

La saga Pucci, c'est l'histoire d'une maison de mode douée pour le bonheur. Les années 50, Capri, les imprimés éclaboussés de couleurs méditerranéennes, les corps en vacances, les voyages glamour... Autant d'images rassemblées dans une très belle monographie.

Par Valérie Fromont

La Pucci Vita

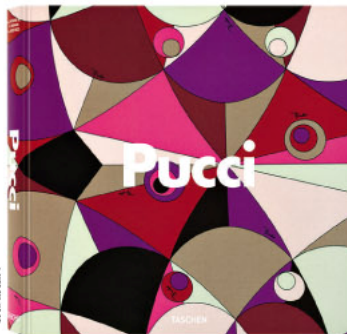
Il était une fois un aristocrate nommé Emilio Pucci, marquis de Barsento, que rien, absolument rien, ne destinait à devenir créateur de mode. Né en 1914, issu de l'une des plus anciennes familles florentines, il grandit Via de Pucci, dans le Palazzo Pucci, érigé au XIVe siècle, et qui appartient aujourd'hui encore à sa famille. A quoi pouvait bien se destiner un aristocrate de son rang? A diriger la République florentine, devenir cardinal, régner sur ses terres. C'est d'ailleurs l'avenir qui se dessinait pour lui en poursuivant une formation d'agronomie à l'Université de Milan. Sportif, il deviendra champion de ski dans les années 30 et obtiendra ainsi une bourse pour poursuivre des études d'histoire outre-Atlantique, dans l'Oregon. Capitaine et entraîneur de l'équipe de ski de son université, il conçoit l'uniforme de ses coéquipiers. En 1947, après avoir été pilote dans l'armée de l'air italienne durant la Seconde Guerre mondiale, il dévale les pistes de Saint-Moritz avec l'une de ses nombreuses conquêtes féminines. Les tenues assorties qu'il a dessinées pour son amie et lui – des combinaisons moulantes, extensibles et confortables, taillées dans un tissu de fabrication suisse appelé Helanca – attirent l'œil d'une jeune photographe, Toni Frissell. Les photos du couple ultra-glamour atterrissent sur le bureau de Diana Vreeland, la rédactrice en chef du puissant *Harper's Bazaar*: Emilio Pucci était lancé.

Durant toute sa carrière, les créations de cet esprit libre seront une extension de sa vie et de son environnement social. «Il était un minimaliste avant l'avènement du minimalisme, un jet-setter avant même que les premiers jets ne prennent leur envol, un scientifique avant que la technologie des tissus ne devienne une science en soi, un provocateur par sa modernité et son audace vestimentaire», se souvient sa fille, Laudomia Pucci, qui a aujourd'hui repris la direction artistique de la maison. Pressentant que les femmes étaient éprises de liberté, dans leur vie comme dans leur manière de se vêtir, il créa l'uniforme des loisirs, une «Dolce Vita prête-à-porter». «À Capri, sa petite amie du moment n'avait que des vêtements encombrants et trop sophistiqués à porter, raconte la journaliste Vanessa Friedman, auteure de cette monographie sur Pucci. Emilio décide donc de créer un pantalon d'homme pour femme – aussi flatteur que ses tenues de ski, élargi avec précision au niveau des hanches et raccourci à la cheville – et l'associe à un chemisier en soie extrêmement léger, deux vêtements coupés dans des tissus aux couleurs très vives que lui a inspirés l'île.» Les motifs, figuratifs ou abstraits, aux couleurs de l'optimisme, deviendront le signe reconnaissable au premier coup d'œil de la marque.

La petite boutique qu'il ouvre sur l'île de Capri (au grand dam de sa famille, qui regardait d'un drôle d'œil l'idée même de travailler, qui plus est comme couturier) voit défiler tous les gens qui comptent; Gianni Agnelli ou Brigitte Bardot s'affichent sur leur bateau en Pucci. Plus tard, inspiré par ses amies globe-trotters, Emilio Pucci met au point des petites robes en jersey que l'on peut glisser dans son sac avant de sauter dans un avion. «Pucci n'était soumis à aucune influence, si ce n'est celle de sa propre vie, de ses amis, de ses voyages. Il n'avait rien d'un couturier dans le sens où il n'était pas absorbé par la mode. C'était plutôt un homme de la Renaissance: il s'intéressait à tout et possédait une vision d'ensemble qui lui permettait de coordonner les choses», explique Carla Sozzani dans l'ouvrage publié par Taschen. Après avoir habillé les années 50 et 60 du parfum des jours heureux, la

marque tombe dans l'oubli jusqu'à la fin des années 80, où elle connaît alors un *revival*: ses imprimés sont une aubaine pour le vintage qui devient soudainement si prisé.

