

# DELAT RÅA

## 20 ÅR MED DSQUARED2

AV ANNA BLOM FOTO DSQUARED2

Från att huvudsakligen ha varit ett jeansmärke har Dsquared2 i dag vuxit till ett renodlat lyxmodemärke. I en mix av klassiskt och avslappnat har deras kollektioner fångat fans i 20 år. De har dessutom vunnit en rad prestigefyllda designpriser och förevigats med en egen stjärna på Kanadas Walk of Fame. Men trots succéerna är nostalgi och tillbakablickar inget för duon med ett identiskt utseende. För dem markerar i stället 20-årsjubileet starten på något nytt – och ännu större.



Designernas personliga favoritdesigner är Azzedine Alaïa.

**H**ur lyckas man att sticka ut på den internationella och alltmer konkurrensutsatta modescenen? Fråga Dean och Dan Caten, designers och grundare av det Milano-baserade modemärket Dsquared2. De har gjort det under 20 år. Sedan deras första herrkollektion presenterades för en exklusiv skara press och inköpare 1995, har de italiensk-kanadensiska tvillingbrödernas fantasifyllda kreaturer fått lojala fans världen över. I en mix av lekfull kitsch, skogshuggarstil, lyxigt skräddat och figurnära silhuetter, lågt sittande blingbling-jeans och logotröjor, har deras kläder lockat ett allt större klientel. Just nu växer man så det knakar. I fjol omsatte Dsquared2 nästan 2 miljarder svenska kronor jämfört med knappt 29 miljoner kronor år 2001, enligt Women's Wear Daily. Man skulle kunna tro att bröderna, som nyss fyllde 50,

skulle vilja stanna upp ett tag och bara njuta av framgången. Men tvärtom menar de att det känns som att de nyss börjat.

– Vi ser oss själva som nybörjare. Vi slutar aldrig att utvecklas och gör alltid vårt bästa, säger Dean Caten när vi når designerduon i deras gemensamma hem i London tidigare i år.

Att det är högsommar och semesterider tycks ha gått dem obemärkt förbi. De har nyss avslutat en tids hårt arbete inför visningen av den kommande vårkollektionen i Milano, men spånar redan på idéer till nästa. Att de älskar sitt jobb råder det inga tvivel om. De är ständigt på jakt efter nya intryck. Något som kräver ett öppet sinne.

– Kreatörer kan vara lite konstiga eftersom de aldrig slutar att leta efter nya idéer och alltid är på jakt efter inspiration från sin omgivning. Musik, platser, konst, vissa kändisstämmingar eller personer som du möter

påverkar dig och är inspirationskällor som du ofta vill fånga upp direkt. Vi tycker inte att vi är konstiga, men kanske lite annorlunda och "out of the box". Vi jobbar trots allt inom mode. Ingenting är normalt! säger Dan.

Från att huvudsakligen ha varit ett jeansmärke är Dsquared2 i dag ett renodlat lyxmodemärke som omfattar allt från kläder till parfym, barnkläder och accessoarer – listan är lång. Ett djärvt mixande och matchande av olika stilar har alltid kännetecknat deras mode.

– Att blanda något klassiskt med något avslappnat är vad vi gillar allra mest och vad vi eftersträvar i varje kollektion. Du ska kunna bära samma kombination av plagg under flera olika tillfällen från morgon till kväll och ändå alltid känna dig bekväm och snygg, säger Dean.

I höstens jubileumskollektion som visades upp på Milanos catwalk i januari i år har Dsquared2 förädlad ett urval av sina största hits genom åren.

Då syntes exempelvis rödsvarta, checkrutiga jackor och skjortor, voluminösa parkas, lågt sittande jeans och skinnbyxor med nitar, fransiga skinnvästar, dunvästar och mycket päls. Allt åkompanjerat med kängor i retrosportstil, enkla skinnväskor, överdimensionerade pälsmössor och solglasögon. På tjejsidan syntes modeller iklädda bland annat en miniklänning stylad med en checkrutig, midjekort jacka och vinterkängor. En krispigt vit skjorta var matchad med ett par khakifärgade byxor och höga klackar.

