



1/ Carola Bestetti, à la direction de Living Divani depuis 2004. 2/ Canapés *Kasbah*, design David Lopez Quincoces, tables *Islands Low*, design Stephen Burks... © GIORGIO POSSENTI

Carola Bestetti Héritière 2.0

En charge du marketing et de la communication de Living Divani, Carola Bestetti travaille avec ses parents, Renata et Luigi Bestetti. Avec Piero Lissoni, à la direction artistique depuis trente ans, elle est à l'origine de l'arrivée de jeunes designers, notamment étrangers, en veillant au respect du concept minimaliste élégant qui fait toujours la force de la marque.

Propos recueillis par Maïa Morgensztern

VOS PARENTS ONT FONDÉ LIVING DIVANI EN 1969. QUEL A ÉTÉ VOTRE RÔLE DANS LE DÉVELOPPEMENT DE LA MARQUE ?

Je crois fermement au modèle d'entreprise qu'ils ont créé, à leurs valeurs. Ils ont réussi à maintenir une proposition cohérente au fil des ans, avec une identité distinctive. Les principaux défis qui m'attendaient quand j'ai rejoint l'entreprise ont été d'apporter une approche plus internationale et managériale. Ensuite, de faire face à la dynamique d'un marché en constante évolution, en collaborant avec de nouveaux designers, en enrichissant les collections de tissus d'ameublement, en élargissant la gamme de mobilier, pour proposer une variété d'origines et de styles qui puissent correspondre à des envies actuelles. Notre caractéristique consiste à associer des

silhouettes épurées à une palette de couleurs subtiles, mais aussi d'exprimer un sentiment d'énergie et de liberté. Cette sophistication scelle toujours chaque dernière collection, c'est une identité forte.

PRENDRE UN POSTE DE DIRECTION AU SEIN DE L'ENTREPRISE ÉTAIT-IL UN CHOIX NATUREL ?

J'ai toujours su que je ferais partie de ce monde, c'est dans mon ADN. Après avoir terminé mes études, j'ai eu des expériences à l'étranger pour me confronter à des réalités et à des cultures différentes. À mon retour en Italie, j'ai suivi des cours de gestion, puis j'ai rejoint l'entreprise familiale et j'ai commencé à observer l'ensemble de la chaîne : les processus de production, la logistique, la communication, le marketing, la vente. J'ai toujours eu une passion pour le design, mais j'ai acquis mon savoir-faire en gravissant les échelons.

POURQUOI AVOIR CHOISI LE MARKETING ET LA COMMUNICATION ?

Je n'ai jamais voulu empiéter sur les fonctions de mes parents, mais plutôt les compléter, si l'on peut dire, en développant le potentiel de l'entreprise. Ma contribution a surtout porté sur les nouveaux médias, en créant un site Web, en exploitant les réseaux sociaux, et

IDEAT

CONTEMPORARY LIFE

NUMÉRO
SPÉCIAL
ÉTÉ 2021

Design

10 entrepreneuses
made in Italy
La céramique
s'émancipe : chic !
Entretien exclusif avec
Jean-Marie Massaud

Lifestyle

Le design et
l'architecture
paradent à Toulon
L'île de Pantelleria
inspire la mode
Pays basque, Sicile,
Ligurie, Pouilles :
4 intérieurs
paradisiaux

Trips

Nice se métamorphose
Road trip provençal arty
L'hôtel Villa Sant'Andrea
à Taormine, éden sicilien
« sul mare »

ENVIE
DE
SOLEIL!

Design
Paradise
2021

L 12525 - 149 - F: 5,90 € - RD



LE PLUS LIFESTYLE DES MAGAZINES DE DÉCO

N° 149 - Juillet-Août 2021 - 5,90 € - www.ideal.fr