

## «БОЛЬШЕ ВСЕГО Я БОЮСЬ УСТАРЕТЬ»

Томми Хилфигер о том, как оставаться актуальным



НАОМИ КЭМБЕЛЛ, ЛЬЮИС ХЭМИЛТОН, ПЕВИЦА Н.Е.Р. и Томми Хилфигер вместе с моделями в одежде TommyXLewisXNER в финале шоу в Лондоне

**В ЛОНДОНЕ** в галерее Tate Modern 16 февраля Томми Хилфигер и его команда устроили настоящий праздник инклюзивности, разнообразия и осознанной моды. В первом ряду показа гендерно нейтральной коллекции TommyNow — эпатажный Билли Портер и звезды британской поп-культуры, а на подиуме — ветераны индустрии Наоми Кэмпбелл, Ясмин Ле Бон, Эрин О'Коннор, Карен Элсон, Алессандра Амбросио, молодая поросль — Лотти Мосс, Леннон Галлахер и другие известные друзья бренда демонстрировали спортивную уличную одежду, которую Томми создавал вместе с британским гонщиком Льюисом Хэмилтоном и певицей Н.Е.Р. (Габриэлой Уилсон, американской хип-хоп исполнительницей). Оверсайз-куртки с накладными карманами, джинсы и куртки из денима, майки и футболки с надписью Unity — «Единство», поясные сумки с надписью Loyalty — «Лояльность», худи и брюки карго нежно-розового цвета, неоновые комбинезоны и двусторонние тренчи с подкладкой цветов американского флага, — все это уже сегодня можно купить в 70 странах, в том числе в России. Томми Хилфигер никогда не оглядывался на других — он первым начал выпускать на подиумы известных людей и первым стал приглашать знаменитостей на показы, он же был первым современным адептом унисекс-моды в Америке. Именно Хилфигер в свое время разглядел в симпатичной девушке Джиджи Хадид будущую суперзвезду модной индустрии; его компания недавно объявила, что переходит на 3D-дизайн одежды. Томми шутит, что иногда он опережал время и к его инновациям индустрия не была готова. Вот и в Лондоне Хилфигер, кажется, вновь обогнал всех.

«Коммерсантъ. Стиль» встретился с дизайнером в его лондонском офисе, чтобы поговорить о будущем индустрии.

**Почему на этот раз вы привезли свое шоу на Лондонскую неделю моды?**

Льюис Хэмилтон вырос в Лондоне, и мы решили, что такой жест вежливости будет уместным. И мы очень любим Англию. Нам нравится дух страны, атмосфера города — старый мир, но современный. Все, что мы ищем и любим!

**Расскажите подробнее о коллекции.**

Это была трехсторонняя коллаборация, мы пригласили поработать вместе с нами сразу двух совершенно разных знаменитостей: спортивную звезду — британского гонщика Льюиса Хэмилтона и певицу Н.Е.Р., которая скоро станет мировой звездой. На подиуме будут представлены совершенно новая коллекция TommyXLewisXN.E.R. и коллекция, которая на все 100% соответствует нашей ДНК. Вот увидите, Габриэла будет суперзвездой и звездой индустрии моды. Я уверен, что мы открываем миру нового персонажа. **Как вы думаете, последуют ли другие недели моды примеру копенгагенской недели и запретят ли брендам участвовать в показах, если они загрязняют окружающую среду?**

Не думаю, что это актуально для показов. Я думаю, что таким брендам в принципе стоит пересмотреть свое отношение к индустрии. Больше пяти лет назад, когда заговорили об экологии, мы обнаружили, что стирать деним в воде — крайне токсичная процедура. Остатки краски попадают в воду и отравляют ее. И тогда мы нашли новый способ — лазерная чистка без использования воды. Мы поняли, что можем изменить свой бизнес.