– Vi har magnat och utvecklat samtidigt som vi har behållit det fliriga och de provocerande egenskaperna i vår design, menar Dan.

Men trots roliga stilutsvängningar finns det en röd tråd i kollektionerna sedan starten, referenserna från Kanada och Italien. Det sistnämnda däck samtliga plagg också tillverkats sedan dag ett.

– Våra kanadensiska rötter och livs- och arbetsferienhet från USA, Italien och även Storbritannien, har alltid varit kärnan i Dsquared2 och inspirerat oss. Men allt vi gör är också resultatet av vilka vi är och vår attityd, säger Dean.

För det är inte bara genom sin design som Dsquared2 blivit ett namn på den internationella modekartan. Deras respektive personligheter i sann joie de vivre-anda är



Jubileumskollektionen, höst/vinter 2015.

också en av anledningarna. Bröderna är modemarkets främsta affischnamn utåt. De ritat kläder med sig själva som musor och förespråkar en livsstil som de i dag själva lever efter.

*Hur ser en typisk arbetsdag ut?*

– Vi vaknar tidigt, dricker kaffe och äter en stor frukost, ofta tillsammans. Sedan tränar vi innan det är dags att börja jobba. Vi gör research och pratar med vårt designteam. Om vi inte är under tidspress gillar vi att tillbringa tid med vänner, äta middag utomhus och dricka ett gott vin, berättar duon.

Att träning i allmänhet och surfnring i synnerhet är en av favoritrytmsättningarna syns i vårens herrkollektion. Den är inspirerad av surfare och ett omkringfläckande nomadliv. Föreställ dig ett ungt surfargäng i neoprenjeans, tunna anoraks, parkas och neoprenshorts i en färgexplosion av olika neontoner, och du har stilen.

– Vi älskar att träna och att ha en vältränad kropp, precis som surfare ofta har, säger Dean.

Bilden av surfare som modiga livsnjutare, är en som duon gärna associerar med de som bär deras kläder.

– Det är svårt att surfa, man måste hela tiden kämpa mot något som är så mycket starkare, därför blir det också ett sätt att bevisa sig själv, menar Dean.

Det har aldrig funnits några tvivel runt yrkesvalet. Designdrömmarna väcktes till liv redan under uppväxåren i födelseorten Toronto, Kanada. Som yngst av nio syskon blev Dean och Dan tidigt uppmuntrade av sin pappa, ursprungligen från Neapel, att utforska sin kreativitet. Men det fanns en regel, de fick inte bära jeans. Jeans var för fattiga personer. I dag kan vi konstatera att bröderna tog sin kreativa uppgift på allvar. Dsquared2 blev snabbt kända just för sina lyxiga och väl tillskurna jeans.

– Vi bestämde oss tidigt för att designa jeans. Vi älskar hur vi kan matcha jeans med olika plagg, färger och material. Jeans passar till allt och det gör oss friare i vårt skapande. Det finns inga regler, säger bröderna.

*Varför startade ni Dsquared2, vilken var er främsta drivkraft?*

– Den största drivkraften var vår passion för mode. Bara tanken på att få tillbringa hela livet med att endast designa kläder gjorde oss helt exalterade. Vi kunde inte föreställa oss att göra något annat, säger Dean.

Sagt och gjort. Efter studier på modeskolan Parsons i New York (en



Att Dan och Dean Caten har ett identiskt utseende och bär likadana plagg förstärker deras roll utåt som modevärldens främsta designervillingar. I tätt kamp med Mary-Kate och Ashley Olsen bakom modemärket The Row.



Under visningen av jubileumskollektionen i konsthallen HangarBicocca blev den permanenta installationen av konstnären Anselm Kiefer scenografen.

tid som enligt rykten även kantsades av täta besök på nattklubben Studio 54) följde jobb som juniordesigners och senare chefsdesigners hos det kanadensiska modemärket Ports International. Efter en tid blev bröderna nyfikna på sina italienska rötter och tog steget att flytta till Milano. Där blev de snart uplockade av den italienska modeentreprenören Renzo Rosso. Resten är historia.

