

THE RED CARPET ISSUE



arte
LIFESTYLE
52' & 60'



Director(s) / Réalisateur(s)

Olivier NICKLAUS

Coproducer(s) / Coproducteur(s)

LALALA PRODUCTIONS in association with / en association avec CANAL+ / SUNDANCE CHANNEL /AVRO / BETV / RTBF

Format

52' & 60', 2010

Version(s)

French - English / Français - Anglais

Rights / Droits

TV, VOD / TV, VOD

Territory(ies) / Territoire(s)

Worldwide except the USA, English-speaking Canada, The Netherlands, French-speaking and Dutch Belgium and France for TV rights / Monde hors USA, Canada anglophone, Pays-Bas, Belgique francophone et néerlandophone et France pour les droits TV

THE RED CARPET ISSUE

This is a witty and humorous documentary program about this cultural and sociological phenomenon that is not only changing fashion, but also the medias and the entertainment industry.

It shows how and why medias and the fashion industry have become obsessed with the red carpet ceremony. Who wears what? Who is the best looking? Who styled one's look? « No matter what you do, it's your gown that matters ».

TV shows, magazines and sites all over the Internet have turned a specific and restricted ceremony into a popular phenomenon, a subculture with its insiders, its columnists, its crispy anecdotes and, of course, its stars. Some of them are better known for their red-carpet looks than for their career (let's think of Lindsay L., Mischa B.) and personal stylists are now masters of the game.

But the red carpet is also a multi-million dollars business: designing gowns ready to go on the carpet is now the only target for many luxury brands. The ultimate goal: the right dress worn by the right actress for the right occasion. If the combination works, pictures of the dress will be seen in every magazine, every blog, everywhere. And of course, that is good publicity.

In this business, let's not forget actresses and singers who try hard to have the perfect look on the red carpet, not just to please their fans but also, and more important, to attract the attention of CEOs and become the new face of a brand's advertising campaign. And of course, that is good money.

Featuring interviews with :

- Fashion designers: Roberto Cavalli, Dolce & Gabbana, Marc Jacobs, Valentino, Donatella Versace, Christian Audigier, Karl Lagerfeld,
- Talents (actresses, actors, models, singers): Halle Berry, Marion Cotillard, Catherine Deneuve, Nicole Kidman, Diane Kruger, Lindsay Lohan, Sharon Stone, Dita Von Teese, Tilda Swinton,
- Personal stylists: Rachel Zoe, Lz'wren Scott,
- Fashion press: Andre Leon Talley (Vogue), Anne Slowey (Elle USA), Joe Zee (Elle USA), Amy Astley (Teen Vogue)

TAPIS ROUGE

Sur un mode léger et drôle, ce documentaire montre comment la fascination des medias pour la cérémonie du tapis rouge (réservée aux avant-premières, inaugurations et autres événements mondains) a généré sa propre sous-culture (avec ses vedettes plus connues pour leurs apparitions sur des tapis rouges que pour leur carrière, ses photographes, les chaînes de télévision et les journaux qui y sont exclusivement consacrés).

Mais le tapis rouge est également devenu une industrie à part entière qui est en train de changer non seulement le monde de la mode mais aussi l'industrie du divertissement.

C'est ainsi qu'aujourd'hui plus aucune marque de luxe ne peut faire de collection de vêtements sans penser au désormais sacro-saint tapis rouge, seul garant d'une visibilité mondiale.

De même, le tapis rouge devient pour une comédienne ou une chanteuse, le lieu incontournable pour être vue et attirer d'éventuels annonceurs qui en feront l'égérie de leur marque, ce qui, à l'heure du piratage et de la crise économique, constitue une source de revenus souvent plus intéressante que les disques et les films.

Tourné à Cannes durant le Festival, à Los Angeles et à New York, ce documentaire s'appuie sur des entretiens avec des couturiers (dont Roberto Cavalli et Karl Lagerfeld), des comédiennes (dont Monica Bellucci), le réalisateur James Gray, des journalistes de mode ou encore des sociologues qui nous éclairent sur la puissance, économique et symbolique, de la mode et le devenir people de notre société.

www.artepro.com/sales

arte