

Luciano Benetton, le 12 décembre, au siège de sa marque, à Ponzano Veneto.





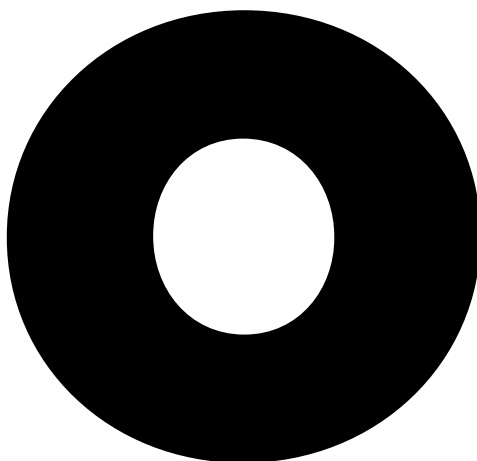
Benetton, la couleur du ressentiment.

Le 14 août 2018, le pont Morandi s'effondrait à Gênes, tuant quarante-trois personnes. Et brisait l'image publique de la famille Benetton, propriétaire de la société gestionnaire de l'ouvrage. Connue pour ses tricots aux couleurs vives, ses idées progressistes et son goût des publicités-chocs, la fratrie d'entrepreneurs trévisans a aussi réalisé de juteux investissements dans les infrastructures routières italiennes... Pointé du doigt par les populistes au pouvoir à Rome, critiqué par la vox populi, le groupe emmené par Luciano, 83 ans, entend malgré tout redynamiser son activité prêt-à-porter en perte de vitesse.

PAR MARGHERITA NASI ET AURELIANO TONET — PHOTOS JONATHAN FRANTINI

Luciano
Benetton,
le 12 décembre,
à Ponzano
Veneto.





N NE BADINE PAS AVEC LA TRADITION CHEZ LES BENETTON. Tous les 15 août, depuis vingt ans, la famille convie une centaine de proches à Cortina d'Ampezzo, la « Gstaad italienne », à cent cinquante kilomètres au nord de Venise. Ce midi-là, une odeur de poisson grillé émane de la villa de Giuliana Benetton. Le thermomètre affiche 18 degrés, le ciel est dégagé, le déjeuner raffiné – bar et risotto. L'hôte veille à ce qu'aucune fausse note n'entache le pince-fesses : c'est le premier Ferragosto, comme on appelle ici l'Assomption, depuis que Luciano, l'aîné de la fratrie, a repris les rênes du groupe familial, fin 2017. Le premier, surtout, sans Fioravante ni Carlo. Fioravante, mari de Giuliana, a été foudroyé par une crise cardiaque en février à l'âge de 86 ans. Quant à Carlo, le benjamin des Benetton, un cancer l'a emporté un mois avant la réception, à 74 ans.

Malgré la leucémie qui le rongé, Gilberto, troisième de la lignée, est bien là. Plus encore que Luciano et Giuliana, il aspire à un peu de légèreté. La veille, tous trois se sont fait porter pâle à la fête organisée par sa fille, Sabrina, sur les bords du lac Ghedina. Pendant que les invités trinquent, chantent et dansent sur les tables, Gilberto est retenu par son autre enfant : Edizione, la holding familiale, dont il est le vice-président. En ce maudit 14 août, peu avant midi, le pont Morandi s'est effondré à Gênes, tuant quarante-trois personnes. Effarés, les Italiens découvrent que les pull-overs Benetton dissimulent l'un des empires financiers les plus tentaculaires d'Europe, actif dans l'habillement et le bâtiment, la culture et l'agriculture, le sport et les transports. Et que parmi les sociétés détenues par Edizione figure Atlantia, chargée de la gestion du funeste viaduc.

