

Детские мечты

О выставке Hermes «Step Into The Frame»

Натела Поцхверия |

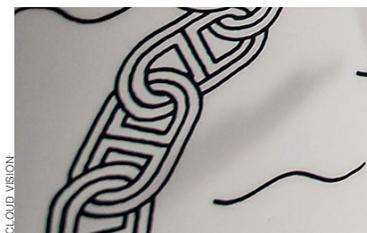
ТАНЦОВЩИК ЭДВАРД УОТСОН, ЗВЕЗДНЫЙ ШЕФ-ПОВАР ДЖЕКSON БОКСЕР, ХОРЕОГРАФ АКРАМ ХАН, БАСИСТ ГРУППЫ U2 АДАМ КЛЕЙТОН, ДИЗАЙНЕР МУЖСКОЙ ЛИНИИ HERMES ВЕРОНИК НИШАНЬЯН, БЛОГЕР ДЖАМАЛ ЭДВАРДС, ПИСАТЕЛЬ И КОНСУЛЬТАНТ ЛЮКСОВЫХ БРЕНДОВ НИК ВИНСОН, ПРЕЗИДЕНТ БРИТАНСКОГО ОФИСА HERMES БЕРТРАН МИШО ЗА КУЛИСАМИ ПОКАЗА В ЛОНДОНЕ



OLIVIER METZGER



CLOUD VISION



CLOUD VISION

НА ОДНУ ночь сортировочный цех на задворках Лондона превратился в иммерсивный театр мужской моды, который построила команда французского дома Hermes. Выставку-инсталляцию организаторы назвали «Step Into The Frame». Это игра слов: английское выражение «step out of the frame» — выйти из рамы, достать из рамки — с заменой предлога out на into приобрело новый смысл: гостей пригласили войти внутрь картины бренда, открыть для себя внутренний мир марки. Во главе парада (впрочем, как и последние 30 лет) — Вероник Нишаньян, бессменный креативный директор мужской вселенной Hermes.

Никакого скрытого смысла в том, что выбор пал на сортировочный цех, искать не нужно. Площадка просто подошла для мероприятия: большая, просторная, вместительная. А почему Лондон? «Я люблю Лондон. Обожаю его мультикультурность, чувство юмора. Мне нравится, как тут одеваются. Почему бы и не Лондон?» — пожимает плечами Вероник, с которой мы встретились в необычном отеле в здании бывшей пожарной станции за день до мероприятия.

Как изменилась мужская мода, спрашиваю я у Вероник. «Когда я начинала, мужчины были застегнуты на все пуговицы во всех смыслах слова, сегодня они свободны в выборе. Я даже не считаю, что занималась тогда модой. Я просто придумывала дизайн одежды. Мужчины выбрали привычные им предметы гардероба из наших коллекций. Я как будто живу в двух параллельных временных континуумах. Один тянется очень медленно, и 30 лет я делаю одно и то же с тем же вниманием к деталям, а другой — несется стремительно вперед, все время заставляя изобретать что-то новое. Я бы не сказала, что основы мужского гардероба заметно изменились. Белая рубашка, идеально скроенный фланелевый пиджак, брюки, туфли, джинсы, кроссовки — все это никуда не делось. А вот ткани стали легче, комфортнее, технологичнее. Теперь они немнущиеся, быстросохнущие, невесомые». Что Вероник думает о хайпе и моде на уличную одежду? Она не против кроссовок и уличной моды. Все зависит от того, что вы хотите сказать своим внешним видом. «Мужчины ведь теперь могут оде-

ваться как женщины. Я не имею в виду платья, хотя и платья тоже, конечно. Скорее, у мужчин появилось больше средств самовыражения: аксессуары, декоративные элементы, принты и так далее. Раньше, чтобы тебя воспринимали всерьез, нужно было носить пиджаки и брюки. А сейчас — да делай что хочешь. Впрочем, некоторые «коды» сохранились: туфли, большие часы, большие машины. Но больше ведь не значит дороже или элегантнее. Вот потому я и люблю англичан. Они умеют выглядеть элегантно без всех атрибутов роскоши», — улыбается Вероник.

Вечер в Лондоне начался с небольшой заминки. Первым в программе был показ весенне-летней коллекции, но музыка, подготовленная для шоу, вовремя не заиг-

рала. Модели оказались на подиуме в абсолютной тишине. «Не удивлюсь, если это не накладка, а сценарный ход», — прошептал мой коллега, главред известного мужского глянца. Я подумала о том же. Hermes — это люкс с человеческим лицом. «У команды и клиентов Hermes хорошее чувство юмора. Не люблю, когда мужчины воспринимают себя слишком серьезно. Немного самоиронии — это всегда стильно. Это помогает мне найти нужный угол зрения, и я обожаю дизайнеров, которые делают одежду с юмором», — как будто подтверждает мои мысли Вероник. Такая заминка вполне могла быть задумана, чтобы в очередной раз напомнить — мы умеем смеяться над собой. Но как только музыка заиграла и по подиуму пошли модели и английские зна-