

'IK WIL HET MONOPOLIE OP COOL'

STUART VEVERS, HEAD OF DESIGN BIJ HET MERK COACH, is de koning van de it-bag. Hij probeert in New York het Amerikaanse gevoel voor cool in zijn ontwerpen te vangen. En met daverend succes.

tekst RENS LIEMAN

Het mag dan New York Fashion Week zijn, Stuart Ververs, hoofdontwerper van Coach, heeft gewoon een bad genomen vanmorgen. Op drukke dagen staat hij er wat eerder voor op. Een bad van tien minuten, zeepsop van Mr. Bubble, beetje door Instagram scrollen; het is het vaste ochtendritueel van de door de modepers verklaarde koning van de it-bag. Vanaf zijn *brownstone* in Chelsea is het een half uur lopen naar het Coach-hoofdkwartier. Deze morgen was het stil op straat. Ververs,



STUART VEVERS EERSTE READY-TO-WEARSHOW VOOR COACH OP DE HIGH LINE IN NEW YORK



STUART VEVERS

'EIGENLIJK ZOU IK BEST GELUKKIG ZIJN ALS IEMAND EEN VAN MIJN COACH-TASSEN EEN IT-BAG ZOU NOEMEN'

Brits van oorsprong, kwam een handvol andere wandelaars tegen. Ze hadden grote jassen aan en gebreide mutsen met oorflappen – het is winter in New York.

Weer of geen weer: Ververs loopt naar zijn werk. Het straatbeeld biedt inspiratie, soms zelfs voor een compleet meerjarenplan voor Coach. 'Het was mijn eerste winter in New York en het was bitterkoud. Buiten zag ik een meisje door de sneeuw ploeteren. Ze had een grote jas aan en superfunctionele schoenen, en toch... ze zag er zó cool uit. Ik bedacht me: dit zijn de mensen voor wie ik kleding wil maken. Ik wil deze realiteit kleden.'

MOEITeloos COOL

ELLE ontmoet Stuart Ververs (1973, Doncaster, Engeland) op de elfde verdieping van het Coach-kantoor in de New Yorkse wijk Hudson Yards, *midtown* Manhattan. Vijfenzeventig jaar geleden werkten hier in een loft zes leerlooiers aan portemonnees en portefeuilles, Coach' eerste collectie lederwaren. Hudson Yards heeft niets van het gepolijste van Seventh Avenue (ook bekend als Fashion Avenue, epicentrum van de New Yorkse modescene). In Hudson Yards vertrekken de Greyhound-bussen, staan de opslagloodsen, worden autobanden verwisseld. Maar omdat in het hart van de wijk een paar nieuwe wolkenkrabbers worden gebouwd, wordt Hudson Yards *up and coming* genoemd. Een van de twee glimmendste *high-rises* in wording is de nieuwe 'Coach Tower' zoals ze het gebouw bij Coach graag noemen. Later dit jaar moet-ie af zijn en zal het modehuis precies één straat zuidwaarts verhuizen. Sinds Ververs in 2013 aantrad als de nieuwe *executive creative director* maakt Coach een enorme (vooral internationale) groeispuurt door. Toch is dat misschien niet eens de belangrijkste reden voor de verhuizing: het huidige kantoor strookt niet meer



DE TEA ROSE SADDLE BAG

DE DINKY CROSSBODY

DE ACE SACHEL

DE DINKY PATCHWORK

met Coach' nieuwe, coolere imago. Het nieuwe kantoor moet van buiten én van binnen net zo cool zijn. Geen *cubicals* meer, bijvoorbeeld. Dat klinkt misschien oppervlakkig, het heeft een diepere betekenis. Ververs, vandaag in zwarte jeans, wit T-shirt en zwarte trui: 'Cool is geboren in Amerika. Laat de Fransen maar het monopolie op chic hebben. Ik wil cool hebben. Cool is dat meisje ploegend door de sneeuw, gekleed om gedaan te krijgen wat ze gedaan wil hebben. Geen pretenties. Moeiteloos cool.' Dat meisje is de Coach-girl. Dat is zij althans sinds Ververs' aantreden. De toenmalige topmannen van Coach, vertrekkend directeur Lew Frankfort en zijn vervanger, dan nog commercieel directeur Victor Luis, wilden in aanloop naar het vijfenzeventigjarig jubileum verandering, een nieuwe kijk op het klassiek-Amerikaanse dat Coach was. Ververs werd gepolst om die verandering creatief vorm te geven. Waarom hij? Omdat Ververs 'een van 's werelds toonaangevendste accessoire-ontwerpers is,' en 'veel ervaring heeft bij luxemerken die gespecialiseerd zijn in lederwaren,' aldus Luis in een persbericht. ►►

MEESTER

En dat klopt. Nog voordat Vevers afstudeerde op Womenswear aan de Fashion Design-school van de University of Westminster, kon hij al aan de slag op de accessoiresafdeling bij Calvin Klein in New York. Een paar jaar later trok Europa weer. 'Ik wilde graag naar Italië, leren hoe dingen gemaakt worden,' vertelde Vevers in een interview met de Britse krant *The Independent*. Die wens kwam uit toen het Italiaanse ledermerk Bottega Veneta in 1998 een ontwerper zocht die het label nieuw elan kon geven.