« *United Killers of Benetton* », lit-on aussitôt sur les murs de la cité ligure. La fratrie est fustigée jusque dans la perle des Dolomites, où la presse traque ses moindres faits et gestes. Ses raouts aoûtiniens, décrits par le menu, sont décriés à tout-va. Giuliana, 81 ans, se fait insulter devant les luxueuses vitrines du Corso

Italia, rapporte *La Repubblica*. Au Café royal, à l'heure de l'apéro, on ne fait qu'une bouchée des Benetton : « *Ils ne sont pas allés à l'enterrement, ils n'ont même pas eu le courage de se faire huer* », tance la clientèle.

Le gouvernement a la dent tout aussi dure. Matteo Salvini, le très droitier ministre de l'intérieur, se délecte de la chute de ces entrepreneurs dont les publicités chantent les vertus de l'immigration : « *Du haut de leur portefeuille plein et de leur cœur vide, qu'ils demandent pardon* », tweete-t-il. « *Ils se partagent les bénéfices et les ponts s'écroulent* », surenchérit l'autre vice-premier ministre, Luigi Di Maio.

En pleine canicule, la péninsule est prise de fièvre numérique, et les statistiques d'Edizione embrasent les réseaux : 67 000 employés, 112 propriétés immobilières, 50,1 % des parts du populaire groupe de restauration Autogrill... On découvre que 5 % seulement des 12,3 milliards d'euros d'actifs du groupe concernent l'activité textile alors que les infrastructures de transports pèsent pour la moitié. On s'indigne, avec plus d'ardeur encore, des comptes de la filiale d'Atlantia, Autostrade per l'Italia. Cette poule aux œufs d'or a dégagé 624 millions d'euros de bénéfice net en 2016 – notamment grâce à l'augmentation des prix aux péages. Au tournant des années 2000, la privatisation des autoroutes s'est traduite par une course au profit et une baisse des investissements d'entretien : « *Ce paradoxe a mis le feu aux poudres*, résume le journaliste Fabrizio Gatti. *La justice est en train de vérifier si cela a aussi été le cas pour le pont Morandi.* »

Avec la chute du viaduc remontent de vieux scandales. Sur les timelines, les réclames les plus controversées refont surface : malades du sida, anorexiques, mutilés de guerre, condamnés à mort... Tous siglés Benetton. Le *Corriere della Sera* n'avait-il pas jadis accusé la multinationale d'exploiter des enfants turcs ? « *Ce qui m'a le plus choqué, c'est la contradiction entre leurs publicités moralisatrices et leurs pratiques cyniques* », pointe Riccardo Orizio. En 1998, le journaliste avait rencontré plusieurs ouvriers mineurs dans un atelier de la périphérie d'Istanbul : ils confectionnaient, assure-t-il, des habits pour le groupe. Au lendemain de la publication du reportage, Benetton avait suspendu toute relation avec son sous-traitant.

Le même logo avait été retrouvé sous les décombres du Rana Plaza, en 2013, au Bangladesh. « *Mille cent trente-quatre ouvriers du textile ont péri dans ce drame. L'entreprise a d'abord nié son implication. Puis s'est rendue à l'évidence, après la publication de photos de l'AFP. Benetton est toujours présent au Bangladesh, ainsi qu'en Europe de l'Est, où les conditions des travailleurs sont particulièrement précaires* », déplore

Deborah Lucchetti, porte-parole du réseau Campagna Abiti Puliti, qui alerte sur les errements de l'industrie textile.

Et c'est bien sûr les 900 000 hectares des Benetton, en Patagonie, que protestent les Indiens Mapuche : banal achat de terres plaide la famille, pure expropriation martèlent les seconds. « *Le groupe produit de la laine, élève des bœufs, cultive du soja. Les affrontements avec les indigènes sont violents. En 2017, à la suite d'une opération menée par la gendarmerie argentine, un militant âgé de 28 ans, Santiago Maldonado, a disparu. Son corps a été retrouvé dans un fleuve quelques mois plus tard* », s'emporte la journaliste Monica Zornetta, qui prépare un ouvrage sur les Benetton.

