

MANTEAU À CAPUCHE  
ET ROBE DE SOIE MIKADO  
IMPRIMÉ CÉRAMIQUE  
DE DELFT, VALENTINO



GRIFFE

# ÉTAT DE GRÂCE

**MARIA GRAZIA CHIURI  
et PIERPAOLO PICCIOLI** enluminent Valentino

*Texte et stylisme, Laurent Dombrowicz. Photos, Nicolas Valois  
Coiffure, Javier Pallacio. Maquillage, Carole Lasnier*

**L'**ORSQU'IL EST QUESTION de passer le flambeau, la plupart des grandes maisons de mode semblent regretter les us des monarchies et dynasties d'antan. Si aujourd'hui, rois et reines abdiquent pour laisser place à leur progéniture, les groupes de luxe et les griffes de haute couture optent souvent pour une méthode plus drastique où, comme en pleine Terreur, les têtes tombent sacrifiées sur l'autel de la tendance. "Des robes et des jeux!", crie une certaine presse en mal de sensations fortes et prête à tout pour tourner la page, y compris celle de l'élégance. La direction artistique de ces maisons semble parfois se jauger à l'applaudimètre, comme dans une production Endémol. Et pourtant, si Valentino est (re)devenue une griffe éminemment désirable, ce n'est ni dans le chaos ni via une recette qui serait miraculeusement venue de Londres ou d'Anvers. En 2007, après une carrière de quarante ans, Valentino Garavani tire sa révérence mais entend bien pouvoir lui-même à sa succession. Si la griffe a toujours un bel éclat, elle a perdu de sa superbe avec les ans et se réduit, aux yeux du grand public, à de somptueux fourreaux rouges portés par les stars d'Hollywood. C'est du sérail que vient, en 2009, le duo atypique qui doit remettre en scène cette marque où rêve et business sont plus qu'ailleurs intimement liés. Maria Grazia Chiuri et Pierpaolo Piccioli sont en charge des accessoires au studio Valentino depuis dix ans lorsqu'ils touchent au Graal. Discrets, voire pudiques, ils mettent leur parfaite connaissance de la maison au service de

cette mission périlleuse et enflamment les plus sceptiques. Ils imaginent une haute couture magistrale, empreinte de délicatesse autant que de subtiles références artistiques, et prolongent cette image sophistiquée dans un prêt-à-porter plus dynamique où ils trouvent, comme par miracle, un juste équilibre entre maximalisme décoratif et minimalisme conceptuel. La porte leur est ouverte pour les collections homme qu'ils présentent pour la première fois à Florence en 2012, puis à Paris. Dans ce nouveau territoire, ils œuvrent avec le même brio et la même humilité. Ce qui n'empêche pas la marque, rachetée depuis par un fonds d'investissement qatari, de voler de succès en succès. Pour cette saison, Maria Grazia Chiuri et Pierpaolo Piccioli ont imaginé une collection haute couture à l'image d'un cabinet de curiosités, emplies de toutes les merveilles de la création. Comme chez Pierre 1<sup>er</sup> de Russie ou chez le Grand Électeur de Dresde au xvii<sup>e</sup> siècle, l'hôtel Salomon de Rothschild est devenu l'écrin du rare, de l'exceptionnel. Les robes évoquent des herbiers, des planches anatomiques ou des chefs-d'œuvre d'orfèvrerie, tandis que les minaudières façon perle baroque géante répondent aux carapaces de tortues et autres rostres de requins-scies ornant les murs moulurés. Trente personnes — soit la moitié des premières d'atelier et des petites mains — sont venues comme chaque saison terminer à Paris ce qui a commencé à Rome quelques semaines plus tôt. *Citizen K International* est passé de l'autre côté du miroir pour rencontrer les auteurs de ce songe savant. ▶



PORTRAIT, SOFIA SANCHEZ ET MAURO MONGIELLO

GRIFFE



ROBE LONGUE LAINE  
DRILL ROUGE, COL  
ET POIGNETS BLANCS  
VALENTINO



ROBE CABINET DE  
CURIOSITÉS GUIPURE  
VERMEILLE ET  
HERBIER FANTASTIQUE  
ÉLISABÉTHAIN,  
VALENTINO  
HAUTE COUTURE

*“NOUS ÉVOQUONS  
DES DIMENSIONS  
QUI VONT AU-DELÀ  
DES VÊTEMENTS  
ET DÉPASSENT  
L’ESTHÉTISME.”*  
— M.G. CHIURI  
& P. PICCIOLI

► **Citizen K International: La culture semble tenir une part très importante dans votre processus de création...**

**Pierpaolo Piccioli:** La mode est culture par essence. Et la culture est à coup sûr une partie essentielle de la création car, lorsque nous dessinons une collection, nous aimons construire un univers tout entier. Différentes strates viennent s'ajouter, jour après jour, nourries par la peinture, le cinéma, la musique, pour former notre *mood board* idéal. Nos défilés sont la matérialisation de nos rêves et de nos visions. Nous évoquons des dimensions qui vont au-delà des vêtements et dépassent l'esthétisme.

