

NTDEK DE TIJDLOZE KLASSE |

WATCH

SIEF INTERVIEW

Nino Cerruti (78)

start nieuw zakenavontuur

Kyudo: Het mysterie van de Japanse boog
Analyse: De geboorte van een complex horloge
Make it Right: Brad Pitt bouwt huizen in New Orleans
Award winning: De Nederlandse designvisie van Mazda
Bijzondere horloges van duizend euro tot een ton
Graffiti Artiste: Nick Walker

GA MEE!
Lezersreis naar
IWC Schaffhausen



NINO CERRUTI

MODEFILOSOOF

Nino Cerruti heeft zich 33 jaar lang met mode beziggehouden. Onlangs heeft hij zijn merk echter verkocht en tegenwoordig ontwerpt hij meubilair met Baleri. Volgend jaar wordt zijn eigen meubelmerk Cerruti Baleri gelanceerd. WATCH sprak met deze grote man over zijn nieuwe onderneming en verder over kunst, architectuur en de toestand van de moderne wereld.

Tekst: Andreas Tolbe, Foto's: Martin Mui

Biella is een dorpje nabij de Italiaanse Alpen. Het was hiervandaan dat een plattelandsjongen de catwalks van Italië veroverde. Nino Cerruti - inmiddels 78 - begon als El Patrone toen hij negentien was, a het onverwachte overlijden van zijn vader. Hij brak zijn studie af en moest plotseling de verantwoordelijkheid op zich nemen voor atelier Felci Cerruti, de weverij die is uitgegroeid tot een van de bekendste merken ter wereld. Drieëndertig jaar na de oprichting werd Nino Cerruti zelfs de belangrijkste opponent van Armani, die zelf in de jaren zestig nog had bijgedragen aan de breiwerkcollectie van Cerruti.

Zerflijnde Italiaanse elegantie met perfecte mix is altijd zijn handelsmerk geweest. Toch besloot Nino Cerruti de glamoerieuze modewereld de rug toe te keren toen hij het merk verkocht om zich exclusief aan de weverij te wijden. De eerste keer dat ik hem ontmoette was bij een evenement in Berlijn: een showroom met een chique interieur en een al even chique publiek - de gebruikelijke bekende gezichten. Daar stond hij voor de deur een sigaret te roken. Er ontwikkelde zich een geestige woordenwisseling en binnen vijf minuten was ik er volledig zeker van: ik wilde meer te weten komen over dit levende icoon dat het lef had om uit de modewereld te stappen die zo een gigantische aantrekkingskracht uitoefent op miljoenen consumenten overal ter wereld.

Toen ik afreisde naar Biella keek ik uit naar een cappuccino op het terras van een weelderige villa. In plaats daarvan belandde ik in een vergaderkamer, best koud, hoewel de cappuccino er gelukkig wel was. Maar mijn verwachting dat ik een gesprekspartner zou ontmoeten die veel meer is dan de zoveelste oppervlakkige fashion addict werd vanaf het eerste moment bewaarheid.

WATCH: Woont u uw hele leven al in Biella?

Nino Cerruti: Officieel ben ik al mijn hele leven burger van de stad, maar meer dan 33 jaar bevond ik me voornamelijk in Parijs en kwam ik hier maar één keer in de week. Het is hiervandaan overigens ook maar een uurtje rijden naar Milaan.

Mist u de modewereld?

Nee. In 33 jaar heb ik mijn bijdrage wel geleverd; in deze wereld heb ik zelf net beetje alles gedaan wat maar kan.

Maar uw fabriek was hier, dus u moest voortdurend vliegen...

Ja, en dat is een van de nadelen van het moderne leven. Als één persoon op het

vliegtuig verkouden is, worden alle inzittenden besmet.

Toch bent u niet volledig uit het zicht van de modewereld verdwenen. U levert immers nog aan labels zoals Boss en Cerruti, uw eigen voormalige merk.

Ja, maar ik hoef me niet meer druk te maken om shows, de pers, patronen en collecties. Wat wij hier doen is exclusief, creatief ambachtswerk. Sinds 1881.

Waarom bent u nooit naar Milaan verhuisd, het epicentrum van de mode?

Milaaan is een afschuwelijke stad - en niet alleen vanwege de vervuiling. Het agglomeraat van 'belangrijke' mensen wordt almaar uniformer. Als je vandaag de dag iets anders wilt zien, moet je in de kleinere steden werken. Ik heb ook een hekel aan wolkenkrabbers. In mijn ogen zijn die onmenselijk.

Is er ook moderne architectuur waar u wel van onder de indruk bent?

