

PERSONA NON PRADA

PERSONA NON PRADA

Kosters & Jenkins

met illustraties van Wim Bruynooghe

Horizon

Dit boek is opgedragen aan alle creatieve koopverslaafden, *fashion fuck-ups* en aspirant-*it-girls*. Kortom, aan iedereen die zich ooit *persona non Prada** heeft gevoeld, net als wij.

* *Persona non Prada*: iemand die ongewenst is in de modewereld, naar analogie met *persona non grata*. De verklaring van de overige termen aangegeven met * vind je achteraan dit boek.

INHOUD

Dankwoord	11
Voorwoord	13
Introductie	15

HOOFDSTUK 1

STUDEREN KAN JE (NIET) LEREN	19
Inleiding	21
Fashion ID	26
Studie ID	28
De tijd van ons leven	31
Behind the scenes	42
Trash	42
Lonely arts club	45
Doureuh!	48
De flat in Londen	53

HOOFDSTUK 2

ONDERAAN DE LADDER	61
Inleiding	63
Fashion ID	66
Stage ID	68
De tijd van ons leven	70
Behind the scenes	80
De jurk	80

De goodiebag	85
Het boek	89
De shoot	91
De shoot bis	96
ELLEgirl	97

HOOFDSTUK 3

WAAR BLIJFT DIE DROOMJOB?	105
Inleiding	107
Fashion ID	110
Job ID	112
De tijd van ons leven	116
Behind the scenes	123
Monte Carlo, baby	123
De perstrip	128
Paris Fashion Week	134
De celebshoot	141
Het interview	145
De wijsheidstand	148

HOOFDSTUK 4

NEXT LEVEL	151
Inleiding	153
Fashion ID	158
Job ID	160
De tijd van ons leven	162
Behind the scenes	169
De bus	169
Old Céline	172
De ontwerper	175
Miami	179
De race	185

HOOFDSTUK 5	
NAAR DE TOP (OF TOCH ERGENS IN DE BUURT)	193
Inleiding	195
Fashion ID	197
Job ID	199
De tijd van ons leven	201
Behind the scenes	209
Kaia	209
Milan Fashion Week	212
De kameel	218
Het modellendebuut	223
De vlucht van 6 a.m.	226
Het mysterie van de verdwenen tas	228
Het kortste interview ter wereld	231
Nawoord	237
Verklarend lexicon	239
Illustraties	251

DANKWOORD

Onze eeuwige dank gaat uit naar: Evi Boels, die als eerste in ons idee geloofde. Geert Cortebeek, voor zijn waardevolle feedback en om ons erop te wijzen dat (nog) niemand op onze autobiografie zit te wachten. Iedereen bij Uitgeverij Horizon en Overamstel voor hun hulp bij de realisatie van dit boek. Onze multigetalenteerde vriend Wim Bruynooghe, die met zijn illustraties niet alleen ons verhaal maar ook onze looks wist te upgraden. Mode-icoon en influencer extraordinaire Tiany Kiriloff, die het voorwoord schreef en een vaste waarde is gebleken gedurende onze modecarrières.

Catherine wil nog bedanken: Arthur De Meyer, voor zijn eeuwige steun en snacks en om altijd in mij te geloven, vooral wanneer ik dat zelf niet doe.

Elsbeth wil nog bedanken: Christian Maes, om mij er steeds aan te herinneren mezelf te blijven en mij in elk avontuur te volgen.

VOORWOORD DOOR TIANY KIRILOFF

De modewereld bestaat uit ontzettend veel lagen en hoe hoger je klimt, hoe meer mensen zichzelf au sérieux lijken te nemen. Gelukkig zijn er mensen zoals Catherine en Elspeth, die daartegen ingaan. Hoe kan ik de auteurs van dit boek het best omschrijven... Toen ik Elspeth voor het eerst ontmoette, dacht ik: *why the hell are you here?!* Het was voor mij onbegrijpelijk waarom zo'n wereldse chick die in Londen had gezeten nu in Vilvoorde stage wilde komen lopen bij mij (zie hoofdstuk 2). Door de jaren heen is er weinig veranderd. Ze shopt nog steeds alsof het een fulltimejob is en ze heeft nog altijd geen rijbewijs. Oké, ze heeft nu meer schoenen en meer tatoeages, maar verder is alles constant gebleven. Ze is lui (sorry Jenkins) en kan absoluut niet met geld omgaan, maar tegelijk is ze ook een van de gepassioneerde modeliefhebbers die ik ken. Ze schrijft pittig en dat heb ik altijd zo leuk aan haar gevonden. Ook aan Catherine. Haar ironische schrijf- en bijpassende kledingstijl wisten mij meteen te overtuigen. Het is zeldzaam dat mensen zichzelf durven zijn zonder te veel poespas. Met Catherine heb ik trouwens een legendarische perstrip overleefd (zie hoofdstuk 3). Elk jaar ga ik met mijn familie surfen in Hossegor en wanneer ik een welbepaald hotel passeer, denk ik: oh boy, hier is het toen fout gelopen...

