Le chic en héritage

Alors que le Pitti Uomo, plus grand salon de mode masculine, ouvre ses portes à Florence, l'esthète Alexander Kraft nous reçoit. **PAR GILLES DENIS**

L'homme d'affaires allemand Alexander Kraft et son jack russel Gussie.

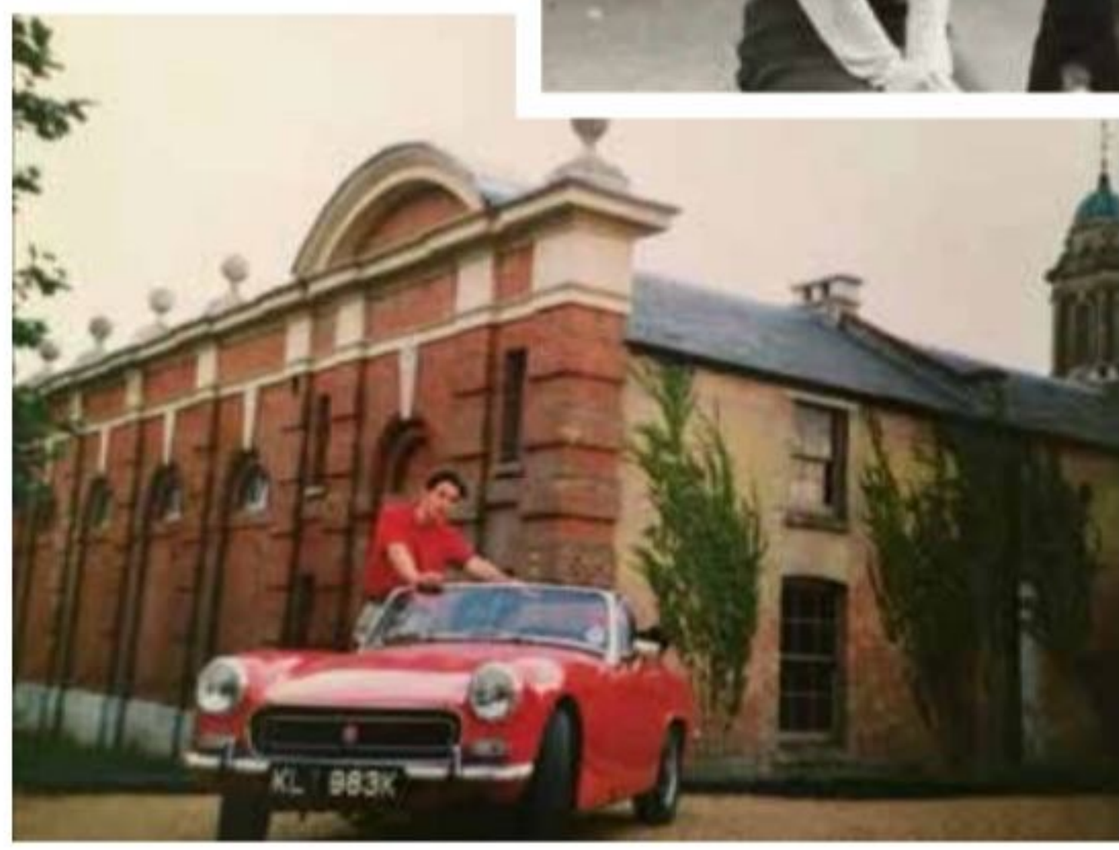
ALEXANDER KRAFT/SP

C'est dans les petits matins d'hiver que la piazza Santo Spirito de Florence est la plus séduisante... La lumière froide souligne alors l'austérité de la façade monochrome de l'église – seuls les esthètes savent que s'y cache la première statue du Christ sculptée par Michel Ange. Aux premières heures, les étals du marché prennent la place des tables autour desquelles le soir on se retrouve pour le rite de l'*aperitivo*. La ville bruisse, s'étire et sans doute est-ce à ce moment-là que l'on est le plus à même de voir surgir de la via Mazzetta, un joyeux jack russel fauve et blanc. Il est connu des habitants – et il est connu tout court. Son nom ? Gussie. Sa réputation ? Il est une star d'Instagram. Enfin, pour être exact, son maître est une des personnalités qui font le sel des réseaux sociaux : Alexander Kraft, entrepreneur et esthète. Quand tant d'autres rêvent leur vie, lui a décidé depuis longtemps de vivre sa vie rêvée – et pas que sur les réseaux sociaux.

