

# WWD

JAPAN

December 16, 2019  
vol.2116

## *The Duo behind L'Autre Chose and Giannico*

*Nicolò Beretta /  
Creative Director*

*Alice Carli / Chief  
Executive Officer*



# 2つの才能が築き上げる 未来を担うイタリアブランド

L'  
L'AUTRECHOSE

## デザイン、品質、価格の三拍子がそろって シューズが強みのライフスタイルブランド

「ロートル ショーズ」は、1959年にマルケ州で創業したボッカチーニの靴作りにおけるノウハウを生かし、87年に誕生した。ブランド名がフランス語で「他と異なるもの」を意味するように、フランスらしい上品さとイタリアの伝統を融合しながら、ひねりを効かせたアイテムをそろえる。生まれ変わった同ブランドの強みは、若い感性を生かしたコンテンポラリーなデザインと自社工場が支える確かな品質を併せ持つシューズを、パンプス4万円～、ブーツ6万円～というラグジュアリーブランドに比べ手の届きやすい価格帯で提案していること。新たなアイコンであるスクエアトローファーやドアノックのようなパーツをヒールに配したショートブーツをはじめ、多様なニーズやシーンに合う幅広いモデルを展開する。現在は、バッグなどの雑貨やウエアも充実。現代女性に寄り添うライフスタイルブランドとしての魅力を増している。



### 2020 PRE-FALL COLLECTION



1.キルティングがカントリームードを醸し出すロングブーツ 2.クロスストラップでアクセントを効かせたパンプス 3.デリーに活躍するボックストートはミニとビッグサイズをラインアップ 4.クラシックなクロコダイルの型押しを施したバッグはアクセサリ感覚のメタルハンドルがポイント 5.ビンテージライクな生地を使ったバックレスシューズ 6.新作のパテントローファーはバッグのフラップのようなデザインが印象的

### NEW SHOP IN MILAN

#### 新しい世界観を伝える 旗艦店がオープン

2019年9月、新生「ロートル ショーズ」の世界観を体現する旗艦店がミラノにオープンした。場所は、世界から多くの人々がショッピングに訪れるモンテナポレーネ通りから信号を渡ってすぐの駅前という絶好のロケーションだ。3フロアからなる店内で目を引くのは、吹き抜けを生かした本棚のような什器。上質な調度品やみずみずしい花々で飾られた空間は、友人の家に招かれているかのような居心地の良さを感じさせる。



### INTERVIEW

#### キーパーソン2人に聞く、「ロートル ショーズ」と「ジャンニコ」が目指す道

2つのブランドを率いる2人は6年前から知り合いで、ニコロ・ベレッタが正式に「ロートル ショーズ」のクリエイティブディレクターに就任する数か月前から共にプロジェクトに取り組んできた。「まず着手したのは、「ロートル ショーズ」をリブランディングするための新たなコンセプトを定めること。ニコロと私は、スタイルや美学における同じ感覚を持っているだけでなく、「さらなる高みを目指して常に前進していく」というビジョンを共有している。だから、そのプロセスはスムーズだった」とアリーチェ・カリーCEOは振り返る。

才能を認め合う2人がチームと一丸になって目指したのは、社内全体をインターナショナルで今の時代に合った考えを持った、スピード感のある組織へと変えることだ。そして、今年6月には「ジャンニコ」が同グループに加わった。「ジャンニコ」を傘下に収めたのは戦略的な理由で、運営や生産など多くの点で2つのブランドのシナジーを高めることが狙い。「ロートル ショーズ」の刷新が成功したので、「ジャンニコ」で

も2人でサクセスストーリーを描けると確信した」。

ただ、2つのブランドはターゲットもポジションも全く違う。そのため、異なる戦略で改革を進めているという。「ライフスタイル提案を行う「ロートル ショーズ」は、オリジナリティーのあるクリエイティブ・ディレクションとイタリア製の高い品質を兼ね備えたアイテムを、ラグジュアリーメゾンのセカンドラインと同等の価格帯で打ち出している。これが実現できているブランドは他になく、セカンドラインと並べられた時にファーストチョイスになることを目指している」。また、ビジネスもこれまでのイタリア中心から世界展開へと舵を切った。「私が着任してから新戦略の下、すでに世界に幅広い流通網を開拓してきたが、特にヨーロッパ、中東、アフリカ、そして日本に注力している」。一方、「ジャンニコ」は、「類いまれなクリエイティブティーターを生かした“メイド・イン・イタリア”のソフトラグジュアリーブランド」というポジション。「すでにインターナショナルなビジネス基盤があるので、今後は厳選された百

貨店やセレクトショップでの展開にフォーカスしていく。今後の発展のためには、日本、イタリア、アメリカでブランドと親和性の高いショップに取り扱われることが重要だ」。

もちろんコレクションへのアプローチも大きく異なる。その差別化について、ニコロ・ベレッタ＝クリエイティブ・ディレクターは、「「ジャンニコ」と「ロートル ショーズ」は全く別のストーリーを持ったブランド。だから、それぞれにどんなアイテムが必要かを考えるのは難しくなく、僕のパーソナリティーの違う部分を生かして制作している」とコメント。「「ジャンニコ」は、夢があって大胆。美しくデザインされたオブジェのようなイメージで、強く華やかなスタイルを求めるジョアンナ・バッタリアのような女性がミュージズだ。一方、「ロートル ショーズ」で大切なのは、ベーシックではないけれど、エフォートレスで毎日履けるウエアラブルなデザイン。素敵だけど派手すぎないアイテムを好む、例えばジャンヌ・ダマスのようなパリジェンヌを思い描いている」。



