Les Échos Série limitée

PAYS : France
PAGE(S) :49
SURFACE :88 %

DIFFUSION :123636
JOURNALISTE : Frédérique Dedet

► **5 juin 2025 - N°nc**

BOTTEGA VENETA

Le motif en cuir tressé Intrecciato, qui fête ses 50 ans, est devenu la signature de la maison italienne.

Par **Frédérique Dedet**

1 Le savoir-faire

L'Intrecciato est l'expression singulière des principes fondateurs de la maison : l'artisanat et la créativité. Sa technique, transmise avec soin d'une génération à l'autre, consiste à tresser à la main de fines bandes de cuir – appelées *fettucce* – sur une base en cuir ou autour d'un moule en bois.

2 La publicité

Depuis sa création en 1966, Bottega Veneta a mis l'accent sur la production artisanale d'articles en cuir. L'arrivée en 1975 de l'Intrecciato donne lieu à des publicités dédiées et à la naissance de son slogan « *when your own initials are enough* » (quand vos initiales suffisent) – des mots attribués à Andy Warhol.

3 Les fans

Lady Diana *(en photo)* mais aussi Lauren Hutton dans *American Gigolo* (1980), Charlize Theron, Reese Witherspoon, Cameron Diaz… Les fans de l'Intrecciato sont depuis cinquante ans très nombreux, fidèles à l'absence de logo et adeptes de ce savoir-faire signature propre à Bottega Veneta (atelier vénitien, en italien).

4 L'icône

Le cabas lancé en 2002 par Tomas Maier, directeur artistique de la maison arrivé l'année précédente (il la quittera en 2018), est toujours un best-seller incontesté. Sans cesse revisité, l'Intrecciato change de formes, de couleurs, de dimensions, d'architecture et d'allure.

BOTTEGA VENETA

L'actualité

Ce demi-siècle va être célébré par une nouvelle campagne publicitaire et un livre. Et nous sommes impatients de voir ce que Louise Trotter, la nouvelle directrice artistique de la maison, fera avec l'Intrecciato !

Tous droits de reproduction réservés