

## Умеем ли да разпознаваме тенденциите в модния бизнес



Роберт Александрийски

**Роберт е съосновател на Асоциацията на модни и текстилни дизайнери в България (2004) и мениджър на дейността и през 2007 година. През 1998 година създава Асоциацията на износителите на облекло и текстил в България, днес под името Българска Асоциация на Производителите и Износителите на Облекло и Текстил и е председател на управителния съвет до 2004 година, когато е избран за почетен член на УС на БАПИОТ. От 2005 година издава електронния бюлетин Извори – Дизайн & Маркетинг, а една година по-късно създава и сайта [www.tune-in.info](http://www.tune-in.info) в подкрепа на модния бизнес у нас, който работи и до днес. От края на 2007 година е преподавател по моден маркетинг в международен колеж в Пекин.**

Изследването на тенденциите в модния бизнес не е новина, гадатели какво ще бъде бъдещето не липсват и в модния бранш, където подготовката за сезона трябва да започне поне една година преди неговото настъпване. Един вид ред в хаоса от въпроси ни предлага футуризмът Faith Forecast, която проследява тенденциите в културата, предизвикващи потребителското търсене. В нейната книга "Clicking" (HarperCollins), Фейт Попкорн прави връзка между успеха на дадена бизнес идея с очертанията от нея тенденция. Фирмата на госпожица Попкорн - BrainReserve е една от най-търсените консултантски компании от клиенти с величината на Pepsi.

**Кликване (clicking)** е акроним, образуван от "C" за кураж (courage), "L" означава остава го да отпине (Let it go), "I" оформя нашето вътрешно виждане (insight), "C" стои в гупата за настройка и вътрешното желание за промяна (commitment to change) и "K" е за имане на възможности и знания да направим нещата да се случат (know-how). Ще направим опит за едно приравняване към нашия жаргон, като очертаем българския акроним със същите термини "K" за кураж, "O" за остава го да мине, "B" за вътрешно виждане, "H" за настройка за промяна и "I" за имане на възможности и знания - получава се **КОВНИ!**? Т.е. Clicking е за това, да имаме куража да променим нещата, така както ги виждаме, ако имаме желание за промяна и знания и да заковем (КОВНИ) момента, когато тенденцията е силна. Clicking означава да бъдем на правилното място, в правилния момент и да предлагаме на потребителя това, от което той има нужда.

**Фейт Попкорн** очертава следните тенденции, движещи потребителското търсене:

- "Моят дом е моята крепост" (Cocooning). Хората гледат дома си за защита от несигурния свят и се "въроръжават" с всичко необходимо, за да се подсилят от опасната понякога външна среда;
- Създаване на кланове (Clapping). Въпреки че се стремят към домовете си, хората все пак търсят контакти със сродно мислещи и един от примерите за това са чатовете в Интернет;
- Търсенето на приключения - било чрез виртуални или действителни походи, тук кодът е да се правят "без риск". Един пример за това са сайтовете, предлагащи продажби по Интернет. Една от главните спирачки на потребителите при този вид търговия е ... "дали има риск при покупката на !".
- Удоволствие за откъсване (Pleasure revenge). Тук може би трябва да прибавим "към обществото". Джинсите (разбирай навлезнали широко в нашия речник соц термин "дънки") са един от продуктите замърсяващи заобикалящата ни среда колосално, чрез отпадните води от багренето на деними и индустриалното им пране за получаване на различни ефекти. Днес само в България, "магаретата" (donkey), които откъсват на обществото са няколко милиона. А в световен мащаб бизнесът се оценява за над 50 милиарда щатски долара годишно;
- Малките indulgences (small indulgences). Не можеш да си купиш кола SWATCH, но може би може да си позволиш поне часовник. В краен случай и добро "менте" свършва работа, за да се възнаградим в края на седмицата;
- Уповаване, в търсене на устойчивост (anchoring). Последните тенденции в модата,

показват търсенето на дизайнерите да правят връзка с корените на обществото;

- Възставане срещу униформата (egonomics). Пример за това са ученици и родители у нас, проявяващи отрицателно отношение към униформите, производството на чанти за компютри различни от традиционната черна чанта с презрамки и т.н.;
- "Женски" начин на мислене (female think). Жената ще бъде отново в центъра на семейството и ще измести устремната към кариера делова жена;
- Манципация (manicipation) при мъжете, които ще избягат също от бизнес натоварването, чрез търсене на повече индивидуална свобода;
- 99 живота (99 lives) - днес потребителите са толкова натоварени и толкова заети, че дори да имат и 99 живота пак няма да могат да свършат всичката работа и да успеят да задоволят собствените си потребности. Този бизнес, който успее да им "сервира" стоката или услугата "на месия" ще успее;
- Измъкване (cashing out). В търсене на по-пленен живот хората са готови да сменят големия град с друг, по-малък, предлагащ работа при по-добри условия на живот;
- Да бъдем живи и здрави! (Wellness) - здравословния начин на живот е доминираща философия;
- Подмладяване (down aging) - пример са възрастните хора, които се обличат като деца. Техните дрехи имат повече карго джобове, отколкото тези на по-малките като размери дрехи на техните деца;
- Отмъстителни потребители (vigilante consumers). Нищо на този свят не остава безнаказано. Тези, които не продават качествени стоки, ще излязат от пазара. Потребителите все повече ще обменят информация за стоки чрез интернет-чатове, интернет форуми и други форуми и ще се организират за шурм срещу измамите в търговията;
- "Не си прави кумир" (Icon toppling) - ако е голямо и традиционно, то е в опасност да се сгромоляса. Предстоят трудности пред големия бизнес. Алтернативни източници на стоки ще измества наложените фирми от пазара. Идва времето на тези, които намират нишата и заковават момента;
- SOS - спасете нашето общество. Грижата и разумът за опазване на заобикалящата ни среда, за нови ценности ще надделят. Борбата срещу глобалното затопляне показва това. Към това ще прибавим и кодексите за корпоративна социална отговорност, въведени доброволно от фирмите в последните години.
- на последно място ще се спрем на т.н. сърдечно кликване (heart click). Ние ще обясним това така. Ако нямаш модата в сърцето си, остави я да отпине и потърси промяната в друг бизнес. Модата е за тези, които я обичат.

Познавайки тенденциите и виждайки в тях възможностите, предприемачите ще правят по-малко грешки в прогнозите си и крайния резултат от действията им ще бъде по-близо до прогнозираните резултати. Трябва да отчитаме, че тенденциите не обхващат компактно населението на дадена територия, но се отнасят до твърде големи групи от хора. Ако искаме да се уверим, дали нашата бизнес идея е в крак с тенденциите, трябва да "заковем" поне четири от тях и може да сме сигурни, че ще имам успех.

