

**PRO**  
TOP

2016

# *fashion* *Masters*



при поддержке

 **ТКАНИ ПРЕСТИЖ**  
BY **OĞUZ TEKSTİL** 

ОКСАНА ФЕДОРОВА ДЛЯ



Компания «Ткани Престиж» за 11 лет успешной работы в отрасли текстильной промышленности завоевала уважение многих именитых брендов. Сегодня наши клиенты – это крупнейшие международные компании, занимающиеся производством верхней одежды, школьной формы, а также платьев и костюмов.

Ассортимент нашей продукции определяют модные тенденции, которые, в свою очередь, являются движущим фактором для производителей текстильной промышленности. Чтобы удерживать лидирующие позиции в этой отрасли, наши дизайнеры, отслеживая fashion-тренды, заблаговременно разрабатывают коллекции тканей в зависимости от сезона. Именно поэтому наша продукция отличается разнообразием фактур и расцветок.

Компания «Ткани Престиж» всегда рада новым клиентам, которым готова предложить не только широкий выбор тканей, но и привлекательные цены и отличный сервис.






**ТКАНИ ПРЕСТИЖ**  
 BY **OĞUZ TEKSTİL**

129226 г. Москва,  
 ул. Сельскохозяйственная, д. 12Б  
 Тел.: (495) 988-50-30  
 (495) 978-94-55  
 (499) 181-000-5  
 e-mail: [tkaniprestige@inbox.ru](mailto:tkaniprestige@inbox.ru)  
[www.tkaniprestige.ru](http://www.tkaniprestige.ru)





## Хульки Оз, глава представительства компании «Ткани Престиж»:

Каждый начинающий или еще неизвестный дизайнер одежды задумывается о том, как заявить о себе, как показать свой талант и с уверенностью шагнуть в индустрию моды. Вот уже второй год мы предоставляем молодым специалистам такую возможность – приглашаем их попробовать свои силы в конкурсе PROfashion Masters. Наш первый, дебютный сезон наглядно показал, как работают молодые дизайнеры. Мы проследили весь творческий и производственный путь: от первого эскиза до показа готовых моделей. Наиболее перспективные участники пошли дальше, получив стажировки на предприятиях, – а это по-настоящему хороший опыт. Такие результаты вдохновляют нас совершенствовать свой проект и идти вперед вместе с его участниками.



## Светлана Падерина, редактор раздела «Дизайн» журнала PROfashion:

Мы подготовили для вас очередной отчет о проделанной работе – спецвыпуск журнала, посвященный конкурсу PROfashion Masters. На его страницах вы сможете познакомиться с каждым из десяти финалистов – молодых талантливых дизайнеров на самом старте своей карьеры. Большим и, не скроем, приятным сюрпризом для нас как организаторов стало наличие в этом списке уже знакомых имен – участников прошлогоднего тура, которые вернулись в PROfashion Masters со своими новыми коллекциями. Этот факт мы считаем наилучшей рекомендацией для новичков и для тех, кто скептически относится к конкурсам, к их честности и организационной политике. Мы всей нашей дружной командой ратуем за искренность и полифонию мнений, поэтому каждый раз приглашаем расширенный состав жюри, включающий разных специалистов индустрии, которые на разных этапах конкурса становятся как очными, так и заочными членами судейской коллегии. Что ж, второй сезон вышел на финишную прямую – и мы уже ощущаем себя победителями!



Модели пальто предоставлены дизайнерами: *София Пудовкина и Юлия Богданова, Валерия Пархоменко, Олеся Никитина, Юлия Волошинович, Андрей Талаев*

Модель: *Екатерина Огородникова*

Макияж: *Мария Орлова*

Фотограф: *Дмитрий Каманин #katapin*

### Специальный выпуск PROfashion Masters, 2016

Учредитель, издатель ООО «ПРОФэшн». Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-54588, выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) от 01 июля 2013 г. Выход номера из печати 15.02.2016 г.

Отпечатано в типографии ООО «Петровский парк»

Адрес редакции: 123007, Москва, Бизнес-центр «Бега»,  
3-й Хорошевский проезд, 1, стр. 1, офис 626

E-mail: [info@profashion.ru](mailto:info@profashion.ru). Тел./факс +7 (495) 626 30 20

Web: [www.fashion-masters.ru](http://www.fashion-masters.ru), [www.profashion.ru](http://www.profashion.ru)

Подписано в печать 12 февраля 2016 года

Тираж 2500 экз. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.





OKSANA FEDOROVA  
*Design Studio by Oksana Fedorova*

Контакты:  
Москва ул. Октябрьская, 5  
+7 (925) 714 2956  
fedorovadesign@list.ru  
Inst: @fedorovafashion

[www.fedorovadesign.com](http://www.fedorovadesign.com)

Отдел продаж:  
+7 (915) 130 8183  
+7 (903) 719 7678  
av.fedorovateam@mail.ru

# Виктория Андреевна:

## «Под блесками есть много-много стежков, каждый из которых должен быть безупречным»

**Председатель жюри конкурса PROfashion Masters дизайнер Виктория Андреевна вспомнила первую собственноручно сшитую вещь, рассказала о своей любви к Instagram и поделилась профессиональными секретами.**

**С чего начался ваш интерес к моде? Помните ли вы самую первую вещь, которую создали?**

С самого детства я все резала. Мама называла меня жуком-короедом за пострадавшие шторы, одежду. Первой вещью стала вышитая рубашка из мешковины, которую я сшила, вдохновившись рок-оперой «Иисус Христос – суперзвезда».

**В то время, когда вы начинали свою дизайнерскую карьеру, модную индустрию в России приходилось восстанавливать буквально по кирпичикам. Можете ли вы сказать, что сейчас быть молодым дизайнером стало проще?**

Нет же! В советское время существовала индустрия. Хозяйство было плановым, но связи между дизайнером, производством, сбытом и снабжением были очень четкими. Мне повезло, что, начав

работать в Центре моды России, я смогла стать винтиком в этой стабильной системе. Сегодня дизайнер выходит из института в турбулентную невесомость, часто не обученный ни современным программам автоматизированного конструирования, ни азам бизнеса. Он в плохом смысле никому не нужен, вроде и с дипломом, но без необходимых в работе навыков. Эту ситуацию нужно в корне менять, реформировать. Но не так, как сегодня – объединяя Текстильный университет с парикмахерским техникумом, – а в соответствии с реалиями экономики.

**Вы с равным успехом делаете и дизайнерскую, и коммерческую линейки одежды. Как вам удается сохранять баланс между творчеством и бизнесом?**

С трудом, если честно. Коммерческую линию мы тоже делаем очень дизайнер-



Виктория Андреевна

Показ Victoria Andreyanova, весна-лето 2016



ской, лелея надежду, что и дизайнерская линейка станет коммерческой. Это сложно. А в нашем деле так: чем лучше живут люди, тем более востребованы мы. Деньги, которые женщина тратит на новое пальто, – это инвестиция. Но в кризис люди осторожничают с инвестициями, вкладывая лишь в самое необходимое.

**Вы активный пользователь соцсетей. Насколько лично вам интересны возможности интернет-коммуникаций, какие инструменты для онлайн-продвижения брендов вы используете?**

Instagram – это моя отдушина, и только. Замечаю по своему аккаунту, что собачки и зеленые коктейли пользуются большим вниманием, чем дизайнерские строчки и фото с показов. У нас совсем недавно появился инстаграм бренда, где мы планируем разыгрывать приятные подарки, билеты на показы и много чего еще. Там будет закулисье, утечки новых коллекций,



Victoria Andreyanova, весна-лето 2016



секреты идеального гардероба. Надеюсь, читатели полюбят его так же, как мои репортажи про собак Софу и Риту.

*Поделитесь опытом участия в международных выставках и трейд-шоу – какие площадки вам понравились больше всего, где были самые эффективные результаты?*

Пока для нас самый эффективный – Парижский Tpaпoй (выставка проходит во время Парижской Недели моды. – **Ред.**). Байеры слетаются на PFW со всего мира, Америке и Азии не достается такого разнообразия стран и континентов. Здесь все очень постепенно, любовь с первого взгляда для байера – лишь повод закупить маленькую партию, чтобы проверить спрос. Больших контрактов приходится ждать, подтверждать высоту своей планки, дисциплину сроков и приверженность авторскому стилю. Международный рынок нам уже не страшен, но еще и не родной. Мы на пути друг к другу, и в каждом сезоне расширяем сферы влияния.