Après le cataclysme génois, comme après chaque scandale, la famille s'en remet à son mutisme atavique. Même Luciano, son visage public, rentre dans le rang. Il y a vingt ans, il posait fièrement, boucles blanches et lunettes ovales, devant des moutons multicolores ; devenu, à 83 ans, le bouc émissaire de tout un pays, il n'émet pas le moindre bêlement. « *Chez nous, le silence est un signe de respect*, se justifiera finalement Gilberto Benetton, le 6 septembre, dans le *Corriere della Sera*. *Edizione a parlé moins de quarante-huit heures après la tragédie, certes à voix basse, mais la discrétion fait partie de notre culture.* »

Depuis 1982, le photographe Oliviero Toscani façonne l'image du groupe. Lorsqu'on le rencontre dans son antre, Fabbrica – le « laboratoire visuel » de Benetton, à Trévise –, sa défense lui ressemble : tapageuse et belliqueuse. Un communicant lambda se serait retranché derrière les enquêtes de Fashion Revolution, une initiative née en réaction à la catastrophe du Rana Plaza, qui évalue les 150 plus grandes entreprises textiles selon la transparence de leurs pratiques sociales et environnementales : Benetton arrive à la 37^e place du classement 2018, et même dans le trio de tête italien. Toscani préfère les estocades : « *Gilberto n'aurait jamais dû donner d'interview, fulmine le directeur de Fabbrica. Les Benetton n'ont rien à se reprocher, si ce n'est d'être des gens riches, qui prônent l'ouverture et clament que l'immigration est une chance. Pour ce gouvernement, c'est insupportable. Mon père a photographié le cadavre de Mussolini, pendu sur une place à Milan ; qui sait comment je photographierai Salvini ? J'aime me foutre de sa gueule. Quant à Di Maio, le pauvre, il a le cerveau d'une poule.* »

Jadis, les coupures de presse étaient nettement moins blessantes pour les Benetton. Dans leurs terres vénitiennes, c'est encore majoritairement le cas. « *Il existe un fort consensus social autour de cette famille, •••*

••• analyse Monica Zornetta. *Longtemps très pauvre, avant de bénéficier à plein du boom de l'après-guerre, la région voue un culte à l'entrepreneuriat.* »

Le 26 octobre 2018, les rues de Trévise sont silencieuses, les cloches du Duomo entonnent une litanie lugubre. Le viaduc Morandi a fait une victime collatérale, murmure-t-on dans la foule réunie pour les funérailles de Gilberto Benetton, 77 ans. « *Il était déjà malade, mais le scandale du pont l'a achevé* », glisse Marco Tamaro, président de la Fondation Benetton. D'anciens joueurs du club de basket local, Benetton Trévise, portent le cercueil. Autour de la sépulture, de vieux amis rendent un dernier hommage : Flavio Briatore, ex-directeur de l'écurie de Formule 1 Benetton-Renault, Marco Tronchetti Provera, patron de Pirelli, ou Luca Zaia, président de la Vénétie. Trois mois plus tôt, c'est Carlo, le benjamin, qu'on pleurerait ; la dépouille était soulevée par les rugbymen du club familial.

« *De retour au bureau, en novembre, nous étions abattus, s'émeut Marco Tamaro. "Il signore Luciano" nous a sortis du chagrin.* »

Les Benetton restent ceux qui ont rendu à cette ville de 80 000 habitants, sévèrement détruite pendant la seconde guerre mondiale, une partie de sa fierté. Par le travail, offert à des milliers de Trévisans. Par les trophées sportifs, glanés dans une demi-douzaine de disciplines, des sacres de Michael Schumacher à ceux des joueurs du Sisley Volley. Par la pierre, encore : ils dotent l'agglomération d'usines futuristes, d'une crèche modèle et d'infrastructures sportives colossales, transforment d'anciennes églises, tribunaux et prisons en musées ou en salles de concerts...

