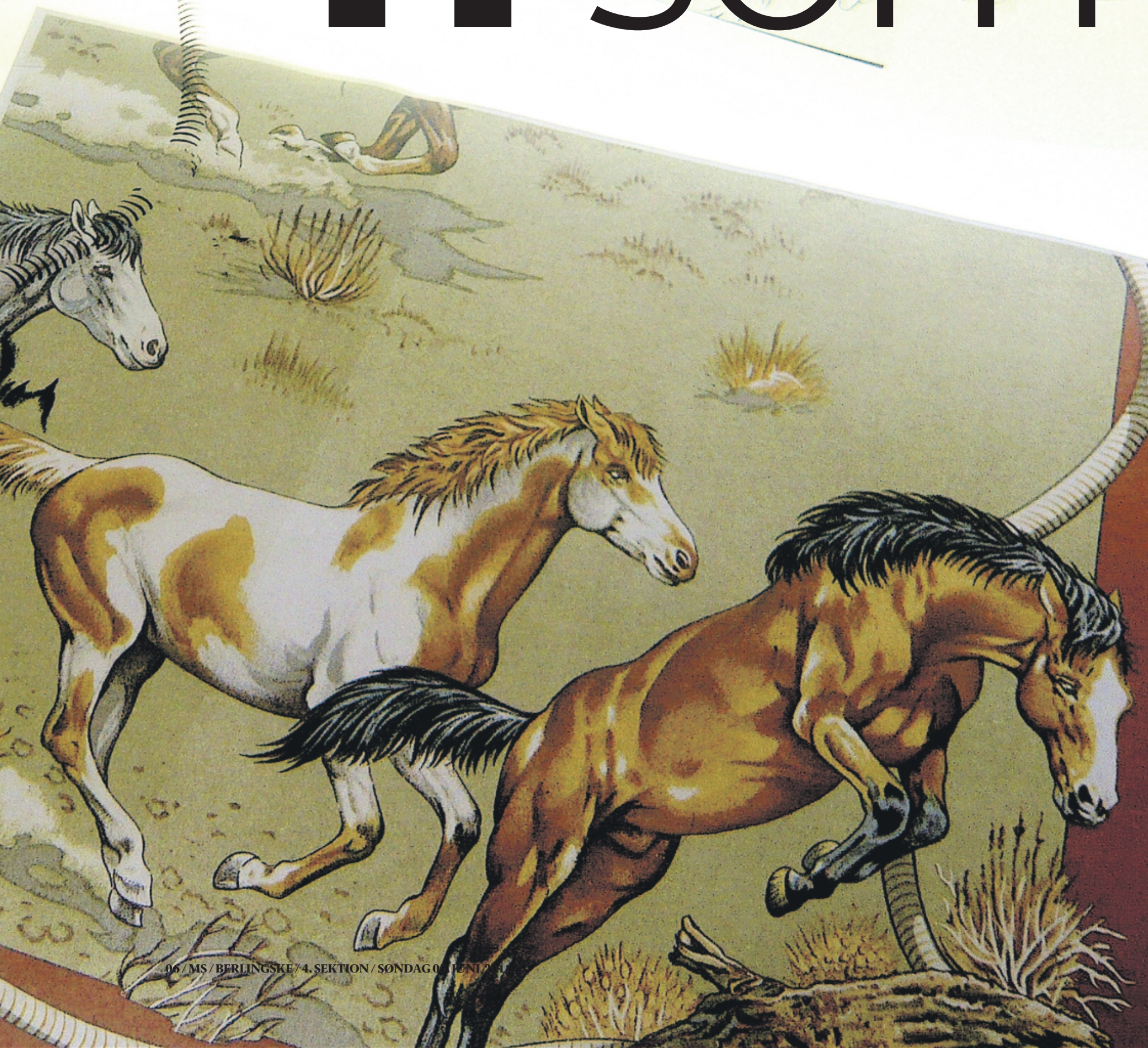


Hsom



i hest

Mode. Hermès er bedst kendt for sine luksuøse tasker og tørklæder, men hesten er mærkets vigtigste klient. Dette var nærmest bogstaveligt, da nogle af verdens bedste springheste indtog Paris for at deltage i Hermès' største event.

Af Camilla Alfthan // m-s@berlingske.dk
Foto: Camilla Alfthan og Hermès

Hesten var Hermès-familiens *raison d'être*, da Thierry Hermès i 1837 grundlagde en forretning i hjertet af Paris, der skabte det ypperste seletøj. Hermès' søn introducerede de første sadler, som med den følgende generation fik kunder som Zaren af Rusland, og siden da er sortimentet udvidet med tasker, accessories, boligindretning og tøj.

Så for at markere sine rødder i hesteverdenen, var Hermès forleden vært ved et kæmpemæssigt springstævne i hjertet af Paris.

Saut Hermès var navnet på begivenheden, der i tre dage havde samlet nogle af verdens bedste ryttere. Konkurrencerne fandt sted i den historiske Grand Palais-bygning, hvor en fransk løjtnant i 1933 sprang 2,38 m på hesten, Vol-au-vent.

Med et børsnoteret imperium, der i dag har mere end 8.000 ansatte og en omsætning på godt to milliarder euro, var rammerne i orden. Fire millioner euro havde Hermès investeret i begivenheden, og alle sejl var sat til for at skabe et billede, der var lige så gennemført som husets berømte silketørklæder, *les carrés Hermès*. I tre dage var Hermès' ikoniske H således synonymt med hest, og den grønne løber var rullet ud for de i alt 88 eliteheste, der stod opstaldet på Champs-Élysées – med hver sit hvide telt og dertilhørende passere og security. Det mest surrealistiske syn var imidlertid, da hestene blev ledt ind og ud af det ikoniske Grand Palais, hvis ene fløj viste en Picassoudstilling, mens Seinebredden var fyldt op med hestetransporter.