*Какие текстильные выставки вы посещаете? Куда стоит отправиться молодому дизайнеру, который хочет наладить контакты с продавцами и производителями текстиля для fashion-коллекций?*

Важно определиться с минимумами для коллекций, логистикой заказов. Если вы производите мало – вам на Premier Vision, если вам нужны километры тканей – отправляйтесь на Texworld.

*Охотно ли вы принимаете в свою команду стажеров? Какими качествами должен обладать молодой дизайнер, если он захочет попасть на стажировку в Дом Виктории Андреевны?*

Я в должности профессора Текстильного университета провожу мастер-классы, беру на дипломы и практику многих студентов. Отзывы преподавателей не всегда оправдывают себя. Ведь нельзя научить – можно научиться. И оказавшись на «поле боя», обласканные учителями любимчики теряются и расслабляются. Практику проходят многие, но остаются упорные, инициативные и трудолюбивые. Те, кто видит, что под блесками есть много-много стежков, каждый из которых должен быть безупречным, даже если его не видно.

Victoria Andreyanova, осень-зима 2016/17



Виктория Андреевна

# Как это связано

**Укоренившаяся в обществе убежденность в «непрестижности» среднего специального образования стала причиной коррозии механизмов отечественной модной индустрии. В некоторых областях повреждения особенно заметны, например в производстве трикотажа.**

Дважды в год итальянская выставка Pitti Filati, специализирующаяся на технологиях в области трикотажа и пряжи, проводит конкурс Feel the Yarn («Почувствуй пряжу») для студентов профильных учебных заведений. Свои работы здесь представляют учащиеся из Германии, Великобритании, Италии, Японии, Китая... Россия в список не попадает.

## ОБРАЗОВАНИЕ VS ПРОФЕССИЯ

Организаторы конкурса Feel the Yarn были бы рады сотрудничать с российскими вузами, в которых есть специальные программы, обучающие производству трикотажных изделий. Для сравнения – европейские fashion-школы даже если не делают фокус непосредственно на трикотаже, все равно дают студентам возможность попрактиковаться в вязании и понять, привлекает ли их такой способ создания одежды. Во флорентийской «Полимоде», например, стоят современные вязальные машины, и работа над созданием трикотажных изделий (или отдельных элементов коллекции) входит в обязательный учебный процесс. У нас же, по факту, студенты покидают стены вузов, имея лишь общее представление о трикотажном производстве, не говоря уж о современном подходе к нему. В настоящее время трикотажные изделия целиком проектируются на компьютере с учетом особенностей дизайна, вида пряжи, способа вязания, усадки и многих других параметров. По заданной программе машина вяжет изделие целиком или почти целиком – вручную оформляются лишь отдельные швы. А у многих российских молодых дизайнеров слово «вязание» до сих пор ассоциируется с бабушкиными спицами.

**Ксения Серая** училась современным техникам трикотажа в упомянутой «Полимоде» и многое постигала на практике, в том числе во время стажировки в компании



Ksenia Seraya

Ermanno Scervino. В России она развивает собственную марку одежды и параллельно разрабатывает трикотажные коллекции для коммерческих и дизайнерских марок, в частности для A la Russe. Уровень отечественного профобразования Ксения характеризует следующим образом: «В Москве есть несколько трикотажных колледжей. Там готовят технологов, дессинаторов, вязальщиц. Высшее учебное заведение знаю только одно – Текстильный университет им. Косыгина; я получала первое образование там. У российских учебных заведений основной недостаток – устаревшее техническое оснащение и слабый контакт с реальными производствами. В трикотаже связь между знанием технологии и успешным дизайном – самая прямая. Если дизайнер не знает технологический процесс создания переплетений, свойств того

или иного вида пряжи, особенностей трикотажного конструирования – он не сможет создать по-настоящему индивидуальный продукт».

**Ульяна Линева**, дизайнер одноименного бренда, поясняет, что, по большому счету, получала профильное образование непосредственно на производстве: «Я училась в Южно-Российском государственном университете экономики и сервиса, кафедра «конструирование швейных изделий», где теме трикотажного производства было посвящено несколько занятий. В основном обучением дессинаторов занимаются сами фирмы (это крупные компании, поскольку обучение стоит 200–300 тысяч рублей). За четыре года работы с трикотажем я ни разу не видела студентов, проходящих практику. Зато сплошь и рядом специалистов обучают сразу на производстве – например кетлеванию».



## ДИЗАЙН VS КОНВЕЙЕР

По мнению Ксении Серой, даже крупные компании часто воспринимают трикотаж как дополнение к основной швейной коллекции. На производстве создаются разработки на базе уже существующих моделей, которые встраивают в матрицу швейной коллекции. *«Во многом такой подход – вынужденный, – поясняет Ксения. – В каждой компании существуют швейные лаборатории, где есть возможность отработать новые конструкции и технологии, а вот аналогичных трикотажных лабораторий почти нигде нет».* По словам дизайнера, производители не очень заинтересованы в художественном поиске – им важнее быстро запустить модель в партию, поэтому делать более трех образцов до подписания модели в производство они делать не соглашаются. Специалистов, которые занимаются серьезными экспериментами и новыми разработками в трикотаже, в России почти нет – в глазах коммерческих руководителей это направление невыгодно. *«На Западе крупные компании вроде Ermanno*



*Scervino имеют собственные трикотажные лаборатории, там развитие дизайна в этой области идет совсем другими темпами, – рассказывает Серая. – Они приглашают лучших студентов профильных школ на стажировки, дают им возможность обучаться в лучших условиях. Это и есть логическое завершение качественного образования».*

Создание дизайнерских трикотажных коллекций, безусловно, требует большего времени, чем швейных, но порой об этом не знают даже сами модельеры. *«Ко мне часто обращаются представители различных марок с просьбой о разработке капсулы или образцов за пару недель до планируемого дедлайна, говоря, что нужны не очень сложные, базовые модели, – делится Ксения. – Мне, к сожалению, приходится отказывать, поскольку в трикотаже основа всего – пряжа».* Как поясняет дизайнер, для отработки самой простой конструкции требуется сделать несколько проб по подбору плотностей пряжи, тесты на усадку, пилинг и ровность структуры, подобрать правильный режим стирки.

*«И даже если у вас есть отработанные лекала и новая пряжа – лекала придется переделывать, – предупреждает Ксения Серая. – Новая пряжа – новая конструкция, это закон трикотажного моделирования».* Трикотажные лекала разрабатываются не только с учетом сырья, но и с учетом класса оборудования – чем выше класс вязальной машины, тем тоньше полотно. *«Мы не можем использовать одну конструкцию для нескольких видов сырья, как в швейном производстве, без корректировок и проб, – объясняет дизайнер. – Зато и уровень качества в трикотажном производстве, на мой взгляд, выше, чем в швейном. Например, если в финале производства обнаружены отклонения в длине у двух изделий, в этом виновата лишь некачественная влажно-тепловая обработка, поскольку машина вяжет заданное количество рядов и петель: достаточно более внимательно сделать отпарку, и отклонение будет ликвидировано. В швейном же производстве это означает брак кроя или сборки, и изделие нужно переделывать».*

## КАЧЕСТВО VS ПРОИЗВОДСТВО

Основными сложностями трикотажного производства в России остаются непродуманная организация рабочего процесса и отсутствие хорошего оборудования. «Многие цеха работают еще на советских машинах, – говорит **Нинель Сычева**, дизайнер и основатель бренда ViKiS. – И даже если новые машины имеются, предприятия часто не хотят эксплуатировать их по максимуму. Поскольку, чтобы использовать все возможности оборудования, нужны мастера, которые это смогут сделать. А их почти нет».

В России, например, по пальцам можно пересчитать фабрики, выпускающие полностью бесшовные изделия. «Сегодня они очень дороги в разработке и производстве, но это то, что наравне с 3D-печатью двигает дизайн вперед, – говорит Ксения Серая. – Производство бесшовных изделий окупается только в случае больших

заказов. А большие заказы размещаются преимущественно в Китае. Технологические возможности там значительно выше, плюс китайские фабрики сразу предлагают подбор сырья и фурнитуры, и заказчик не озабочен вопросами логистики и сроками поставки пряжи».

