

## Gaia Trussardi relève le gant.

Texte et stylisme, LAURENT DOMBROWICZ – Photos, MARCO FALCETTA  
Maquillage, GIOVANNI ERROI – Coiffure, CHIARA GUIZZETTI

Elle aurait pu se contenter d'être la jolie héritière, la DJ que l'on s'arrache et la it girl du tout Milan. Au fond, personne ne lui aurait reproché d'assumer ces trois rôles avec une relative désinvolture. Trussardi, comme la plupart des grandes maisons italiennes, est une vraie histoire de famille avec une valeur dynastique extrêmement importante. Gaia Trussardi, directrice de création de la mai-

son du même nom, est bel et bien la femme de la situation. Une ganterie fondée en 1911 devenue véritable griffe de mode, connue dans le monde entier pour son travail du cuir et symbolisée par un élégant lévrier, est aujourd'hui confrontée au challenge de la modernité et de l'incarnation nécessaires non seulement à son expansion mais tout simplement à sa survie. Rencontre stylée.

### Citizen K International:

**De nombreuses griffes de mode italiennes, parmi les plus importantes, ont aujourd'hui une femme à la tête de la direction artistique. Dans un pays réputé comme machiste, est-ce que cela a un impact et une signification particulière pour vous ?**

**Gaia Trussardi :** Je ne crois pas que le travail de direction créative dépende du fait que ce soit un homme ou une femme. Ce sont différents facteurs comme l'expérience, la vocation artistique, les intérêts, les passions, les émotions qui font les spécificités... Je crois que la mode est peut-être l'un des seuls secteurs où l'on peut trouver une forme d'égalité entre hommes et femmes concernant les responsabilités, le pouvoir ou le salaire. J'espère que cela va rapidement gagner les autres secteurs d'activité, en Italie et dans le reste du monde.

**La mode italienne est souvent une histoire de famille, voire une saga. Comment expliquez-vous cela ?**

Effectivement, d'ailleurs c'est souvent un cas d'étude dans les universités américaines. De manière banale, le facteur de motivation est suffisant pour l'expliquer. Être actionnaire et manager, en plus d'être propriétaire depuis des générations, créé des liens et des objectifs communs implicites. De mon point de vue, je crois que travailler avec sa propre famille est une valeur ajoutée. Spécialement aujourd'hui où la mode est souvent liée à de grands groupes et à des fonds financiers.

**Entre votre vie de directrice artistique et votre dimension de socialite/it girl, comment répartissez-vous les priorités ? Entre la partie représentation et la partie purement créative ?**

Ma priorité a toujours été ma famille, mes enfants à qui j'essaie de dédier la majeure partie de mon temps. Il suffit en fait de trouver le juste équilibre entre le travail, les engagements et la

vie privée. Pour moi, c'est un processus quasi spontané vu que j'ai grandi dans l'entreprise en observant mes parents travailler. Cela vaut d'ailleurs aussi pour mes enfants qui viennent souvent me voir au bureau et avec qui je discute de nouveaux projets. Leur maturité m'étonne et j'apprends chaque jour davantage à leur contact.

**Comment voyez-vous la femme moderne Trussardi ? Et à quel point cette femme vous ressemble-t-elle ?**

La femme Trussardi est une femme à l'intelligence rapide, créative et éclectique. Une femme dynamique et sophistiquée qui aime voyager et être en contact avec la nature. Son élégance est naturelle, innée. Elle se reflète autant dans son attitude que dans sa garde-robe. Je crois que je ressemble à cette femme, ou du moins je tends naturellement à être ainsi. Je transmets dans mes créations mon style et ma personnalité.

**Vous semblez très réceptive aux ambiances liées aux voyages ainsi qu'à la littérature. Comment nourrissez-vous chaque collection ?**

Mon univers est composé de tout ce qui représente une forme d'expression créative et culturelle, au-delà de la mode. Il s'agit de créer des langages qui unissent des univers et des disciplines, de mettre en place des synergies. Il est fondamental pour moi de créer du contenu à dimension culturelle. Mais souvent, ce processus est beaucoup plus spontané qu'organisé.

**En quoi le processus de création d'une collection femme est-il différent de celui d'une collection homme ? Comment vivez-vous ces différences ?**

Le processus créatif est en réalité le même. Les différences se trouvent évidemment dans les inspirations qui peuvent se refléter par exemple dans le choix des tissus. Je suis néanmoins à la recherche des mêmes valeurs et des mêmes codes stylistiques : dy-

namisme et éclectisme, tradition et contemporanéité.

**Pour vos collections, le moment du défilé est-il davantage une mise en spectacle d'une collection ou le moyen de l'incarner ?**

Cela dépend de l'intention et du contenu véhiculé dans la mise en scène. Ce sont des artifices esthétiques visant à la même fin, celle de créer un spectacle. La mise en scène n'est pas un but en soi mais le véhicule d'un contenu.

**Qu'y a-t-il de typiquement italien dans la griffe Trussardi et dans votre travail ? Qu'est-ce qui en fait une vraie marque italienne ?**

Je crois profondément dans la force du *made in Italy*. Mais en réalité, plus qu'une appellation d'authenticité, les gens sont fascinés par le style de vie italien. Chez Trussardi, notre objectif est de transmettre au consommateur final non seulement la beauté d'un produit, mais une identité, un goût. Celui d'une famille italienne avec une histoire et une tradition plus que centenaire ●

Le carnet d'adresses  
de Gaia Trussardi

**BOLLETTINI** (fleuriste)

**BLUE NOTE** (concerts de jazz)

**DROGHERIA BRAMBILLA**  
(thé, café, cacao, épices)

**CAFFÈ ET RISTORANTE  
TRUSSARDI ALLA SCALA**

**PETIT**  
(restaurant sur le pouce  
qui reproduit l'ambiance des bistrot français)

**PETTINAROLI**  
(atelier de typographie qui existe depuis 130 ans)

**ANTIK ARTE E SCIENZA**  
(magazine avec les plus belles antiquités)

**CORTILE DI PALAZZO LURASCHI**  
(cour avec des colonnes de marbre  
provenant de Lazzaretto dei Promessi Sposi  
et 12 bustes des protagonistes  
de l'opéra de Manzoni)

Chemise et pantalon  
twill imprimé  
Prince-de-Galles,  
bottines cuir,  
wTRUSSARDI



“  
Les gens sont fascinés  
par le style de vie  
italien  
”