

EUROPEAN MAN

Det næste originale magasin til mænd

AUGUST 2005

Bent Falbert

Hvad laver en klog mand på Ekstra Bladet?

Stor guide til din aktive ferie

De mest spændende rejser året rundt, over hele verden

Det nye efterårstøj

Der er sport, tweed, brune sko og tern i luften

80erne og 90erne

Martin Hall dissekerer vores ungdom

Armbåndsure og biler

De hører uløseligt sammen. Vi ved ikke hvorfor

Giorgio Armani

En designer holder også ferie

Sam Rockwell

Han er cool! Det bedste fra USA i øjeblikket

...nnen er god i Hollywood, men hvorfor er det ikke sjovt?

ESPER CHRISTENSEN

...rdan kan man hade opmærksomhed og samtidig være skuespiller? Danmarks bedste, i øvrigt



Aldrig før har modebranchen været så krævende, som den er i dag. Modehusene er blevet til globale mastodonter, som omsætter for milliarder af kroner, og som kræver årvågenhed af sine mænd. **Camilla Alfthan** fik eksklusivt foretræde for fire af branchens førende navne for at høre, hvordan de arbejder, og hvordan de slapper af.

Armanis hus på Pantelleria har i over 30 år været hans foretrukne feriested. Det er tegnet af arkitekten Gabriella Giuntoli, som ligeledes bor på øen, og indrettet af Armani selv. Foruden vilde figentræer og kæmpekaktusser er stedet beplantet med 300 år gamle palmetræer, som er fragtet ind fra Sicilien.

DESIGNERFERIE



PERFEKTIONISTEN

Giorgio Armani, 71 år

GIORGIO ARMANI BLEV kendt for sine afslappede jakkesæt og sin minimalistiske stil og fik sit brede internationale gennembrud i 1982 med en forside på Time Magazine med overskriften 'Giorgio's Gorgeous Style'. Han har opbygget et verdensomspændende imperium, siden han som ung arbejdede som dekoratør i stormagasinet Rinascente og senere gik i lære hos modeskaberer Nino Cerruti. Siden har han lanceret Armani-briller, Armani-jeans og Armani-møbler, og i Milano og Asien har han åbnet Armani-varehuse med restauranter, natklubber og boghandler i samme navn.

Sidste år blev han 70, men Giorgio Armani er langt fra pensionsalderen. I stedet for at skære ned på sine aktiviteter gør han det modsatte. I januar i år debuterede han i haute couture-ugen i Paris, og i 2008 åbner han det første af en række luksushoteller i Paris, New York, Tokyo, Shanghai, Milano og Dubai (i verdens højeste bygning, Burj Dubai). Dertil kommer 30 nye butikker i Kina i de kommende år.

Den evigt solbrændte designer med det sølvfarvede hår har formået at holde sit

imperium på egne hænder trods astronomiske købstilbud og muligheden for at trække sig tilbage som en meget, meget holden mand. Det er nemlig arbejdet, som holder ham ung og vital, forklarer han, ligesom de mange rejser, selv om han ikke har set så meget af verden, som han kunne ønske sig.

"Bortset fra enkelte private rejser kender jeg kun den verden, som jeg møder i arbejdet. Jeg har været i utallige hovedstæder, men jeg kender kun shoppinggaderne, de store luksushoteller, og ved, hvilke restauranter der er in. Men det er o.k., jeg klager ikke," fortæller Giorgio Armani.

Når han endelig holder ferie, sker det i en af hans villaer i Milano, Forte dei Marmi, Saint-Tropez og Pantelleria eller på hans 50 meter lange lystbåd Mariù, som er opkaldt efter hans mor.

Du har lavet en ny couture-linje, og Armani-hoteller er på vej – hvad holder dig i gang?