Si le tout jeune quinquagénaire – il est né en 1972 –, à la silhouette élancée, promène son chien dans les rues de Florence, ce n'est pas un hasard. C'est ici, dans ce quartier de l'Oltrarno qui échappe aux touristes, qu'il a sa résidence italienne, dans un palazzo des XVIe et XVIIe siècles dont les terrasses embrassent la Toscane. Un lieu de chic chuchoté qui lui va bien. Le choix de la ville des Médicis n'est pas qu'un hasard : celle-ci demeure un espace de civilisation vivante – entre galeries d'antiquités, librairies, vie culturelle et persistance de savoir-faire et de métiers d'excellence qui en font une des capitales du luxe masculin, façonné dans ses échoppes urbaines et dans les ateliers de sa campagne. Rien d'étonnant que cela soit aussi sur les rives de l'Arno que se déroule le Pitti Uomo, le plus grand rendez-vous de mode masculine au monde. Deux fois par an, début janvier et mi-juin, acheteurs, médias et aficionados se retrouvent, se croisent, font assaut d'élégance.

Alexander Kraft est à son aise dans ce moment et dans ce lieu : « *J'ai toujours aimé Florence, mes vacances d'enfant étaient le plus souvent toscanes. À 12 ans, on me prenait pour un petit Italien !* » Désormais, il est aussi là pour affaires : il présente au Pitti Uomo les dernières collections de sa marque Alexander Kraft Monte

Les grands-parents d'Alexander Kraft. « Mon grand-père était une figure de l'élégance berlinoise. Je lui dois sans doute mon goût du vêtement. »



Ses parents dans leur maison de Berlin (ci-dessus), et le jeune Alexander à Cambridge, où il a étudié le droit. (ci-contre).

Carlo, lancée en 2020, après le confinement. Une gageure ? Disons plutôt une habitude de famille : chez les Kraft, on a toujours aimé se réinventer, poser des défis, et on n'a jamais peur de se remettre en cause. Question d'éducation, d'histoire et de tempérament.

Proustien. Logique : quand on a eu un ancêtre, le général von Kraft, combattant sous les ordres de Blücher à Waterloo, on ne craint pas grand-chose. Surtout quand les vicissitudes ont conduit ses descendants à devoir abandonner leur particule et à se réinventer, avec appétit, à chaque génération, sans jamais abandonner une manière d'allure d'aristocrate proustien. Il en est ainsi du grand-père d'Alexander Kraft, pharmacien, devenu médecin militaire, et qui, après la guerre, réussit à passer à Berlin-Ouest juste avant la construction du Mur, où il redevient médecin civil. « *Il était une figure de l'élégance berlinoise*, se souvient avec émotion son petit-fils. *Je lui dois sans doute mon goût du vêtement, du soin de soi. Je me souviens de ses lodens autrichiens, de ses costumes trois-pièces, de ses gants de conduite. J'avais 12 ans lorsqu'il est mort. Et j'ai demandé à mon père et à mon oncle de garder son vestiaire. Cela les a surpris. Mais, très vite, j'ai adopté ses affaires : à mes 18 ans, mon tailleur les avait ajustées et je portais ses vestons avec des jeans et des polos...* » Son allure, mélange de dandysme et d'audace dans les jeux de registre, s'affirme en même temps que son goût pour les cigares, les belles voitures et les montres, qu'il continue de cultiver et de partager avec ses proches lors de rallyes d'anthologie dont on s'arrache les invitations...

Il aurait pu se contenter d'être un notable berlinois, s'inscrivant dans la tradition familiale, suivant des études médicales comme son grand-père et son père – « *un intellectuel de la médecine* » – qui, après s'être spécialisé en bactériologie et en virologie, avait fondé son propre laboratoire... Mais Alexander Kraft va suivre la tradition familiale en s'inventant son propre destin. Après ses études de droit entre Göttingen et Cambridge, celui qui se rêve diplomate s'envole vers les États-Unis. Le dandy à la Gatsby n'aime pas que les trois-pièces : il est aussi fan de *Point Break*, mythique film de surfeurs avec Keanu Reeves, et part donc finir ses études à l'université de San Diego, son longboard sous le bras... Ou comment, déjà, combiner plaisir et efficacité.