Par l'exemple, surtout : dans cette région laborieuse, au tissu industriel dense, la fratrie incarne avec superbe le mythe de la réussite. Modeste réparateur de vélo, le père, Leone, s'en va coloniser l'Éthiopie ; il en revient avec la malaria, ruiné. À sa mort, en 1945, Luciano n'a que 10 ans. Il quitte l'école pour travailler dans une boutique de vêtements. Sa petite sœur, Giuliana, rejoint une bonneterie. Pendant leur temps libre, elle tricote ; lui enfourche son vélo et fait du porte-à-porte pour vendre ses créations. Solidaires, ils lancent une première marque, Très Jolie, en 1955, qui deviendra Benetton dix ans plus tard. Luciano préside, innove, représente ; Giuliana s'occupe du design et des matériaux ; Gilberto veille sur les finances, Carlo sur la production. La marque décolle, et colle avec l'époque : seventies, eighties, l'heure est à la couleur.

Jusque dans les usines. Les blouses que portent les ouvriers sont toutes vertes – « *comme notre sang* », plaisantent les employés. C'est l'étendard de Luciano. Un vert pétant, qui lui donne des airs d'extraterrestre. Il faut être un peu martien, du reste, pour imprégner de tons aussi vifs ses produits. Sa botte secrète ? Teindre la laine après le tissage, et non avant, comme le fait alors la concurrence : le procédé

permet de baisser les coûts, tout en élargissant la gamme chromatique. « *Les pulls de Très Jolie sautaient aux yeux, comme des Ferrari dans un parking rempli de Fiat* », dira Piero Marchiorello, qui ouvre le premier point de vente de la marque, en 1964. L'idée est venue à Luciano quatre ans plus tôt, lors des Jeux olympiques de Rome. « *J'avais 25 ans, se souvient-il, j'ai été foudroyé par les couleurs des combinaisons des athlètes.* »

Les principales innovations du baron bariolé seront toutes marquées d'une même verveur d'esprit. La suppression des comptoirs dans les

confier à un sinologue sinueux, Marco Müller, les clés de Fabrica Cinema, la défunte société de production du groupe... Proche des écologistes, Luciano pique même une tête au Sénat, de 1992 à 1994.

Mais, avec le changement de siècle, l'audace laisse place à la cautèle. En 2001, Benetton se range des formules 1 ; un an auparavant, le départ de Toscani coïncide avec une énième controverse – la campagne dans les couloirs de la mort américains. Dès qu'il en a l'occasion, Luciano Benetton revient sur le choc qu'ont représenté, pour lui, les attentats du 11 septembre 2001. « *On ne pouvait plus plaisanter, il a fallu changer notre narration*, dit-il. *Dans la mode, comme dans la politique, on est passé d'un monde en couleurs à un monde en noir et blanc.* » Ce millénaire binaire, tout d'opprobre et d'instantanéité, très peu pour lui, *grazie*. Sur les façades des usines de Trévise, Luciano a tenu à ce que l'une de ses campagnes favorites, « *Unhate* », occupe une place de choix. On y voit des personnalités a priori opposées s'embrasser goulument : Benoît XVI et l'imam Ahmed Al-Tayeb, Barack Obama et Hu Jintao... « *Vulgaire et pathétique* », décrète Oliviero Toscani en 2011. Il n'empêche, son alien de patron a mis beaucoup de lui-même dans cette publicité surannée : l'idée, somme toute assez chaleureuse, qu'une laine puisse couvrir les haines alentour.

« *J'aime les choses qui durent, jamais je ne m'habillerai à la mode : je porte des vestes qui ont 30 ans*, admet le businessman. *Je ne peux pas acheter quelque chose sans l'avoir touché de mes mains.* »

« *"Il signore Luciano" n'a ni adresse mail ni téléphone portable : avec lui, les contrats sont négociés à l'oral, tout repose sur la confiance* », déclarent en chœur ses assistantes, les jumelles Barbara et Michela Liverotti. Ainsi de ses lignes de prêt-à-porter, qui se sont fait doubler par la « *fast fashion* » de Zara et H&M, les contrastes braillards de Desigual ou les jeunes premiers du e-commerce. Ainsi de ses goûts artistiques – Kandinsky, Boetti... –, qui tranchent, par leur anachronisme, avec les collections d'autres mécènes, Prada, Pinault, Arnault & Co.

