

The King

Paul Smith, 40 ans d'un règne sans partage

Par LAURENT DOMBROWICZ

Ce qu'il y a de plus charmant dans la *success story* de ce géant de la mode, c'est qu'elle est teintée d'une douce schizophrénie. De son destin brisé de cycliste à celui, parfaitement assumé, de créateur star souvent décrit comme "le plus cool du monde", tout semble avoir été organisé par un démiurge bienveillant. Soixante-dix ans de pure identité britannique, dont plus de quarante ans comme patron de sa propre griffe, symbolisés par un motif mille-raies chatoyant et par des doublures colorées qui ont ringardisé la monotone bienséance de Savile Row. L'autre atout incomparable de Sir Paul Smith – il a été décoré de l'ordre de l'Empire britannique par Elizabeth II en 1994 et de la Légion d'honneur en 2016 – c'est son indéfectible lien avec la jeunesse. La sienne tout d'abord, entre icônes du rock et petite reine à l'époque de sa première boutique à Nottingham, mais celle aussi de ses fans et de ses collaborateurs les plus proches. Une insouciance, une éternelle jeunesse qu'on retrouve dans les nouvelles boutiques de la griffe et dans les corners qu'elle a installés dans certaines adresses incontournables comme Dover Street Market. C'est dans un cadre à la fois hyper professionnel et à l'effervescence presque étudiante que Paul Smith a installé son quartier général, à deux pas de Covent Garden. On accède à son bureau par un escalier où s'affichent mille souvenirs de voyages, dédicaces des grands de ce monde, pochettes de vinyles héroïques, autant de traces de quatre décennies passées au firmament de la création. Au bout de cette montée au ciel, où le Dalaï Lama (et son écharpe Paul Smith) croise David Bowie, Paul Smith nous reçoit dans une humeur prime-sautière, presque fier de l'habile blague qu'il nous joue. Quant au sujet de notre étonnement, il est quasi indescriptible et se doit d'être vécu. Notre privilège, donc. Un lieu de travail comme une caverne d'Ali Baba, où livres, disques, cartes postales, objets, échantillons, jouets s'entassent par centaines, dans un chaos que l'on espère organisé ou, pour le moins, maîtrisé. Ce qui n'empêche pas, *a contrario*, pour Paul Smith d'avoir récemment amené plus de clarté dans ses lignes de prêt-à-porter, unissant de manière encore plus visible les collections homme et femme et donnant une nouvelle identité à la deuxième ligne PS. Commentaires lumineux d'un homme éclairé.

Portrait de Paul Smith dans son bureau, photographié par Steeve Beckouet



Citizen K International : Pourquoi redessiner le contour de vos différentes lignes ?

Paul Smith : Pendant de nombreuses années, nous vendions à toute une série de points de vente multimarque disséminés dans le monde, une centaine en Italie, autant dans tel ou tel autre pays. Comme vous le savez, bon nombre de ces enseignes, souvent des business de famille, ont périéclité ces dernières années. Il est devenu plus important de rationaliser l'offre, de proposer un message plus clair et plus réduit.

En parlant de clarté, on peut dire que vous êtes ici entouré par une multitude de choses diverses et variées. Le sens de l'accumulation, de la possession, de la collection, ou simplement du désordre ?

Mon bureau minimaliste ? [Rires] Oui, je comprends votre question et, éventuellement, votre surprise. Quand je me suis installé ici il y a 16 ans, il n'y avait tout simplement rien. Et dans tout ce qui vous entoure, je n'ai pratiquement rien acheté moi-même, ce sont des choses envoyées ou offertes par des fans, des amis, des correspondants, des étudiants... Comme les maillots que les cyclistes m'envoient. Je ne suis pas vraiment un collectionneur. Ce sont plutôt les objets qui me collectionnent ! Mais il y a souvent une valeur sentimentale qui s'attache à chaque ob-

jet, à son histoire. Je n'accorde pas beaucoup d'importance à l'expertise qu'on associe souvent au mot "collectionneur". Par exemple j'ai beaucoup de montres mais je ne connais rien en horlogerie. J'aime souvent les choses pour leur simple attrait visuel. En fait, j'aime le compagnonnage de tout ceci, du bonheur inconscient que tout ceci me procure.

On sent chez vous à la fois une nostalgie et une grande perméabilité à tout ce qui est nouveau, aux applications de la technologie en particulier.

Oui, c'est assez naturel chez moi cette forme de curiosité. Bien sûr, mon parcours et mon identité sont très liées au rock. Jimmy Page en particulier. Récemment j'ai en quelque sorte redécouvert le jazz et son mystère. Mais je ne vis pas dans le passé. Prenez Jake Bugg. Il a une voix incroyable et c'est un type formidable.

Arrivez-vous à séparer de manière claire votre vie personnelle et vos responsabilités de chef d'entreprise ? Où est-ce davantage un joyeux mélange ?

Plutôt le mix. Ce qui est je pense toujours le cas lorsque vous êtes à la fois le patron et le designer d'une marque indépendante. Mais j'essaie de ne pas apporter trop de travail à la maison, par respect pour celle qui est ma femme depuis plus de vingt ans ■