Car, loin de se perdre dans un mirage californien, Alexander Kraft va saisir, à l'américaine, les opportunités qui soudain s'offrent à lui. Il décroche ainsi, à 24 ans, un stage de juriste chez Sotheby's à Beverly Hills. Il ne quittera plus jamais la maison fondée en 1766. En deux ans, il va brûler les étapes : des enchères, il passe rapidement à l'immobilier et, à 26 ans, est nommé PDG de Sotheby's Realty pour l'Europe en 1998. Ses atouts ? Sa rigueur, son dynamisme, son éducation vieille Europe, sa bonne humeur et une bonne dose d'audace le conduisent à développer un modèle de franchises d'agences.

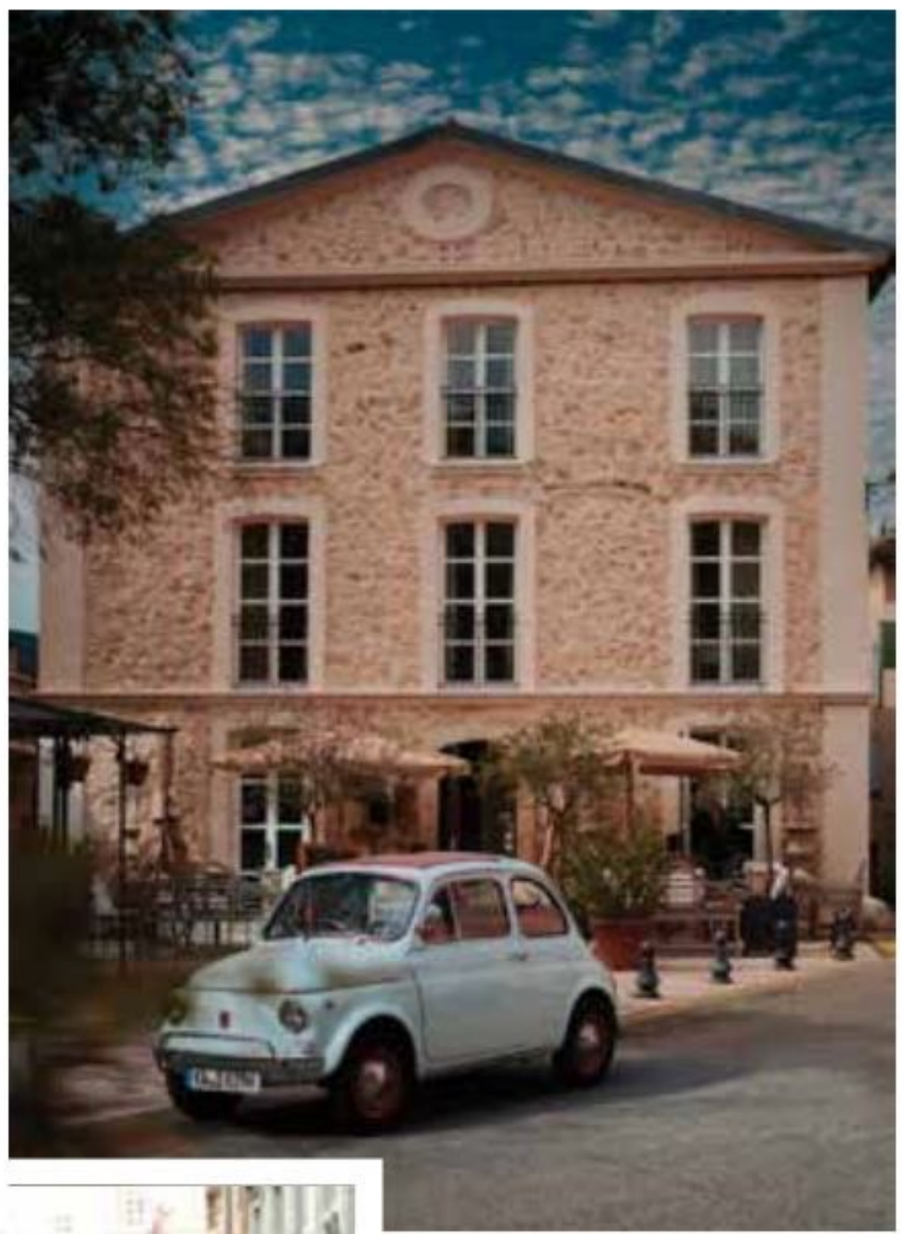
> « À 18 ans, je portais les vestons de mon grand-père avec des jeans et des polos. » *Alexander Kraft*

