

# Interview

**NICK FOUQUET:** storia del "cappellaio matto" che da L.A. a New York ha conquistato lo star system

**Panama, cowboy hats, fedora, bombette: pezzi unici rigorosamente fatti a mano ed eco-sostenibili**

[www.vogue.it/uomo-vogue/people-stars](http://www.vogue.it/uomo-vogue/people-stars)



delle star di Hollywood. Non c'è infatti celebrity – da Madonna a Pharrell Williams, da Bob Dylan a Bono, Jared Leto, David Guetta, David Lynch, LeBron James, per citarne alcune – che non abbia nel proprio guardaroba un cappello creato da Nick Fouquet. Alto, biondo, occhi azzurri, newyorkese di nascita ma cresciuto in Florida e nel Sud della Francia, Fouquet è un ex modello che ha fatto della sua passione un mestiere tanto unico quanto raro. Il suo negozio-laboratorio è un vero e proprio cabinet of curiosities: scaffali colmi di forme di legno con impresso il nome dei clienti, fiammiferi

modello su carta; prendo le misure e plasmo, invento al momento. Ho sempre avuto un cappello in testa, sin da quando ero bambino. Quello che ha acceso la scintilla della mia passione è del brand francese Motsch e l'ho comprato a 15 anni.

Il cappello, molto più di una sciarpa o di un paio di calze, è un accessorio che fa sempre la differenza, crea sfumature e invita a giocare con la propria personalità. Il mio mentore? Christophe Laurent, designer franco-americano di base a Los Angeles. Gli devo molto, è lui che mi ha spinto verso questo mestiere. Ho cominciato nel 2011 con il mio ex partner Gregory Westbrook in un garage sotterraneo a Venice Beach, e gra-

## **SIGNATURE** Un fiammifero nella fascia.

«Ogni cappello è speciale. Ma non tutti sanno portarlo»

zie a macchinari comprati a rate ho imparato i passaggi necessari per l'arte della tintura, della bruciatura e della verniciatura, nonché dell'allargamento di tese (le cosiddette "falde") e cupole (o corone) di vari modelli di cappelli. Il mio obiettivo era arrivare a una "vision" in cui la moda potesse incontrare la funzionalità. A modo mio, credo di esserci riuscito». (Fashion assistant Stephanie Kherlakian. Fashion editor Robert Rabensteiner. Photo by Raphaël Lugassy) **Roberto Croci**

**A**bbot Kinney, a Venice Beach, è una delle strade più hipster della nuova South California, a pochi passi dall'Oceano Pacifico, ieri frequentata da poeti e artisti Beat, oggi meta preferita dai fashionisti della nuova Millennial Generation. Molti sono i negozi che si alternano sul boulevard, ma uno in particolare attira la curiosità di chi vi transita: è la "bottega" di Nick Fouquet, cappellaio extraordinaire

(la sua signature, nella fascia del cappello), pezzi di feltro di castoreo (molto ricercato, arriva dal Tennessee), nastri, lacci, piume, cuoio, conchiglie e una miriade di cappelli sparsi qua e là, rigorosamente fatti a mano ed eco-sostenibili. «Ogni pezzo è unico, personale, one-of-a-kind. I miei cappelli da cowboy, i fedora, i cilindri non sono repliche di pezzi vintage, sono rivisitazioni personali all'insegna dell'umorismo, della ricerca e della vita vissuta. Non traccio alcun