

РОССИЯ

# Numéro

068



# SENSUALITY

№68 Октябрь 2022

ISSN 2304-554X 22068>

4 620768 440069



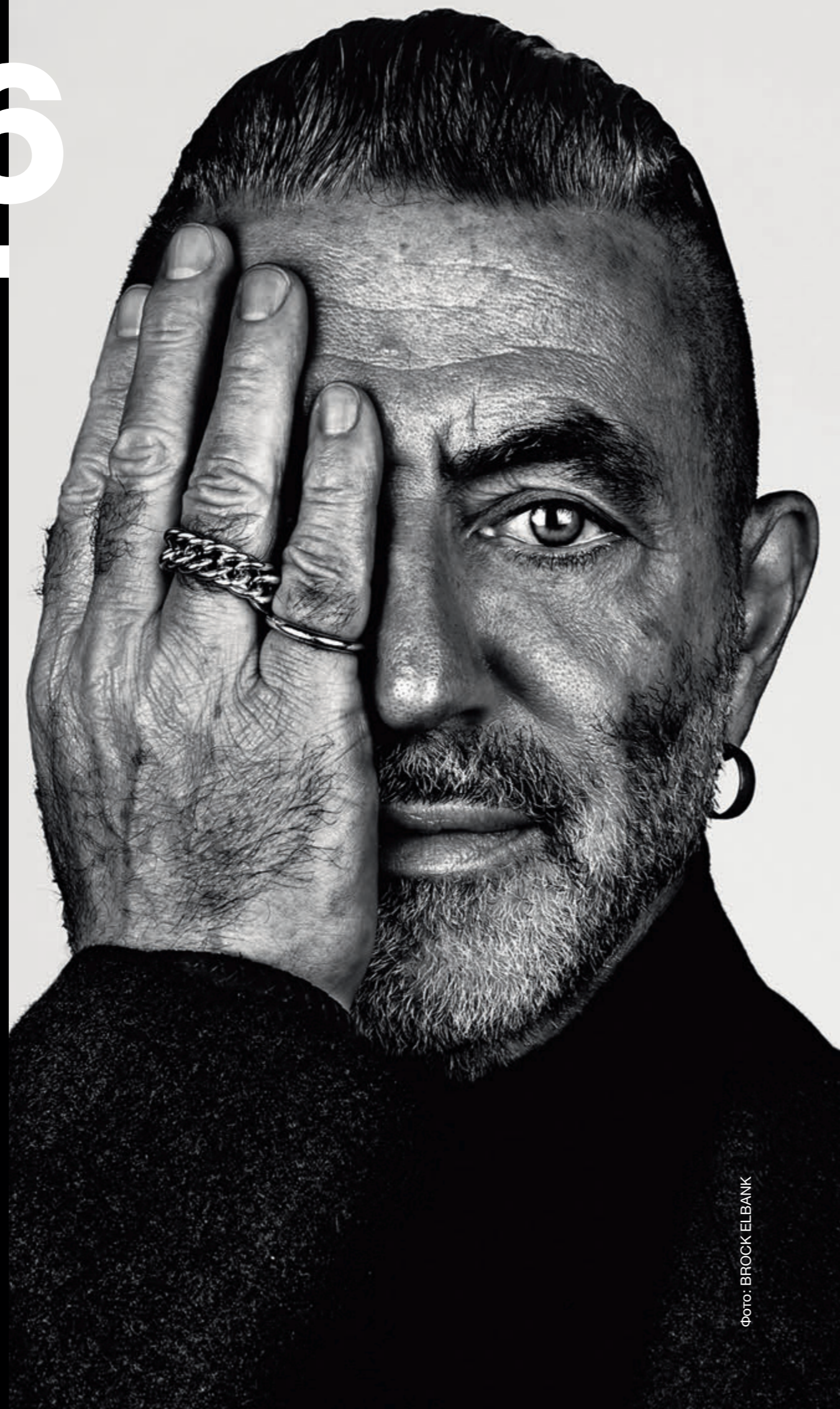


Фото: BROCK ELBANK

# Etienne Russo

## Этьен Руссо

### Как различные культуры и менталитеты влияют на индустрию моды?

Мода олицетворяет собой открытость новому, культурное многообразие и соединение несочетаемого. Она всегда была социальным зеркалом, которое отражает основные ценности без ограничений и стереотипов.