"Selv om min karriere har været lang og spændende, har jeg i dag samme holdning, som da jeg begyndte. Jeg vil udfordre mig selv og komme videre med tingene. Det nytter ikke at hvile på laurbærene – jeg arbejder i nuet og har blikket rettet mod fremtiden. Jeg har altid troet på hårdt arbejde, og

jeg har altid prøvet på at motivere folk. Så det er mine nye projekter, som holder mig i gang. Mere end nogensinde er det nemlig moden, der dikterer de valg, vi tager i vores livsstil, om det så gælder hoteller eller couture, og derfor er der nok at tage fat på. På det personlige plan har jeg dyrket gymnastik. En af mine største præstationer har været at komme i form. Jeg begyndte først, da jeg var 55, men jeg er overbevist om, at gymnastik er godt for hjernen og for kroppen. Hvis jeg ikke træner en time om morgenen, er jeg mindre energisk og koncentreret resten af dagen."

Hvorfor har du bevæget dig ind i couture-verdenen, som mange mener er et uddøende håndværk?

"Fordi der findes en øget interesse for personlige og eksklusive ting. Det er tilfældigt, at jeg begynder, samtidig med at andre trækker sig tilbage, måske fordi de ikke har den rette kundekreds. Jeg har altid beundret couturen og dens grundprincipper, da det er mode i sin rene form. Og så har jeg nogle kunder, som har muligheden for at berige sig med den ekstra service, som couturen giver. Mine design er desuden ikke skabt for showeffektens skyld, som det ofte

ses i couture-verdenen. De er skabt for at blive brugt."

Og hotellerne?

"Hotellerne er en naturlig udvikling af min møbelkollektion. Som jeg sagde før, spiller mode og design en stigende rolle i vores liv, og det er med til at bestemme, hvor vi tager på ferie, og hvilke hoteller vi bor på. For alle dem, som holder af Armani-mode og Armani Casa, er det derfor logisk at give dem muligheden for at bo på et Armani-hotel eller et Armani-feriested."

Du har allieret dig med Dubais ledende ejendomsfirma, Emaar – hvordan begyndte samarbejdet?

"I årenes løb har vi fået mange tilbud, men det, der slog mig ved Mr. Alabaar og hans firma, var deres langsigtede vision kombineret med deres erfaring i branchen og deres forståelse for Armani-navnet og vores æstetik. Mr. Alabaar kontaktede os, da han fandt ud af, at vi var interesserede i at åbne en række hoteller og feriesteder."

Du er kendt for din perfektionisme og for at følge arbejdsprocessen i detaljer – vil du også føre opsyn med hotellerne, indtil de sidste håndklæder er på plads?

"Ja, folk driller mig med, at jeg er perfektionist. Men det er en del af mit dna. Dette projekt vil tillade mig at følge op på det, jeg er ekspert i – luksuriøs stil i møblementer, uniformer, indretning. Emaar tager sig af den daglige ledelse."

Hvor tager du selv hen for at slappe af?

"Jeg prøver at få tid til at komme væk fra det hele på min båd. Der er noget meget beroligende og naturligt ved at bo på vandet og være så tæt på naturen."

Hvad er dit foretrukne feriested?

"Et sted med varme og et smukt krystalblåt hav. Middelhavet, Det Caribiske Hav og Det Indiske Ocean."

Din båd virker meget forretningsagtig – slapper du nogensinde helt af?

"Mest af alt på Pantelleria-øen ved Sicilien, 30 km fra Tunesien. Det er en lille ø, som indtil for nylig var ganske ukendt. Den har bevaret sin uberørte vildmark og

skønhed. Mærkeligt nok er havet ikke en prioritet. Det er hele øen, lyset og det rå, vilde terræn, som tiltaler mig. Stedet er omkranset af en sort vulkanklippe, som er enkel og stærk. Jeg behøver en naturlig styrke så stærk som den for at slappe helt af. Selv min søster fortæller mig, at mit ansigt ændrer sig, når jeg er dernede. Mine linjer blødes op, og mine øjne bliver sågar mere blå."

I hvilken grad har din opvækst påvirket den måde, du lever og arbejder på?