Est-ce justement parce qu'il sentait que l'époque lui échappait ? En 2008, le capitaine d'industrie a pris le large. Il est •••

Pour Luciano Benetton, le 11 septembre 2001 a été un tournant. « On ne pouvait plus plaisanter, il a fallu changer notre narration. Dans la mode, comme dans la politique, on est passé d'un monde en couleurs à un monde en noir et blanc. »

magasins, d'abord, pour laisser la clientèle se servir librement – pratique hier révolutionnaire, aujourd'hui banalisée. Des publicités effrontément cosmopolites, ensuite, à l'image du fameux slogan « *United Colors of Benetton* », trousseé par Oliviero Toscani en 1985.

Et, au fil du temps, cette improbable diversification, dans une farandole de secteurs. Rien ne semble effrayer le géant vert : financer quinze ans durant une écurie de formule 1 motorisée notamment par Renault, au pays de Ferrari ; soutenir à pleines liras le rugby, quand les Italiens ne jurent que par le calcio ;



Le 12 décembre,
au siège de
Benetton,
à Ponzano
Veneto.
Ci-dessus,
Luciano
Benetton
au côté de
Jean-Charles
de Castelbajac,
nouveau
directeur
artistique de
la marque.





Political Europe, de Michael Gambino, exposé au siège de Benetton, à Ponzano Veneto.

••• parti en croisière autour du monde, amassant, d'escale en escale, de petites toiles de dix centimètres sur douze, offertes par des artistes émergents. Le nom de la collection, « Imago Mundi », est un clin d'œil à un vieux grimoire de cosmographie, prisé par Christophe Colomb. « Ces derniers temps, j'ai dû mettre ce hobby de côté, hélas », regrette-t-il dans ses bureaux de la Villa Minelli, dans la province de Trévise, dont il a tapissé les murs d'une trentaine de mappemondes – l'autre marotte qui nourrit sa pinacothèque.

Si Luciano Benetton est revenu aux affaires, c'est pour redonner un peu d'allure à la vitrine de son groupe : les magasins de prêt-à-porter. À son retour, fin 2017, ils affichent une perte historique de 180 millions d'euros, dévitalisés par ceux qu'il désigne d'un terme vaguement méprisant : « les *managers* ». Des cadres gris dirigés par nul autre que le fils de Luciano, Alessandro, 55 ans, diplômé de Harvard et passé par Goldman Sachs, dont il duplique les

méthodes jusqu'à son départ, en 2014. « *Nos magasins, qui étaient des puits de lumière, sont devenus aussi tristes que ceux de la Pologne communiste* », se désole le pater familias dans *La Repubblica*. « *Les managers, ces personnages inertes, sans cœur ni sens esthétique, ont profité de notre absence pour couler l'entreprise et tuer tout esprit subversif* », vitupère Toscani, en sortant une bouteille de vin frappée de ses initiales, O.T.

Car c'est bien lui, ce drôle de troll rétif aux réseaux sociaux, que Luciano Benetton est allé repêcher pour convertir Fabrica au numérique – Toscani rêve d'en faire « *une startup* », figurez-vous. Des retrouvailles ostensiblement mises en scène, le 26 janvier 2018. Pour l'occasion, une estrade a été aménagée au centre de l'édifice. Tout autour, de hautes colonnes blanches : un hommage de l'architecte Tadao Ando à Andrea Palladio, qui dessina les plus belles villas de Vénétie, au XVI^e siècle. « *Fabrica Circus* », annonce l'affiche de l'événement. Une simple conférence de

presse, à la vérité : cirque médiatique que celui-là. « *Ici, tout le monde s'occupera de tout, comme dans un atelier de la Renaissance* », vibronne Toscani, ravi de retrouver son labo, qui forme une vingtaine d'étudiants aux métiers de la mode, de l'art et de la communication.