DEN FRANSKE STJERNERYTTER og verdenssetter, Kevin Staut, var her, og Grand Palais' karakteristiske stål- og glaskonstruktion var holdt i Hermès' orange signaturfarve, mens dagslyset, der strømmede gennem de store glaskupler, nærmest gav følelsen af, at man befandt sig udenfor. I indgangen stod en bronzeskulptur af Pegasushesten, som var temaet i Hermès' seneste silketørklæder, mens rytterne forcerede forhindringer, som var designet af samme person, der skal lave banerne til næste års Olympiade. Selv i duftens verden var hesten med. Hermèsparfumen, Rocabar, er skabt som duften af hest og er pakket ind i et klassisk engelsk dækket. Med konceptet »ét mærke, ét stævne« har Hermès bevæget sig ind på et helt nyt territorium. Foruden verdens bedste ryttere og heste havde man inviteret Europas dygtigste juniorryttere. Italienske Gucci står bag et lignende stævne hver december måned, men hvor de senest satte 600.000 euro på højkant i præmiepenge, nøjede Hermès sig med mindstebeløbene for hver enkelt klasse. Hos Hermès er penge eller luksus ikke noget, man taler om – det er noget, man har. Eventet handlede derfor om selve håndværket. Om det så var rytternes evne til at komme banen rundt så hurtigt og elegant som muligt, eller de mange arbejdstimer, der ligger bag de ikoniske Hermèsprodukter. Mens en workshop viste, hvordan Hermès-tørklæderne bliver til fra bunden – fra en illustrators første tegninger til den minutøse trykproces, der stadig finder sted i Lyon, kunne man også se Hermès' seneste nyhed, Talarissadlen, hvis smidige konstruktion i titanium og kulfiber skal forbedre hestens ydeevne. En Hermèsboghandel førte kun bøger, der handlede om heste. Flere afforfatterne var mødt frem, så gæsterne kunne få indblik i hesteverdenen og de præstationer, som ligger bag – om det så er i opdrættet eller en rytters lange vej til et internationalt stævne.

HÅNDVÆRKET VAR OGSÅ OMDREJNINGSPUNKT for Hermès' karismatiske chef, Jean-Louis Dumas-Hermès. Siden han i 1978 tog tøjlerne i familiefirmaet, har han udviklet Hermès til det imperium, vi kender i dag. Dumas hyrede modedesignere, som brød nye grænser med at skabe motorcykeljakker i python-skind, og som trak helt nye kunder til det ærværdige gamle hus. Dumas, som døde sidste år, plejede at sige, at verden er delt i to: Dem, som har bevaret deres savoir faire og som skaber god kvalitet, og de, som har tabt denne formåen. Således benytter Hermès stadigvæk de bedste håndværkere verden over til sine forskellige produkter.

Sadlerne skabes i Paris, hvor sadelmageren i dag hedder Laurent Gaublet. For at fremstille det perfekte produkt rejser han rundt til de lande, hvor kundernes heste befinder sig, for at tage

de rette mål.

Chefdesigner for moden er Christophe Lemaire, som sidste år overtog designledelsen fra den mere outrerede Jean Paul Gaultier. Med Lemaire fokuseres der fortsat på Hermès historiske håndværk.

Udover forskellige indslag af hest, var designerens første kollektion inspireret af hunjægeren, Diana. Tøjets underspillede elegance bar præg af Hermèsatelierets minutøse syninger og snit. Hermès' kreative direktør er Pierre Alexis Dumas, mens Jean-Louis Dumas' bror, Philippe, som er illustratør, designede en enkelt carré til sidste års kollektion.

MODESHOWENE ER LIGE SÅ EKSKLUSIVE som husets håndsyede sadler og tasker. Til dels fordi de fleste af pladserne gives til Hermès-familien selv. Siden tre svogre med efternavnene Dumas, Guerrand og Puech i 1920'erne kom med i firmaet, har Hermès været én stor familie, der ikke altid har været enige om forretningsstrategien. Da Hermès blev sat på børsen i slutningen af 1970'erne fik arvingene muligheden for at sælge deres andele for at skabe fred. I dag sidder sjette generation af familien på 70 procent af aktierne, mens firmaet ledes af Dumas' højre hånd, Patrick Thomas, og to medlemmer af familien.

Mens hvor Hermès er synonym med den ultimative elegance inden for både mode og heste, er det usikkert, hvorvidt Hermès-familien hører lige så uløseligt sammen med deres brand.

Den parisiske sadelmager har aldrig før været så eftertragtet som nu. På trods af krisen stiger husets omsætning støt år for år. En magtfuld aktionær er luksuskoncernen, LVMH, der sidste efterår tog endnu en luns af det 174 år gamle hus. Handlingen skabte så meget postyr, at familien fik statsligt medhold til en instans, der forhindrer fjendtlige overtagerelser.

Tiden vil vise, hvorvidt de yngre generationer vil interessere sig for at føre traditionerne videre. Jo større familiefirmaet bliver, desto vigtigere er det at holde fast ved husets DNA. Og selv om fremtiden er usikker, er én ting sikker, nemlig at hesten bliver ved med at være Hermès' vigtigste klient. **B**

