

texte **Elisabeth Clauss**  
photos **Villa Eugénie**

144

LIFESTYLE



Etienne Russo,  
fondateur de Villa Eugénie

# L'EUGÉNIE DES GRANDEURS

**Etienne Russo** a fondé **Villa Eugénie** voici 33 ans. Avec la seule ambition de générer des émotions. Il dirige aujourd'hui l'une des plus importantes sociétés d'organisation et de production d'**événements** au monde, tout en continuant d'explorer l'univers des modes de **narrations** spectaculaires.

Etienne Russo s'ennuyait à l'école... Le natif de Namur aux racines siciliennes a rapidement bifurqué vers la restauration. Il y a appris la rigueur et la précision. Puis est devenu mannequin parce qu'il a un physique. Dix ans d'aventure durant lesquels il s'est créé un nouveau réseau qui le mène à la direction artistique du légendaire night-club bruxellois

Mirano Continental, drainant dans les années 90 et 2000 un public chamarré de stars internationales. Dries Van Noten fait partie de ceux qui, les premiers, lui ont fait confiance lorsqu'il a commencé à appliquer ses talents d'homme-orchestre aux scénographies visionnaires d'installations et défilés de mode...



### LES FONDATIONS DE VILLA EUGÉNIE, SON CHÂTEAU AMBULANT

Qui est cette Eugénie qui a donné son nom à sa société ? Etienne rit : « *c'est une villa qui se trouvait rue des Villas à Forest, où j'avais installé mes premiers bureaux. Le jour où je devais déposer le nom chez le notaire, je n'avais encore rien trouvé qui me convainquait. Je cherchais quelque chose d'un peu poétique et qui ne m'enferme pas dans une case. Sur le perron de cette villa quatre façades qui avait des allures mi-hitchcockiennes, mi-Famille Adams, il était inscrit en haut de la volée de marches de pierres : 'Villa Eugénie'. Ça m'a semblé parfait. Je travaillais encore à l'époque pour une société de com' événementielle qui était également derrière le Mirano Continental, et quelques personnes rencontrées là m'ont aidé à mettre sur pied mes premiers défilés. Jusqu'au jour où je suis allé voir le patron pour lui proposer d'ouvrir un département mode et de le gérer. Il trouvait l'idée intéressante, mais ses associés n'ont pas voulu suivre. J'ai alors décidé de me lancer seul, avec juste une personne pour me seconder, et j'ai monté le premier défilé Dries Van Noten à Paris en juin 1991. J'en ai fait 130 pour sa maison depuis ».*

« *L'argent est loin  
d'être suffisant pour  
me faire bouger* »

### DES PROJETS HORS NORMES

Pour accepter de s'impliquer dans un projet, l'entrepreneur-conteur a besoin « *que quelque chose se passe avec une maison, que je tombe amoureux platoniquement. L'argent est loin d'être suffisant pour me faire bouger. Il faut que je sente que je peux contribuer à une valeur ajoutée, en tant que personne, et au nom de Villa Eugénie. Mais surtout, qu'il y ait une vibration émotionnelle, une volonté de se faire grandir mutuellement* ». Au moment de notre entretien, Etienne Russo revient tout juste de Shanghai où il a monté un événement pour Moncler : 9000 invités dont 800 VIP, 20.000 m<sup>2</sup> investis, 10 créateurs participants, 500 personnes au moins mobilisées, plusieurs shows organisés. « *On a littéralement construit une ville sur une surface équivalente à deux stades de foot* ». Ce projet a nécessité 14 mois de préparation, mais il

arrive que la société monte des réalisations en moins de trois semaines. « *Pour la nouvelle identité de Boss il y a quelques années, nous avons créé un concept de film, réuni une équipe de 250 personnes, tourné la vidéo dans le désert à Dubaï, puis nous l'avons éditée et diffusée, tout ça en 19 jours. On peut relever ce genre de défis quand l'agenda le permet, mais ce n'est pas la configuration idéale quand même* ». Si son chez lui est à Milan, Etienne Russo vit pour ainsi dire dans des avions, et reste rarement plus d'une semaine au même endroit, « *sauf si c'est la Fashion Week. Mais pour quantifier le temps que je passe à l'étranger, il faudrait d'abord définir ce qu'est 'l'étranger'. Moi, je ne sais plus* ».

