

Gentleman de București

Dandy-ul parizian *Hugo Jacomet*, cel dintâi gentleman al blogosferei internaționale și *Simona Hulber*, eminența creativă din spatele brandului *Zenonni*, au demonstrat, pentru o seară, că *bunul-gust parizian* nu ține de geografie, ci de spirit, cu ocazia unei lansări ca-n *Micul Paris* de odinioară.

de *Diana-Florina Cosmin*

foto: *Andy Julia*



Dacă moda feminină este adesea despre artificii stilistice, culori neașteptate și forme care să atragă toate privirile în cele câteva zeci de secunde cât durează plimbarea unei ținute pe podium, în universul masculin domnește atenția aproape obsesivă pentru detaliu și proporție. Totul este mai clar și mai aplicat, fiindcă tendințele se schimbă mai puțin de la un sezon la celălalt și, chiar și când se întâmplă asta, virajele modei masculine au mai mult de-a face cu amănunte precum finețea formei, suplețea croiului revizitat pe alocuri sau doi centimetri în plus la un rever. Dacă pentru a fi blogger de fashion e suficient să ai un ochi inspirat și

un simț estetic care să-ți permită lejeritatea unor alăturări șocant-surprinzătoare, pentru a avea un blog de „gentleman” în modă, echilibristica este infinit mai dificilă și ține în primul rând de simțul educat al nuanței, al subtilităților și al detaliilor semnificative. Și, după cum se străduiește să explice din 2009 Hugo Jacomet, creatorul blogului „The Parisian Gentleman” și al recente cărți-enciclopedie de stil masculin cu același nume, cu acea relaxare de a-ți purta hainele ca și cum nu te-ai străduit prea mult, de vreme ce ele oricum au fost create special pentru tine, conform cu măsurile și personalitatea ta. Pentru că, da, pentru un veritabil gentleman luxul nu stă într-o etichetă vizibilă sau în

statutul dat de un brand, ci în plăcerea de a ști că tot ceea ce porți a fost creat, bespoke, numai pentru tine.

„Un costum făcut la comandă durează mai mult, dar e o artă să știi să aștepți un costum”, explică Simona Hulber, fondator și designer „Zenonni” și cea care l-a adus în România pe Hugo Jacomet, cu ocazia lansării oficiale a platformei „Bucharest Gentleman”. De 11 ani încoace, de când creează ținute pentru „domnii de București”, și-a dorit să existe un instrument educațional care să promoveze pe termen lung normele vestimentare corecte și să informeze viitoarele generații. Iar venirea lui Hugo reprezintă imboldul simbolic ale unei mini-revoluții anunțate.



LE FLÂNEUR

Desprins din literatura franceză a secolului XIX, termenul de „flâneur” desemnează o persoană care privește lumea ca pe un nesfârșit spațiu numai bun de plimbare și contemplație, un „connaisseur” și un explorator al vieții de oraș. Este doar unul dintre atributele care îi vin mână în mână lui Hugo Jacomet, care a fondat blogul „The Parisian Gentleman” în 2009, după o viață petrecută ca producător de film și televiziune în Franța. Șase ani mai târziu, „The Parisian Gentleman” este un brand cu patru milioane de vizitatori unici pe an (250.000 pe lună) și, mai nou, un volum apărut la editura Thames & Hudson, adevărată enciclopedie a tot ceea ce înseamnă spiritul franțuzesc în modă.

La ultimul etaj al librăriei „Cărturești Carusel” din Centrul Vechi, stau față în față cu Hugo, răsfoind cartea la care a lucrat doi ani de zile împreună cu fotografii Andy Julia, cel care i-a fost alături de la începutul blogului, cu aproape șapte ani în urmă. Pe copertă se află cea mai ușoară jachetă de smoking din lume, făcută de Francesco Smalto în 1975, din mătase crêpe-de-chine, care cântărește doar 200 de grame. Oprindu-ne asupra imaginilor cărții, Hugo îmi împărtășește câte o mică poveste despre fiecare în parte. Bogăția detaliilor volumului – care e împărțit pe toate capitolele relevante pentru un gentleman, de la costum, cravată și batistă la valize, rame de ochelari, parfum sau pantofi – este, de fapt, bogăția de povești și exemple din mintea lui Hugo. „Vezi aceste sticlute vintage de parfum,

pe care scrie <Le mouchoir de monsieur>, respectiv <La voilette de madame>?”, mă iscodește el. „Au fost făcute de Monsieur Guerlain pentru căsătoria unui prieten, fiindcă în epocă parfumul nu se punea pe piele, ci pe batistă, iar batista se purta la piept”.

