



ELLE

COURS
DE RÉCRÉ
LA FOLIE
"POPSTARS"

BUCKINGHAM
ES MALHEURS
DE SOPHIE
HYS-JONES

TOUTES MAGIQUES!

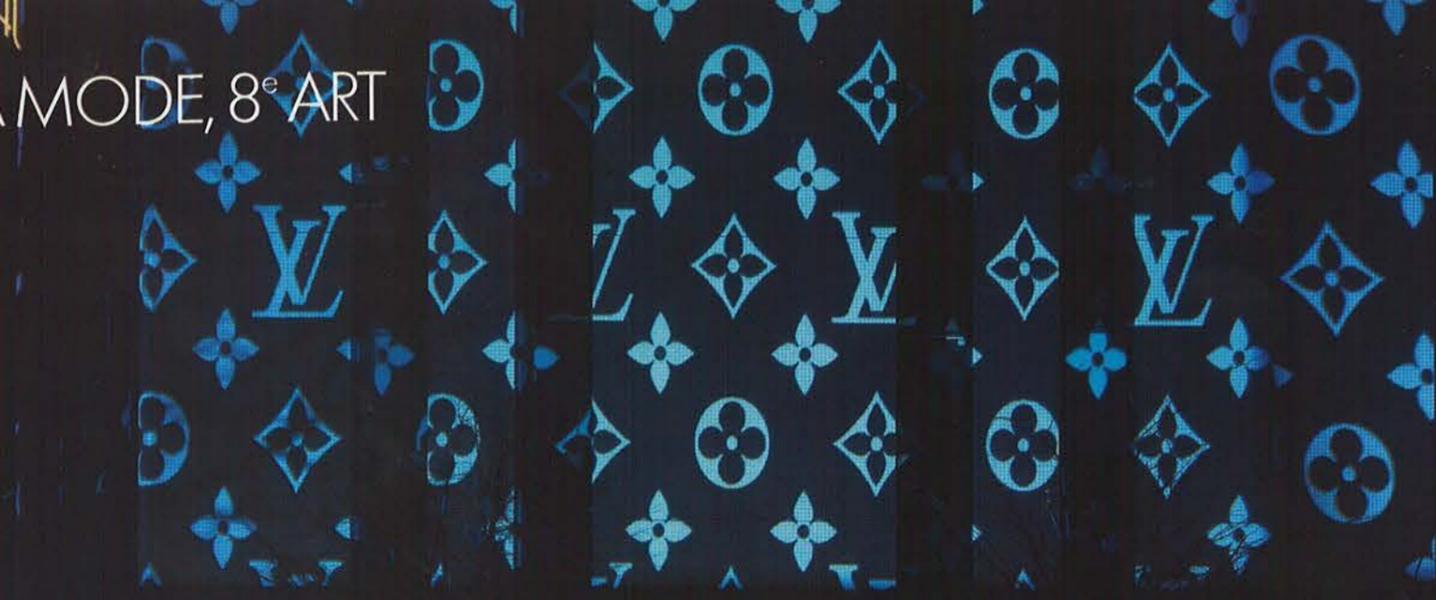
NOS RECETTES POUR ENCHANTER L'ANNÉE
GRIGRIS ET PORTE-BONHEUR 2002
CINQ COMÉDIENNES DANS UN CONTE DE FÉES

PHÉNOMÈNE
A FUSION
DE L'ART ET DE
A MODE

1648 - 2922 - 14,00 F. (2,13 €)

HEBDOMADAIRE, 31 DÉCEMBRE 2001
FRANCE MÉTROPOLITAINE 14 FF. (2,13 €), DOM 3,50 € (22,96 FF), BEL 2,20 € (89 FB), CH 4,20 Sfr. (4 € (55 OS)), ALG 220 DA, AND 2,20 € (14,43 FF),
CAN \$ 4,95, D 4 € (7,82 DM), ESP 3,50 € (582 PTS), FIN 5 € (29,74 M), GB £ 2,50, GR 3,50 € (119 DR), IRL 4,30 € (53,39), ITA 3 € (15.000 L),
JPN 100 ¥ (900 ¥), MAR 25 ML (MAY) 2,50 € (21,86 FF), NL 2,50 € (7,71 Fl.), PORT 2,20 € (201 ESC), TAM 300 FFB, THM 3.500 TH.

