



صحافة | Presse | News | 新闻 | npecca | Stampa

Bugatti lance sa nouvelle collection Lifestyle

- **Présentation d'une collection exclusive de vêtements et d'accessoires**
- **La collection sera constituée de deux lignes, *Ettore Bugatti* et *Extreme Performance*, auxquelles s'ajoutera une gamme *Bespoke* réservée uniquement aux clients Bugatti**
- **Prévision d'instauration sur cinq ans d'un réseau international de distribution comprenant 35 boutiques spécifiques monomarque**

Molsheim / Milan, 19 septembre 2013. La Fashion Week de Milan sert de cadre ce jeudi à un événement captivant, avec le lancement par Bugatti de sa nouvelle collection Lifestyle, à la célèbre Académie des Beaux-Arts. C'est sous l'intitulé "Art, Forme, Technique" que le constructeur français des luxueuses voitures Super Sport présente une collection exclusive de vêtements et d'accessoires. Avec la création de jusqu'à 35 boutiques spécifiques monomarque sur une période de cinq ans, Bugatti prévoit d'instaurer un réseau de distribution dans les principales capitales de la mode et du luxe. La collection se distinguera par deux lignes de mode, dénommées *Ettore Bugatti* et *Extreme Performance*, agrémentées d'une gamme *Tailor Made / Bespoke* réservée uniquement aux clients Bugatti.

« Bugatti n'incarne pas seulement la technologie de référence et la formidable performance, mais aussi l'art, le design et un style de vie raffiné », déclare Dr. Wolfgang Schreiber, Président de Bugatti Automobiles. « Représentant l'essence même de notre marque, la collection Lifestyle inédite fournit l'opportunité de véhiculer l'aura et le mythe de cette icône du milieu automobile, et ce dans bien d'autres aspects de la vie. L'expansion future de notre réseau de distribution va nous permettre d'accroître et d'anticiper encore davantage la visibilité internationale de notre marque et de ses valeurs "Art, Forme, Technique". »

La nouvelle collection Lifestyle de Bugatti mettra en avant deux lignes essentielles destinées majoritairement aux messieurs : la ligne *Ettore Bugatti* et la ligne *Extreme Performance*. C'est sur elles que l'accent sera mis dans la phase de commercialisation.

Elles seront par ailleurs complétées d'une gamme *Tailor Made / Bespoke*, proposée exclusivement aux clients de Bugatti. La collection se focalisera d'abord sur les vêtements et les accessoires, pour être enrichie plus tard "d'objets" design.

« La collection Lifestyle de Bugatti est la première expression authentique d'un style de vie luxueux dans une marque automobile », précise Massimiliano Ferrari, Directeur Général de Bugatti International et responsable de Brand Lifestyle. « Elle s'inspire de l'héritage profondément ancré de la marque et de l'extraordinaire vision de son fondateur. Aujourd'hui, la marque mêle ses racines italiennes en art et en créativité, la passion française du luxe et la construction allemande. La même alchimie gagnante sera désormais étendue pour inclure des accessoires, vêtements et articles design.»

Sur ses marchés principaux, Bugatti va démarrer avec des boutiques spécifiques monomarque, des magasins « porte-drapeau » et des shop-in-shops implantés dans les plus grands magasins de prestige, autour d'un nouveau concept commercial commun et percutant. Ce projet de vente au détail implique aussi d'éminents partenaires, y compris des marques renommées d'articles de luxe comme les montres suisses Parmigiani Fleurier et Lalique.

À la manifestation de présentation organisée à Milan succèdera en octobre l'inauguration d'un show-room Bugatti dans cette ville ; il deviendra le point de référence du projet Lifestyle. Les premières boutiques exclusives monomarque doivent ouvrir leurs portes en 2014 à Hong Kong et à Pékin. Elles doivent être suivies de l'établissement, dans d'illustres centres du luxe et de la mode à l'échelle internationale, de jusqu'à 25 autres boutiques sur les cinq ans à venir. Pour célébrer son ancrage artistique, Bugatti a choisi, pour dévoiler sa collection, le cadre de l'Academia di Brera à Milan. Le lieu où Carlo et Rembrandt Bugatti, père et frère du fondateur de l'entreprise Ettore, étudièrent l'art et jetèrent les bases de leurs carrières de designer et d'artiste.