**Maria Grazia Chiuri:** Découvrir et chercher sont les éléments essentiels de notre créativité. Cette soif de connaissance et cette curiosité sont notre moteur et nous permettent parallèlement une remise en cause permanente.

**CKI: Dans le programme de votre dernier défilé haute couture inspiré des cabinets de curiosités, vous mentionnez même une œuvre de Jacopo Ligozzi. Avez-vous visité des musées ou des collections spécifiques avant de dessiner la collection?**

**PP:** Le cabinet de curiosités — le *Wunderkammer* — est ici autant un point de départ pour la collection qu'un point d'arrivée avec la scénographie très particulière du défilé. L'idée de pièces uniques, de collectionneurs éclairés, d'objets rares choisis avec soin et amour est très proche de la haute couture contemporaine. Avec le cabinet de curiosités naissait le concept d'une connaissance encyclopédique qui réunissait tout ce que le monde produisait de beau, naturel ou artificiel. Pour cette collection, nous avons consulté un grand nombre d'ouvrages, et c'est ce voyage virtuel qui a prolongé notre immersion dans ce thème, avant que nous ne le restituions avec notre sensibilité propre.

**MGC:** Les livres sont une de nos passions

communes. Nous avons le culte de la lecture, même en cette période high-tech. Nous aimons les livres en tant qu'objets.

**CKI: Depuis votre nomination à la direction artistique, la perception de Valentino a changé, mais dans l'harmonie, sans heurts.**

**Comment l'expliquez-vous?**

**PP:** Nous avons toujours aimé l'univers Valentino, et nous avons tout d'abord exercé notre vision dans les accessoires. Nous avons remis au goût du jour des valeurs dont nous sommes absolument convaincus. C'est une évolution subtile de l'esthétique de la marque qui s'oriente vers une beauté plus personnelle, une grâce plus intime.

**MGP:** Il y a quinze ans, nous avons décidé de travailler pour Valentino. Pour la marque, mais aussi pour l'immense couturier qu'est monsieur Valentino. Notre redéfinition des valeurs passe par le respect. Nous croyons à l'évolution, pas à la révolution.

**CKI: Que représente Rome dans vos vies personnelles et professionnelles?**

**PP:** Rome c'est notre chez nous, mais aussi notre état d'esprit. Une beauté non affectée, multiforme, et qui s'épanouit avec le temps. Chaque époque y a laissé des traces. La Rome impériale côtoie Cinecittà et les souvenirs de *La Dolce Vita*. Le néoréalisme se juxtapose au baroque. Toutes ces atmosphères différentes vivent en harmonie et offrent des inspirations infinies. Lorsque vous vous promenez dans Rome, vous trouvez toujours des choses cachées ou que vous ne connaissiez pas. Elle reste à découvrir, perpétuellement.

**MGP:** Rome, c'est le siège de la société et des ateliers de haute couture, mais c'est aussi notre maison et notre passion, nos racines, notre identité. La beauté de la ville et la qualité de vie qu'elle permet influencent énormément notre travail.

**CKI: À travers les défilés et les campagnes publicitaires, vous avez également redéfini la femme**

**Valentino. Elle ressemble beaucoup à des portraits Renaissance.**

**Comment la caractérisez-vous?**

**PP:** Notre travail consiste à donner une proposition contemporaine de la beauté. La femme Valentino représente donc un idéal en adéquation avec des valeurs auxquelles nous croyons: grâce, individualité, intimité.

**MGP:** La femme Valentino doit se distinguer par son élégance. Pour nous, le mot grâce est vraiment adéquat. On l'utilise peu, il désigne un type de femme élégante qui vit la mode sans affectation.

**CKI: Malgré un thème très opulent, c'est la première fois que vous traitez le "jour" dans votre collection haute couture.**

**PP:** Oui, et cela constituait notre challenge principal cette saison. Nous voulions transposer l'exigence et la légèreté des robes du soir dans des silhouettes de jour, avec de vrais tissus, pas des chimères. C'était un peu comme intégrer un film d'Hitchcock à un cabinet de curiosités!

**CKI: Depuis trois saisons, vous avez métamorphosé la proposition masculine chez Valentino. À quel point le processus est-il différent?**

**PP:** La haute couture et le sartorial sont en fait très proches. Les codes sont différents, mais l'approche est la même, basée sur une idée un peu cinématographique de la beauté et toujours sur l'individualité. Nous voulions proposer une garde-robe moderne qui corresponde aux attentes des hommes et qui montre à quel point leurs goûts ont changé. Nous ne sommes pas vraiment intéressés par les effets de podium, mais davantage par des évolutions esthétiques plus discrètes, quasi invisibles. Il s'agit de donner un point de vue inédit sur quelque chose que l'on croit déjà connaître.

**CKI: Travailler en duo, une sinécure?**

**MGP & PP:** Plus notre duo est solide, plus nos individualités respectives sont épanouies. —

ROBE LONGUE TULLE  
REBRODÉE DE FLEURS  
COL ET POIGNETS  
ORGANZA BLANC  
VALENTINO