

УДК 796.022.7  
ББК 75.48  
К68

Rodrigo Corral, Alex French, and Howie Kahn  
SNEAKERS

### Коррал, Родриго.

К68 Кроссовки: история мирового безумия / Родриго Коррал, Алекс Френч, Хоуи Кан ; [пер. с англ. Р. С. Копылова]. — Москва : Эксмо, 2019.— 300 с. : ил. — (Подарочные издания. Спорт).

Абсолютный must-have для любителей кроссовок и тех, кто интересуется дизайном, творческим процессом, уличной культурой, брендингом, предпринимательством, историей искусства и психологией массовой культуры.

В числе героев книги не только бренды и спортсмены, но и музыканты, актеры и режиссеры, а также обычные люди, которые не представляют свою жизнь без дерзких, модных, бессмертных кроссовок.

УДК 796.022.7  
ББК 75.48

Copyright © 2017 Rodrigo Corral, Alex French, Howie Kahn. All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This edition published by arrangement with Razorbill, an imprint of Penguin Young Readers Group, a division of Penguin Random House LLC.

© Копылов Руслан Сергеевич, перевод на русский язык, 2018

© Оформление.

ООО «Издательство «Эксмо», 2019

ISBN 978-5-04-095421-6 (красная)  
ISBN 978-5-04-100200-8 (золотая)

#### ООО «Издательство «Эксмо»

123308, Москва, ул. Зорге, д. 1. Тел.: 8 (495) 411-68-86.

Home page: [www.eksmo.ru](http://www.eksmo.ru) E-mail: [info@eksmo.ru](mailto:info@eksmo.ru)

Өндiрушi: «ЭКМО» АҚБ Баспасы, 123308, Мәскеу, Ресей, Зорге көшесi, 1 үй.

Тел.: 8 (495) 411-68-86.

Home page: [www.eksmo.ru](http://www.eksmo.ru) E-mail: [info@eksmo.ru](mailto:info@eksmo.ru).

Тауар белгiсi: «Эксмо»

Интернет-магазин : [www.book24.ru](http://www.book24.ru)

Интернет-дүкен : [www.book24.kz](http://www.book24.kz)

Импортер в Республику Казахстан ТОО «РДЦ-Алматы».

Қазақстан Республикасындағы импорттаушы «РДЦ-Алматы» ЖШС.

Дистрибьютор и представитель по приему претензий на продукцию, в Республике Казахстан: ТОО «РДЦ-Алматы»

Қазақстан Республикасында дистрибьютор және өнім бойынша арыз-талаптарды қабылдаушының өкілі «РДЦ-Алматы» ЖШС,

Алматы қ., Домбровский көш., 3 «а», литер Б, офис 1.

Тел.: 8 (727) 251-59-90/91/92; E-mail: [RDC-Almaty@eksmo.kz](mailto:RDC-Almaty@eksmo.kz)

Өнімнің жарамдылық мерзімі шектелмеген.

Сертификация туралы ақпарат сайтта: [www.eksmo.ru/certification](http://www.eksmo.ru/certification)

Сведения о подтверждении соответствия издания согласно законодательству РФ о техническом регулировании можно получить на сайте Издательства «Эксмо»

[www.eksmo.ru/certification](http://www.eksmo.ru/certification)

Өндiрген мемлекет: Ресей. Сертификация қарастырылмаған

Подписано в печать 12.12.2018. Формат 60x90<sup>1/6</sup>.  
Гарнитура «Myriad Pro». Печать офсетная. Усл. печ. л. 50,0.  
Тираж 2000 (1000 (красная) + 1000 (золотая) экз. Заказ

Издание для досуга

ПОДАРОЧНЫЕ ИЗДАНИЯ. СПОРТ

Коррал Родриго  
Френч Алекс  
Кан Хоуи

### КРОССОВКИ: ИСТОРИЯ МИРОВОГО БЕЗУМИЯ

Главный редактор Р. Фасхутдинов. Руководитель отдела О. Усольцева  
Ответственный редактор Т. Кальницкая. Редактор текста на русском языке А. Гаевая  
Выпускающий редактор А. Боровой. Младшие редакторы М. Кожевникова, П. Тотова  
Художественный редактор А. Гусев. Технический редактор О. Куликова  
Компьютерная верстка В. Никитина. Корректор Н. Хотинский

Все права защищены. Книга или любая ее часть не может быть скопирована, воспроизведена в электронной или механической форме, в виде фотокопии, записи в память ЭВМ, репродукции или каким-либо иным способом, а также использована в любой информационной системе без получения разрешения от издателя. Копирование, воспроизведение и иное использование книги или ее части без согласия издателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

Оптовая торговля книгами «Эксмо»:

ООО «ТД «Эксмо». 123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 1, многоканальный тел.: 411-50-74.

E-mail: [reception@eksmo-sale.ru](mailto:reception@eksmo-sale.ru)

По вопросам приобретения книг «Эксмо» зарубежными оптовыми покупателями обращаться в отдел зарубежных продаж ТД «Эксмо»

E-mail: [international@eksmo-sale.ru](mailto:international@eksmo-sale.ru)

International Sales: International wholesale customers should contact

Foreign Sales Department of Trading House «Eksmo» for their orders.