I dag delar Dan och Dean sin gemensamma vardag mellan Milano och London. Ett intensivt liv som kräver balans. I intervjuer är de ofta förtegnade om det egna privatlivet. Enligt dem själva hyser de stor respekt för varandra, både professionellt och privat.

– Vi känner varandra väldigt väl och vi vet hur vi ska hantera vårt utrymme. Vi pratar mycket med varandra och är lyhörda för varandras behov, menar Dean.

*En av deras största rådslor är att en dag bli ensamma. Vad är det bästa med att jobba ihop med sin tvillingbror?*

*Dean Caten*

Vad är du mest stolt över?

– Familj och arbete.

Var hittar du inspiration?

– Överallt!

Vilka är Dsquared2-mannen och kvinnan? – Djarva män och kvinnor.

Vilket är ditt motto? – Ta inte dig själv på för stort allvar.

Vad är det första du gör när du vaknar och före du går till sängs? – Dricker kaffe och röker cigaretter.

Vilken är din favoritplats i London? – Portobello Road.

Beskriv din bror med tre ord. – Dan är lugnare, omtänksam och försiktig.

– Att vi är tvillingar är helt klart en styrka. Vi kompletterar och förstär varandra. Det är som att vara två olika personer med en och samma hjärna. Allt kommer naturligt och att vara syskon gör allting enklare, säger Dean.

*Vilken är er syn på svenskt mode och hur svenskar klar sig?*

– Svenskar är stilmedvetna och trendsättare. Vi gillar verkligen hur ni mixar och matchar plagg. Minimalistiskt, rent och alltid i framkant, säger Dean.

En trendsättare som haft stor betydelse för Dsquared2 är Madonna. I höstlinjen syns till exempel ett par jeans med en belagd yta som ger illusionen av lerfläckar. De är inspirerade av några av de totalt 150 outfits som duon ritade åt Madonnas Drowned World tour år 2001.

Beslutet att starta en damlinje kom efter samarbetet med superstjärnan. – Madonna är en fantastisk artist och en powerkvinna, en ikon. Att arbeta tillsammans med Madonna var både roligt och en ära. Hon inspirerade och utmanade oss att skapa mer och annorlunda, säger Dean.

Kanske är det modemärkets starkt individualistiska drag som även lockat andra artister som exempelvis Rihanna, Britney Spears, Beyoncé, Miley Cyrus och Justin Timberlake att göra entré på scenen iklädda Dsquared2.

– För mig är mode och musik starkt sammankopplat. Vi hämtar den



Takvåningen i den trettiotalstalsbyggnad där bröderna Caten har sitt huvudkontor i Milano är platsen för deras restaurang Ceresio 7.

*Dan Caten*

Vad är du mest stolt över?

– Mig själv!

Var hittar du inspiration?

– När jag reser.

Vilka är Dsquared2-mannen och kvinnan? – De som använder sin personlighet i allt de gör.

Vilket är ditt motto? – Ge aldrig upp!

Vad är det första du gör när du vaknar och före du går till sängs? – Äter frukost och lyssnar på musik.

Vilken är din favoritplats i London? – Farmer's Market.

Beskriv din bror med tre ord. – Dean är rolig, kreativ och snäll.



största delen av vår inspiration från bra musik och olika artister. Deras musik och olika livserfarenheter påverkar vår vision, vi blir mer kreativa och tillåts att tänka i nya banor. Allt blir mer uppdaterat och intensivt, säger Dean.

Ett annat område där duons idériedom utmanas är i skapandet av doft.

– Det är väldigt känslomässigt och bygger mycket på intuition. Våra idéer kopplas till olika dofter tills vi har den doft som vi föreställt oss från början. I slutändan är det specialisterna (även kallade "näsor") som omvandlar våra idéer till en färdig doft. Vi älskar hela processen, det är en sådan associationsrik och sinnlig upplevelse, menar de.

Sedan den första herrparfymen He Wood lanserades 2007 är dam- och herrdofterna numera en framgångssaga i sig. Förutom skor och accessoarer tillverkas alla linjer på licens, vilket också är en av anledningarna till modemärkets lyckade internationalisering. I dag säljs

1995  
Den första  
herrkollektionen  
presenteras.

1996  
Catwalkdebut i Milano  
med kollektionen  
Homesick Canada  
Collection för  
höst/vinter 1996.

2000  
Skapar kostym åt  
Madonna i hennes  
video Don't Tell Me.

2003  
Catwalkdebut med  
första fullständiga  
damlinjen Star 24/7.  
Vinner modepriset  
La Core som årets  
nykomling.