"Jeg voksede op uden for Milano i byen Piacenza under Anden Verdenskrig, hvor alt var meget knapt. Folk koncentrerede sig om at overleve. Heldigvis gjorde min forældre alt, hvad de kunne for at gøre livet mere komfortabelt inden for beskedne rammer. Biograftere var en form for underholdning, som viste mig et liv, som var overvældende. Min mor er den eneste person, som virkelig har formet mine ideer om mode og design. Med få midler så hun altid fantastisk ud. Hun lærte mig, at hvis du skaber skønhed, skal du kun tage det, du behøver, og aldrig mere. Min arbejdsæstetik og det at holde benene på jorden er klart et resultat af min barndom. Men den har også betydet, at jeg måske har arbejdet for meget."

Hvordan ser du fremtiden for dit modehus?

"Det er en fremtid med samme spørgsmål, som andre huse har. Hvad vil der ske med alle de monumenter, man har bygget? Jeg vil fortsætte med at gå min egen vej og ikke føle mig tvunget til at konkurrere på lige vilkår. Jeg foretrækker, at folk opsøger mig, og at Armani kun sælges på få og passende steder."

Hvad vil du gerne mindes for?

"At have bragt lidt mere elegance i verden."

Hvad vil du gerne nå?

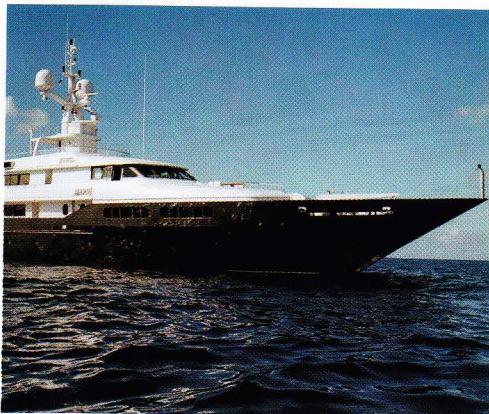
"At nyde livet lidt mere."

Har du et livsmotto?

"'Evolution og ikke revolution' og 'Less is more.'"

ARMANI – EFTERÅR/VINTER 2005

Den klassiske Armani var hovedtemaet, da den italienske designer viste efterår/vinter-kollektionen. Jakkerne var umiskendeligt Armani med bløde skuldre og masser af blå. Men der var også forskellig tern og referencer til berømte mænd – bl.a. poeten og kunstneren Jean Cocteau, der var en del af det parisiske kunstnermiljø i første halvdel af det 20. århundrede, der også taite Picasso, Dalí og Marais. Det forklarer de mange kapper i kollektionen, selv om markedet for den slags overtøj må betragtes som let overskueligt. Men Armani sendte også en masse overtøj i læder og rulam ned ad catwalken – blandet med hans fuldtræffere som brede bukser med figursyede jakker, tern og velour – og der er al mulig grund til stadig at holde øje med det aldrende italienske ikon.



Båden Mariù er opkaldt efter Armanis mor, tegnet af Giancarlo Ortelli og indrettet med Armani Casa-kollektionen. Båden har fire etager og seks store kahytter. Dertil kommer et galleri, en veranda, en udendørs spiseterrasse, kahytter til mandskabet på ti personer – som alle er klædt i Armani. Bådebyggeriet begyndte i 2001, og i foråret 2003 var Mariù klar til sin jomfrusejls.

LIVSNYDEREN

Valentino Garavani, 73 år

STJERNERNE HAR ALTID været fundamentet i Valentino Garavanis karriere. 17 år gammel drog han til Paris for at arbejde for modeskaberer Guy Laroche, og få år senere tog han hjem til Rom for at åbne sit eget atelier. Tiden var 'Dolce Vita'-årene, hvor Cinecittà-filmbyen gennemlevede sine velmagtsdage, og Hollywood-stjernerne lagde vejen forbi den unge designer, når de alligevel var i Rom. Siden har Valentino opbygget et helt imperium med hjælp fra sin forretningspartner, Giancarlo Giammetti. Da modeskaberer i 2002 fyldte 70, solgte han firmaet til Marzotto-koncernen, som udvidede Valentino-universet med ure og en ung sportslinje og desuden åbnede en række butikker i Asien og Mellemøsten. Efter flere år med røde tal kan modehuset nu vise sit første overskud i lang tid. I juli solgte Marzotto ikke desto mindre sine aktier, som de havde erhvervet for 118 mio. britiske pund, og Valentino debuterede på børsen.

