Presse écrite FRA

HOMME DELUXE

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Trimestrielle**

Audience : **150000**

Sujet du média : **Lifestyle**

Edition : **N 67 - 2023 P.31-34**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **1706**

PEOPLE time

ALEXANDER KRAFT

LE RENAISSANCE MAN sans frontières

IL EST PDG ET PROPRIÉTAIRE DE SOTHEBY'S INTERNATIONAL REALTY FRANCE-MONACO, AVOCAT, PRODUCTEUR DE MUSIQUE, PROPRIÉTAIRE D'UN HÔTEL-RESTAURANT, CRÉATEUR DE MODE ET DÉSORMAIS CRÉATEUR D'UNE MARQUE DE PRÊT-À-PORTER QUI FAIT LE TOUR DU MONDE ! RENCONTRE

Interview Karine Leroy. Photos DR

Cher Alexander, quel est celui de ces métiers qui vous caractérise le plus ?

Vous commencez par les questions difficiles… *[petit rire]* ! En anglais, on m'a appelé souvent un *renaissance man*, un homme d'une certaine culture qui est passionné par, et expert en, un éventail de domaines différents. Cette description anglo-saxonne me plaît beaucoup car elle exprime parfaitement les facettes très différentes de ma personnalité et de mes activités… Si je devais faire un choix professionnel, Sotheby's – la maison de ventes aux enchères où j'ai commencé ma carrière professionnelle il y a 25 ans – resterait probablement mon premier amour car elle réunit sous un même toit beaucoup de mes passions différentes telles que l'art, les antiquités, l'architecture, les objets de vertu jusqu'aux voitures de collection et les montres anciennes. Cependant, l'activité qui me vient le plus naturellement et qui est le plus proche de mon cœur, c'est la mode. J'étais un passionné de style depuis mon enfance et être devenu un créateur de mode avec un certain succès aujourd'hui, c'est la culmination de toute une vie…

Vous rencontrez le même succès avec votre propre marque de vêtements de luxe, lancée en 2020 ; y a-t-il une « méthode » Kraft ?

La « méthode Kraft » est un mélange de plusieurs facteurs : tout d'abord, une intransigeance totale, spécialement en ce qui concerne la qualité ; je préfère ne pas mettre en vente des pièces qui ne sont pas 100 % parfaites à mes yeux, soit en termes de qualité, soit en termes de style ! Par la suite, une discipline de fer qui me fait travailler – avec joie – souvent plus de 12 heures par jour ! Après, une flexibilité d'esprit qui me permet de toujours chercher des solutions créatives et des approches originelles, spécialement en face des défis compliqués ! Et finalement, je crois que j'ai une façon authentique de communiquer et partager mes passions, mon style et mon optimisme qui est apprécié et reconnu par mes followers et clients.

Votre marque va être référencée dans les corners de grands magasins haut de gamme à Oslo, Copenhague, Bordeaux et Londres. Comment avez-vous sélectionné ces points de vente et pourquoi ? Est-ce une première étape à un développement international ?

Oui… et ce n'est que le début ! À l'origine, ma ligne de mode a été conçue pour être vendue exclusivement en ligne – « B2C » directement du producteur au client final sans infrastructure physique ou intermédiaires – afin d'être capable d'offrir une qualité artisanale très haut de gamme « Made in Italy » aux prix beaucoup plus accessibles que ceux des grandes maisons de luxe offrant une qualité comparable. Ce modèle fonctionne extrêmement bien dès la fondation en 2020, avec des milliers de clients très loyaux dans trente pays sur cinq continents. Cependant, ces mêmes clients me disent dès le début toujours la même chose : « *Je suis complètement bluffé par vos produits, votre style et votre rapport qualité-prix incroyable ; par contre, c'est dommage qu'il ne soit pas possible de toucher, essayer, vivre cette expérience dans la vraie vie avant l'achat, spécialement par rapport à d'autres marques beaucoup plus chères !* » Après trois ans de succès en ligne, j'ai décidé d'accepter le défi et lancer ma marque dans des magasins multimarques soigneusement sélectionnés qui ont le même goût et le même respect pour l'artisanat que moi-même. Par conséquent, cet hiver j'ouvre les premiers corners dans quatre pays différents, dans les meilleurs magasins sur place…

Vous allez d'ailleurs ouvrir votre premier flag ship à Monaco dans un an. Comment imaginez-vous ce lieu ?