2004  
Designar en  
exklusiv sneaker  
för de olympiska  
sommarspelen  
i Aten.

2007  
Den första parfymen  
för män, He Wood, släpps.  
Öppnar första  
flaggskeppsbutiken  
i Milano.

2008  
Den första parfymen  
för kvinnor, She Wood,  
lanseras.

2009  
Duon föregås med en  
stjärna på Kanadas Walk  
of Fame i Toronto.

2010  
Designar kostymen  
till öppnings- och  
avslutningsceremonierna  
under vinter-OS  
i Vancouver.

2013  
Öppnar restaurangen  
Ceresio 7 i samma  
byggnad som huvud-  
kontoret i Milano.

2014  
Duon får utmärkelserna  
International Canadian  
Designer of the  
Year och Outstanding  
Achievement.

2015  
Öppnar butiker i Miami  
och i London.

deras produkter hos 600 återförsäljare och i 33 egna butiker, från Los Angeles till Abu Dhabi och nya flaggskepp slår ständigt upp portarna. Båda bröderna är helt involverade i skapandet av alla linjer. Det är ett krav, menar de. Annars riskerar dess kvalitet att gå förlorad.

En annan sinnlig upplevelse som Dsquared2 planerar in i minsta detalj är märkets catwalkvisningar, som ofta innehåller en spektakulär scenografi.

*Varför är catwalkvisningen så viktig?*

– Visningen och dess scenografi är ett av de roligaste momenten i den kreativa processen och vi är helt uppslukade av den. Den är slutresultatet av en hel säongs hårda arbete och en typ av underhållning för gästerna på plats. För att de ska kunna utvärdera kollektionerna och för att skapa en bra berättelse runt kläderna och märket måste allt vara perfekt, säger Dan.

Och visst har deras fantasifulla iscensättningar både triggat nyfikna och skapat rubriker. Under premiärvisningen av tjejljnen 2003 gjorde några av dåtidens supermodeller, bland andra Naomi Campbell och Karolina Kurkova, entré i ett rosa flygplan som hissades ner över visningsgolvet. Som avslutning på årets jubileumsshow i Milano fick åhörarna på plats i den gamla fabriken och numera konsthallen HangarBicocca lyssna på när souldrottningen och sångerskan Mary J Blige gjorde sin tolkning av U2:s "One", passande då bröderna är enägstvillingar.

*Så vilken är då deras hemlighet bakom den ständigt växande kundkretsen?*

– Vi har alltid hållit fast vid våra rötter både privat och professionellt. Vi är vad du ser. Vi ser positivt på det mesta och försöker införa mer humor i mode.

Människor blir följare för att de älskar vårt märke och våra produkter. Men även för att de gillar historien bakom dem och våra personligheter. Det är kanske också anledningen till att vi fortfarande finns kvar, säger Dan.

Troligtvis är det just det som är duons framgångsformel: i dag är mode underhållning och bröderna Catens kreaturer berättar historier som aldrig slutar att överraska oss.

Dsquared2 hittar du på NK Herrtrend och på NK Details i Stockholm och på NK Herrtrend samt på NK Kids and Teens i Göteborg.



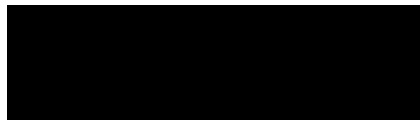
I huvudkollektionen för vår/sommar 2015 hämtade man inspiration i de färgstarka mönstren av konstnären Sonia Delaunay. Tidigare i år kunde nyfikna se hennes alster i en utställning på Tate Modern i London.



Foto: Sonia Delaunay Electric Prisms no.411913-H Centre National des Arts Plastiques, Paris, France © Pracusi 2014/083

”

Det är som att vara två olika personer med en och samma hjärna.



Elegance is an attitude

Aishwarya Rai

**LONGINES®**

Longines DolceVita