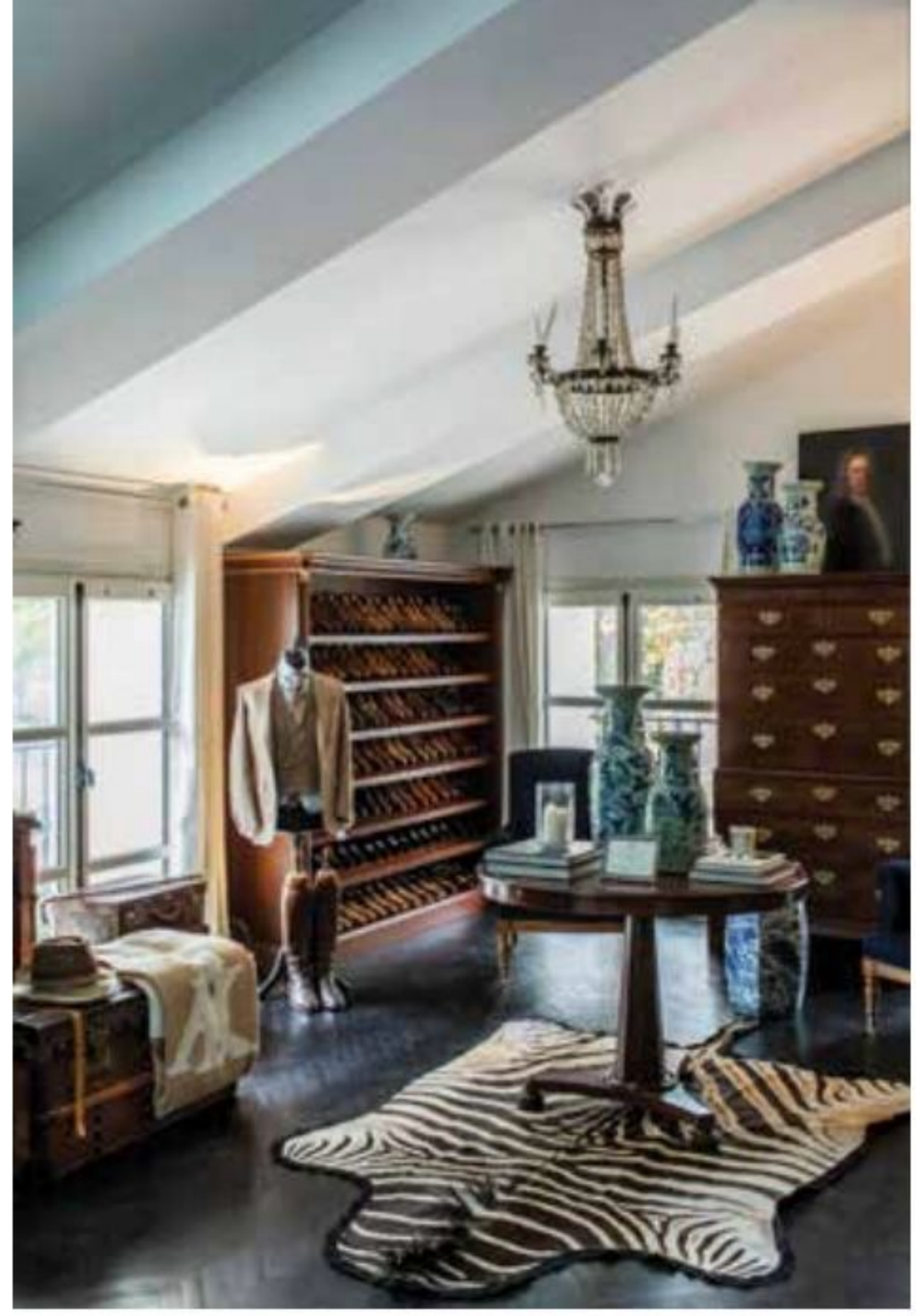
Propriétés de prestige. Le succès est au rendez-vous et, en 2004, il devient PDG de Sotheby's Realty pour la France et Monaco. Vingt ans après, il est à la tête d'un réseau de 80 agences, pour un chiffre d'affaires global de 1,6 milliard d'euros. Dans son portefeuille, du très haut de gamme, des propriétés de prestige qui échappent à la crise. Ses atouts ? « *La puissance de la marque Sotheby's, un réseau international, des outils marketing, un savoir-faire...* »