И сфокусировались на главной цели — стать компанией, которая придерживается принципов устойчивого развития. Вещи из капсулы TommyXLewis, которую мы сделали совместно с Льюисом Хэмилтоном, на 75% более экологичны, чем все наши предыдущие коллекции. Скорее всего, потребители откажутся покупать у тех, кто не заботится о защите природы. **Думаете, покупатели уже готовы к таким радикальным переменам? Мне кажется, они чаще обвиняют бренды в загрязнении, не понимая, что, покупая, сами поддерживают это.** Я уверен, что в конечном счете это общие усилия, которые мы все должны приложить, чтобы сделать мир лучше. Потребление, доставки, покупки, производство — все этапы должны измениться. Нужно развивать вторичную продажу, внедрять возможность переработки и так далее. Все должны постараться, и только тогда мы сможем увидеть какие-то плоды.

**Коллекция объявлена гендерно нейтральной, но ведь Tommy Hilfiger всегда делал унисекс-коллекции. В чем же особенность этой?**

Действительно, больше 35 лет мы делали унисекс, и хотя мы делали отдельно мужские и женские коллекции, многие наши покупатели заходили во все отделы, выбирая что-то для себя. А 50 лет назад я запустил бутик, который назвал Peoples Place — то есть место для людей независимо от пола. Мы делали уличную одежду, то, что называется «стритвир» (от англ. street wear), а сейчас это тренд! Сейчас гендерная нейтральность — это тренд! Оверсайз, логотипы — тренд. Я не пытаюсь приписать себе изобретение стритвира, но мы правда были одними

из первых. Это была уличная одежда, гендерно нейтральная, которую следовало носить определенным образом. А сейчас это везде. Так что нет никакой особенности, просто пришло время и для этой нашей идеи.

**Чувствовать повестку важно, но ведь выходить со смелыми идеями раньше времени, до того, как люди готовы, тоже неправильно. Могут не оценить!** Конечно, тайминг — это все! (Смеется.) Я обожаю поп-культуру и люблю быть в курсе. У меня есть страх, что я стану нерелевантным. Я не хочу быть устаревшим. Чтобы оставаться уместным, нужно оставаться в игре. А чтобы оставаться в игре, достаточно всего лишь опережать время. Если ты отстал и пытаешься догнать индустрию — это очень сложно. Не невозможно, но крайне сложно.

**Кстати, о поп-культуре. Вы одним из первых предложили работать по схеме, которую сейчас называют «инфлюенсер-маркетинг», то есть сотрудничество с известными и влиятельными людьми. Но как вы определяете, кто звезда, а кто раздувая социальными сетями пустышка?**

Я никогда не окружал себя инфлюенсерами в современном понимании. Я окружал себя известными людьми, у которых, впрочем, было свое влияние на собственных поклонников. Они всегда были профессионалами своего дела — искусство, спорт, музыка, мода. А инфлюенсеры делают что-то эфемерное. Они не изобретатели, не инженеры, не таланты. Впрочем, многие из них занимаются благом делом, особенно те, кто говорит об экологии, об устойчивом развитии и так далее.

**Раз вы упомянули изобретателей, расскажите о том, как вы перешли на 3D-дизайн одежды?**

Наш генеральный директор Дэниел Гриддер обожает все, что касается технологий! Он предложил внедрить революционную технологию и отказаться от традиционной работы с образцами. Для коллекции весна-лето 2020 таким образом был придуман дизайн рубашек. Он же предложил и технологию диджитал-примечных, которая оказалась для нас невероятно удачной! Мы договорились со студией Dreamworks, которая занимается анимацией и 3D-дизайном, и применили их разработки в моде. Для нас это отличный способ сэкономить на производственных процессах.

**А что вы думаете об оскорблении чувств меньшинств? Когда могут обвинить в чем угодно, даже если умысла не было. Наверняка вас обвиняли даже в неуважении к американскому флагу.**

Да, конечно, и такое было. Но мы используем флаг, потому что любим его. И гордимся тем, что мы американцы. Мы используем красный, белый, синий, потому что хотим ассоциироваться с цветами нашей страны. Более того, мы всегда стараемся перерабатывать любые идеи. Нельзя просто открыто цитировать, всегда нужно переработать и выдать новый продукт.

Беседовала Натела Поцхверия