

En dépit de sa discrétion, Marc Jacobs a permis à l'un des fleurons du luxe français de s'épanouir. Rencontre avec le directeur artistique de Louis Vuitton

Par Laurent Dombrowicz. Photo, Bettina Rheims

Little big man

“Lorsque je suis venu à Paris pour la première fois, adolescent, ce fut une révélation. Mais aussi une frustration immense. C'est comme si j'avais été victime d'un coup du sort. C'est ici que j'aurais dû naître et grandir!” *Pourtant, s'il y a un créateur de mode que l'on associe d'emblée à New York, c'est bien lui! Son oncle dirigeait la célèbre agence William Morris.*

Toute son enfance semble avoir été bercée par une famille bienveillante, dans le cosmopolitisme et la tolérance de sa ville natale. C'est probablement cet héritage riche et harmonieux qui met le créateur aujourd'hui aussi à l'aise avec le succès. L'homme est discret, on le sait, mais charmant.

Les mots sont précis, sans être précieux. L'équilibre parfait existerait-il?

Marc Jacobs a étudié la mode à la Parsons School of Design et s'est naturellement retrouvé aux côtés de tous ceux qui faisaient bouger les choses dans les années 1980, tels Anna Sui et Steven Meisel. La rencontre décisive de sa vie professionnelle a lieu en 1989 avec Robert Duffy, businessman de la mode avec lequel il s'associe. Une union houleuse, mais qui porte ses fruits. En 1991, alors qu'il dirige le département féminin de la marque Perry Ellis, Marc Jacobs lance sa bombe *grunge* sur la planète mode. C'est le scandale, le licenciement, mais aussi une notoriété quasi instantanée. Soutenu par une bonne partie de la presse et une certaine élite new-yorkaise qui voit en lui l'avenir de la mode américaine, Marc Jacobs installe ses bureaux à Soho et lance sa griffe qui allie — fait unique à l'époque — l'efficacité américaine au goût européen pour les citations et l'audace. Le succès est au rendez-vous et attire bien des convoitises. Au milieu des années 1990, Bernard Arnault décide de redonner une peu de panache à cette belle endormie nommée Louis Vuitton. En janvier 1997, il engage Marc Jacobs, 33 ans, qui va, avec le support précieux d'Yves Carcelle, PDG visionnaire, transformer un malletier respecté en véritable maison de mode. Dès son arrivée au sein de LVMH, l'habile New-Yorkais se fait le chantre d'une discrète révolution qui détourne les classiques. Dans une ...

L'habile New-Yorkais s'est fait le chantre d'une subtile révolution qui détourne les classiques

... interview, il déclare alors: *“Ma première idée sur Louis Vuitton était héritée de ma grand-mère. Selon elle, une femme élégante ne pouvait porter un sac Louis Vuitton comme sac de ville. Ces sacs, certes très chics, étaient réservés exclusivement aux voyages. Depuis, mon opinion a bien changé!”* Les célèbres motifs “Damier” et “Monogram” sont revisités en formes, matières et couleurs tandis que les collections griffées Vuitton célèbrent un luxe insolent et paradoxal, fait de nostalgie (on connaît le goût immodéré du créateur pour les vêtements anciens) et de modernité. La maroquinerie, assise de la marque, est bien évidemment au cœur des propositions “mode” de Marc Jacobs. Les célèbres tags du regretté Stephen Sprouse ou les couleurs kawai de Murakami, tous deux invités par le créateur, vont créer l’hystérie chez les clientes — et dans l’industrie de contrefaçon... Au fil des collections, et malgré de nombreux artistes *guest stars*, une identité forte s’impose. Le créateur rompt pourtant un silence des plus confortable en redéfinissant sa véritable fonction de directeur artistique: *“Je trouve tout à fait normal de nommer moi-même mes collaborateurs créatifs les plus proches, et mes directeurs de studio, que ce soit pour Louis Vuitton ou Marc Jacobs. Ceux qui croient au Dieu Créateur, qui ouvre généreusement les mains pour que s’en échappe toute la bonté du monde, sont naïfs ou hypocrites.”* Tout récemment, c’est donc à sa fidèle collaboratrice et conseillère artistique Camille Miceli, figure de l’élégance parisienne, qu’il a confié une ligne de bijoux. Quant aux fameuses lunettes *Millionnaire*, dessinées par Pharrell Williams pour Louis Vuitton, il y a longtemps que les listes d’attente sont closes...



PHOTOS, D.R.

Marc Jacobs fait briller le LV de LVMH de lettres d’or... et d’argent

Là où Tom Ford, malgré son succès médiatique et son empreinte déterminante sur le style de la fin des années 1990, laisse des caisses vides chez PPR, Marc Jacobs fait briller le LV de LVMH de lettres d’or... et d’argent. *“Ma vision, je la propose lors du défilé. Il est le reflet exact de ce que je pense être juste pour l’identité de la marque. Ensuite, il y a toute une équipe qui est chargée de décliner tel ou tel sac en telle ou telle taille ou couleur. Chacun son job! Pour moi, le sac ‘parfait’ est celui que je montre au défilé.”*

Fifties, *hitchcockienne*, *Belle de jour*, *Miami Beach* ou *grunge chic*, les collections Louis Vuitton se suivent et ne se ressemblent pas. *“Ce qui compte, c’est qu’elles soient très identifiables. En tout cas, je fais tout pour! La griffe Marc Jacobs en revanche est plus romantique, plus intime. Cela tient plus à une relation que j’ai avec une clientèle fidèle. Le processus est tout à fait différent.”* À la veille de fêter sa première décennie chez le malletier, Marc Jacobs parle encore de Paris comme le plus émerveillé des enfants. *“En fait, je ne connais pas Paris. J’y vis, mais je traverse la ville comme dans un film. J’y ai des amis, j’y travaille, mais il s’agit d’une vie idyllique que ne connaissent sans doute pas les vrais Parisiens. D’ailleurs, je parle très peu français... C’est moins un Paris vécu qu’un Paris rêvé, magique...”* C’est sans doute pour cette raison que Marc Jacobs s’interdit tout commentaire sur la vie politique française. À New York où ses T-shirts de soutien à Hillary Clinton (ou à Winona Ryder!) le placent incontestablement du côté des artistes engagés, sa relative méconnaissance de la vie française, au sens le plus réaliste, lui impose une pudique réserve. Belle leçon de sagesse.



Marc Jacobs entouré de Pharrell Williams, Catherine Deneuve et Naomi Campbell. Page de gauche: collection Louis Vuitton automne-hiver 2006/2007