Valentino er fortsat kreativ chef for sit eget brand, hvis eksistensgrundlag er luksustøj og couture. Det internationale jetset er således storfans af hans brudekjoler, der koster fra 217.000 til 290.000 britiske pund. Valentino lever også selv et meget glamourøst liv, og når han slapper af på sit chalet i Frankrig eller på sin lystbåd 'TM Blue One', er han altid i selskab med sine high society-venner og sine seks yorkshire-hunde.

Du har altid været kendt som stjernernes designer – var det planlagt, eller var du blot på det rette sted på det rette tidspunkt?

"Det var aldrig planlagt. Men jeg har mødt en del stjerner gennem min karriere, og nogle af dem er blevet gode venner. Jeg har altid været vild med film, og jeg føler mig altid meget beæret, når jeg kan klæde smukke mennesker på til specielle events."

Hvem har været din mest interessante kunde?

"Det kan jeg ikke sige. Men Jackie Kennedy Onassis var exceptionel, og hun var min muse. Jeg var fascineret af hendes elegance, og hendes stil inspirerede mig. Jeg lavede hendes brudekjole, da hun blev gift med Onassis."

Hvad har holdt dig på tæerne i årenes løb?

"Jeg er altid meget entusiastisk, og jeg elsker at arbejde. Jeg designer altid alle mine forskellige kollektioner. Min inspiration kommer fra de lande, som jeg har besøgt, og fra dagens kvinder og mænd. Næste år kan jeg fejre 45 år i branchen, så jeg er meget glad."

Hvordan ser du fremtiden for dit modehus?

"Couturen fortsætter, da den for mig er et laboratorium af ideer, som er meget vigtigt. Desuden har vi mange trofaste kunder og ikke mindst unge kvinder, som er vilde med min couture. Alle mine kollektioner fortsætter desuden med at være *made in Italy*, da italiensk håndværk stadig er unikt."

Det siges, at du trækker dig tilbage næste år – hvilke konsekvenser får det i givet fald?

"Ingen kommentarer."

Folk i branchen har altid beundret din evne til at kombinere arbejde og fornøjelse – hvordan bærer du dig ad?

"Bare det at arbejde i modeverdenen er et privilegium. Jeg elsker mit arbejde, og det er hele mit liv, så det er ganske enkelt."

Hvordan slapper du af?

"I ferierne rejser jeg altid meget. Jeg har mange hjem verden over – i Rom, Paris, London, New York, Gstaad, og så har jeg min lystbåd, 'TM Blue One'. Jeg elsker at stå på ski, og ved juletid tager jeg altid til mit chalet i Gstaad. Fra slutningen af maj er jeg på 'TM Blue One' hver weekend, og i løbet af sommeren er jeg sammen med venner på cruises til Balearerne, Ibiza, Korsika, Sardinien, Kroatien og Grækenland."



VALENTINO – EFTERÅR/VINTER 2005

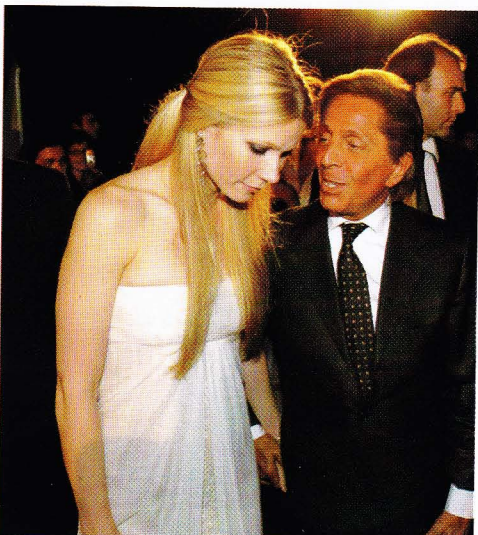
Valentinos tøj er som hans verden: oversvømmet med Hollywood-glamour fra dengang, byen var mytisk og elegant – i modsætning til den moderne version, hvor stjernerne kappes om at klæde sig så afslappet som muligt og i øvrigt lade, som om man ikke går op i det. Valentino er Grace Kellys Hollywood modsat Britney Spears' Hollywood. Pels, silke og lak mod gummi, nylon og plastic.

