



& SAVOIR-VIVRE®

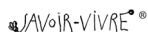
Creat cu pasiune și savoir-faire. Un volum Baroque Books & Arts®.

Yann Kerlau

SECRETELE MODEI

traducere din limba franceză de
INES HRISTEA





Colecție coordonată de Dana MOROIU

Yann Kerlau
LES SECRETS DE LA MODE
© Perrin, 2013

© Baroque Books & Arts®, 2022

Imaginea copertei: © 1950s Glamorous Woman Long White Gloves And Hat
Against Dark Background Looking At Camera
(Photo by American Stock/ClassicStock/Getty Images)
Concepție grafică © Baroque Books & Arts®
Redactor: Aida TEODORESCU

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

KERLAU, YANN

Secretele modei / Yann Kerlau;

trad. din lb. franceză de Ines Hristea. - București: Baroque Books & Arts, 2022

ISBN 978-630-6522-04-0

I. Hristea, Ines (trad.)

687.1

Tipărit la ARTPRINT S.R.L.

Niciun fragment din această lucrare și nicio componentă grafică nu pot fi reproduse
fără acordul scris al deținătorului de copyright, conform Legii Dreptului de Autor.

CUVÂNT-ÎNAINTE

Cine n-a visat să aibă în mână cheile succesului? Să știe cum să-l obțină cât mai repede și dintr-o singură lovitură? Domeniul finanțelor, al industriei ori cel al științelor își au propriile căi spre succes, dar care este calea de urmat în domeniul modei? De ce un Balenciaga, un Dior sau un Yves Saint-Laurent rămân imposibil de depășit? De ce alți designeri, în ciuda talentului, nu reușesc să-și facă un nume?

În prezent, moda este o artă ce reunește elemente diverse: sensibilitatea și arhitectura, stilismul și marketingul, finanțele și simțul croiului, la toate acestea adăugându-se tușa talentului, care face diferența dintre un simplu meșteșug și genialitate. Că ne fac să visăm sau că ne lasă reci, nimeni nu poate să conteste faptul cu profiturile prêt-à-porter-ului și ale haute couture-ului se ridică azi la nivelul miliardelor. Dar creatorii de modă sunt zei sau mor odată cu mărcile pe care le-au inițiat?

Din Paris la Londra, din Madrid la New York, din Tokyo la Beijing, mai puțin de douăzeci de designeri țin în mâini frâiele pieței planetare de modă. Înregistrările defilărilor de prêt-à-porter și de haute couture se succed pe ecranele televizoarelor noastre sezon după sezon. Pe tot

cuprinsul pământului, omul, în individualitatea lui, își revelează identitatea pe care și-a ales-o: acea identitate alcătuită din amintirile, din visurile, din munca, dar și din dorința lui de afirmare atât a propriei persoane, cât și a societății căreia înțelege că-i aparține. Așadar, s-ar putea spune că hainele sunt un pașaport, dar și marca judecății la care ne așteptăm din partea celorlalți? Că recunoaștem sau nu, aspectul nostru, la nivel vestimentar, ne semnalează reușita socială și ne atribuie un loc pe scena lumii. Dovada? De circa zece ani, bloggerii și bloggerițele, precum Scott Schuman și Garance Doré¹, au devenit veritabili indicatori ai tendințelor din modă. Fiind curțați de marile branduri, site-ul lor, *The Sartorialist*, face din simplii trecători eroii anonimi ai modei străzii, care e considerată la fel de demnă de interes și de atenție ca moda de pe podiumurile cuturiерilor.