Роберт Александрийски

## БАЛКАНСКО ИЗЛОЖЕНИЕ ЗА ОБЛЕКЛО И ТЕКСТИЛ ВGATE

За първи път с по-малко участници от предишната година



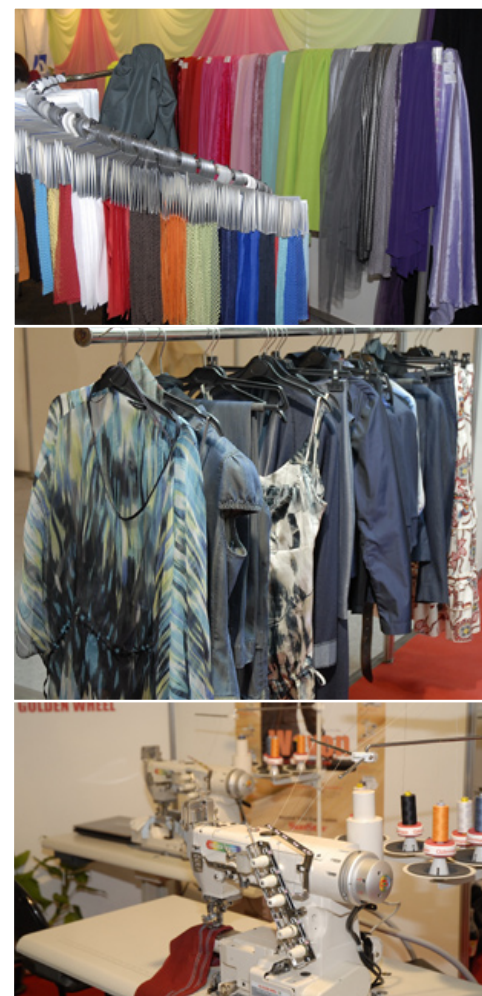
В Интер Експо Център – София се провежда седмото Балканско изложение за облекло и текстил ВGate 2009.

Побрало се само в една зала, естествен резултат от кризата, то по традиция срещна фирми, предлагащи готови облекла, компании, които имат капацитет за работа на ишлема, производители на текстил и аксесоари, доставчици на машини и оборудване, както и фирми от сферата на услугите – CAD/CAM, дизайнери, конструктори и посреднически агенции.

Изложението беше открито от заместник-министъра на икономиката, енергетиката и туризма Евгени Ангелов, който се обърна към участниците с думите: «Искрено се надявам, че мениджърските екипи на предприятията от бранша успешно ще преодолеят трудностите чрез нови идеи и инвестиции, насочени към техническо и технологично обновление, разработване на нови дизайнерски решения и нови пазари».

Оптимизъм имаше и в думите на Валерия Жекова, председател на УС на Българската асоциация на производителите и износителите на облекло и текстил/БАПИОТ, която информира, че по данни на Националния статистически институт, секторът «Облекло и текстил» продължава да бъде един от стабилните сектори на икономиката и при всички проблеми в макроикономическата рамка, статистиката отчита спад в износа на сектора само с 21 на сто.

Сред изложителите преобладаваха представителите на фирми за оборудване и услуги - модерни професионални машини и оборудване за различни операции - кръглоплатни машини, машини за съгване и набиране на платове, за ръчно и автоматично рязане, пробивни машини и такива за поставяне на украсителни камъни и за ръчен декоративен бод, кройно оборудване, гладачна техника, гатер ножици и др.; нови колекции платове, прежди, тъкани, хастари, подгледващи материали, ципове, копчета, аксесоари, конци, етикети и др. Много от бизнес посетителите разглеждаха с интерес потенциалните си «помощници» за по-ефективно и качествено производство - съвременен софтуер и CAD/CAM системи на водещи компании, системи за управление на производството с адресно подаване, специализиран софтуер за нормиране на труда и др. На входа или на финала при създаването на всеки продукт, нещата опират до серия



от «тънкости» като използването на моден или рекламен текстилен ситопечат, шампиране, специални ефекти, багрене, апертиране, финална обработка, лазерно рязане на емблеми и отличителни знаци. Свое място имаше разбира се и крайният продукт – различни модели дамски и мъжки облекла и трикотажа.

Модно ревю на известни български модни къщи представиха колекциите им за есен/зима 2009 г. и за лятото на 2010. Модели на агенция "Визаж" дефилираха с дамски облекла с марките ETERE на Вени Стил, Lara Vill на фирмата Антоан Вил, Kensol на Месалина, бутикови облекла от колекцията Коралия на Стил В. С интерес бяха посрещнати моделите от зимната колекция "Костюм за деловата жена" на butik La Strega, дамския трикотаж на Нианел и облеклата с марката "Магнолика" на латвийската компания "Сиа Гратия", която дефилира за първи път на подиума. Свой акцент на ревюто, с етно и мода от отминали епохи, дадоха творческите решения на млади дизайнери и преподаватели от Нов български университет.

Важна е и статистиката, отчитаща посетителите - потенциални контрагенти – търговци на едро и дребно, вносители, производители, агенти и дизайнери.

Вече година въпросите, които вълнуват производителите, търговци, дизайнери, моделиери и хилядите заети в шивашката и текстилната индустрия, са свързани с нетипичната финансова и икономическа конюнктура в страната и света, с това, дали ще бъде бързо излизането от кризата и шивашката индустрия ще успее да задържи конкурентните предимства и наложилите се с времето концепции.

Дали изложението даде отговор на поне част от въпросите ще разберем от практиката сега, след него. Важно е, че тази инициатива е път за консолидация, позици в съвременните кластерни структури (национални и регионални) и сътрудничество с балканските текстилни индустрии. С участието си в ВGate компании от съседна Турция и тази година заявяват своите намерения и възможности за партньорство и активен бизнес.

Също по традиция паралелно с ВGate 2009 в Интер Експо Център - София се провежда двудневна Общотекстилна конференция – Иновации в текстила и облеклото, с участието на български и чуждестранни лектори и специалисти.

### Тема на броя - тенденции

<b>Li Edelkoort</b> - пророкът на бизнес трендове	<b>Млади bg творци</b> - конкурсът продължава - къде да учим	<b>Тенденции от Ню Йорк</b> - Калвин Клайн	<b>Мода в аванс</b> - тенденции пролет/лято 2010 - от SIPO
стр. 2	стр. 3	стр. 5	стр. 6-7

# Li Edelkoort - пророкът на бизнес трендове

Когато тази 58-годишна холандка говори, корпорациите слушат

Li Edelkoort е едно от големите имена сред изследователите на трендове. Тя анализира настроения, мода и чувства и ги трансформира в трендове. Като консултант на индустрията, тя има огромно влияние за бъдещето на продуктите.



Ако запитате Edelkoort, налице е златно бъдеще за всички индустрии, които могат да срещнат нуждите на хората за добро съществуване. В нейната книга за трендовете „Библията на доброто съществуване“, тя намира доказателства, че обществото се фокусира все повече и повече върху откриването и окуражаване на чувството за комфорт във всеки аспект на днешния живот. Индустрии като парфюмерията и хранителната, за красотата и здравето, домашното обзавеждане ще бъдат вдъхновени от нови движещи се нагоре тенденции, които ще ги водят към широк палет от идеи за нови продукти. Потребителите искат да направят нещо добро за бизнеса и да интегрират повече наслаждение и удобостатия за усещанията си в ежедневието си. „Командата“ в днешната библия на Edelkoort е „Наслаждавай се!“.

Edelkoort е сред най-търсените изследователи на трендове на планетата. От двайсет години тя насочва компаниите към това, какво ще търсят потребителите утре, как ще живеят и какво ще има значе-

ние за тях. Когато тази 58-годишна холандка говори, корпорациите слушат, а сред тях са Coca-Cola, Estee Lauder, L'Oreal, Shiseido, както и производители на коли, банки и дори правителства се консултират с нейните офиси в Париж и Ню Йорк. В света на модата и дизайна, тя е смятана за икона за стил, с доказано чувство на непогрешимост, за това какво ще донесе бъдещето. Списанието Time я поставя сред 25-те най-влиятелни модни експерти на днешния ден, а известното британско списание за дизайн i-D я поставя сред 40-те най-важни световни дизайнери.

