

AFGESTOFT EN OPGEPOETST



SCHIAPARELLI LENTE 2018

Vionnet, Schiaparelli, Poiret: jarenlang waren de deuren van deze legendarische modehuizen stijf gesloten, maar nu worden ze stuk voor stuk heropend door ambitieuze ondernemers. Modecollege onderzoekt het hoe en waarom.



SCHIAPARELLI 1937



POIRET 1912

tekst Natasja Admiraal



POIRET LENTE 2018

Modehuis X maakt een comeback. Is dat heuglijk nieuws of heiligschennis? Critici zijn snel sceptisch over de revival van een iconisch merk. Zo'n magische naam, daar moet je niet aan komen, is de gedachte. Toch worden grote namen uit de vorige eeuw opnieuw tot leven gewekt. Afgestoft en opgepoetst met bruisende jonge ontwerpers, gelikte campagnes en nieuwe merkambassadeurs. Zo werden modehuizen Vionnet en Schiaparelli heropend (respectievelijk in 2006 en 2012), beide na een winterslaap van ongeveer zes decennia. De wederopstanding van Poiret (januari 2018) liet bijna negentig jaar op zich wachten. Waar komt deze ontwikkeling vandaan? Een herlancering is geen simpele operatie. Toch is het voor investeerders een interessant bedrijfsmodel. Niet alleen is het financieel

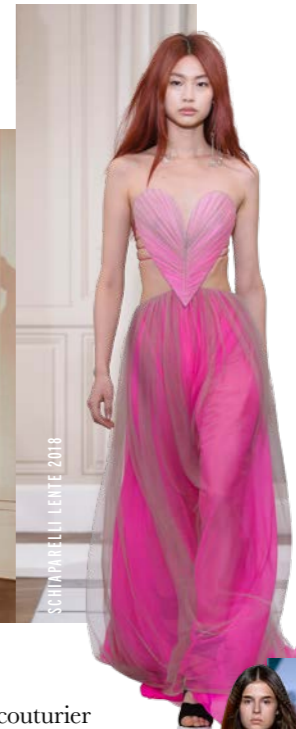
voordeliger dan het oprichten van een compleet nieuw merk, ook is de combinatie van oud en nieuw aantrekkelijk, gezien de huidige hang naar nostalgie in de mode. Er is een rijk erfgoed om uit te putten, maar ook de vrijheid om iets nieuws neer te zetten. Wat betreft het huis Poiret is de persoon achter de investering de machtige Belgische modeondernemer Anne Chapelle (CEO van Haider Ackermann en Ann Demeulemeester), en modetycoon Diego Della Valle (Tod's en Hogan) lanceerde Schiaparelli opnieuw. De Kazachse zakenvrouw Goga Ashkenazi is niet alleen eigenaar van Vionnet, maar ook creatief directeur. Daar wagen Chapelle en Della Valle zich niet aan. Voor Poiret ontwerpt Yiqing Yin, die eerder voor Léonard werkte en ook haar eigen label heeft. Bertrand Guyon, die bakken ervaring opdeed bij Givenchy, Christian Lacroix en Valentino, is de *creative director* van Schiaparelli.

PROGRESSIEF

Eenmaal terug op de radar wacht de uitdaging. Hoe maak je de collecties aantrekkelijk voor een nieuwe generatie? De kunst is om het erfgoed te respecteren en herinterpreteren. Dat is een zoektocht naar de juiste balans: te veel historische referenties en de kleren ogen passé, te weinig en de collectie is niet herkenbaar genoeg. Chapelle: 'Wat we nu doen moet enerzijds Poirets ziel reflecteren en tegelijkertijd modern zijn. We zijn blij dat we ruim twee jaar de tijd hadden om dit minutieus voor te bereiden, zodat we met alle respect voor de geschiedenis verder kunnen schrijven aan een nieuw hoofdstuk.' Paul Poiret (1879-1944) was een meester in draperen en staat bekend om zijn exotisme: hij liet zich inspireren door de Japanse kimono en de Marokkaanse kaftan. Hij introduceerde de catwalk, nam zijn modellen