Cu mult înainte de apariția acestei *street fashion* (moda străzii), la începutul secolului XX, Worth, Chanel² și Madeleine Vionnet au fondat haute couture-ul. După ei au venit cei doi magicieni: Paul Poiret și Elsa Schiaparelli, a căror imaginație și al căror nonconformism au măturat ideile tradiționale din domeniu. Începând din anii 1950, Franța, care se visase paznicul veșnic al templului modei, a început să-și vadă supremația contestată de

¹ În 2005, newyorkezul Scott Schuman a creat blogul de modă *The Sartorialist*, unde postează fotografiile unor necunoscuți „stilați” de pe străzile capitalelor lumii. Având câte 150 000 de vizitatori pe zi, acest site e considerat ca fiind unul dintre cele mai bune din lume. Garance Doré, partenera lui Schuman, este și ea bloggeriță de modă.

² Gabrielle Chanel nu figurează în acest volum decât într-o manieră anecdotică, viața și cariera ei fiind tratate în precedenta lucrare a autorului, *Dinastiile luxului* (Editura Baroque Books & Arts, 2021). În schimb, brandul ei este amplu evocat aici prin intermediul lui Karl Lagerfeld, cel care a fost directorul artistic al Casei Chanel începând din 1983 și până în 2019.

trei englezoaice: Mary Quant, Vivienne Westwood și Stella McCartney.

În anii 1970, Diane von Fürstenberg, Calvin Klein și Ralph Lauren au plecat și ei din America să cucerească lumea. Ce aveau ei în plus față de alții? Cum s-au impus? Există lecții de învățat din experiențele lor?

Curând, în Imperiul Soarelui-Răsare, trei samurai au sunat, la rândul lor, alarma: Issey Miyake, Yohji Yamamoto și Rei Kawakubo au electrizat anii 1980. Arta pliseului, construcția hainelor și desacralizarea normelor au aplicat o lovitură formidabilă statu-quoului unei mode ancorate în vestul lumii. Această reînnoire, ivită în Japonia, semnalizează oare stingerea vocii Occidentului? Ce se va întâmpla mâine în China, unde talente noi, formate în Paris și Londra, se luptă deja ca să ocupe un loc pe podiumuri? Cel mai mare atelier al lumii va reuși oare să strivească creativitatea vestică și să se impună ca noul gigant al modei? Chinezii însumează azi 20% din consumul mondial de lux, 65 de milioane dintre ei având în 2020 un venit anual ce depășea 100 000 de dolari: tot atâția potențiali clienți ai pieței de modă, de accesorii și de lux!

Odată cu intrarea în secolul XXI, moda se confruntă cu o nouă dilemă: lumea se îndreaptă către o uniformizare planetară, așa cum visează gigantul spaniol Zara, sau va mai exista totuși loc pentru acea ultraselectivitate rezervată unei minorități? Un nou-sosit – proteiform – își revendică și el locul în cadrul mondializării modei: e-commerce-ul. Că se numesc Yoox Group, Net-a-Porter sau Gilt, firmele de vânzări pe internet realizează cifre de afaceri ce cresc spectaculos. E vorba de o nouă abordare a modei care îi determină pe căpitaniii industriei să navigheze între *hard discount* și prețuri sensibil egale cu cele din boutique-urile fizice.

Iată, la prima mână, câteva branduri care sunt deja amplu reprezentate în zona de e-commerce: Armani, Diesel, Marni, Dolce & Gabbana, Bottega Veneta, Sergio Rossi, Yves Saint-Laurent, Balenciaga, Alexander McQueen și Jil Sander. Patronul și fondatorul Yoox Group, italianul Federico Marchetti, a fost una dintre primele persoane care a pariat pe succesul internetului în domeniul modei. Marchetti și-a rezumat abordarea în felul următorul: „Moda nu avea pe buze decât cuvântul *exclusivitate*. Internetul nu avea decât cuvântul *democrație*. Eu am hotărât să le aduc împreună.”¹ Pentru cele și cei care găsesc shoppingul obositor sau care trăiesc la depărtare de metropolele lumii, e-commerce-ul reprezintă salvarea. La opt ore după ce au plasat comanda pe net, rochiile, pantofii, gențile și taioarele visate le-au ajuns deja acasă. Dacă hainele alese nu le plac, le returnează și-și primesc banii înapoi. Unde e problema?