[international@eksmo-sale.ru](mailto:international@eksmo-sale.ru)

По вопросам заказа книг корпоративным клиентам, в том числе в специальном оформлении, обращаться по тел.: +7 (495) 411-68-59, доб. 2261.

E-mail: [ivanova.ey@eksmo.ru](mailto:ivanova.ey@eksmo.ru)

Оптовая торговля бумажно-беловыми

и канцелярскими товарами для школы и офиса «Канц-Эксмо»:

Компания «Канц-Эксмо»: 142702, Московская обл., Ленинский р-н, г. Видное-2, Белокаменное ш., д. 1, а/я 5. Тел./факс +7 (495) 745-28-87 (многоканальный).

e-mail: [kanc@eksmo-sale.ru](mailto:kanc@eksmo-sale.ru), сайт: [www.kanc-eksmo.ru](http://www.kanc-eksmo.ru)

В Санкт-Петербурге: в магазине «Парк Культуры и Чтения БУКВОЕД», Невский пр-т, д. 46.

Тел.: +7(812)601-0-601, [www.bookvoed.ru](http://www.bookvoed.ru)

Полный ассортимент книг издательства «Эксмо» для оптовых покупателей:

Москва. ООО «Торговый Дом «Эксмо». Адрес: 123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 1.

Телефон: +7 (495) 411-50-74. E-mail: [reception@eksmo-sale.ru](mailto:reception@eksmo-sale.ru)

Нижний Новгород. Филиал «Торгового Дома «Эксмо» в Нижнем Новгороде. Адрес: 603094,

г. Нижний Новгород, ул. Карпинского, д. 29, бизнес-парк «Грин Плаза».

Телефон: +7 (831) 216-15-91 (92, 93, 94). E-mail: [reception@eksmonn.ru](mailto:reception@eksmonn.ru)

Санкт-Петербург. ООО «СЗКО». Адрес: 192029, г. Санкт-Петербург, пр. Обуховской Обороны,

д. 84, лит. «Е». Телефон: +7 (812) 365-46-03 / 04. E-mail: [server@szko.ru](mailto:server@szko.ru)

Екатеринбург. Филиал ООО «Издательство Эксмо» в г. Екатеринбурге. Адрес: 620024,

г. Екатеринбург, ул. Новинская, д. 2щ. Телефон: +7 (343) 272-72-01 (02/03/04/05/06/08).

E-mail: [petrova.ea@ekat.eksmo.ru](mailto:petrova.ea@ekat.eksmo.ru)

Самара. Филиал ООО «Издательство «Эксмо» в г. Самаре.

Адрес: 443052, г. Самара, пр-т Кирова, д. 75/1, лит. «Е».

Телефон: +7(846)207-55-50. E-mail: [RDC-samara@mail.ru](mailto:RDC-samara@mail.ru)

Ростов-на-Дону. Филиал ООО «Издательство «Эксмо» в г. Ростове-на-Дону. Адрес: 344023,

г. Ростов-на-Дону, ул. Страны Советов, д. 44 А. Телефон: +7(863) 303-62-10. E-mail: [info@rnd.eksmo.ru](mailto:info@rnd.eksmo.ru)

Центр оптово-розничных продаж Cash&Carry в г. Ростове-на-Дону. Адрес: 344023,

г. Ростов-на-Дону, ул. Страны Советов, д. 44 В. Телефон: (863) 303-62-10.

Режим работы: с 9-00 до 19-00. E-mail: [rostov.mag@rnd.eksmo.ru](mailto:rostov.mag@rnd.eksmo.ru)

Новосибирск. Филиал ООО «Издательство «Эксмо» в г. Новосибирске. Адрес: 630015,

г. Новосибирск, Комбинатский пер., д. 3. Телефон: +7(383) 289-91-42. E-mail: [eksmo-nsk@yandex.ru](mailto:eksmo-nsk@yandex.ru)

Хабаровск. Обособленное подразделение в г. Хабаровске. Адрес: 680000, г. Хабаровск,

пер. Дзержинского, д. 24, литера Б, офис 1. Телефон: +7(4212) 910-120. E-mail: [eksmo-khv@mail.ru](mailto:eksmo-khv@mail.ru)

Тюмень. Филиал ООО «Издательство «Эксмо» в г. Тюмени.

Центр оптово-розничных продаж Cash&Carry в г. Тюмени.

Адрес: 625022, г. Тюмень, ул. Алебашевская, д. 9А (ТЦ Перестройка+).

Телефон: +7 (3452) 21-53-96/ 97/ 98. E-mail: [eksmo-tumen@mail.ru](mailto:eksmo-tumen@mail.ru)

Краснодар. ООО «Издательство «Эксмо» Обособленное подразделение в г. Краснодаре

Центр оптово-розничных продаж Cash&Carry в г. Краснодаре

Адрес: 350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, д. 7, лит. «Г». Телефон: (861) 234-43-01 (02).

Республика Беларусь. ООО «ЭКМО АСТ Си энд Си». Центр оптово-розничных продаж

Cash&Carry в г. Минске. Адрес: 220014, Республика Беларусь, г. Минск,

пр-т Жухова, д. 44, пом. 1-17, ТЦ «Outleto». Телефон: +375 17 251-40-23; +375 44 581-81-92.

