



**ЮВЕЛИРНАЯ НЕДЕЛЯ МОДЫ
ПОДВЕЛА ИТОГИ**

С 15 по 20 ноября в Москве состоялся XII сезон крупнейшей в России ювелирной недели моды Estet Fashion Week.

Открывал мероприятие показ от председателя жюри Вячеслава Зайцева, как всегда поразивший гостей тонким чувством стиля. В этот раз дизайнеры продемонстрировали блестящий калейдоскоп разнообразных концепций. Каждый показ отличал уникальный творческий подход, яркая сценография, игра тканей и цветов. Поэтому членам жюри Estet Fashion Week было особенно непросто выбрать лучших из лучших — настолько непохожими друг на друга были идеи, воплощенные модельерами. Однако выбор был сделан. Награду в номинации «Лучшая коллекция одежды» получил дизайнер Андрей Канунов, в номинации «Лучшая ювелирная коллекция» приз получил бренд ESCADA, премия в номинации «Лучшая детская коллекция» досталась бренду L'erede, ну а премии за лучшую дебютную коллекцию удостоилась 14-летняя Александра Козловская.

Показы были объединены в тематические блоки: «Вперед в прошлое» (коллекции в стиле ретро), «Мода мегаполиса» (коллекции в стиле casual, деловом и спортивном стилях), «Геометрия форм» (традиции авангарда и футуризма в современном дизайне), «Вечерняя и свадебная мода», «Зимний шик» (коллекции верхней одежды и праздничных нарядов к Новому году), «Мир детства» (коллекции для детей и подростков).

Завершал неделю моды внеконкурсный показ знаменитой российской певицы и дизайнера Вики Цыгановой. Коллекция «Имперский стиль» от бренда TSGANOVA была представлена в сопровождении балерин Имперского русского балета.

Все дни на площадке работала выставка «Кинодефиле», организованная телецентром «Останкино». В зале были представлены костюмы, которые зритель ранее мог видеть в легендарных советских фильмах, таких как «Здравствуйте, я ваша тетя!», «12 стульев». В один из дней показов модели в знаменитых костюмах прошли по подиуму под кадры из соответствующих кинокартин.

**«ДЕТСКИЙ МИР»
ПРИШЕЛ В ГРОЗНЫЙ**

На рынок Грозного вышел федеральный оператор детских товаров — «Детский мир». Ритейлер расположился на первом этаже ТРЦ «Гранд Парк», на площади 1300 м². Срок договора аренды составил десять лет. Провели сделку специалисты компании BlackStone Keeping Company.

По словам Ольги Штоды, директора по управлению недвижимостью компании BlackStone Keeping Company, в регионе недостаточно хорошо представлены детские магазины, а между тем спрос на детские товары очень высок. «Именно поэтому мы решили усилить данное направление», — отметила Ольга Штода. — Благодаря своей уникальности и хорошему покупательскому трафику, «Гранд Парк» пользуется большим спросом среди федеральных арендаторов, многие из которых впервые вышли в регион Северного Кавказа: adidas, Reebok, MEXX, Benetton, Colin's, Ostin, Incity, Gloria Jeans и другие». Торговый центр «Гранд Парк» общей площадью почти 44 тыс. м² — первый профессиональный ТРЦ в Чеченской республике. Объект расположен в самом центре города.

ПЕРВЫЕ ЭТАЖИ VS ТЦ

По новым правилам, теперь при строительстве жилых зданий свыше 12 этажей в Подмоскovie не допускается размещение жилых помещений на первых этажах. Повлияет ли принятие данного проекта на ситуацию в торговых и офисных центрах подмосковных городов? Нет, уверен собственник ГК «Экоофис» Андрей Ковалев.

Во-первых, в последние годы в большей части новых жилых комплексов квартиры на первом этаже не предусматриваются. Соответственно, законодательное закрепление существующей ситуации не повлечет за собой значительного увеличения коммерческих площадей на первых этажах. Во-вторых, практика последних лет показывает, что районные торговые центры в жилых массивах стали достойной альтернативой стрит-ритейлу. В-третьих, многие помещения на первых этажах жилых домов в силу своего расположения ориентированы на «внутренний» поток. В то же время арендаторы торговых центров изначально рассчитывают на более высокий трафик, который будут создавать «якоря».



