

INTERVISTA | Jean-Paul Claverie | Consigliere di Bernard Arnault, presidente e ceo di Lvmh

«Sostenere il talento è filantropia»

Lvmh lancia un concorso per emergenti, con il premio più alto del settore, 300mila euro

Giulia Crivelli

«Vogliamo insegnare ai giovani talenti che la creatività, da sola, non basta. Per diventare stilisti di successo, all'interno di un grande gruppo o a maggior ragione volendo restare indipendenti, bisogna coltivare tante altre capacità, a partire da quelle manageriali, intese nel senso più ampio del termine».

Jean-Paul Claverie, consigliere speciale di Bernard Arnault, presidente e ceo del gruppo del lusso Lvmh, introduce così lo spirito del primo "Lvmh Prize for young fashion designers", il concorso lanciato dal colosso francese nel novembre 2013, i cui vincitori sono stati annunciati pochi giorni fa a Parigi. Il primo premio, 300mila euro e un anno di "tutoraggio" da parte

«Il vincitore, Thomas Tait, lavorerà per un anno per il gruppo, imparando a essere anche manager»

di Lvmh, è andato a Thomas Tait, designer di origine canadese da tempo residente a Londra, ma tra i trenta finalisti c'erano anche l'italiano Gabriele Colangelo e la stilista italo-haitiana Stella Jean.

Questa prima edizione del premio Lvmh ha avuto un grande successo e altrettanta risonanza. È un progetto di lungo periodo?

Certo, come tutte le iniziative di Lvmh per sostenere i giovani talenti ha obiettivi di ampio respiro. Per un gruppo come il nostro è una questione di responsabilità che va ben al di là delle esigenze interne, della necessità di attirare stilisti emergenti per i tanti marchi che abbiano in portafoglio. Lo scopo del premio Lvmh è mettere a disposizione dei giovani il grande know how che abbiamo nelle aree più diverse: ci sono gli uffici stile, il marketing e la comunicazione, ovvio. Ma ci sono poi la logistica, la distribuzione, gli esperti in

proprietà intellettuale e gestione dei marchi. Nei prossimi 12 mesi Thomas Tait avrà l'opportunità di imparare molto in ciascuna di queste aree.

Uno dei requisiti per partecipare al premio era di aver già presentato almeno due collezioni donna o uomo di prêt-à-porter e non bisognava aver superato i 40 anni. Non esattamente un premio per ragazzini o ragazzini...

Mi piace sempre ricordare che Christian Dior aveva 42 anni quando mostrò la sua prima collezione, nel 1947, che però lo rese celebre nel giro di un giorno. Da allora sono cambiate molte cose, sia nella comunicazione sia nelle presentazioni sia nella produzione e distribuzione. Ma credo resti vero che ci vuole tempo per trovare un proprio stile, una propria voce. Bisogna studiare, tentare, mai scoraggiarsi, cercare di imparare dagli stilisti del passato senza semplicemente copiarli. Per questo abbiamo messo quei vincoli, legati a un minimo di esperienza del mercato e non ci è sembrato realistico imporre un limite di età diverso da under 40.

Il premio di 300mila euro è il più alto tra i concorsi del settore. Come lo avete deciso?

Anche in questo caso abbiamo voluto essere realisti e, sì, generosi. Nel senso che desideriamo davvero dare un'opportunità ai talenti della moda, per noi aiutare i giovani è una forma di filantropia, intesa nel senso più ampio del termine. Lvmh ha molte risorse ed è impegnata in tantissimi progetti di sostegno alla cultura e alla sostenibilità sociale e ambientale e in tutti questi progetti non cerchiamo mai un vantaggio diretto, lo sentiamo come un modo per contribuire allo sviluppo dell'ambiente, delle società in cui operiamo.

Accanto al riconoscimento principale, assegnato a Tait da una giuria di otto direttori creativi di altrettante maison del gruppo Lvmh, c'è una sezione per studenti delle scuole di mo-

da. Il premio in cosa consiste?

Tra gli oltre 600 candidati abbiamo scelto tre neo-laureati, ai quali andranno 10mila euro e la possibilità di lavorare per un anno all'interno di un ufficio stile del gruppo Lvmh. I tre vincitori sono Flavien Juan Nunez, che ha 23 anni e si è diplomato all'Institut Français de la mode di Parigi e lavorerà da Dior; Peter Do, 23 anni anch'egli, americano e laureato al Fashion Institute of technology di New York, che entrerà nell'ufficio stile Céline; Teruhiro Hasegawa, che ha 29 anni, è nato in Giappone ma ha un bachelor degree e un master della Saint Martin di Londra e lavorerà per Givenchy.

Bernard Arnault dice spesso che "l'innovazione è tanto più forte quando nasce da un heritage accuratamente valorizzato nel tempo". È questa la filosofia dei vostri marchi?

Ciascuno dei nostri marchi ha un "heritage department", che cerchiamo di arricchire co-

stantemente e che tutte le persone che lavorano in azienda, specie i più giovani, sono incoraggiati a frequentare.

Lei ha studiato legge e medicina e ha lavorato come consulente per Jack Lang quando era ministro della cultura francese. Cosa rende diverso il settore del lusso da tutti gli altri di cui ha esperienza?

La componente culturale è fortissima, nel senso più profondo e nobile del termine. Il lusso fa parte della storia della Francia e dell'Europa, il know-how artigianale alla base della creazione dei prodotti di lusso è una forma di arte che va valorizzata e preservata e che, in un modo o nell'altro, ci influenza tutti, anche se non compriamo prodotti di alta gamma. Uno degli aspetti più affascinanti di questa industria è poi l'alchimia tra creatività ed esigenze del mercato e tra passato e futuro e per me è una sfida e un piacere esserne parte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PATRICK DEMARCHELIER



La giuria. In alto, foto di gruppo a pochi minuti dall'annuncio del vincitore: da sinistra, Humberto Leon (direttore creativo di Kenzo), Marc Jacobs (ex direttore creativo di Louis Vuitton, da quest'anno impegnato sul marchio che porta il suo nome), Riccardo Tisci (direttore creativo di Givenchy), Delphine Arnault (executive vice-president di Louis Vuitton), il vincitore Thomas Tait, Karl Lagerfeld (direttore creativo di Chanel e di Fendi), Nicolas Ghesquière (direttore creativo Louis Vuitton), Raf Simons (direttore creativo di Dior), Phoebe Philo (direttore creativo di Céline) e Pierre-Yves Roussel (presidente e ceo della fashion division di Lvmh). Nella foto a sinistra, Jean-Paul Claverie