

KULTTUURI

Muoti: Vahva muotokieli ja selkeä strategia ovat Tuomas Merikosken valtteja

Onko Tuomas Merikosken Aalto seuraava suomalaisen muodin menestysnimi?

Aalto-merkin kolmas mallisto esiteltiin Pariisissa.

Pihla Hintikka
Pariisi

MUOTISUUNNITTELIJA Tuomas Merikoski esitteli Aalto-merkinsä kolmannen malliston tiistaina Pariisissa Ranskan muotifederaation ykkösnäytöslistalla.

Viime syksynä Aalto oli valittu noin 90 sesongin kiinnostavimman näytöksen listalle, joka ohjaa ostajien ja toimittajien muotiviikko-ohjelmaa.

Merikoski on tehnyt uransa Pariisissa Louis Vuittonin ja Givenchyn miesten mallistojen pääsuunnittelijana. Aallon naistenvaatteet hän suunnitteli, kun oli saanut rahoituksen, investoinnit, strategian ja imagon konseptoitua. Eilen esitelty ensi syksyn ja talven *Hellsinki*-mallisto tutkii urbaaneja nomadeja, saamelaisnuoria Helsingissä.

HS seurasi näytöstä paikan päällä ja kysyi muotialan asiantuntijoiden mielipidettä.

Millaisen vastaanoton Aallon näytös sai Pariisissa?

Tunnetun Espace Commines-muotinäytöstilan valkoiseen lattiaan oli vedetty mustalla graffitimaalilla näyttävä kolmi-jalkainen A-kirjain. Kirjain toistui mustavalkoisissa nilkkureissa, takinhiihoissa ja neuleen selässä reikänä. Saamelaistyyli näkyi kirkkaansinisenä värinä, suorakaitaleista rakennettuina olkapääleikkauksina sekä takapuolta alemmas tippuvina vöinä takeissa ja mekoissa.

Mitä mallistosta sanottiin?

Le Monden muotitoimittaja Alice Pfeiffer tykkäsi nuorisoala-

kulttuurin ja taitavan räätälöinnin raikkaasta yhdistelmästä. Saksalaisen Flair-muotilehden stylisti Claire Sibille hehkutti kenkiä ja kerroksellisuutta. Muotibloggaaja **Susie Lau** kehui henkilökohtaisuutta, suomalaista identiteettiä, joka välittyy kansainväliselle yleisölle.

Meikkitaiteilija Michelle Rainerin mukaan mallisto myy kuin häikä, jos tärkeä muotiväki on ollut paikalla. Ja olihan niitä: WWD Japani, i-D, Grazia, Galeries Lafayette, Opening Ceremony ja moni muu, vaikka näytös pidettiin muotiviikon ensimmäisenä päivänä.

Lunastiko Merikoski paikkansa kansainvälisen muodin huipulla?

Merikoski on tehnyt uransa huippumuotimerkkien parissa, mutta Aalto ei pyri kilpailemaan Chanelin tai Hermèsin kanssa. Siitä voi ihan hyvin kasvaa varteenotettava kilpailija edullisemmille, lähestyttävimmille luksusmerkeille kuten Sacai, Carven tai ruotsalainen Acne.

Kuinka suurta menestystä Aallosta voi tämän perusteella ennakoida?

Aalto on tänä vuonna kuuluisan ranskalaisen LVMH-muotisuunnittelupalkinnon semifinalisti. Mukana on myös toinen suomalainen, **Julia Männistö**. Kahdeksan finalistia valitaan torstaina, voittajat kesäkuussa. Ykköspalkinto on 300 000 euroa.

On yllätys, jos Aalto ei pääse finaaliin. Ei palkintokaan mahdollon ole. Le Monden Pfeifferin mukaan Aalto voisi olla tuomariston mieleen, koska aiemmatkin voittajat ovat yhdistäneet vanhaa kunnon käsityötä nuorekkuuteen. Finaalipaikka antaisi Aallolle myötätuulta myös myyntimenestykseksi.

Mikä on Aallon menestyksen salaisuus?

Vahva muotokieli ja selvä strategia. Merikoski on luonut alusta asti tarinallisen brändin. Se selkiytyy mallisto mallistolta. Vaatteet alkavat näyttää tutuilta ja tunnistettavilta, *Aallolta*, joka on selkeä ja hienostunut, särmikäs ja skarppi.

Joistakin brändäys voi tuntua liian päälle liimatulta, mutta se on fiksua, jos haluaa tehdä bisnestä. Aallon joka mallistosta löytyy kansainväliselle yleisölle mietityt Suomi-referenssit, harmoninen värimaailma, taitavat leikkaukset ja jokin twist, oli se sitten *Hellsinki*-lätkä hihassa tai helman graafinen leikkaus.

Ja ennen kaikkea, nämä luksusvaatteet voi kuvitella jokapäiväiseen käyttöön. Siinä jos missä on kaupallista potentiaalia.



Saamelaislapsia puserossa.



Kirkas sininen muistutti saamelaisylistä.



Takissa A kuin Aalto.



Vyö on pudonnut alas.



Värimaailma sai kehuja.



Neuleissa oli reikiä edessä ja takana.



Suorakaitaleinen olkapääleikkauks.



Harmaa kokonaisuus sopii arkeen.



Mekko solmitaan alhaalta kiinni.