Les trois lignes de la collection – toutes dans la stricte continuité de l'essence créative et du style de Bugatti

« Dans notre collection, l'héritage de la marque est associé à une vision contemporaine du terme "style" », explique Massimiliano Ferrari. « Nous avons voulu qu'elle montre la philosophie d'Ettore Bugatti, tout comme son génie technique et créatif. Cette volonté se manifeste dans deux lignes dont l'identité est tout à fait frappante, et qui exprime le luxe inégalé et la technologie d'avant-garde. Le style de chaque pièce, sans exception, du vêtement chic à la tenue décontractée, est lié au fil rouge – ou mieux au "fil bleu", en hommage à la couleur traditionnelle de Bugatti – du luxe dynamique, extraverti et original, pour donner naissance à un "lifestyle" d'une rare beauté. »

Ligne "EB" au monogramme d'Ettore Bugatti. Élégance, artisanat d'art et design d'excellence sont les traits distinctifs de la ligne Ettore Bugatti, laquelle met en avant le monogramme unique EB (pour Ettore Bugatti).

La collection EB a été conçue pour exprimer la personnalité et le mode de vie tout en assurance d'Ettore Bugatti, et bien sûr l'héritage de ses créations cultes sur le front des codes du design et des matières.

Avec leurs sublimes coupes épurées et des textiles d'un raffinement absolu, les pièces au monogramme EB en imposent. L'équipe de création, en grande partie italienne, a œuvré avec passion et une parfaite maîtrise de son art. Ainsi est-elle parvenue à distiller les indices du design Bugatti et à les traduire en design de mode ; les doublures des vestes et les contours du bas des cols rappellent ainsi la forme des calandres de radiateur des autos Bugatti.

Les designers ont puisé leur inspiration dans des modèles historiques de la marque automobile, tels que la Royale ou l'Atlantic et son axe si caractéristique, et ont fait naître des formes dynamiques exprimées par une rayure au dos des tricots en cachemire et à l'intérieur du col des chemises.

Des symboles de Bugatti, comme le célèbre Eléphant Dansant dessiné par Rembrandt, frère cadet d'Ettore et sculpteur de rang international, réapparaissent par exemple sur des broches à épingle ou à porter sous le col, ce qui en fait un accessoire idéal pour toute personnalité empreinte d'assurance.

Des tenues plus habillées, confectionnées avec les meilleures matières et compétences en confection d'Italie, ainsi qu'une collection capsule Luxury Leisure, parachèvent la ligne EB et son caractère flamboyant.

Ligne Extreme Performance à macaron. Affichant le logo Bugatti du nom de *macaron*, la ligne Extreme Performance introduit dans l'univers des vêtements d'extérieur une nouvelle gamme stupéfiante et extrême, mettant en lumière des tissus techniques et haute performance uniques ainsi que des matières extensibles avec des graphiques et des bandes réfléchissantes. Les neuf couches de la caisse en fibre de carbone exposée et teintée, autre point fort de la construction Bugatti, constituent un élément-clé de la conception de ces habits qui reprennent les contours aérodynamiques et les matériaux de pointe typiques de ses voitures modernes. Cette ligne évoque l'expertise de Bugatti en matière d'usage de matières novatrices, de développement de technologies évoluées, de puissance et d'excellence.

Chaque pièce de la gamme est limitée à 431 exemplaires : un chiffre qui célèbre le record de vitesse sur route de la Bugatti Veyron Super Sport en 2010, et qui en a fait la Sport Car de série la plus rapide du monde. Si les lignes EB et Extreme Performance présentent toutes deux des caractères individuels impossibles à confondre, elles sont pourtant complémentaires, car réunissant le double esprit de performance et de raffinement de Bugatti.

