

# «Мегаполис» Алексея Грекова

Моск. прав. 49. - 1995. - 11 окт. - с. 7.

## МОДА

Одно из самых светских событий прошлой недели - презентация новой коллекции прет-а-порте класса «люкс» Дома Grekoff в отеле Балчуг Kempinski. Как всегда ажиотаж: билеты дороги, круг гостей ограничен и изыскан, международный статус спонсоров крупнейшей авиакомпании мира Delta Air Lines и лидера индивидуального элитарного туризма S-Way International подчеркивают высокий ранг мероприятия.

Молодой русский кутюрье Алексей Греков становится не просто интересен, он приобретает репутацию модного дизайнера. Этому способствует отчасти то, что на Руси до сих пор никто не решился всерьез заняться культурой одежды. А парижскую моду считают единственно возможной. В этом хаосе Греков находит свою прайм-линию - создание индустрии моды, обслуживающей деловой мир России. Клиентами Дома Grekoff становятся политики, бизнесмены и деловые женщины. Потому что у них есть деньги, потребность в престижной одежде и авторитетном мнении стилиста.

6 октября в Отеле Балчуг Kempinski были представлены 140 моделей из новой осенне-зимней коллекции Алексея Грекова, объединенных темой «Мегаполис» и идеей поиска нового лица и образа завтрашнего дня.

Модели работали профессионально. За несколько секунд дефилирования по подиуму рождался выразительный образ. Лощеный денди, избалованный вниманием дам и финансовым успехом. Он складывался из деталей - светлый элегантный костюм и стильный кожаный жилет, уверенный и быстрый шаг, взгляд в никуда или с оттенком безразличия. Похоже, что именно с таким выражением лица носят дорогую одежду. Впрочем, можно быть сдержанно-деловым - серебристо-стальной костюм «тройка» или удлиненное пальто из кашемира придают облику светскость и благонадежность. Укороченная куртка из ширинга с капюшоном, руки в карманах и цепкие взгляды, брошенные в толпу, создают образ мужичины-охотника, привлекательного, бесцеремонного и уверенного в себе.

Конечно же, это всего лишь эмоциональная характеристика фрагмента non-stop 140 моделей Грекова. Только Алексей, как великие Лакруа или Лоран, сначала видит образ и только после создает рисунок и крой.

Он отлично чувствует время - русские, не новые, а просто русские, в ритме большого города стремятся выглядеть роскошно, дорого и элегантно. Сколько бы мы не протестовали против «бездуховного» лозунга «по одежке встречают...» - перспеktivность любого диалога или визита зависит от внешнего облика.

Алексей Греков всегда отдавал предпочтение натуральным



тканям - шелку, кашемиру, бархату, шерсти и естественным тонам. В этом сезоне дизайнер решил сделать основополагающим серый цвет. В то время как прошлогодним малиновым кашемировым пиджакам суждено «зависнуть» в гардеробах, этот «скучнейший» из цветов призван стать фаворитом. Однако все дело в фактуре материалов. Дорогая ткань, выполненная по специальной технологии, позволяет получить изысканный серебристо-стальной оттенок или яркий насыщенный мышинный. Стопроцентная шерсть «Тасмани» эффектна, немного грубовата, чем и создает ощущение объема, она не мнется и не лоснится и при этом отлично комбинируется с яркими деталями - галстуком, жилетом, рубашкой.

Женская линия не столь аскетична. Здесь Греков позволяет экспериментировать. В конце концов женщина имеет больше прав на экстравагантность. Кожаное укороченное платье-трапеция - черное и белое - было неожиданно и заслужило всплеск аплодисментов в зале. А вечерняя мини-коллекция из бархата разбила представление о Доме Grekoff как последнем оплоте сдержанной классики.

Полупрозрачный черный бархат-шифон поверх изумрудного или ярко-малинового платья в со-

четании с перчатками того же цвета и огромным бантом на шее. Черное велюровое платье-макси с огромным количеством разрезов на золотых застежках-«молниях». Точно такое же было в версии «мини». Любой модельер знает, что на вечеринках женщине особенно хочется быть привлекательной и броской. Необычность этих платьев - в игре на контрастах и настроении - иногда слишком яркий цвет, иногда «чрезмерно» прозрачная ткань. Но акценты смещены настолько правильно, что непреходяще ощущение женственности, романтизма и благородства.

Символом благополучия все равно остаются роскошные меха. Представленный мех настолько тонкой и качественной выделки, что оставалась под вопросом его «биография». На самом деле в этот раз Греков использовал ширинг и мех южноамериканского бобра. По принципу - чем больше меха, тем шикарнее - эти расклеванные мехи напоминали перокол и были бесконечны по периметру.

Экспансия моды Грекофф получает мощную поддержку в России и за рубежом. Символично, что спонсором показа в Балчуге стала одна из крупнейших авиакомпаний мира Delta Air Lines, единственная из американских компа-

ний, выполняющих рейсы между Россией и США.

Логичен вопрос к генеральному представителю компании Delta Роберту Ханну:

- Чем привлекает мода Алексея Грекова?

- Мне импонирует его верность классике и создание сдержанного дорогого стиля, - отвечает г-н Ханна. - А в сочетании с ярким, изысканным цветом - это очень эффектная и красивая одежда.

- Ощущается ли, что это именно русская мода?

- Я не эксперт, но есть что-то неуловимое в формах, линиях, особенно это проявилось в коллекции меховой одежды.

На вопрос, готов ли он одеться «у Грекофф», Роберт Ханна ответил: «Yes».

А чем же характерно отечественное мнение, так это цинизмом по отношению к любому проблеску новой эстетики и менталитета. В частности, Леонид Парфенов «намедни» заметил, что модели А.Грекова были интересны, но публика в зале была одета с большим вкусом. Наверное, он не знал, что половина гостей уже давно клиенты галереи Grekoff.

Ольга ПЕСКОВА.