



## نقطه شروع - ملکولم گلا دول

### سقوط یک برند کلاسیک

برای هاش پاپی، کفش جیر کلاسیک آمریکا که تخت، کفش سبکی از جنس کرپ دارد، «نقطه برگشت»، در فاصله اواخر ۱۹۹۴ و اوایل ۱۹۹۵ اتفاق افتاد. این کفش تا آن زمان از گردونه خارج شده بود. فروش این کفش تا حد ۳۰۰۰۰ جفت در سال نزول کرده بود، بیشتر فروش آن هم در فروشگاه‌های بیرون از شهر که اجناس را به قیمت ارزان‌تری می‌فروشنند یا در فروشگاه‌های کوچک خانوادگی، صورت می‌گرفت. ول ورین، شرکتی که کفش‌های پاپی را تولید می‌کند، در این فکر بود تولید این کفش‌ها را که زمانی زمینه‌ساز شهرت آن شده بود، متوقف سازد. اما ناگهان اتفاق غریبی افتاد.

## جرقه‌های بازگشت در دنیای مد

در یک نمایشگاه مد، دو مقام برجسته هاش پاپی، اون باکتر و جفری لوئیس، به طراح مدی از اهالی نیویورک برخورد کردند که به آن‌ها گفت کفش‌های هاش پاپی کلاسیک ناگهان در کلوپ‌ها و رستوران‌ها مرکز شهر، طرفداران بی‌شماری پیدا کرده است. باکتر در این زمینه می‌گوید: «شنیدم که فروشگاه‌های فروش مجدد منطقه ویلیج در سوهو، این کفش‌ها را به خوبی به فروش می‌رسانند. مردم به فروشگاه‌های «ما» و «پا» مراجعه می‌کنند و این کفش‌ها را خریداری می‌کنند. باکتر و لوئیس، ابتدا گیج و متحیر شدند.

برایشان معنا و مفهومی نداشت که این کفش‌های از مد خارج شده بتوانند دوباره در بازار خودی نشان بدهند. لوئیس می‌گوید: «به ما گفتند که ایساک میزراهی شخصا این کفش‌ها را می‌پوشد. البته باید بگویم در آن زمان درباره این که ایساک میزراهی چه کسی بود، کم‌ترین اطلاعی نداشتیم».

## موج استقبال طراحان و سلبریتی‌ها

تا پاییز سال ۱۹۹۵ کارها سرعت گرفت. ابتدا، جان بارت لت طراح زنگ زد و خواست که کفش‌های هاش پاپی را در کلکسیون بهاره خود جای دهد. بعد از او، یکی دیگر از طراحان منهن، آنا سویی، تماس گرفت. او هم می‌خواست که این کفش‌ها را در نمایشگاه خود به نمایش بگذارد. در لس آنجلس، جوئل فیتز جرالده طراح، سگ شکاری سمبل هاش پاپی را بر سر درب فروشگاهش در هالیوود قرار داد تا گالری هنری‌اش را به یک بوتیک هاش پاپی تبدیل کند. در حالی که او هنوز در حال نقاشی و قفسه‌سازی بوده، پی. وی. هرمان، بازیگر سینما وارد بوتیک شد و چند جفت کفش درخواست کرد. فیتز جرالده می‌گوید: «درخواست این بازیگر حرف ماه شد.»

در سال ۱۹۹۵ شرکت ۴۳۰۰۰۰ جفت کفش هاش پاپی فروخت. سال بعد فروش به ۴ برابر این رقم افزایش یافت. سال بعد باز هم فروش بیشتر شد و شرایطی فراهم آمد که بار دیگر هاش پاپی به کفشی درون قفسه‌های لباس جوانان آمریکایی تبدیل گشت. در سال ۱۹۹۲ هاش پاپی، برنده جایزه طراحان در مرکز لینکلن گردید. رئیس شرکت به همراه کالوین کلین و دونا کاران، در شرایطی جایزه خود را دریافت کرد که می‌دانست هیچ نقشی در مورد قبول واقع شدن دوباره این کفش‌ها بازی نکرده است. هاش پاپی، ناگهان منفجر شد و همه این‌ها با مشت‌های ایست ویلیج و سوهو اتفاق افتاده بود.

چگونه این اتفاق افتاد؟ هر چند، برو بچه‌ها اول، هر کسی هم که بودند به عمد و قصد نمی‌خواستند سبب رونق هاش پاپی بشوند. آن‌ها از آن جهت این کفش‌ها را پوشیده بودند که هیچ‌کس دیگری آن‌ها را نمی‌پوشید. بعد نوبت طراحانی رسید که تصمیم گرفتند کفش آخرین مدلی از آن بسازند. کفش‌ها به طور تصادفی مورد توجه قرار گرفتند، کسی سعی نداشت هاش پاپی را در بازار رسم کند و با این حال این دقیقاً همان اتفاقی بود که افتاد. کفش‌ها به سطحی از شهرت رسیدند و مورد توجه قرار گرفتند. چگونه یک کفش سی دلاری به وسیله مشت‌های سوسول مرکز شهر منتهن، در مدت دو سال جای خود را در فروشگاه‌های بزرگ آمریکا باز می‌کند؟

برای پاسخ این سوال کتاب نقطه شروع را مطالعه کنید!