

БЕЗ КОРНЕЙ И АРХИВОВ

ВАЛЕРИ МЕССИКА О СОТРУДНИЧЕСТВЕ С ДЖИДЖИ ХАДИД



я делаю украшения как бриллиантовое тату — использую совсем немного золота, просто чтобы закрепить в нем камни



В этом году парижская ювелирная марка Messika празднует десятилетний юбилей своей самой эмблематичной коллекции Move. Отметить круглую дату решили выпуском новых украшений совместно с одной из самых популярных сегодня фигур на модном небосклоне, моделью Джиджи Хади́д. «Стиль. Украшения» расспросили основательницу и креативного директора марки Валери Мессика об этом сотрудничестве и бриллиантах.

Джиджи — новый посол марки или все-таки соавтор украшений?

И то, и другое. Мода сейчас важный источник вдохновения для нас. Каждый раз, работая над украшением, я стараюсь создать нечто, похожее на ткань, вдохновляюсь модными показами и женщинами — женщинами всех времен, женщинами из моей жизни, из мира моды... Я хотела найти ту, которая могла бы выразить мою любовь к моде. Джиджи такая солнечная, улыбающаяся, теплая. С ней хочется дружить, и, хотя она красивая, ее красота не пугает. Messika ведь тоже об этом. Это бренд, близкий к людям. К тому же Джиджи любима молодым поколением, мне кажется, она хорошо воплощает наш образ.

В чем особенность именно этой новой линии?

Когда я запускала свою коллекцию с Джиджи, я была заморожена пирсингом, и мы разработали серьги, которые выглядят так, будто в ушах сделано много проколов. Словно вы сделали пирсинг, но это не так. Это здорово, что бриллианты дают возможность выглядеть моложе и круче. Это абсолютно соответствует ДНК Messika.

Для ювелирного бренда это неожиданное решение — создавать коллекции с девушками, популярными в социальных сетях. Это часть вашей стратегии?

Мы сделали это потому, что у нас в крови делать не так, как другие. Для ювелирного бренда привлечь в качестве посла марки 25-летнюю девушку довольно смело. В крупной компании это выглядело бы как маркетинговая стратегия. А для нас органично. Это не потому, что я ее попросила: «Пожалуйста, надень наши изделия». Когда я создаю украшения, в них всегда есть прикосновение молодости. Так что почему бы не выбрать в качестве амбассадора популярную в социальных сетях молодую девушку?

Как за десять лет менялись украшения Move?

Каждый год я создаю новые модели для этой коллекции, она огромна: 361 предмет, есть изделия от 700 до нескольких тысяч евро. В коллекции много разнообразных моделей, поэтому она может привлечь и 14-летних девушек, и мою маму в ее 60. Вот эти браслеты (Показывает запястье.) названы Roma и Noah в честь моих дочерей. Один более деликатный, другой более выразительный — и дочери очень разные как личности. Сегодня для коллекций Move разных лет с 2007-го по 2017-й производится около 40 тыс. изделий.