить уголь и отопить дом, забирают лоскутки из цехов и используют их вместо топлива, - рассказывает Чолпон Аламанова. - С учениками из моей «Школы прикладного искусства Cholpon Kurak» мы ездили на полигон, чтобы посмотреть, что за дым клубится над городом. Большей частью мусора были тканевые отходы, которые гнили. Кроме того, эта свалка текстильных отходов постоянно горит, весь город этим дышит, отходы попадают в воздух и почву, а потом в грунтовые воды. А так как мы создавая изделия в нашем национальном стиле курак, непосредственно работаем с лоскутками, появилась идея забирать у цехов остатки и перерабатывать их в различные изделия для декора или модные кураки.»



Демонстрация экокюраков Чолпон Аламановой во время панельной дискуссии бизнес-конференции CAF

Проект длился 5 месяцев, за это время мы переработали 300 килограммов вторсырья. Результатом стала большая художественная выставка, которая прошла с огромным успехом. Так жители страны наглядно увидели, что на самом деле из этого всего мусора можно шить не только полезные, но и красивые вещи. На проект откликнулись владельцы швейных цехов, мастера из всех уголков Кыргызстана, ателье. Так это направление получило популярность и сегодня на своих занятиях мы говорим, что каждый чапан - это глоток свежего воздуха, который мы сохранили для себя и наших детей. И пусть это небольшая часть того, что не горит, не гниет и не вызывает токсичного отравления», - рассказала автор проекта «ЭкоКурак», Чолпон Аламанова



Участники бизнес-конференции CAF: сооснователь онлайн B2B платформы для модного ритейла fashionsfera.ru, экс-представитель Французской Федерации Прет-а-порте в России – Мария Петерсон (Франция, Лион) и генеральный продюсер выставки моды Central Asia Fashion - Милена Ершова

Наблюдениями на тему sustainable fashion поделилась и спикер бизнес-конференции CAF - Мария Петерсон: *«В Европе сейчас очень популярна тема эко fashion: все народные промыслы, традиционные техники, хендмейд, апсайклинг, когда из старых вещей делают новые, реставрируют вещи или открывают секонд хенд. Это все, как раз поддерживает тренд на индивидуальность. На самом деле во всем мировом сообществе буквально за последние 10 лет, был сделан большой рывок. Во-первых, на законодательном уровне произошли глобальные изменения. Только в этом году вступило в силу два закона: один обязывает производителей указывать на упаковке и на самом изделии, как его утилизировать. И второй закон - касается борьбы с гринвошингом (Прим. Ред - экологичное позиционирование компании без достаточных для этого оснований и реальных подтверждений) Согласно нового закона компании-производители обязаны прозрачно и открыто предоставлять о себе данные о производстве своей продукции: какое воздействие они оказывают на окружающую среду при производстве того или иного изделия».*

В продолжении темы о поддержке тренда на экологию и присутствии экотоваров на казахстанском рынке рассказала и спикер бизнес-конференции CAF **Жанна Лукпанова**: *«Семью «Sportmaster Казахстан» активно поддерживается экологичная повестка дня. Мы используем много переработанного сырья в новых коллекциях, а также покупаем одежду в рамках международной инициативы за производство экологически чистого хлопка - программы «За лучший хлопок». Два года назад мы полностью отказались от пластиковой упаковки и перешли на бумажные пакеты. Я думаю, нынешние реалии диктуют, что с каждым годом тема экологии будет все более актуальной»,* - подытожила спикер бизнес-сессии CAF. Интересную точку зрения озвучила постоянный участник CAF, стилист **Мира Берген**. Эксперт выразила мнение, что модная тенденция экологичности корнями заложена в казахских традициях: *«Мне кажется, казахи - родоначальники экологичного отношения к одежде, потому что мы ничего не выкидываем и не сжигаем. Мы собираем в большие сумки и отправляем «в аулга». У нас любую одежду старший ребенок поносил, затем передал среднему, потом передали племянникам, а потом еще кто-то донашивает. Я когда делаю разборы гардеробов клиентов, специально использую большую китайскую сумку... У нас в Казахстане для одежды нет, как такового понятия «выкинуть». У европейских стилистов такая практика есть, а у нас по-другому - «сложить и отправить в аулга». То, что не пригодилось самой, все находит применение и получает жизнь дальше».*



Панельная дискуссия на бизнес-конференции Central Asia Fashion Spring-2023

Как сочетать уникальность fashion продукта и массовые тенденции моды

Говоря о сочетании уникальности бренда и модных тенденций, спикер бизнес-конференции CAF, fashion-дизайнер **Аида Кауменова** поделилась опытом: *«Изначально на рынок мы вышли с темой национальной и со временем сложилась ассоциация, что, если это чапан, то что-то красивое, вышитое – и это наша линия. На самом деле в коллекциях дома моды «Aida KaumoNova» уже давно существуют и базовые изделия, в том числе без национальной символики. Если же говорить об индивидуальности и современных тенденциях, то аксиома такова: в любой коллекции нашей коллекции присутствует и айдентика и тренды. Было бы странно создавать коллекцию, не заглянув в Pantone или не изучив модные тренды или коллекции от кутюр, которые всегда вещают о том, что будет популярным в масс-маркете. Поэтому сочетать тренды и массовые тенденции в моде вообще не сложно»*, - подытожила эксперт CAF.



Участники панельной дискуссии бизнес-конференции CAF (слево на право):
Жанна Лукпанова, Мира Берген, Аида Кауменова, Чолпон Аламанова, Милена Ершова, Мария Петерсон

При использовании данных релиза обязательно указание источника: Бизнес-конференция международной выставки моды Central Asia Fashion.

При использовании фотографий необходимо указание: пресс-служба Central Asia Fashion. Все исключительные права на Материалы, принадлежат организаторам международной выставки моды CAF — ТОО «САТЕХРО». Все права на фотографии защищены казахстанским и международным законодательством об авторских и смежных правах.