In de *fashion biz* vind je enorm veel absurditeit en Catherine en Elspeth lijken die tegelijkertijd te belichamen en aan te vechten.

Ze combineren humor en kennis. Ze houden zielsveel van mode, maar volgen geen trends. Ze hebben enorm veel ontzag en respect voor designers, maar zijn allergisch aan pretentie. Volgens mij is het belangrijk om fun te hebben in alles wat je doet, en weinig mensen hebben meer plezier dan zij. Ze zijn de Celeste Barbers van de modewereld, zeg dat ik het gezegd heb.

Hoe je het kan maken in die modewereld? *I don't know*. Ik zie succes als zo'n Magic 8-Ball: gewoon blijven schudden tot je een positief antwoord krijgt. 'Het maken' zou ook geen doel op zich mogen zijn. Vertrek gewoon vanuit je interesse, probeer beter en beter te worden in wat je doet en zorg dat je er 'iets' van kan maken, net als deze twee schrijfsters. De modesector is bikkelhard en hun boek neemt je mee op een wilde rit achter de schermen. Het toont de ups en downs, de strijd, en geloof mij: *the struggle is real*. Dat geldt vooral als je uit een piepklein landje komt. Andere wereldeconomieën zijn zoveel groter en belangrijker dan wij. Net daarom zijn wij zo bescheiden. We zijn geboren underdogs en dat is eigenlijk de beste startpositie. *Persona non Prada, right?*

Tiany Kiriloff

INTRODUCTIE

De vraag die op je lippen brandt, is wellicht: wie denken die twee wel niet dat ze zijn? Wel, wij zijn twee moderedactrices met een verzamelde drieëntwintig jaar ervaring in de sector. Elspeth begon haar carrière bij het illustere *Dazed & Confused* en interviewt nu talent uit binnen- en buitenland voor *Marie Claire*. Catherine is het uithangbord van *Flair*, waar ze haar modetips deelt en een wekelijkse column neerpent. We leerden elkaar kennen bij het ter ziele gegane modeblad *GLAM*IT* (R.I.P.) en bleken onze smaak in muziek, designertassen en feestjes te delen. Gelukkig niet in mannen. De voorbije negen jaar verzamelden we samen meer roddels, goede raad en horrorverhalen dan er in je moeders Birkin passen. Hoog tijd om die te delen dus.

De volgende vraag krijgen we bijna wekelijks in onze DM's: hoe fix je een job in de mode? De mode-industrie is de ontoegankelijkste industrie die er bestaat, of zo lijkt het tenminste als je naar de modeweeken kijkt. Zelfs in tijden van *body positivity* en toenemende diversiteit worden de catwalks en *front rows** voornamelijk bevolkt door meisjes met maatje 34, de perfecte huid, elk seizoen een hip nieuw kapsel en dito garderobe. Toch zijn de tijden aan het veranderen. Modieuze drilmeesters als Anna Wintour en wijlen Karl Lagerfeld staan symbool voor de voorbije decennia. Anno 2020 kijkt niemand nog op van een strakke bob of perka-menten paardenstaart. Perfectie is uit en authenticiteit is in. Het

beste bewijs: meisjes zoals wij met maatjes laten-we-het-ergens-in-de-40-noemen, vier weken uitgroei, versleten cowboyboots en een Chanel 2.55 aan de arm (sorry, we werken nog steeds in de mode) beslissen wat er in je favoriete blad gedrukt staat.

De wereld is aan de underdogs en de geuzennaam *persona non Prada* is ons op het lijf geschreven. Als eigenzinnige antihelden in ons zelfgeschreven verhaal baanden we ons een weg richting het hart van de modewereld en vatten onze droomjob bij de kraag. Die perskaart – moeten we trouwens nog steeds aanvragen – en toegang tot het clubhuis werden ons niet op een gouden dienblad aangereikt. Oh nee. Die hebben we zelf bemachtigd met doorzettingsvermogen, creativiteit, humor en bovenal: zonder wanhoop. Want wanhoop staat echt niemand. Ook volgend seizoen niet.