Для того чтобы работать с отечественными предприятиями, по словам Ксении, необходимо либо самостоятельно заказывать сырье и материалы у посредников из Европы, а затем доставлять на фабрику, либо пытаться подобрать из ассортимента российских производителей, который весьма ограничен. К тому же условия сотрудничества, предлагаемые отечественными компаниями, отнюдь не клиентоориентированы. «Отечественные трикотажники принимают заказы от 100 штук, а для дизайнерской марки это очень много, – рассказывает **Евгения Альцова**, дизайнер одноименного бренда. – Вроде сложилось у нас с одной фабрикой, сделали образцы качественно, но – не предупредив – на другом классе оборудования». В результате Евгения обращается к услугам вязальщиц-надомниц. «Так проще контролировать качество, – говорит дизайнер. – Сейчас разрабатываю трикотажную линейку для марки Lesel – это новый опыт. Заказывать пряжу от ведущих фабрик в любом количестве не проблема; Linearii, Manfredi, Espero всегда предоставляют образцы и возможность дозаказа. Проблема – общение с нашими фабриками».

Как считают дизайнеры-трикотажники, в Китае лучше организовать процесс контроля качества готовой продукции. «При каждой фабрике существует специальный отдел, которому выделено помещение и оборудование для проверок, – рассказывает Ксения Серая. – А если компания-заказчик присылает для контроля качества своих работников (обычно китайских сотрудников), фабрика бесплатно размещает их для проживания на территории своих общежитий на время проверки». Российские предприятия на таких условиях пока не работают.

Но у китайского гостеприимства есть и обратная сторона – в случае обнаружения брака продукции после подписания всех документов о принятии и отгрузке предъявлять местной компании претензии бесполезно; в лучшем случае можно добиться скидки на следующий заказ.



Julia SerEGINA Smart Knits

Российские компании, производящие трикотажные коллекции в Китае, вынуждены делать серьезные инвестиции в командировки своих специалистов на местные фабрики, чтобы не допустить брака. «Был момент в моей работе, когда пришлось самой проверить 5000 единиц ажурных кардиганов вручную за три дня, чтобы успеть к запланированному сроку поставки, – рассказывает Ксения. – Это тяжелая работа. Поэтому для коллекций своей марки я выбираю российское производство, а пряжу заказываю у итальянских и отечественных фабрик. Пряжу беру только из сезонных коллекций, никогда не использую стоки. Это отнимает много времени (изготовление и доставка пряжи – 2–2,5 месяца), и предзаказы приходится собирать за полгода до выхода коллекции в продажу. Но я считаю это оправданным – для меня важно держать на уровне качество и уникальность дизайнерских разработок». **PI**



A la Russe





## НАШ ОПЫТ – ВАШ УСПЕХ

- Современный бизнес-отель мирового бренда «Ренессанс» в деловой части столицы
- Единая конгрессная площадка общей площадью 2500 кв.м
- Сервис высоких стандартов
- Незабываемые кулинарные впечатления от французского шеф-повара

+7 495 995 0009 • [reservations@renaisancemcmoscow.ru](mailto:reservations@renaisancemcmoscow.ru)



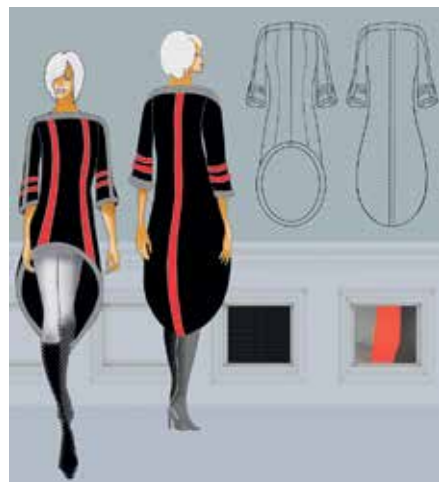
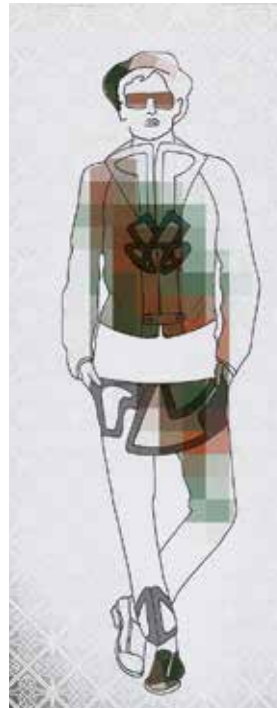
ГОСТИНИЦА «РЕНЕССАНС МОСКВА МОНАРХ ЦЕНТР»  
 Москва Ленинградский проспект д.31А стр. 1  
 +7 495 995 0009 • [reservations@renaisancemcmoscow.ru](mailto:reservations@renaisancemcmoscow.ru)  
[renaisancemonarchmoscow.ru](http://renaisancemonarchmoscow.ru) • [renaisancemonarchmoscow.com](http://renaisancemonarchmoscow.com)

**R**  
**RENAISSANCE**<sup>®</sup>  
 MOSCOW MONARCH CENTRE HOTEL



## Юлия Волошинович

Меня зовут Юлия Волошинович. Я начинающий дизайнер. В данный момент – студентка третьего курса факультета дизайна и графики Института бизнеса и дизайна V&D в Москве. Периодически принимаю участие в различных конкурсах. Стала лауреатом 2-й степени Всероссийского конкурса «Достижения молодых» в номинации «70 лет Победы: Помним. Гордимся» с проектной работой «Разрушительная сила войны» (2015 год), заняла третье место в международном конкурсе «Ассамблея моды» в номинации эскизов на тему экспериментальной и авангардной моды (2014 год). Мне было приятно узнать, что я прошла в финал PROfashion Masters, это хорошая возможность для воплощения своих творческих идей. В будущем надеюсь внести свой вклад в развитие моды в России.







## Лидия Демидова

Lidia.demidova – марка, основанная в 2012 году молодым петербургским дизайнером Лидией Демидовой. Лидия родилась и росла в творческой семье в Петербурге, вдохновение черпает в искусстве. Концепция марки представляет собой симбиоз живописи и скульптуры, работа осуществляется на стыке искусств. Соотношения цвета, фактуры и формы, поиск собственного пластического языка положили начало созданию марки. Дизайнер подходит к работе как к созданию арт-объекта, нежели как к просто проектированию одежды. Одежда марки lidia.demidova сочетает в себе геометрические формы со сложными конструктивными решениями, в основе которых лежит принцип работы архитектора Ле Корбюзье – вся жизнь подчинена закону геометрии. Сегодня Лидия – студентка шестого курса СПбГХПА им. Штиглица. В 2013 году прошла стажировку в дизайн-центре международной компании Saga Furs в Копенгагене. Одержала победу в конкурсе Esne Entramodos-2013 в Мадриде, стала победителем «Шапо-2013» в Москве. Получила приз конкурса «поколение Next» в номинации «костюм» (2014 год), стала лауреатом Национальной премии в области индустрии моды «Золотое веретено» (2015 год).





## Анастасия Коновалова и Игорь Ломов

Творческий союз Анастасии Коноваловой и Игоря Ломова – это единство художника и конструктора. К моменту поступления в Русско-британский институт управления Игорь уже был профессиональным конструктором, получил среднеспециальное образование, а Анастасия окончила художественную школу. *«Со второго курса института мы начали делать совместные коллекции, поняли, как комфортно нам работать вместе. На сегодняшний день у нас три общих проекта и солидный список конкурсов, таких как Grass Design Week, «Адмиралтейская игла», «Формула моды: Восток-Запад», финал «Русского силуэта». На данный момент продолжаем работать над совместными проектами в Санкт-Петербурге. Для нас конкурс – это площадка для воплощения новых идей, поэтому мы с радостью приняли участие в PROfashion Masters».*





# Вся Италия в одном журнале

ИТАЛИЯ № 2 Апрель 2013 г.