Ik houd er niet van als architecten koste wat

het kost een bouwkundige statement willen maken; als de creatievelingen hun contact met de aarde verliezen. Ik heb bijvoorbeeld zo mijn twijfels over Zaha Hadid, omdat ze altijd per se verrassend wil zijn. Maar een paar jaar geleden presenteerden we een parfum in het Guggenheim Museum in Bilbao, ontworpen door Frank O. Gehry en dat gebouw vond ik wel echt prachtig. Maar voor een woonhuis is dergelijke architectuur veel te extreem.

Dus wat is volgens u van belang als het om 'normaal doen' gaat?

Er zijn steeds meer situaties waarin we moeten oppassen met wat we onszelf aandoen. Het is een gevaarlijke houding als we op de lange termijn lege omhulsels worden, die zichzelf omringen met irrelevante, extravagante voorwerpen. In het interieurontwerp kunnen zelfs kleine dingen worden ingezet als objecten... Er worden teveel concessies gedaan, louter en alleen om maar te verrassen. De gebroeders Campana uit Brazilië zijn daar een schoolvoorbeeld van.



Het creatieve team is ondergebracht in een nieuwe vleugel, het laboratorium voor de looks van prior get.

"Na al die jaren waarin het me fascineerde om vóór alles uit te lopen, wil ik nu graag een evenwicht creëren tussen verleden en toekomst."

In appartementen worden dergelijke voorwerpen vaak opgesteld als een soort edelstenen die zijn losgeslagen uit de eigen omgeving of stijl.

Misschien ben ik te nuderwets. Voorwerpen met klasse, elegante voorwerpen, vormen voor mij nog altijd een artistieke representatie die in het ideale geval uitdrukking geven aan iemands individuele stijl. Maar we doen te veel concessies. We behandelen ze voorwerpen te vaak als pure kunst. In de kunst is het 'normaal' om grenzen te overschrijden. In 1920 schilderde Picasso een vrouw met één oog hier en het andere daar. Dat was in die tijd revolutionair en zorgde voor een omwenteling in de kunstwereld. Maar we hoeven niet zo'n vrouw niet uit te gaan (lacht).

Dus wat stoort u aan modern design?

[Dat voorwerpen de boodschap uitdragen:] als je dit niet begrijpt, ben je dom! Er wordt te veel waarde gehecht aan het aanpakken van een complex bij de consument. Als iets anders is, is het automatisch positief. Dat is ABSOLUUT niet waar.

Reeksen vluchtige, snelgemonteerde korte beelden, zoals we zien in videoclips op MTV, zijn voor ons gewoon geworden, vindt u ook niet?

Ia, en natuurlijk ontstaat daardoor een nieuwe gevoeligheid, een nieuw soort perceptie. Maar we moeten niet bosen onze macht grijpen. Het is belangrijk om de dingen te onderscheiden die duurzaam zijn en stabiliteit brengen in ons leven. Dat negeren we maar al te vaak ten behoeve van die snelle 'kicks'. Ik houd van ontwikkelingen die onderdeel uitmaken van een historische context en niet zomaar over dingen heen springen.

Aan de andere kant is de avant-garde altijd schokkerend geweest, en dat moet ook zo blijven.

Natuurlijk. Maar kijk, dan heb je ook de kunst van Damien Hirst. Een stuk rosbief in formaldehyde vormgegeven en dat kunst noemen is echt walgelijk. Nu is walging natuurlijk ook een motivatie, maar ik zie er de zin niet van in om dat gevoel van walging te cultiveren.

Maar als je alleen mooie dingen zou hebben, zou van een gedifferentieerde visie geen sprake meer zijn. En bovendien, het betekent

niet dat mensen zoals Hirst slechte kunstenaars zijn. Het betekent alleen dat zij niet aansluiten bij iemands persoonlijke voorkeuren en smaak.

Dat vind ik nu het interessante punt: hoe ontwikkel je de zelfverzekerdheid om iets wel of niet te waarderen? Heel vaak is de aanhoudende confrontatie met esthetische fenomenen zeer excessief. Het is bijna onmogelijk om over alles een onderbouwde mening te hebben, om echt intensief met kunstenaars om te gaan, om te begrijpen hoe een ontwerper zich heeft ontwikkeld en waarom hij doet wat hij doet. Dus voor de veiligheid baseer je je mening (dan maar) op de meer algemene consensus.

Is dat niet in tegenspraak met het heersende idee dat we allemaal individuen zijn?

Een minder individualistische tijd hebben we nog nooit meegemaakt. Na al die jaren waarin het me fascineerde om vóór alles uit te lopen, wil ik nu graag een evenwicht creëren tussen verleden en toekomst.

