

VOGUE LIMITED EDITION

KOREA

한국판
A Y
0 8
42 호
복가
0.0 원



호 별채부록
F/W 파리, 밀라노, 뉴욕, 런던
COLLECTION
BOOK

PLUS
디자이너 위의 디자이너, 알리아
파리에서 만난 줄리엣 비노쉬
에이미 와인하우스의 패션 점령기
바바라 월터스, 생애 첫 인터뷰
린제이 로한의 세컨드 라운드

패션바이블 <보그 코리아>의 아름다운 환경 캠페인

WE LOVE green!

1228-1166
05
28-116002

환경운동가와 환경지킴이 116명 릴레이 인터뷰! 톱 디자이너 18명의 리사이클링 꾸뛰르 드레스!
17개 패션, 뷰티 브랜드와 함께 하는 VOGUE LIMITED EDITION!



MATCHING GAME

패션의 장막 뒤에서 벌어지는 디자이너와 브랜드의 '짜깁기 작전'은 패션쇼의 백스테이지만큼 흥미로운 동시에 혼란스럽다. 어느 때보다 빈번하게 이뤄지는 패션계의 맞선 게임.

● 작년 6월에 세상을 떠난 지안프랑코 페레의 뒤를 이어 하우스의 크리에이티브 디렉터로 임명된 라스 닐슨이 첫 번째 여성복 컬렉션을 10일쯤 남겨둔 2월 8일, 갑자기 회사를 그만뒀다. 그러자 뉴욕 패션 위크에 모인 호사가들의 하악관절은 빠르게 움직였다. 페레 디자인팀과 닐슨 사이에 신경전이 치열했다는 정설부터 사람 좋기로 소문난 닐슨이 실은 꽤 까다롭다는 추측까지 루머들은 끝없이 재생산되었다. 3월호에 닐슨과 페레 기사를 실은 미국 <보그> 팀은 당황할 수밖에. "정확히 무슨 일이 있었는지 모릅니다. 하지만 라스가 아주 사랑스럽고 <보그>에 미리 선보인 페레 옷들은 은은하며 아름다웠다는 사실만은 분명해요." 미국 <보그> 패션 뉴스 디렉터 셸리 싱어가 <보그 코리아>에 이런 답을 들려줬다. 파리 컬렉션 기간 중에는 말로의 크리에이티브 디렉터이자 6267의 디자인 듀오 토마스 아퀼라노와 로베르토 리몬디가 페레를 맡게 될 것이라는 소문이 다시 돌았다. 결국 만우절인 4월 1일 페레가 이 듀오에게 크리에이티브 디렉터직을 선사한다고 발표함으로써 루머는 사실로 확인되었다.

페레 사건은 현재 패션계를 둘러싼 가장 큰 이슈인 유명 브랜드와 젊은 디자이너의 결합에서 비롯된 옷지 못할 에피소드 중 하나에 불과하다. 물론 이러한 만남은 57년 사망한 무수 디올의 자리를 23세 이브 생 로랑이 물려받은 이후 꾸준히 존재해왔다. 하지만 올가을 컬렉션을 위해 새 하우스에서 데뷔한 디자이너들은 무려 9팀. 런던까지 포함한다면 12팀으로 늘어난다. 경제전문지 <포트폴리오>의 패션 저널리스트 로렌 골드스타인 크로우는 2007년을 '협상의 해', 2008년을 '디자이너의 해'로 정의했다. 지난해 브랜드 이름의 매각이 활발했다면, 올해는 그라벨들의 새 디자이너들이 실력을 발휘할 때라는 것. 최근 젊은 디자이너들이 낡은 브랜드들의 크리에이티브 디렉터를 맡는 경우가 늘어난 현상에 대해 패션 컨설턴트이자 '비즈니스 오브 패션' (<http://www.businessoffashion.net>)의 임란 아메드는 이렇게 설명했다. "두 종류가 있습니다. 최근 은퇴를 하거나 사망하는 디자이너의 수가 늘어났고, 이 디자이너들이 떠났을 때 사업적인 측면에서 그 브랜드를 유지해야만 하는 필요성이 남게 되는 현상이죠. 그리고 패션계 내외부의 투자자들이 휴면 상태의 브랜드를 되살리려는 경우가 늘고 있습니다. 이러한 전략의 키워드가 적절한 크리에이티브 디렉터를 기용해 브랜드에 새 힘을 불어넣는 거죠."

