



Collection automne-hiver 2012/2013



Alessandro Sartori,  
directeur artistique de Berluti

# EN GRANDE POMPE

## Naissance d'un prêt-à-porter Berluti

Par Laurent Dombrowicz

**En juin 2011**, LVMH annonce la naissance d'une griffe, ou presque. Berluti, bottier depuis 1895, habillera l'homme contemporain des pieds à la tête. Pietro Beccari et Antoine Arnault, président et directeur général de Berluti, annoncent aussitôt la nomination d'Alessandro Sartori au poste de directeur artistique. Le pari est ambitieux, mais le groupe compte davantage sur le savoir-faire et sur le marketing que sur la renommée de cet Italien, venu de Z Zegna, qui se doit de traduire les codes de la chaussure masculine classique dans un univers complet. Il s'agit aussi de se faire une place dans un segment qui attire de plus en plus une clientèle asiatique aisée et dont l'exigence et les goûts évoluent différemment de la gent masculine européenne ou américaine. Outre Zegna, ce sont évidemment Hermès, Bottega Veneta ou même Dunhill et Tom Ford que Berluti entend concurrencer sur le terrain du grand chic. Héritage et modernité sont donc au cœur de ce challenge. Rencontre avec Alessandro Sartori.

**Citizen K International:**  
Quel est votre formation?

**Alessandro Sartori:** La fusion du design et du sartorial m'a toujours fasciné. Mes moteurs sont la recherche d'une élégance intemporelle et la définition d'un style personnel.

**CKI:** Comment avez-vous envisagé un prêt-à-porter pour une marque qui n'en avait pas?

**AS:** Berluti, avec ses 118 ans d'histoire, a un héritage et une clientèle assez larges pour être une source d'inspiration en soi. Nos réflexions sont toutes basées sur cela, et seule l'habileté des meilleurs

tailleurs est à la hauteur de cet enjeu.

**CKI:** Comment pensez-vous amener un supplément d'âme au-delà du savoir-faire lié à la griffe?

**AS:** Par la conquête de nouveaux territoires dans l'expression de cette excellence. Dans la construction des vêtements autant que dans la technologie la plus avancée concernant la recherche textile.

**CKI:** Avez-vous des sources d'inspiration liées à l'art, la musique?

**AS:** Oui, absolument. Historiquement, cela a du sens pour la marque car elle a été associée aux artistes à travers tout le xx<sup>e</sup> siècle.

**CKI:** Quelles sont, selon vous, les pièces fétiches du vestiaire Berluti?

**AS:** Le mocassin *Andy*, qui fête d'ailleurs ses 50 ans, le bottillon *Brunico*, la veste de cuir patinée à la main et le jean "tailleur" sont quelques-uns de ses éléments clés.

**CKI:** Comment imaginez-vous l'homme qui va les porter?

**AS:** Comme un homme extrêmement élégant mais qui vit son allure sans tapage. Il est cultivé tant dans sa manière d'être que dans la manière de s'habiller. À lui de s'approprier nos créations de façon intemporelle. —