Du holder også ofte ferie med dine kunder – er de ligefrem blevet din familie?

"Efter alle disse år er nogle af dem blevet det, ja."

Har du et livsmotto?

"Lidenskab."



Valentino i selskab med Gwyneth Paltrow, som er én blandt mange Hollywood-stjerner, italieneren har klædt på til premierer. Også Usher har et samarbejde med Valentino.



Valentinos sagnomspundne lystbåd, 'TM Blue One', er et yndet samlingssted for stjerner og designerens seks yorkshirehunde, der alle hedder noget med m.

EVENTYREREN

Luca Missoni, 46 år

MISSONIS BERØMTE STRIK og farverige mønstre hører til et af designverdens stærke profiler. Missoni handler nemlig snarere om stil end om mode, og i stedet for at ændre retning hver sæson bygger familien videre på deres image. Det hele begyndte for 52 år siden, da den olympiske hækkeløber Tai Missoni mødte Rosita, og parret lagde grunden til Missoni-huset. Siden er deres tre børn gået ind i firmaet, som har butikker verden over, og som har modtaget utallige internationale designpriser. Mamma Rosita står i dag for Missonis Home Collection, mens datteren Angela styrer kvindedesignet, Vittorio marketingdelen, og den 46-årige Luca designer herrelinjen.

Da du var otte år gammel, tegnede du dit første Missoni-motiv, som blev brugt i en kollektion – har du altid vidst, at du ville arbejde i familiefirmaet?

"Som barn tænker man ikke på arbejde. Jeg ville gerne være fotograf, astronom eller pilot, men jeg endte altid med at lege på fabrikken. Der kunne jeg eksperimentere med maskinerne og udforske en masse forskellige ting. Da jeg var en 17-18 år, var jeg fx med til at udvikle strikkemaskiner og udbygge en fabrik. Senere lavede jeg computerprogrammer, så mine forældres arbejdsplads har altid været et spændende sted."

Hvordan var det at blive født ind i et så berømt modehus?

"Da vi var helt unge, var vi aldrig rigtig klar over, hvad vores forældre lavede. De rejste meget, og det betød, at de altid kom hjem med de seneste plader fra London og andre storbyer, så vi var altid meget populære blandt vennerne. Det var først senere, at Missoni blev et brand, i takt med at modeverdenen og pret-a-porter'en voksede. I 1978, da vi holdt vores 25-års-jubilæum, indså jeg, at det var blevet et kendt navn. Da følte det, som om jeg lavede noget vigtigt. På det tidspunkt lavede vi også vores første mandekollektion. Derfor er det vores børn, som er født ind i et berømt modehus.

Men ligesom med os, må de selv bestemme, hvad de har lyst til at lave en dag. Nu er firmastrukturen blevet så stor, at det ikke er nemt at komme ind, hvis man ikke er professionel. Men forhåbentlig bliver de ved med at være ejerne."

Hvem i familien har påvirket dig mest?

"Min mor har altid været drivkraften i firmaet. Hun lærte mig om farver og om selve håndværket. Min far er den karismatiske grundstøtte. Som barn var jeg altid meget fascineret af hans kontor og de mange garnnøgler i forskellige farver. Han lærte mig, at man ikke skal tage tingene for seriøst. Man skal gøre sit bedste, men samtidig også have det sjovt. Min far var en sportsmand, men for os børn blev behovet for konkurrence tilfredsstillende med strikkeriet. Det at få et mønster til at lykkes eller en maskine til at virke rigtigt, var rigeligt med udfordringer. Vi har dog aldrig følt, at vi konkurrerer med nogen. Vores tankegang er så anderledes fra andre firmaers, så vi går vores egne veje."