Laten we even kort ingaan op culturele identiteiten. Tot de jaren negentig waren de Italianen op het gebied van mode volslagen uniek. Dat gold in het bijzonder voor de mannen. Nu haal je ze er bijna niet meer uit op het vliegveld.

Klopt. Door tegenwoordig rënd te rennen in sportkleding draag je de illusie van individuele vrijheid en comfort uit. Tegelijkertijd een vliegveld vol mannen in griize pakken is ook geen uitdrukking van individualiteit. Het is immers een uniform als alle andere, gestoeld op een mannelijk principe. We moeten ons gedragen binnen de regels. Maar probeer tegenwoordig maar eens een regel aan iemand over te brengen; hij komt er onmiddellijk tegen in het geweer. En je ziet het gevolg: de regel is dat er geen regels meer zijn. Maar het blijft een still, ook als je je casual kleedt.

Werp u zich nu opens op als een voorvechter van regels?

Ik wil niet zeggen dat de ene periode beter is dan de andere, maar ik houd inderdaad van een soort harmonie die vroeger de overhand had en nu niet meer bestaat.

Heeft harmonie iets te maken met een algemene ethische consensus?

Zeker. Maar wie vandaag de dag moraal predikt wordt direct gelabeld als nuderwets.

Daarom worden zoveel nieuwe gezichtspunten aangemomen, alleen maar om de oude principes bij het oud vuil te kunnen zetten. Vooral als je kijkt naar onze omgang met de natuur; er is geen respect voor het milieu. We zijn dol op 'S&S' - seks en shopping. Geef mensen seks en shopping en ze denken dat ze volmaakt gelukkig zijn.

Maar de museums krijgen tegenwoordig recordaantallen bezoekers en overal worden nieuwe galeries geopend.

Het goede is dat er een zeker enthousiasme bestaat voor zaken die niet triviaal zijn. Maar het gaat slechts om zeldzame momenten die enige hoop bieden.

Het is maar een deprimerend interview tot nu toe - we zitten in een neergaande lijn!

We maken gewoon een ongelooflijk moeilijke tijd door, en soms voel ik me wat geïsoleerd ten opzichte van de heersende opinies.

De elite heeft zich altijd geïsoleerd.

Vroeger was het anders. Het grootste deel van de elite kreeg een opvoeding die slechts voor weinigen toegankelijk was en waaraan zeer specifieke privileges verbonden waren. Maar er bestond onder hen een ethische consensus. Tegenwoordig is er geen consensus meer - die is vervangen door seks en shopping.

Maar zelf verdient u uw brood aan juist die shoppers. Hoe kunt u daarmee leven als u er zo een hekel aan hebt?

Het is een kwestie van prioriteiten. Als al het andere wordt vergeten, worden ook veel van de kenmerken die mensen 'menselijk' maken vergeten. We beoordelen iemand volledig op wat hij doet, wat voor een werk hij doet, en hoeveel macht daaraan verbonden is. Producten zijn overheersend geworden en een eigen leven gaan leiden. Het gevoel dat overheerst is hebzucht.

Een fenomeen van laat-kapitalisme?

Precies. Maar in Europa heeft deze hebzucht een beter onderwijs toegankelijk gemaakt voor de meeste mensen en de gelegenheid geschapen om te met heel andere zaken bezig te houden. De huidige crisis is een economische crisis, en in mijn ogen betekent dat oorlog. Een oorlog die zich afspeelt zonder dat er één schot wordt afgevuurd.



Foto: Ingrid van der Wal / Getty Images
Carroll weert. Dit is een van de vele
voorbeelden van de wereld.

WATCH



Het beeld met dallende
hul van van Carroll in de
wereld en omgeven door



Wat is uw visie voor de toekomst?

Niet voor iedereen is dezelfde levensstandaard weggelegd. Het zal al lang genoeg duren voordat de gebieden waar mensen echt lijden verbetering ondervinden. Het is iets waar we op hopen, maar als iedereen dezelfde levensstandaard krijgt als in Europa is de ecologische catastrofe compleet. Er zijn te veel mensen in de wereld om dat te kunnen bereiken. En er bestaat geen enkel politiek systeem dat dit dilemma kan oplossen.

Als ik het goed begrip, zegt u dat onbetuogend individualisme een van de zeven doodzonden is?