### Разликата между трендове и лайфстайл

Според Edelkoort, изследването на трендове не е наука, това е изкуство, което произтича от нуждата. Превидването на трендовете, за разлика от забелязването на трендовете, е задължително във всеки бранш на индустрията, дори и ако нуждата за това да не е призната все още по начина, по който трябва да бъде. „Аз не откривам нищо ново“, казва тя. „Аз наблюдавам и интерпретирам поведението и настроенията на хората и си записвам това, което виждам. Аз действвам като катализатор на духа на времето и го обръщам в трендове, колкото се може по-рано.“ Edelkoort разчита предимно на своята интуиция, след което работи над сценарии от обяснения и философия. Нейното възприемчиво усещане на движенията на обществото, политическите развятия и социалните промени са инструментите, които използва в своята работа. Edelkoort винаги използва един и същ подход при нейните анализи. Тя търси отговори на въпроси, като например: какъв ще бъде нашият живот в бъдеще? Какво ще искат хората? Какви желания и нужди ще имат те? Какви характеристики трябва да имат продуктите, за да успеят на пазарите? Как продуктът докосва сетивата на хората – как трябва да вдъхновяваме хората да искат да купуват нещата? Тя редовно публикува нейните тренд предвиждания в малки издания от 250 бройки. Тези издания на стойност 2000 евро съдържат нейните анализи и предвиждания, заедно с ключови думи, изразителни фотографии и мостри от текстил. Текстове и снимките комуникират помежду си, идеята е да се декодират техните съобщения.



### Каква е разликата между трендове и лайфстайл и колко дълго прогължават техните цикли?

Edelkoort казва, че една риза, линията или нейния цвят, могат да бъдат примери за тренд. Има краткосрочни и средносрочни вълни на трендовете, по-вече прогължават по-дълги периоди, развиващи се постепенно всеки сезон или възвръщащи се от време на време. Например, когато говорим за розовия цвят като моден цвят, това е класика, едно площено мече създава отношение на любов към времето, материали, оприличаващи кожа, се появяват също с времето, нашата мания за цвета и градини въвежда концепцията отвън-навътре. Тези „лайфстайлове“ са трендове с дълъг цикъл на живот, прогължаващи понякога пет, десет или двайсет години, дори до половин век, преди да изгубят популярност.

### Трендът към глобален стил няма бъдеще

Една идея, идваща към своя край, е краят на глобализацията, нещо за което Edelkoort предупреждава клиентите си вече пет години. В нейните очи, този тренд е вече отминал и отива към затваряне. „Ние сме изморени да виждаме същите брандове навсякъде по света, без значение дали си в Ню Йорк, Токио или Сао Паоло. Edelkoort вярва, че местните продукти ще имат ренесанс, както и регионалната кухня. Това не означава краят на глобалните брандове, но те ще трябва да се приспособят към потребителите на място. Бъдещите брандове ще усетят прилива на свеж въздух, ако те комбинират техните глобално ориентирани основни продукти с местните особености, регионално разнообразие и национален привкус, както и продуктов дизайн, който привлича погледите, заради неговия характер на отглеждане се от тълпата.“

(продължава на стр. 4)

## ВАЛЕНТИНА ДЕЙКОВА: Най-важно е професионалното образование да се адаптира към трудовия пазар

Успехът на реформата пряко зависи от социалното ни партньорство с работодатели и отговорни институции

Валентина Дейкова е директор на дирекция „Политика в професионалното образование и продължаващо обучение. Завършила е История през 1980 г. От 29 г. е в системата на образованието, 25 от тях са свързани с професионалното образование и обучение. Започва трудовата си кариера като учител във вечерния техникум в Перник, а след 9 г. става и негов директор. След 1993 г. е експерт по професионалното образование в РИО – София, директор на техникум по облекло „Княгиня Мария Луиза“ – София, директор на дирекция „Административно-правно и информационно обслужване“ в МОН. От 2003 г. е на настоящия си пост. Носител е на I-ви клас квалификация по организация и управление на образованието. Специализирала е в Дания, Германия и др. От 2004 г. е член на Консултативния комитет по въпросите на професионалното обучение към ГД „Образование и култура“ на Европейската комисия. След влизането на България в ЕС става член на бордовете на две негови структури – Европейския център за развитие на професионалното обучение (CEDEFOP) и Европейската фондация за обучение (ETF).

### Г-жо Дейкова, през последните години професионалното образование у нас остана пренебрежнато. Промени ли се ситуацията след влизането ни в ЕС?

– Това е вярно. Секторът на професионалното образование и обучение бе пренебрегван не само у нас, а и в повечето балкански страни, в някои от бившите съветски републики, както и в редица страни от Централна Азия. В същото време държавите-членки на ЕС, включително и страните от Източна Азия, разработиха нови образователни политики, насочени към поощряването на икономическия растеж и техните системи за професионално образование и обучение се развиваха и напреднаха изключително много. В нашата страна ситуацията е особено тежка и поради лошата демографска картина, и поради състоянието на пазара на труда. През последните четири-пет години професионалните гимназии даваха възможност за реализация на по-посредствените ученици, което ги направи ниско престижни и непривлекателни. Опитът на много напреднали страни, като Ирландия например, показва, че именно професионалното образование е един от основните фактори за икономическия растеж и е жизнено важна част от всяка модерна образователна система. Което изисква изцяло нов подход към проблема от страна на държавата и бизнеса.

### Какво по-конкретно ще се случи?

– Мерките, които ще бъдат предприети, са много, но аз ще спомена само някои от тях. Ще бъде въведена нова структура, като професионалната подготовка ще се изнесе в последните класове. Целта е професионалното образование да стане по-адаптивно към конкретните изисквания. Едновременно с това ще бъдат въведени и гъвкави модулни програми, отговарящи на потребностите от конкретни знания, умения и компетентности, които при необходимост могат да се допълват и коригират. Ще се



въведат кредити в средното професионално образование и обучение, целта е да се улесни трансферът, признаването и натрупването на резултатите от ученето, както и да бъде осигурена връзка с висшето професионално образование. Ще бъде внедрен и нов модел за практическието обучение и производствената практика на учениците в реална работна среда. Още през тази учебна година ще направим възможното, за да се въведе европейско приложение към сертификата, като начин за разпознаване на придобитата квалификация в България в страните членки на Европейския съюз.

### Практиката на социално партньорство е широко разпространена в страните от Европейския съюз. Каква е ситуацията в България?

– Успехът на реформата в професионалното образование и обучение в голяма степен зависи от активното сътрудничество между работодателите и отговорните институции. Необходимостта от постоянна обратна връзка между тях повишава отговорността на работодателите и ги прави страна на образователния процес. Напоследък се забелязва повишаване на интереса и съпричастността на бизнеса към подготовката на учениците в професионалните гимназии. Само през последните две години работодателите са инвестирали приблизително 4 млн. лева за подобряване на материалната база на училищата, с които си партнират. Очакваме да се засили и участието им в държавните изпити по теория и практика на професията. През юнската сесия на 2009 г. те са участвали в 40 на сто от изпитите.

През март 2009 г. министърът на образованието и науката сключи споразумение за сътрудничество с председателите на шестте национално представителни работодателски организации. На 25 септември министър Фандъкова проведе работна среща с председателите на същите организации. Целта бе да се активира процеса за общи действия и споделяне на отговорностите за модернизирани на професионалното образование и обучение като фактор за осигуряване на конкурентноспособна работна сила и за подобряване пригодността за заетост.