Met Vevers in de gelederen floreerde Bottega Veneta, waarna hij in 2004 creatief directeur werd bij het Britse luxemerkt Mulberry. In zijn jaren in Europa maakte Vevers naam voor zichzelf, voornamelijk met zijn iconische handtassen. Hij was onder meer verantwoordelijk voor de Mulberry Bayswater, de Mulberry Luella (in 2001 hernoemd tot 'The Gisele', toen Gisele Bündchen 'm voor Mulberry droeg op de catwalk) en de Amazona voor Loewe, het Spaanse luxelabel waar Vevers creatief directeur werd in 2008.

Vevers toonde zich een meester in het maken van it-bags, dé tas van het seizoen. Mogen we dat nog zo noemen, Stuart Vevers? 'Aanvankelijk was het leuk, maar ik kreeg op een gegeven moment zo'n hekel aan die term. Dan kwamen er mensen mijn kantoor binnen die zeiden: "Stuart, ik denk dat we een it-bag nodig hebben." *Really?* Wat denk je dat dat betekent? Natuurlijk hebben we er een nodig, iedereen wil er een. Je kunt niet zomaar... Egh.'

Vevers zucht. Met het concept it-bag vindt hij niets mis. Die strijd om de tas van het seizoen, de tas die elke vrouw op grote afstand herkent, niet vanwege een logo maar om het iconische ontwerp, heeft er volgens hem toe geleid dat de toch vooral functioneel ontworpen handtas ineens een begeerlijk designobject

LEREN TASSEN LATEN VEVERS' HART SNELLER KLOPPEN: 'IK INTERESSEER ME VOOR NIETS ANDERS'

omdat ik al die jaren voor luxe Europese modehuizen heb gewerkt. Europese mode is meer begrensd: het is meestal tijdloos, iets formeel en op een bepaald prijsniveau. Amerikaanse mode is opener, spontaan. Veel kledingstukken zijn terug te voeren op functionaliteit. Het bikerjack, de jeans, het T-shirt. Of dat mij beter past? Ik weet het niet. Maar ik had er blijkbaar behoefte aan.' Vevers, zo legt hij nu

kon worden. Maar: 'De term werd veel te veel gebruikt. Te veel handtassen die in één seizoen zogenaamd dé tas van het seizoen waren. Nu is dat gelukkig anders, de term is een beetje weggeëbd. Eigenlijk zou ik nu best gelukkig zijn als iemand een van mijn Coach-tassen een it-bag zou noemen.'

Afijn, met zijn prestaties in Europa speelde Vevers zich in de kijker bij Coach. Of hij geen zin had naar New York te komen, om Coach op te frissen? Vevers: 'Ik twijfelde aanvankelijk, maar er was iets dat mij aantrok. Misschien omdat ik veertig werd, misschien



SADDLE BAG 23

TEA ROSE APPLIQUE CROSSBODY

DINKY CROSSBODY 24

DE PYTHON SADDLE BAG

MODEL MICA ARGANARAZ IN COACH SS2016

uit, ging bij zichzelf te rade wat hij zou kunnen en willen met Coach. Hij kwam uit op een concept dat hij 'Modern Luxury' noemt: 'Luxe zonder het elitaire. Geen mindere versie van Europese luxe, maar een andere. Een die meer inclusief voelt dan exclusief.'

PRAIRIE & PUNK

Op Vevers' initiatief voert Coach, sinds de jaren zestig als 'original American house of leather' volledig op handtassen gefocust, sinds 2013 nu óók een ready-to-wearlijn voor dames en heren. De lente/zomercollectie van 2016 werd in september vorig jaar tijdens de New York Fashion Week gepresenteerd. Vevers liet er een glazen kas voor bouwen, met een catwalk erin en prairiegras daaromheen. Met dat *midland America*-achtige decor bootste Vevers de landschappen na die in Terrence Malicks *Days of Heaven* (1978) te zien zijn. En de jurken die Vevers presenteerde, leken wel ontworpen voor het personage Holly Sargis (Sissy Spacek) in *Badlands*, een film uit 1973, eveneens van Malick. 'Het gevoel van vrijheid in die twee films heb ik in deze collectie proberen te vangen. Ik dacht aan een roadtrip. Ik zie een meisje voor me dat uit de stad ontsnapt, op avontuur gaat, en onderweg allemaal dingen oppikt: een *prairie tea dress* met kleuren die net niet kloppen, een antiek sieraad, een gehavend leren jack. Maar uiteindelijk komt ze weer terug naar de stad, en combineert ze al die souvenirs met iets contrastrends, iets grafisch, meer punk.' De inspiratie ligt op straat, maar

