

#MARGARET QUALLEY'S

S'ENVOLE POUR #KENZO WORLD



KENZO GAMME

Carol Lim et Humberto Leon, directeurs artistiques de KENZO, insufflent leur vision de la mode dans leur tout premier parfum. L'élégante Margaret Qualley s'embrase sur un rythme effréné dans sa robe verte flamboyante, et n'hésite pas à plonger tête la première dans ses rêves, avec pour objectif : la lune. Dans une série d'allers-retours saccadés dans les couloirs, elle livre une performance captivante, chacun de ses mouvements exultant une énergie explosive, à l'état brut.

#Margaret Qualley's exultant for #KENZO WORLD KENZO's artistic directors Carol Lim and Humberto Leon breathe their vision of fashion into their first fragrance. Margaret Qualley exudes elegance while moving to a diabolical tempo in a flamboyant green dress. She aims for the moon and dives head first into her dreams. With a cavalcade of back ips through a series of corridors, she gives a bold performance that captivates with each move, exuding raw, provocative energy.



BTS KENZO WORLD

Attitude Luxe — Qu'est-ce que la marque KENZO World évoque pour vous ?

MQ — Je pense que le « monde de Kenzo » est vraiment cool. Tous les projets de Carol et d'Humberto sont audacieux et originaux. J'ai été ravie de prendre part à l'un d'entre eux.

AL — Pensez-vous que KENZO World prenne une toute nouvelle dimension féminine, peut-être la vôtre ? Est-ce qu'il s'agit avant tout de vous et du parfum ?

MQ — Je crois que la publicité est surtout amusante parce qu'elle ne ressemble à aucune autre publicité pour un parfum. Elle est dingue et un peu loufoque. J'ai adoré travailler avec Spike. C'est la personne la plus créative que je connaisse.

Attitude Luxe — *What does the brand KENZO World evoke for you?*

MARGARET QUALLEY'S — *I think the Kenzo World is so cool. All of Carol and Humberto's projects are so daring and original. I was thrilled to be a part of one.*

AL — *Can you define KENZO World in a new femininity and maybe your own? Is it all about you and the perfume?*

MQ — *I think the commercial is so fun because it's unlike any other perfume commercial. It's really wild and zany. I loved working with Spike so much. He is the most creative person I have ever met.*

AL — Parlez-moi des expressions de votre visage et des mouvements de votre corps pendant le tournage avec Spike Jonze.

MQ — Ryan Heffington est un chorégraphe ultra-talentueux, et c'est quelqu'un avec qui il est très agréable de travailler. Nous avons eu cinq jours de répétitions avec Spike et Ryan, pendant lesquels nous avons fait des essais, et assemblé des morceaux bout à bout.

AL — Qu'avez-vous pensé de cette campagne publicitaire avec Spike Jonze?

MQ — J'ai auditionné pour Spike à New York et il m'a exposé les grandes lignes de son idée. Ensuite, j'ai dansé un peu partout dans son appartement, comme une dingue. Je me suis dit : soit il pense que je suis complètement folle, soit j'ai décroché le rôle.

AL — Combien de temps a duré le tournage, et où a-t-il eu lieu?

MQ — C'était à l'opéra Dorothy Chandler Pavilion, à Los Angeles, et ça a duré quatre jours.

AL — Avez-vous un idéal de beauté?

MQ — Mes parents.

AL — Qu'est-ce qui vous touche particulièrement dans cette campagne publicitaire?

MQ — J'ai une amie qui m'a dit qu'elle tenait beaucoup à ce que sa fille de sept ans voit la publicité. Ça m'a énormément touchée.

AL — Qu'est-ce qui vous attire dans un parfum, et pourquoi?

MQ — J'aime quand ça sent bon !

AL — À quels souvenirs affectifs associez-vous le parfum KENZO World?