I er en meget typisk italiensk familie, og flere af jer holder også ferie sammen – gælder det også dig?

"Ikke siden jeg fik mine egne børn. Vi ser hinanden hver dag, vi spiser frokost sammen, og vi diskuterer forretninger og familieforhold. Derfor foretrækker jeg at rejse med min egen familie."

Hvordan slapper du af?

"Jeg slapper aldrig rigtig af. Jeg prøver altid at lave et eller andet. Men som en distraktion kan jeg finde på at cykle to-tre

timer i skoven eller på en solrig dag at flyve over bjergene med mit fly. Eller også sidder jeg hjemme med et glas vin og en god bog. Min største luksus er at være sammen med min kone og mine tre børn, som bor i New York. Den yngste på ni har Downs syndrom, og derfor besluttede vi, at børnene ville have det bedre i min kones hjemland. Nogle gange tager jeg flyet over for at følge dem i skole, og så tager jeg hjem igen for at gå på arbejde. Der er altid 250 mennesker, som skal have at vide, hvad de skal gøre. Men min far har også lært mig at trække stikket ud af og til."

Hvor plejer du at rejse hen?

"Jeg kan lide at tage bilen og bare køre af sted med min familie eller venner uden noget bestemt mål. Jeg kan lide selve rejsen som en visuel opdagelse. Min kone kigger på kortet og finder de hoteller, som ligger på vejen. Min drøm er at kunne gøre det samme med mit fly. Når jeg er på forretningsrejse, prøver jeg altid at se så meget som muligt. For nylig var vi et døgn i Tokyo, og da vi var færdige med møderne, og de andre gik i seng, tog jeg ud til fiskemarkedet og var der hele natten for at tage billeder. Jeg kan også godt lide at fotografere månen, og denne sommer udstiller jeg mine månefotos i Spoleto. Når man laver noget, som man er passioneret omkring, behøver man ikke at sove ret meget."

Har du et motto?

"Hvis du absolut skal gøre noget, så gør det med et smil."



Familien Missoni startede med et strikkeri i kælderens og omsætter i dag for over 70 mio. euro om året.



Luca Missoni foran de strikmønstre, som har givet Missoni utallige priser, og som sammenlignes med kunstværk. Familien er også dybt involveret i Biennalen i Venedig, mens Luca Missoni udstiller sine fotografier på gallerier.

MISSONI – EFTERÅR/VINTER 2005

Der er ikke så meget nyt under solen fra Missoni, for hos det italienske familiefirma handler det om en stil, og stilen er strik i farver. Mærket skaber ikke tendensbølger, men holder sig til det, det kan, og så tilføje lidt i hver sæson. Denne gang handler det om sex, og her følger Luca sin søsters inspiration fra damelinjen. Men lad være med at tro, at det er Dolce & Gabbana-sex med læder, blonder og lak. Det er tætsiddende silhuetter, der viser kroppen frem uden nøgenhed.





"Gør aldrig som de andre," siger Paul Smith, som bl.a. finder inspiration på loppemarkeder og hos grønhandlere. Englænderen fotograferer eller tegner sine indtryk for at huske dem.

INDIVIDUALISTEN

Paul Smith, 59 år

FOR PAUL SMITH HANDLER mode om lidenskab. Man skal brænde for det, man laver, og tro på sine ideer. Da han i 1970 åbnede sin første lille butik, var den kun åben hver fredag og lørdag, så han kunne tjene penge resten af ugen som stik-i-rendreng i det lokale varehus. I dag har han 220 butikker over hele verden og en årsomsætning på mere end 100 mio. pund uden at skylde banken så meget som en penny. For fem år siden blev han slået til ridder for at have bidraget væsentligt til den britiske modescene, og samme dag som adlingen giftede han sig med sin ungdomskæreste, Pauline. Ikke desto mindre står han regelmæssigt og ekspederer kunder i sin butik i Londons Covent Garden – man skal nemlig iagttagelse sine omgivelser og sine kunder for at følge med moden, forklarer han.

