



LA DURABILITÉ N'EST PAS UN LUXE SUPERFLU

La marque de sacs de luxe belge *Commori* entend faire passer un message important

L'époque où les dames affichaient un sac en fourrure dans le monde de la mode de luxe est révolue. Chez *Commori*, la marque de sacs de luxe belge créée par Sylvie Mertens, le luxe et la durabilité vont de pair. Les sacs en cuir de confection italienne ajoutent une touche de luxe à la garde-robe de chaque femme.

Tout a commencé par un sac Louis Vuitton que Sylvie a reçu pour ses dix-huit ans. Elle ne trouvait pas le sac en lui-même si beau que cela, à cause de son logo répétitif, mais cela l'intriguait qu'autant de personnes achètent un sac à main à cause de son logo et que celui-ci puisse devenir un symbole de prestige. Cela l'a poussée à réfléchir au **rôle que la mode peut jouer** et au message qu'un logo peut faire passer. Plus tard, l'économiste allait apprendre le travail du cuir et s'est ensuite concentrée sur la confection de sacs à main. Son objectif ? Transmettre un message à un groupe-cible plutôt difficile à atteindre grâce à ses sacs au logo distinctif. Tout sauf du luxe superflu en somme.



Vive la durabilité

La créatrice a décidé de produire ses articles en Europe afin de garder l’empreinte écologique la plus faible possible. Elle a choisi l’Italie, connue pour son savoir-faire dans le segment du luxe, ce qui tombait d’ailleurs sous le sens pour elle. Les peaux proviennent de vaches uniquement destinées à la consommation de viande et sont tannées avec des pigments d’origine naturelle. L’eau utilisée pour la production provient du fleuve Arno. Une fois utilisée, l’eau est traitée et rejetée dans le fleuve. Grâce au processus respectueux du cuir, le cuir au tannage végétal dure encore plus longtemps.

« Je tiens à mon confort, je ne pourrais jamais y renoncer mais l’on peut toujours mieux faire. Tous les producteurs doivent simplement apprendre à créer du confort en respectant les générations suivantes. Nous devons aussi nous habituer à ne pas avoir plus de 100 pièces dans notre garde-robe, mais plutôt une vingtaine de pièces de qualité, c’est très bien aussi. »

— Sylvie Mertens

Une élégance intemporelle

Une pochette transformable, un petit ou un grand sac à bandoulière ou encore un modèle un peu plus volumineux, la première collection de *Commori* les regroupe tous. Les couleurs sobres, comme le **noir**, le **camel** et le **gris clair** et les designs simples confèrent à ces sacs un caractère intemporel et leur permettent de se prêter à chaque tenue et à chaque occasion. Sobre et pourtant sophistiqué, c’est tout à fait le style de Mertens. La pièce-maîtresse de la collection reste sans aucun doute le logo inspiré par un morceau d’écorce, dont la couleur se décline en même temps que celle du sac. Sylvie n’aurait jamais voulu voir son propre nom sur un sac mais le logo d’écorce (son nom signifie bois en japonais) est néanmoins un clin d’œil à la créatrice qui se cache derrière la marque.



Qu'y a-t-il dans un nom ?

Sylvie est certes une créatrice mais elle reste avant tout maman. Ses filles sont sa priorité. C'est aussi ce qu'exprime le nom de la marque, *Commori*, dont la première partie, « Com », renvoie à la première lettre des noms de ses filles Chloé, Olivia et Marilyn. La deuxième partie, « Mori », signifie bois en japonais et fait référence à son propre nom.

« Il devrait être évident pour chaque producteur que nous devons respecter l'environnement, pour le bien des générations futures. Cela me briserait le cœur de laisser un monde sale à mes enfants et petits-enfants. »

— Sylvie Mertens

On ne retrouve pas seulement l'influence japonaise dans le nom de la marque mais aussi dans le quotidien de la designer, qui s'inspire de l'esthétique et de la philosophie de vie des Japonais. Une parure de simplicité, la nature qui occupe un rôle important, et des détails subtils qui pourtant se voient. C'est le fil rouge de sa collection et ce n'est pas un hasard.

Infos pratiques

Les sacs seront disponibles en ligne et dans les boutiques de luxe multimarques dès le mois d'**août**. Si vous ne pouvez vraiment pas attendre, vous pouvez déjà précommander votre modèle préféré sur la [boutique en ligne](#).

Les prix varient de 450 à 575 euros.



COMMORI



Images

OVER BURO COCO

Welcome to the **buro boco** pressroom.

We're a crispy PR-agency with a special love for cool lifestylebrands and a nose for the extraordinary. Our restless minds are always in the search of novelties, needles in haystacks and funny features. What else? We like to see ourselves as superinja's in an ever- and fastchanging landscape.

PS. A little glitter never killed anyone, right?

b u —
— r o
c o c o

buro coconewsroom