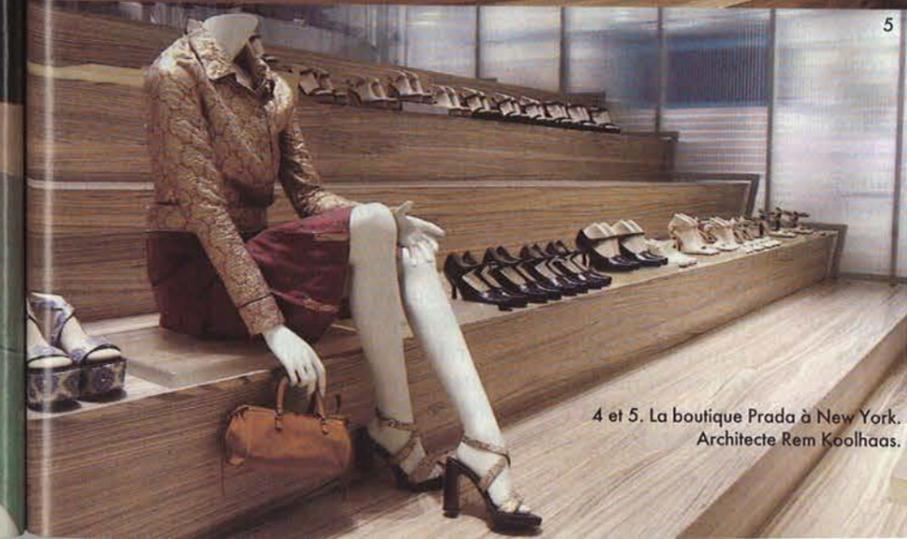
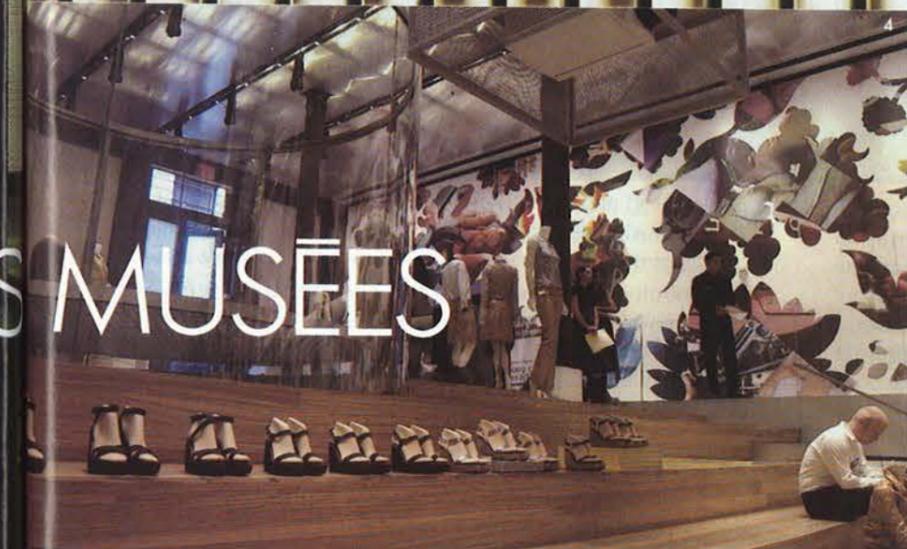