Режим работы: с 10-00 до 22-00. E-mail: [ekmoast@yandex.by](mailto:ekmoast@yandex.by)

Казахстан. РДЦ Алматы. Адрес: 050039, г. Алматы, ул. Домбровского, д. 3 «А».

Телефон: +7 (727) 251-59-90 (91,92). E-mail: [RDC-Almaty@eksmo.kz](mailto:RDC-Almaty@eksmo.kz)

Интернет-магазин: [www.book24.kz](http://www.book24.kz)

Украина. ООО «Форс Украина». Адрес: 04073 г. Киев, ул. Вербова, д. 17а.

Телефон: +38 (044) 290-99-44. E-mail: [sales@forsukraine.com](mailto:sales@forsukraine.com)

Полный ассортимент продукции Издательства «Эксмо» можно приобрести в книжных

магазинах «Читай-город» и заказать в интернет-магазине [www.chitai-gorod.ru](http://www.chitai-gorod.ru).

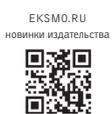
Телефон единой справочной службы 8 (800) 444 8 444. Звонок по России бесплатный.

Интернет-магазин ООО «Издательство «Эксмо»

[www.book24.ru](http://www.book24.ru)

Розничная продажа книг с доставкой по всему миру.

Тел.: +7 (495) 745-89-14. E-mail: [imarket@eksmo-sale.ru](mailto:imarket@eksmo-sale.ru)



В электронном виде книги издательства вы можете  
купить на [www.litres.ru](http://www.litres.ru)

ЛитРес:  
одна книга — до пяти



# ПРЕДИСЛОВИЕ

Изначально подборка для этой книги должна была носить исключительно объективный характер. Мы хотели исследовать кроссовки не как продукт, а как идею. Почему обувь захватывает всеобщее внимание? Как передок или межподшва<sup>1</sup> объединяются для того, чтобы вызывать к себе физическое влечение или даже любовь? Что делает кроссовки неподвластными времени, достойными одержимости и просто крутыми?

Мы заметили, что кроссовки определяют наше поведение. Но как вещь может влиять на стиль жизни, на наши привычки? Или каким образом изюминкой модели может стать самая неприметная деталь? Например, живешь себе спокойно и в один прекрасный момент вдруг сходишь с ума от эглетов<sup>2</sup> или теряешь самообладание из-за сочетания цветов на обуви. Тебя начинают затягивать живые и онлайн очереди, которые дарят надежду заполучить новинку. Может быть, ты купишь себе бота<sup>3</sup> для поиска моделей, а возможно, добудешь приглашение на желанное мероприятие, где тебе удастся добыть классическую пару. Но будь готов преодолеть полосу препятствий, которую создал дизайнер обуви. В процессе ее преодоления ты можешь упасть и сломать себе кости. А можешь дохромать и все равно получить свою обувь.

Мы исследовали кроссовки несколько месяцев и только тогда поняли: создать объективную подборку не получится. Мы продолжали изучать одни и те же вопросы, но происходило что-то еще. Обувь стала одерживать над нами верх. До того, как у нас появились реальные ответы, мы сами не заметили, как начали в три часа ночи отправлять друг другу сообщения, разрабатывая способы получить парочку «Пэкер Консоршем Эн-Эм-Ди»<sup>4</sup> (и терпеть неудачи), переписываться в «Дайрект» о суперредких «Этмос Эйр Мэкс»<sup>5</sup> (и истекать слюной), долго дискутировать о собственном переменчивом стиле (у каждого из нас теперь был «личный стиль», по-видимому). Вот что случилось: кроссовки стали побеждать.

Присмотришься к ним внимательней, и кроссовки одержат верх. Навсегда.

<sup>1</sup> Внутренняя или промежуточная деталь низа обуви, по форме и размерам соответствующая подошве, для повышения прочности и улучшения гигиенических и теплозащитных свойств низа обуви (здесь и далее — *Прим. пер.*).

<sup>2</sup> Металлический или пластиковый наконечник шнурка, который облегчает его вдевание.

<sup>3</sup> Специальные программы, которые мониторят сайты в поисках эксклюзивных моделей.

<sup>4</sup> Packer Consortium NMD.

<sup>5</sup> Atmos Air Max.

После нескольких месяцев в окружении множества шнурованных бездушных соблазнитель, между делом наблюдая, как растут горы коробок (и стопки счетов), мы подумали о том, что надо бы посмотреть чуть выше — и увидеть, что поверх лодыжки существует целый мир историй.

Сами по себе кроссовки не могут стать основой для собственной культуры. Всегда есть круг энтузиастов, который постоянно движет индустрию вперед, сохраняет ее актуальной.

В этой книге речь идет именно о таких людях. Мы провели более сотни интервью, в которых узнали, что же именно для них значат кроссовки. По словам этих людей (и несмотря на наше заглавие), эта книга не просто затрагивает тему кроссовок — эта книга ведет хронику творчества и ненужной суеты, искусства и дизайна, большого бизнеса и еще бóльших мечтаний, приключений и риска, изысканного вкуса и решений, которые влияют на будущее, сознательный выбор совместного труда или работы в одиночку.

