

ETIENNE RUSSO
Lüksü yeniden
tanımlayan isim

LUCIA PICA
Chanel ve kırmızı onunla
hayat buluyor

JULIEN ROYER
Fransız mutfağındaki yeniliklerin
öncüsü

Nº:6
Summer/19

CURATED



ETIENNE RUSSO

Gösteriş ve lüks onun yaratıcı dehasıyla yeniden tanımlandı.

Dior, Hermès, Dries Van Noten gibi dünyaca ünlü markalara kreatif danışmanlık veren ve her yıl düzenledikleri defileleri göz kamaştıran bir şova dönüştüren Russo, sanılan aksine abartının değil saflığın peşinde. Çünkü ona göre gerçek lüks, temiz hava solumaktan ibaret.





Karşımızda dünyanın en yaratıcı insanlarından biri varken sormamak olmaz; ilham kaynağım diyebileceğiniz biri var mı?
Sanırım Karl Lagerfeld benim ilham kaynağım. Olağanüstü biriydi: tasarımcı, fotoğrafçı, editör... Zengin bir kültüre ve sınırsız bir yaratıcılığa sahipti. Eğer bir esin kaynağından kastettiğin buysa, Lagerfeld benim için bunun harika bir örnek olur.

Her şeyden önce Villa Eugénie gibi bir şirket kurmayı ve moda dünyasında var olmayı hayal ediyor muydunuz?

Moda dünyasında var olmak veya bir şirket kurmak için bir plan yapmadım, hepsi doğal olarak gelişti. O zamanlar yeni ortaya çıktıkları için Antwerp Six ile çalışıyordum. Walter Van Beirendonck ile birkaç kampanya çekimi yaptım ve koleksiyonlarını göstermek için Avrupa'ya giderken eşlik ettiğim Dries Van Noten'le de bu sırada yakınlaştık. 1990 yılında bir gün Dries, "Etienne, Paris'teki ilk şovumu yapmak üzereyim, tasarımını üstlenmek ister misin?" dedi. Tabii ki "evet" dedim, tam olarak neyi kabul ettiğimi ve bu yolun beni nereye götüreceğini bilmiyordum; fakat kesinlikle bu inanılmaz derecede yaratıcı hareketin bir parçası olmak istiyordum. Olaylar birbirini takip etti ve 1991'de Dries van Noten'in ilk defilesini gerçekleştirdik. Böylece her şey başlamış oldu. Villa Eugénie de yıllar içinde aslında tahmin edebileceğim veya hayal edebileceğim her şeyin ötesinde büyüdü.

Çalışma yönteminizden bahsedermisiniz?

Takip ettiğim belli bir format yok. Çalışma şeklimiz her tasarımcıyla ve her müşteriyle farklı. Bazıları her türlü fikre açık oluyor ve bize dilediğimizi tasarlamamız için tam yetki veriyor. Diğerlerinden doğru yönü bulana kadar uyum sağlayacağımız bir briefing alıyoruz. Bazı durumlarda da, tasarımcı istediğini tam olarak biliyor ve kendi yaratıcı ekibiyle işe ortak oluyor. Villa Eugénie de herkesin ortak bir sonuç için çalıştığı

daha büyük bir zincirin parçası ve yöneticisi oluyor.

İlham söz konusu olduğunda da çağdaş sanat, kitaplar, filmler, ışıklar, mimari ve sokaklar beni çok besliyor. İlginçtir; fakat hiçbir zaman modadan ilham almıyorum.

Bir gösteri düzenlerken dikkat edilmesi gereken en önemli unsur nedir?

Aydınlatma kesinlikle önemli bir unsur; her şeyi söyleyebilir. Teknik görünebilir; fakat bunun ötesinde duygusal bir unsurdur. Bir dekor sadece güzel bir aydınlatma ile unutulmaz olabilir.

Gösterileriyle adından söz ettiren hemen hemen bütün markalar sizinle çalışıyor. Ancak tüm bu defilelerde ve şovlarda kendinize özgü bir tarzınız var. Bunu nasıl başarıyorsunuz?
Çalıştığım her markaya bir şekilde aşığım. Kim olduklarını ve onları herkesten farklı kılan mesajı doğru iletebilmek için markayı kalbinizde hissetmeniz gerektiğini düşünüyorum. Daha sonra hayal etmek ve onu bir şova dönüştürmek kolay. Duygularla çalışmayı seviyorum.

30 yıldan fazla bir süredir moda dünyasının içindesiniz. Bu geçen 30 yılı nasıl değerlendiriyorsunuz?
Moda haftaları eskisine göre daha büyük çapta etkileşime sebep olan etkinlikler oldu. Bugün bir tasarımcının unutulmaz bir gösteri sergilemesi her zamankinden daha önemli; çünkü rekabet zorlu. Canlı yayınlar ve sosyal medya bu evrimde büyük rol oynadı. Artık herkes dünyanın her yerinden birkaç dakika da olsa gösteriyi izleyebiliyor. Fotoğraf bile çevrimiçi; çektiğiniz an yorumla açık hale geldi. Rötüş yapmak için zaman yok; vurdun ya da iskaladın. Sektörde her zamankinden daha büyük bir baskı var; çünkü dijital dünyada herkesin tek atışlık şansı var.