Слава Хинкова

## ЗАВЪРШИ КОНКУРСЪТ TRIUMPH INSPIRATION AWARD '09

- 20-годишният Джеймс Нолан от Великобритания спечели първо място на световния финал с творението си „Огета и Огулия“
- Искрен Лозанов достойно представи страната ни в Милано с произведението си „Ден и нощ“

На грандиозен финал, който се проведе по време на първия ден от седмицата на модата в музея на дизайна „Triennale di Milano“, 28-те финалиста от конкурса Triumph Inspiration Award '09 представиха своите вдъхновяващи модни творения.

Победител стана 20-годишният Джеймс Нолан от Великобритания с впечатляващата си интерпретация на „Огета и Огулия“. Като награда той получи 15 000 евро и възможността моделът му да бъде адаптиран от професионалния дизайнерски екип на Triumph и пуснат като лимитирана серия през 2010 година в по-брани бутици на марката по цял свят. Второ място и наградата от 10 000 евро грабна 28-годишната студентка от Австралия Катинка Пул с творението си „Пристигни мираж“, а трета в надпреварата стана 24-годишната израелка Шани Елкин с произведението си „Иерусалим“, която спечели 5 000 евро.

Българският финалист от Националната художествена академия Искрен Лозанов достойно представи България на световния финал на конкурса. Произведението му „Ден и нощ“, което е инспирирано от гения в изкуството на 20-ти век – Пабло Пикасо, бе класирано на второ място в онлайн надпреварата на конкурса. Звездното експертно жури, което имаше трудната задача да избере най-креативната и творческа интерпретация на тазгодишното мото на конкурса „Икони“, бе в състав: двукратната носителка на „Оскар“ Хилари Суонк, главната редакторка на „Вог“ Италия – Франка Созани, световноизвестният модел Чи Чи, италианският моден фотограф Джовани Гастел, Вики Хасан – творчески директор и един от основателите на „Miss Sixty“ и Ян Розенберг – директор международни продажби и маркетинг на „Triumph International“.

- Снимки:
1. Моделът „Иерусалим“, класиран на трето място, творението „Пристигни мираж“, заемащо втора позиция, и моделът победител – „Огета и Огулия“ (от ляво на дясно).
  2. Джеймс Нолан и произведението му „Огета и Огулия“.
  3. и 4. Творението на Джеймс Нолан, класирано на първо място на световния финал.
  5. Произведението „Пристигни мираж“ на студентката от Австралия бе класирано на второ място.
  6. Моделът от Израел – „Иерусалим“ на Шани Елкин зае трета позиция в надпреварата.
  7. Творението на Искрен Лозанов – „Ден и нощ“.



**НАШИЯТ КОНКУРС**

**Представяме ви новите участници**

**Доротей Вълчкова**



Доротей Кирчева Вълчкова е родена на 31 юли 1983 г. През 2002 г. завършва техникума по облекло "Княгиня Мария Луиза" в София, през 2006 г. – Нов български университет, специалност Моден дизайн бакалавърска степен, а две години по-късно се дипломира и като магистър. Говори английски, немски и италиански език. Практикувала е в модна къща "Цветелина" в София и ТПК "Д.Благовест". От 2003 г. насам участва всяка година в модни ревюта на Нов български университет със свои авторски колекции с оригинални названия – "Улична красота", "Страст", "Обществото на маските". През май 2005 г. участва в оперния фестивал в Стара Загора с проекти на костюмите за "Auda", след това – в ревюта на НБУ в Благоевград – в младежкия фестивал "Евроарт", в дипломното ревю в МИЦ – колекция "Обвивки". През 2007 г. се представя на текстилното изложение HEIMTEXTIL – Франкфурт, както и в конкурса на L'oreal в х-л "Кемпински Зографски" с колекция "Nude", а след това и с колекция "Sweet". Последното ѝ участие е през 2008 г. в дипломното ревю в МИЦ с колекция "LAZY", която ви представяме сега.



**Десислава Матева**



Провокира ме темата „Мода за бременни“ и затова изпращам два модела. Единият от които представлява свободен гащеризон, който се пристяга съвсем леко ниско в талията, материята трябва да е трико, за да осигурява

максимален комфорт при движение. За по-завършена визия съм добавила шал с ресни и чанта.

Вторият модел е туника, която има пришито бижу в областта на бюстчето, обшито с маниста. Знам че тази година се гледа с особено добро око на бижутата от текстил, затова съм вградила в туниката този довършителен аксесоар. Туниката може да бъде комбинирана с клин или да се носи самостоятелно като рокля, но не през този месец, разбира се. Може да се носи с поло в по-студените дни. Ако туниката се ушие с две лица, то може едната да е десенирана, например тази, която е отдолу и да се обръща долната част като наметка и така да изпълнява две функции едновременно. За жалост на съм го нарисувала, но дано да съм го обяснила както трябва. Замисълът на втория модел е да бъде многофункционално облекло, което да дава самочувствие и комфорт на една дама, която иска да запази стила си дори и през този специален етап. Същото важи и за първия модел.

Деси е студентка трети курс по моден дизайн във ВСУ "Черноризец Храбър" – Варна



**Колонка на специалиста**

**Аксиния Милева:**

**Предизвикателствата на трикотажа**

**При проектиране на трикотажни облекла трябва да подчертаем колко меко обгръща тялото тази материя**



Аксиния Милева е родена в Благоевград. Завършила е Художествената гимназия „И.Петров“ в София (1978 г.), а след това ВИИИ „Николай Павлович“, специалност сценография (1983 г.). В професионалния ѝ опит се вписват работата като сценограф в куклените театри в Габрово и Варна, в Драматичния театър в Благоевград, като преподавател по рисуване, проектиране и художествено оформление на облеклото в ЧПК „Арт-Авангард“ – София. Сред допълнителните ѝ умения са иконопис, рисуване върху коприна и илюстрации. Подготвя кандидат студиенти по рисуване и моден дизайн.

Вече се усеща сутрешният хлад на настъпващата есен. Прозрачните и тънки материали отстъпват място на памучните – трико, кадифе, деним...

Комбиниране къс и дълъг ръкав, пола с клин, бялата рокля с елегантно сако без хастар или малко болеро. А може би и един фин дантелен шал, който да ни спаси в последния момент и да придобие завършен вид на нашия тоалет. Меките трикотажни платове позволяват свободно драпиране и закачливо наслояване. В зависимост от сплитката, вида на преждата и цвевото съчетание се определя качеството и структурата на плата. А познанието им помага на дизайнера да намери най-подходящия вариант за колекцията според сезона и модните тенденции.

Например пола на Волани с потник и елек е подходящ вариант за всекидневно облекло за края на лятото и началото на есента. Или панталон с боди и дълга фина жилетка, ръчно изплетена с ефектни релефни фигури.

При проектиране на трикотажни облекла трябва да подчертаем колко меко обгръща тялото този плат и в същото време как пада надолу в ясно изразени фалди. Ако пък говорим за ръчно плетиво, трябва да отделим внимание на конкретните форми и фактури. Бихме могли да включим и етно-мотиви от някоя част на света според модните тенденции за този сезон. Детският трикотаж е необятна тема, а мъжкият е сериозно и деликатно предизвикателство. Трикотажно като плат има своя специфика, а всяка прежда носи много разнообразие. Опитайте да включите и сет-комбинация и ще се изненадате какви възможности предлага тази тема. С новите технологии идват и нови идеи – еко и нано нишки, които позволяват тялото ни да диша в елегантна и модна обвивка.



**НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ ДЕПАРТАМЕНТ „ПЛАСТИЧНИ ИЗКУСТВА“**

В своите Бакалавърски, Магистърски факултет и във Факултета за базово образование НБУ предлага широк спектър от специалности, свързани с модата, приложните изкуства и съвременния начин на живот.