브랜드와 디자이너들의 결합은 어느 정도 비약을 더하자면 한 쌍의 결혼을 떠올리게 한다. 브랜드가 새로운 수장을 찾을 때면 대부분 패션계의 중매쟁이 격인 패션 전문 헤드헌터에게 도움을 청한다. 유명 패션 에디터들의 콧김 역시 무시 못한다. 미국 <보그>의 안나 윈투어는 자기 마음에 드는 디자이너들을 유력한 흔처에 '밀어 넣는' 매개 역할을 자처하는 것으로 유명하다. <뉴욕 타임스>는 그녀가 존 갈리아노와 마크 제이콥스를 각각 디올과 루이비통에 자리 잡을 수 있게 도왔고, 최근에는 톰 브라운과 브룩스 브라더스, 데릭 램과 토즈를 연결시켰다고 지적했다. 미국 <보그>가 패션 취업 컨설턴트 회사를 차려야 한다는 농담이 나오기도 한다. 하지만 이러한 맞선만으로 이 결혼은 '영원히 행복하게 살았답니다'식의 장밋빛 미래로 이어지지 않는다. 그 과정 중에도 실제 결혼식처럼 수많은 뒷얘기가 존재하는 것.

대표적 케이스가 웅가로 하우스다. 엠마누엘 웅가로가 기성복 컬렉션에서 은퇴한 지 4년이 채 못 됐지만 하우스는 이미 지암바티스타 발리, 뱅상 다레, 피터 던다스에게 차례로 이별을 고했고, 에스테반 코르타자르를 뽑기까지 웅가로는 무려 18명의 디자이너들과 면접을 가졌다. 이들 중에는 에디슬리만, 소피아 코코살라키, 크리스토퍼 케인이 포함되어 있었다. 그렇다면 왜 그들이 웅가로의 초대를 거부했을까. 한 에디터가 살면서 <보그 코리아>에 뒷얘기를 들려줬다. "마지막 디자이너였던 피터 던다스에겐 파리 패션계를 좌지우지할 정도의 권력층 친구들이 많죠. 세 시즌 만에 헤고당한 던다스가 좋은 감정을 가졌을 리 없겠어요? 그의 친구들은 '패션 마피아'처럼 후보들에게

웅가로에 가는 걸 재고해보라고 조용히 말을 퍼트렸죠." 발렌티노의 후임자를 찾는 일 역시 만만치 않았다. 작년에 발렌티노가 3백70만 달러를 내고 프로엔자 스콜러의 지분 45%를 사들였을 때(그들의 가치를 고려할 때 꽤 적은 금액), 그 이면에는 발렌티노가 은퇴하면 잭 맥클로와 라자로 헤르난데스가 발렌티노의 자리를 물려받는다는 암묵적 동기가 있었던 것으로 알려졌다. 하지만 발렌티노가 은퇴 직전 자기 회사를 프리메라리는 사모펀드 기업에 매각하면서 약속은 물건너갔다. 또 다른 후보로 거론되던 디자이너는 잭 포즌. 로마에서 열린 발렌티노 파티에서 곧 왕좌를 상속받을 황태자처럼 당당하게 웃고 있었기 때문이다. 하지만 후계자 선정에 깊숙이 관여한 발렌티노는 어리다는 이유로 포즌에게 퇴짜를 냈다. 결국 발렌티노를 만족시키기 위한 대안이 알렉산드라 파치네티. 톰 포드에 이어 구찌를 맡은 지 두 시즌 만에 쫓겨났던 그녀가 다시 거장의 뒤를 잇게 된 것. 그녀는 발렌티노 하우스의 꾸뛰르 아틀리에에 들어서는 순간 눈물을 멈출 수 없었다는 말로 소감을 대신했다.