Trecem la o fotografie cu cușorul secret în care se află toate rețetele Guerlain (și pe care până acum nimeni n-a avut ocazia să le fotografieze), la povestea Maison Bonnet, singurul brand de ochelari care are voie să facă rame din carapace de broască țestoasă (pentru că au un stoc datând de la 1899), cele mai frumoase batiste din lume sau mini-expoziția organizată de Cartier pentru „The Parisian Gentleman”, cu obiecte nemaivăzute până acum, precum o tabacheră din argint



semnată de toți pionierii aviației, un ac de cravată care a aparținut Regelui Yugoslaviei sau o cutie de trabucuri inscripționată de Winston Churchill pentru fiul său. Fiecare poză este o poveste expusă în cel mai mic detaliu, iar fiecare rând a fost studiat și analizat în cei doi ani de când lucrează la carte. A stat de vorbă cu toți marii artizani francezi și a cântărit cu grijă fiecare cuvânt, fiindcă „spre deosebire de blog, aici orice scriu e definitiv, e tipărit, nu pot să mă întorc peste cinci sau zece ani să spun că am făcut o greșeală”. Scopul cărții este să prezinte chintesența spiritului masculin parizian, în condițiile în care Parisul și domeniul haute-couture sunt asociate eminentamente cu femeia franțuzoică și cu stilul ei inimitabil. „Când spui Paris, îți vine în gând Chanel, nu

te gândești neapărat la bărbatul francez”, explică el. „Stilul bărbatului francez este cel parizian, nu există variațiune de Bordeaux sau de Marseille, stilul parizian s-a propagat la nivelul întregii Franțe”. Iar dacă englezii sunt recunoscuți drept conservatori și sobri în modă, iar italienii sunt efervescenți și extravagante, francezii – aflați la mijloc între cei doi poli ai stilului – și-au construit un stil carismatic, suplu și caracterizat prin detalii semnificative.

„Eleganța pariziană în cea mai înaltă accepțiune a sa este naturalul. Când ajungi la o serată și ai batistă, ac de cravată, butoni, totul perfect aranjat, oamenii vor înțelege că te-ai pregătit temeinic”, explică el. „Nu vor vedea stilul tău, ci eforturile, iar eleganța este arta de a lăsa impresia că nu te-ai pregătit

deloc, că ești atât de relaxat în pielea ta încât n-ai nevoie să expui efortul pe care l-ai depus pentru a ajunge la această imagine”.

Cu șapte ani în urmă, când asemenea gânduri despre gentlemen și stil lipsit de orice străduință erau așternute noaptea pe o pagină de wordpress, Hugo nu s-ar fi gândit că va ajunge să petreacă 200 de zile pe an călătorind pentru seminarii, conferințe și cursuri de stil și nici că va petrece doi ani din viață lucrând la o asemenea carte. „Totul era clar, *ma vie était faite*”, își amintește el, „și nu m-aș fi gândit niciodată că un blog început dintr-o simplă pasiune va căpăta o asemenea amploare”. Tinerii care îl citesc îi scriu adesea că le-a schimbat viața, fiindcă sfaturile lui le-au dat elanul de a se „reconstrui” pe sine, de a-și crea o altă imagine și alte așteptări.



Mulți îi spun că și-au găsit marea dragoste sau că și-au schimbat jobul, ceea ce nu-i nicidecum vreun act de magie, ci o recalibrare a propriei persoane și a așteptărilor de la viață.