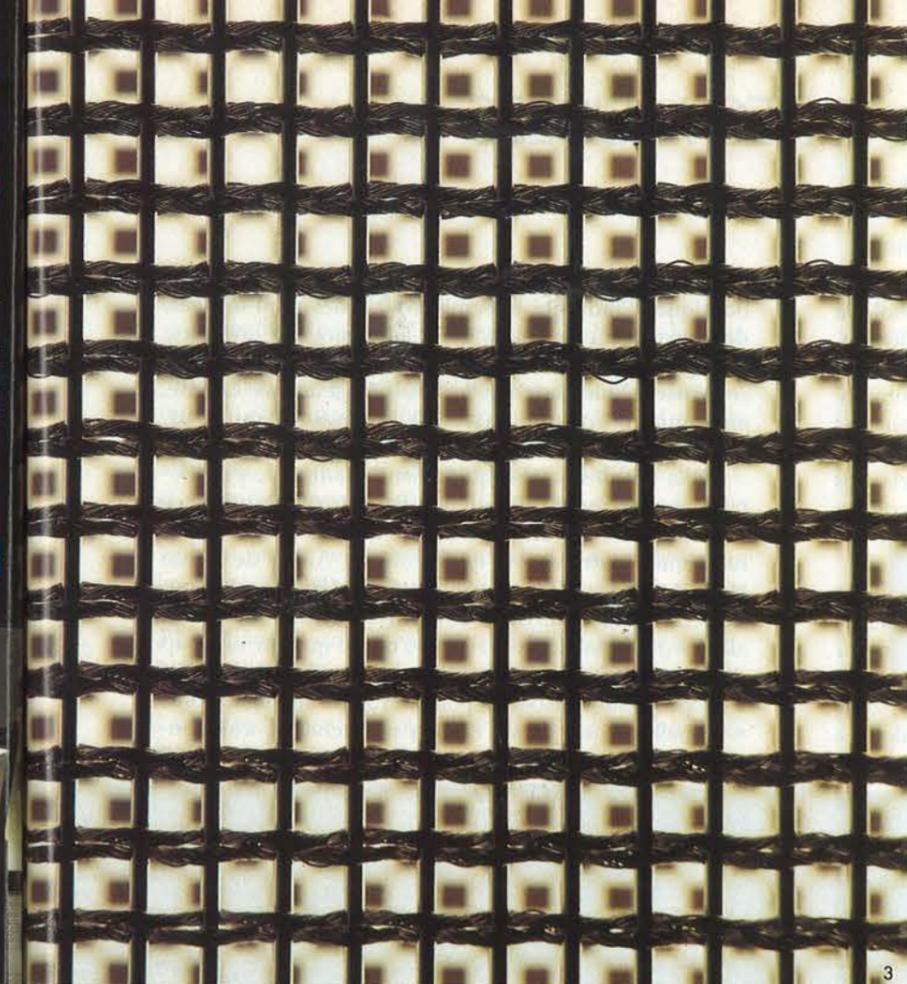