イタリア発の「ロートル ショーズ」と「ジャンニコ」は現在、グローバルブランドへのステップアップのための改革に取り組んでいる。今年1月にはサトル・プライベート・エクイティ・ファンドが「ロートル ショーズ」を立ち上げたポッカチーニから100%の株式取得を完了。6月には「ジャンニコ」もロートル ショーズ・グループの傘下に加わり、新たな体制が整った。そのカギを握るのは、「フルラ」などのイタリアブランドでマーケティングやビジネス開発の要職を務めてきたアリーチェ・カーリ最高経営責任者(CEO)と、10代で自身のシューズブランド「ジャンニコ」を立ち上げた現在24歳のニコロ・ベレッタ＝クリエイティブ・ディレクター。2人でタッグを組み、両ブランドを率いている。イタリアファッションの未来を担うキープレイヤーになるべく歩みを進める2つのブランドをひもとく。

EDIT&TEXT: JUN YABUNO

# GIANNICO 日常を華やかに彩る ラグジュアリーシューズの新星

「ジャンニコ」は、幼い頃から靴への強い情熱を抱いていたニコロ・ベレッタが2013年に設立したブランド。パリのプランタンやミラノのディエチ コルソ コモなど世界の有力店に取り扱われ、キアラ・フェラーニからブリヤンカー・チョーブラー、オリヴィア・パレルモまで多くの著名人に支持されるラグジュアリーシューズの新星だ。その特徴は、鮮やかな色使いとぜいたくなクリスタルの装飾。エレガントでありながら、遊び心やアイロニーを感じさせるアイテムがそろそろ。アイコンであるスワロフスキー・クリスタルのリップモチーフをあしらった「ダフネ」は、サテンやグリッター、スエードなどのさまざまな素材を使い、異なるヒール高のミュールからパンプスまでを提案。フォーマルなシーンにも対応するグラマラスなサンダルをはじめ、フラットシューズやブーツも増え、日常を華やかに彩る。また、ロートル ショーズの傘下に加わったことで生産やブランド運営のより良い環境が整い、今後のさらなる飛躍が期待される。



## 2020 PRE-FALL COLLECTION



1.ブローチのような大きなクリスタルが特徴のショートブーツ 2.新しいクリスタルのバックルが印象的なフラットシューズ 3.美しいピンクのサテンが目目を引くアイコンの「ダフネ」 4.ライン状に小さなクリスタルがあしらわれたエレガントなサンダル 5.バックルデザインはパンプスやブーツでも登場

## LOVED BY CELEBRITIES



## BUYER'S COMMENT



「ロートル ショーズ」は、ブランドらしさを形成し追求する姿勢がデザインに見てとれ、その未来が見える。ロゴやインソールも刷新し、モダンに生まれ変わった印象です。「ジャンニコ」は構築的でありながらエレガントな要素もあり、数々のブランドを履いてきた人も魅了するデザイン。デイリーで履けるものが増えると、日本でも広がりそう。靴への情熱にあふれるニコロは物腰柔らかく気さくで、型にはまっていないところに可能性を感じます。

和泉啓子/ユナイテッドアローズ第一事業部ウイメンズ商品部商品1課ユナイテッドアローズ バイヤー



新たな「ロートル ショーズ」は、正統派のエlegantな流れを汲みながらも、どのデザインにも新鮮な発想が感じられ、非常に印象的。クリエイションの力強さとモノ作りにおける高いテクニックを兼ね備えているという、最近のラグジュアリー以外の婦人靴ブランドでは稀有な存在です。価格帯は常に有望なMDを探しているラグジュアリーの一つですが、靴好きのお客さまにも納得していただける高い品質を実現していると思います。

松野裕/伊勢丹新宿本店婦人靴マーチャンダイザー



ニコロになってからのコレクションは、「ロートル ショーズ」が長年培ってきたモノ作りの技術にデザインが掛け合わされました。シンプルでありながらテクニックやカラーリングで主張も忘れず、ローヒールでも存在感があるので、デザインと履き心地の両方にこだわるような今を生きる女性に提案したいブランドです。品質も丁寧に作られていて、「メイド・イン・イタリア」にしては珍しいツールの滑り止めなど機能への気遣いも好印象です。

濱千絵子/阪急阪神百貨店 第1店舗グループ婦人服飾商品部統括部 婦人靴商品部

## INFORMATION

### 最新コレクションの 展示会を東京で開催

「ロートル ショーズ」と「ジャンニコ」の国内総代理店を務める大磯産業は2020年1月15日から2月14日まで、両ブランドのバイヤー向け展示会を開催する。会場には、20年プレ・フォール&20-21年秋冬コレクションをラインアップ。パンプスやブーツからミュール、サンダルまで、幅広いニーズに応える多彩なアイテムをそろえる。