### Почему так важно выйти на международный уровень в индустрии моды?

Глобализация — это общая и необратимая тенденция. Понимание и признание культурного разнообразия — это самый первый шаг к тому, чтобы быть конкурентоспособным на международном уровне.

### Вы пришли в продюсирование модных показов из ресторанной индустрии. Как же случился этот переход тогда? Как вы решили открыть Villa Eugénie?

Из работы в высококлассном гостиничном бизнесе я узнал, как важно культивировать строгую дисциплину, точность и внимание к деталям, чтобы искусно руководить вечеринками в брюссельском «The Mirano», культовом клубе того времени, с замотивированным коллективом творческих личностей. Весь этот опыт был богатым и жизненно важным обучением. Мой первый шаг в индустрии моды был в качестве модели для бельгийских дизайнеров Дриса Ван Нотена и Вальтера Бейрендонк (двое из легендарной Антверпенской шестерки), когда они окончили Королевскую академию изящных искусств в Антверпене. С Дрисом Ван Нотеном у нас сложились прочные партнерские отношения, которые продолжают до сих пор. В 1991 году он доверил мне организацию своего первого показа на подиуме на Неделе моды в Париже, который стал его масштабным дебютом. После успешного первого показа ряд бельгийских дизайнеров начали обращаться ко мне и подталкивать к скорейшему созданию Villa Eugénie, моего продюсерского агентства в Брюсселе.

**Villa Eugénie — компания, на счету которой более 1100 модных шоу по всему миру. С кем вам больше всего понравилось работать? Какие шоу или мероприятия запомнились больше всего?**

### How do different cultures and mentalities affect the fashion industry?

Fashion embodies openness, multiculturalism and interbreeding.

It is and always has been a social mirror that reflects conveys core values beyond frontiers and stereotypes.

### Why is it so important to go international level in the fashion industry?

Globalization is a general and irreversible trend. To understand and to acknowledge cultural diversity is the very first step to be internationally competitive.

### You came into producing fashion shows from the restaurant industry. How did this transition happens then? How did you decide to open Villa Eugénie?

From the high-profile hotellerie, I learnt the importance of cultivating a strict discipline, precision and the attention to details to art directing parties at Brussels «The Mirano», an iconic club at that time, with a stimulating collective of creative talents. The whole experience has been a rich & crucial training. My first step in the fashion industry was as a model for the Belgian designers Dries Van Noten and Walter Beirendonck, two of the legendary Antwerp Six, when they graduated from the Royal Academy of Fine Arts Antwerp. With Dries Van Noten, we developed a solid working partnership which still goes on. In 1991 Dries Van Noten entrusted me with the organization of his first runway show at Paris Fashion Week, which was his first big production set up.

Following the successful debut, a range of Belgian designers started to approach me and to push me to quickly establish Villa Eugénie, my Brussels-based production agency.

### Villa Eugénie has more than 1100 shows worldwide. Who did you enjoy working with the most? What shows or events are remembered the most?

In this industry where you need to constantly reinvent, to surprise and to innovate the main challenge is to maintain and nourish long lasting relationships or partnerships. I am grateful and proud to have built such loyalty with amazing

В этой отрасли, где нужно постоянно изобретать, удивлять и внедрять что-то новое, главная задача — поддерживать и подпитывать долгосрочные партнерские отношения. Я благодарен и горжусь тем, что заслужил доверие таких удивительных дизайнеров и модных домов, как Dries Van Noten (более 30 лет), Hermès (24 года), Карла Лагерфельда во время работы в Chanel и Virginie Viard (более 22 лет), покойного и очень не хватющего нам Альбера Эльбаза/ Lanvin (16 лет) и Moncler (15 лет). Чрезвычайно важно также поддерживать будущие таланты, помогать новому поколению делать свои первые шаги на рынке и начать свое дело. Это мой способ отдать должное индустрии моды, которая позволила мне стать тем, кто я есть сейчас. Учитывая 30-летие существования Villa Eugénie, я думаю, что самым запоминающимся событием является самый первый успех, которого я добился, и тот, который я еще не планировал и даже не подозревал о нем. Моей движущей силой является умение создать эмоциональную связь с людьми, побудить их делиться событиями или контентом.