Helaas wel, en het is een vals teken van Amerikanisering. Iedereen kan het bereiken: dat is de mythe die iedereen zich laat wijsmaken. We geloven nog altijd in de boodschap dat elke droom kan worden verwzenlijkt. De Franse filosoof André Malraux heeft het perfect uitgedrukt: "De 21e eeuw wordt een tijdperk van spirituaaliteit... of het wordt het einde." Onze spiritualiteit is nog altijd gebaseerd op het idee dat vrouwen gelukkig zijn als ze nog een handtas kunnen kopen. Voor mij is het iets positiefs dat het einde nog zo ver in de toekomst ligt dat ik het niet meer zal meemaken (lacht).

Hoer kunt u met deze kennis en deze ideeën werken in een industrie die voedt wat u zo gevaarlijk vindt?

Ik heb geprobeerd om zodanig te werken dat de samenwerking binnen het bedrijf wordt gestimuleerd. Daar heb ik trots op. Op veel gebieden is het misschien niet effectief genoeg, maar alle mensen die hier werken voelen zich erdoor vervuld. Ik probeer goede producten aan te bieden die een plaats hebben in de context van wat ik belangrijk

vind en die uitdrukking geven aan mijn respect voor het mogelijke. Voorwerpen die mooi zijn en een bepaalde esthetische klasse hebben. Daardoor heb ik het gevoel dat ik niet handel in strijd met mijn overtuiging... met alle nadelen die dat meebrengt, want de bedrijfs wereld voert zo zijn hele eigen oorlog. Voor mij is familie zeer belangrijk. Mijn vader overleed toen ik 19 was. Ik moest de rol op mij nemen van hoofd van de familie.

Dat brengt me op een nogal praktische vraag: u hebt onlangs het ontwerphuis Baleri overgenomen. Hoe is dat zo gekomen?

Ik vind nieuwe uitdagingen fascinerend. Ik word gestimuleerd door situaties waar betrokkenheid en creativiteit bij komen kijken. Ik moest ophouden met mode omdat ik de naam Cerruti verkocht had. Maar in de modestond ik dichtbij mensen en nu kan ik met Baleri invloed uitoefenen op de omgeving van mensen. Dus mijn modetactiviteiten worden erdoor vervangen.

De winkel van Baleri verkoopt ontwerpen van veel verschillende designers. Is dat ook een trend, zich afwenden van de dictaten van de monothematische designer?

Tot tien of vijftien jaar geleden werden de modelbestede gedomineerd door de ontwerpers. Gucci was jarenlang synoniem met Tom Ford. Toen vond er een generatiewisseling plaats en de namen gingen achter hun merk staan. Tegenwoordig weten maar weinig mensen wie de hoofdontwerper van Gucci is. In productdesign waren er tot voor kort maar weinig sterren; nog altijd weten niet veel mensen wie nu die stoel gemaakt heeft. Dat is momenteel aan het veranderen. Bij Baleri komen veel van de ontwerpen uit het verleden, omdat het merk al sinds de jaren tachtig bestaat. Sommige van de designs komen van nieuwe ontwerpers,

Waarom hebt u niet gewoon een nieuw bedrijf opgericht?

Er was een goed functionerend fundament en volgend jaar wordt het Baleri-Cerruti. Internationaal gezien is Baleri vrijwel geheel onbekend, maar Cerruti is een gewestigde naam.

Hoe zou u het merk karakteriseren?

Het is bij de tijd en elegant, maar altijd met een beetje humor. Maar er zijn geen grappige kleine beestjes die in meubilair worden omgezet. Veel is bedoeld voor alleenstaanden die graag veranderingen doorvoeren in hun omgeving en openstaan voor inspiratie. In veel opzichten gaat het niet meer om zuiver functionele meubelen, maar om meubilair dat een bepaalde sfeer creëert.

Het doet me een beetje denken aan Armani Casa. Zeer Italiaans, en elegant.

Heel eerlijk gezegd kan ik dat niet bevestigen, want het meubilair van Armani is absoluut het beste van Armani. Voor mij is elegantie zoets als goed kunnen spreken. Met een onhandige bewoording kun je dezelfde dingen uitdrukken, maar ik luijster lever naar iemand met een goede taalbeheersing. Maar iedereen heeft een ander idee over wat mooi is, want anders zou bijvoorbeeld het 'insectenmeubilair' niet zo populair zijn (lacht).

De kracht van het schandaal?

Haha, misschien! De Hilton-keten is voor een onvoorstelbaar groot bedrag verkocht. Mijn zoon zei: "Kijk, dat komt door het schandaal over die vrouw" - hoe heet ze ook alweer? O li, Paris Hilton. Als tegenwoordig die waarde van een bedrijf op dit principe gebaseerd wordt, waar trekken we dan de grens?