



ALTERNATIVE MAN

와이/프로젝트와 디젤의 크리에이티브 디렉터이자 최근 장 폴 고티에의 게스트 디자이너로 인상적인 오트 쿠튀르 쇼를 선보인 글렌 마틴스(Glenn Martens)를 파리에서 만났다. 런웨이에서는 과장된 볼륨과 전위적인 실루엣, 실험적인 믹스 매치를 추구하지만, 정작 그의 일상은 놀라울 만큼 친근하고 심플하다.

이곳에 산 지는 얼마나 되었다? 여기 18주에 이사로 온 지 이제 일 년 반이 되었다. 집의 대부분을 손봐야 했는데, 샤워 룸은 브라운 계열의 마블 대리석으로 꾸몄고, 부엌은 나무로 마감했다. 전에 살던 사람이 아이 방으로 쓰던 방은 작은 업무 공간으로 개조했다. 문 없이, 벽이 회전하며 열리는 것이 특징이다. 디젤 컬렉션 작업을 주로 여기에서 했고 내 개인적인 무드 보드나 리서치 작업도 많이 한다. 사무실에 나가면 정신이 없기 때문에 혼자 집중할 수 있는 장소가 꼭 필요했다. 아침에 일어나 씻기 전에 담배를 한 대 피우고, 커피를 마시며 작업을 하는 게 내 모닝 루틴이다.

장 폴 고티에 오트 쿠튀르, 와이/프로젝트, 그리고 최근 디젤까지. 언달아 세계의 컬렉션을 선보였다. 정신적으로나 체력적으로 힘에 부치지 않는가? 크리스마스 이후로 이렇게 집에 있어본 게 얼마만인지 모르겠다. 칼 라거펠트는 그동안 어떻게 펜디, 샤넬, 그리고 자신의 브랜드와 그 외 여러 협업을 감당했는지 경이로울 따름이다. 아무튼 굉장히 강렬한 시기를 보냈다. 그러나 강박적인 크리에이터처럼, 그저 만들기 위한 컬렉션을 내놓고 싶지는 않았다. 제품 하나하나에는 존재의 이유가 있어야 한다. 때문에 모든 것에 심혈을 기울여야 했다. 2022 S/S 오트 쿠튀르, F/W 남성복 컬렉션, 여성복 컬렉션까지, 지난 세 시즌은 엄격한 기획을 통해 완성되었다. 외가가 군인 집안이라 어릴 적부터 외조부모로부터 엄격한 교육을 받았다. 가령 오후 4시 정각에는 무엇을 하고, 4시 15분에는 무엇을 해야 한다는 식이다. 이런 분위기가 덕분에 체계적으로 일하는 법을 터득할 수 있었고 그로 인해 이 모든 것이 가능했던 것 같다.

평소 휴식 시간엔 무얼 하며 보내는지? 이번 디젤 쇼가 끝나고 이탈리아의 코모 호수로 디톡스 여행을 갔다. 산책을 하고, 배도 좀 타고, 마음껏 잠도 자고... 오로지 휴식을 위한 여행이었다. 그전까지는 정말 휴식이 없었다. 이제는 당분간 쇼가 없다. 행복하다. (웃음) 쇼를 하는 건 정말 멋지지만 엄청난 시간과 에너지를 소비하는 일이고, 너무 좋아하지만 아이를 낳는 듯한, 그런 책임감과 고통이 뒤따르는 일이다.

원래 건축 쪽을 전공한 것으로 알고 있다. 어떻게 패션계에 뛰어들게 되었다? 21살에 건축학교를 졸업했다. 일을 하기엔 아직 어렸고 철이 없었던 때다. 무얼 할까 고민하던 중에 건축학교 탐방차 엔트워프에 가게 되었고 그곳의 패션 아카데미를 접하게 되었다. 세계적으로 명성이 높은 패션학교가 엔트워프에 있다는 걸 처음 알았다. '이 장엄한 건물에서 공부하게 된다면 얼마나 멋질까?' 하는 막연한 생각이 지원했는데 운 좋게 80명 안에 뽑히게 된 거다. 정말 아무런 준비 없이 뛰어들었지만 패션을 알게 된 후 곧바로 사랑에 빠졌다. 사실 내 건축적인 배경은 컬렉션에 큰 영향을 주고 있다. 와이/프로젝트는 많은 부분에서 3D 효과를 사용하며, 장 폴 고티에 쿠튀르 쇼 후반부에 등장한 거대한 볼륨의 드레스들은 철사로 틀을 짜 만들기도 했다. 나만의 실험적인 소스를 고전적인 쿠튀르에 사용한 건 큰 실험이자 도전이었다.

