

## Style

# PUCCI POP

Ce n'est pas parce qu'il fut marquis que l'Histoire se souviendra d'Emilio Pucci. Ni parce que sa généalogie remonte au xiv<sup>e</sup> siècle ou qu'il vivait dans le palazzo familial à Florence, dans une rue qui portait son nom. Mais parce qu'il eut la belle idée en 1947 de dessiner des vêtements de ski qui épousaient les courbes du corps des femmes, so sexy. Il faut dire que la chance était avec lui : le *Harper's Bazaar* publie illico un cliché signé Toni Frissell d'une belle en combinaison révolutionnaire, avec, à ses pieds, le marquis et en guise de décor, les montagnes enneigées. Tout schuss, l'Amérique s'entiche de lui, il installe sa boutique à Capri, crée une ligne de bain, de longues tuniques en soie, une garde-robe méditerranéenne pour jet-setteuses extraverties, avec Sophia Loren et Jacqueline Kennedy en égéries. Il s'enhardit, imagine des uniformes futuristes pour une compagnie aérienne, part sur la lune avec son logo pour la mission Apollo 15, fait joujou avec de la vaisselle, l'intérieur d'une limousine et même une voile de yacht. Ses imprimés pop art font les beaux jours des golden sixties et des décennies suivantes. En 1992, à sa mort, sa fille Laudomia reprend les rênes de la maison ; en 2000, LVMH passe par là, place à la direction artistique Christian Lacroix, puis Matthew Williamson et Peter Dundas aujourd'hui. Restent de beaux restes à Pucci – une certaine nostalgie d'une époque bénie, des imprimés glamour et gais (*photo : collection printemps-été 2010*), des motifs éclectiques, parfois psychédéliques, un sens certain du luxe florentin. Et dès mars 2010, chez Taschen, un livre à la démesure du marquis et de la jet-set qu'il habilla : un format XXL, des photos, des dessins, des clichés intimes, familiaux et des étoffes originales en guise de reliure avec, au choix, une douzaine de couvertures différentes. Aristocratique.

**ANNE-FRANCOISE MOYSON ■**

*Emilio Pucci, par Vanessa Friedman,  
Taschen, 420 pages.  
Publié en mars 2010.*

