

Saverio Palatella, Corporate

Pascale Mattei, Redattori/Stylist



POINTS CHAUDS



LE DÉFILÉ GIANFRANCO FERRÉ LORS DE LA SEMAINE MASCULINE DE MILAN. La plupart des créateurs milanais ont puisé dans leurs archives.

Des défilés sobres et rigoureux

L'homme a révisé ses classiques à Milan

La mode masculine change de cap. Les hommes, qui, ces dernières saisons, ont pu jouer avec les styles et les tendances, vont revenir à un vestiaire plus traditionnel. L'automne-hiver prochain, qui vient de défilé à Milan, sera ainsi rigoureux, sobre, voire classique, avec des tenues que les créateurs eux-mêmes qualifient volontiers de «portables». La plupart d'entre eux ont en effet pioché dans leurs archives pour redonner un souffle au secteur, plutôt mis à mal par la crise en 2009. On parle d'histoire, d'héritage, de patrimoine, voire d'Adn, pour qualifier ces collections qui font la part belle aux indispensables, comme le smoking, le costume souvent dépareillé, la maille fine ou le pull en grosse laine, et remettent en scène de grands classiques comme le manteau. Pour le plaisir des yeux, *Barberr Prorsum* a organisé ainsi une véritable parade de manteaux, tandis que, pour *Gianfranco Ferré*, ses directeurs artistiques, Tommaso Aquiloni et Roberto Rimondi, ont proposé de grandes pièces amples et confortables qui descendent à la cheville.

Les créateurs ont remonté le temps, tout en repropoant tous les codes de la garde-robe masculine : l'aristocrate, le militaire, en passant par le sportif, le rockeur maudit ou inspiré, voire le travailleur (la combinaison de mécano et la chemise de bûcheron canadien ont des adeptes) ou le noceur, se sont bousculés sur les podiums. *Prada* évoque le début des années 60, avec

des pantalons étroits au pli bien marqué et des pulls écriqués posés sur une chemise. Et *Jil Sander* devient plus conventionnel, avec ses costumes droits, simplement animés par des découpes et des empiècements posés sur les hanches. La palette explore le gris des villes et le marron de la campagne. Le noir s'impose assorti à des nuances de vert et, parfois, une teinte plus vive, un vert fluo glissé sous une doublure (*Emporio Armani*) ou des éclaboussures de sang sur le col d'une chemise (*D Squared*).

La sobriété du style va de pair avec celle des présentations. L'heure n'est plus aux festivités débridées, certaines griffes (*Moschino*, *Trussardi*) ont même renoncé aux défilés, préférant de simples présentations, moins coûteuses. Tandis que *Missoni* a préféré descendre dans la rue, organisant une promenade de mannequins dans le centre-ville. Et même *Dolce & Gabbana*, qui fêtait ses vingt années de présence dans la mode masculine, et *Ermenegildo Zegna*, qui célébrait son centenaire, ont préféré laisser parler le produit. Le premier avec une collection de 93 modèles clairement inspirés par sa Sicile natale, de l'ouvrier au paysan, en passant par le bourgeois endimanché, avec son costume noir, sa chemise immaculée et sa fine cravate sombre. Le second avec une ligne urbaine et confortable qui met en évidence les belles matières.

PASCALE MATTEI, A MILAN ●

Borletti lorgne sur Ittierre

Le dépeçage d'It Holding a commencé

ALORS que leur vente devrait débiter dès ce mois de février, les prétendants au rachat des différentes filiales et entités du groupe *It Holding* commencent à sortir de l'ombre. Le groupe *Borletti*, copropriétaire des grands magasins *Rinascenza* et *Printemps*, a officiellement annoncé son intérêt pour *Ittierre*, la filiale la plus importante de *It Holding* et qui constitue son bras industriel spécialisé dans la production et la distribution des lignes d'habillement jeune des créateurs. «*Ittierre a un savoir-faire unique*, a expliqué le président de *Borletti*, Maurizio Borletti, et nous connaissons de nombreuses marques qui souhaiteraient développer des lignes d'habillement dans ce secteur.»

