Управляющий модой

Паскаль Моран о пути дизайнеров в Париж

ФЕДЕРАЦИЕЙ высокой моды и pret-a-porter Паскаль Моран руководит вот уже два года, являясь ее исполнительным президентом. По его инициативе федерация прошлым летом сменила свое старомодное и длинное название La Federation francaise de la couture, du pret-a-porter des couturiers et des createurs de mode на Federation de la haute couture et de la mode — короткий вариант, более удобный для международных контактов. Среди других решений Морана — предложить американским маркам pret-a-porter Rodarte и Proenza Schouler принять участие в кутюрной неделе моды в качестве почетных гостей, чтобы привлечь еще больше внимания к парижскому событию модного календаря. А вскоре глава французской федерации моды приедет в Москву с французскими марками (три из них уже известны — Koche, Aalto и Victoria/Tomas) по приглашению ЦУМа. Паскаль уверен: ничто не укрепляет связи между странами лучше, чем обмен идеями и совместные инициативы.

Паскаль Моран — один из самых влиятельных людей в модной индустрии, в его записной книжке есть номера всех дизайнеров, министров и даже президента страны Эмманюэля Макрона. Время Морана расписано по минутам, кажется, что его проще увидеть на модных показах в разных точках мира, чем договориться о встрече с ним. Интервью несколько раз переносилось, но в итоге в расписании Паскаля Морана все-таки нашелся час свободного времени. Разговор состоялся в главном конференц-зале федерации на улице Фобур-Сент-Оноре, из окон которого видна резиденция президента Франции, Елисейский дворец.

— Паскаль, расскажите об одном из главных событий прошедшей женской недели моды в Париже, о торжественном ужине с дизайнерами в Елисейском дворце. Кто был инициатором проекта?

— Вы не поверите, но инициатива шла от президента Франции Эмманюэля Макрона. Но, конечно, федерация тоже активно участвовала в организации мероприятия. Вместе с рабочей командой президента нам удалось все сделать с нуля за четыре дня. Это невероятно. Когда дизайнеры получили приглашения по электронной почте, они подумали, что это шутка. На всякий случай я решил обзвонить их лично. Когда я позвонил Вирджилу Абло (дизайнер актуальной марки уличной моды Off-White.— **«Коммерсантъ. Стиль»**) и спросил его: «Вы придете завтра на ужин в Елисейский дворец?», он ответил: «Это не шутка? Конечно, я приду!». Очень приятный человек и интересный дизайнер.

— Похожий ужин устраивал когда-то и Франсуа Миттеран?

— Да, Миттеран принимал во дворце дизайнеров по инициативе тогдашнего министра культуры Жака Ланга в 1994 году. Ланг сделал очень многое для моды, именно благодаря его усилиям с 1982 года модные дефиле проводятся в самом центре Парижа, в Квадратном дворе Лувра. Но на тот ужин, о котором вы спрашиваете, были приглашены всего 15 кутюрье. А в этот раз в Елисейском дворце президент собрал 120 дизайнеров!

— Такие мероприятия могут стать традицией?

— Мне задали этот вопрос сегодня утром на генеральной ассамблее Палаты парижской моды. Не думаю, что это возможно, учитывая обстановку в мире. К тому же в данный момент у президента на повестке дня очень много социальных вопросов, он не может себе позволить прослыть «президентом богачей». Этот ужин был прекрасной возможностью подчеркнуть, что мода — важная составляющая экономики Франции. По данным последнего исследования Французского института моды, индустрия люкса приносит стране больше прибыли, чем аэрокосмическая и автомобильная промышленность, вместе взятые (примерно около €150 млрд в год).

— В парижском модном календаре пока всего два русских имени: Валентин Юдашкин показывает свои коллекции в рамках недели моды pret-a-porter, а Ульяна Сергеенко — во время недели haute couture. На ваш взгляд, это может измениться?

— Конечно. Я часто задаю себе вопрос, где же новое поколение русских дизайнеров? Пообщаться с ними — одна из целей нашей будущей поездки. Парижская неделя моды самая интернациональная в мире: больше половины дизайнеров, показывающих здесь коллекции,— не французы. Каждый год мы получаем со всего мира сотни заявок, которые рассматривают комитеты мужской и женской моды.

— Вам присылают много заявок из России?