Tapi dans la foule, un jeune lève la voix : « *Est-ce que vous connaissez cet homme ?* » Il brandit une photographie de Santiago Maldonado, le défunt défenseur de la cause mapuche. Raide dans son imper caca d'oie, Luciano élude : « *L'enquête suit son cours. Il n'y a rien à ajouter.* » Les six cents spectateurs n'en sauront guère plus. Ils ont reconnu, en revanche, l'impayable numéro que joue depuis quasi quarante ans le duo. D'un côté, « *Toscani* », parleur madré, dont tous les interlocuteurs mangent le prénom, et que Monica Zometta compare à un bélier défonçant portes et murs. De l'autre, « *il signore Luciano* », ainsi que ses employés l'appellent avec déférence, faiseur hardi, que son biographe Sergio Saviane rapproche des canards muets qui prospèrent dans la région, pour son art de l'esquive.

E N OCTOBRE, UN VIEUX LION DES VESTIAIRES étoffe le bestiaire Benetton : Jean-Charles de Castelbajac est nommé direc-

teur artistique. Le styliste français, âgé de 69 ans, en rugit encore : « *Luciano et Oliviero me font penser à l'empereur Frédéric II et à son condottiere, Ezzelino III da Romano, dit "le Féroce". Ensemble, au XIII^e siècle, ils construisent les plus beaux châteaux d'Italie, et nouent des liens d'amitié avec les Ottomans, au grand dam du pape... Luciano possède la vertu essentielle de l'homme de cour selon Baldassare Castiglione (écrivain italien de la Renaissance) : la sprezzatura, l'art de révéler les talents.* » Et de les réveiller ? Longtemps disparu des écrans radars, Toscani, 77 ans, jubile comme un môme : « *À nous trois, on cumule 229 printemps ! Et on s'en tape.* »

C'est de la jeunesse, cependant, que viendront les premières alarmes : les nouvelles campagnes Benetton passent mal. En juin, alors que la Botte porte au pouvoir deux forces criardes, la Ligue de Matteo Salvini et le Mouvement 5 étoiles de Luigi Di Maio, les migrants secourus par l'*Aquarius* se retrouvent sur les panneaux publicitaires, estampillés du fameux logo vert. Ce qui se voulait un pied de nez est perçu comme un outrage à l'intérieur même de Fabrica. « *Tous les élèves ou presque haïssent Toscani*, confesse Mattia Solari, l'un des boursiers du

centre. *Comment ose-t-il ainsi profiter de la misère humaine ?* » « *Les étudiants sont trop polis, je suis là pour leur casser les couilles, corrige Toscani. Est-ce qu'on reproche aux médecins de gagner leur vie sur le dos des malades ? Et aux journalistes de prospérer sur les disgrâces du monde ?* »

Mêmes acteurs, mêmes clameurs, mi-décembre à la Villa Minelli. Les laquais servent la polenta par platées. Des représentants des branches culturelles de Benetton ont été conviés à déjeuner : grandes huiles et jeunes pousses dialoguent vertement. On s'inquiète des « gilets jaunes », on s'amuse des fiascos du président français. Salade, dessert, boutade du maître de maison : « *Savez-vous quelle est la différence entre Macron et Berlusconi ?* » L'auditoire est suspendu aux lèvres de Luciano Benetton, pull-over pistache, crinière et pantalon ivoire, teint ensoleillé. « *Macron a dit à un chômeur qu'il suffisait de traverser la rue pour trouver un emploi, s'élança le baladin. Or, Berlusconi, lui, en aurait vraiment donné, du travail !* »

Tous les gosiers s'esclaffent. Sauf celui de Mattia Solari. Le jeune homme a le regard noir, et la tirade raide : « *Le problème, c'est que les ultrariches s'enrichissent toujours plus, tandis que le reste de la population morfle !* » La cheminée enfume la salle à manger ; des gorges toussent ça et là. Comme le reste de la villa, l'âtre date du Settecento. « *Il me semble que la vraie pauvreté se trouve, je ne sais pas, en Afrique...* », bredouille le milliardaire. Il examine le boursier d'un air ahuri : « *Avec les vols low cost, presque tous les Italiens peuvent voyager, désormais. Non ?* »