Vevers leent dus ook uit populaire cultuur. Eerder maakte hij voor Coach al eens een gebreide jumper met ruimteraket Apollo erop, een verwijzing naar de trui van een personage in de horrorfilm *The Shining* (1980). Verder terugkijkend blijkt Vevers' interesse voor mode vooral door film en muziek aangewakkerd, in de tijd dat hij opgroeide in Doncaster. 'Op mijn kamer hing een filmposter van *My Own Private Idaho*, dat nu als een rode draad door mijn ontwerpen loopt. Ik was nog te jong om het treurige verhaal te begrijpen, maar iets trok mij aan. Wat precies? Nou, vooral dat acteur River Phoenix hot was, haha. Ik weet het niet precies meer, maar die stijl vond ik mooi: *thrifty*, gehavende kleren die al decennia cool waren. Toen ik eind jaren tachtig iets volwassener werd, begon ook popmuziek een belangrijke rol te spelen. Popsterren in die tijd... *they dressed up, you know?* Vooral Janet Jackson, och, mijn favoriet. Ik begon te onderzoeken: wat voor merken dragen ze, wat doet een ontwerper? Misschien creëer ik hier mijn eigen nostalgie, maar dat was denk ik het startpunt van mijn carrière.' Terug naar het nu, naar de elfde verdieping van het Coach-hoofdkwartier. Vevers' witte bureau ligt er netjes bij, maar dat verandert wanneer hij een nieuwe tas ontwerpt, verzekert hij. Hij is een

FOTOGRAFIE COACH, GETTY IMAGES



WORDT DIT DE IT-TRUI VAN 2016?

MODELLEN RIANNE VAN ROMPAEY EN MICA ARGANARAZ MET GEPERSONALISEERDE COACH-TAS



FRONT ROW BIJ COACH: KIERNAN SHIPKA (MAD MEN), CHLOË GRACE MORETZ, SYDNEY SIEROTA EN HARLEY VIERA-NEWTON

schetser namelijk. Voor elk idee maakt hij honderden globale, slordige schetsen. Een dag later legt hij ze allemaal naast elkaar op het

bureau. Hij omcirkelt dat wat eruit springt – drie cirkels, maximaal. Die schetsen gaan naar de modelleur, die er een prototype van maakt.

Leren tassen is nog altijd waar Coach om draait. Het is ook waar Vevers' hart sneller van klopt. Echt: bij elk rood stoplicht kijkt hij uitgebreid naar wat zijn stadsgenoten voor tas dragen. Sommige vrouwen worden daar – begrijpelijk – wat onrustig van en drukken hun tas dan dichter tegen hun lichaam, maar Vevers kan het gewoon niet laten. 'Ik interesseer me voor niets anders. Ik heb geen hobby's.'

'LAAT DE FRANSEN MAAR HET MONOPOLIE OP CHIC HEBBEN. IK WIL COOL HEBBEN'

IT-TRUI

Al loopt een ontwerper stevast minstens vier seizoenen voor op de journalist die hem bevraagt, toch willen we het even over de lente van 2016 hebben. Vevers verwacht vooral minirokken te zien, *low cut* Chelsea *bandit* boots en jurken met prairieprint. 'Voor Coach draait dit seizoen om jeugdigheid, waarmee ik niet een jonge leeftijd bedoel, maar een optimistische mentaliteit zonder ontzag voor regels.'

We wagen het er gewoon op: wordt een van Vevers' tassen de it-bag van dit seizoen? 'Ik denk nu eigenlijk vooral aan mijn dinosaurustrui. Ha, we krijgen gewoon een it-trui, deze lente. Van de tassen verwacht ik dat de Tea Rose Saddle Bag het goed gaat doen. Die heeft een typisch, *all American Coach*-silhouet, maar is bekleed met bloemen.'

Een van de witte muren in Vevers' kantoor is met zwart lint opgedeeld in vlakken, voor elke dag van de maand één, in elk vlak uitgeknipte plaatjes en een kreet of een droedel. Het is zijn 'low-fi Instagrammuur' – zie het als een agenda waarop te zien is wat hij wanneer op Instagram zal delen. We zien modellen, tassen, prints, maar ook scènes uit films die Vevers momenteel (her)kijkt: Ali MacGraw in *Love Story*, Willy Wonka in *Charlie and the Chocolate Factory*, Bill Murray in de auto met zijn bosmarmot in *Groundhog Day* (waarbij Vevers bloemen heeft getekend en een praatwolkje met '#Spring!'). Vevers is tevreden. Hij woont in de stad waar 'cool' geboren is. Hij werkt bij Coach, dat hem prima staat. Als hij rondloopt in de Coach-archieven, ziet hij een erfgoed dat hij begrijpt; het Amerikaanse cool van de vorige eeuw, wat hij ook al zag in de films waarmee hij opgroeide. Coach wil dat erfgoed en die *coolness* naar deze eeuw trekken en voor een breder, Europees publiek toegankelijk maken. Een klus die Vevers op het lijf geschreven is. Een Engelsman in New York: het is precies wat Coach – en tassenfans wereldwijd – nodig hadden. ■