



STYLIST: EMELY CATHARINA SKJELBRED / HÅR: LOU DARTFORD

VÅGER. Designeren Alex Mattsson er spådd en lysende fremtid. Hans siste kolleksjon, som blant annet er inspirert av teorier om jordens undergang og mayafolkets krigerkultur, har havnet i *Vogue Japan* og diverse britiske magasiner. Kolleksjonen er foreløpig ikke for salg.

DOMMEDAGSDESIGN

Inspirert av mayakalenderen, amerikanske gjenger og profetier om dommedag, leker Alex Mattsson seg inn på den internasjonale motearenaen.

TEKST TINA AASEN FOTO SARAH CRESSWELL
London, England

ALEX MATTSSONS (25) VIDE BUKSER og pastellkjledresser blir lagt merke til. Kolleksjonen «The Sixth Sun» er ikke minst blitt populær i Japan, hvor den er blitt vist i Vogue Homme, og i både den japanske og britiske utgaven av Dazed & Confused. Mattsson er født i Göteborg, men familien flyttet til Norge da han var ett år, og han vokste opp på Frogner i Oslo. I dag har den unge designeren base i London, hvor han spinner futuristiske ideer.

– Inspirasjonen er mayafolkets kalender som er kjent for å være veldig presis. Kalenderen ender i år 2012, i «the era of the sixth sun», og indianerne har spådd store forandringer. Mange har i ettertid tolket endringene som verdens undergang, sier Mattsson.

25-åringen har også lenge vært opptatt av søramerikanske gjenger, som liker å skildre sine forfedres krigkultur gjennom tatoveringer og graffiti.

– Kolleksjonen er en kort fortelling om en meksikansk bikergjeng i fremtidens L.A., som har overlevd denne semi-apokalyptiske forandringen på jorden. Denne gjengen heter «The Sixth Sun», og de følger mayaforfedrenes religion, fordi de innser at kalenderen deres var korrekt, forklarer han.

BESTILT AV LADY GAGA. Klærne var avgangskolleksjonen hans fra mastergraden i herremote ved RCA (Royal College of Art) i London. Den ble først vist ved skoleshowet i slutten av juni i år. Mattsson jobbet for

nordmannen Kristian Aadnevik sommeren 2007. Han fikk hjelp av Aadnevik til å komme inn på RCA, selv om han var for sent ute med å søke. For tiden jobber designeren på den neste reklamekampanjen for Diesel, og er blitt spurt om å lage en minikolleksjon for den britiske popartisten Lady Gaga. Mattsson ble kontaktet av sangerens personlige stylist, Nicola Formicetti, som også er creative director for magasinet Dazed & Confused.

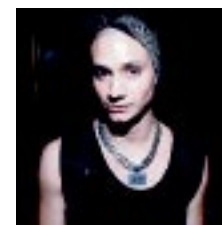
– Jeg har i tillegg jobbet mye for min gode venn og mentor Jean-Pierre Braganza, og er i samtaler med en London-designer om en mulig jobb som seniordesigner. Det er veldig mye spennende som skjer, sier Mattsson.

Den svensknorske designeren har i tillegg til master i herremote, en bachelorgrad i fashion design fra UCA (University for the Creative Arts), Rochester. Hans avgangskolleksjon derfra var inspirert av «Transformer»-roboter. Gjennom oppveksten i Oslo, kombinerte han glødende interesser for snowboard, downhill-sykling, roboter, data og søm.

– Jeg har alltid vært opptatt av klær, og ville bli designer fordi jeg ikke hadde råd til å kjøpe dyre designklær, flirer han.

SUPEREGO. Men Mattsson var mer opptatt av konstruksjonen av en high-tech Helly Hansen-jakke enn den siste kolleksjonen til Alexander McQueen. »

ALEXANDER MATTSSON



FØDT i Göteborg i 1984. Flyttet til Oslo i 1985. Vokste opp på Vinderen og Frogner.

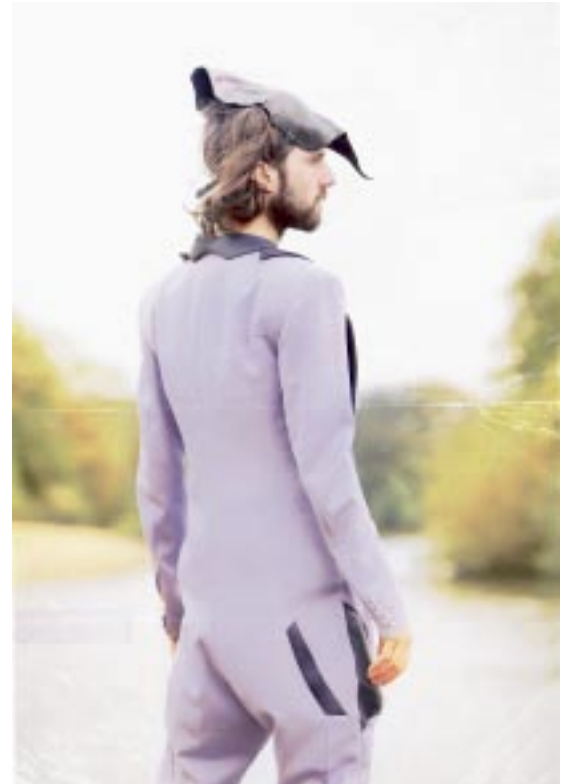
BACHELORGRAD i fashion design ved University for the Creative Arts (UCA). Master i herremote fra Royal College of Art (RCA). Assistent for Kristian Aadnevik i 2007.

AVGANGSKOLLEKSJONEN hans, «The Sixth Sun», er vist i Vogue Homme Japan to ganger, Dazed & Confused Japan to ganger og i Dazed & Confused UK og POP Magazine UK, i tillegg til i flere moteblogger.

JOBBER NÅ med en reklamekampanje for Diesel.

Jeg tror databasert design vil tilrettelegge for innovasjon og kreativitet i designeryrket i fremtiden

ALEX MATTSSON designer



HERREMOTE. Kolleksjonen «The Sixth Sun» handler om de overlevende etter dommedag – tøffe typer i lilla kjeledress.

» - Det er den vinkelen på mote som drev meg i retningen av herremote, der funksjonalisme er blandet med design, komfort og troverdighet. Jeg tilhører også en ny designergenerasjon hvor det meste er gjort på data. Verktøyet åpner for nye muligheter. Jeg tror databasert design vil tilrettelegge for innovasjon og kreativitet i designeryrket i fremtiden, spår Mattsson.

Drømmen er å ha eget klesmerke før han fyller 30, men han har ellers ingen konkrete planer.

- Jeg har sett mange designere starte eget firma altfor tidlig. Det kan ha store konsekvenser å etablere seg på egenhånd uten å ha den rette erfaringen, mener han.

Mattssons kreasjoner er foreløpig ikke for salg. Om han laget klær for salg i dag, ville de vært en utvan-

net og destillert versjon av Maya-kolleksjonen, med en mer realistisk pris og funksjonalitet.

Mattssons største forbilder er Thierry Mugler, Nicolas Chesquiere og Jean-Pierre Braganza, og han sier klærne delvis reflekterer egen personlighet og stil:

- Jeg bruker å si at jeg designer for mitt alter ego. En slags superversjon av meg selv. **D2**