Департамент „Пластични изкуства“ е изграден и функционира по модели на западноевропейски и северноамерикански университети и няма аналогична структура в България – с бакалавърската програма „Пластични изкуства и архитектура“ с шест модула: „Архитектура“, „Живопис“, „Интериорен и пространствен дизайн“, „Мода“, „Текстил“ и „Художествено стъкло“ и магистърската програма „Моден дизайн на облеклото“.

Специалността „Мода и текстил“ дава въз-

можност на завършилите студенти да проектират и конструират мъжки, дамски и детски облекла и аксесоарите към тях, както и уникален текстил, да консултират и ръководят дизайнерски бюра в областта на модата или текстила, да представят и рекламират изделията.

Завършилите програмата „Моден дизайн на облеклото“ притежават основни знания в областта на теорията и историята на модния дизайн и умения за основите на художествено-творческата практика – моден дизайн; художествено проектиране и конструиране в областта на модата; маркетинг и мениджмънт, реклама и модна фотография.

Корпус 1, стая 206, тел. 8110 266/ в. 1266, тел./факс 8110 255

**НАШИЯТ КОНКУРС ПРОДЪЛЖАВА**

**„СВЕТЪТ Е МАЛЪК, ОБЛЕЧЕТЕ ГО!“**

**Актуална тема**

**„Дреха за двама“ (идеи за бременни)**

**Голямата награда – маркова шевна машина**

За всички, допуснати до заключителния етап на конкурса, ще бъдат осигурени тъкани за изработване на премираните модели. Ще бъде организирано ревю-борса с медийно отразяване. Регламент за участие: учачи в специализираните училища за мода, колежи и ВУЗ-ове и завършилите през миналата година. Представете идеите си на формат А4, с описание на тъканите, които ще използвате. Може да приложите и мострички. Придружете рисунката с кратка информация за себе си, своя снимка и телефон за връзка. Млади моделиери, за да се включите в конкурса, изпратете ни конструкторски проект на избран от вас модел.

Очакваме вашите проекти на адрес: София 1000, ул. Иван Вазов 12, офис 317/2 Дева + или по e-mail: deva\_konkurs@abv.bg e-mail: deva\_konkurs2@abv.bg

Оригинални тоалети от плетиво предлага фирма **"Silver day"** Самоков, ул. "Търговска", №20, Тел. 0722/66280,



Фирмен магазин в София, бул. "Цар Борис I" № 94А, GSM: 0898/697-076

## Ателие "ДАКА СТИЛ"

### Производител на дамска конфекция

"Дака Стил" произвежда фирмени облекла – конфекция и по индивидуална поръчка, които са предназначени за офиси, хотели, банки, ресторанти, клубове, казина и т.н. Предстои разработването на широка гама от ученически униформи. Ако за Вас и вашата работа униформата е необходима, моля започвайте при нас.

Фирмени магазини за дамска и мъжка мода:  
София, ул. „Алабин“ 34, тел.: 988 37 83,  
ул. „Княз Борис“ 131, тел.: 988 47 25,  
ул. „Ангел Кънчев“ 18 А, тел.: 981 92 29,  
ул. „Граф Игнатиев“ 32

В магазините на фирмата се продават и облекла от други български производители. Телефон за връзка: 02/ 851 22 50  
www.dakastylebg.com

### МАШИННА БРОДЕРИЯ НА РЕКЛАМНИ ФЛАНЕЛКИ И СИТОПЕЧАТ

Фирмата е основана през 1997 година. Основните ни клиенти са водещи рекламни агенции, като Номер Едно Адвъртайзинг, Берси и др. Основната ни дейност е:  
- изработка на бродировачни програми  
- бродерия  
- продажби на тениски и шапки  
За контакти:  
Нино Фатахи  
0899 93 88 67; 0878 18 81 00  
Адрес жк Люлин 6, ТПК"Д. Благоев"/Дом на услуги-те/ www.broderia.eu

## МК "НЮЕЛ"

Артистични и практични облекла  
София, ул. „Тунджа“ 20  
Тел. 02/ 952 26 01  
e-mail: njuel@abv.bg

### Ателиета и магазини

МАГАЗИН "В ЦАРСТВОТО НА ПЛАТОВЕТЕ"  
Бул. "Пенчо Славейков" № 19,  
тел. 851 - 19 - 38, 951 - 54 - 77  
Шифони, органза, жакарди, кадифета, сатени, естествена коприна (сурова и рециклирана), тафти и купро тјол, дантели, жоржети...  
И много други уникални френски тъкани, които няма да намерите на друго място!  
www.fistad.com

## "ПИРОС" ООД

Произвежда дамски трикотажни облекла. Работи като подизпълнител на фирми от Испания, Германия и Гърция. Разработва и собствени колекции.  
Адрес: гр. Сандански, Индустриална зона.  
Лице за контакт: Володя Стоянов  
Тел.: 0746/31005, 31130, факс: 0746/31127  
e-mail: piros@mail.bg

## ЕЛЕГАНС СТИЛ

Платове на едро  
Пловдив, бул. „6-ти септември“ 258  
/срещу завод Чапка/  
Тел./факс: 032/62 77 86  
Моб: 0887 29 93 32  
e-mail: elegance\_style@abv.bg

## ТПК „Димитър Благоев“ София

Предлага размножаване на кройки на САД система, създаване на маркери и определяне на разходни норми. Работи и по заявки на клиента. Приема поръчки за ученически униформи.  
ТПК "Д. Благоев" предлага модерни облекла във фирмения магазин "София", ул. "Солунска" 4  
Предлага и възможност за почивка в базата в село Лозенец  
За информация:  
инж. Мариана Димитрова  
Тел.: 927 56 77, 987 40 62  
www.blagoevtpk.com



### ВНОС НА ПЛАТОВЕ ОТ ИТАЛИЯ, ФРАНЦИЯ И ШВЕЙЦАРИЯ

"Лацовски" ООД присъства на българския пазар вече единнадесет години. Основна дейност на фирмата е внос на платове от Италия, Франция и Швейцария. Тя е представител на световно известни фирми в бранша: "Vitalе Barberis Canonico S.P.A." – финна вълна; „Cotonificio Carlo Bonomi S.P.A.“ – памук; „Tessitura Monti S.P.A.“ – ризарски платове; „Ezio Ghiringhelli S.P.A.“ – хастару; „Sprintex S.A.S.“ (Франция) и много други. Фирмата предлага изключително богат избор и продуктово многообразие на ниски цени.

"Лацовски" работи със стокови и регулярни материали и разполага с големи складови наличности.

ПОСЕЩЕНИЕ С МОСТРИ ДО КЛИЕНТА  
БЕЗПЛАТЕН ТРАНСПОРТ ДО КЛИЕНТА

### БАЗА СКЛАД НА ЕДРО

София 1186  
бул. Цариградско шосе 90  
факс: 02/ 973 67 25  
тел: 02/ 973 62 18  
02/ 489 45 78  
GSM: 0887 306 662  
0898 449 621

### МАГАЗИН НА ДРЕБНО

София 1000  
ул. „Св. Кирил и Методий 27“  
тел.: 02 / 983 31 68  
GSM: 0887 515 707  
www.latzovski.com

## Li Edelkoort - пророкът на бизнес трендове

(продължение от стр. 2)



Edelkoort (крайната в дясно) в разговор с дизайнери и журналисти

Течението е в своя край, а средата на пътя е съюзник на мъртвия край, казва Edelkoort. Когато се говори за лафстайл, индустрията, тя вижда нашето общество на нова позиция, ние започваме да забавяме ритъма и да взимаме нещата не толкова прибързано. И още нещо, хората търсят повече автентичност и честност, за да удостоят истината и директни комуникации.