— Не могу сказать, что Россия как-то выделяется по числу заявок. Мы получаем заявки со всего мира, по несколько из каждой страны. Сегодня заметны новые китайские дизайнеры, которые показываются в Париже. Но они по большей части являются выпускниками европейских модных школ. Например, Ума Ванг училась в лондонском Сент-Мартинс, а Ицинь Инь (дизайнер возрожденной исторической французской марки Poiret.— **«Коммерсантъ. Стиль»**) окончила школу при Палате парижской моды. И потом, одно дело создавать одежду, а другое — поставить проект на ноги, чтобы провести показ. Это трудно! Нужны инвестиции. К тому же мода — это история о взаимопроникновении разных областей культуры и символов эпох. Это школа современности. Маркам нужно идти в ногу со временем, чтобы выйти на международный уровень.

— И как, на ваш взгляд, русским дизайнерам удается уловить современность? И идти в ногу с актуальными тенденциями?

— Все непросто. В Париже есть, например, стартап Tagwalk, они занимаются выявлением и прогнозированием тенденций будущих сезонов (так называемые тренд-аналитики или тренд-хантеры.— **«Коммерсантъ. Стиль»**). Но разве возможно выявить тенденции в рамках такой масштабной недели моды, как парижская? На одном показе мы видим одно, на следующем совсем другое. Красиво ли это? Трудно сказать. У каждого свой стиль. Вопрос в том, какова степень влияния того или иного стиля. Обоснованность — вот что придает вес трендам и стилям. Нужно всегда идти против любых ограничений. Необходимы контакты с внешним миром, чтобы найти свое место в профессиональной среде. В моде, как в музыке, есть рок-группы, которые не могут быть экспортированы. Но их это абсолютно не волнует, у них своя ниша. Тем лучше! Зато есть другие, которые могут. Чтобы стать международной маркой, надо мыслить локально, а действовать глобально. И я надеюсь, что наша поездка поможет русским дизайнерам обзавестись необходимыми контактами в Париже. Я верю в силу такого обмена идеями. Но нужно, чтобы все происходило естественно. Я вижу определенную динамику в России, все говорят об изменениях в русской моде, ищут новые таланты. Вы знаете, ведь и Ульяна с Валентином в свое время попали в парижский календарь не случайно. Им удалось поймать правильную волну.

— Не теряет ли Парижская неделя моды свою идентичность, становясь с каждым годом все более интернациональной и привлекая все больше международных дизайнеров?

— Становясь все более интернациональными, мы становимся еще более французскими! Конечно, это не упрощает задачу французским дизайнерам, потому что теперь у них намного больше конкурентов. Только представьте себе, какую поддержку, в том числе финансовую, может оказать родная страна дизайнеру-иностранцу, показывающему свою работу в Париже. Допустим, вы гордость Южной Кореи, для вас всегда найдется помощь. Мы не можем обеспечить такую поддержку каждому парижскому дизайнеру, но мы стараемся им помочь, чем можем. У федерации есть два проекта для начинающих дизайнеров. Это шоу-рум Designer's Apartment, где во время недели моды мы показываем коллекции юных талантов, у которых пока еще нет возможности проводить дефиле, и New Now — программа сопровождения новых парижских марок, которые показываются во время недели моды. Наши французские дизайнеры и сами работают над своими профилями, чтобы сделать их более интернациональными. Они ездят по миру в поисках уникального опыта, получают образование за рубежом, в Сент-Мартинс или Парсонс, некоторые участвуют в Нью-Йоркской неделе моды. Все это тоже имеет значение. У нашей организации всегда был международный характер. Кто основал Палату парижской моды? Чарльз Фредерик Уорт — англичанин, переехавший в Париж. Когда испанский кутюрье Кристобаль Баленсиага решил обосноваться во Франции и стал конкурентом Коко Шанель, это тоже способствовало эволюции моды.

— Расскажите о вашей поездке. Почему вы решили отправиться с дизайнерами в Москву?

— Прошлой весной Александр Шумский (исполнительный президент Национальной палаты моды и президент Недели моды MBFW Russia.— **«Коммерсантъ. Стиль»**) пригласил меня поучаствовать в конференции в рамках Московской недели моды. Мы обсуждали разные проекты, в том числе с представителями Business France и ЦУМа. Одной из идей было привезти молодых французских дизайнеров в Москву, и мы решили попробовать. Наташа Гольденберг (креативный директор ЦУМа.— **«Коммерсантъ. Стиль»**) вместе с нами выбрала марки — Koche, Aalto, Victoria/Tomas. Мы пока не определились с датами поездки и с финальным списком дизайнеров, но уже знаем, что к нам присоединится лучшая радиостанция Парижа Radio Nova, мы привезем своего диджея, чтобы он играл в нашем временном

COURTESY OF KOCHE