**Что вы скажете об Антверпенской шестерке?**

**В чем феномен такой концентрации талантов в одном месте и в одно время?**

В начале 80-х годов Королевская академия изящных искусств Антверпена, которую закончила Антверпенская шестерка, при активной поддержке бельгийского правительства стала инкубатором для величайших дизайнеров-авангардистов моды. Линда Лоппа, руководитель отдела моды, позволила и помогла всем этим молодым талантам раскрыть себя и познакомила их с fashion-индустрией.

**Как вы можете описать свою нетривиальную профессию продюсирования модных показов?**

Страсть и усердная работа. Страсть и усердная работа. Страсть и усердная работа. И так по кругу! В этой отрасли, какова бы ни была ваша должность, вы добьетесь успеха только в том случае, если будете искренне увлечены и будете работать изо всех сил.

**Что вдохновляет вас на создание шоу, которые поражают весь мир?**

Творческий процесс — это командная работа, в рамках которой ведется постоянный и открытый диалог с дизайнерами, брендами, с ребятами внутри коллектива. Иметь возможность всегда рисковать, бросать вызов... Мы не знаем границ. Вы не можете достичь этого в одиночку, но вы добьетесь этого в команде.

**Как изменилась ваша работа с начала цифровизации?**

Новые технологии и способы взаимодействия со зрителем открыли совершенно другую реальность и спектр впечатлений. Появились бесконечные творческие возможности, и мы с каждым днем видим все больше перспектив. Это очень восторженное и вдохновляющее время на этом уровне. В Villa Eugénie мы с командой восприняли это как реальный шанс и возможность предложить нашим клиентам дополнительные уровни услуг, которые позволяют использовать 360-градусный подход между физическим и цифровым мирами. Мы создали специальный отдел цифровых технологий и киноискусства, состоящий из экспертов, специализирующихся на создании образов и уже работающих непосредственно над Web 3.0.

**Как пандемия повлияла на вашу работу?**

designers and houses like Dries Van Noten (since 30 years), Hermès (24 years), Karl Lagerfeld for Chanel and Virginie Viard (since 22 years), with the late and much missed Alber Elbaz/ Lanvin (16 years) and with Moncler (15 years). I also feel extremely important to support upcoming talents. To help the new generation to make their first steps out there/ launch . It is my way to give back what this industry has allowed me to become.

With 30 years of the existence of Villa Eugénie, I guess that the most memorable event is the very first one/ success I achieved and the one that I haven't yet planned or even thought of. My driving force is to create emotional connection, to move people through shareable events or contents.

**What do you say about the Antwerp Six? What is the phenomenon of such a concentration of talents in the same place and in the same time?**

In the early 80s, The Royal Academy of Fine Arts Antwerp, from which the Antwerp Six graduated, strongly supported by the Belgian government became the incubator for fashion greatest avant-garde designers. Linda Loppa, the head of the Fashion department allowed and greatly supported all these young talents to reveal themselves and to introduce them to the fashion world.

**How much did your friendship with Dries Van Noten and the Antwerp Six help you?**

I remember it as a very dynamic, bubbling and free time period. It was a creative pool of multi disciplinary talents (fashion, music, visual arts) inspiring each other; an artistic laboratory fun, vibrant and innovative.

**How can you describe your non-standard profession of producing fashion shows?**

Passion and hard work! Passion and hard work! Passion and hard work! And Repeat! In this industry, whatever your position is, you only succeed if you are passionate and if you work your hardest.

**What inspires you to create shows that amaze the whole world?**

The creative process is a team work. Within the constant and open dialogue with the designers, the brands and my team. To be able to always dare, to challenge...we know no limits. You can't achieve it on your own but you will as a team.

**How has your work changed since the beginning of digitalization?**

New technologies and communication channels open it up to a brand new reality and experiences. Endless creative possibility has appeared, and we are discovering and experiencing everyday new perspectives. It is a highly enthusiastic and inspiring time on that level. At Villa Eugénie the team and I have embraced it as a real chance and opportunity to offer additional layers of services to our clients which allow a 360 approach between the physical and the digital worlds. We built a dedicated Digital and Film department of experts focused on creating imagery and who are already headed on the Web 3.0 since a while.