### Мисълта за доброто – влиза или излиза този тренд?

Дали доброто е вътре или вън?  
В очите на Edelkoort, индустрията, произвеждаща добро, е на път да процъфти. Нейната теория е, че в тези времена на терористични атаки, природни бедствия и икономически кризи, хората имат по-голям копнеж от всякога не само за сигурност, но и за чувство на комфорт, спокойствие и баланс. Желанието за доброто съществуване ще бъде подбуждаща сила, минаваща през всеки аспект на нашия живот. Тя ще бъде видима например по това как хората прекарват свободното си време. Взимането на гъла ваканция всяка година няма да бъде толкова важно, както да имаме възможност да разпускате ежедневно – „всеки ден ваканция“. Хората ще създадат техния свят на доброто съществуване в къщи, където ще могат да се гледат и заобикалят с неща, които им дават чувство за стабилност, отпускане и баланс. Тези неща могат да бъдат най-високо ка-

чество храна, луксозно интериорно обзавеждане, както и изключителни продукти за тялото и грижа за косата. Този лафстайл ще има огромно значение за това, как ние се храним, казва Edelkoort. Храните, напитките и козметиките ще заемат сериозно място в търсенето на хората на нови вкусове и задоволяване на сетивата, което ще отключи истинско наводнение от нови продукти на потребителския пазар.

### Демократизация на лукса

Edelkoort се съгласява, че луксът ще бъде на фокус в бъдещото потребителско поведение. Ето защо тя вижда голям потенциал за растеж на пазара на луксозните артикули. Тя записва термина „демократизация на лукса“, за да опише това развитие, което включва избледняващата линия между ексклузивните брандове и стоките с намалени цени. Според нейното мнение, това ще доведе до задънена улица – потребителите ще искат или Zara или Prada, H&M или Hermes, но нищо по средата. Концепцията за лукс се променя драматично в последните години и тя днес включва да ядем здравословна храна, да се грижим за себе си и да се чувстваме добре. Новият вид лукс който се възражда, включва високо качество и устойчиви продукти. Тези продукти ще се подобряват с времето и потребителите ще усещат връзка с тях. Edelkoort съветва компаниите да се подготвят за тази нова вълна на лукса.

### Прави ли Edelkoort грешки в нейните прогнози?

Никога не е правила грешки, опитна самата тя с увереност, въпреки че има неправилни преценки по отношение на продължителността на някои трендове. Налице е риск от преувеличаване или подценяване задържането на един тренд във времето. Най-трудното нещо е да се калкулира точното време и продължителност на тренда.  
Тренд изследователите не могат да опишат нищо, което вече не съществува, обяснява тя, те не могат да изобретят трендове. „Изучаването на трендовете няма нищо общо с вътрешното усещане или креативността. За да обобщим, това, което аз правя, е да уловя, да документирам, интерпретирам и предам напътна информация“, описва работата си Li Edelkoort, която е станала и хоби на нейния живот.

Източник: Lidewij Edelkoort: The Business World's Trend Prophet, Symrise. 2008  
Wikipedia

## Дизайн студио

Графичен дизайн,  
предпечатна подготовка на  
рекламни материали -  
брошури, каталози,  
рекламни карета

Тел.: 0896 88 49 88  
e-mail: bistra\_griveva@mail.bg  
Бистра Грувева



### ANEW REVERSALIST

Продуктите стимулират самовъзстановяването на кожата и обръщат процеса на образуване на бръчки в обратна посока.

### За първи път формула с Активинол

Технология Активинол стимулира производството на Активин и спомага за възстановяването на кожата, за разкриването на по-млада и свежа кожа, за обръщане процеса на образуване на бръчки.

Продуктите са подходящи за хора над 35 години със средно забележими следи от остаряване, с по-дълбоки бръчки, с обезцветявания, с отпусната кожа

## AVON

### Подмладяващ нощен крем ANEW REVERSALIST

Спомощта на копринено меката текстура на крема ще усетите кожата си значително подмладена.  
При над 80% от жените се наблюдава изпъване на бръчките\*  
\*Сред хората, изразили мнение при потребителско проучване (#08-200)  
Количество: 50 мл  
Цена: 35.00

### Подмладяващ серум ANEW REVERSALIST

Кожата изглежда и се усеща видимо подмладена.  
75% от жените чувстват кожата си обновена само за една нощ\*  
\*4седмично потребителско проучване #08-200 сред 168 души  
Количество: 30 мл  
Цена: 45.00



софсправка®  
национална информационна система  
СТАНЕТЕ АБОНАТИ СЕГА!  
980 22 22 987 44 22  
987 44 11 987 44 33  
www.sofspravka.com

Ние ви помагаме да правите мода!  
www.inatrading.com

Li Edelkoort започва своята кариера като купувач за департамент магазини в Холандия и през 1975 година се премества в Париж, където създава консултантско тренд сдружение. Тя стои начело на Trend Union, доставящи два пъти в годината информация за цветовете и лайфстайл на дизайнерското общество и е президент на на Edelkoort Inc., консултантска компания с офиси в Paris, New York и Токуо.  
На 22 февруари 2008 година, тя е наградена от френския министър на културата Didier Grumbach, който я удостоява с Chevalier des Arts et des Lettres в признание на нейния артистичен и литературен създателен принос към френската и международната култура.  
Li Edelkoort, получава и почетната титла Доктор на изкуствата от Nottingham Trent University във Великобритания на церемония на 15 юли 2008 година.  
Днес тя живее в Нормандия, Франция.

## ГОРЕЦО ОТ НЮ ЙОРК

Със запазената си марка – артистичния минимализъм – Франциско Коста подмени остриите ъгли и тъмните цветове на своята есенна линия със смежчени, органични форми и отразяващи светлината неутрални цветове. Пролетната колекция за Калвин Клайн бе повече чувствена, отколкото крещящо секси – както и по-младежка като усещане в сравнение с последните му опити. Ревюто започна с бяла рокля тип балон, с един ръкав, която, като найлоновото палто с пришити елементи, което се появи на подиума няколко модела по-късно, караше публиката да затаява дъх след нея. Когато не експериментира с обема, Коста създава интересни текстури: напластен и надупчен памучен муселин за широка риза или ръчно плетена и на ситни плетета рокля. Разигравяйки натуралното срещу техното и прозрачното срещу непрозрачното, дизайнерът пусна мюхерни жакардни обемни рокли, които преливаха от черно, през кафяво до сиво и показваха едва забележима плът. Единственото отклонение от земните цветове в палитрата на ревюто е група набръчкани копринено-памучни широки рокли (tank dresses) и асиметричните променящи се цветове в бледо синкавозелено, лимоненожълто, коралово и нефритено. Ефирността на тези рокли отправяха едно послание – спокойната красота на колекцията на Коста.

Калвин Клайн залажи на прозрачните материали и в новата си колекция мъжки облекла за пролет 2010, показана на Седмицата на модата в Милано, като половината от дрехите бяха изключително ефирни, прозрачни и често прозиращи.

Нито един дизайнер не е овладял високотехнологичните материали така добре, както креативният директор на Калвин Клайн Итало Зукелли, чиито експерименти с „текстурата“ го превръщат в най-авангардния дизайнер в света. „Весел, оптимистичен и прозрачен“, обоичи Зукелли след ревюто. В колекцията на модната марка можеха да се видят ярки прозрачни шифери, копринени и почти безплътни кожени облекла и спортни сребристи якета с прозрачни ръкави. Шоуто показа по изящен начин съвременната мода – от тъканите и силуетите до цветната палитра от огнено червено до модерния мози сезон тюркоаз.