日時：2020年1月15日～2月14日  
10:00～19:00  
場所：東京都渋谷区神宮前2-4-5  
ステートビル2F



### ニコロ・ベレッタ(左)/「ロートル ショーズ」&「ジャンニコ」クリエイティブ・ディレクター

PROFILE:イタリア・ミラノ生まれ。思春期をオーストラリアで過ごす。2011年にシューズデザイナーのマノロ・ブランコとフランカ・ソツァーニ前「ヴォーグ・イタリア」編集長からデザインの才能を見出され、13年に自身のシューズブランド「ジャンニコ」を設立。15年、新人コンテストの「フォー・イズ・オン・ネクスト?」で優勝。18年9月、「ロートル ショーズ」のクリエイティブ・ディレクターに就任

### アリーチェ・カーリ/「ロートル ショーズ」&「ジャンニコ」CEO

PROFILE:イタリア出身。ミラノのIULM大学卒。「カルティエ」のPRオフィスでキャリアをスタートした後、コミュニケーションやマーケティング、リテール分野で経験を積む。「フルラ」や「ビューテリ」でグローバルマーケティングやビジネス開発の要職を務め、2018年6月に「ロートル ショーズ」のCEOに就任。19年9月から「ジャンニコ」のCEOも兼任する





@lautrechose

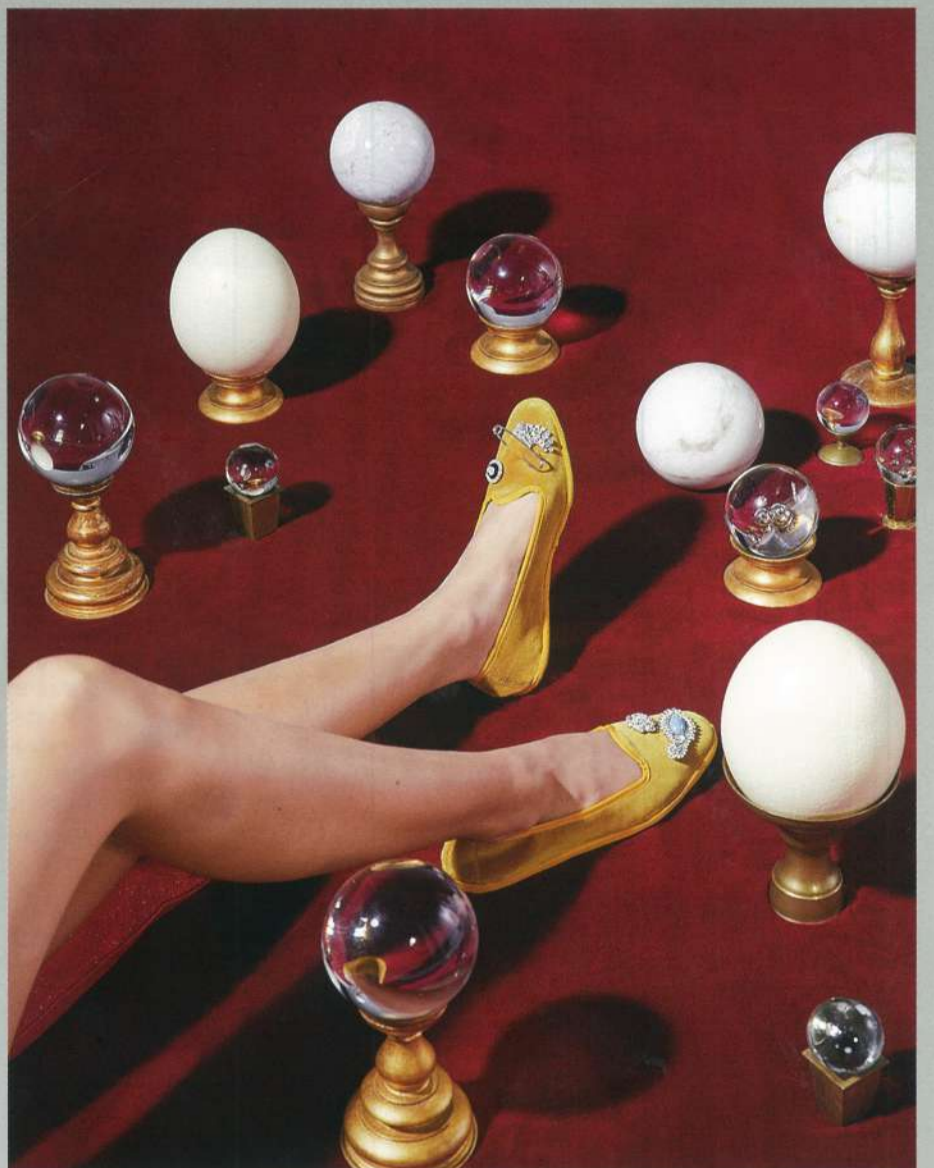


www.lautrechose.com

L'AUTRE CHOSE



@giannico\_official



www.giannicoofficial.com

GIANNICO