



## **ТРЕНДЫ МУЖСКОЙ МОДЫ НА МИРОВЫХ ПОДИУМАХ И ВЫСТАВКЕ CPM**

По традиции, в июне проходят мировые показы мужских коллекций, иллюстрирующие будущий весенне-летний сезон. Основное действие разворачивается на площадках Миланской и Парижской Недель моды, а также на главной выставке мужского стиля Pitti Uomo во Флоренции. Команде CPM удалось не только внимательно изучить коллекции, но и посетить флорентийскую экспозицию и показы, чтобы выделить несколько ключевых тенденций.

### **НОВАЯ КЛАССИКА**

Вот уже несколько лет популярность формальных костюмов снижается: мужчины, особенно молодые, привыкли к удобству свитшотов и кроссовок. Классические бренды разворачивают ассортимент лицом к потребителю – к примеру, в новой коллекции Brioni акцент сделан на пиджаки в стиле сафари, укороченные парки, рубашки неформального кроя и удобные брюки, а Dior Homme на парижском показе почти полностью отказался от привычного тейлоринга. Однако традиционные мужские силуэты не исчезают, а переживают трансформацию. Как ни парадоксально, за возвращение классики в модный контекст тоже нужно благодарить потребителей-зумеров. Им поднадоел уличный стиль, но они не хотели бы жертвовать комфортом, облачаясь в тесный пиджак. На стыке этих потребностей возникает новая классика: мягкие и свободные силуэты, технологичные материалы – благодаря которым костюмные брюки и пиджаки приобретают эластичность, но не теряют форму – плюс непринужденные сочетания вещей вроде худи под пиджак или бомбера в паре с костюмными брюками.

### **ВЗГЛЯД В ПРОШЛОЕ**

Алессандро Микеле, будучи креативным директором Gucci, совершил революцию в мужской моде, привнес в нее артистичность и винтажный дух. Казалось, в последнее время эта тенденция начала иссякать, но нет: чем более суровой становится реальность, тем большую популярность обретает эскапизм, потребность сбежать в безопасное прошлое. Так возникают коллекции с ретро-эффектом. В рамках этого тренда дуэт Dolce&Gabbana представил довольно простые, расслабленные образы, вдохновленные итальянским мужским стилем 50-х с использованием кинематографически-монохромных сочетаний, расширенной линией плеча, свободными брюками и шортами, воротниками-апаш и шейными платками. Бренд Fendi использовал винтажную цветовую гамму: теплый коричневый, мшисто-зеленый, песочный, дополнив ее крупной клеткой, словно выгоревшей со временем. Marine Serre, ставшая в этом году хедлайнером Pitti Uomo, привезла во Флоренцию мужские рубашки, тренчи, бомберы и галстуки, выполненные из переработанных материалов – дизайнер любит работать со старинными тканями, найденными на блошиных рынках.

### **СПОРТ-ЛЮКС**

Оформление Pitti Uomo было посвящено цитрусам – многие увидели в лимонных и лаймовых оттенках отсылку к теннису, который шагнул в модные тренды благодаря премьере фильма “Претенденты”. У тенниса наравне с гольфом авторитет одного из самых “люксовых” видов

**ЕЛЕНА ОБЕРЕМОВА**

Руководитель отдела маркетинга и связей с общественностью

ООО «ЭКСПО ФЬЮЖН»

Tel.: +7 (495) 955-91-99, ext. 502

[OberemovaE@expo-fusion.ru](mailto:OberemovaE@expo-fusion.ru)



спорта, и бренды, нацеленные на богатых и сверхбогатых потребителей выходят в сегмент дорогой спортивной одежды. Немаловажным источником вдохновения становятся и главные спортивные события лета – Чемпионат Европы по футболу и Олимпиада в Париже. При этом, в коллекциях любые намеки на спорт становятся все более рафинированными и присутствуют либо в общих силуэтах, либо в отдельных деталях, не копируя спортивный стиль целиком, – это и акценты неоновых-цитрусовых оттенков Kenzo, и облегающие поло Loewe и Craig Green, и мотивы формы для мотоспорта Louis Vuitton и Doublet, и полуспортивные комбинезоны Prada, и борцовские майки Dsquared2.

## **ЦВЕТ И ПРИНТ**

Палитра мужской моды становится все сложнее, и дело не только в том, что мужчины жаждут разнообразия. Мужская одежда все чаще покупается женщинами, которые находят в ней современные и технологичные решения, удобные силуэты и множество функциональных деталей, в частности, карманов. Женщины готовы к разнообразной и смелой цветовой гамме, что помогает дизайну эволюционировать. Впрочем, выбирая для своих коллекций яркие или пастельные цвета, бренды не отказываются от своих основных потребителей-мужчин, о чем говорят силуэты, будь то лаконичные пальто оттенка розового мела или просторные лавандовые куртки Gucci, бомберы из розовой кожи Hermès или шерстяные коралловые пальто Dries Van Noten – все это выглядит в равной степени элегантно и мужественно. Принтам этого сезона свойственна больше абстракция, чем фигуративность – размытые пятна, тени, отпечатки, геометрические и оптические принты, придавая художественность, но не противореча маскулинности.

## **В ДОСТУПЕ**

Познакомиться с коммерческой интерпретацией актуальных тенденций можно и на выставке CPM в Москве. В павильоне Форум будет представлена неоклассика мужского стиля от компании Truvog, формальные и casual рубашки бренда GroStyle, элегантные пальто и утепленные бомберы Broswil, силуэтные пиджаки и жилеты Dimark и многое другое. В предстоящем сезоне примет участие свыше 900 модных брендов, представляющих 25 стран, и среди них – более 50 мужских, включая Green Coast, Malagrida, I'm Brian, Climber, Enrico Cerini, Jakamen, Ketroy, Carducci, Piserro и другие.

---

*Текст: Светлана Падерина, аналитик моды и автор тг-канала “люди и одежда”*

---

***Предстоящий сезон крупнейшей в России и Центральной Азии международной выставки моды CPM состоится в ЦВК “Экспоцентр” с 26 по 29 августа 2024 года.***

*Следите за новостями CPM на официальных сайтах и в соцсетях:*

[cpm-moscow.ru](http://cpm-moscow.ru) / [telegram](https://t.me/cpm_moscow) / [vk](https://vk.com/cpm_moscow)

**ЕЛЕНА ОБЕРЕМОВА**

Руководитель отдела маркетинга и связей с общественностью

ООО «ЭКСПО ФЬЮЖН»

Tel.: +7 (495) 955-91-99, ext. 502

[OberemovaE@expo-fusion.ru](mailto:OberemovaE@expo-fusion.ru)