**How has the pandemic affected your work?**

What an incredible test of life it has been for everyone on a personal level and what a great challenge for our companies as well. It has taught us to reconsider so many certainties and forced us to change, to adapt, to transform in a flash. Digital shows take over physical events during that time. There is no way back: Physical

Это было невероятным жизненным испытанием для меня и для компаний в целом. Это научило переосмыслить так много неопределенностей и заставило меняться, приспосабливаться, трансформироваться в мгновение ока. Цифровые шоу заменяли живые показы в течение этого времени. Обратного пути нет: физическое и цифровое дополняют и обогащают друг друга.

**Какими вы видите шоу в будущем? Как вы собираетесь удивить зрителей, которые уже все видели?**

Живые и онлайн-показы, а теперь и Web 3.0 открывают бесконечные возможности. Реальный и виртуальный миры, идущие рука об руку, создают фантастическую и экстраординарную творческую площадку. Meta & NFT: например, Moncler или Boss. Новые технологии и инновации являются частью ДНК моды. Мода создает тенденции и новые способы самовыражения. Web 3.0 — это новое приключение, которое только началось.

**Тема нашего выпуска — чувственность. Как вы интерпретируете это слово?**

Чувственность стимулирует все наши ощущения и вдохновляет наш разум. Это состояние бытия. Чувственность допускает многомерную связь.

**Как чувства и эмоции становятся частью индустрии моды?**

Эмоции лежат в основе творения. Villa Eugénie сделала эмоциональное воздействие своей отличительной торговой маркой, вызывая мощные образы и ощущения для создания выдающейся театральности. Мода — это мощное невербальное средство выражения: уникальное видение дизайнера, а также раскрывающий истинный глубокий характер человека, который ее носит.

**Как вы побуждаете зрителей испытывать яркие эмоции от ваших шоу? Какие методы вы используете для организации показов?**

Мы используем все возможные инструменты для усиления видения с помощью шоу, мероприятий и образов, которые мы создаем для дизайнеров и домов, с которыми сотрудничаем. Для каждого проекта мы бросаем вызов каждой детали, которая могла бы усилить эмоциональную связь как для присутствующей публики, так и для виртуальной аудитории. Мы всегда стремимся создать максимально захватывающий и трогательный опыт, который сделает его незабываемым.

**С какими трудностями приходилось сталкиваться на показах? Было ли, когда что-то не получилось?**

Я больше научился на своих ошибках, чем на успехе. Неудача — это важный элемент творческого процесса. Страх неудачи — это препятствие на пути к творчеству и топливо, при правильном использовании которого можно свернуть горы.

**Каким образом ваша дружба с Дрисом Ван Нотеном и Антверпенской Шестеркой повлияла на вас?**

Я запомнил этот отрезок моей жизни как очень динамичный, бурлящий эмоциями и свободный. Это был творческий круг многопрофильных талантов (мода, музыка, изобразительное искусство), внутри которого каждый вдохновлял друг друга; художественная лаборатория, веселая, яркая и инновационная.

and Digital are complementary, they enrich and respond to each other.

**How do you see the shows in the future? How are you going to surprise the audience who have already seen everything?**

Physical, Digital and now web 3.0: open up endless possibilities. Physical and virtual worlds going hand in hand allow a fantastic/extraordinary creative playground. Meta & NFT: Moncler or Boss, for example. New technologies and innovation are part of fashion DNA. Fashion creates trends and new ways of expression. Web 3.0 is a new adventure which has only began.

**The theme of our issue is sensuality. How do you interpret this word?**

Sensuality stimulates all our senses and inspires our mind. This is a state of being. Sensuality allows a multidimensional connection.

**How do feelings and emotions become part of the fashion industry?**

Emotions are at the heart of creation. Villa Eugénie has nurtured emotional impact as its distinctive trademark, invoking powerful images and sensations to create outstanding theatrics. Fashion is a powerful non verbal means of expression: the unique vision of the designer and it also reveals the true or deep character of the person who wears it.

**How do you make the audience feel? What techniques do you use to organize events?**

We use every possible instrument to magnify visions through shows, events and imagery we create for the designers and houses we collaborate with. For each project we challenge each detail which could amplify emotional connection for the public in presence but also for the virtual audience. We always look for designing the most immersive and moving experience which will make it memorable.

**What failures have occurred on the show? Was it that something failed?**

I've learned more from my mistakes than from success. Failing is a significant element of the creative process. The fear of failure is a roadblock to creativity and a fuel that well used can move mountains.

# 29