Că hainele sunt fabricate în China sau în țări emergente, moda rămâne oglinda societății, a valorilor, a moravurilor și a cutumelor ei. Prin intermediul a optsprezece destine de pe trei continente, optsprezece creatori de excepție ne oferă cheile reușitei lor. Din care avem ce învăța. Fiecare a avut șansa lui și fiecare a ținut sau chiar mai ține lumea în palme. Următoarele rânduri, pline de entuziasm, sunt dovada: „Ar fi trebuit să aștept sfârșitul de săptămână ca să simt acea atracție de neoprit, acel sentiment care te încremenește în scaun. Acea senzație că ești uimit, dar și iremediabil sedus. Mie însă mi s-a întâmplat miercură trecută, la Proenza Schouler... execuția impecabilă pune în lumină o colecție tehnică, dar cu linie clară. Nicio notă falsă, nicio greșală, nici urmă de derapaj

¹ John Seabrook, „The Geek of Chic”, *The New Yorker*, 10 septembrie 2012.

folcloric în acest show de înaltă ținută, absolut desăvârșit. Asta înseamnă Proenza Schouler: o lume trecută prin filtrul culturii urbane newyorkeze. Iar rezultatul e fantastic!”¹

Aceeași autoare se pronunță în continuare, dar în sens invers, livrându-și verdictul cu privire la o altă colecție, din același sezon: „Michael Kors se poticnește. El, care ne-a obișnuit cu cașmiruri fine, cu pantaloni impecabili din flanel, cu blănuri burgheze șic și sexy, ne-a lăsat acum fără glas. Într-adevăr, fetele au fost și de data asta magnifice, dar oare chiar avem chef să ieșim pe stradă drapate într-o cuvertură uriașă, în pătrate roșii și negre (genul de piesă pe care în mod normal o aruncăm pe bancheta din spate a mașinii, ca să stea labradorul pe ea!)? Fusta până la jumătatea gambei cădea prost, arătând sărăcăcioasă. Bluza din dantelă mecanică, garnisită cu paiete, arăta de proastă calitate. Pantofii grei au distrus ținutele. Michael Kors, cel care a etalat profituri halucinante și urmează să-și deschidă un magazin în Singapore, cel care a celebrat eleganța *uptown*, și-a transformat această defilare în parodia unui weekend petrecut în Scoția. Mantourile de pluș sau din buclé de capră au avut proporții grotești, muselina cu imprimeu chevron s-a mai văzut de-o sută de ori... Haideți, să așteptăm vara următoare!”

Iată o manieră clară de a demonstra că nimic nu e definitiv câștigat și că nimic nu e veșnic. Din această fragilitate se naște măreția modei, se nasc misterul și puterea ei de a fascina, la care nu sunt imuni nici brokerii de la bursă, nici aventurierii mașinilor de cusut și ai foarfecilor.

¹ Virginie Mouzat, „Et vous”, *Le Figaro*, 17 februarie 2012.

CUPRINS

Cuvânt-înainte.....	5
---------------------	---

FONDATORII

Ziua în care Worth a inventat defilarea de modă.....	13
Jocul destinului	14
În ceața londoneză, primele atingeri ale mătasii.....	15
Între noi doi, Parisule!	18
Rue de la Paix, numărul 7: leagănul haute couture-ului	22
Marile baluri de la Curte.....	24
„Un furnizor bate la ușă“	26
Marca, mai presus de orice.....	30
Sultanul în palat	33
Comercianții dedicați	37
1868, paznicul seraiului	39
Cortina coboară peste sărbătoarea imperială	40
Chemarea Americii	42
Tentația dinastică	46
Bibliografie.....	49
„Lovitura imparabilă“ a lui Madeleine Vionnet.....	51
Din Aubervilliers în suburbiile Londrei	51
Sub vălurile Isadorei, moartea corsetului	54
Surorile Callot și Jacques Doucet, treptele succesului.....	56
De la Madeleine la Vionnet: Rue de Rivoli, numărul 222	60
În logica purității.....	62