Als moderedactrices bij *Flair* en *Marie Claire* kennen we het klappen van de zweep. We spotten de verborgen valkuilen en gidsen jou stap voor stap langs het traject: van student tot stagiair en van freelancer tot *fashion pro*. In vijf hoofdstukken proberen we je wegwijs te maken aan de hand van onze eigen ervaringen. Wij beseffen goed dat niemand op onze autobiografie zit te wachten, maar je krijgt hem toch maar voorgeschoteld. Hoe kunnen we je anders duidelijk maken hoe het wel en vooral ook niet moet? Ons pad tot nog toe was op z'n zachtst gezegd hobbelig, en uit al die *accidents de parcours* hebben wij lessen getrokken die we speciaal voor jou samenvatten in educatieve anekdotes, handige lijstjes en een occasioneel horrorverhaal. Beschouw ze als leidraad en houd ons vooral tegen wanneer we het te veel over onszelf hebben.

Er zijn helaas géén shortcuts op weg naar de top, maar onderweg maken we regelmatig een pitstop voor selfies en champagne. Eén ding heb jij alvast voor op ons: de modewereld was nog nooit zo democratisch als vandaag. Oké, dan hebben we het misschien niet over de kosten. Kwaliteit en originaliteit komen nu eenmaal

met een torenhoog prijskaartje – daar kunnen wij niets aan veranderen. Maar we kunnen je wel vertellen dat haute couture* dezer dagen vervangen is door streetwear en dat elke griet met een Instagram-account *it-girl* kan worden. Weg normen, weg traditie, halló nieuwe kansen. Het motto *fake it till you make it* was nog nooit zo relevant, dus dit is jóúw moment en dit boek gaat je helpen. Dat zweren we op onze Prada-loafers.



HOOFDSTUK 1

STUDEREN KAN JE (NIET) LEREN

INLEIDING

Voor sommigen is de middelbareschooltijd een hit, voor anderen een misser van jewelste, maar één ding blijft voor iedereen hetzelfde: zodra het einde in zicht komt, moet je die cruciale levensbeslissing maken... Wat ga ik hierna in Gucci's naam doen? Wanneer je net als wij voor mode leeft, is het vanzelfsprekend dat je je gehele tienerjaren hebt lopen dwepen met je favoriete designers en modemagazines. Je hebt vast een Pinterestbord vol schitterende shoots – of in het geval van dinosauriërs zoals wij: een knipselmap vol uitgescheurde pagina's die teruggaan tot de vroege jaren negentig. Die inspirerende collage is het fundament waarop je latere carrière gebaseerd zal zijn. De indrukken die je in deze periode van je leven opdoet, ontwikkelen zich tot een persoonlijke smaak en in het beste geval ook een unieke stijl. Die zal nog wel een keer of twintig veranderen, geloof ons, maar de basis is er en daar wil je mee verder.

Dit zijn de feiten: je wil een studierichting kiezen die je voorbereidt op een job in de mode, maar je hebt geen idee waar te beginnen. Je vrienden/leerkrachten/radeloze ouders moedigen je aan om 'iets in de mode' te gaan doen, maar je weet niet eens wat dat precies inhoudt! Wel, de modewereld is een onbegrensd en eindeloos fascinerend universum dat bestaat uit verschillende facetten. De namen en sterrenbeelden van alle designers en topmodellen ken je vanbuiten, maar rondom hen gedijt een gigantische industrie, waar nog miljoenen andere jobs aan te pas komen, van design tot

productie en van retail tot media. We sommen de belangrijkste voor je op, al kunnen we uiteraard niet elke baan in detail behandelen. We hebben nog een leven, dus maak zelf je huiswerk.

Voor bepaalde functies bestaan er specifieke technische opleidingen. Denk maar aan visagist, haarstylist, fotograaf of grafisch ontwerper. Deze beroepen kan je aanleren en wanneer je genoeg skills hebt vergaard, ben je klaar voor de arbeidsmarkt – al blijft talent ook hier de X-factor. Het is niet omdat je een avondcursus make-up hebt gevolgd dat je Bella Hadid voor de Dior-show mag opmaken! Fantasie, creativiteit en een vleugje geluk zijn de voornaamste ingrediënten van een succesvolle carrière in onze branche, welke tak je ook kiest. Mode is een droomwereld, en dan bedoelen we niet alleen het hunkeren naar een must-have designertas. Er komt veel meer bij kijken... De eyeliner die je in een campagne ziet, is nooit zomaar even aangebracht. Er zit een concept achter, er is over nagedacht en er zijn maanden vol meetings en ontelbare moodboards aan voorafgegaan. Minstens tien mensen hebben hun mening gegeven over die ene veeg oogmake-up. Elke persoon in deze sector speelt een rol in de film van dit seizoen en draagt bij aan een groter geheel, of dat nu een defilé op de catwalk is of een shoot in een magazine.

