



Том Браун



Moncler Gamme Bleu, осень-зима 2010/11

никого уговаривать не приходится – классика от Брауна узнаваема, она отличает современных и успешных мужчин.

Американский дизайнер не зря брал уроки живописи и пробовал себя в качестве актера в Лос-Анджелесе на заре своей юности. Творческие навыки помогают ему делать громкие постановки на самых оригинальных площадках города. Вчера Том Браун показывал модное шоу в бассейне, запустив итальянскую национальную сборную в рекордный заплыв, а сегодня устраивает Tour de France под симфоническую обработку Queen's Bycycle. Вместо подиума – мягкое резиновое поле, вместо



Moncler Gamme Bleu, осень-зима 2010/11

финального выхода моделей – прогон на спортивных велосипедах. В результате – восторженные отклики критиков, видеоролики на YouTube и очереди в магазинах на новую коллекцию! Для Руффини выбор Тома Брауна – попадание в десятку. Более прогрессивного дизайнера, продвигающего мужской стиль, сложно найти. Ремо Руффини считает, что секрет успеха не только в творческом, но и в универсальном подходе к созданию имиджа. Стильный? – Да. Одетый на все случаи жизни? – Безусловно. В спортивной куртке, дождевике или лыжных ботинках мужчина Moncler смотрится так же органично и элегантно, как в костюме.

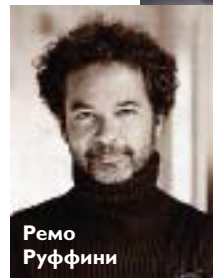
СПОРТИВНОЕ НАЧАЛО

Когда-то от Moncler никто не ожидал ничего, кроме новых вариаций на тему курток. Благодаря гениальному подходу Ремо Руффини и таланту Тома Брауна сегодня марка представляет новый взгляд на мужскую моду. Текст: Екатерина Лавровская

Ремо Руффини было 14 лет, когда из окна миланского кафе он смотрел на парней в модных тогда спортивных куртках и мечтал о такой же. Мечты осуществились с лихвой – спустя много лет Ремо стал президентом и креативным директором Moncler, компании, выпускающей лучшие спортивные куртки в мире.

В кратчайшие сроки Руффини удалось поменять спортивный акцент бренда на модный и сделать одежду Moncler предметом must-have. Взять, к примеру, мужской пиджак, так называемый global down jacket («пиджак на все случаи жизни»). Как только с ним не экспериментировал молодой директор! Создавались коллекции в творческом тандеме с домами Balenciaga и Junya Watanabe, что, разумеется, не могло не сказаться на инновативности стиля и некоторой оригинальности кроя классического пиджака. В своих интервью Ремо не устает повторять, что его цель – смена стратегии и отказ от всего лишнего. Да и вообще, он полагает, что в современном мире успешные маркетинговые стратегии решают все. Отсюда и продуманная шокирующая реклама, и новаторский дизайн магазинов, и модные дефиле, которые могут поспорить с любым бродвейским шоу, и сотрудничество с самыми талантливыми на сегодня дизайнерами.

С 2009 года мужскую линию Moncler Gamme Bleu создает Том Браун, с самого начала своей карьеры ратующий за эволюцию мужской моды. Когда-то Том уговаривал друзей носить странные для того времени костюмы, которые он шил собственноручно в своей квартире в Верхнем Ист-Сайде. Теперь



Ремо Руффини



Финальный выход Тома Брауна на показе Moncler Gamme Bleu весна-лето 2011



Moncler Gamme Bleu, осень-зима 2010/11

Moncler Gamme Bleu, весна-лето 2011

Moncler Gamme Bleu, осень-зима 2009/10

ВЧЕРА БРАУН ПОКАЗЫВАЛ МОДНОЕ ШОУ В БАССЕЙНЕ, А СЕГОДНЯ УСТРАИВАЕТ TOUR DE FRANCE ПОД СИМФОНИЧЕСКУЮ ОБРАБОТКУ QUEEN'S BYCYCLE