Bieul – ce înseamnă asta?.....	64
Madeleine pornește la război	66
Bagheta magică a lui Monsieur Bader	68
Le Grand Cru Vionnet: 1923.....	72
Stele căzătoare	74
Furnicuța Vionnet și tobele războiului	77
Ultimele lupte.....	79
Bibliografie.....	82

MAGICIENII

Fericirile și nefericirile unui saltimbanc pe nume Poiret	87
Pledoarie pentru îndrăzneală.....	91
La vânătoare de textiliști.....	93
Pledoarie pentru sine însuși	95
Regele lipsei de măsură	96
La țară, în stil Grand Siècle.....	97
Parfumurile, artele decorative, dezvoltarea internațională.....	100
Inventatorul formării profesionale și al mecenatului.....	102
O zeiță venită din Harkov	104
O călătorie ciudată.....	106
Alte vremuri, alte moravuri	109
Ultimele lumini ale lui Croisette.....	110
Sfârșitul sărbătorii?.....	113
Pe calea lui Lucullus	116
Barje, manejuri și jonglerii.....	117
Eterna revenire	118
Cea din urmă invenție înainte de ultima ieșire din scenă	122
Bibliografie.....	124
 Inventarea publicității: Elsa Schiaparelli	125
Un nou Dante?	127
Războaiele nu sunt benefice	128
și dacă Man Ray și Picabia ar avea un viitor?.....	129
Incredibila aventură a andrelor de împletit.....	130
Paris, Rue de la Paix, numărul 4	132
O pălărie care atrăgea privirile tuturor	134
Șicul nonconformist	136
Place des Conquêtes	139
Cash & Carry	141
Revoluția Schiaparelli: mama inspiratoare a lui Yves Saint-Laurent și a lui Jean-Paul Gaultier	143
Vive le cirque!.....	144

Elsa a descoperit planeta Marte	147
Cum a fost inventată Café Society	149
Cum devii o eroină	151
Întoarcerea pe pământ francez	156
Bibliografie.....	159

PAZNICII TEMPLULUI

De la Balenciaga la Zara: Spania, din alcov pe stradă	160
Primul tablou: o marchiză spaniolă	164
O regină, o infantă, un bărbat, trei atuuri într-un joc al destinului	166
Brutala lovitură din 1948	173
Inventarea gazarului	177
Zara, imperiul unui conchistador.....	180
Amancio Ortega, noul Clausewitz?.....	183
De la franchism la La Movida: un tren ce nu trebuia pierdut	188
Bibliografie.....	197
De la Christian Dior la John Galliano: și Dior a creat femeia.....	199
Provocările unui tânăr fără ambiție	199
Marcel Boussac, un mecena cu spirit de aventurier	203
Arta de a te vinde unui afacerist versat.....	206
Pregătirea mediatică a ridicării cortinei	208
O zi, o oră, un parfum și nouăzeci de modele cu care să construiești un imperiu	210
Cucerirea Americilor	213
Fațada și culisele... ..	218
Jocul celor șapte „T”: testamente, tarot, torturi, tornade, trișerii, Time Magazine, tratat	221
Căderea lui Icar	224
Înainte de cădere, un precedent familial.....	227
Ascensiunea simbolului contraculturii.....	229
Crudul vals al numelor și al etichetelor.....	232
Bibliografie.....	236
Yves Saint-Laurent sau crearea mitului.....	238
Primul secret: un mecena în vârstă de 39 de ani venit din Atlanta	240
Al doilea secret: arta de a capta „l’air du temps“	241
Al treilea secret: arta ca haină	244
Parfumând planeta	246