Из всех людей в мире мы выбрали наших гостей за их известность и большой потенциал. Каждый человек на этих страницах создал нечто действительно важное, и в будущем его достижение станет еще важнее. Многомесячные споры о том, кто должен занять место в этой книге, были такими же напряженными, как и те, в которых мы обсуждали, какую модель кроссовок мы бы взяли на необитаемый остров. Весьма продолжительными были и разговоры о балансе основных сил (например, «Найк» и «Адидас») и независимых участников индустрии. Сколько времени в твоих ежедневных разговорах о кроссовках занимают эти бренды? Около трети? Да, мы тоже так думаем.

Все главы связаны. На последующих страницах ты увидишь «инстаграмоподобный» поток пространственно-временных туннелей, где один краеугольный камень в культуре ведет к следующему — неважно, созидательное ли это противостояние творцов, общие проекты, географическая связь или схожие обычаи. По мере развития сюжета книги мы представим основных игроков индустрии кроссовок и изложим логику их выбора. Кроме того, здесь ты также найдешь НАСА, упаковки чипсов «Принглс», лазеры и эпичные тусовки.

Благодаря откровенности, глубоким личным историям, интеллекту и открытости наших гостей «Энциклопедия кроссовок» представляет собой единую классификацию резиновых подошв и глобальный групповой портрет целой культуры, который правдиво отражает как отдельных личностей, так и общество в целом. Эта книга приводится в движение приверженностью и любопытством и поддерживается нашими решительными рассказчиками, историками и художниками.

Это должна быть обувь, не так ли? Конечно, полные коробки обуви — все здесь. Но это еще и люди. Те самые люди. Твои люди.

# Оглавление

## 01

Салехи Бембури — 6

## 02

Эдсон Сабахо — 14

## 03

Ю-Мин Ву — 18

## 04

Тони Аркабацио и Джон  
Бушеми — 26

## 05

Сэнди Бодекер — 34

## 06

Джесси Лейва — 42

## 07

Джефф Степл — 50

## 08

София Чанг — 58

## 09

Диджей  
Кларк Кент — 62

## 10

Мэтт Халфхилл — 70

## 11

Кевин Ма — 76

## 12

Саймон Вуд — 80

## 13

Брюс Килгор — 86

## 14

Боббито Гарсиа — 92

## 15

Джон Уэкслер — 104

## 16

Тинкер Хэтфилд — 106

## 17

Гари Локвуд,  
известный как «Фрихэнд  
Профит»<sup>1</sup> — 114

## 18

Дизайнеры «Доернбечер  
Фристайл»<sup>1</sup> — 122

## 19

Доминик Камбронне,  
известный как Обувной  
хирург — 136

## 20

Александр Вэнг — 142

## 21

Ник Гэлвэй — 144

## 22

Тиффани Бирс — 148

## 23

Дэниел Бейли — 154

## 24

Том Сакс — 158

## 25

Вирджил Абло — 164

## 26

Рейчел Маскат — 168

<sup>1</sup> Freehand Profit.

<sup>1</sup> Doernbecher Freestyle.

# 27

Джон Си Джей — 172

# 28

Ронни Фиг — 178

# 29

Эрик Фагерлинд — 182

# 30

Тодд Крински — 188

# 31

Дион Пойнт — 192

# 32

Дерек Карри — 196

# 33

Джастин Сноуден — 200

# 34

Джош Херр — 204

# 35

Питер Мур — 206

# 36

Анкур Амин  
и Бэрни Гросс — 212

# 37

Джим Рисволд — 218

# 38

Клаудия Голд,  
известная  
как «Кло Мани»<sup>1</sup> — 220

# 39

Киш Каш — 226

# 40

Фрейзер Кук — 232

# 41

Сэм Хэнди — 236

# 42

Джон Макфетерс  
и Джед Стиллер — 240

# 43

Флавио Джиролами  
и Питер Пупэт — 248

# 44

Марк Дольче — 254

# 45

Марк Майнер — 260

# 46

Рик Уильямс — 264

# 47

Джазерай Аллен-Лорд,  
также известная  
как Джеззи — 268

# 48

Брэндис Расселл — 272

# 49

Марк Смит — 274

# 50

Коби Брайант — 278

# 51

Эрик Авар — 282

# 52

Пол Гаудио — 286

# 53

Серена Уильямс — 292

# 54

Аарон Купер — 294

<sup>1</sup> Claw Money.

