



СПОРТ КАК ГЛОБАЛЬНЫЙ ТРЕНД: DREAMS BY CPM И МИРОВОЙ ОПЫТ

Аналитики прогнозируют, что спортивная эстетика не только останется в моде одной из основных, но и станет более сложной и многомерной. В этом году бренды вдохновляются крупными спортивными событиями – Олимпиадой в Париже и Евро-2024, субкультурными стилями, а также стремлением потребителей к комфорту – и все это, безусловно, найдет свое отражение в будущих коллекциях.

БЛОККОР И САМБА

Уличный стиль как глобальный тренд не уходит, но эволюционирует: об этом в конце прошлого года сообщила влиятельная исследовательская платформа EDITED. Одежда, основанная на простых спортивных силуэтах, по-прежнему востребована, но потребители хотят разнообразия и готовы рассмотреть разные стили, связанные со спортом и активным образом жизни. Одним из них стал блоккор, вдохновленный субкультурой футбольных фанатов: СМИ писали о нем подробно еще два года назад, но за прошедшее время стало ясно, что это долгий и растущий тренд, о чем свидетельствует и повышенное внимание к adidas, который в околофутбольной среде можно считать синонимом блоккора. Лимитированную коллекцию, имитирующую футбольную форму, выпустил дом Balenciaga, в очередной раз доказав, что “маргинальные” тренды задают тон даже в люксовом сегменте. Приметы блоккора в массовой моде – мужские удлиненные шорты и футбольные джерси, как оригинальные, с логотипами клубов, так и стилизованные. И, конечно же, обувь – обновленные модели adidas Samba, Gazelle, Campus уже пришли на смену массивным кроссовкам на толстой подошве.

ТЕННИСКОР И ТИХАЯ РОСКОШЬ

О том, что мода начнет вдохновляться теннисом, стало известно еще в конце прошлого года. Vogue Business обратил внимание, что люксовые бренды приглашают звезд тенниса в качестве амбассадоров – так, Gucci нарядил в свою монограмму итальянского теннисиста Янника Синнера. Pinterest объявил мшисто-зеленый оттенок корта одним из главных в палитре 2024 года, а ресейл платформа Дерор рапортовала о росте запросов на теннисные юбки и поло. Но главным сигналом к распространению тренда стала премьера “Претендентов” и образы Зендаи, созданные известными дизайнерами для промо-тура фильма. К теннисору присоединился бренд Miu Miu, продемонстрировав мини-юбки в сочетании с трикотажными поло, вернувшийся на большой подиум Lacoste с теннисной коллекцией, и Thom Browne, создавший белоснежную капсулу по мотивам американской спорт-одежды 1920-х годов. Стоит отметить, что теннискор – один из самых неспортивных стилей и рифмуется с популярными преппи и old money, задавая настроение легким роскошным образам.

ЕЛЕНА ОБЕРЕМОВА

Руководитель отдела маркетинга и связей с общественностью

ООО «ЭКСПО ФЬЮЖН»

Tel.: +7 (495) 955-91-99, ext. 502

OberemovaE@expo-fusion.ru



БАЙККОР И ВЕРХОВАЯ ЕЗДА

Современный спорт-шик стремится к усложнению и вдохновляется не самыми очевидными видами спорта, такими как мотокросс, вело- и автогонки. “Байккор вступил в новую эру во время Гран-при Лас-Вегаса, – сообщает сайт Hypebeast, – когда A\$AP Rocky представил первую коллекцию в качестве креативного директора линейки Puma x Formula-1”. Заметные элементы байккора проникают в мужские коллекции предстоящих сезонов: это кожаные куртки, брюки с эластичными вставками, облегающие джемперы на “молниях”, заметные детали – лампасы, нашивки, “гоночные” логотипы. Стоит обратить внимание и на другие вещи, заимствованные у спортивной униформы: футболки для регби – становятся альтернативой популярным футбольным джерси, хоккейные майки, скейтерские джорты (хэштег #jorts набрал более 565 млн просмотров в TikTok), кожаные бомберы. Наконец, еще одна ниша, которая по прогнозам экспертов будет расти – одежда для конного спорта или вдохновленная им. Такие вещи скорее эстетские, чем спортивные, но они функциональны, комфортны и подходят для жизни в движении.

ЙОГА И ФИТНЕС

Регулярные тренировки для многих стали частью повседневной жизни, и нетрудно заметить, что одежда, предназначенная для бега, йоги, фитнеса и пилатеса повлияла на привычный городской стиль. Появилось направление athleisure – одежда, которая выглядит спортивно и технологично, но при этом подходит для самых разных жизненных ситуаций, от велосипедных прогулок до спонтанных вечеринок. “Возраст и статус потребителя перестали иметь значение, – отметил в интервью изданию Сноб бренд-директор американского фитнес-проекта The Outsider Boxing Сергей Васильев, – и это не просто временный тренд, а мощный сдвиг парадигмы в нашем восприятии и потреблении моды”. Доказательством масштаба этого явления служат капсулы в коллекциях многих мировых брендов – от Alexander Wang и Jil Sander до Gucci и Louis Vuitton. На российском рынке, начиная с периода пандемии, стиль athleisure стал сильно заметным сегментом на маркетплейсах и в молодежных мультибрендах, поэтому неудивительно, что он появился и на главной бизнес-платформе индустрии моды CPM в рамках специализированной выставки dreams by CPM, ближайший сезон которой пройдет с 26 по 29 августа в павильоне 2.4 “Экспоцентра”. Так, например, российский бренд Jumkey, который входит в пул спортивных марок, представленных на dreams by CPM, выпускает леггинсы, тренировочные брюки, оверсайз-толстовки и лонгсливы. Широкий ассортимент одежды для тренировок и активного отдыха – мужских и унисекс – представят торговые марки из Китая – Megaste Yoga и Naqiya Yabei, а также турецкие Fore, Escetic, Soccer и некоторые другие.

Текст: Светлана Падерина, аналитик моды и автор тг-канала “люди и одежда”

ЕЛЕНА ОБЕРЕМОВА

Руководитель отдела маркетинга и связей с общественностью

ООО «ЭКСПО ФЬЮЖН»

Tel.: +7 (495) 955-91-99, ext. 502

OberemovaE@expo-fusion.ru



Предстоящий сезон выставки dreams by CPM

состоится в ЦВК "Экспоцентр" с 26 по 29 августа 2024 года.

Следите за новостями dreams by CPM на официальном сайте и в соцсетях:

dreams-moscow.ru / [telegram](#) / [vk](#)

ЕЛЕНА ОБЕРЕМОВА

Руководитель отдела маркетинга и связей с общественностью

ООО «ЭКСПО ФЬЮЖН»

Tel.: +7 (495) 955-91-99, ext. 502

OberemovaE@expo-fusion.ru