Ferice de cel ce stârnește scandalul	248
Un parfum de cuturier nu e ca restul parfumurilor	252
Cucerirea Bastiliei americane	253
Din China populară pe Quai Conti: parcursul unui combatant	255
Presa în poziție de drepti	257
De la Elysée la Fête de l'Humanité, trecând prin Campionatul Mondial de Fotbal	259
Casa Yves Saint-Laurent sare în ajutorul sănătății publice	262
Să alcătuiеști una dintre cele mai frumoase colecții de artă din toate timpurile și... să o vinzi: cea mai sigură metodă să fii nemuritor	264
Bibliografie	268

AGITATORII

Cum a trecut Anglia de la bărbați la femei: revoluția	
Mary Quant, Vivienne Westwood, Stella McCartney	273
1950: templul modei masculine începe să se clatine	277
Mary Quant și The Swinging London: revoluția fustei și metamorfoza străzii	278
Noul alfabet: knickerbockers, ciorapi în culori bune, machiaj flashy și mașini personalizate	282
Inclasabila Vivienne Westwood	284
Punkistii, gotherii, ciorapii-plasă și lirele sterline: un cocktail periculos	286
Jos burghezia, dar cu binecuvântarea Reginei!	287
Lejer viraj la dreapta... dar direcția a rămas neschimbată	289
Un prenume cu valoare incomensurabilă	290
Ucenicia și prima colecție	291
Construirea inteligentă a imaginii mediatice	294
Bun-venit la Stella, femeia pe care toată lumea și-ar dori s-o aibă drept prietenă	296
Dincolo de calea bătută: bio, până la capăt!	298
Bibliografie	301
Succesul e sigur: inventarea pașaportului modei	303
Un secret izbucnit din apele Veneției	306
Kelly de la Hermès și concurența ei, Birkin: cele două „anti-It Bags“	309
Secretul 2.55-ului: un „It Man“ îi oferă pașaportul pentru eternitate	312
Dar cine a auzit de Moynat?	316
Bibliografie	318

VISUL AMERICAN

Reinventarea Wasp-ului: Ralph Lauren.....	321
Inventarea sportswear-ului	327
Cod roșu de furtună, apoi... consacrarea.....	329
Inventarea Casei ideale	332
și visul devine realitate	337
Bibliografie.....	338
Și America descoperă... Sexul: Calvin Klein.....	339
Și Calvin Klein a recreat jeansii	347
Religia corpului uman.....	350
Calvin Cuceritorul	353
Bibliografie.....	358
Diane von Fürstenberg: Phoenixul cu rochie petrecută	359
Bibliografie.....	381

BALUL SAMURAILOR

Arta unui războinic: Issey Miyake.....	387
Cine este Issey Miyake?	388
Less is more	390
Pas de deux pe hârtie fotosensibilă	393
Deceniul prodigios: 1990-2000	394
1988-2008: nașterea unei opere	399
Bibliografie.....	404
Yohji Yamamoto: tăietura de foarfecă și decomplexarea	
haute couture-ului	406
Primele semne ale unei lovituri de stat	410
Cucerirea Bastiliei	411
Yohji Yamamoto onorat de Richard Wagner.....	414
Cod roșu de alertă.....	417
Revenirea în forță și consacrarea	419
Bibliografie.....	421
Furtuna neagră: Rei Kawakubo	422
Primul asalt.....	425
Forța contracurentului	428
A fi sau a nu fi un Maverick?	430
Revoluție la muzeu.....	438
Bibliografie.....	441



 SAVOIR-VIVRE®

O colecție de formare și rafinare a personalității, *à la légère*, fără nicio declarație de intenție programatică.

Enciclopedii și alte lucrări capabile să corecteze micile imperfecțiuni și să răspundă la marile întrebări cu grație, umor și inteligență, pentru cititorii care își caută bucurii oneste într-o lume a speranțelor amânate.