DES BOUTIQUES COMME DES MUSÉES



1 et 3. Le magasin Louis Vuitton à Sapporo. Architectes Eric Carlson et David McNally.
2. Maquette de la fondation d'art contemporain François Pinault sur l'île Seguiru. Architecte Tadao Ando.



4 et 5. La boutique Prada à New York. Architecte Rem Koolhaas.

Aujourd'hui, les maisons de luxe exposent les artistes, s'offrent des fondations et font appel aux plus grands architectes. Et les vêtements ? Ils s'exposent dans des magasins conçus comme des galeries. Toutes les rencontres de la mode et de l'art...

Le monde de la mode et le monde de l'art sont en passe de fusionner. Ce télescopage est un raz de marée mondial. Partout, les musées exposent les couturiers tandis que les grands de la couture achètent des salles des ventes, des magazines « beaux-arts », quand ils ne créent pas des fondations. Après les modeux, ce séisme est en passe de consacrer... les modarts.

Premier cliché de ce phénomène : la photographie. Aujourd'hui, la plupart des photographes de mode courent après la caution artistique. Depuis que de petites revues fashion au tirage confidentiel, mais épluchées par les « décideurs », ont envahi le marché, ces photographes surfant sur la tendance cherchent à y signer des séries de mode. Ils y glanent la caution « galerie », qui leur ouvrira l'accès aux campagnes de pub. On ne compte plus les pages de magazine qui ressemblent à des livres d'art. Un courant récemment exalté par les grandes expositions à scandale, « Sensations » et « Apocalypse », à Londres, comme par les dernières campagnes Dior.

AGNÈS B. LA PIONNIÈRE

Elle fut la première, à Paris, à ouvrir il y a vingt ans une galerie de photos. « Mais, dit-elle, j'ai veillé à ne pas l'appeler Galerie Agnès b., pour bien séparer mes activités. De fait, je n'expose aucun travail sur la mode. » Aujourd'hui, d'autres s'en chargent. « Si Richard Avedon et Andy Warhol avaient un fils, il pourrait s'appeler Steven Meisel », écrivait Michael Gross dans « New York Magazine ». Ses séries de photos pour Versace se sont arrachées, une fois agrandies, pour une somme frôlant les 15 000 dollars. Cette fusion de la photographie et de la mode, nul ne l'a sublimée comme Andreas Gursky, spécialiste des formats géants et nouvelle coqueluche des collectionneurs. Sa série intitulée « Prada », vues frontales d'une vitrine avec ou sans chaussures, caracole en tête des ventes. A la mi-novembre, à New York, un de ses clichés a atteint 280 000 dollars.

L'ARCHITECTURE, UNE SIGNATURE BRANCHÉE

Les maîtres du monogramme (Vuitton, Chanel, Gucci...) ne s'y trompent pas. L'enveloppe prend le pas sur ce qu'elle contient, c'est le règne de l'emballage, et l'architecture en est un, de premier choix. Pour le dire à la manière de Naomi Klein, l'auteur antimondialisation célébrée pour son brûlot, « No logo » (éd. Actes Sud) : l'emballage œuvre d'art est une signature,

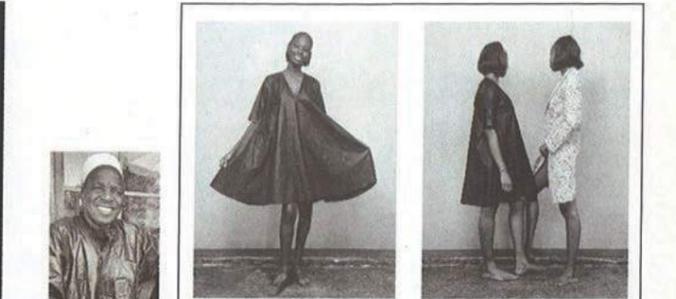
BOUTIQUES COMME DES MUSÉES

4 PHOTOGRAPHES EN LIBERTÉ

Cette semaine, la mode de ELLE bouscule ses habitudes. Dans les pages qui suivent, vous allez découvrir le travail de quatre photographes, fidèles de la galerie Agnès b., qui voient la mode autrement. Présentation.



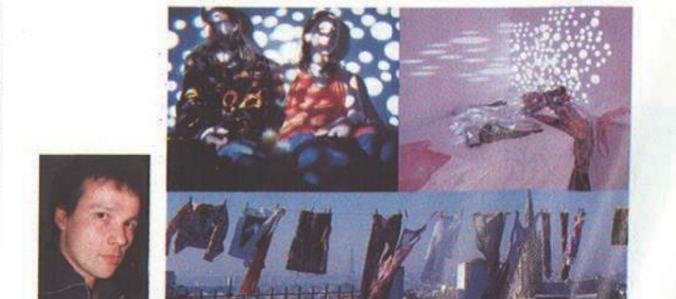
MARTIN PARR, c'est l'excentricité à l'anglaise. Il utilise la couleur à saturation, et aime les gros plans, comme pour mieux nous plonger dans la réalité de ses photos. Il voue un culte au banal, qu'il puise dans la vie quotidienne des gens.