Tailor Made / Bespoke. La gamme Tailor Made / Bespoke est dédiée et proposée exclusivement aux propriétaires de véhicules Bugatti. Tous les articles seront fabriqués sur demande et sur rendez-vous uniquement ; ils se distinguent par un formalisme contemporain absolu, et par les meilleures étoffes et matières précieuses, en vue de satisfaire un club très fermé et choisi de propriétaires de par le monde.

Les trois collections portent le logo distinctif "Fabriqué en Italie" et constituent chacune une "Édition Limitée" au sens strict. Elles ont été créées pour répondre aux goûts des personnalités extrêmement raffinées, amoureuses du luxe et de la performance et leaders dans leur domaine.

Les clients peuvent faire leur choix parmi un éventail de costumes, vêtements d'extérieur et accessoires, enrichi d'une palette de somptueuses cravates et d'un assortiment de sacs aux caractéristiques exceptionnelles. Leurs formes émanent en effet du design des voitures de la clientèle, et sont transposées dans la ligne vestimentaire.

La couleur bleue, code de signature de la marque, est une composante majeure de cette première collection.

En dépit du lancement de la collection à l'intention principale des messieurs, les designers ont imaginé aussi une pièce pour ces dames. Un sac en crocodile bleu absolument exclusif dont la forme reprend le fer à cheval typique ornant le radiateur avant des modèles Bugatti, autre symbole spécifique des véhicules modernes et classiques de la marque.

À propos de Bugatti

Contrairement à d'autres marques automobiles, Bugatti tire ses origines du monde de l'art. Né et élevé dans la ville italienne de Milan, le fondateur de la compagnie, Ettore Bugatti, a réussi à associer cette approche artistique et ses innovations techniques. Ce faisant, il a établi un langage créatif qui devait servir de creuset à la marque Bugatti. Il en est ressorti une série de véhicules largement en avance sur leur temps et comptant à présent parmi les voitures classiques ayant le plus de valeur au monde. La philosophie fondamentale de la marque - "Art, Forme, Technique" - est une description de son mystère.

Toujours basée là où la marque a vu le jour voici plus de 100 ans, à Molsheim (Alsace, France), Bugatti fait désormais partie du groupe Volkswagen. Elle représente aussi, en tant que marque, une ingénieuse combinaison des profondes racines et du style artistique italiens, de la passion française du luxe et de la construction allemande. La Bugatti Veyron 16.4 fut le modèle qui lui ouvrit un avenir nouveau, placé sous le signe du succès. Véhicule de série le plus rapide et le plus puissant du monde, il excelle pour sa dynamique de conduite, mais aussi pour sa facilité d'utilisation. Alliant ces deux extrêmes contradictoires à une élégance ultime, la Veyron a fait la réussite de Bugatti. Ainsi, la Veyron 16.4 et la Super Sport, toutes deux des coupés dont la production fut limitée à 300 exemplaires, sont toutes vendues à ce jour et, sur les 150 modèles de roadster actuels de la gamme (le Grand Sport et le Grand Sport Vitesse), seuls un peu plus de 50 véhicules est encore disponible.

Avec quelque 30 concessions et partenaires de service dans 18 pays, Bugatti est aujourd'hui un protagoniste d'envergure internationale. La marque est présente dans bien des régions du globe, y compris en Europe, en Amérique du Nord et du Sud, au Moyen-Orient, ainsi qu'au Japon, à Singapour et en Chine.

Remarque :

Vous trouverez des photos pour illustrer ce communiqué de presse dans notre base de données destinée à la presse : www.bugatti.com/press

ID utilisateurs : press
Mot de passe : bugatti

Interlocuteurs pour la presse :

Manuela Hoehne
Bugatti Automobiles S.A.S.
Head of Media Relations
Tel: +49 5361 40 3634
Mobil: +49 152 588 891 67
E-Mail: manuela.hoehne@bugatti.com

Marie-Louise Fritz
Bugatti Automobiles S.A.S.
Media Relations
Tel: +49 5361 40 3636
Mobil: +49 152 577054 58
E-Mail: marie-louise.fritz@bugatti.com