İçinde bulunduğumuz dijital çağda defilelerin geleceği nasıl olacak? Lüks markalar, organizatörler ve

tasarımcılar alışlagelmiş yapıyı nasıl bozacak?

Çoğulculuk sektöre yön verecek. İnternetin defilelerin sunumlarını değiştireceğini düşündük fakat öyle olmadı. Biz defilelerde canlı yayın yapıyoruz; sosyal medya kanalları da buna dahil oluyor. Fakat dijital dünyanın yeniden oluşturamayacağı bir şey var; gerçek duygular. Bunu nasıl değiştirebilirsin? Bugün herkes farklı şekillerde 10 dakikalık bir gösteri yapmanın bir yolunu bulmaya çalışıyor. Diğer bir önemli husus, endüstrideki büyük oyuncular ve endüstrinin parçası olan toplum. Bence kesinlikle bir evrim beklemeliyiz ama bir devrim yapmamalıyız.

En ufak bir detayı bile değiştirmeyeceğim tek bir defile var; Dries'in 50. yılı.

Bugüne kadar düzenlediğiniz en unutulmaz defile hangisiydi?

En ufak bir detayı bile değiştirmeyeceğim tek bir defile var; Dries'in 50. yılı. Gösteri, Paris'in eteklerinde bir yerlerde bir depoda gerçekleşti. Uzun bir masada 500 konuğa akşam yemeği servis edildi ve 250 garsonla herkese aynı anda servis

yapıldı. Masa daha sonra, son modelin müziğin son notasında yürüyüşünü tamamladığı mükemmel bir podyuma dönüştü. Odada altın rengi bir ışık vardı; her şey çok güzel görünüyordu. Her gösteriden sonra bir sonraki için neyin geliştirilebileceğini zihinsel olarak gözden geçiririm. Fakat bu gösterinin ardından hiçbir şeyi değiştirmek istememiştim.

Birlikte çalışmadığınız fakat işlerine hayran olduğunuz bir tasarımcının ismini soracak olsak...

Alexander McQueen derim! Böylesine yetenekli biriyle çalışmayı çok isterdim. Çünkü hiçbir duyguyu ve düşüncesini paylaşmaktan korkmuyor. Gösterilerini gerçek hikaye anlatımı ve performans sanatıyla dolu teatral yapımlarla birleştiriyordu.

Moda dünyasında adını altın harflerle yazdırdıktan sonra şaşırtıcı bir hamle yaptınız. Heavensake için Carl Hirschmann ve Benjamin Eymere ile bir araya gelerek sake işine girmeye nasıl karar verdiniz?

Heavensake vizyonunun merkezinde Regis Camus var. O olmasaydı, hiçbir şey bugünkü gibi olmazdı. Gerisi, özgün bir sake markası yaratıp bunu bütün dünyayla paylaşmak isteyen arkadaşların bir araya gelme hikayesi... Benim için bu işe girmek radikal bir karardı; fakat harika insanlarla benzersiz bir maceraya





atılmamı sağladı. Diğer yandan sake hala keşfedilmemiş bir hazine... Neyse ki bu durum biraz olsun değişiyor. Sake'nin geleceğin içkisi olduğunu konusunda ekipçe hemfikiriz.

Kirlilik şimdi olduğu gibi artmaya devam ederse, gerçek lüks yemek yiyip, su içip, temiz hava solumak olabilir.

Lüks moda markaları ve ardından Heavensake... Lüks sizin için ne ifade ediyor?

Aklıma gelen ilk şey zahmetsiz şıklık ve gerçek zamansızlık. Bu tanımlı genişletecek olursam, lüksün her zaman olduğu gibi sürekli evrim geçirdiğine inanıyorum. Bugün lüks, 20 yıl öncekiyle aynı değil; 20 yıl önceki de 40 yıl öncekiyle aynı değildi. Eskiden lüks uçakla seyahat etmek, televizyon ve kablolu telefon sahibi olmak gibi bugün gülünç gelen şeylerdi. Şimdiyse lüks çevresel faktörlerin etkisiyle yeniden tanımlanıyor. Sürdürülebilirlik kriterlerine ve toplum üzerindeki genel etkilerine göre lüks tanımını yeniden şekillendiriyoruz. Bugün lüks dediğimiz şeyin aslında temiz hava solumak veya plastik olmayan bir okyanusta yüzmek olduğunu düşünmek beni üzüyor. Kirlilik şimdi olduğu gibi artmaya devam ederse, gerçek lüks yemek yiyip, su içip, temiz hava solumak olabilir. Bu gerçekten çok üzücü.