En fait, je viens d'acheter une ancienne galerie d'art à une belle

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Veste à chevrons en laine/lin beige avec accents en alcantara, pantalon Gurkha en coton ecru

adresse au cœur de Monte Carlo, à juste 200 mètres du casino légendaire. Occupant l'angle du rez-de-chaussée d'un immeuble du XIXe siècle, le magasin a encore sa façade d'origine en bois sculpté, une rareté absolue à Monaco ! Malgré sa taille modeste, il bénéficie de plusieurs vitrines qui vont lui donner une très belle visibilité et allure. L'intérieur du magasin reflètera mon goût personnel avec un mélange des meubles élégants du XIXe siècle, des pièces modernes iconiques, des objets de collection, des œuvres d'art… L'idée, c'est de créer pour mes clients une vraie expérience lifestyle, l'impression qu'ils rentrent dans mon dressing privé, pas dans une boutique normale. Et la cerise sur le gâteau sera un coffee shop de luxe intégré, offrant le meilleur café à emporter à Monaco…

Vous présentez votre collection de vêtements hiver. En quoi se distingue-t-elle ?

Toutes mes pièces sont inspirées par la grande mesure de meilleurs tailleurs du monde, classiques et intemporels, mais toujours avec ma petite touche contemporaine et des éléments artisanaux qu'on trouve rarement dans le prêt-à-porter. Pour cette saison automne/hiver, j'ai travaillé beaucoup avec de velours ultra-fins, dits cotton cashmere ainsi qu'avec des cachemires purs ou des mélanges raffinés comme celles de Loro Piana, le tout dans des couleurs.

Vous incarnez parfaitement votre propre marque en vous mettant en scène. Est-ce aussi facile pour présenter vos collections femmes ?

Bien évidemment, je ne peux pas présenter mes collections femme moi-même… *[grand rire]*. Je laisse cet honneur à ma conjointe Camilla qui n'est pas uniquement mon mannequin préféré mais également ma muse. En addition à elle, j'aime présenter mes créations féminines sur des amies à moi – comme l'auteur Mimi Thorisson ou la journaliste Samantha Angelilli – pour démontrer que mon style et mes collections sont flatteurs sur des femmes avec des âges, des tailles et de backgrounds différents.

Ou trouvez-vous votre inspiration ? Y a-t-il des couturiers, des personnalités inspirantes ?

Les influences sont très diverses : j'aime beaucoup le style de tycoons des années 1950-1960 tels qu'Aristote Onassis ou son rival éternel Stavros Niarchos, des entrepreneurs comme moi, qui ont un style personnel que je décrirais comme « glamour discret », toujours parfaitement habillés mais avec une certaine nonchalance et flamboyance. J'adore aussi les stars du cinéma des années 1940-1960 tels que Cary Grant, Gary Cooper ou David Niven qui ont tous apporté leur touche personnelle à l'écran. Ralph Lauren était une grand influence dans beaucoup des domaines, comme Halston pour la mode féminine, ou Tom Ford pour Gucci pour sa vision ciblée.

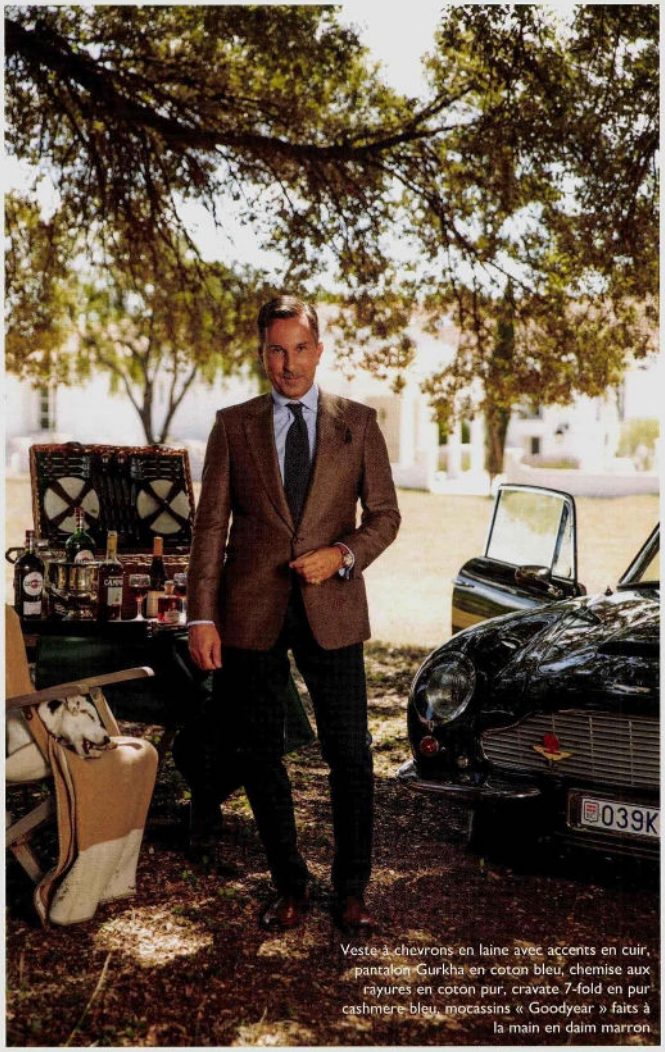
Selon vous, quelle est la faute de goûts à ne pas commettre ?

