

# IM

## Mode

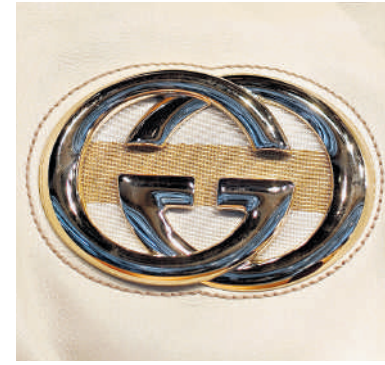


Foto Bloomberg

### Labelscan Gucci

## Familie in film

**Waarom:** De Britse regisseur Ridley Scott (*Bladerunner*, *Gladiator*, *American Gangster*) wil een film maken over de Gucci-dynastie.

**Wie:** Gucci is van oorsprong (1923) een Florentijnse lederwarezaak, opgezet door Guccio Gucci.

**Stijlkenmerken:** Miljoenen klanten kochten Gucci-loafers met gouden paardenbit, tassen met bamboe handvaten en andere producten met de rode en groene Gucci-strepen.

**Succes:** In de jaren tachtig verdient Gucci een vermogen aan zo'n 22.000 licenties waarmee andere bedrijven Gucci-producten mogen maken. Het G-logo sieraat sigarettenhouders en whiskyflessen. De rijken keren zich van Gucci af en de zaak hobbelt achteruit.

**De redder:** Vanaf 1995 maakte de Amerikaan Tom Ford van het bijna failliete Gucci één van de succesvolste luxelabels. Ford vertrekt in 2004. *'To do a Gucci'* werd de term voor het reanimeren van een wegwinnend mode-merk.

**Status:** In Fords tijd was Gucci spraakmakend. Nu niet meer. Is wel een grote speler in de luxemarkt. De huidige ontwerper heet Frida Giannini.

**Fijn, weer een modefilm:** Nee. Het wordt geen *The devil wears Prada*. Meer de ondergang van de beroemdste familie van Italië. Met accent op de ontwikkelingen rond de in 1995 vermoorde Maurizio Gucci, kleinzoon van Guccio Gucci. Hij runde sinds 1983 – na een langdurige familie-machtsstrijd – het familiebedrijf.

**De moordenaar was:** Maurizio's ex-vrouw Patrizia Reggiani zou opdracht tot de moord hebben gegeven. Ze zit nu een straf uit van 26 jaar.

**Motief:** Haat en jaloezie.

**Zijn de Gucci's blij met de film:** „Volgens mij wordt het een agressieve film, ik vind het afschuwelijk”, zegt Patrizia Gucci, achterkleindochter van Guccio Guccio. Ze wil de film tegenhouden.

**Leuk Gucci moment:** Dat was in 2003. Een spraakmakende advertentie van een model met de G van Gucci in haar schaamhaar geschoren.

**Waar is Ford:** Zwemt sinds zijn vertrek bij Gucci in 250 miljoen dollar. Wilde niets meer met mode te maken hebben. Zette de filmmaatschappij Fade to Black op.

**Succes:** Nog geen film gemaakt.

**Dus:** Keerde na bezoek aan een psychiater terug in de mode. Ontwerpt een luxe zonnebrillenlijn. Verkoopt onder de naam Tom Ford Beauty parfums en cosmetica. Opende dit voorjaar in New York een exclusieve herenzaak. Verkoopt horloges van 25.000 dollar en maatpakken van 5000 dollar.

**Idetje:** Tom Ford vragen zichzelf te spelen in de Gucci film.

GK

Erica Pach ontwierp – uit pure frustratie – regenmode voor vrouwen. „Ik dacht: waarom moet ik er in de regen toch zo rot uitzien?”

### Joyce Roodnat

Het regent en meteen ziet iedereen er bespottelijk uit. Op de fietsen rijden vormloze figuren in capes of in regenpakken. Een enkeling heeft gekozen voor een vuilniszak met gaten voor hoofd en armen erin geknipt. Man of vrouw? Het is niet duidelijk, iedereen oogt als een prop. Mensen te voet dragen druipende jassen, meer kun je er niet van zeggen. Die jassen zijn kort of lang en sportief. Traditioneel van linnen zijn ze, grof van stof en van kleur. Alsof de regen zelf niet al straf genoeg is, reduceren ze iedereen tot iets nondescripts.

Erica Pach, imago-adviseur en specialist op het gebied van non-verbale communicatie, ergerde zich er al jaren aan, vertelt ze. „Ik ben een fietser. Regende het, dan zag ik er in mijn regenpak uit als een natte zombie. Een dikke zombie: ik propte mijn jas en mijn rok in die broek. En een capuchon is zelfs gevaarlijk op de fiets. Als je omkijkt heb je meteen een blind oog. Maar los daarvan: het is het lelijkste van het lelijkste, dat ding om je gezicht. Ik dacht: waarom moet ik er in de regen toch zo rot uitzien?”