"Forleden da jeg stod med knappenåle i munden og var ved at lægge en fyrs bukser op, begyndte han at fortælle, at han kendte Paul Smith, og at ham Paul var en rigtig flink fyr," fortæller den nu 59-årige Sir Paul med et grin.

Du har efter sigende altid arbejdet hårdt, men alligevel har du en munter holdning til jobbet – er det dét, som holder dig i gang?

"Helt klart. Man skal aldrig tage tingene for alvorligt."

I dag har yngre designere svært ved at skabe sig et navn, og moden er i høj grad styret af stærke brands – tror du, at du ville

have været i stand til at starte op på samme måde i dag?

"Det er rigtigt, at konkurrencen er blevet meget hårdere, men jeg tror, at personlighed, individualitet, energi og nysgerrighed altid er meget vigtigt. Forhåbentlig har jeg alle disse kvaliteter, så måske ville jeg være i stand til at opnå samme succes, hvis jeg startede i dag."

Hæmmer det din kreativitet, at du er blevet et megabrand? Når hundredvis af mennesker er afhængige af dig, og en skjorte skal sælge godt både i Japan og i Europa?

"Jeg prøver at designe på samme måde, som jeg altid har gjort, selv om jeg i dag er nødt til at tage flere hensyn – fx ved at integrere enkle, klassiske design med de mere ekstreme ideer."

Savner du nogensinde tiden, da din forretning var mindre?

"En gang imellem kunne jeg ønske, at jeg var mere spontan, men når du har en større forretning, er det svært."

Hvordan ser du fremtiden for dit modehus?

"Jeg håber, at det vil blive ved med at vokse forsigtigt – og samtidigt også have hjertet med."

Du har aldrig sværmet for de kendte – hvorfor ikke?

"Jeg tror, at jeg altid har villet have en forretning, som sælger til alle aldre og mennesker, fordi det er mere naturligt. Jeg tror, at man holder længere på den måde. Mange kendte burde aldrig have fået prædikatet 'kendt' og vil snart blive glemt. Ægte kendisser er en sjældenhed. Hvis nogen af dem havde en mere usædvanlig og flersidet tilgang til branchen, ville de måske klare sig godt."

PAUL SMITH – EFTERÅR/VINTER 2005

Det er godt at være Paul Smith i denne sæson. Det britiske har næsten aldrig været mere 'in vogue', end det er netop nu, og den adlede englænders udtryk passer perfekt i forhold til tidens tendenser: det nålestribede jakkesæt, den farverige skjorte/slips-kombination, de farvede strømper, brogue-sko og overtøjsklassikere. Til denne sæson har han dog peppet det hele lidt op. Den ternede tweedhabit har fået rock'n'roll-læderbukser på, og der er lædervest under velourjakken.



Det virker, som om du er involveret i alle stadier i dit modehus – giver du nogensinde slip?

"I de seneste år har jeg været mindre involveret i ledelsen og den økonomiske side, og i stedet har jeg koncentreret mig om designet. Ikke kun inden for tøjet, men også i forbindelse med nye butikker og showrooms verden over. På de områder har jeg total kontrol."

Hvor og hvornår slapper du af?

"Jeg svømmer hver morgen og tager altid en lang sommerferie. I weekenden holder jeg af at besøge gallerier, museer og gå i biografen."

Hvor foretrækker du at rejse hen?

"Jeg har et hjem i Italien, som jeg elsker og har haft i 18 år. Og så rejser jeg adskillige måneder om året, hvilket jeg nyder i fulde drag."

Har du et motto?

"Tag aldrig noget for givet." **E**



Alt er altid nøje gennemtænkt i Sir Pauls univers – lige fra indretningen til butiksvinduet. "Du har to sekunder til at fasholde folks opmærksomhed, så det skal være lige så effektivt som en reklame," siger han. Her hans butik på Floral Street i London.