**PIQUADRO
ПОКУПАЕТ THE
BRIDGE**

Итальянская компания Piquadro объявила о покупке итальянской марки аксессуаров из кожи The Bridge и приобрела контрольный пакет акций материнской компании Il Ponte Pelletteria. Сумма сделки составила 3,17 млн евро, приобретенная доля бизнеса — 80%. Также в официальном сообщении Piquadro подчеркивается, что

договор предполагает возможность покупки оставшихся 20% в 2021—2023 годах. Завершение сделки ожидается до конца декабря 2016 года. «Позиционирование марки The Bridge дополнит предложение Piquadro, а также позволит группе объединить ресурсы в различных областях, в том числе в дистрибуции, производстве и финансах», — прокомментировал сделку Марко Палмьери, президент

и генеральный директор Piquadro. Он также выразил надежду, что этот шаг станет началом расширения портфеля брендов в сегменте аксессуаров класса премиум. Piquadro — итальянская компания, которая специализируется на выпуске деловых и туристических аксессуаров: сумок, чемоданов и различных изделий из кожи. Фирма основана в 1987 году предпринимателем Марко Палмьери. Согласно последним опубликованным данным, компания Piquadro завершила финансовый год 31 марта с оборотом в 69,31 млн евро (+3,1%) и чистой прибылью в 11,5 млн.



**BELARUS
FASHION WEEK**

С 3 по 6 ноября в Минске прошло главное событие белорусской моды — Belarus Fashion Week. На протяжении шести лет это профессиональное мероприятие объединяет fashion-специалистов, ценителей моды, бизнесменов



и светскую публику. В этом году Belarus Fashion Week посетило более 12 000 гостей, было презентовано 50 дизайнерских марок, аккредитовано более 100 представителей СМИ. В основном расписании показов pret-a-porte были представлены марки NAVY,

Candy Lady, Alena Goretskaya, ton-in-ton, Youri Kot, Coe Culte, Line A, Evgeni Horkin, T. Efremova, Davidova, SAMOSCHENKO, LIMITEDMINSK, Anna-Maria Eglit. Международные бренды ежесезонно демонстрируют коллекции на Неделе моды в Беларуси, и этот сезон не стал исключением. В основном расписании были представлены марки Secret PAL (Германия), Leitmotiv (Италия), Fabryan (Британия), Klaudia Markiewicz (Польша). Коллективный показ, организованный предприятиями концерна «Беллепром», представил капсульные коллекции предприятий «Элема», «Купалинка», «Полесье», «Центр моды», «Світанак».



ПЕРВЫЙ МОНОБРЕНД LEE В МОСКВЕ

Осенью в Москве открылся первый фирменный магазин легендарного джинсового бренда Lee. Монобрендовый бутик площадью 100 м², выполненный в современном концептуальном стиле, расположился на втором этаже нового крыла ТЦ «Метрополис», одного из самых популярных торговых центров столицы. Бренд, основанный в Канзасе в 1889 году, по-прежнему предлагает своим поклонникам отличный крой и превосходное качество, хотя сегодня одежду Lee носят уже не только звезды родео. В оформлении магазина использован принцип единого архитектурного пространства, выполненного в урбанистическом стиле и создающего органичное восприятие коллекции. Для внутреннего декора помещения дизайнеры решили использовать сочетание дерева, железа и камня — простых натуральных материалов, которые традиционно ассоциируются с джинсовой культурой. В новом магазине Lee представлена коллекция сезона осень-зима 2016, сочетающая в себе современные тенденции и более чем 125-летний опыт создания денима. Она отличается инновационными тканями и разнообразными моделями джинсов.

**ПАРФЮМЕРНЫЙ ДОМ
M. MICALLEF ОТМЕЧАЕТ 20-ЛЕТИЕ**

Уходящий год стал юбилейным для французской марки M. Micallef: компания, которая сегодня известна как один из мировых тренд-сеттеров в сегменте нишевой парфюмерии, была основана ровно 20 лет назад. На протяжении всего года владельцы бренда совместно с его поклонниками продолжают праздновать юбилей по всему миру. Специально к этому событию был выпущен аромат «20 лет», который характеризуется очень современным звучанием. Флакон оформлен в теплых, золотистых тонах. «20 лет» — исключительный аромат с ценными нотами белой розы и прозрачного жасмина, которые мягко переходят в деликатные аккорды полыни и апельсинового цвета. Этот утонченный аромат оставляет на коже чувственные и согревающие ноты пачули, карамели и ценных пород дерева. Французский парфюмерный дом M. Micallef считается одним из родоначальников направления нишевой парфюмерии. Головной офис компании базируется в Грассе. За 20 лет работы парфюмерный дом выпустил более 100 ароматов. На сегодняшний день продукция марки представлена более чем в 900 бутиках по всему миру. Такие хрестоматийные ароматы, как Ananda и Royal Muska, являются для отрасли образцами классического нишевого парфюма.