이제 막 신혼을 시작한 디자이너들에게 모범적인 결혼 생활이라면? "발렌시아가의 게스키에르와 랑방의 엘바즈는 엄청난 성공이었습니다. 필라티 역시 YSL에서 영향력과 영리함을 증명하고 있구요. 물론 사넬의 라거펠트는 멈출 수 없죠!"라고 셸리 싱어가 답했다. "보테가 베네타와 토마스 마이어의 결합도 끈고 싶군요. 가죽 회사를 럭셔리 패션 기업으로 성공적으로 변신시켰죠"라고 임란 아메드는 설명한다. 이러한 결합 사이에 공통의 성공 비결도 존재한다. "파트너십이 성공하려면 디자이너가 오래된 브랜드의 기초 위에 새 브랜드를 세울 수 있도록 충분한 시간과 돈이 주어져야 합니다. 창조성과 상업성 사이의 건강한 조화도 중요하죠." 셸리 싱어가 말하는 성공의 비결이다. 아카이브만을 설세 없이 뒤적이기보다 브랜드만의 디자인 전통을 이해하고, 이를 현대적으로 해석할 디자이너의 능력도 필수 요소. 그렇지 않다면 언제 피도 눈물도 없는 패션계의 뒤안으로 사라질지 모른다.

지금도 시시각각 새로운 재능과 전통의 브랜드를 연결시키려는 물밑작전이 진행되고 있다. 얼마전 클로에는 파올로 멜림 앤더슨을 해고하는 대신 피비 필로의 수석 어시스턴트였던 한나 맥기븐을 디자인팀 수장으로 추대했다. 한나의 상사 피비는 요즘 파리의 어느 유명 레이블과 최종 계약 단계에 이르렀다는 얘기가 들려온다. 또한 자일스 디켄은 닉스를 떠났고, 페레에 디자이너들을 뺀 말로는 라 필라를 맡고 있는 알렉산드로 텔라쿠이를 영입하고자 한다. 그리고 토즈의 회장 디에고 텔라 발레는 이미 몇 년째 스키아파렐리를 맡을 디자이너를 찾고 있다. 이러한 경향은 변하지 않을 듯하다. 고객들은 누가 웅가로를 디자인하고 있는지, 지방시가 자신의 브랜드를 떠났는지 알지 못할 뿐더러 관심도 없다. 또 젊은 디자이너가 처음부터 자기 이름으로 성공하기는 더 어려워지고 있다. 거대 패션 그룹 PPR의 비호를 받은 알렉산더 맥퀸이 이제야 흑자를 기록하기 시작했고, 후세인 살라얀이 얼마전 푸마에게 지분 대부분을 넘겼다는 사실(푸마 역시 PPR 소유)이 그 증거.

물론 '결혼'의 장점도 존재한다. 풍부한 자본과 환상적인 제작이나 생산 능력의 보장, 디자이너 앞에 기다리는 부(성공한 크리에이티브 디렉터의 수입은 상상을 초월한다)와 명성. 하지만 욕실 수건이나 우산에서나 보던 옛날 옛적 디자이너의 이름이 젊은 재능을 통해 새 생명을 얻는 것에 대한 부정적 시각도 많다. 젊은 디자이너들이 자신의 이름으로 성공할 기회가 주어지지 않는다면 제2의 아르마니나 제2의 라거펠트가 탄생할 수 있겠냐는 것. CFDA/VOGUE 패션펀드를 통해 새 디자이너들을 지원하는 셸리 싱어는 이렇게 설명한다. "기업들과 투자자들이 새 이름들 뒤에 투자하고, 오래된 이름들은 사라지게 내버려뒀으면 좋겠어요. 발렌티노가 프로엔자 스콜러에 투자했을 때나 디에고 텔라 발레가 데릭 램에 투자했을 때 정말 기뻐요. 그게 바로 패션의 미래를 확보하는 방법이죠!"

글 / 손기호(프리랜서)