

DEFRA





Den russiske luksusrevolution

Moskva skinnede, da luksusverdenens intelligentsia var samlet for at udveksle synspunkter om branchens fremtid. Sværvægtene som Burberry, Dior og Tom Ford var mødt op, ligesom Louis Vuitton – der senest har Sovjetunionens ekspræsident som fotomodel.

Af Camilla Alfthan Foto: Camilla Alfthan, LVMH, Sølve Sundsbo, Saga Furs, m.fl.

Da præsident Gorbatsjov tilbage i 1980'erne lancerede perestrojka og åbnede døren på klem mod Vesten, kunne han næppe have anet, at han 20 år senere skulle optræde som model for det prestigefyldte lædervarehus, Louis Vuitton. Men luksusverdenen er fuld af paradokser, og rammerne kunne ikke have været mere passende, da det internationale dagblad, Herald Tribune i sidste uge holdt sit årlige luksusseminar i den russiske hovedstad.

Medlemmer af branchens absolutte intelligentsia – Tom Ford, Versace, Fendi, Missoni, Burberry, Estée Lauder, Christian Dior og Louis Vuitton – mødtes under lysekronerne i det nyistandsatte Ritz Carlton-hotel i den famøse gade, Tverskaya Ulitsa.

Udenfor havde Rolex' gigantiske bannere for en stund måttet vige for præsident Putins valgplakater, mens årets første sne lagde sig som et fint, hvidt tæppe over den ikoniske by.

Hovedsponsor for eventet var byggefirmaet, Emaar, som står bag verdens højeste skyskraber, Burj Dubai, og verdens første Armani-hotel. Araberne var skarpt efterfulgt af islandske Baugur, som senest har indtaget modeverdenen med sloganet »the world is our runway«.

90 ÅR EFTER AT KOMMUNISTERNE gjorde kort process mod zartidens oppulente levevis, vil russerne igen markere sig som metropol for skønhed og vellevned. Og mens luksus under Sovjettiden kun var forbeholdt statseliten og diplomater, findes den i dag overalt i chikke shoppinggader og i varemagasiner som Tsum og i den historiske bygning, Gum, der ligger på Den Røde Plads.

»For 20 år siden så du ikke al den skønhed som i dag, 1990'erne var en åbenbaring. Det var som sommerfugle, der brød ud af deres pupper,« sagde Sydney Toledano, der er chef for Christian Dior Couture, og som var en af de mange talere under den to dage lange konference.

Med 12 millioner indbyggere og adskillige oligarker er Moskva – og det øvrige Rusland – blevet et kæmpemæssigt marked for kapitalismens købmænd.

Da den amerikanske kosmetikgigant, Estée Lauder, for 26 år siden åbnede en *high end*-forretning på Tverskaya Ulitsa, stod folk i kø i timevis for at komme indenfor og handle. I dag findes der adskillige parfumerier og det er blevet almindeligt at få skønhedsbehandlinger.

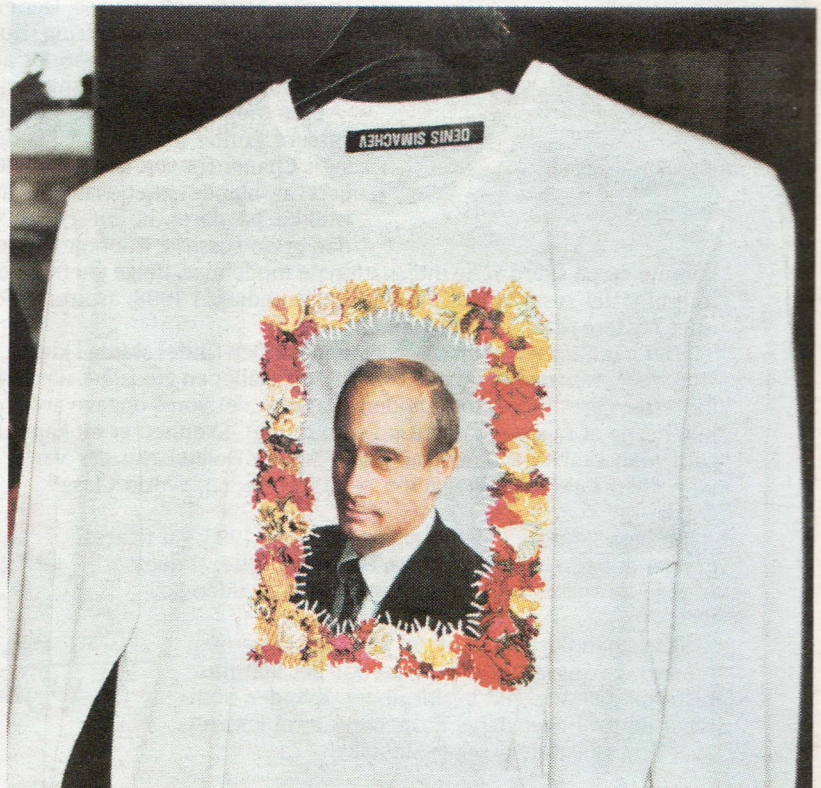
»Noget af det første, jeg lagde mærke til, da jeg kom hertil første gang, var, hvordan kunst og litteratur er værdsat af alle. Russerne er stolte af deres kultur og vil ikke virke ukulturelle. De lærer hurtigt og er meget bevidst om, hvad der rører sig i moden. Hvis du klæder dig rigtigt, kan du være sensuel og glamourøs uden at virke vulgær,« fortalte den italienske designer, Donatella Versace, som for ti år siden blev inviteret til Rusland for at præsentere sin kollektion under Moscow High Fashion Week.