MQ — À l'excitation de travailler avec des personnes géniales ! Et à l'épuisement que j'ai ressenti à force de grimper les escaliers. « Quand on pense à des publicités pour des parfums, on s'imagine une jolie fille avec un flacon. Cette vidéo représente tout le contraire. Elle multiplie les facettes et elle est différente. Elle surprend véritablement le spectateur ».

AL — Parlez-moi du tournage et de la collaboration avec Spike Jonze.

MQ — C'était hyper amusant. Je n'ai jamais eu autant confiance en quelqu'un.

AL — *Tell me more about your face expressions and body gestures during the shoot direct by Spike Jonze.*

MQ — *Ryan Heffington was the choreographer. He is super talented and fun to work with. There was a five-day rehearsal period with Spike and Ryan where we just played around and pieced things together.*

AL — *What is your vision of the advertising campaign with Spike Jonze?*

MQ — *I auditioned for Spike in New York and he told me his basic concept. And then I danced around his apartment like a maniac. I figured he either thought I was a complete psycho or I got the job.*

AL — *How long did the shoot take place and where did it take place?*

MQ — *Four days at the Dorothy Chandler Opera House in Los Angeles.*

AL — *Do you have a beauty icon?*

MQ — *My dad, My Mom.*

AL — *What particularly touches you about the advertising campaign?*

MQ — *My friend who is a mom told me that she really wanted her seven-year-old daughter to see the commercial. And that meant a lot to me.*

AL — *Why and how does a fragrance appeal to you?*

MQ — *When it smells good!*

AL — *What strong emotional memories do you associate with the KENZO World fragrance?*

MQ — *Excitement from working with these super cool people! And exhaustion from running up those stairs! "When we think about perfume campaigns, we think about a pretty girl with a bottle. This clip is exactly the opposite. It's very multi-faceted and different; it takes the spectator by surprise."*

AL — *Tell me about the shoot and collaborating with Spike Jonze.*

MQ — *It was so fun. I've never trusted someone as much as I trust him.*

AL — *How was it working with the KENZO brand?*

MQ — *Such a blast. They were so easy going and cool. A lot of times there are a too many cooks in the kitchen in projects like this. But they just trusted Spike of course. So it was really spontaneous and fun.*

AL — *What do you like the most about being a KENZO World face?*

MQ — *I just feel so lucky to have worked with these awesome people.*

AL — *What are your secrets for being healthy and slim?*

MQ — *Dancing!*



ÉTUI 50 ML

AL — Qu'avez-vous pensé de votre collaboration avec la marque KENZO?

MQ — Je me suis éclatée. Ils étaient vraiment cool et détendus. Pour ce genre de projets, il y a souvent beaucoup trop de chefs en cuisine. Mais tout le monde faisait confiance à Spike, donc ça restait spontané, et drôle.

AL — Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans le fait d'être une égérie mondiale pour KENZO World?

MQ — J'ai beaucoup de chance d'avoir pu travailler avec des personnes aussi géniales.

AL — Comment faites-vous pour rester mince et en forme?

MQ — Je danse !

AL — Quelles sont vos destinations préférées?

MQ — En ce moment, je passe Noël en famille dans le Montana. En fait je suis dans la voiture, en route pour faire du snowboard, et j'ai vraiment hâte d'y être.

AL — Qu'est-ce que vous aimez le plus dans votre travail?

MQ — Pouvoir vivre la vie d'autres personnes. Apprendre de nouvelles choses. Me mettre dans la peau des gens sans avoir à en subir les conséquences.

AL — Quand avez-vous démarré votre carrière de mannequin? Et d'actrice?

MQ — J'ai commencé le mannequinat à 16 ans. Mais cela n'a duré que six mois environ. Je n'étais pas très douée, et ça ne me plaisait pas particulièrement. Donc j'ai laissé tomber. J'ai pris mon premier cours de théâtre à 17 ans. J'ai rejoint le casting de The Leftovers à 18 ans.

