



1/ Les fauteuils plissés « Gala » inaugurent la collaboration de Cristina Celestino avec Saba. ©MATTIA BALSAMINI 2/ Les assises « New York », dans une édition spéciale cosignée par

Alessandra Santi Talent et énergie

Fille de la fondatrice de l'entreprise italienne, la directrice de la communication travaille en bonne intelligence avec sa mère dans une relation complémentaire, indispensable au développement de la marque. Chacune a su trouver sa place par rapport à l'autre, dans une vision commune, gouvernée par une même sensibilité esthétique et humaine.

Propos recueillis par Guy-Claude Agboton

ÉTAIT-CE NATUREL POUR VOUS DE PRENDRE LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION DE SABA ?

Ah, complètement! Surtout si l'on regarde le cours naturel de mon parcours professionnel et compte tenu de ma personnalité, de mes compétences et de mes centres d'intérêt. Et puis, j'ai fait des études de communication et de relations publiques.

ENTRE VOUS ET VOTRE MÈRE, AMELIA PEGORIN, FONDATRICE DE SABA, COMMENT LES RÔLES SONT-ILS DÉFINIS ?

Ils l'ont été dès le début: elle est la P.-D.G. et la directrice artistique de Saba, tandis que je m'occupe de toute la communication. Nous avons des approches et des talents différents, mais une sensibilité commune en ce qui concerne l'esthétique des matériaux. Nous partageons

par-dessus tout une même vision globale qui nous pousse à explorer en détail l'énorme potentiel de chaque projet. Nous travaillons dans des endroits distincts: son bureau est au siège de Saba, à Padoue, et le mien, dans notre showroom de Milan. De là, j'ai toute latitude pour envisager les choses d'un point de vue plus large, un peu plus détaché, un peu plus clair. Un contexte aussi stimulant que celui de Milan m'aide à apporter de nouvelles contributions à l'entreprise. Amelia et moi, nous nous concertons sur chaque décision et chaque projet. Nos opinions évoluent souvent de façon autonome, mais lorsque nous nous penchons sur quelque chose ensemble, nous sommes toujours sur la même longueur d'onde.

EN QUOI LA PRÉSENCE D'UNE FEMME À LA TÊTE D'UNE ENTREPRISE CHANGE-T-ELLE DE MANIÈRE SIGNIFICATIVE LA FAÇON DONT CETTE DERNIÈRE EST DIRIGÉE ?

La sensibilité créative d'Amelia et son approche humaine de la gestion de société se reflètent clairement dans la vision de l'entreprise. Saba n'est pas uniquement un univers d'élégance et d'esthétique. Cet univers peut aussi intégrer des formes d'expression diverses, reliées par un fil rouge qui serait la légèreté et une certaine ouverture d'esprit. Pour moi, les femmes personnifient l'idée même d'éventail des possibles.



Sergio Bicego et Antonio Marras, dans une installation très libre, « une valeur primordiale » comme les apprécie Alessandra Santi. © ANDREA BARTOLUCCIO 3/ Le canapé modulable Pixel de Sergio Bicego. © BEPPE BRANCATO

Nous ne nous incarnons pas seulement dans quelques scénarios. Nous possédons vraiment un large éventail de modes d'expression. Il en va ainsi du monde de Saba. Même ses produits les plus rationnels ont cette fluidité qui, selon moi, participe de la féminité.

QUEL A ÉTÉ VOTRE PLUS GRAND OBSTACLE PROFESSIONNEL ?

Longtemps, j'ai parallèlement été free-lance dans les domaines de l'art et du design. J'aurais aimé continuer mais, ces dernières années, j'ai été complètement absorbée par mon activité pour Saba. Le bon côté de la chose, c'est que j'ai trouvé le moyen d'intégrer ma passion pour l'art dans mon travail en créant des complicités artistiques. J'aime communiquer culture et créativité.

ÊTRE UNE FEMME D'AFFAIRES DANS UN ENVIRONNEMENT RELATIVEMENT MASCULIN EST-IL UNE CHANCE OU UN DÉFI ?

Saba est une marque féminine à tous points de vue : de l'équipe qui l'anime jusqu'aux collections douces et accueillantes qu'elle réalise, en passant par les collaborations qu'elle sélectionne avec soin. J'aime voir cela comme une opportunité ; notre approche humaniste des affaires et notre vision ont toujours été assez uniques. Ça a pris du temps, ça n'a pas forcément été facile, mais ça en vaut la peine.

QU'EST-CE QUI, SELON VOUS, REND SABA SPÉCIFIQUE ?

L'extrême liberté qu'elle permet. La liberté est une valeur primordiale, je dirais même essentielle. À travers le dessin d'un canapé, il est possible pour nous de suggérer des modes de vie et des visions de l'existence.

VOTRE INTÉRIEUR PERSONNEL REFLÈTE-T-IL L'UNIVERS DE SABA ?

Oui, certainement. Je suis très « amoureuse » de ce que nous faisons.

COMMENT VOYEZ-VOUS L'AVENIR DE SABA ?

L'avenir peut toujours offrir des possibilités si vous êtes prêt à les accueillir. Ces dernières années, Saba n'a cessé de s'ouvrir à l'inclusion et à la diversité, et je pense que cela va encore se développer. Comme marque, elle a grandi tant en matière de distribution internationale qu'en gammes de produits. Présenter de nouvelles typologies de produits à l'occasion du Supersalone 2021, en septembre, traduit notre enthousiasme. Je reste convaincue que la recherche menée chez Saba sur les matériaux, les tissus, les textures et les techniques innovantes, ce qui nous a toujours distingués, se poursuivra et s'améliorera. L'expérience de vie que nous souhaitons créer est par définition en constante évolution. Et notre équipe, je crois, est prête à l'appréhender et à se l'approprier, s'enrichissant chaque jour des transformations à venir. 