ПУТЕШЕСТВИЕ КАНАЛ ВАРТЕЗАНА • ЭКСКЛЮЗИВ КИМУ О'ЛОНКИ • МАСТЕРСКАЯ ИСКУССТВО МИТАРСКИ • КУХОННЫЕ ВКУСА ИЗ ФАРМА • НАСЛЕДИЕ ПЕТЕРБУРГ  
Издаётся с 2007 года

# ИТАЛИА

Made in Italy

**РОБЕРТО ВОЛЛЕ**  
Упадок или зрелище  
настоящий итальянец!

**КАРНАВАЛЬНАЯ  
НОЧЬ**  
Под впечатлением  
маски все равно!

**НА МАШИНЕ  
ПО ИТАЛИИ**  
Безопаснее всего  
не торопиться...

**ИТАЛЬЯНСКИЕ  
ХЛЕБЦЫ**  
За здоровый  
хруст!

Ольга Воронина  
Женщина  
Человек. Актриса

www.italia.ru

facebook.com/ru.italia

vk.com/italia\_magazine

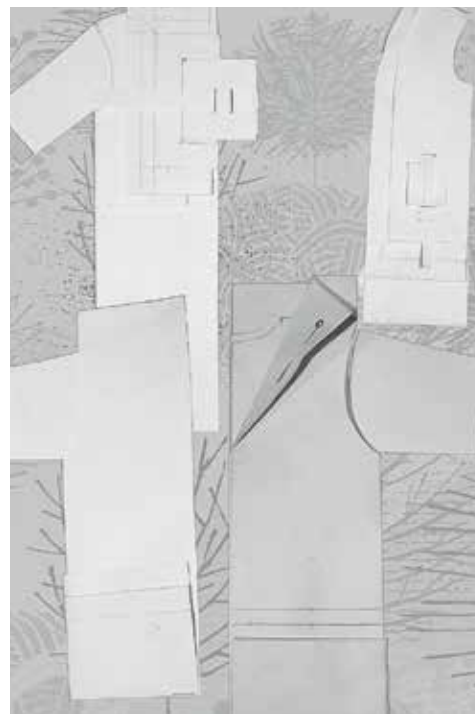






## Анна Корнилова

Я студентка кафедры «дизайн костюма» Института бизнеса и дизайна. Мой путь к детской мечте начался с посещения художественной школы. Участие в детских конкурсах развило интерес и желание двигаться дальше в области искусства и дизайна. Вдохновение черпаю в окружающем мире и простых вещах, которые встречаются в повседневной жизни. Участие во Всероссийском конкурсе PROfashion Masters помогает молодым российским дизайнерам заявить о себе в модной индустрии и, на мой взгляд, является отличным стартом. Представленная на конкурсе коллекция – это мой дипломный проект, сделанный под руководством доцента В. В. Андреевой, который предстоит защитить после финала конкурса.







## Олеся Никитина

Всю сознательную жизнь помню себя с иголкой, ниткой и кусочками тканей, из которых я создавала целые гардеробы для кукол, а впоследствии и одежду для себя. Мои мама и бабушка тоже шили одежду сами, и я быстро определилась со своим призванием. Поступила в Адыгейский государственный университет на отделение изобразительного искусства, но мечта заниматься именно одеждой не отпускала, и после третьего курса я перевелась в Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса на кафедру «моделирование, конструирование и дизайн». По окончании вуза вернулась в Майкоп и год занималась созданием одежды для частных клиентов. Переехав в Москву, более двух лет работала по специальности в крупной российской торгово-производственной компании. Последний год занимаюсь частными заказами. Мечтаю создать собственный бренд экоодежды, поскольку меня волнуют проблемы этичности производства одежды.





## Валерия Пархоменко

Я студентка второго курса Института бизнеса и дизайна. Рисовала иллюстрации для Сергея Викторовича Сысоева. О конкурсе PROfashion Masters мне рассказала преподаватель. Так как это был мой первый конкурс, я очень волновалась. Для меня это важный опыт. Мой источник вдохновения – Ханбок (한복), национальной костюм Кореи. Он отличается округлостью и простотой линий, необычные пропорции и элементы кроя придают ему особую утонченность и изящество. Ханбок не только красив, но и практичен. В своей коллекции я постаралась передать это изящество и комфорт.

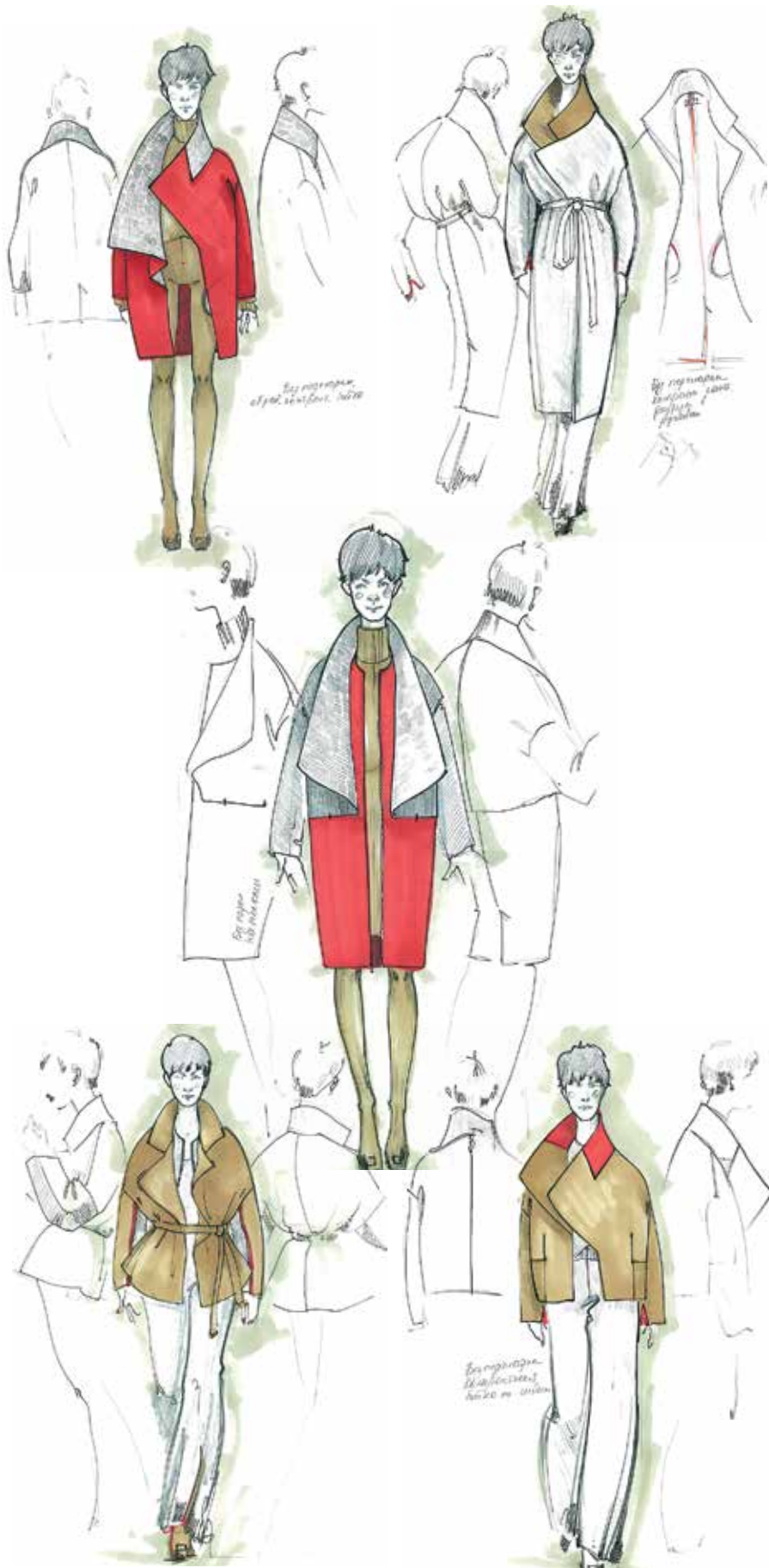






## София Пудовкина и Юлия Богданова

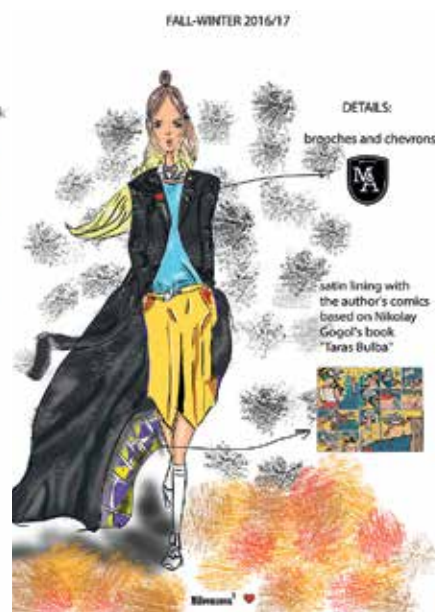
Уже во время учебы в университете у нас зародилась идея создавать свою особенную одежду. Бессонными ночами мы стали воплощать свои задумки в жизнь, делая платья и принты для футболок, но, конечно, хотелось большего! Спустя время появилась первая полноценная коллекция марки LULI'S, в которой мы сделали упор на минималистичный дизайн. Постепенно выросло количество покупателей и людей, которым стал близок наш проект. Нами заинтересовались интернет-площадки, мы принимали активное участие в маркетах, что тоже помогло в поиске новых клиентов. Один из самых приятных моментов нашего дела – отзывы девушек, которые покупают нашу одежду. Это потрясающее чувство, оно вдохновляет нас творить и трудиться дальше. Мы уже принимали участие в PROfashion Masters в прошлом году, это был наш первый и пока единственный подобный конкурс. Мы приобрели огромный опыт и побывали в невероятной атмосфере, в которой захотелось оказаться снова.