### КАЛВИН СИ ОСТАВА КОРИФЕЯТ

Да примомним, кой е той. Калвин Клайн е роден на 19 ноември 1942 г. в Бронкс, Ню Йорк. Още в тинейджърска възраст се разпалва страстта му към модата и рисуването, като често прекарва часове в скицирането на жени в костюми и рокли. Той се дипломира в колежа по изкуства и дизайн и следва в Модния институт по технологии в Манхатън, където среща Жауе Centre. През 1964 г. те се оженват, а това е две години след като Klein приключва следването си.

Вдъхновен от свежия и непретенциозен урбанистичен стил на нюйоркската младеж, той създава своя собствена компания през 1968 г. с финансовата подкрепа на приятеля си от детството Barry Schwartz, наема няколко жени, които да изработват ръчно създадените от него модели.

В началото на 70-те той представя своята запазена марка дънки, които срязва по различен начин и поставя името си на задния джоб.

Следва и провокативна реклама – 15-годишната тогава Брук Шилдс казва „Нищо не може да застане между мен и моите Calvins“, с което предизвиква интереса на хората, които започват да купуват по 40 хиляди чифта на седмица.

През 1982 г., дизайнерът добавя своя стил и лого на боксерите и слипове и създава обширен пазар на бельо.

През годините, Клайн е многократно критикуван за въздесъщите си и спорни рекламни кампании, най-вече тези с участието на Kate Moss, Mark Wahlberg и Antonio Sabato Jr.

Клайн получава многократно признание за работата и таланта си. Той печели Coty Award през 1973, 1974 и 1975 г., което го прави най-младия дизайнер, отличен с тази награда, а също така и Council of Fashion Designers of America Award за дизайн на дамско и мъжко облекло за годините 1982, 1983, и 1986 г.

Дизайнерът е член на няколко комитета, като Council of Fashion Designers of America, Клайн е любимец на звезди като Julia Roberts, Gwyneth Paltrow и Helen Hunt, както и на такива дизайнери като Miuccia Prada и Donna Karan.

Преди да се разведа през 1974 г., Клайн и Джейн имат дъщеричка Марси. През 1986, Klein се жени за Kelly Rector, но и този брак не просъществува.

# КАЛВИН КЛАЙН ПРЕДСТАВИ

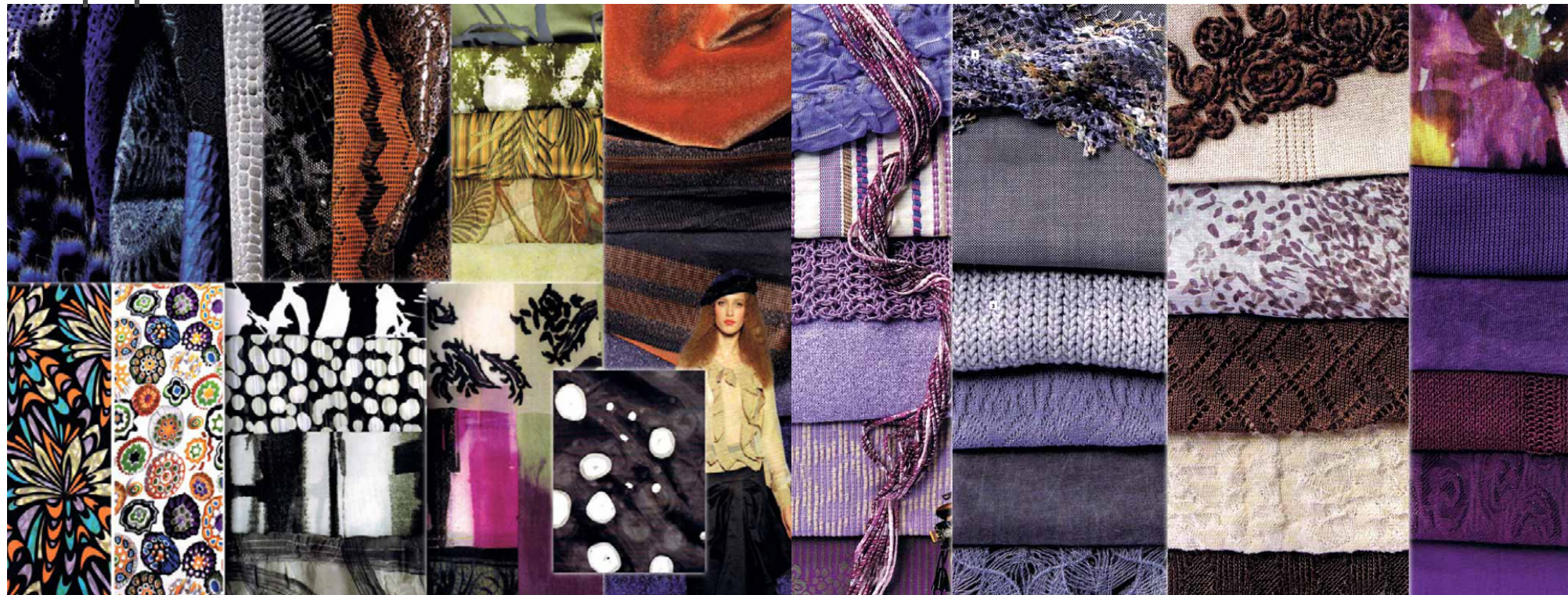
## КОЛЕКЦИЯ ПРОЛЕТ 2010



# Модни тенденции пролет-лято 2010 Омайващо

За професионалисти

Тема 3



## Дамско облекло

**Графичност, умалени размери, елегантност, чувствен модернизъм и лукс**

Елегантност и намалена строгост, страст и лукс са ключовите думи около тази тема. Тя играе с контрастите и стъпва на модернизма, който придава строгост и чувственост, в елегантен здрач, луксозни тъкани и прецизни форми. Облекла с мъжки стил използват падащи материали, дамския стил се характеризира със строгост, допълнена от призматични и ослепителни аксесоари. Този стил представя форми на семпли сака и якета, стройни  $\frac{3}{4}$  и навиващи се панталони, обгръщащи талията костюми, рокли, изчистени блузи и джосови фино плетени изделия. Тъканите със значение са монохромни сатени в кремави тонове, падащи крепове, прани коприни, геометрични бродерии и щампи, вдъхновени от архитектурата и десени на петна. Цветовата гама е тъмна и елегантна, допълнена от светло-тъмен микс от цветни блокове и дизайн.

## Стил

Изчистени сака с  $\frac{3}{4}$  ръкави и обгръщащи форми, щипови якета и блейзери с подчертана талия, луксозни дъги като риза и по талията рокли, туники, обгръщащия, изчистени блузи и топс в монохромни тонове и графични щампи.

## Цветовете

Елегантни и тъмни в тон на лава, дърво, мастилено синьо, черно лале с акценти в бяло, сиво и светло-тъмен микс.

## Тъкани

Супер фини джосови вълнени, сатенени, крепове, фасоне, стреч, копринени сатени, прана коприна, тафта, плати, графични релефи, блещукане, лъскави ефекти, мачкани, металчески покрития, излъскан деним, кожена оптика, геометрични бродерии с лъскави ефекти, щампи и камъни.

## Десени

Мозайчни и огледални десени, втъкани рисунки и щампи на животни, мотиви с галони, стилизирани десени на цветя и растителни листа, дъбуцветни орнаменти.