MALICK SIDIBÉ, 66 ans, connu pour avoir tiré le portrait de la jeunesse malienne dans la folle effervescence des années yé-yé, est un grand spécialiste du noir et blanc. Ses clichés débordent d'énergie.



CLAUDINE DOURY est photoreporter, passionnée d'ethnologie. Elle parcourt le monde à la recherche de l'inconnu. Son travail sur les adolescents de Sibérie ou sur les femmes agricultrices pose un regard neuf, parfois dérangeant, sur la société actuelle.



PIERRE REIMER se définit comme un « bricoleur d'images ». Il n'utilise que la couleur, manipule la lumière, et s'en sert pour la distordre. Il cultive les pièges de la perception et aime préserver un certain flou sur son travail.

LES AFFAIRES DU LUXE

François Pinault n'a pas qu'une fondation dans sa ligne de mire, il a aussi racheté Christie's, l'une des trois plus grandes salles de ventes aux enchères dans le monde. Son rival, Bernard Arnault, de LVMH (Louis Vuitton, Christian Dior, Christian Lacroix, Givenchy...), a fait, lui, l'acquisition des magazines « Art & Auction » et « Connaissance des Arts ». Il a racheté ensuite la troisième société mondiale de ventes aux enchères, Phillips. Normal, les enchères aiment la mode. On ne compte plus les ventes de vêtements vintage ou signés. Ainsi, en juin 1997, 80 robes de feu Lady Diana avaient rapporté 3,2 millions de dollars chez Christie's. De quoi se constituer un vestiaire en or ! Autre signe : lors de la vente de charité organisée en l'an 2000 au Dia Center, haut lieu de l'art branché new-yorkais, c'est Tom Ford qui jouait les maîtres de cérémonie.

boutiques Prada qui ressembleront à des mini-musées, des espaces d'exposition. On y pénétrera par une sorte d'amphithéâtre à gradins, où l'on pourra se reposer, s'asseoir parmi quelques objets choisis (la tendance Colette, en somme). Ensuite, passera à la boutique qui veut, comme au Louvre. Du grand art.

Cela fait des années qu'Armand Hadida, le propriétaire des boutiques L'Eclaireur à Paris, traque lui aussi ce concept : faire oublier au client qu'il est là pour acheter, lui donner autre chose, de la culture. Au 10 de la rue Hérold, il vient d'ouvrir, ou plutôt de fermer, une boutique. Car, sise derrière une porte cochère, sous des allures d'« installation », elle ne s'ouvre que sur un coup de sonnette de l'initié. Celui-ci, traité avec égards, peut s'y reposer sur un sofa en poulain rouge, aux lignes plus « virtuelles » que jamais. Signé par l'architecte irako-britannique superstar Zaha Hadid, il est vendu 130 000 F



1. Campagne Dior par Nick Knight.
2. Campagne Versace par Steven Meisel.
3. Expo Armani au musée Guggenheim de Bilbao.
4. Bernard Arnault.
5. Agnès b.
6. François Pinault.
7. Miuccia Prada.
8. Vente aux enchères des robes de Lady Di.

De même qu'une clientèle jet-set fait le tour du monde des hôtels de Ian Schrager pour dormir dans une des chambres dessinées par Philippe Starck, nous verrons bientôt une clientèle fortunée lancée dans un tour du monde des boutiques de luxe signées par des architectes célèbres. Des boutiques aux allures de chapelles artistiques. Et, si elle est touchée par la grâce, elle passera à la caisse. Et signera même son œuvre... sur le ticket de carte Bleue.

PHILIPPE TRÉTIACK

LA PREUVE PAR L'EXPO

► Cette connexion entre la mode et l'architecture est telle qu'une manifestation intitulée « Archi-Couture » se tient jusqu'au 8 janvier à la chapelle de la Sorbonne, à Paris. Plusieurs équipes mixtes, créateurs et architectes, ont planché en tandem sur un vêtement produit en commun. Sonia Rykiel, José Lévy, Isabelle Ballu, Elisabeth de Senneville, Libertin Louison, Gaspard Yurkievich... en sont.