L'homme d'affaires italien, qui, ces dernières semaines, avait également tenté sa chance (sans succès) auprès de *Christian Lacroix* et d'*Escada*, n'est pas le seul sur les rangs. Depuis l'annonce de la mise en vente, en septembre dernier, des différents actifs d'*It Holding* (*Ittierre*, *Gianfranco Ferré* et *Malo*), une soixantaine de prétendants se seraient manifestés. Dans l'entourage des administrateurs judiciaires chargés d'organiser le démantèlement du groupe, on évoque des fonds d'investissement, tel *Orlando Italy*, et des groupes industriels. Pour *Ittierre*, on parle notamment du consortium *Athena*, un pool d'entrepreneurs (pour la plupart des fournisseurs de *It Holding*) mené par le jeune industriel italien Davide Colangelo, en partenariat avec des investisseurs.

Il est vrai qu'*Ittierre* semble avoir renoué avec un rythme de croisière. Au cours des derniers mois, le groupe a ainsi signé plusieurs accords de licence, renouvelant notamment les ententes avec *Just Cavalli* et *Cin'c Costume National*. On remarque aussi le lancement réussi, la semaine dernière, de la nouvelle collection signée *Galliano*, dans le cadre des défilés masculins de Milan. Tandis que les début



MAURIZIO BORLETTI, PRÉSIDENT DU GROUPE BORLETTI (RINASCENZA ET PRINTEMPS). Il est candidat au rachat d'Ittierre, le bras industriel d'It Holding. Frank Buryko / Journal du Textile

en féminin d'*Ermanno Ermanno Scervino* sont programmés pour la prochaine édition des défilés féminins de Milan.

Les détails pratiques sur l'organisation de la vente au mieux-disant de *Gianfranco Ferré* et d'*Ittierre* sont encore en phase de définition. En revanche, la partie est quasiment jouée pour *Malo*, qui sera le premier à quitter le giron de l'ex-empire *It Holding*. Les administrateurs judiciaires ont reçu une dizaine d'offres, toutes italiennes, dont l'une provient des actuels dirigeants de la marque, qui s'est offert un véritable lifting ces derniers mois. *Malo* va revenir à ses origines, la maille de luxe en cachemire, et la création a été confiée au créateur Saverio Palatella, spécialiste du secteur. En 2009, la marque a réalisé un chiffre d'affaires de 31 millions d'€.

P.M. ●

Avec la marque N°21

Alessandro Dell'Acqua se relance en solo

LE créateur italien Alessandro Dell'Acqua revient sur la scène internationale. Orphelin de son propre nom, qui appartient au groupe *Borbonese*, il va lancer une nouvelle ligne d'habillement féminin et de chaussures baptisée *N°21*. La première collection, qui portera sur l'automne-hiver 2010-11, sera présentée pendant la prochaine édition des défilés féminins de Milan. Elle sera produite par l'entreprise italienne *Vaprio Stile*, déjà partenaire de marques comme *Karl Lagerfeld*, tandis que la distribution sera assurée par *Studiozeta* pour l'habillement et par *Bonini Showroom* pour les chaussures.

Avec ce nouveau projet, totalement autofinancé, Alessandro Dell'Acqua souhaite conquérir en priorité les marchés européens, la Russie et le Japon. *N°21*, chiffre porte-bonheur du créateur, déclinerait 80 modèles, qui respecteraient le style sensuel et ultraféminin du créateur. Pensée pour accompagner la femme durant la journée, la collection fera la part belle aux

petites pièces facilement portables et à la maille. «Avec un rapport qualité-prix très compétitif», assure le créateur.

Alessandro Dell'Acqua avait lancé sa propre marque il y a une quinzaine d'années. Celle-ci a été rachetée en 2003 par un pool d'investisseurs qui détenaient déjà la marque *Borbonese*. Le créateur a à son actif de nombreuses collaborations auprès de différentes marques italiennes : il a ainsi été successivement directeur de la création de *Les Copains*, de *Borbonese*, de *Malo* ou encore de *La Perla*.

P.M. ●



LE CRÉATEUR ALESSANDRO DELL'ACQUA. La première collection N°21 est lancée sur le marché pour la prochaine saison d'hiver 2010-11. Vittorio Zunino Celotto / Getty Images