„Între generația tatălui meu și cea a tinerilor din ziua de azi, există un gol, o generație care a fost sărită de istorie”, explică el. În Franța, vidul s-a numit mai 1968, revolta studentească din Franța și începutul unor decade de negare a tot ceea ce însemna burghezie, eleganță, repere de elitism. „Tinerii care au acum 25-30 de ani nu au învățat despre stil și eleganță de la tați, ci de la bunici”, explică el. „Iar motivul pentru care mă citesc este că nu au avut o figură paternă care să le explice diferența între un

pantof fin și unul banal, să le explice cum se face corect un nod de cravată sau să-i facă să înțeleagă de ce se poartă batistă în buzunarul de la piept”. În aceeași perioadă, România a avut comunismul, care a generat un vid asemănător, iar în prezent, surprinzător, tinerii români se află, după Franța, Anglia, Italia și SUA, pe locul patru în topul cititorilor blogului „The Parisian Gentleman”. De aceea, după viitoarea carte – „Italian Gentleman” – care va explora reperele stilului din Peninsula și la care lucrează deja de un an și jumătate, Hugo se gândește și la un volum despre eleganța din țările emergente și de la reînvierea unor repere de stil pierdute sau rătăcite de-a lungul istoriei.

Adept declarat al hainelor și accesoriilor

create „bespoke”, nu s-ar mai întoarce niciodată la ready to wear (consideră însuși termenul o jignire, fiindcă înseamnă ceva luat de-a gata, fără nicio considerație față de nevoile specifice ale purtătorului), dar înțelege deruta țărilor emergente, în momentul în care marile branduri pătrund pe piață iar toți aspiranții la stil și eleganță au impresia că numai purtând branduri celebre și vizibile pot fi eleganți. „Eu port un costum făcut special pentru mine, unde eticheta este în interiorul buzunarului și pe ea scrie numele meu și anul în care mi-am făcut costumul”, explică el. „E un costum frumos, dar care nu are nicio denumire la vedere, fiindcă scopul nu e să atragi atenția asupra hainei, ci asupra propriei persoane. Haina nu



este decât metoda de pune în evidență sclipirea din ochii tăi". Asta înseamnă a fi parizian cu adevărat, indiferent că trăiești la Paris sau undeva în Micul Paris al Europei de Est.

LA CREATRICE

Tocmai din lipsa de repere și din nevoia de informație a românilor s-a născut și proiectul Simonei – „Bucharest Gentleman“, venit într-un moment în care echipa Zenonni pare să fi trecut într-o altă ligă: după showroom-ul de la Chișinău, a fost inaugurat în luna septembrie cel din Moscova, iar cu ocazia evenimentului de la Palatul Bragadiru din București a fost anunțată și linia de pantofi bespoke, realizați 100% manual de pantofarul chișinăuean Valentin Frunză, care va realiza pantofi la comandă pentru clienții din

România doar prin intermediul Zenonni. „Într-o lume plină de branduri, să ai un loc în care poți face lucruri handmade, cu suflet, din muncă de artizan, este un mare noroc“, explică Hugo Jacomet, ca invitat special al evenimentului. După 11 ani de Zenonni, Simona a anunțat, odată cu venirea lui Hugo, că va introduce și în România, în oferta brandului său, costumul tradițional – „canvas“ – lucrat manual, în variantele full-canvas și half-canvas. Diferența radicală între un costum obișnuit și unul „tradițional“ stă în materialele și tehnica folosită. Cel mai des-întâlnit și comun tip de costum este cel „fused“, care are toată partea din față, a pieptului, adezivată de țesătura din interior. Rezultatul: costumul nu urmărește linia corpului, iar după mai multe curățări face

așa-numitul efect de „bubbling“, ca și cum cele două țesături lipite una de cealaltă s-ar desprinde, lăsând goluri de aer în interior. Pe de altă parte, la costumul tradițional se coase de-a lungul pieptului, manual, o țesătură (în general materiale de lână și păr de cal sau de cămilă) care urmărește linia corpului și este extrem de flexibilă și de rigidă în același timp. Practic partea exterioară și cea interioară se cos laolaltă, interiorul reprezentând un „schelet“ al costumului, care face mai ușoare și lejere mișcările, sporește confortul și îmbunătățește radical impresia de „perfect fit“. Un pas mic, dar esențial – asemeni celor pe care Hugo îi propovăduiește cititorilor care-l întreabă de unde să înceapă reconstrucția propriei imagini – către statutul de gentleman veritabil. □

Citiți un interviu amplu și în exclusivitate cu **Hugo Jacomet** în ediția de iarnă a revistei **Up by Forbes**, disponibilă din decembrie la toate punctele **InMedio**.