

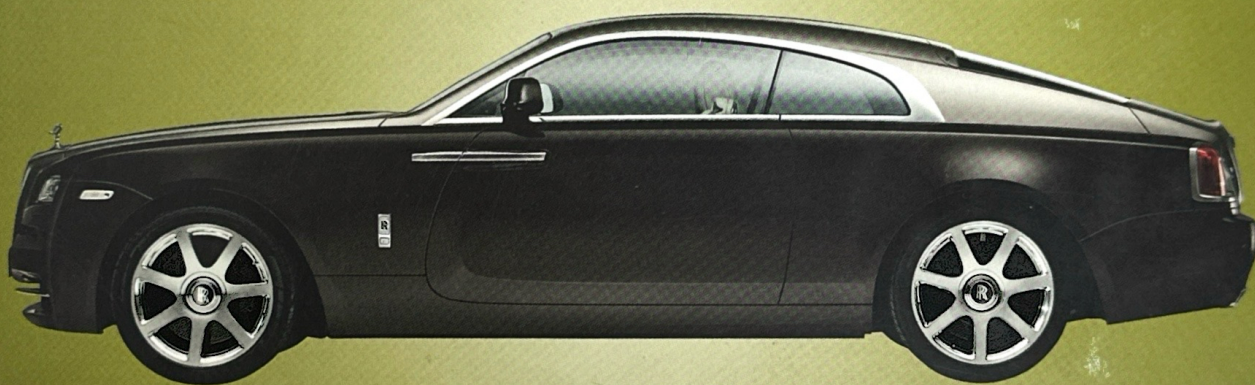
НОМЕР 4 (94)

ГАРДЕРОБ
КВИНТЭССЕНЦИЯ МИЛАНСКОГО СТИЛЯ

Апрель 2013

Robb Report

РОССИЯ



ROLLS-ROYCE WRAITH ДЛЯ ДЖЕНТЛЬМЕНА

СВЯТЫЕ МОТОРЫ

20 НОВИНОК ЭЛИТЫ МИРОВОГО АВТОПРОМА,
ТЮНИНГ, СОВЕТЫ КОЛЛЕКЦИОНЕРАМ ОЛДТАЙМЕРОВ, АВИАПРЕМЬЕРЫ



18+



Антонио Росси из Неаполя выпускает запонки под маркой Il Travaso delle Idee. Игнатиус Джозеф из Дюссельдорфа шьёт мужские сорочки «имени себя» (Ign. Joseph). Андреа Лупарелли принадлежит ателье Sartoria Ripense в Риме.

БЕРЕГ УТОПИИ

Флорентийская выставка *Pitti Immagine Uomo* дважды в год собирает самых элегантных мужчин в мире

Текст – АЛЕКСАНДР РЫМКЕВИЧ

Я люблю приезжать во Флоренцию за день до открытия *Pitti Uomo*, бродить по знакомым улицам и наблюдать, как они постепенно заполняются великолепно одетыми мужчинами. Интересно, что думают случайные туристы, которым посчастливилось забронировать номера в отеле на эти дни, при виде целой толпы экстравагантных щеголей, которые шумят в каждом лобби, баре или trattoria. Пока они любуются своим отражением в витринах, продавцы наскоро переодевают манекены: промозглым январём – в шорты и поло, а в июньский зной – в кашемир и твид, потому что мода живёт будущим и никогда настоящим. На четыре дня, когда во Флоренции проходит крупнейшая выставка мужской одежды, весь город превращается в гигантскую ярмарку тщеславия. Следующим утром, в 10:00, вся эта толпа, скрывая следы разгульной ночи под дымчатыми лин-



Гамаша в тон костюму, трость, перчатки, галстук и шляпа выдержаны в единой гамме: среди Pitti people всегда приветствуется доля эксцентрики, но главное – соблюсти гармонию целого.

зами, пёстрой рекой хлынет по улицам к старой крепости Fortezza da Basso, превращённой в экспонент. Более деловые исчезают в павильонах и на стендах, а самые отчаянные модники остаются дежурить на площади перед центральным павильоном. В дни проведения Pitti Uomo это место напоминает зоосад с самым необычным собранием экзотов. Достигнув совершенства в искусстве sprezzatura, мужчины упражняются здесь в ленивом фланировании и праздности. Они покуряют сигару, говорят по телефону или просто делают вид, что греются на солнце. Главная цель «павлинов», как называют их fashion-критики, – показать себя и попасть в объектив фотографов, снимающих уличную моду. В следующие несколько дней их портреты перепостят сотни блогеров, а их кашемировые пальто и сочетания носков и галстуков будут обсуждать живее, чем политические новости. Со стороны Pitti Uomo кажется островом утопии, все граждане которой одеты слишком хорошо. Во всём этом и впрямь есть много позёрства, намеренности и игры, что вызывает вполне оправданную иронию, но стоит хоть раз попасть на Миланскую неделю моды, чтобы понять, насколько отличаются две стороны одной и той же индустрии. На Pitti царят непринуждённость и консервативный лоск, в Милане – гламурная иерархия и нагнетаемая истерика. На Pitti в центре внимания мужчина, в Милане – бренд. Более чем за полвека флорентийская выставка из профессионального мероприятия превратилась в культурный феномен. На неё по-прежнему нельзя купить билет, приглашены только профессионалы. Здесь как нигде понимаешь, что существует разница между хорошим и лучшим, что стиль не равнозначен бренду, что мужчина может и должен одеваться со вкусом и в 20, и в 70 лет. ■