# САЛЕХИ БЕМБУРИ

ГОРОД:

ЛОС-АНДЖЕЛЕС,  
КАЛИФОРНИЯ

О НЕМ:

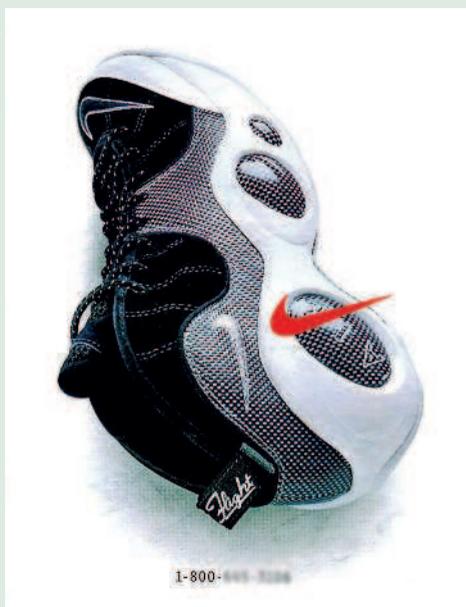
Постоянная одержимость Бембури превосходством дизайна, его непоколебимое любопытство и работа в «Изи» (Yeezy) и «Грейтс» (Greats) делают его символом эпохи кроссовок. Ему 31 год; он дизайнер обуви, у которого есть чутье.

ГЛАВА

# 01



# I. Горячие линии и пульты от телевизора



Когда я был учеником средней школы, многие из нас наивно полагали, что мы окажемся в НБА. Поэтому если вы носили «Джорданы», это лишь подпитывало эти заблуждения. Тогда я не осознавал этого, но меня манил дизайн. Дизайн порождает эмоции.

Я замечал кроссовки повсюду. Я сидел с пультом от телевизора и смотрел комедийные сериалы, в которых, хотя должен был смотреть за сюжетом, вместо того обращал внимание на кроссовки персонажей. Например, все помнят, что происходило в последней серии «Принца из Беверли-Хиллз»<sup>1</sup>, как герои вышли из дома и все такое. Но пока все смотрели, как Уилл в последний раз обнимает дядю Фила, я глазел на его полностью белые «Джордан XI». И, бесспорно, самым крутым персонажем ситкомов в то время был Джерри Сайнфелд<sup>2</sup>. Мне не особо нравились сами сериалы, но Джерри в них делал все правильно.

А когда очередной номер с кроссовками выпускал «СЛЭМ»<sup>3</sup>, в нем всегда была небольшая рекламная страница с телефоном горячей линии. Ты мог позвонить по нему, и на другом конце провода оказывался баскетболист. И он такой: «Привет, это Джейсон Кидд. Спасибо за покупку «Эйр Зум Флайт 95» (Air Zoom Flight '95). Дай мне пару секунд, и я расскажу тебе об этих кроссовках». В детстве это казалось просто сумасшествием. Я думал, что со мной действительно разговаривает игрок, и я ему такой: «Джейсон! Джейсон!», но он не обращал внимания и продолжал дальше. Конечно, это была запись, но я думал, что он меня просто игнорирует и рассказывает про свою обувь. Я записал номер и потом хвастался друзьям: «Йоу, у меня есть номер Джейсона Кидда! Если ему позвонить, он расскажет про свои кроссовки».

Со временем я начал рисовать все, что вижу. На тот момент это еще не было дизайном, ведь я не создавал ничего самостоятельно. Это больше напоминало попытку улучшить формы того, что я видел. Сейчас для меня так дико, что я получаю за дизайн обуви деньги, но именно ради этого я бежал домой из школы и рисовал вместо домашней работы.

↑ Реклама Джейсона Кидда для журнала SLAM

← Салехи Бембури

<sup>1</sup> Сериал, где Уилл Смит играет молодого себя.

<sup>2</sup> Актер, сыгравший самого себя в сериале «Сайнфелд». Сериал пользовался успехом и стал одним из наиболее успешных ситкомов США.

<sup>3</sup> SLAM — журнал о баскетболе и хип-хоп культуре.

## II. Ранний подъем и занятия после школы<sup>1</sup>

Если ты когда-нибудь видел, как твой кореш заходит в класс в новеньких «Джорданах» — ты знаешь, что такое зависть. Ради модели «Джордан XI» я просил родителей помочь мне с деньгами — я откладывал (это было как раз то время, когда вышел «Космический Джем»<sup>2</sup>). Они не были похожи на все предыдущие кроссовки. Вспоминая эмоции, переполнявшие меня в детстве, могу сказать: надевая «Джордан XI», ты чувствовал себя таким взрослым — ведь у них была лакированная кожа. Я чувствовал себя в них суперважным.

Тогда у нас не было такого полного доступа к обуви, как сейчас. Порой у кого-то из твоих друзей появлялась лишняя пара обуви, но, чтобы достать ее, тебе пришлось бы отправиться на край земли. У меня был такой друг. Я жил в Трайбеке, а он был из Челси<sup>3</sup>. Мы встретились в шесть утра до школы, чтобы провернуть сделку по «Джорданах» — еще одно доказательство важности новеньких кроссовок в школе.

Я ходил в школу Кэлхоун (Верхний Вест-Сайд) и играл там в баскетбол. Это совсем не криминальный район. Большинство детей там носили «Нью Бэланс» (New Balance) и «Асикс» (ASICS), поэтому я в своих «Джорданах» определенно выделялся. Неподалеку была еще одна школа, Пи-Эс 811 (мой респект), — ребята оттуда всегда пытались украсть твои кроссовки.