SCHIAPARELLI 1938



SCHIAPARELLI LENTE 2018

OUDE MERKEN
WORDEN
OPGEPOETST MET
BRUISENDE JONGE
ONTWERPERS
EN GELIKTE
CAMPAGNES

mee op reis en was de eerste couturier die in 1911 een eigen parfum- en cosmeticalijn lanceerde. Eerder dan Chanel, namelijk al in 1906, bevrijdde Poiret vrouwen van het korset. Daarmee brak hij radicaal met de S-curve (ingesnoerde taille, geprononceerde boezem en bilpartij) van die tijd. Ook nu staat de waardering voor het vrouwenlijf centraal bij Poiret. 'Het is tijd om terug te gaan naar elegantie, verfijning en creativiteit,' vervolgt Chapelle. 'Terug naar wat meer dromen en liefde voor het vrouwenlichaam in al zijn allure.' In de woorden van creatief directeur Yiqing Yin: 'Sensualiteit zonder overdaad.' Poirets archief moet volgens haar met de grootste zorg worden behandeld. 'Niemand zit erop te wachten dat zo'n vooruitstrevende naam in een museum verandert. Ik wil dat het een merk wordt voor onze regenbooggeneratie, geïnspireerd door een mix van culturen. Het exotisme van vandaag.' Elsa Schiaparelli (1890-1973) – Schiap voor intimi – leerde van Poiret dat een korset niet noodzakelijk is om er elegant uit te zien. Ze staat bekend om haar samenwerkingen met de bevriende kunstenaar Salvador Dalí, die in 1937 de kreeft op haar Lobster Dress schilderde en meewerkte aan haar spraakmakende schoenhoed en skeletjurk. Schiaparelli's kracht was om alledaagse voorwerpen te transformeren tot couture, zonder dat het een gimmick werd. Maar haar succes was breder dan surrealisme. 'Ze dacht heel conceptueel,' zegt creatief directeur Bertrand Guyon.



VIONNET LENTE/ZOMER 2018



VIONNET 1938

'Als ik naar de archieven kijk, ben ik altijd onder de indruk van haar genialiteit, intelligentie en het moderne van haar creaties in de context van haar tijd. Veel dingen die ze deed zijn zo innovatief dat Schiaparelli's esthetiek vrouwen nu nog altijd aanspreekt.' Er zijn eindeloos veel manieren om te spelen met de belangrijkste symbolen van het huis, zoals haar lievelingskleur *shocking pink*. Toch houdt Guyon bewust afstand van de archieven, opdat dat geen keurslijf wordt. Hij wachtte twee jaar voor hij met zijn eigen versie van de kreeftjurk op de proppen kwam. 'Ik heb immens veel respect voor Elsa Schiaparelli's nalatenschap, maar dat betekent niet dat ik altijd weer moet terugrijpen op het verleden.' ►

Net als Poiret en Schiaparelli behoort Madeleine Vionnet (1876-1975) tot de grote modevernieuwers van de twintigste eeuw. Ze opende haar modehuis in 1912 en adopteerde eveneens het korsetloze silhouet. Voor haar soepel vallende japonnen maakte ze gebruik van ingenieus vouw- en plooiwerk, geïnspireerd op Griekse draperieën. Ze is de uitvinder van de *bias-cut* (schuin van draad geknipte stof), wat een bijzonder soepele valling opleverde. Vrouwen moesten zich vrij voelen in haar kleding: *'When a woman smiles, her dress should smile too.'* Onafhankelijke vrouwen als Marlene Dietrich en Greta Garbo waren trouwe klanten.