사카이의 치토세 아베에 이어 게스트 디자이너로 참여한 장 폴 고티에 쿠튀르 쇼는 굉장히 인상적이었다. 이번 작업은 어떻게 성사되었는지 궁금하다. 샤틀레 극장에서 열린 장 폴 고티에 쿠튀르 쇼에 참석할 적이 있었는데 그때 CEO인 앙투안 가제(Antoine Gagey)가 협업을 제안했다. 계약서에 사인한 건 2020년이었지만 코로나로 인해 작업이 오랫동안 미뤄지게 된 거다. 궁극적으로는 내가 세계의 컬렉션을 준비할 수 있는 시간이 늘어난 셈이지만, 사실 어떤 쇼를 선보일 건지 이미 마음속에 정해져 있었다. 2020년 여름엔 모든 실루엣을 그려놓았고, 할 수 있는 리서치도 다 해두었다. 물론 쿠튀르 컬렉션이기 때문에 피팅을 하면서 서서히 진화시켜나가는 과정은 필요했다. 내 머릿속에 확실한 이미지가 있었기에 방향을 잘 잡을 수 있었던 것 같다.

키 피스를 하나 꼽는다면? 너무 많아서 고를 수 없다. 모든 피스가 다 마음에 든다. (웃음) 나는 모든 쇼를 한쪽에 치우치지 않게, 다양하게 만들기 위해 노력하고 있다. 와이/프로젝트나 디젤 컬렉션은 70개의 실루엣에 60개의 다른 개성을 표현한다. 모두가 각각 다른 개체다. 반면 장 폴 고티에의 여인은 단 한 명으로, 그녀의 체형과 소재, 볼륨과 프린트에 관한 이야기다. 그저 컬렉션을 채우기 위한 피스는 단 하나도 없다.

당신과 장 폴 고티에와의 접점은 무엇이라 생각하는가? 그로부터 많은 것을 배웠다. 거짓말과 라이벌 의식, 권모술수가 난무하는 지독한 패션계에서 그는 자신만의 길을 가는 사람이다. 또한 그는 팀과 함께 자신이 만들고 싶은 컬렉션을 즐기며 만들고, 주위에서 무슨 일이 벌어지는지 관심을 두지 않았다. 바로 그 점을 배우고 싶었다. 사실 와이/프로젝트는 개성이 너무 뚜렷해서 비교 대상이 없다. 서로를 의식하고 싫어하는 디자이너들이 많은데 나는 아무도 싫어하지 않는다. 또 누구도 나를 라이벌이라 생각하지 않는다. 이러한 독립성이 좋다. 디젤 역시 럭셔리가 아닌 얼터너티브(alternative)다. 나는 이 길을 계속 걸어갈 생각이다. 시스템에 들어가고 싶지는 않다.

와이/프로젝트 이야기로 넘어가보자. 브랜드의 크리에이티브 디렉터이자 창립자인 요한 세르파티의 어시스턴트로 일하

2022 F/W Diesel

2022 F/W X/Project

2022 S/S Jean Paul Gaultier by Glenn Martens



(왼쪽) 멜리사와 협업한 와이/프로젝트의 2022 S/S 시즌 러버 슈즈. (오른쪽) 조형적인 실루엣이 돋보이는 장 폴 고티에 오트 쿠티르 룩.

다 크리에이티브 디렉터가 되었다. 나는 요한이 요한 세르파티(Yohan Serfaty)라는 브랜드를 이스탄불의 투자자와 함께 만들 때 어시스턴트로 일했다. 그 후 요한은 다른 파트너와 와이/프로젝트를 만들었는데 그때 그와 작업을 하지 않았고 연락도 두절된 상태였다. 그가 암으로 세상을 떠나고 나서 와이/프로젝트의 CEO가 연락을 해왔다. 내가 요한과 같이 일했던 걸 알고 찾아온 것이다. 나 역시 그의 죽음에 슬퍼했지만 누구보다 그의 팀이 깊은 슬픔에 빠져 있었다. 그래서 난 요한과 팀에 대한 경의의 표시로 브랜드를 아주 서서히 바꿔나갔고 거의 2년의 시간이 걸렸다. 누군가는 2년을 버텨다고 생각할 수도 있겠지만 나에게 있어서는 중요한 시간이었다. 그 기간 동안 디자이너가 되는 법을 완전히 습득했다. 아무도 모르게 실수도 하고 말았다. 실수를 하는 것은 굉장히 중요한 일이다. 요즘엔 디자이너에 대한 기대감이 커서 실수에 대한 부담도 컸다. 모두가 단번에 마에스트로가 되어야 하는 세상이다.