Вся наша команда носила «Найк Флайтпозит 3» (Nike Flightposite 3) — кроссовки с большими пузырями. Обувь была окрашена в бело-зеленый — цвета нашей школы. Однажды я просто надел их в «Макдоналдс», и один парень начал задавать мне про них вопросы. А когда кто-то спрашивает твой размер — это тревожный сигнал. Тогда уже ты начинаешь продумывать стратегию отхода. Никому не удавалось утащить мою обувь. Не говорю, что я боец. У меня просто дар заговаривать зубы.

<sup>1</sup> В названии обыгрывается «After-School Special» — сериал, поднимающий вопросы подростковой беременности, преступности и других проблем.

<sup>2</sup> Фильм 1996 года о приключениях известного баскетболиста Майкла Джордана.

<sup>3</sup> Районы Манхэттена.

## III. Город секретов

В городе было несколько частных магазинчиков, которые я регулярно посещал. Одно место, сразу за 96-й улицей, называлось «Спринт Спортс» (Sprint Sports). Все эти лавочки словно цепляли тебя на крючок: здесь — можно было получить товары раньше, а вот тут — взять на несколько пар больше, чем нужно. Очевидно, что в «Фут Локер»<sup>4</sup> и подобных ему местах не было такой свободы действий.

Когда я был помладше, никаких «Флайт Клуб»<sup>5</sup> и подобных ему магазинов не существовало — только подпольные точки. В моем детстве интерес к культуре кроссовок заключался в том, что ты просто хотел ощутить всю прелесть этого тайного общества. У моего приятеля Уила Уитни было место под названием «Ном дэ Гур» (Nom de Guerre) — сюда ты приходил за чем-то более эксклюзивным, вроде японских моделей и чего-то подобного. В Нижнем Ист-Сайде был целый ряд таких магазинов: от «Ном дэ Гур» ты бежал в «Клэссик Кикс» (Classic Kicks), затем в «Рэкон» (Recon), а оттуда отправлялся в Ривинтон и попадал в «Элайф» (Alife). В «Элайф» работал сотрудник (его звали Кунл), который решал, пускать ли тебя вообще в магазин — было страшно. Многие из этих точек даже не рекламировали себя, потому что не хотели разрастаться. Ты должен был провести целое расследование, чтобы найти их — это и делало их крутыми.

Два или три раза я пробовал выстоять в очереди за обувью целую ночь — хотел узнать, каково это. Это была эпоха портативных DVD-плееров, поэтому в очереди мы смотрели «Гриффинов» и бежали в магазин за углом, когда надо было «сделать дело». Одним таким утром мы ждали, когда кроссовки «Данк Хай» (Dunk High) поступят в продажу в «Суприм»<sup>6</sup>. Один парень попытался пролезть без очереди, и другой пырнул его ножом. Появились копы и арестовали того пацана, но все остальные продолжали стоять, потому что никто не хотел терять свое место.

<sup>4</sup> Foot Locker — американская сеть магазинов спортивных товаров и обуви. В этих магазинах вы не могли получить товар до официального релиза или тот, который не продается официально в стране.

<sup>5</sup> Flight Club — магазин-склад редких кроссовок в Нью-Йорке и Лос-Анджелесе.

<sup>6</sup> Supreme — сеть магазинов популярной одежды и обуви.

---

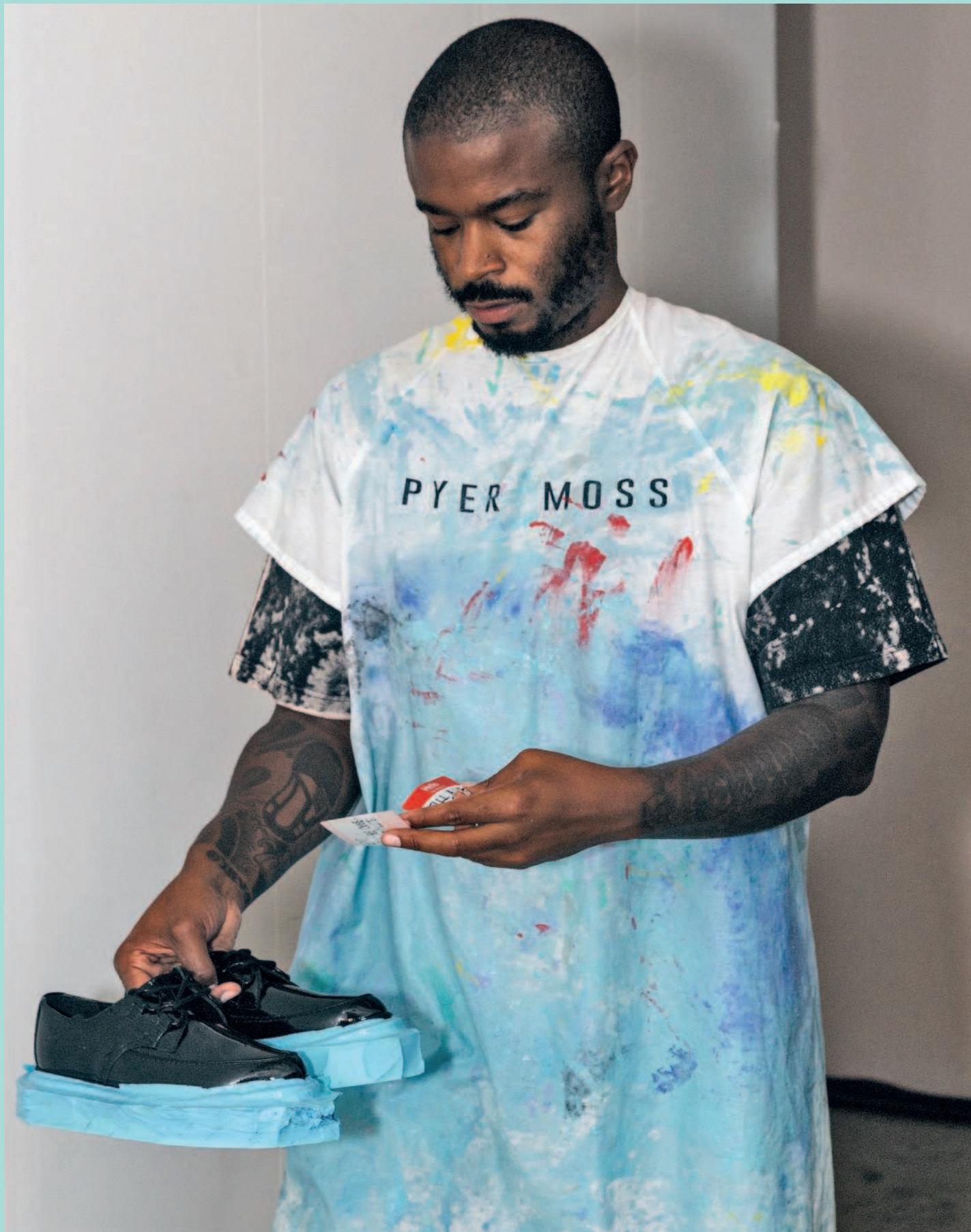
→ Когда учитель рисования в начальной школе попросил его просто сделать свою любимую вещь, Салехи слепил из глины хайтопы, похожие на Concord Jordan XI



