

Современная Россия с ее самобытной политической системой обогащает модный бизнес новыми технологиями. Интересным образцом симбиоза политического пи-ара и брендинга в области товаров народного потребления стала марка одежды - Shapovalova.

Молодой дизайнер-модельер и по-совместительству политик, активист движения "Наши" - Антонина Шаповалова, выпускает политически и социально заряженные коллекции, в поддержку официального государственного курса и широко пропагандируемых национальных проектов. Патриотические принты Шаповаловой затрагивают демографическую проблему страны (слоган «Размножаться приятно и полезно»), национальный вопрос («Разноцветные люди»), политика («Вова! Я с тобой!»), военно-патриотическую («Наша победа»), и другие подобные темы.

В отличие от русского кича, Дениса Семачева, внедрившего национальный колорит в мир высокой моды, провокации Шаповаловой рассматриваются ею скорее не в качестве творческой идеи, а как "новый способ воспитания молодых патриотов". Очевидно благодаря такому "социально ответственному" позиционированию, а может быть как его часть, первые лица государства - Путин, Медведев, Иванов, Сурков посчитали необходимым поддержать молодого дизайнера, пополнив свой гардероб ее футболками. Остается неизвестным, носят ли руководители нашей страны футболки Семачева.

Бизнес Shapovalova включает в себя зарегистрированный бренд, интернет-магазин футболок реализующий в on-line футболки с принтами по ценам от 300 до 1300 рублей и бутик по одному адресу со штаб-квартирой движения "Наши" в Москве. Презентации коллекций прошли в рамках массовых акций движения Наших: дебютная коллекция была показана на озере Селигер во время съезда движения; коллекция "Поехали" в честь полета Юрия Гагарина демонстрировалась в рамках митинга на Васильевском спуске в столице. Показ новой коллекции - «Россия™» пройдет уже более традиционно, на Московской Неделе Моды в Гостином дворе.

Согласно информации на сайте shapovalova.ru, в дефиле примут участие звезды шоу-бизнеса, политики и спортсмены.

В качестве VIP гостей приглашены первые лица государства. Коллекции отличаются оригинальными авторскими элементами: дизайнерскими валенками в сочетании с мини-бикини, юбками-солнце и упомянутыми выше принтами на футболках.

Бренд Shapovalova преподносит себя как дополнительный инструмент коммуникации с молодежью, своего рода BTL государственной пропаганды. Он пользуется эффектом синергии собственной миссии и официального стратегического курса страны. В каком-

то отношении Shapovalova можно было бы сравнить с водкой Путинкой и многочисленными Медведками и Медведевками.

Но, в отличие от последних, модный бренд "Наших" старается быть полезным для власти, а не только паразитировать на последней. Пока что такая позиция позволяет ему успешно развиваться.

Однако получит ли марка признание своей целевой группы? Перерастет ли она в самостоятельный коммерчески успешный проект или останется униформой активистов молодежного движения? Сказать сложно.

Возможно, такие задачи перед Антониной и не стоят.

По крайней мере, с точки зрения менеджмента, марка Shapovalova вполне может войти в учебники, как пример организации, выстраивающей деятельность с учетом интересов своего "внешнего окружения".

Статья предоставлена информационно-аналитическим агентством Fashioner