Heavensake bu lüks anlayışını nasıl temsil ediyor?
Heavensake, hem içerik olarak hem de tasarım anlamında saf bir ürün. Şişeler için geri dönüşümlü camlar ve minimum miktarda kağıt kullanıyoruz; kutularımızı geri dönüştürülebilir bir biçimde üretiyor ve yine yeniden kullanıyoruz. 2020'deyse karbon salınımımızı sıfıra indirme hedefi belirledik. Günümüzde marka kimliği sadece tasarımdan ibaret değil; bunun gibi ilkeler belirlemeniz ve görüşünüzü ortaya koymanız gerek. Heavensake, lüksten çok bir yaşam tarzı markası. Lüks ve aşırılığı temsil etmeyen deneyimler ve duygular yaratmak

istiyoruz. Herkes keyfine baksın, ne içtiğini bilsin ve davranışlarının çevreye nasıl bir etkisi olduğunu farkına varsın istiyoruz. Tüm lüks ve yaşam tarzı markalarının gelecek nesillere kalmak için bu ilkeleri benimsemeleri gerektiğini düşünüyorum.

Heavensake'yi diğer kaliteli Japon sake markalarından farklı kılan ne?
Kesinlikle Regis Camus ile çalışmak. Harmanlama becerileriyle şampanya uzmanları arasında rakipsiz olduğunu düşünüyorum. Dünyanın en prestijli şarap yarışması olan IWC'yi sekiz kez kazandı. Onun gibi birisinin her bir Heavensake şişesinde parmağı olması çok değerli. Bir diğer önemli unsur da şişemizin tasarımı. Modern içki tarihindeki neredeyse tüm başarılı hikayeleri ikonik bir şişeye dayanıyor.

Son olarak yaratıcılığımızın önemli bir faktör olduğunu düşünüyorum. Hala çok küçük bir markayız; ancak estetik anlayışımız, marka kimliğimiz ve etkinliklerimiz dünya çapında birçok uzman tarafından beğenildi ve takdir edildi. Paris'teki Amerikan Katedrali'nde yaptığımız iklim değişikliği farkındalık performansı, markamızın ve hatta o kilisenin tarihinde eşsiz bir andı. Hedefimize ulaşana kadar daha önümüzde uzun bir yol var; ancak sake'yi Japon restoranlarının ve kategorisinin dışına taşımak hedefimiz. Çünkü sake bundan çok daha fazla potansiyele sahip ve bunu ispat etmek bizim görevimiz.

Carl Hirschmann markanın ismini neden Heavensake koydu? Bir hikayesi var mı?
Çünkü saflık, yükseliş ve erişilmezlik duygularını uyandıran bir isim istedi. Nirvana gibi.

Şişenin tasarımına gelince... Markanın gösterişli duruşunu da içkinin saflığını da yansıtıyor. Şişenin tasarım süreci nasıl gelişti?
Bu çok hassas bir konu! Uygulanabilir olanın sınırlarını zorlamayı seviyorum; bu yüzden aylarca fikrimi gerçekleştirebilecek bir şirket aradık. Ancak zaman kısılıyordu... Durum



böyle olunca Carl kendi başına gidip "B Planını" uygulamaya karar verdi. Carl'ın bir tasarım stüdyosuyla birlikte geliştirdiği tasarımını kullandık. Benim tasarımımı da limited edition bir seri için kullanmaya karar verdik. Belki Tokyo'daki 2020 Olimpiyat Oyunları için...

Bize sake ile ilgili hiç bilmediğimizi düşündüğünüz bir şey söyler misiniz?
Sadece junmai sake için. Junmai "saf" anlamına gelir ve yalnızca damıtılmış alkol veya bunlara eklenmiş başka herhangi bir element içermeyen doğal fermente sakeler için kullanılır. Geri kalan detaylar kişisel seçimler, koşullar ve bütçelere bağlı olarak değişebilir. Sakenin bu kadar çeşidi oluşu bu işe girişmeden önce beni en çok heyecanlandıran şeylerden biriydi. Bu kadar köklü bir tarihin ve çeşitliliğin bir içkide bulunması güç bir durum. Diğer yandan şaşıracaksınız ama sake balık, et ve hatta pizza ile çok iyi gidiyor! Eğer junmai bir sake içerseniz ertesi gün başınızı ağrıtmayacağını garanti ederim. Sadece karıştırmayın; sake ile başlayın, onunla bitirin.

Sake ile hazırlanan favori kokteyliniz hangisi?
Heavensake; mini salatalık ve mikro kişniş veya yuzu suyu. Üzerine de biraz buz. Basit ama çok canlandırıcı bir kokteyl.

Bu yaz sake'nizi nerede yudumlayacaksınız?

Dünyada o kadar şahane yer var ki aralarından birini seçmek çok zor. Fakat bu yaz iki iş birliği için çok heyecanlandığımı söyleyebilirim; biri Mykonos'taki Scorpios'ta diğeri ise Ibiza DC10'de gerçekleşecek. Ayrıca bu iki adresin deniz kenarında bir şeyler içmek için en iyi mekanlar olduğunu düşünüyorum.

Bu yaz için başka nasıl planlarınız var?

Her zaman üzerine çalışacak bir projem olduğu için çok şanslıyım. Temmuz ayının sonuna kadar bazı ve prodüksiyonları üzerinde çalışacağım. Aynı zamanda da çocuklarıma biraz daha fazla zaman ayıracağım ve dinleneceğim. Tabii bir de biraz ilham peşinde koşup eylül ayındaki projelerime hazırlanacağım.