Aujourd'hui, Villa Eugénie signe une soixantaine de réalisations par an, sur presque tous les continents ; en Chine, en Corée, à Singapour, à Cuba, aux États-Unis côte Est et Ouest, partout en Europe, jusqu'aux confins de l'Islande. Et collabore avec les maisons Chanel, Dries Van Noten, Hermès, Miu-Miu, Dior Men ou Louis Vuitton Homme entre autres grands noms de la mode. Elle emploie quelque 180 personnes entre la maison-mère de Bruxelles, les deux bureaux de Paris, celui de Milan, et l'antenne new-yorkaise.

### DES EXPERTISES EN PERPÉTUELLE ÉVOLUTION

Pendant les confinements de 2020 et 2021, les activités de Villa Eugénie qui consistent essentiellement à composer de l'émerveillement format géant en live, ont nécessité une profonde réinvention : « *certains de nos clients devaient absolument communiquer, alors nous nous sommes improvisés producteurs et réalisateurs dans le digital. Je m'étais toujours demandé comment font les ministres pour passer d'un portefeuille à l'autre, et je me suis rendu compte, par la force des choses, que nous possédions déjà cette expertise. Il fallait juste l'appliquer à un autre domaine qui était extrêmement proche du nôtre. A la suite de cette redécouverte de nous-mêmes, nous avons même relevé de nouveaux défis. Nous avons notamment codessiné avec Giovanna Battaglia Engelbert, la directrice créative globale Swarovski, les nouvelles boutiques de la maison. Nous en avons produit trois – celles de New York, Milan et Paris – et nous avons dicté les guidelines de 25 autres. On nous a aussi demandé de dessiner un hôtel, qui est toujours dans nos tiroirs. Ce projet devait se construire à Lisbonne, mais la ville n'a pas accordé le permis pour le lieu sur lequel nous avons jeté notre dévolu. Ce n'est pas grave, parce que j'y ai pris énormément de plaisir* ».

### HIER LA BELGIQUE, AUJOURD'HUI SKY IS THE LIMIT

Pharrell Williams, directeur créatif de Louis Vuitton Homme, lui a dit : « *un jour, tu travailleras sur un film* ». « *C'est vrai que j'y ai déjà pensé, mais ça m'a fait plaisir quand c'est venu de lui* ». Avec Villa Eugénie, Etienne a aussi travaillé sur des expositions, notamment sur la Galerie des Mammifères du Manchester Museum, un projet qui a duré deux ans. « *Nous avons repensé 500 m<sup>2</sup> de muséographie avec des scientifiques, pour trouver la meilleure façon de fédérer un public varié, notamment les enfants. Nous avons été parmi les premiers à intégrer des QR codes pour rendre les visites interactives, j'avais même créé une appli. Actuellement, nous dessinons un club à New York, qui sera inauguré pendant la Fashion Week de février. Je ne m'interdis rien. J'aime prendre des risques, j'ai le goût de l'aventure, je le mets au service de mon travail. J'emène parfois mes équipes dans des projets tarabiscotés, mais finalement tout le monde y prend du plaisir et de la hauteur. On garde nos clients et nos équipes très longtemps, ce sont de longues histoires. A ce niveau je dois être de l'ancienne école : je crois à la construction sur le long terme* ».

« *Les gens dépensent encore, certes moins, mais pour des moments qu'ils garderont en mémoire* »

Etienne Russo donne depuis cinq ans des ateliers à l'Institut Français de la Mode, comme il l'a aussi fait pendant une année à l'Université de Venise.

« *J'ai découvert que la transmission m'apportait aussi beaucoup de bonheur. J'ai même engagé certains de ces étudiants dont le travail m'avait convaincu. Je leur explique qu'aujourd'hui, le talent de dessiner une belle collection n'est plus suffisant. Il faut être capable de porter son regard à 360°. Maîtriser la communication, la gestion, la production, les livraisons... tout ce qui fait fonctionner une société* ». Et si actuellement dans l'événementiel comme dans pratiquement toutes les industries les budgets subissent les conséquences de la crise, Etienne Russo observe que le choix de l'expérience continue de motiver : « *les gens dépensent encore, certes moins, mais pour des moments qu'ils garderont en mémoire* ». ■

