

DANDY

www.dandy-magazine.com

Hartwood
Dans la cour des grands

APOLOGIE DU
VESTIAIRE CLASSIQUE
Chic intemporel

DORMEUIL
La vigogne prend des couleurs

PARAPLUIES D'EXCEPTION
Le triomphe des valeurs artisanales

EVASION
Safari au Botswana

Le style classique
L'élégance au-delà de la mode

ET AUSSI

*Le retour du chapeau feutre,
James Bond : un parangon indémodable,
Exposition : Le Chabanais, reine des maisons closes ...*

L 16894 - 57 - F - 7,00 € - RD



LINO IELUZZI : JE SUIS UNE LÉGENDE

A défaut de connaître son nom – et a fortiori ses produits - vous connaissez certainement Lino Ieluzzi à travers les nombreuses photos street style prises à chaque nouvelle édition du Pitti Uomo largement diffusées par les blogs et la presse spécialisée.

Que l'on ne s'y trompe pas : Lino existait bien avant cet engouement médiatique, et revisiter son parcours nécessiterait bien plus qu'un article : il y faudrait un ouvrage (ou un numéro) tout entier. Nous n'ambitionnerons donc rien de plus que de tenter de donner ici une idée de la dimension du personnage et de la richesse de son histoire.

Texte et photos Stéphane Buttice, GentlemanChemistry.com

Lino, que nous avons rencontré pour la première fois lors de la 83^{ème} édition du salon du prêt-à-porter masculin Pitti Uomo, nous accueille tout sourire dans sa boutique Al Bazar et nous invite à prendre le café dans son bureau où il nous présente sa seconde passion : son labrador Tommy. Précision préliminaire : Lino a un style reconnaissable entre tous et un charisme qui emplit toute la pièce où il se trouve. Etonnant, impressionnant, « Enorme ! » dirait Fabrice Lucchini.

Son sens inné du style et du détail tout italien susciteront inévitablement un dépaysement brutal pour les adeptes des costumes noirs des croque-morts et autres voituriers. Très friand de vestes croisées en laine (tissus Loro Piana, Vitale Barberis, Barbera) non doublées dans les tons bleu ou crème, il assortit celles-ci de chemises bleu ciel et de cravates exclusivement en laine non doublée (très souples, pouvant être portées l'été également). L'immanquable pantalon en flanelle grise est quant à lui le plus souvent complété par des souliers à doubles boucles aux patines fantaisistes – marron les jours de grande sobriété.

Lino est un adorateur du chiffre 7. Né un 7 janvier, il a fait de ce chiffre son chiffre porte-bonheur. C'est pour cette raison qu'il a imaginé ses fameuses cravates, reconnaissables dans le monde entier au sept brodé (à la main, évidemment) qui les griffe. C'est un peu sa signature, sa marque de fabrique. N'en déplaise à certains (nouvelle pensée pour les inconditionnels du navrant uniforme costume noir chemise blanche), Lino est à lui tout seul une icône de style reconnue dans le milieu de la mode.



AL BAZAR

Bien au-delà de Milan, Lino Ieluzzi c'est Al Bazar et Al Bazar est la boutique de Lino Ieluzzi. Celle-ci est divisée en deux parties : la première, consacrée au sportswear, se trouve à droite lorsque l'on franchit le seuil. On y découvre toute une sélection de jeans Jacob Cohén, de chinos PT01, de pulls en cashmere John Laing, de Sebago, de maillots de bain Saint Barth, et la très belle ligne de bagagerie et petite maroquinerie de StefanomanO. La deuxième est l'antre du costume, des chemises, des cravates (Petronius) et des chaussures (Al Bazar). Impossible, quels que soient les goûts du visiteur, de ne rien trouver qui lui convienne !

Entre amateurs de beaux vêtements on se comprend : Lino nous fait l'honneur d'ouvrir à Dandy les portes de ses « coulisses ». Dont il nous faut tout d'abord indiquer, même si nous n'avons pas vérifié les côtes mètre à la main, qu'elles sont aussi vastes que la boutique elle-même ! Le Saint des saints comprend son bureau et ses bunches (Lino ne laisse à personne le choix de tous les tissus qui constituent ses collections), mais aussi deux retoucheurs





travaillant sur place pour accélérer les délais de livraison. Et Lino de nous expliquer que, pour lui, le secret de Al Bazar est de se distinguer des autres boutiques par son équipe de sept vendeurs (avec chacun ses compétences propres, afin de répondre à toutes les demandes des clients), un stock de tailles destiné à satisfaire jusqu'aux demandes de clients voulant, par exemple, s'offrir cinq pantalons de la même couleur dans la même taille (impensable dans les boutiques de prêt-à-porter traditionnelles), et de mettre un véritable point d'honneur à offrir un service en tous points irréprochable.

