



JEAN TOUITOU HAR ÄGNAT DE SENASTE 20 ÅREN ÅT ATT RENTVÄTTA DEN FRANSKA BOHEMLOOKEN. NU HAR HANS KLÄDMÄRKE APC ÖPPNAT SIN FÖRSTA BUTIK I SVERIGE.

Text Agnes af Geijerstam Foto Kacper Kasprzyk

God smak

Att intervjuja APC:s grundare, ägare och designchef Jean Touitou är oväntat nervöst. Förutom att vara mannen bakom de kläder jag närmast dyrkade som 17-åring är han enligt ryktet också en stor skit, som kör med sina anställda och slänger ut kunder ur provrummen när hans vänner ska få kläder. Det visar sig vara rätt ogrundat, speciellt efter ett glas vin i baren på Hotell Diplomat i väntan på att Damernas Värld ska bli klar med honom.

Jean Touitou är i Stockholm för invigningen av APC-butiken på Krukmakargatan och visar sig vara en ganska liten man i sina bästa år, med Wayfarers-glasögon, randig fiskartröja och en lagom dos fransk arrogans bakom orden. Egentligen tänkte han bli lärare, men tröttnade på att försöka prata med störiga ungar och hamnade av en slump i modevärlden. Kenzo och Agnès B följdes av fem år på brittiska Joseph (han "sålde sin själ" för att kunna finansiera APC, säger han).

Sedan dess har det gått tjugo år, och om APC skapades som en reaktion på 80-talets ytlighet och brist på snygga, enkla herrkläder, borde det ha ungefär samma existensberättigande idag.

"Tråkigt", säger vissa. "God smak ända in i sömmarna" skulle nog alla de svenskar som beställt kläder ur postorderkatalogen och vanemässigt besökt butiken på Rue de Fleurus när de är i Paris hävda. Nu blir det lättare. Efter Berlin, New York och sexton stycken i Japan, är alltså Stockholm äntligen begåvat med en egen APC-butik. Inte en dag för sent.

Kanske ligger herrklädernas storhet i att de förvandlar nästan vilken man som helst till en blandning av fransk rockstjärna (se Phoenix) och småskäggig 60-talsintellektuell. Vilket kan vara det bästa utseendet någonsin.

– Jag började designa kläder för att jag ville göra saker till män som inte existerade. På den tiden var allt väldigt, väldigt klassiskt, antingen såg du ut som en banktjänsteman eller en självutnämnd konstnär klädd av någon japansk designer som gjorde dina axlar superbreda eller supersmala som en sorts statement. Jag gjorde enbart herrkläder i tre år, sedan var det rätt enkelt att göra damkläder också.

En anledning till att det gick så lätt var nog att en tredjedel av APC:s herrkläder från början hamnade på kvinnor, det var ungefär samma attraktionskraft som Dior Homme har idag. Grå flanelbyxor, raka otvättade jeans och enkla militärinspirerade jackor har liksom ingen könstillhörighet. Men enligt Touitou är herrkläderna fortfarande svåra.

– Män, män, alla män ser sig själva som riktiga konnässörer. De vet saker. Visar du en kavaj för en man tror de alltid att den måste vara på ett speciellt sätt. Den ska ha Kvalitet, liksom.

HAR DU LYCKATS FÖRÄNDRA NÅGOT UNDER DE 20 ÅR NI GJORT KLÄDER?

– Ja, jag tror faktiskt det. Vi har gjort så många kollektioner, sålt så mycket kläder. Åtminstone när det kommer till jeansen har vi förändrat något [tillsammans med Helmut Lang var APC under början av 90-talet först med minimalistiska jeans i otvättad denim, vilket blev starten på hela designerjeanstrenden]. För kvinnor är det svårare att säga, det är så mycket mer konkurrens, begåvade designers som håller på.

– Men själv föredrar jag att tala om APC som en studio. Designern är bara chefen, ansiktet för märket. Du behöver en grupp för att göra bra kläder. Det krävs så mycket kunskap och inspiration. Jag har vissa anställda som har talang när det kommer till design, andra kan volym eller mönster. Jag är rätt bra på tyger och generell idé, men inte något vidare på att faktiskt skapa en design. Myten om det stora geniet stämmer inte, men det är tyvärr inte speciellt sexigt att tala om kollektivt arbete.

JAG LÄSTE NÅGONSTANS ATT DU INTE TYCKER OM BUTIKER?

– Jag tycker snarare att det finns alldeles för många. Folk köper för mycket dåliga kläder. Det är också därför jag inte vill ha så många butiker själv, postorderkatalogen är bra på det sättet. Den skapar åtminstone ingen visuell miljöförstöring. Men de stora företagen förstör städerna, skapar ett samhälle av engångsartiklar.

– Modet har för mycket makt idag. Jag är 54, och har alltid tyckt det är roligt att titta på kläder. Men nu är det för mycket pengar inblandat. Finansmänniskorna är intresserade av en sak, och det är att sälja väskor i Asien. Marginalerna är ungefär som att deala kokain, vinsten man kan göra är enorm.

FINNS DET INGEN MOTRÖRELSE DÅ?

– Det borde det göra, men det är så svårt för människor ur din generation att starta någonting. Om man för 20, 30 år sedan ville producera en kollektion stickat kunde man åka till Milano, leta upp en liten fabrik och be dem göra 50 tröjor, sälja dem, och sedan komma tillbaka och göra några till. Nu måste man ta planet 12 timmar till Hong Kong, till fabriker som inte gör något i kvantiteter under 5000.

– I vissa städer lyckas människor ha stil ändå, som i Berlin och här, där det finns mycket second hand. Du kan komma runt de stora varumärkena.

APC KÄNNES JU VÄLDIGT "GOD SMAK"...

– Ja, det är intressant det där. Jag kommer ju från Frankrike, men mina kläder säljer alltid bättre norrut. Italienare och spanjorer har aldrig varit intresserade. Men jag är inte rädd för att säga att folk i Italien har dålig smak. Och kineserna. Varför svenskar och indier däremot har god smak vet jag inte. Någonstans är det som med arkitektur, det är inget vetenskapligt men det handlar om en känsla för proportioner. Går man på gatan i Kina är allt fult. Förut var det blått och snyggt, men med en diktator.

DET BEHÖVS NÅGON SOM STYR IBLAND?

– Ja. Jag erbjuder mig härmed att bli diktator i Italien.

APC:s nya butik ligger på Krukmakargatan 24 i Stockholm. www.apc.fr