

By Eley Kishimoto#

From The Bottom
Of My Heart#

#Mark Eley y Wakako Kishimoto llevan más de diez años al frente Eley Kishimoto, una de las firmas imprescindibles de la London Fashion Week. Sus colecciones, repletas de coloridos estampados, desprenden un aire girly que las hace irresistibles. En esta nueva temporada, Eastpak, la marca de mochilas por excelencia, apuesta de nuevo por grandes nombres en moda y, tras Raf Simmons, cuenta con el dúo anglo-nipón para su última colaboración: un estampado, tres modelos a tutti colori en edición limitada y numerada. Mark Eley nos cuenta todo sobre esta colaboración.

Vuestro primer trabajo en común con Eastpak... Así es. Ya hemos preparado algo para una segunda temporada, incluso hemos hablado de hacer una tercera. En principio, serán tres colaboraciones distintas espaciadas en el tiempo.

Eley Kishimoto representa una firma femenina, elegante, con un punto naïve y algo pop. Por otro lado, Eastpak hace referencia a un estilo más sport, más técnico e incluso más masculino. Una colaboración de contrastes... Desde que fundamos la marca, siempre hemos jugado con algún tipo de dualidad, con el nombre, con esta idea de lo femenino, porque nadie sabía en realidad si Eley Kishimoto era una sola persona, si era un hombre o una mujer, si era de Tokio o de Londres. Antes de empezar nuestra firma, trabajamos con tantos diseñadores distintos y llevamos a cabo tantas colaboraciones de todo tipo que, cuando nació EK, necesitábamos definir una identidad y seguir, a la vez, con estas colaboraciones externas.

¿Cómo surgió la relación con Eastpak? Nos contactaron desde su oficina en Japón. Anteriormente, habíamos colaborado con Ellesse, que pertenece a su mismo grupo. Ya conocíamos lo que habían hecho con Raf Simmons, y eso era indicativo de que trabajaban bien, porque conocemos a Raf, es amigo y eso siempre es un referente. Cuando empezamos a hablar de esta posible colaboración, se dejó claro que se quería mantener la integridad de las firmas, la identidad de Eley Kishimoto, y que la intención final era hacer que las dos marcas funcionaran conjuntamente en un producto.

Y de ahí a la colección que ya está en las tiendas... Sí, la colaboración fue muy sencilla. Ellos tienen sus mochilas más icónicas, que son las que se han utilizado para esta colección, y nosotros decidimos elegir el Flash Print, porque es también un elemento muy icónico dentro de Eley Kishimoto. También porque es un estampado unisex: aunque provenga de nuestra colección de mujer de 2001, no es un print marcadamente femenino, así que decidimos que era el adecuado para una primera toma de contacto. Y funciona.

¿Veremos el Flash Print en esas próximas colecciones? No, no, Flash fue una introducción. Para las siguientes desarrollaremos los estampados expresamente: idearemos un producto específico de Eley Kishimoto para Eastpak, no utilizando modelos suyos ni un estampado usado anteriormente. **T.M.** Más info: www.eleykishimoto.com; www.eastpak.com

#Roxy Heart es una subdivisión street chic de Roxy que ha evolucionado más allá del deporte. Es también una iniciativa que, cada seis meses, ofrece a una joven diseñadora la posibilidad de crear esta colección. Zakee Shariff ha sido la elegida para la colección del invierno que viene, que llegará a las tiendas en agosto. Fiel al mensaje de amor universal que desprenden sus creaciones, utiliza las prendas como un medio que, más allá de transmitir una estética concreta, incluye una fuerte carga de su filosofía de vida. Hablamos con ella en el último BBB...

¿Cómo es tu colección para Roxy Heart? La colección se llama Fly Like An Eagle, porque está inspirada en ese tema de Steve Miller Band que habla de amar la naturaleza y este era el concepto a seguir. Las formas son street, con un toque sexy y femenino. Quería colores brillantes, vivos, pero también naturales. He intentado hacer algo que pudiera funcionar con diferentes estilos, que pudiera llevar un vestido con tacones y quedara bien, pero que si decidieras ponértelo con biker boots funcionara igual de fantástico.

¿Cómo surgió todo? Tras la primera colección, a cargo de Valérie Thévenot, directora creativa de Roxy Heart, tú has sido la primera colaboración. Inicialmente fui a ver a una de las encargadas del equipo creativo en LA, y nos entendimos bien. Tiempo después, a raíz de una exposición de arte en Londres, la responsable de Roxy Europe se puso en contacto conmigo y decidió que teníamos que hacer algo. Es interesante que Roxy se implique con artistas jóvenes, mujeres, y que les dé esta oportunidad de crear una colección. He sido la primera y da miedo, pero ha sido genial.

¿Qué te inspira? Viajar, descubrir nuevas culturas, nuevas formas de hacer las cosas, la música, mi espiritualidad, mis ancestros indios... Hago meditación y esto me sirve como inspiración, porque suelo dibujar mientras medito; de ahí salen gráficos que uso en las colecciones, como el águila que aparece en la colección de Roxy Heart.

¿Qué queda del espíritu amante de la naturaleza que ha caracterizado a Roxy? Todo. Los estampados están relacionados con el mar, la playa, la naturaleza. El triángulo, que es uno de los prints estrella de la colección, alude a la meditación, pero también representa la forma de una montaña.

¿Cuáles son las prendas clave? Todo lo que lleve ese estampado de triángulos, porque es muy representativo de la colección. La cazadora de cuero granate también sería una de las prendas clave.

¿Cómo ha sido el trabajo con Roxy a la hora de comprender su filosofía? La filosofía la capté enseguida. Valérie sólo orienta la colección cuando ve que hay prendas demasiado vanguardistas o elegantes. Yo tiendo bastante a la sastrería, así que ella simplemente delimitaba el camino a seguir para adecuarlo a la chica Roxy. **T.M.** Más info: www.roxy-heart.com