L'homme aurait pu se contenter de cette réussite-là, qui fait de lui un acteur incontournable du secteur. Il ■■■

ALEXANDER KRAFT/SP (X3)

La Maison bleue, le premier hôtel d'Alexander Kraft en Provence (ci-contre). En 2024, il ouvrira ses boutiques de prêt-à-porter en propre à Monaco et à Paris.





Avec Mimi Thorisson, son égérie, dans les rues de Florence (ci-dessus). Un Negroni ? Non, un Kraftoni ! (ci-contre)

■■■ aurait pu continuer à collectionner les résidences chics entre Paris, Monte-Carlo, la Provence et l'Italie, les montres, les cigares et les voitures... Il aurait pu se satisfaire d'être devenu une des figures de l'élégance masculine contemporaine. Mais bon sang ne saurait mentir : chez les Kraft, on s'invente toujours plusieurs vies.

Au sortir du confinement, Alexander Kraft décide donc de lancer sa propre marque de prêt-à-porter et de faire de sa passion pour la mode une activité à part entière. Son grand-père n'est pas sa seule source d'inspiration. *« Je me souviens du moment où Ralph Lauren a ouvert sa première boutique en Allemagne, à Hanovre. Ce fut une épiphanie : la manière qu'il avait de mêlanger pièces formelles et sportswear, l'audace de ses choix esthétiques, flirtant avec le vintage... »*

« Branchic » bon genre. Ralph Lauren, qu'il a depuis rencontré, demeure sinon un modèle du moins une figure de référence, quand bien même le style développé par Alexander Kraft pour sa propre marque est plus européen, entre velours et cachemire, mocassins de daim et polos, chevrons et chambray, avec ce je-ne-sais-quoi de croisement entre décontraction très dolce vita et sophistication Mitteleuropa. Son idée de départ : *« Offrir le meilleur au meilleur prix. »* Il piste ainsi les meilleurs artisans italiens, source les tissus, et choisit d'abord la vente en ligne. Devant le succès, il lance une offre féminine et repense son modèle de distribution. Fin 2023, il ouvre des *corners* chez Gunnar Oye à Oslo, puis chez Bindesbol à Copehnague, chez Richard Gelding à Londres et enfin à Bordeaux, chez Rainbow. Des enseignes historiques, fleurant bon le « branchic » bon genre, aux localisations impeccables – on ne se refait pas – et permettant à Kraft de se frotter à un univers de concurrence du meilleur ton, de Brunello Cucinelli à Tom Ford, Canali ou Zegna. La marque devrait ouvrir en 2024 ses premières boutiques en propre à Monte-Carlo et à Paris, à Saint-Germain-des-Prés...

Ne pas croire qu'Alexander Kraft compte en rester là. L'homme a décidé de poursuivre sa martingale de style : il a déjà ouvert à Ampus, dans le haut Var, son premier hôtel, la Maison bleue, proposant entre architecture historique et matelas Hastens, de vivre jusqu'au bout l'expérience Kraft... tout en sirotant un Negroni – pardon, un Kraftoni... Un sens de l'hospitalité ? Mieux, une manière de redonner ses lettres de noblesse et sa modernité à une expression parfois malmenée : l'art de vivre ■

ALEXANDER KRAFT/SP (X4)