Er rot uitzien is geen goed idee. Wie er slecht uitziet, zit al snel niet zo best in zijn vel en functioneert minder. De eerste indruk die iemand maakt is voor 93 procent gebaseerd op iemands uiterlijk, weet Pach. En daarvan wordt weer 55 procent uitgemaakt door de combinatie van kleding en lichaamstaal. „Mooie kleding is niet genoeg, die moet je weten te brengen. Een vlag op een modderschuit bestaat: dat is iets prachtigs dragen zonder de bijbehorende uitstraling.” En die uitstraling, vermoedt ze, zou wel eens bepaald kunnen worden door het laten blijken van lol in je leven en aandacht voor je uiterlijk.

Daar zijn de meeste mensen heus toe in staat. Behalve als het om regenkleding gaat. Pach: „Mensen zijn dan zo praktisch en zo traditioneel. Zodra ze het woord 'regenkleding' horen, hebben ze er geen geld voor over.”

Erica Pach fietste weer eens in haar regenpak, ergerde zich als gebruikelijk en besloot om een lijn te ontwikkelen met mooie regenkleding, eerst voor vrouwen en, wie weet in de toekomst, ook voor mannen. *Wet&Dry* – *looking good in the rain*, noemde ze het plan. Waarom Engels? Om-



Jorise de Jong (voor) en Erica Pach  
Foto Roger Cremers

## Stralen in de regen

De jassen van *Wet&Dry* zijn drie keer sneller droog dan andere regenjassen Foto's *Wet&Dry*

dat ze internationale aspiraties heeft. „Maar eerst kijken of er hier een markt is. Dan kan meteen de prijs van de jassen omlaag. Iedereen vindt ze mooi, maar zeg ik dat ze tussen de 400 en 490 euro kosten, dan schrikt men.”

De jassen die ze laat zien zijn verbluffend. De stof is een mengsel van polyurethaan (PU) en polyester, wat ademt en soepel valt en werkelijk waterafstotend is. De stof is drie keer sneller droog dan andere regenjasstoffen. Er is een aubergine ontwerp (Pach: „Paars staat iedereen”) dat het lichaam accentueert in zijn lijnen en in de kleuraccenten langs de naden over de schouders, de zijden en rond het achterste. De jas zit comfortabel en voelt weelderig, met die grote kraag, verborgen ritsluiting, rondvallende zoom en niet te vergeten die achteloos gebeldhouwde manchetten. Een andere jas, in water-

blauw, reikt tot op de knie. Deze is wilder, met discreet golvende flappen van schouder tot zoom en een branding van verticale plooitjes van de schouders tot onderaan de rug. Pach: „Die is bedoeld voor jongere vrouwen, van een jaar of dertig. Maar mijn moeder van 82 stond hij ook heel gek.”

Voor de ontwerpen vroeg Pach Jorise de Jong, een jonge ontwerpster die ze kent sinds hun samenwerking in 2005 voor bedrijfskleding voor een uitvaartcentrum. „Ik houd van haar stijl. Ze is niet flamboyant, ze doet niet aan frutsels. Ze is een beetje Mart Visserachtig. Haar lijnen en details, haar knopen en lussen, ze zijn net anders dan je verwacht. Ik vroeg haar om praktisch en elegant te combineren. Zij kan dat. De elegantie staat voorop, maar dat je in zo'n jas moet kunnen fietsen is altijd ingecalculeerd.”

De jassen zijn licht en opvouwbaar tot een klein pakket. Jorise de Jong ontwierp er een hekel aan om een regenjas over zijn arm mee te dragen”. Pach definieert de jassen als „klassiek-extravagant”. „Ik houd van bijzondere kleding, maar ik wil er niet in verdwijnen.”

Nu moest de capuchon nog uitgebannen worden, dus trok Pach twee hoedenontwerpsters aan: Yola Galinsky, met aan twee kanten draagbare variaties op de zuidwester, en Lenny Moeskops (Le Mò) met variaties op de pet. Pach: „Nee, die hoedjes passen niet één op één bij de jassen, dat wordt te veel. Ze hebben wel dezelfde strakke lijnen. Ze zijn stoer, dat mag best voor een hoed, en grappig.”

Nog was *Wet&Dry* niet compleet. Denk aan de regenbroek. Een jas op de fiets valt open, onderbenen en knieën worden nat en koud in de regen en de opspattende plassen.

Om de regenbroek te wassen verzoon Jorise de Jong beenkappen in dezelfde stof en stijl als de jassen. Met een rits opzij bedekken ze het been van de wreef tot boven de knie. Ze houden je droog en met hoge hakken eronder zijn ze nog sexy ook.

De gegevens van *Wet&Dry* zijn te vinden op [www.wetanddry.nl](http://www.wetanddry.nl). Erica Pach: [www.be-your-best.nl](http://www.be-your-best.nl). Jorise de Jong: [www.jorisedejong.com](http://www.jorisedejong.com). De kleding is voorlopig alleen in beperkte oplage en op bestelling te krijgen.



Beenkappen houden de broek of panty's droog. Met hakken eronder staat het nog sexy ook



De hoedjes passen niet één op één bij de jassen, dat wordt te veel