## Анастасия Милованова

Главная концепция проекта Анастасии Миловановой – это создание яркой, красивой и качественной одежды с авторскими принтами-комиксами по мотивам классических произведений. Первая «Книжная» линия посвящена Гоголю, а именно произведению «Тарас Бульба». «Подкладка изделия – это не первое, на что обращаешь взгляд, напротив, это что-то сакральное, личное, индивидуальное. Я помещаю туда рисунки, надписи, известные цитаты из классики. Как настроение зарождается изнутри, так и стиль у меня начинается с подкладки. Я считаю, что у одежды может быть душа. Это не просто необходимый атрибут каждого дня, это показатель нашего внутреннего мироощущения».





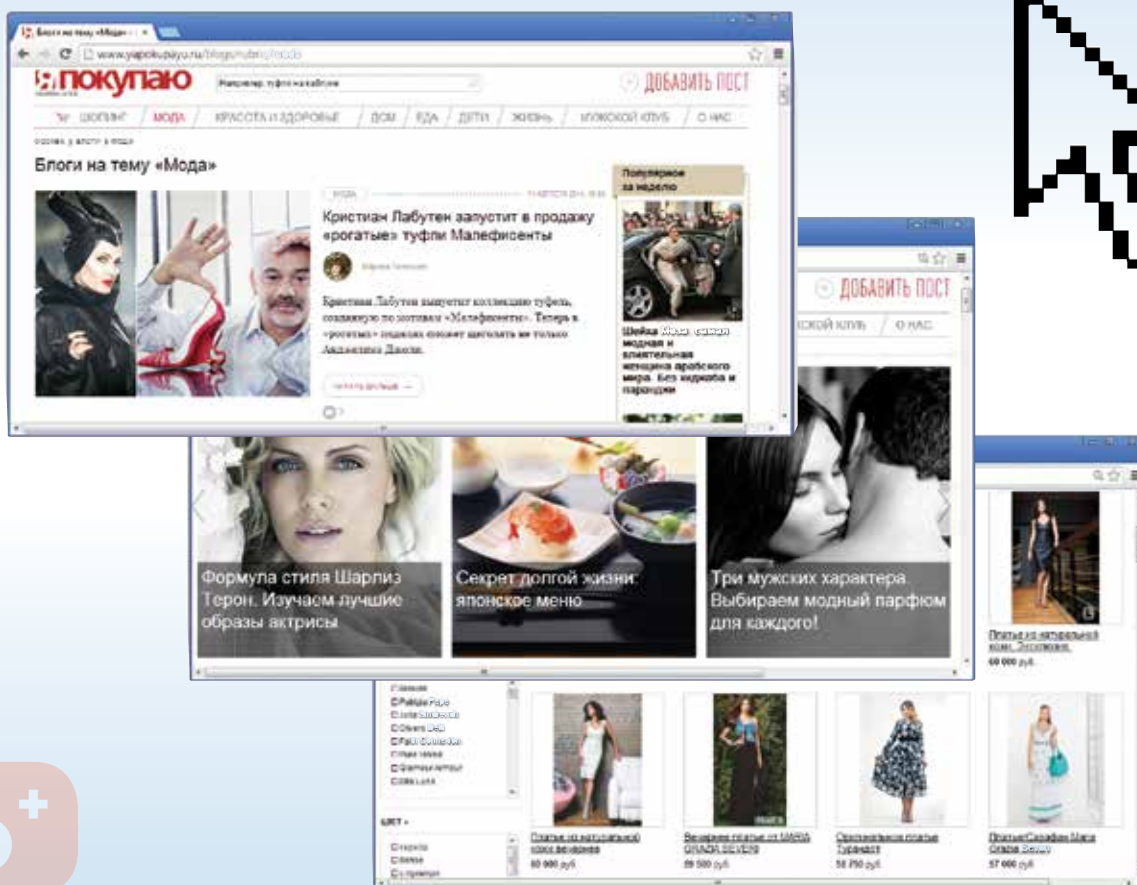


# Урокирауи.ru — для тех, кто любит ШОПИНГ

ШОПИНГ / МОДА / КРАСОТА И ЗДОРОВЬЕ / ДОМ / ЕДА / ДЕТИ / ЖИЗНЬ / МУЖСКОЙ КЛУБ

«Я Покупаю» — это свежие тренды, авторские блоги и мнения экспертов, актуальные коллекции одежды и аксессуаров, услуги салонов красоты и клиник, спецпредложения и конкурсы.

Реклама



16+

На урокирауи.ru размещено более 1 300 000 товаров и услуг от более чем 20 000 компаний.

Shopping  
guide

Я ПОКУПАЮ





## Маргарита Слоева

Я росла в творческой семье, и любовь к созданию одежды начала проявляться еще в школьные годы. Окончила Инженерную школу одежды при Университете технологии и дизайна в Санкт-Петербурге. После занималась пошивом одежды для частных клиентов и разработкой своих авторских коллекций. В данный момент увлечена развитием собственной марки одежды Velo Silentii – это практичная современная молодежная одежда с нотками авангарда. Люблю находить интересные конструктивные решения, но при этом я сторонник минимализма, что позволяет делать изделия менее трудоемкими и более доступными для потребителя. В конкурсе PROfashion Masters участвую второй раз. В прошлом году я была приятно удивлена организацией конкурса, очень понравилось работать с тканями компании «Ткани Престиж». Кроме того, тема верхней одежды – моя любимая. Так почему бы не попытать удачу во второй раз?..

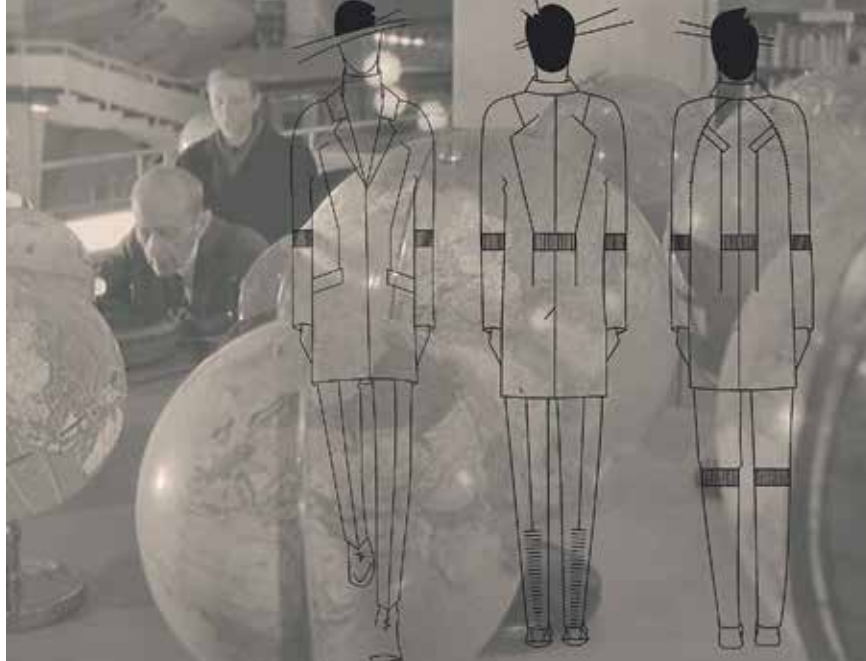






## Андрей Талаев

Родился в Хабаровске, окончил Академию моды по специальности «стилист», прошел квалификационные курсы по программе «конструирование и технология пошива мужской и женской одежды» в Санкт-Петербурге. Работал закройщиком и портным. В 2010 году окончил НОУ ВПО Институт декоративно-прикладного искусства (Санкт-Петербург) по специальности «дизайн костюма». В том же году создал проект 10 in 1 by Andrei Talaev. *«Мой персонаж движется из прошлого в будущее и творит настоящее. В этом смысле он вполне может называться героем нашего времени. Быть героем – это требует не только мужества, дисциплины, ответственности, но еще и внутренней свободы, открытого взгляда, способности воспринимать все новое и создавать неповторимое. Участие в PROfashion Masters – это в первую очередь попытка установления диалога между дизайнером и производителем. Это возможность заявить о себе как о творческой единице в среде профессионалов.»*