De regisseur van deze prent, dat is de ontwerper. Wie in de voetsporen van pakweg Raf Simons wil treden, waagt het best zijn, haar of hun kans op een befaamde modeschool. In België zijn dat de academie van Antwerpen en La Cambre in Brussel. In Nederland ga je het best even aankloppen bij ArtEZ in Arnhem of AMFI in Amsterdam. Natuurlijk is een prestigieuze opleiding geen garantie op succes. Van de honderden studenten die aan zo'n training beginnen, studeert uiteindelijk maar een handjevol af. Alleen de crème de la crème schopt het tot *creative director** van een groot modehuis. Dit besef snijdt zo hard als die *last-season* Burberry-jas

met een scheur in de vinyl kraag, maar het is wat het is. Gelukkig hoeft de droom hier niet op te houden. Steeds meer jonge ontwerpers komen immers bij kleine nichelabels terecht of starten hun eigen obscure modemerken op.

Onbekend betekent niet onbemind, want er staat een legertje persattachés klaar om nieuwkomers te introduceren én ondersteunen. Wie de pr-kant op wil, kan kiezen voor een opleiding communicatiemanagement met specialisatie in public relations aan de universiteit. Als persverantwoordelijke ben je het contact tussen het merk en de media. Dat hoeft natuurlijk niet altijd modegerelateerd te zijn. Elk bedrijf heeft een inhouse pr-afdeling of extern pr-bureau achter zich, van een frisdrankfabrikant tot een supermarktketen. Fashion pr's zorgen ervoor dat die ophefmakende campagne of *it-bag* van het moment in de juiste mailboxen en bij uitbreiding magazines belandt. Ze zijn de megafoon van de modewereld.

Dan rest ons nog de media, het vakgebied waarin wij werken. Het is onze taak om te berichten over nieuwe trends en collecties nog vóór ze in de winkel liggen. Ook stylisten en influencers – ja, dat is een fulltimejob tegenwoordig – behoren tot deze categorie. Wat journalisten in woorden trachten te vatten, beelden zij immers uit in looks. Voor modejournalistiek en styling bestaan in België helaas nog steeds geen volwaardige opleidingen. In Nederland heb je die wel, maar toch trekken veel hoopvolle studenten richting Parijs, Londen of Milaan. Wat Nederland nog op Vlaanderen voorheeft, is de omvang van de magazinemarkt. De internationale titels zijn er niet op één hand te tellen, in België zijn dat er welgeteld drie. Hoe het ook zij, als je net als wij in de media wil werken, zal je zonder kaart je eigen weg moeten zoeken. Gelukkig kan je rekenen op eersteklas gidsen. Wij dus.

4 mythes over mode die we graag de wereld uit willen helpen

1. **Het talent is groot, maar de ego's zijn groter.** Oké, deze mythe klopt, maar hierin verschilt onze wereld niet van andere sectoren. Arrogante kwallen zijn er overal, van het bankwezen tot de advocatuur. Gelukkig vind je in de mode ook veel humor en ironie, dus probeer alles met een korrel zout te nemen. Trouwens, voor elke zelfingenomen artdirector* kom je een bitchy haarstylist tegen die je nieuwe soulmate wordt.
2. **Alles draait om geld.** In tegenstelling tot de ego's zijn de budgetten soms piepklein, vooral in de media. Om het gewenste resultaat op papier te krijgen moet je vaak roeien met de riemen die je hebt en *hustlen* tot je erbij neervalt. Steenrijk zal je van een modejob in de Lage Landen niet snel worden, maar in het beste geval raak je op een afterparty aan de praat met Martien Meiland, en dát is onbetaalbaar.
3. **Iedereen loopt rond op naaldhakken in een *pencil skirt*.** Dit ouderwetse stereotype paradeert misschien nog rond in bepaalde conservatieve kringen, maar is langzaam aan het uitsterven. De gemiddelde redacteur/fotograaf/visagist arriveert op set in een hippe jogging en sneakers – of ons equivalent daarvan: een oversized midi-jurk.
4. **Iedereen is wit, blond en *size zero*.** Anno 2020 is de modewereld inclusiever dan ooit. Baanbrekende hoofdredacteurs als Edward Enninful van de Britse *Vogue* hebben er hun persoonlijke en professionele missie van

gemaakt om diversiteit te promoten, en de nieuwe generatie topmodellen (m/v/x) struint over de runway in alle mogelijke maten en vormen. Halleluja!