와이/프로젝트가 젊은 세대에겐 꾸준히 사랑받는 이유는 무엇이라 생각하니? 아마도 우리가 요즘 일어나는 일들과 반대로 생각하고 행동하기 때문일 것이다. SNS와 테크놀로지의 발달로 우리는 하루 종일 수많은 이미지를 소비한다. 물론 멋진 일이기도 하다. 손안에 백과사전을 들고 다니는 셈이니까. 그러나 이로 인해 참된 창조성을 잃거나 강렬한 첫인상을 줄 수 있는 이미지에만 급급하게 되었다. 와이/프로젝트는 언제나 사람들에게 실제 그들이 어떻게 옷을 입을지를 묻는다. 왜냐하면 스타일링만으로도 2만7천여 가지의 다른 스타일을 만들어낼 수 있기 때문이다. 다른 브랜드와 비교했을 때 반대적인 점, 실험정신, 스스로를 너무 심각하게 생각하지 않고 유머와 아이러니를 갖춘 것, 특히 한 번 보면 잊을 수 없다는 것이 젊은 세대가 우릴 좋아하는 이유라고 생각한다.

남성복에서 시작해 여성복으로 영역을 확장했다. 젠더리스를 추구하는 디자이너로서 어떤 비전을 갖고 있는가? 기본적으로 와이/프로젝트는 굉장히 변화무쌍한 브랜드다. 같은 재킷도 남자가 여성스럽게 또는 여자가 남성스럽게 입을 수 있다. 스타일링 트릭을 사용하면 전혀 같은 옷이라고 생각할 수 없을 정도다. 또한 개성이 강한, 또 우리 옷을 입지 않는 사람조차도 팔로잉하게 만드는 브랜드다. 목소리를 낼 수 있는 브랜드이기 때문에 막중한 책임감도 느끼고 있다. 우리는 다양성을 지향한다.

이번엔 디젤 얘기를 해보자. 1978년에 시작된, 굉장히 아이코닉하면서도 자체 색깔이 짙은 패션 브랜드를 어떻게 진화시키고 싶었나? 매우 큰 규모의 브랜드인데다 브랜드 자체가 전 세계로 퍼지면서 산만한 상태에 놓여 있었다. 또 팀원들에게 “디젤이 어떤 브랜드라고 생각합니까?”라고 질문했더니 사람마다 답이 달랐다. 무엇보다 브랜드의 중심을 잡고, 브랜드의 가치를 확인하는 것이 중요하게 느껴졌다. 마침 디젤의 창시자이자 청바지의 아버지인 렌조 로소(Renzo Rpsso)가 바로 옆에 살아서 자주 대화를 나눌 수 있었다. “디젤은 왜 존재하는가?”부터 “요즘 무슨 일이 일어나고 있나?”에 이르기까지, 그와 많은 주제

에 관해 이야기를 나누었는데 질문에 대한 답을 얻으면 그 즉시 행동에 옮겼다. 나는 디젤의 DNA를 찬양한다. 누가 디젤을 입는지 떠올려보면 활동적이고 삶에 대해 용감한 사람, 히트 소리를 하지 않는 사람, 솔직하고 섹시하지만 성공적인 삶을 즐기는 사람들을 위한 옷이란 걸 깨달을 수 있을 것이다. 여기에 데님이란 소재의 실용성, 그리고 디젤의 전성기였던 2000년대 MTV 어워드에서 영감을 얻어 컬렉션을 완성하고 있다.

평소에 가장 즐겨 입는 디젤 제품은 무엇인가? 블랙 진, 그리고 이스닉스즈다. **디젤의 중심은 데님이다. 데님은 그 제작과정에서 환경에 악영향을 끼치는 것으로 밝혀졌다. 브랜드에서 진행 중인 지속가능성에 대한 노력이 있다면?** 그것이 내가 디젤과 일하기로 한 이유 중 하나다. 지금 입고 있는 블랙 진을 정말 사랑해서 매일같이 입고 있는데, 청바지야말로 진정한 만인의 옷이며 가장 대중적인 옷이다. 사회적인 위치, 성별을 따지지 않고 모두가 즐겨 입을 수 있는 옷인 것이다. 그러나 데님이 제작과정에서 환경오염을 일으킨다는 것을 잘 알고 있었고, 디젤 매출의 40%를 차지하는 아이템이었기에 이를 개선할 필요성을 절실히 느꼈다. 그래서 오자마자 ‘데님 라이브러리(Denim Library)’ 컬렉션을 만든 것이다. 우리는 엄선되어 보증받은 면 소재를 사용하고 모든 과정을 화학 물질이 아닌 오존을 이용해 처리한다. 부차재 역시 마찬가지로. 아울러 QR 코드를 사용해 이러한 제작방식을 알리고 있다. 사실 대부분의 사람들이 일에 치여 사느라 지속가능한 패션에 관심을 쏟을 여유가 없다는 것 또한 잘 알고 있다. 나의 어머니 역시 내가 3살 때 두 아이를 데리고 이혼한 후 싱글맘으로 간호사 일을 하며 우리를 키우느라 재할용 따위에 신경을 쏟을 여유가 없었다. 그저 매일 저녁 식탁에 파스타를 올리는 것이 당신이 할 수 있는 최선이었으니까. 그래도 기억에 남는 건 우리 어머니도 디젤 진을 입으셨다는 것이다. 내가 디젤과 함께함으로써 이렇게 다양하고 폭넓은 이야기를 할 수 있고, 더 나아가 현실적인 지속가능성을 추구할 수 있게 된 것이다.