Idéen var dengang at føre den russiske mode op på et internationalt niveau med udenlandske gæstedesignere. I dag findes der omkring 120 russiske modeskabere.

Blandt dem Denis Simachev, som er kendt for sit luksuøse herretøj med referencer til russisk folkløse og popkultur. Hans absolutte bestseller er en T-shirt med et blomsterindrammet

»For 20 år siden så du ikke al den skønhed som i dag. 1990'erne var en åbenbaring. Det var som sommerfugle, der brød ud af deres pupper«

Sydney Toledano, chef for Christian Dior Couture



Moden er fuld af paradokser og den russiske designer, Denis Simachevs Putintrøje var allerede kult, før Putin blev præsident i 1999.



Ekspræsident Gorbatjov er model for Vuitton foran Berlilmuren, som han var med til at få revet ned.

»For 20 år siden talte ingen om luksus. Det var et tabu, man højst kunne drømme om, når folk ikke engang havde nok at spise«

Valentin Yudashkin, designer

komme op på siden af de internationale modehuse. Ifølge chefredaktøren for det russiske Vogue, der blev grundlagt i 1998, aspirerer de unge russere til zartidens skønhed.

»Der har altid været en russisk identitet. Den findes stadig i kirker, i store receptionshaller og på Kremlin. Det skaber en *guideline*, når folk indretter deres hjem. Som modemagasin er det vores opgave at lære kvinderne at tage sig så godt ud som muligt. Skønhed er en kapital, som man skal tage vare på,« sagde Aliona Doletskaya, der var på scenen med grundlæggeren af fitnesskæden, World Class Gyms.

Da Olga Sloutsker åbnede sin første gym i 1993, var fitness et ukendt begreb. Folk, der kom i klubben, følte, at det var et tegn på succes og positive tanker – et liv uden Sovjet.

»Livet handler ikke kun om at købe ting – men om at tage ansvar. Under Sovjet var det kommunisterne, der tog alle beslutninger. Kvinder, som tager kontrol over deres krop, tager også kontrol over deres karrierer,« sagde Sloutsker.

KONFERENCENS STØRSTE TRÆKPLASTER var dog den amerikanske modes golden boy, Tom

portræt af præsident Putin, som blev kult allerede året før, Putin blev præsident.

Valentin Yudashkin har skabt sig en niche blandt oligarkernes hustruer med en skoling i haute couture-håndværket i Paris hos Pierre Cardin. I dag sælger han sit tøj i hele verden.

»For 20 år siden talte ingen om luksus. Det var et tabu, man højst kunne drømme om, når folk ikke engang havde nok at spise. Der er sket en mentalitetsændring nu. Det er ikke længere skamfuldt at gå op i sit tøj,« sagde Yudashkin.

Efter nogle år, hvor de nyrige russere kunne finde på at klæde sig i Chanel fra top til tå, har de lært at blande mærkerne og at trække på deres kulturarv, og i dag er de russiske mærker ved at

Ford, som efter ti år hos Gucci nu er aktuel igen med sit eget eksklusive herretøjsmærke.