## Эдит Келлер,

генеральный директор тренд-бюро  
Groupe Carlin International

Участие в соревнованиях кажется чем-то чрезвычайно напряженным и затруднительным одновременно – но это блестящая возможность превзойти себя, найти лучшую версию себя. Ведь необходимо пройти настоящий экзамен на креативность: понять контекст, продумать все возможные сценарии, найти собственный угол зрения, углубиться в предмет, обогатить свою позицию, не теряя при этом себя. И нужно воспринимать конкурс как особую, великолепную возможность пробудить свою творческую энергию. В ранней молодости, защитив диплом, я получила работу в одном из тренд-бюро. И впервые мне поручили выполнить видеопрезентацию – в которой я, конечно же, допустила массу ошибок. Я приложила все свои усилия, весь энтузиазм, все вдохновение – и была глубоко разочарована результатом, поскольку услышала массу критики в свой адрес. И тогда одна из главных стилистов сказала мне, что здесь простого чистосердечного желания недостаточно! Это было сложно принять на тот момент, но для меня это стало абсолютным правилом: сочетать удовольствие и эффективность в моей профессиональной жизни, всегда учиться, регулярно экзаменовывать себя. И сегодня я – президент Carlin, креативного тренд-бюро, известного всему миру.



## Владимир Зубец,

дизайнер, «Мастерская классического костюма»

Как молодой дизайнер, вчерашний выпускник Текстильного Института, я участвовал в первом Конкурсе молодых модельеров имени Надежды Ламановой, который был организован по инициативе Вячеслава Михайловича Зайцева.

Для меня это был поистине бесценный опыт на тот момент. На участие в конкурсе я получил благословение от самого Вячеслава Михайловича. Просто приехал в Дом моды на проспекте Мира и показал ему свои эскизы. И после этого все мои сомнения по поводу участия были развеяны. Я сделал коллекцию на тему арт-нуво и занял с ней первое место. Это к вопросу о том, как важна для молодых художников поддержка профессионалов, людей, достигших высот в своем деле.

К сожалению, в наших вузах, как правило, преподают люди, имеющие небольшой опыт практической работы в профессии. Потому мы получаем этот опыт уже в процессе, и его невозможно делить на полезный и бесполезный, поскольку мы учимся не только на своих успехах. И негативный опыт в определенных обстоятельствах может оказаться очень нужным. Важна постоянная учеба, постижение чего-то нового, неизвестного тебе до сих пор. Это всегда интересно и полезно для любого творческого человека.



## Екатерина Замковая,

основатель и генеральный директор международного агентства Sparkle PR Group

Окончив школу с золотой медалью, а университет – с красным дипломом, первое, что вспоминаю – это экзамены. Настоящим профессиональным соревнованием для меня стало получение диплома DALF, главного международного аттестата знания французского языка. Мне было 16 лет, я училась в гимназии с углубленным изучением французского и была отличницей. На одном из уроков преподаватель назвал нескольких учеников, которые, по его мнению, смогут получить аттестат. Меня в списке не оказалось... Для меня это стало двойным стимулом экзамены сдать. Несмотря на то, что в школе было около 14 часов иностранного языка в неделю, каждый день, возвращаясь домой, 2–3 часа я занималась французским сама. Экзамены я все сдала и по баллам была, если не ошибаюсь, третья в Санкт-Петербурге. Эта история послужила для меня уроком: если действительно чего-то хочешь, уверенно идешь к своей цели, работаешь над собой, то достигнешь результата. На мой взгляд, вуз – это не столько конкретные знания, сколько общая база, кругозор и навыки в работе с большим объемом информации. Настоящий опыт приходит, безусловно, с практикой. А также с первым профессиональным наставником. Для меня им стала Франческа Барба, мы вместе работали в международной компании Potel & Chabot в Петербурге. У Франчески я научилась многому – от написания писем до ведения переговоров. Один из ее советов очень прост и очень важен в любой работе: прежде всего сделайте то, что от вас ожидают. Сколько бы креативных идей вы ни предложили и сколько бы прекрасной работы ни проделали, если вы не выполните то, что для вашего начальника или для вашей компании является основным приоритетом, все остальное не будет иметь значения.



## Светлана Падерина,

редактор раздела «Дизайн» журнала PROfashion

В колледже, где я училась моделированию и конструированию одежды, не было достаточно возможностей для творческого развития, поэтому я изо всех сил стремилась принять участие в конкурсах дизайна одежды. Сейчас я понимаю, что это была очень хорошая школа: я видела вокруг себя очень много разных людей с самыми разными взглядами на моду, это обогащало и давало новые творческие импульсы. Я внимательно слушала, о чем говорили члены жюри, приезжавшие из недоступных для меня на тот момент столиц, и получала бесценную – действительно бесценную, поскольку интернет еще не был распространен – и новую для себя информацию.

Самый главный совет, который я могу дать молодым дизайнерам, – всегда окружайте себя такими же увлеченными, целеустремленными, талантливыми и по-хорошему сумасшедшими людьми. И вы всегда будете находиться в творческом тонусе и бурном информационном потоке. А вот от зануд и от тех, кто считает, что вашим безумным мечтам не суждено стать реальностью, лучше держаться подальше.



## Елена Шпилова,

креативный директор торговой марки Elena Shipilova  
Очень жалею о том, что, будучи студенткой, не принимала участия в конкурсах молодых дизайнеров. Конкурсы помогают более организовано и серьезно относиться к созданию первых коллекций, дают опыт и возможность заявить о своем таланте.

Несколько лет назад меня заинтересовала тема конкурса от магазина «Тиссура», которая звучала как «ТрансСибирский модный экспресс». Нужно было создать только один образ, но который вмещал бы в себя всю Русь. Он должен быть вдохновленным краями, по которым едет известный сибирский поезд. Времени было достаточно, сначала отбирали эскизы – в этом участвовали швейцарские и итальянские компании по производству уникальных тканей. После утверждения эскизов магазин «Тиссура» предоставлял ткани этих фабрик для создания костюма.

Мало было создать костюм, не менее важно было найти модель, олицетворяющую собой Россию. Нужно было придумать макияж и прическу. Затем музыка. Она должна «говорить» со зрителем и рассказывать ему историю. С помощью диджея нужно было сделать мини-концерт, с вступлением и финалом, рассчитанный по секундам. Обувь взяли из театральных мастерских: ботиночки с узким мысом на шнуровке в стиле XIX века. Могу похвастаться – моя работа получила приз!



## Ксения Серая, дизайнер

В моем характере – всегда самостоятельно вникать во все процессы, и когда я начала посещать трикотажные фабрики, старалась подойти к каждому мастеру, увидеть всю работу своими глазами. Я начинала говорить с людьми и встречала откровенное удивление – рядовые сотрудники фабрик не привыкли, чтобы заказчики общались с ними напрямую. А для меня это был хороший опыт, возможность понять, как происходит работа в промышленном масштабе на каждом этапе производства. Планируя коллекции, я всегда учитывала предыдущий опыт и использовала налаженный контакт, чтоб убедить мастеров попробовать что-то новое, отличное от привычной промышленной технологии, жесткие рамки которой всегда мешали – эксперименты на потоке не приветствуются.

Я никогда не приносила на производство образец со словами: «Хочу так!», а всегда спрашивала: «Что вы об этом думаете?», даже если твердо знала, что хочу именно так и никак иначе. В процессе обсуждения мастера сами приходили к выводу, что все возможно, надо только приложить больше усилий и отойти от шаблонов. Взаимное уважение в работе – это то, что всегда хорошо сказывается на результате.





Большая книга трендов от

**PRO** fashion  
CONSULTING



- 4 ключевых направления, 12 актуальных тенденций от ведущих аналитиков компании
- инспирационные страницы с отсылками к актуальным элементам современной культуры, искусства и социальной жизни
- самые яркие образы сезона
- подробная палитра для всех представленных трендов
- рекомендуемые силуэты женской одежды
- текстильные принты, орнаменты и фактуры

**В ПРОДАЖЕ**  
с 15 декабря 2015 года  
ТЕЛ. +7 (495) 626-30-20  
Александра Потапкина

[www.profashion.ru](http://www.profashion.ru)

## Мария Новикова, fashion-журналист,

автор блога Fashion Shower, специалист по PR

Поскольку по основному роду деятельности я специалист по PR, то соревнования – это неотъемлемая часть моей работы. Правда, соревнованиями и конкурсами они не называются, а подаются под соусом «догнать и перегнать конкурентов», то есть сделать больше публикаций, чем сделал PR-отдел конкурентного бренда, но и не забывать о том, что качество бывает важнее количества.