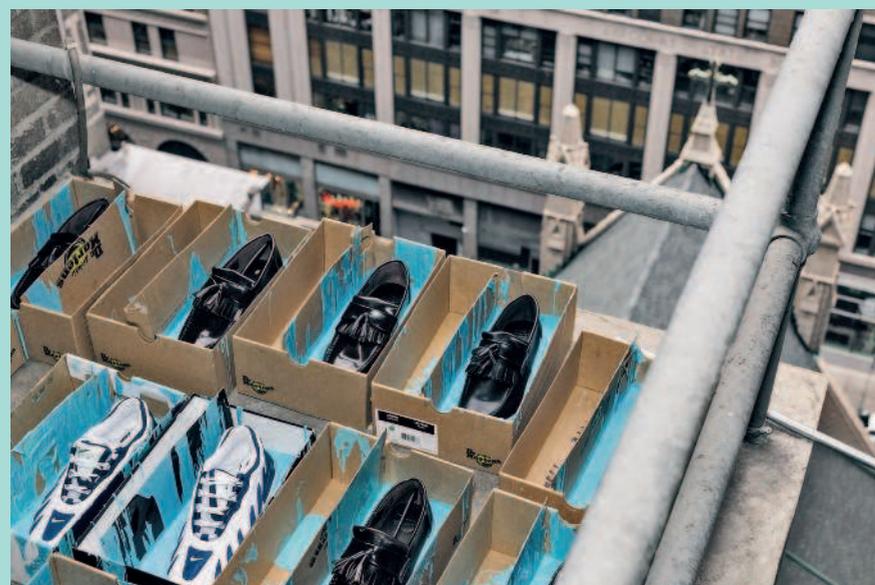
---

→ Air Jordan 11 Retro «Concord»





← Салехи Бембури для Pyer Moss, весна 2017



## IV. Значение «Изи»<sup>1</sup>

Случались годы определенного застоя. Времена, когда дети не стояли всю ночь в очередях; времена, когда культура реселлеров казалась мертвой. Думаю, одними из тех, кто вернул эту энергию, были «Адидас» и Канье Уэст.

Безусловно, продукт может продвигать маркетинг, но здесь все дело в дизайне. Хороший дизайн. Против хорошего не попрешь. Я носил «Изи», и люди, ничего не понимавшие в кроссовках, подходили ко мне такие: «Воу!» Кроссовки привлекали внимание без строгих условностей и правил. Больше творчества.

Я вспоминаю мультфильм «Даг». В одной из серий главный герой страстно желал получить пару кроссовок. А назывались они «Джимми Джэзз 5000» (Jimmy Jazz 5000) или что-то в этом роде<sup>2</sup>. Видок у них был просто дикий. И в девяностых, очевидно, такую обувь никто бы не носил — большинство моделей в то время выглядело одинаково.

Теперь же все законы дизайна в некотором смысле нарушены. В мейнстрим вливается новая потребительская база, а с новыми потребителями возникают и новые правила. Теперь кроссовки выглядят как живые организмы; выглядят как космические корабли. Как дизайнер обуви, я воодушевлен тем, что могу быть частью новой эпохи.



→ Обувь Yeezy Season 3



<sup>1</sup> Yeezy — линейка одежды от Канье Уэста, созданная при поддержке «Адидас».