Il faut être authentique. Je déteste la mentalité *Fake it until you make it* (prétendre jusqu'au vrai succès). Je crois que l'authenticité est la clé de mon succès tant sur Instagram que dans la vraie vie – je suis toujours le même, que cela plaise ou non à certains.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Shorts en laine beige, top en cashmere bleu, manteau en laine/cashmere bleu, bottes d'équitation en cuir caramel faites à la main

"Je crois que l'authenticité est la clé de mon succès tant sur Instagram que dans la vraie vie."



Veste à chevrons en laine avec accents en cuir, pantalon Gurkha en coton bleu, chemise aux rayures en coton pur, cravate 7-fold en pur cashmere bleu, mocassins « Goodyear » faits à la main en daim marron

La nouvelle boutique phare « Alexander Trait Monte Carlo » ouvrira en décembre 2024 à Monte Carlo avec coffee shop intégré

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Veste déstructurée en cashmere pure, pull à coll roulé en cashmere pure, pantalon Gurkha en coton écru, mocassins « Goodyear » faits à la main en daim marron

KRAFT GROUP OF COMPANIES

- **Sotheby's International Realty France-Monaco**
www.sothebysrealty-france.com
- **Alexander Kraft Monte Carlo**
www.AlexanderKraft.com
- **La Maison Bleue**
www.lamaisonbleue-provence.com
- **Kraftoni – Negroni**
www.Kraftoni.com
- **Alexander Kraft Consulting (Monaco)**
www.instagram.com

Comme Mark Twain a dit : « The more I learn about people, the more I like my dogs »

Peut-on espérer un parfum Alexander Kraft ? Une gamme d'accessoires plus large ?
Je crois que oui… *[rit]* ! Comme vous le savez, j'ai déjà lancé mon propre Negroni pré-mixé, le Kraftoni, produit en collaboration avec Gin 44*N, et mon propre cigare, le « Alexander Kraft Selection » créé avec EGM Cigars en utilisant les meilleurs tabacs dominicains d'origine cubaine, faits à la main en République dominicaine. Suite au succès époustouflant de ma première ligne de sacs de voyage, je vais lancer une nouvelle ligne au printemps 2024. En ce qui concerne les parfums et accessoires, disons juste que j'ai des excellents contacts avec beaucoup de maisons de grand renom avec qui je suis en train de discuter des projets communs !

L'automobile est omniprésente dans votre univers, Aston Martin, Porsche, Jaguar, Bentley… des marques qui illustrent elles-mêmes un certain standing. Peut-on imaginer une collaboration avec un constructeur ou une création, comme celles de Jérémy Scott avec la Smart, Hermes et Citroën, Courrèges, Jean-Charles de Castelbajac... ?
Never say never… jusqu'ici, je me suis contenté de personnaliser – ou, devrais-je dire, « kraftiser » – les voitures anciennes de ma propre collection, mais de le faire directement avec un constructeur serait définitivement un challenge intéressant !

Vous organisez le rallye « Châteaux, Voitures & Art de Vivre » dont la dernière édition vient d'avoir lieu. Avez-vous d'autres projets ?
J'ai toujours plein de projets dans les tuyaux… j'essaie toujours de mélanger des univers différents, de combiner mes passions différentes telles que l'immobilier et l'architecture avec l'horlogerie, les voitures anciennes et la mode, et cela au bénéfice de mes invités. Ce leitmotiv d'un style de vie complet, vous allez toujours le retrouver dans tous mes projets !

Vos chiens font partie de votre univers. En quoi vous inspirent-ils ?
Les chiens sont les êtres les plus honnêtes du monde : ils sont incapables de mentir, loyaux à vie, et reflètent souvent la personnalité de leurs propriétaires ! Comme Mark Twain a dit : *« The more I learn about people, the more I like my dogs »* (Plus j'apprends à connaître les gens, plus j'aime mes chiens).

Quelle est votre définition du luxe ?
Pour moi, le vrai luxe n'a rien à voir avec le prix ou des logos ; le vrai luxe est exprimé dans un savoir-faire artisanal et un goût raffiné basé sur une certaine expertise, intelligence et liberté d'esprit !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.