당신이 생각하는, 2022년의 가장 이상적인 스트리트 웨어는? 스트리트 웨어여 영원하라!(웃음) 아마도 데님이 아닌가 싶다. 내가 입고 있는 이 데님 셔츠는 나와 30년을 함께한 녀석이다. 누구나 구멍이 나도 버릴 수 없는, 그런 인생 데님이 하나쯤 있지 않은가. 삶의 모든 여정을 함께해온, 이런 점도 내가 디젤에서 일하는 이유다.

가장 기억에 남는 협업은? 또 그러한 공동 작업을 즐겨 하는 이유는? 와이/프로젝트 컬렉션 내에서 제작부터 판매까지 할 수 있는 경우에만 협업을 진행하고



(위) 글렌 마틴스의 동거묘인 '블랙캣'. 인터뷰 내내 그의 주위를 맴돌았다. (아래) 우드 소재로 리모델링한 부엌 공간.



응접실에서 포즈를 취한 디자이너 글렌 마틴스

강박적인 크리에이티브처럼, 그저 만들기 위한 컬렉션을 내놓고 싶지는 않았다. 제품 하나하나에는 존재의 이유가 있어야 한다.

있다. 멜리사(Melissa), 캐나다 구스(Canada Goose), 어그(Ugg) 등이 그 예다. 지금까지의 협업은 굉장히 성공적으로 치러졌다. 멜리사와는 공동작업을 계속 진행할 계획이지만 한동안은 협업을 좀 쉬려고 한다. 누군가 끝내주는 아이디어를 들고 온다면 또 모를까.

이번엔 개인적인 질문을 하고 싶다. 당신을 세 개의 단어로 표현한다면? 단어로 표현하는 건 너무 어려운 것 같고, 그냥 나는 모든 상황에서 편안함을 느끼는 것을 좋아하는 사람이다. 세상의 다양함을 좋아하고, 맥시멀리스트다. 오페라나 5성급 호텔도 좋아하지만 캠핑을 하다가 강물에 목욕하는 것도 좋아한다. **옷장 속에서 가장 많은 지분을 차지하는 아이템은 무엇인가?** 블랙 진, 블랙 셔츠, 블랙 재킷. 나의 하루는 선택의 연속이기에(옷의 만드는 것에 있어서) 일상만큼은 선택을 할 필요가 없게 하고 있다. 레스토랑에 가서도 친구들이 시켜주는 메뉴를 먹을 정도니까. 퇴근 후에는 아예 선택의 스위치를 끄고 살고 있다.

여행을 좋아한다는 인터뷰를 읽은 적이 있다. 최근에 다녀온 여행 중 가장 기억에 남는 장소는? 펜데믹 여파로 예전처럼 여행을 다닐 수 없었다. 가장 기억에 남

는 여행은 스코틀랜드에 하이킹 갔을 때인데 절벽과 그 너머의 경치가 너무도 아름다웠다. 캠핑을 하느라 콩이 든 캔 요리와 수프로 끼니를 해결해야 했지만 이따금씩 해 먹은 생선 요리도 훌륭했다. 그 외엔 미국 유타주의 국립공원, 그리고 베니스는 너무 좋아해서 일년에 한 번은 방문한다. 한국에도 가고 싶었는데 기회가 없었다.

팬데믹 이후 당신의 삶에서 가장 크게 달라진 점은 무엇인가? 디젤의 크리에이티브 디렉터 자리를 수락한 데에는 팬데믹의 영향도 있었다. 예전에는 럭셔리 브랜드를 만들고 싶었고, 실제로 빛넛 하우스에서 연락을 해온 적도 있었다. 그런데 ‘이게 다 무슨 소용인가’ 싶었다. 실험적이고 아름다운 실루엣을 만드는 것은 이미 와이/프로젝트에서 마음껏 하고 있지 않은가. 소수를 위한 옷을 만드는 디자이너가 되기보다는 대중적이고, 사회적으로나 환경적으로 윤리적인 옷을 만드는 디자이너가 되고 싶다.

요즘 당신을 가장 행복하게 하는 건? 이 모든 컬렉션을 성공적으로 마쳐서 정말 기쁘다. **인터뷰/이승연(여리 통신원) 에디터/이진선**