Wat maakt de visie van Vionnet nu weer relevant? Volgens Goga Ashkenazi is het een combinatie van twee factoren. *'Ten eerste is woman empowerment een hot topic. Daarnaast wordt ambacht meer dan ooit op waarde geschat, in een tijd met zo veel fast fashion van dubieuze kwaliteit.'*

VLIEGENDE (HER)START

Wat Paul Poiret, Madeleine Vionnet en Elsa Schiaparelli gemeen hadden, was hun zoektocht naar bewegingsvrijheid in een tijd waarin dat geen vanzelfsprekendheid was. Het waren visionairs die tegen de stroom op durfden te roeien, hun ontwerpen werden een symbool van emancipatie. Ook keken ze over de grenzen voor hun inspiratie. Thema's als vrijheid en multiculturalisme zijn altijd relevant geweest, maar staan nu opnieuw



POIRET HERFST 2018



PAUL POIRET 1925

TE VEEL HISTORISCHE REFERENTIES AAN DE OUDE DESIGNS EN DE KLEREN OGEN PASSÉ

enorm in de belangstelling. Betekent dit dat er ruimte is voor modehuizen als Poiret, Vionnet en Schiaparelli? Het antwoord is ja, concludeert online-magazine The Business Of Fashion, zolang het erfgoed samengaat met een krachtige boodschap. Veel recensenten waren vol lof over Yiqing Yins 21ste-eeuwse visie op Poiret. De koningsblauwe mantel waar de herfst/wintercollectie 2018/2019 mee opende, geeft bijvoorbeeld blijk van haar talent voor draperen. Ook bracht ze een geslaagde versie van de *robe de minute* die Poiret in 1908 voor zijn vrouw Denise maakte. Die kon, dankzij de simpele, rechthoekige vorm, in een half uur worden gemaakt. Wat volgens critici ontbrak, was samengang. Werk aan de winkel dus. Oligarch turned designer Goga Ashkenazi kon in het begin op weinig support rekenen voor haar visie op Vionnet. Inmiddels is het duidelijker welke weg ze met het huis in wil slaan: tijdloze mode creëren – op een bewuste manier. Met de herfst/wintercollectie 2018/2019 zet ze de eerste stappen richting een duurzame

productie. De stoffen die ze voor haar lichtgewicht avondjurken heeft gebruikt, zijn gemaakt van gerecyclede petflessen.

Schiaparelli's Bertrand Guyon is eveneens gegroeid in zijn rol als creatief directeur. De lente/zomercollectie 2018 werd in de Britse krant *Evening Standard* omschreven als een 'baanbrekend eerbetoon' met typische Schiaparelli-ontwerpen voor oude fans en rodeloperwaardige stukken voor een nieuwe clientèle. Het vakmanschap van het nieuwe huis Schiaparelli wordt ook erkend door de prestigieuze La Fédération de la Haute Couture et de la Mode: het modehuis mag zich sinds vorig jaar weer tot de selecte kring van officiële Parijse haute-couturehuizen rekenen. 'Een geweldige eer,' zegt Guyon. Als elke comeback (of opfrisser) dergelijke erkenning krijgt, dan is de revival van oude merken gerechtvaardigd. ■



KATHARINE HAMNETT 1984 EN 2017

WILLIAM PHINE

OOK TERUG OF OPGEFRIST

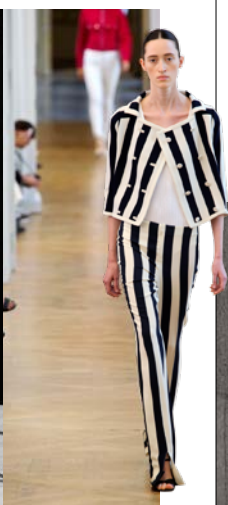
Azzaro, Cacharel, Carven, Courrèges, Fiorucci, Helmut Lang, Jean Colonna, Katharine Hamnett, Olivier Theyskens, Paco Rabanne, Pierre Cardin, Rochas, Roy Halston Frowick

NIET VAN DE GROND

Charles James, House of Worth, Jacques Fath, Maison Irfé, Réard



COURRÈGES 1966



FIORUCCI 1969



MARTHA HUNT 2017