<sup>2</sup> Серия, выпущенная в сентябре 1991 года, называется «Крутая обувь Дага». Модель — «Скай Дэвис Эйр Джетс» (Sky Davis Air Jets). (Прим. авт.)

---

↖ Yeezy Season 3 Military Boot, эскиз Салехи Бембури

→ Yeezy Season 3 Military Boot «Rock»

↘ Yeezy Season 3 Military Boot «Burnt Sienna»



# ЭДСОН САБАХО

## ГОРОД:

АМСТЕРДАМ,  
НИДЕРЛАНДЫ

## О НЕМ:

«Патта» (Patta) — магазин, который Сабахo открыл со своим партнером Гийомом Шмидтом, — всемирно известен благодаря своим культовым проектам и кроссовкам, которые нигде больше не сыщешь. Как и в истории Бембури, в начале работы Сабахo определяющую роль тоже сыграли улицы Нью-Йорка.

## ГЛАВА

# 02



# I. Патта-бинг, патта-бум<sup>1</sup>



↑ Эдсон Сабахо

↓ Reebok Freestyle Hi International x Patta



<sup>1</sup> Пародия на фразу «бада-бинг, бада-бум» — используется в значении «вуаля» (амер.).

Возвращаемся в восьмидесятые, эпоху без Интернета, когда у нас были только видео- и аудиозаписи (ох, ну и время!). Мы хотели себе шузы, как у крутых парней — Биза Марки или группы «Ту Лайв Крю». В ту пору полным-полно было кроссовок «Фила» (FILA), много безумных хайтопов<sup>2</sup> от «Найк». Помню, как приехал в Нью-Йорк из Амстердама первый раз — это был 1988 или 1989 год — и пытался урвать кроссы «Джордан III». У меня не вышло, поэтому я взял четвертую модель. Четвертые «Джорданы» стали моей первой парой, которую никто не мог достать, а я привез домой. Нидерланды не были баскетбольной страной. Тут невозможно было достать «Эйр Форс 1» (Air Force 1); мы выросли с кроссовками для бега и футбольной обувью «Эйр Мэкс», «Кангару» (Kangaroo) и «Нью Бэланс Эпик» (New Balance Epic).

Мои родители родом из Суринама. Как типичные суринамцы они покупали нам по три пары обуви зараз: одну — для игры на улице, одну — для школы и еще одну — для выхода в люди. Но у тебя есть только эти три пары. И все. Тебе покупают новую пару, только когда одна изнашивается. Так что ты не складировать обновки. Как только я начал зарабатывать развозкой газет, то в голове завертелись мысли о том, чтобы купить новую обувь.

Те самые «Джордан IV». Вот тогда я понял, что мне нравится быть обладателем чего-то необычного. И еще я осознал, что мне придется путешествовать, чтобы это самое необычное заполучить. В 1992-м или 1993-м я стал диджеем и начал колесить по свету. Я видел одни модели «Адидас» в Югославии и совершенно другие в Германии, видел расцветки, которых не было у нас в Голландии. Вся суть заключалась в поиске. В 2002 году, завершив карьеру диджея и полупрофессионального футболиста, я пришел к мысли: а не открыть ли мне магазин кроссовок?

В 2004 году мы открыли «Патта» без поставок от кого-либо из производителей кроссовок — мы знали, где взять обувь. Нашим знакомым был парень из Бронкса, у которого было просто безумное количество кроссовок. У нас также были контакты в Северной и Западной Филадельфии, в Бруклине, Фултоне, Джамейке, Квинсе. И мы знали, как торговать.

Например, знали, как достать сотню пар шоколадно-коричневых «Эйр Форс 1» с кремовым свушем<sup>3</sup> (их можно купить только в Париже) и обменять в Штатах на расцветку, которой не было в Европе. Именно этим мы и занимались: возили кроссовки туда-обратно, туда-обратно. Европа, Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Азия. Мы хотели открыть магазин с «международным ассортиментом». Если бы мы были обычным филиалом, то просто получали бы то же самое, что и все остальные.

Я помню, как у нас появились «Рибок Фристайл Хай» (Reebok Freestyle Hi) раньше любого другого магазина в Амстердаме. Мы достали их в каком-то безумном гетто в Филадельфии. Нас проводил местный наркоторговец. Кроссовки были уже старыми, потрескавшимися со всех сторон, но все еще классными: безумные цвета — фиолетовый, желтый, сумасшедший оттенок зеленого. Я сказал парням, что мне нужна вся обувь — все, что у них есть — по ≈ 10 долларов за пару. Мы были в гетто, а там людям нужны деньги. Мы купили около четырехсот пар по такой цене, а продали их по сто десять долларов.

В Амстердаме представители «Фут Локер» и других сетей приходили в офис «Рибок» с жалобами: «Послушайте, дети приходят в магазин и хотят такие кроссовки. Но мы не можем их

<sup>2</sup> В общем значении — высокие кроссовки или кеды. Раньше было обязательным правило: шнурки в хайтопах должны заправляться внутрь. Но теперь форм и вариаций очень много.

<sup>3</sup> Фирменный знак компании «Найк».