LA VIE DE LINO

Lino a une vie bien rangée. Levé chaque jour, quoi qu'il arrive, à 8h00, il se couche inmanquablement à 2h00 après avoir fait la revue de presse des quotidiens et des revues de mode, et soit lu un livre soit visionné un film dans lequel il espère pouvoir trouver des éléments d'inspiration pour les collections à venir. Autre détail représentatif de l'esprit dans lequel il exerce son métier : comme les maisons les plus prestigieuses jamais il n'a fait de soldes, même si cela lui a quelquefois coûté. Aujourd'hui il tire une fierté légitime de ce choix. Après avoir joué un instant avec Tommy, il accepte de nous raconter son histoire. Originaire des Pouilles et fils d'une mère couturière et d'un père qui, comme lui, a goûté aux joies de la débrouille en exerçant cent petits boulots de-ci de-là, il nous explique qu'à l'époque de sa jeunesse, il y avait ceux qui entreprenaient des études et ceux qui entraient dès le plus jeune âge dans la vie active pour assurer un revenu au foyer. Il faisait partie de cette seconde catégorie.

Parmi ses innombrables expériences professionnelles, Lino a été coiffeur pour dames, mannequin photo (période de voyages qu'il a beaucoup appréciés) et vendeur de montres, jusqu'à ce qu'il se mette à acheter des vêtements dans les déstockages pour les revendre à son tour. À l'époque la majorité des gens s'habillait en sur-mesure, la confection n'existait pratiquement pas. En 1969 il plaque tout pour travailler dans ce qui deviendra plus tard sa boutique. L'endroit s'appelle alors Bazar 84, c'est une petite boutique (20 m² !) dans laquelle on vend de tout, très courue et décorée de façon alternative avec un Jocker peint sur la façade. La musique résonne à grands coups de décibels dans le Milan des années 70. En 1972, Lino décide de reprendre la boutique et d'y prendre un virage important au niveau stylistique : il redéfinit l'identité des lieux avec son propre style, résolument classique et très inspiré des films des années 30 (ceux où les gangsters portaient des costumes croisés et des pantalons à pinces), en l'adaptant à l'époque contemporaine. Il vient de découvrir le style yuppy encore inconnu en Italie, et veut faire quelque chose de différent de ce qui se fait par ailleurs. Ce faisant, il confesse aujourd'hui avoir eu un gros avantage : celui de faire désormais ce qui lui plaisait vraiment, et non pas de la "mode périssable" (sic).

Petit à petit, il agrandira son espace de vente en rachetant les locaux mitoyens

d'un restaurant, d'un mécanicien et d'une boutique de couleurs. Et commencera ses recherches de fournisseurs et de produits à distribuer. Facebook et Instagram sont encore loin de voir le jour, et les clients sont d'abord les amis, puis les amis des clients, et bientôt les amis des amis des clients : le bouche à oreille remplit parfaitement son office en lui permettant de développer sa propre clientèle. « C'est comme pour les cafés à Milan, nous explique Lino : il y en a 10.000 mais tout le monde se bouscule pour aller dans seulement dix d'entre eux, même s'ils ne sont pas en plein centre ville » (comme c'est le cas de sa boutique légèrement excentrée). Par la suite, la presse a commencé à parler du personnage et de sa boutique - bien avant l'heure des blogs et les photos de *street-style*. Et puis est arrivée la grand' messe du style urbain et classique qu'est devenu le Pitti Uomo à l'international, qu'il fréquente assidument depuis 1985.

Il y obtient de gros résultats de ventes grâce au trafic généré par ses propres relations publiques. Eh oui : Lino Ieluzzi est désormais une marque à part entière !

Dans la foulée de Scott Schumman (The Sartorialist), dans les années 2000 l'avènement du *street-style* invite les photographes à descendre dans la rue pour flâner et chasser les nouveaux prescripteurs de tendances, et grâce au référencement Google, aux réseaux sociaux et à son site web, des clients du monde entier viennent en pèlerinage dans sa boutique pour découvrir Al Bazar de leurs propres yeux. Très souvent sollicité pour se faire prendre en photo avec ses fans, ce qu'il accepte toujours volontiers, Lino confie : « On me dit que je suis une légende ! J'aimerais vivre cent ans, parce qu'à mon avis, on est une légende quand on a rendu l'âme ». Au-delà de l'élégance, Lino cultive également une certaine discrétion : il ne cite jamais les grands noms qui ont franchi le seuil de sa porte.

Grande expérience que cette rencontre avec Lino Ieluzzi, riche d'une connaissance encyclopédique du secteur du textile masculin. L'homme qui est allé au bout de ses rêves et de ses passions n'en reste pas moins d'une simplicité rare – comme son plat favori : les spaghetti sauce tomate et basilic – et garde sur sa table de chevet *le Petit Prince* de Saint-Exupéry. Un philosophe. □



CARPE DIEM

« Je dois profiter maintenant que je suis là : si l'on doit tout le temps y penser, on se fingue ! Il faut vivre le présent, et grandement ! Le futur est une conséquence du présent, qui devra être tout aussi grand. C'est fondamental de vivre les choses et de ne pas les subir. » (Lino Ieluzzi)