Aujourd'hui, LVMH est devenu actionnaire majoritaire de la marque, dont la direction artistique est assurée par Laudomia Pucci, la fille unique d'Emilio. Son siège se trouve à Florence, dans le Palazzo Pucci, baigné de fresques, de panneaux de bois anciens, de tableaux, de meubles, d'objets chargés d'histoire. En s'adjoignant le talent du styliste australien Peter Dundas, la maison a réussi à projeter son esprit de fête sans souci du lendemain dans le XXIe siècle. Pour en saisir l'esprit, il s'est plongé des jours et des nuits durant dans les formidables images d'archives de la maison qui, instantanément, ravivent la légèreté de ces années d'après-guerre où un nouveau monde était à inventer. Dans une monographie sur Pucci, Taschen en publie aujourd'hui une très belle sélection. En voici quelques-unes, à peine l'eau à la bouche...



Emilio Pucci. Ed. Taschen. Edition limitée à 10 000 exemplaires (CHF 240.-). Existe aussi en Vintage Art Edition de 500 exemplaires.

*Toutes les citations sont extraites du livre ci-contre.

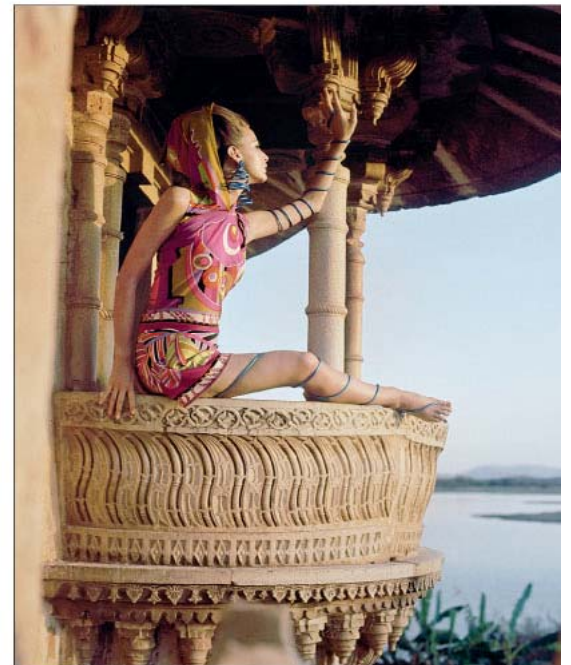


TORRIL GUINASON

Robe en soie imprimée avec le motif «Elisse», collection printemps-été 2003, photographiée dans le *Vogue Australie*. «Pucci est une marque culte, immédiatement identifiable et porteuse d'un message unique, pleine d'humour, de sens pratique, sportive, incroyablement innovante et à la pointe des tendances.» Bernard Arnault, président-directeur général de LVMH, actionnaire majoritaire de Pucci.*



Samantha Jones, sur une terrasse du Lake Palace à Udaipur, au Rajasthan, porte une mini-robe à capuche de la collection printemps-été 1967. «Le génie de ces vêtements résidait dans le fait qu'Emilio Pucci conjugait la sensibilité italienne - Diana Vreeland l'a qualifié de «divinement Italien» - avec la philosophie du sportswear américain.» Andrew Bolton, commissaire d'exposition pour le Costume Institute du Metropolitan Museum of Art.*



«Sa mode a eu l'audace d'imaginer une vie de liberté où l'on ne serait pas obligé de voyager avec une domestique pour repasser les vêtements tous les soirs. En ce sens, il annonçait les nombreux changements qu'allait connaître la vie des femmes, et cette vision est toujours d'actualité aujourd'hui.» Polly Brubach, journaliste de mode américaine.*



Sur le toit du Palazzo Pucci, à Florence, des mannequins portent la collection printemps-été 1967. Les motifs d'Emilio Pucci sont souvent considérés comme abstraits; pourtant, le créateur les griffonnait en regardant autour de lui. Il s'inspirait de son environnement direct - comme la vue du dôme d'une église depuis un toit - tout en les stylisant.



Le mannequin Lilli Cerasoli porte un maillot de bain une pièce de la collection printemps-été 1956. «C'étaient les années CinéCittà, la célèbre période de la Dolce Vita. Rome et l'Italie exerçaient une grande influence. En fait, je pense que ça a contribué au succès de Pucci sur le marché américain, car les Etats-Unis et l'Italie partageaient, depuis le début du XXe siècle, des affinités communes pour le cinéma, les jolies choses et les petits plaisirs de la vie.» Christian Lacroix, qui dirigea durant quelques années les collections Pucci.*