Veste sombre et visage adolescent, Mattia l'écoute à peine. Il n'a plus rien à perdre ; dans quelques jours, il quittera Fabrica pour chercher du boulot. En attendant, il fait ses débuts en tant que commissaire d'exposition. Présentée le soir même en centre-ville, « *Poetic Boom Boom* » retrace un demi-siècle de « *poésie visuelle* ». Cette fois, c'est un costard anthracite qui plombe l'ambiance : contre toute attente, le maire, Mario Conte, s'est incrusté au vernissage. Il vient d'être élu sous l'étiquette brunâtre de la Ligue. L'édile, sourie pincé, gratifie Luciano Benetton de compliments sarcastiques : « *Félicitations, comme toujours !* » L'entrepreneur ne relève pas, et monte à l'étage. On y donne une lecture à base de borborygmes et d'imprécations décousues. « *Grrr... grommelle le performeur. La perte de la nation... Grrr...* » Le maire quitte la pièce. « *Rien d'autre que des rêves obscurs... Grrr...* » L'adjointe à la culture se lève à son tour. « *Grrr... La parole du rien... Grrr...* » Le mécène, lui, reste jusqu'à la fin ; ses applaudissements résonnent dans la salle dépeuplée.

Le surlendemain, non loin de là, c'est à guichets fermés que Paolo G. Russo donne son one-man-show. Le sujet : Toscani, qui traite un jour les Vénitiens « *d'alcooliques ata-*

viques ». « *Il joue au caïd, je lui réponds par le théâtre, gentiment* », tempère l'acteur. Il déclame un dicton du coin, en dialecte : « *Les Benetton font des chemises avec des chiffons.* » Car, quand il s'agit d'évoquer l'empire textile, même les Trévisans sont désunis : ici aussi, il a généré son lot de ruines et de rancœurs. Durant les années de plomb, Luciano théorise « le profil bas » : rester discret sur les comptes maison, pour assurer la paix sociale. Dans le même temps, le maillage territorial du groupe fait la part belle aux sous-traitants. Et à son corollaire, la précarité : « *En morcelant sa production, Benetton anticipe les pratiques des géants du commerce*, souligne le syndicaliste Nicola Anselmi. *Comme Ikea aujourd'hui, il incite les artisans locaux à ouvrir leur atelier, auxquels il impose ses tarifs et conditions.* »

Lorsque la firme délocalise, à partir des années 1990, les faillites se comptent par centaines ; rares sont ceux qui osent se plaindre. Costume à carreaux, l'avocat Luigi Fadalti défend l'un de ces moutons noirs, ex-rugbyman reconverti dans la banque. « *Les Benetton l'ont poussé à démissionner pour ouvrir un atelier de sous-traitance. Sans que cela ne soit formalisé, il travaillait, de fait, exclusivement pour eux. Et lorsqu'ils ont délocalisé en Croatie, mon client s'est retrouvé dos au mur.* »

Dans son cabinet de velours, où trône un immense portrait de lui, l'avocat devise sur le passé trévisan : « *Pendant onze siècles, nous avons vécu sous une république de type oligarchique, avec un chef fort. Ça laisse des traces. Aujourd'hui encore, il existe une forme de crainte révérencielle vis-à-vis d'une famille qui fait la pluie et le beau temps sur l'économie locale.* » Luigi Fadalti paraphrase *Ces messieurs dames* (1966), le film de Pietro Germi qui raillait les mœurs étriquées de la ville : « *C'est la vraie province, ici. Les gens maugréent au café, mais personne ne prend position publiquement.* »