По образованию я юрист, поэтому могу легко сказать, что из того, чему я научилась в вузе, помогает мне в нынешней работе – защита и отстаивание интересов своего клиента. Но сейчас, проводя собеседования с соискателями на позиции PR-менеджера, замечаю, что вузы редко учат коммуникативным навыкам, проще говоря – многие выпускники просто не умеют общаться и налаживать контакты; практически полностью отсутствует понимание принципов работы и взаимодействия с современными медиа, блогами и социальными сетями. Все это, как правило, молодые специалисты постигают на практике.



## Никита Кондрушенко,

председатель наблюдательного совета Fashion Syndicate St.Petersburg

Так получилось, что я всегда участвовал в конкурсах в качестве члена жюри. И могу точно сказать, что участники творческих соревнований получают намного больше, чем просто призы: они чувствуют дух конкуренции и приобретают бесценный опыт, который обязательно понадобится в дальнейшей карьере и в жизни. Кроме того, на конкурсах всегда возникает неформальное общение и завязываются полезные знакомства – а этому точно невозможно научить в вузах. Здоровая и независимая конкуренция дает возможность посмотреть на свое творчество со стороны, не опираясь лишь на собственное мнение или мнение своих друзей – которое не всегда объективно.

## Мария Потудина,

основатель и идеолог магазина HNLVK (Хохловка)

Я не первый раз участвую в жюри конкурсов и точно знаю – это отличный опыт для дизайнеров получить разнообразный и качественный фидбек от экспертов в модной индустрии. На моих глазах в процессе конкурса много раз рождались новые совместные проекты. Так что мой совет участникам – не упускайте этой возможности. И в Европе, и в России есть масса интересных конкурсов и грантов, участие в которых открывает широкие горизонты.





## Светлана Костенко,

главный редактор журнала «Ателье»

Это было в конце 1990-х. Я жила в далеком Владивостоке, работала в крупной местной газете. Но в тот момент сидела дома с ребенком. Нельзя сказать, чтобы страдала или чувствовала себя оторванной от жизни – скорее, переживала период затишья. Муж купил компьютер, провел интернет. И сказал: «Пиши в центральные журналы. Тебя это развлечет». Было страшновато посылать первый материал. Но уже на следующий день мне позвонила заместитель главреда Cosmopolitan и сообщила, что они опубликуют мой материал в ближайшем номере. И да, меня это развлекло. Второй материал, опубликованный в Cosmo, я отправила на конкурс UNICEF «Журналисты против СПИДа»: это был документальный рассказ о девушке, живущей с ВИЧ. Среди трех победителей конкурса оказалось и мое имя. Я получила диплом, денежную премию и подтверждение того, что мой профессиональный уровень вполне приличный. Так что участвуйте во всем, что предлагает жизнь – даже если не выиграете, то хотя бы нарушите привычную череду будней.

Работа в журнале «Ателье» дает мне возможность общаться с молодыми людьми, которые делают первые шаги в индустрии моды, наблюдать за теми, кто давно в профессии... Мне кажется, создание одежды окружено излишним ореолом романтизма. Но по сути это ремесленный труд, для которого чрезвычайно важно быть хорошо обученным: уметь строить грамотные конструкции, подгонять по фигуре, знать швейную технологию. И только на фоне отличного владения базовыми навыками возможны гениальные озарения, да и то не у всех. Поэтому я бы хотела пожелать начинающим дизайнерам изучить профессию, что называется, от иголки, смело идти в подмастерья к более опытным и успешным коллегам. И только потом строить амбициозные планы по покорению мира.



## Оксана Федорова,

телеведущая, дизайнер марки OFERA

С детства я участвовала в различных конкурсах. Во-первых, они дают возможность проверить свои силы, а во-вторых – здоровая конкуренция мотивирует двигаться дальше и развиваться, талант и навыки обретают новые силы и краски. Если вы хотите быть увиденными и услышанными, конкурсы вам необходимы. К тому же вы приобретаете опыт, который невозможно получить в вузе. Вы видите, как реагируют на ваши изделия потенциальные покупатели, и понимаете, на чем нужно делать акцент в своем творчестве, чтобы оно было востребовано. Вы учитесь идти в ногу со временем, при этом не теряя своего почерка. Удачи вам, дерзайте!



## Яна Демченко,

журналист, автор блога London is passion

Я блогер, и моя карьера развивалась в тот период, когда еще никаких профессиональных конкурсов на этом поле не было. Потом, правда, образовалась блогерская премия, и мне почему-то дали приз в номинации «Открытие года», хотя на тот момент моему блогу было уже четыре года, и ни на какое открытие я не тянула – меня все знали. Когда я получаю отклик своих читателей, то понимаю, что награды и дипломы – это не так уж и важно, гораздо ценнее признание. Если ты четко понимаешь, что ты делаешь и кто твоя аудитория, то все оправданно!

В вузах вообще редко рассказывают о реальной жизни. К сожалению. В итоге все шишки мы набиваем сами. Самое главное, что я поняла в процессе обучения, а потом и работы – то, что любой недостаток можно сгладить упорным трудом. Все мы растем из малого: сначала подражаем кумирам, потом потихоньку обретаем собственный почерк. Главное не лениться и вкладывать в работу всего себя, только тогда ты будешь постоянно расти над собой, становиться лучше, успешнее.



## Ирина Папоркова,

основательница сервиса выездного шопинга  
www.StyleConcierge.ru, партнерской программы для  
стилистов и маркетплейса www.look-for-look.ru

У меня в жизни был своеобразный конкурс – привлечение профессиональных инвестиций в проект. По сути это тоже соревнование: из множества проектов инвестор выбирает, с его точки зрения, лучший и поощряет энной суммой денег на развитие бизнеса. Для меня этот процесс закончился положительно, я нашла и инвестора, и деньги, но самым ценным в итоге оказалась не сделка, а экспертиза, которую я получила от опытных людей, презентуя им свое детище.

Если переложить мой опыт на участников конкурса, я уверена, что и здесь главное не победа. Главное – обратная связь о продукте, которую можно бесплатно (!) получить от экспертов рынка. И не надо стесняться. Пишите, спрашивайте, просите прокомментировать. Все всегда заняты, но пару слов обязательно скажут. Диплом победителя мало что даст, если в итоге не создать продукт, который люди захотят купить за обозначенную вами цену. А создать такой продукт в одиночку в башне из слоновой кости невозможно.



## Александра Калошина,

основатель студии текстильного дизайна  
SOLSTUDIO TEXTILE DESIGN

и марки аксессуаров RADICAL CHIC

Слушайте себя, не бойтесь делать то, что считаете нужным.

Готовьтесь много работать и все, что вы задумали, у вас обязательно получится.



## Анна Шмигановская,

владелец онлайн-магазина

российских дизайнеров ODstore.ru

У многих молодых дизайнеров есть проблема – отсутствие здорового коммерческого подхода к коллекции. После института им хочется конструировать и создавать сложные модели, шить из дорогих натуральных тканей... Может, так их учат. А балансу между творчеством и коммерцией может научить только практика продаж либо совет опытного байера. Несколько начинающих дизайнеров получили от меня советы по коммерческим моделям, по качеству: сначала им было обидно слышать о своих творениях неутешительный вердикт, а потом возвращались с благодарностью. В нашей работе критика ценнее похвалы, я так считаю. Но я очень люблю российских дизайнеров и хочу, чтобы успешных в нашей стране становилось как можно больше!



## Анна Антонова, стилист, фотограф

Самый полезный опыт, который я получила в процессе работы (и его не дают в вузах), – это именно опыт. Опыт общения с самыми разными людьми из разных сфер: творческих и не очень. Опыт созидания, проб, ошибок и снова проб, несмотря ни на что. Опыт восприятия и получения вдохновения отовсюду: из музыки, картин, фильмов, природы, работ коллег и прочего. Я желаю молодым дизайнерам, участникам нашего конкурса, извлекать опыт из каждой минуты своей жизни и подходить ко всему осознанно и со смыслом.