► Au Magasin, à Grenoble, l'artiste Sylvie Fleury expose aussi ses œuvres décalées de la planète mode, jusqu'au 6 janvier.

À LIRE

- « Art Business », de Judith Benhamou-Huet (éd. Assouline).
- « Projects for Prada, Part 1 », OMA/AMO Rem Koolhaas (Fondazione Prada Edizioni).
- « Project on the City 2 », Harvard Design School (et Rem Koolhaas). La toute nouvelle bible du « shopping » (éd. Taschen).

un logo, et le logo est à la mode. Conséquence, Miuccia Prada, directrice de l'entreprise qui porte son nom, embauche l'architecte Rem Koolhaas. Le Hollandais ascétique et tout de noir vêtu aime la mode. Son autobiographie, intitulée « S M L XL » (beau titre fashion), s'est vendue à plus de 100 000 exemplaires. Sa tâche ? Edifier les trois nouveaux magasins Prada de New York, Los Angeles et San Francisco. En sus, il dessinera le corner-shop Prada du prochain musée Guggenheim dans le bas de Manhattan.

En juin dernier, Hermès inaugurerait à Tokyo sa tour de verre dessinée par Renzo Piano. L'an passé, c'est LVMH qui frappait un grand coup en faisant construire par Christian de Portzamparc une tour à Manhattan. Issey Miyake, l'as du plissé, a fait appel à Frank Gehry, zélateur des lignes brisées, pour son magasin de TriBeCa à New York et aux frères Bouroullec pour son magasin



A-poc dans le Marais, à Paris. Vuitton leur emboîte le pas. Sa politique d'ouverture de boutiques au Japon décline toute une série de magasins qui sont autant de sculptures. Chacun est une allégorie de la malle maison. Son chef-d'œuvre verra le jour l'année prochaine à Omotesando, quartier branché tokyoïte, et aura des allures de sculpture de Nam June Paik ou de Donald Judd, un empilement de malles en verre. On s'y rendra comme on va au Musée d'art moderne.

(près de 20 000 €). Karl Lagerfeld et le peintre Miguel Barceló en ont déjà fait l'acquisition. Armand Hadida envisage d'organiser, dans cette boutique « secrète » et sans nom, des expositions d'art, des dîners « végétariens » entre clients autour d'une célébrité. Nec plus ultra, quand le client est sympathique, l'un des employés de la maison lui chante a cappella un air d'opéra d'une voix de cristal. Expo, happening.

DES COUTURIERS MÈCÈNES

La mode, qui se cherchait une légitimité, l'a trouvée dans l'art. En échange, elle lui offre son soutien financier, sa surface d'exposition, ses boutiques, ses magazines, ses fondations. Tout ce supplément d'âme anoblit le « shopping » et popularise plus d'un créateur. Osons le dire, les grands de la mode ne sont pas que des Borgia livrés à des querelles fratricides, ce sont encore des Médicis qui exposent la mode dans tous ses états.

Après les 400 pièces d'Armani exposées au musée Guggenheim de Bilbao, c'est à la Fondation Cartier, boulevard Raspail, à Paris, que l'on a pu voir la sublime exposition Issey Miyake. Depuis, Prada a créé sa fondation, et c'est maintenant au tour de François Pinault de faire de même. Elle se dressera en 2006, sur l'île Seguin. L'architecte Tadao Ando, retenu par le magnat de PPR (Pinault-Printemps-Redoute), récidivera. Luciano Benetton l'avait déjà embauché pour édifier sa Fabbrica, le centre de communication du groupe, à Trévise, en Italie.

Nick Knight, Steven Meisel, S. Steinberger, P. Le Segretain/Corbis-Sygma, Pahlle/Sipa presse, Y. Forestier/Sygma. Docs personnels