Et pour cause : « il signore Luciano » est bien entouré. Chaque fois que l'opinion se retourne contre lui, comme tombent masques et rideaux au théâtre, il n'est pas seul à ferrailer sur les planches médiatiques. En coulisse, une troupe de fidèles le soutient, acclamant la moindre de ses répliques, quand elle ne les lui souffle pas. Voyez l'architecte Tobia Scarpa – fils du célèbre Carlo –, toujours prêt à lui bâtir une usine, une boutique, un palais. Voyez le cuisinier Davide Croce, ex-basketteur du club familial, qui mitonne chaque midi derrière les fourneaux de la Villa Minelli. Sa fille, mannequin, défile parfois pour Benetton ; son beau-frère trime pour Sisley, une autre marque du conglomérat. « *Luciano adore la truffe blanche d'Alba, celle à 600 euros les 100 grammes*, conte l'escogriffe. *Giuliana est plutôt poisson et légumes.* » Au moment d'évoquer l'ultime repas de Gilberto, ses mains bosselées par le ballon tremblent d'émotion :

« *Je lui ai préparé des pâtes à la sauce tomate toutes simples, comme il les aime.* »

Voyez, surtout, les ouvriers les plus chevronnés de la maison : le 19 février, une vingtaine d'entre eux accompagnait les modèles lors du tout premier défilé Benetton à Milan, un jour avant le début de la Fashion Week. « *Time to be brave* » : il est temps d'être courageux, exhorte Snoopy sur l'un des pulls dessinés par Jean-Charles de Castelbajac. Patchwork de références pop, saturé d'arcs-en-ciel, de Mickey et de brebis bigarrées, la parade vaut surtout pour sa scénographie : au centre du podium, les petites mains s'affairent derrière leur outil de travail. « *Quel trac, quel pied !* frissonne la couturière Vania Schiavon. *D'ordinaire, nous sommes backstage, jamais sur scène. Il y a eu deux répétitions, pour éviter tout couac.* »

Après la représentation, Luciano distribue sourires et accolades dans le public – plus de 500 personnes, dont une poignée de people : le PDG de Tod's, Diego Della Valle, ou la sœur de l'influenceuse Chiara Ferragni, Valentina. Quelques coupes plus tard, « il signore Luciano » s'en vient saluer ses complices, Toscani et Castelbajac. Il a des mots d'acteur, soulagé de retrouver les tréteaux : « *C'était un pas. Un beau pas.* »

Milan, de fait, est une ville de théâtre. C'est dans la capitale lombarde que Giorgio Strehler, fondateur du Piccolo Teatro, a révélé toute la cruauté de la commedia dell'arte – cet art de mettre sens dessus dessous les hiérarchies sociales. L'actuel directeur de l'institution, Stefano Massini, chronique des retournements autrement contemporains : il a écrit une pièce sur l'ascension et la chute d'une illustre famille de banquiers, les Lehman Brothers. « *Derrière ces monolithes se cachent des personnes qui ont essayé d'humaniser la finance*, médite le dramaturge. *Les Benetton ont déployé, dans une temporalité longue, une philosophie de la tolérance et une épopée de l'effort. Ces valeurs sonnent creux aujourd'hui ; seul le présent importe, seule la haine est considérée comme authentique.* »

Souvent caricaturé en Pantalón, ce vieil avare qui fit la fortune des comédies de Carlo Goldoni, Luciano Benetton enfle plus volontiers les habits d'Arlequin, plaisantant perché et chamarré. « *J'ai passé les vacances du Nouvel An à Dubaï, cabotine-t-il. Un matin, sous les palmiers, j'ai croisé Gérard Depardieu, il était en cure d'amincissement.* » C'est un copain commun, Fidel Castro, qui les avait présentés, au siècle dernier. Le dialogue tourne court : « *Gérard reçoit une crotte d'oiseau sur l'épaule, il nettoie aussitôt sa veste avec un peu d'eau.* » Quelques minutes plus tard, une deuxième fiente atteint « Gégé » : même geste. Au troisième projectile des volatiles, le comédien change de riposte : « *Il s'est résolu à mettre un châle.* » Il y a de la joie sur le visage de Luciano ; celle d'avoir, pour une fois, échappé aux lazzis. ☺