## Ирина Дубина, fashion-журналист

Высшее образование я получила в МИФИ, специальность – международные отношения в сфере ядерного сотрудничества. Как видите, ничего общего с тем, чем я теперь занимаюсь; всему приходилось учиться самостоятельно в процессе работы. Главный совет, который я могу дать: как можно больше читайте, изучайте, смотрите, причем не только о моде. Важно уметь смотреть на свои работы критическим взглядом и уметь находить недостатки – именно они позволяют двигаться вперед.



## Алена Исаева,

главный редактор AiZEL.ru

Сама я ни в каких конкурсах не участвовала, как-то не случилось. Но были очень хорошие в период моей учебы, например, Конкурс молодых дизайнеров Nina Ricci, в котором в свое время Олег Овсиев из Viva Vox выиграл стажировку в Голландии. И еще «Платье года», когда каждый дизайнер представлял только одно платье – получалась очень интересная и наглядная картина того, что происходит в русской моде.

Про опыт. Есть одна важная вещь, которую я поняла: если тебе очень нравится, как что-то сделал другой (не важно, фотограф, стилист или дизайнер), ты можешь этим воспользоваться. Но только в одном случае: если уверен, что можешь сделать лучше и пойти дальше.



## Хульки Оз,

глава представительства текстильной компании «Ткани Престиж»

Я никогда не участвовал в конкурсах, но быть организатором такого мероприятия для меня не менее волнительно, чем для конкурсантов. Первый PROfashion Masters прошел с огромным успехом, и мы приняли решение продолжить конкурс и в этом году, несмотря на сложную экономическую ситуацию. Мы рады, что число конкурсантов увеличилось почти вдвое, мы оценили большое количество достойных работ, из которых было действительно сложно выбирать. Это говорит о потенциале российских дизайнеров, а наш конкурс призван находить таланты и открывать их миру.



# 10 «нет» начинающего дизайнера



**1 Не называйте свою новорожденную марку брендом**  
Бренд – не просто торговый знак. Это определенный бэкграунд, узнаваемость и аудитория. Молодая марка еще не наработала всего этого – и если вы просто шьете платья в цветочек без какой-либо истории, то довольно глупо называть себя громким словом «бренд».

**2 Не увлекайтесь формализмом**  
Всегда задавайте вопросы. Зачем я это делаю? Кто будет это носить? С чем эти вещи можно сочетать? Насколько целесообразна та или другая деталь? Комфортен ли этот материал? Действительно ли ценна дизайнерская мысль? Как только вы перестанете производить идеи ради идей, ваша одежда тут же найдет своего потребителя.

**3 Не пытайтесь объять необъятное**  
Полноценную линейку, в которую входят и платья, и пальто, и костюмы, и сумки, и украшения, могут позволить себе развитые, стабильно работающие марки. Молодому дизайнеру на первых порах лучше выбрать то, что лучше всего получается, лучше всего продается или относится к категории нишевых продуктов. Отточите до совершенства две-три модели, а потом наращивайте ассортимент.

**4 Не отдавайте вещи бездумно на реализацию**  
К сожалению, нечистоплотных продавцов сейчас очень много – и даже крупный магазин не всегда гарантирует возврат средств. Изучите ситуацию, пообщайтесь с дизайнерами, которые представлены на интересной вам торговой площадке, и, конечно, составьте толковый договор.

**5 Не пребывайте в изоляции**  
Общение с коллегами даст вам больше ценных знаний, чем книги и лекции. Будьте на связи со специалистами

индустрии, становитесь частью профессиональных сообществ, задавайте вопросы, прислушивайтесь к критике. Это важный инструмент вашего развития.

**6 Не тратьте деньги впустую**  
Особенно если их нет: талантливый лукбук можно снять и при помощи смартфона, пригласив в качестве модели подругу с интересной внешностью, а первоначальный вариант сайта можно сделать и на бесплатной платформе. Ценна идея, подумайте над ней.

**7 Не завышайте цены**  
Вы скупили остатки дорогой ткани, но готовое изделие не выглядит на миллион? Стало быть, нет смысла объяснять, почему его цена так высока. Лучше оптимизируйте расходы и забудьте про накрутку «за бренд», если вы еще не бренд.

**8 Не будьте агрессивным продавцом**  
Нет ничего неприятнее, чем дизайнер, везде и всюду навязывающий свою одежду. Помните, что дизайнерская одежда должна быть объектом желания, а не прессинга.

**9 Не жадничайте**  
Если коллега спрашивает вас, где найти хороший склад текстиля, – поделитесь контактами. Если видите, что человек очень хочет приобрести вашу вещь, но не имеет достаточно средств, – сделайте скидку. Вы удивитесь, как много у вас появится новых друзей и лояльных клиентов.

**10 Не бойтесь экспериментировать**  
Дизайн – это постоянное развитие. Если вы не попробуете что-то новое, как вы сможете двигаться вперед?..



# 10 начинающего «да» дизайнера

## 1 Придумайте историю

Чем ваша марка отличается от всех остальных? За какими вещами и за каким настроением люди придут именно к вам? Прежде всего ответьте на эти вопросы и лишь потом начинайте шить.

## 2 Работайте с материалом

И в воображении, и на листе бумаги вещь выглядит не так, какой получается в жизни. Поэтому сами, без помощи конструкторов и портных, делайте макеты и отшивайте образцы – это станет отличным опытом, который пригодится даже в том случае, если вы займете кресло креативного директора крупного Дома.

## 3 Потребляйте информацию

Чтобы не изобретать велосипед, просматривайте все, что делают отечественные и зарубежные коллеги. Визуальная жадность хороша еще и тем, что позволяет на основе полученной информации генерировать много новых идей.

## 4 Контактируйте с прессой

Выбирайте издания, в которых будет органично смотреться информация о вашей марке, – и отправляйте им свои релизы, лукбуки и новости. Знакомьтесь с журналистами, охотно и оперативно давайте им комментарии для материалов.

## 5 Будьте благодарны

Журналист, сделавший первую публикацию о марке; начальник производства, принявший в работу ваши кривые лекала; фотограф, предложивший бесплатную помощь...

Знакомо? Если кому-то из них понравились ваши вещи, подарите или предложите хорошую скидку.

## 6 Будьте позитивны

Если вы постоянно ноете о своих проблемах, то не удивляйтесь, что за вашими коллекциями не выстраивается очередь – никто не хочет покупать негативную энергию.

## 7 Будьте мобильны

Отправляясь в путешествие, берите с собой свои вещи. Носите их, фотографируйте, дарите своим друзьям и людям, стиль которых вас восхищает. Показывайте, какой насыщенной жизнью «живут» ваши коллекции.

## 8 Контролируйте свой дизайнерский имидж в соцсетях

Привыкайте к статусу публичной персоны. Контролируйте свои высказывания, не ввязывайтесь в дебаты склочных и сварливых людей. Помните, что ваш личный имидж напрямую связан с имиджем вашей марки.

## 9 «Дружите домами»

Ваши друзья делают отличную обувь, или открыли фотостудию, или запустили онлайн-журнал? Совместное развитие всегда результативнее, да и веселее.

## 10 Участвуйте в конкурсах

Стоит один раз попробовать – и вы уже не сможете остановиться.





РЕКЛАМА

## FASHION ONE - МОДНЫЙ КАНАЛ О СТИЛЕ И КРАСОТЕ, МОДЕ И РАЗВЛЕЧЕНИЯХ



[www.fashionone.ru](http://www.fashionone.ru)



[youtube.com/FashionOneRussian](https://youtube.com/FashionOneRussian)



[vk.com/fashiononetv](https://vk.com/fashiononetv)



[ok.ru/fashiononetv](https://ok.ru/fashiononetv)



[FashionOneRussia](https://www.instagram.com/FashionOneRussia)

12+

Спрашивайте Fashion One HD у дистрибьютора Universal Distribution

тел. +7 (495) 937-57-92 [tvprogram@univercom.ru](mailto:tvprogram@univercom.ru)

За дополнительной информацией обращайтесь по адресу [moscow@fashionone.com](mailto:moscow@fashionone.com)

**ТЕМА КОНКУРСА – ПАЛЬТО**



**ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС ДИЗАЙНЕРОВ ОДЕЖДЫ**

**PRO** *fashion*  
*Masters*

при поддержке

 **ТКАНИ ПРЕСТИЖ**  
BY **OĞUZ TEKSTİL** 



РЕКЛАМА

Финал конкурса состоится 24 февраля 2016 г. в 15.30  
на подиуме выставки СРМ – Collection Premiere Moscow  
Москва, Краснопресненская наб., 14, пав. 8.3

[www.fashion-masters.ru](http://www.fashion-masters.ru)