»Luksus vil aldrig forsvinde. Det er en del af den menneskelige natur at begære sin næstes velstand. Men måden, luksus udvikler sig på, er ved at ændre sig,« sagde Ford, som advarede mod at følge 1990ernes succesformler, hvor luksus gik fra at være en sjældenhed til at blive ordinær.

»Et logo er kun lige så værdifuldt som det produkt, det sidder på. Fremtidens luksus handler om kvalitet og eksklusivitet. I en verden, hvor kendisser lancerer parfumer uden at vide det fjerneste om duftkompositioner, har selve *savoir faire* igen fået en ny værdi,« sagde Tom Ford.

Danmark var også repræsenteret ved konferencen i Moskva via Kopenhagen Fur, der tæller Rusland blandt sine vigtigste markeder. Firmaet havde sponsoreret den russiske designer, Igor Chapurin, som var med til at afslutte eventet med et pelsshow på Den Røde Plads.

Saga Furs var på banen med sine internationale sponsoreret af sværvægttere som Fendi, Versace, Missoni og J. Mendel, hvis nuværende chef er den syvende generation af buntmagere, som efter revolutionen emigrerede fra Sankt Petersborg til Paris. Sidste uge åbnede han en pelsforretning i Moskvas chikke shoppinggade, Stoeshnikov.

Mens pelsene under sovjettiden var tunge og ufikse og et nødvendigt ondt i et koldt klima, er de igen den højeste mode, takket være designerne, som er begyndt at bruge pelsen som et luksuriøst materiale.

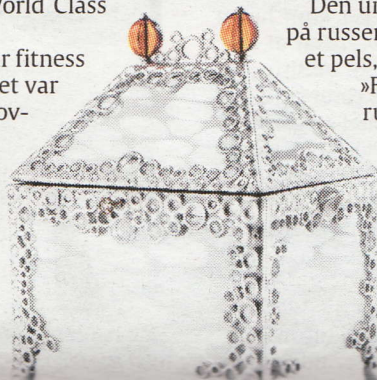
Silvia Venturini Fendi, som i over 30 år har haft Karl Lagerfeld som chefdesigner, kunne fortælle, at russerne altid køber de mest avancerede gardistiske designs.

»Hver gang vi tænker, at en model er så »risqué«, at den nok ender i arkiverne, bliver den købt af en russer,« sagde hun.

Den unge walisiske designer, Julien McDonald, lever også højt på russernes hang til pels. Hans hemmelighed er at designe sexet pels, som fremhæver den kvindelige silhuet.

»For få år siden var jeg ved at drejen nøglen om. Det er russernes store appetit på pels, der har reddet mit marked,« sagde Julien McDonald. ■

m-s@berlingske.dk



Cognac har i dag status hos russerne og Hennessy har i anledning af sit 150 års jubilæum skabt Beauté du Siècle – et skrin af glas og aluminium med en Baccarat karaffe fra 1907 og fire murano glas. Pris 150.000 euro.



Stella Versace har i over ti år haft succes på det danske marked, ikke mindst med sine pelsdesigns lavet i samarbejde med Saga Furs.



Dior er et ud af adskillige internationale luksusmærker, som har slået lejr i varehuset Gum overfor Lenins mausolæum.

Etisk luksus er fremtiden

● Designertasker og dyre champagner kan være en indbringende niche.

Bernard Arnault, som for 20 år siden grundlagde luksuskoncernen, LVMH (Moët Hennesy-Louis Vuitton), forudser således en fordobling i væksten på 300 milliarder euro i de kommende fem år.

»Luksusbranchen er stadig en ung industri, selv om mærkerne er veletablerede. Men hvis den skal bevare sin prestige, skal vi som global branche være frontkæmpere inden for etisk design. Vi skal sælge varer, der ikke er produceret under

kummerlige forhold af børnearbejdere,« sagde Bernard Arnault.

Det er ikke kun franskmændene, som er ramt af en etisk samvittighed. Pelsbranchen i USA og Europa var fælles om det ny label OA (Origin Assured), der certificerer, at pelsene er fremstillet i overensstemmelse med dyreværnslovene. Diamantfirmaet Graaf talte om etiske diamanter modsat bloddiamanter, der er solgt for at finansiere krige. Graaf har også investeret millioner af dollar i at skabe gode arbejdsforhold i Botswana.