

DÉCRYPTAGE

PATINE ARTISTIQUE

Alors que l'ère des sneakers touche à sa fin et que la chaussure revient en force, visite, en Italie, chez les virtuoses de Berluti.

Par Astrid Faguer
Photographe: Lucien Lung

Fin 2019, dans une interview parue dans le magazine de mode britannique *Dazed*, Virgil Abloh prédisait la mort du streetwear. Cinq ans plus tard, les observateurs lui donnent raison. Les collections masculines présentées aux fashion weeks de Londres, Milan et Paris font état d'un retour au formel. Avec des vêtements à la fois plus classiques et plus pragmatiques. Côté accessoires: les baskets s'effacent peu à peu au profit des mocassins, des richelieus, des derbies et autres chaussures de ville. «*Le streetwear est mort, le tailoring refait surface sur les podiums. Il y a moins de frénésie autour des "drops" de la marque Supreme et le marché secondaire des baskets a connu un gros essoufflement à partir de la fin d'année 2022, résume Alexandre Pauwels, auteur de Sneaker Obsession. La crise a modifié les habitudes des consommateurs qui se replient sur des valeurs refuges.*»

CONFORTABLES ET À LA POINTE DE L'ÉLÉGANCE

Des années streetwear reste le goût du confort, un impondérable à l'heure où l'OMS préconise 10 000 pas par jour pour rester en forme. C'est sur cette double équation que planchent les artisans de Berluti (groupe LVMH, propriétaire des *Echos*). Ou comment fabriquer des souliers désirables qui répondent aux attentes de l'époque: entre le chaussant ultraconfortable et la silhouette d'une élégante chaussure de ville.

C'est au sud de Ferrare, en Émilie-Romagne, que la marque de luxe parisienne a établi sa manufacture en 2015. Un bâtiment aux allures de grosse boîte à chaussures, à la façade recouverte de lamelles de cèdre rouge, imaginé par Barthélémy Griffo Architectes. «*Le choix de ce bois n'est pas un hasard, c'est un matériau qui s'autoprotège et, surtout, se patine. Un clin d'œil à Berluti, et à la célèbre patine de ses souliers, connue pour sa profondeur et sa transparence*», rappelle le directeur développement produit et industrialisation qui assure la visite.

Le bâtiment se déploie sur 8 000 m² avec, au centre, une grande pièce ouverte baignée de lumière où trônent les souliers stars de la maison comme le richelieu Alessandro ou le mocassin Andy. Un atrium dessert au rez-de-chaussée

les ateliers de coupe, de montage et de production. Au mur, une frise reprend l'histoire de Berluti: création de la maison à Paris en 1895 par l'Italien Alessandro Berluti, lancement du mocassin Andy imaginé par Olga Berluti pour Andy Warhol en 1962... Tout fait écho à la mythologie maison. Plus de 300 artisans s'activent à la fabrication des fameux souliers et, dès les premières étapes de conception, s'attachent à l'excellence et... au confort.

Car en 2025, savoir-faire et confort répondent à une demande des consommateurs. «*Que ce soit les jeunes générations ou les plus anciennes, tout le monde aspire au confort et à la qualité, confirme Vincent Grégoire, teneur au*



De la vérification de la qualité des peaux (en bas) à la célèbre patine des souliers (à droite), 300 artisans auront œuvré.

Cabinet NellyRodi. Désormais, les pièces les plus prisées sont des produits traditionnels, de qualité, bien faits et toujours plus agréables à porter. On voit de plus en plus de pantalons chics à taille coulissée, de chaussures de ville avec des semelles à coussin d'air, de chaussures bateau ou de mocassins pensés comme des chaussons, de vestes de costume légères et souples... La génération sneakers est passée par là et avec elle une certaine idée de la praticité.»

DES CLASSIQUES EN VERSION « FLEX »

Par ailleurs, les morphologies, les gestes et les pratiques ont évolué, contraignant les marques à s'adapter. «*Celles qui s'en sortent le mieux sont celles qui modifient constamment leurs produits pour coller aux nouveaux usages. Comme Giorgio Armani au milieu des années 1970, quand il a lancé une veste aux épaules déconstruites, toujours très chic mais facile à enfiler et à porter*», rappelle Vincent Grégoire. Aujourd'hui, chez Berluti, le chef modéliste qui réalise le patronage du soulier, anticipe sur les plis de la marche, les possibles zones de friction et bien sûr la qualité des semelles. L'impératif de confort guide toutes les étapes de la fabrication. Pour le modèle Alessandro, les artisans positionnent un renfort sur le coup de pied et rebordent ensuite le cuir au niveau de la tige.

Mêmes exigences au montage. «*On assemble la tige et la semelle avec un cousu Blake qui a un double avantage: les points de couture sont invisibles et le soulier gagne en souplesse*», explique un artisan. La patine Berluti arrive en fin de processus. La maison développe des versions «flex» de ses souliers Alessandro et Andy: les semelles se plient quasiment en deux et des coussinets sont intégrés au niveau du talon. «*Ce qui marche en ce moment, ce sont ces nouveaux classiques, poursuit Vincent Grégoire. Des pièces à la fois intemporelles et confortables qui durent. De plus en plus de marques mettent en ligne leurs tutos soins du soulier ou lancent leurs propres produits d'entretien.*» Mais là c'est déjà une autre histoire... ●

Plus d'infos sur lesechos.fr/weekend