## Мъжко облекло

Мъжествено, стройно-елегантно, класическо и ком-фортно.

Елегантно, но не и сковано, дискриминиращо и натурално, луксозно и намалено. Темата показва елегантност и играе с контрастите. Елегантност и комфорт, мъжествени форми и свобода са представени в прецизен стил, направени от висококачествени материали. Темата стъпва на модернизма и изискаността, микс на лукс и природа, влагайки дизайн и патина в благородни тъкани. Костюми и комбинации с блейзери показват широки панталони, вталени костюми имат заоблени рамена и тесни ревери, кариран сака са в микс с кариран ризи, сатенени ризи са използвани с бермуда панталони в геометрични щампи. Тъканите са висококачествени и елегантни в меки джосове, лъскаво докосване, меланжи, маркирани карета, избелели ефекти, изтъкани структури. Цветовите тоналности са мъжки и елегантни в неутрален светло-тъмен микс.

## Стил

Костюмите са прибрани в талията, едно- и двуредно за-копчаване, със заоблени рамена, тесни ревери, шал яки, широки или прави панталони, единични или двубойни тъкани и блейзери с контрастни контури, комбинирани с пижамести панталони, широки панталони, сатенени и щампирани ризи, бермуда панталони и шорти в джос и щампи.

## Цветовете

Елегантни, благородни и изтънчени тонове, лава, камък, дърво, сенчесто синьо, растителни акценти в маслени, маслинен и земни тонове.

## Тъкани

Много фини, леки вълнени тъкани в джосови цветове, меланж, лъскаво докосване, излъскана коприна, микро-дизайн, вертикални и кариран ефекти, свежи памучни тъкани, избелели оптики, лъскави ризарски тъкани, прана коприна, щампи и излъскана деним оптика.

## Десени

Графични карета, дискретни карета и пижамести микро-десени, Vichy карета, размазани щампи, десени на цветя и с растителни листа.



Този материал достига до вас благодарение на швейцарската програма SIPPO



# и цветно лято



**Прежди**

Най-фини прежди във вълна, памук, вискоза, синтетика, меки кремови прежди, матови крепове, матово лъскаво и дву-компонентно мулне, сатенени и излъскани ефекти, прозрачни и влакнести ефекти, меланжи, миксове от памук и лен. Преждите са все по-фини. Копринени и благородни вълнени артикули са смесени с вискоза и полиамид. Целта е да се създаде усещане за нематериалност и свежест.

**ПЛЕТИВО**

**Дамско облекло**

Тази тема играе с контрастите. Тя се базира на модернизма, който издава едновременно строгост и чувствителност. Визионерска и концептуална. Напрежението се създава от лозунга „по-малкото е повече“ и внимателно поставени ефекти. Контурът на силуета е задължителен. Изчистени и опростени линии обгръщат тялото. Ново, релаксиращо висококачествено облекло, обаятелно, но и приемливо.

**Форми**

Асиметрични форми, графични цветни блокове, интарзия, мотиви и оптически ефекти, поставени от една страна превеждат идеята за перфекционизъм и високо качество в компактни джърсите и фини плетива. Благородни, фини с V-форма на деколтето изделия, вдъбнати деколтета и жилетки с контрастни детайли.

**Десени**

Геометрични, мозаични и огледални мотиви, едностранни мотиви на интарзия, мотиви с животни, двуцветни орнаментни и галонени елементи.

**Мъжко облекло**

Има признание за модернизма. Техническо, но не недостъпен материализъм ни показва висока степен на функционалност и „cool“ усещане. Фини и изтънчени материали са смесени с тренда за връщане към природата. Дизайнът и патината са материализирани в благородни плетива.

**Форми**

Фино плетени с контрастно окрайчване и контури,

дъгови лъмбър жилетки с жбове и ципови детайли, кожни миксове, фронтални ципове и фини детайли.

**Десени**

Оптически ефекти, микро-дизайни, неясни мотиви, раета, карета.

**Акcesoари**

**Материали**

- с технически, полиран край
- патент имитация на крокодилска кожа. Това е и големия „любимец“ на темата.
- Чанти
  - Чанти с модерна функционалност, големи ципове и капси.
  - Дръжката се доказва също.
  - Чантите са особено задължителни за вечерта.
  - Освен правоъгълните форми, меките и заоблени варианти влизат повече и повече в действие.
  - Меки чанти, носени в ръка се трансферират в нагорещите задължителни „да ги имаме“.
  - Вариантите на дръжките черпят многообразие от рога на изобилието, като куфарни, декоративни и ве-

- рижни дръжки.
- Вратовръзки
- Тесни едноцветни вратовръзки
- Колани и обувки
- Футуристични колани
- Челси боти
- Дизайнерски гуминетки
- Обувки до глезена като такива на високи токове с преплетени тесни презрамки, както и такива, показващи пръстите или до глезена боти с галони или ципове са абсолютна новина.
- Бижутерия
  - Бижутерията остава изобилна, но е композирана от малки части и изделия.
  - Графична интарзия в гривни, верижни елементи и обци

За да видите илюстрациите на тенденциите трябва да се свали pdf (2Mb). Този материал достига до вас, благодарение на швейцарската програма SIPPO. Информацията не може да бъде използвана от организации, които предоставят услуги и знания срещу заплащане.

# Акcesoари и бижутерия



# НОВ КОНКУРС



Модна графика: Михалева Жекова

## „Лицата на Европа в модата и дизайна”

Конкурсът се осъществява с подкрепата на Европейския съюз и програмата „Младежта в действие” и се организира от Сдружение „Подкрепа за дебют”

### Регламент

Възраст на участниците: между 15 и 25 години. Няма ограничения за специално образование. Параметри на творбите: първоначално от участниците ще изискваме да изпратят само идейните си проекти за дизайн на грехи, шапка, аксесоар, или предмет за интериорен дизайн, базирани на специфични елементи от културите на други народи от Европейския съюз, които да бъдат преработени според тяхното разбиране за дизайн в нови форми и образи. Проектите да са собственоръчно нарисувани върху картон или хартия. Размерите на проектите трябва да бъдат формат А4, или А3, максимално

до 50/70 см.. Същото важи и за фотографиите. **Селекция:** Всички постъпили проекти ще бъдат оценявани по следните критерии:

- интерпретация на темата
- креативност и оригиналност
- яснота на посланието
- универсалност на посланието
- способност да се ангажира вниманието на публиката.

### Времетраене на конкурса:

от 20-ти септември до 31-ви октомври. Разглеждането на творбите ще се осъществи от 1-ви до 5-ти ноември.

Ще се номинират 15 от участниците, които ще бъдат подпомогнати от инициативната група млади хора, както и от професионалисти в бранша да реализират проектните си идеи до 30 ноември. В заключение, в началото на декември ще се организира модно дефиле на готовите модели и изложба на предметите за интериорен дизайн пред публика от професионалисти и медии и ще се проведе пресконференция на тема „Възможности за развитие и реализация на млади таланти”. За да направят своите творби младите хора трябва да проучат особеностите на различните европейски национални култури. Да развият

творческите си способности чрез търсене на специфични елементи от културите на други народи, които да претворят, според тяхното разбиране за дизайн, в нови форми и образи. В този процес те ще открият многообразието на Европа във форми и цветове. Проектът е пряко свързан с годишния приоритет през 2009 г. - за Европейска година на творчеството и иновациите.

Конкурсът се осъществява с подкрепата на Европейския съюз и програмата „Младежта в действие”



ГД Образование и култура

Програма „Младежта в действие”



Младеж