■ Propos recueillis par Farouk CHEKOUFI

THE CREATIVE TEAM TALKS ABOUT KENZO WORLD

Francis Kurkdjian "The nose"

"Ambroxan gives the flowers the enticing quality that we need to forget them as such. It's a bit like the sfumato in the paintings of Leonardo da Vinci, when you juxtapose two colors. Ambroxan has this fascinating power. It acts like the fog, when the mist blurs the contours of things all around, and we only recognize their hazy outline."

Spike Jonze "The American movie director"

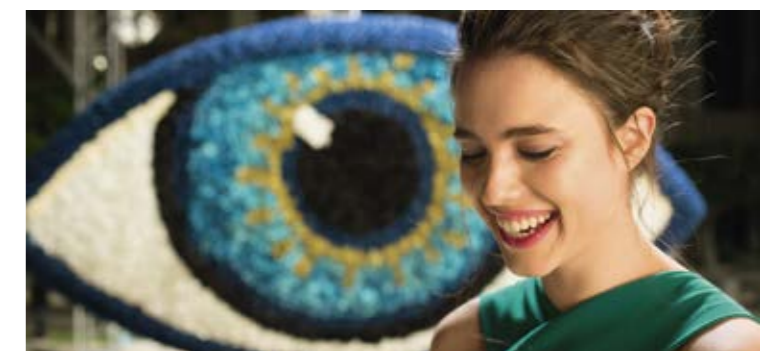
"The way Humberto, Carol, and I make stuff together is very loose. They gave me so much room. The way we work is incredibly casual for being such a big company."

Ryan Heffington "The choreographer"

who has shown his talent with clips (Sia—"Chandelier"), as well as at runway shows and on TV series, has managed to make Margaret Qualley's exultant bodily expression as spectacular as it is spontaneous.

Carol Lim and Humberto Leon, "The creative directors"

"The KENZO girl inhabits the present, like right now. She's not nostalgic at all. She likes movement and speed and the way things shift and slide and collide in real time. She's never blasé, always enthusiastic. She stands out from the crowd."



BTS KENZO WORLD

AL — *What are your favorite trips?*

MQ — *I'm in Montana with my family right now for Christmas. I'm actually in the car on my way to go snow boarding which I'm pretty excited about.*

AL — *What is the best part of your job?*

MQ — *Getting to live other people's lives. Learning about new things. Walking in other people's shoes. And not suffering the consequences.*

AL — *When did you start modeling? Acting?*

MQ — *I started modeling when I was 16. But it only lasted six months or so. I wasn't very good at it. And didn't like it. So I quit. And then I took my first acting class at 17. And starting the leftovers when I was 18.*

L'ÉQUIPE ARTISTIQUE, À PROPOS DE KENZO WORLD

Francis Kurkdjian, « Le nez »

« L'ambroxan confère aux fleurs la qualité enveloppante nécessaire pour qu'elles se fassent oublier. C'est un peu comme le principe du sfumato, une technique utilisée par Leonard de Vinci qui consiste à juxtaposer deux couleurs. L'ambroxan possède cette qualité fascinante. Il crée comme un brouillard, un effet vaporeux qui floute les contours des objets, dont on ne peut plus distinguer que les formes imprécises. »

Spike Jonze, « Le réalisateur américain »

« Humberto, Carol et moi faisons les choses de manière très libre. Ils m'ont permis de m'exprimer pleinement. Notre manière de travailler est étonnamment décontractée, pour une entreprise de cette envergure. »

Ryan Heffington, « Le chorégraphe »,

qui s'est déjà illustré grâce à des clips vidéo tels que « Chandelier » de Sia, mais aussi lors de défilés de mode ou pour des séries TV, a réussi à capturer l'expression corporelle exaltante de Margaret Qualley, pour la rendre aussi spectaculaire que spontanée.

Carol Lim et Humberto Leon, « Les directeurs artistiques »

« La fille KENZO incarne le présent, l'instantanéité. Elle n'est en rien nostalgique. Elle aime le mouvement, la vitesse, la manière dont les objets se déplacent, glissent et s'entrechoquent sous ses yeux. Elle n'est jamais blasée, toujours enthousiaste. Elle se démarque totalement. »