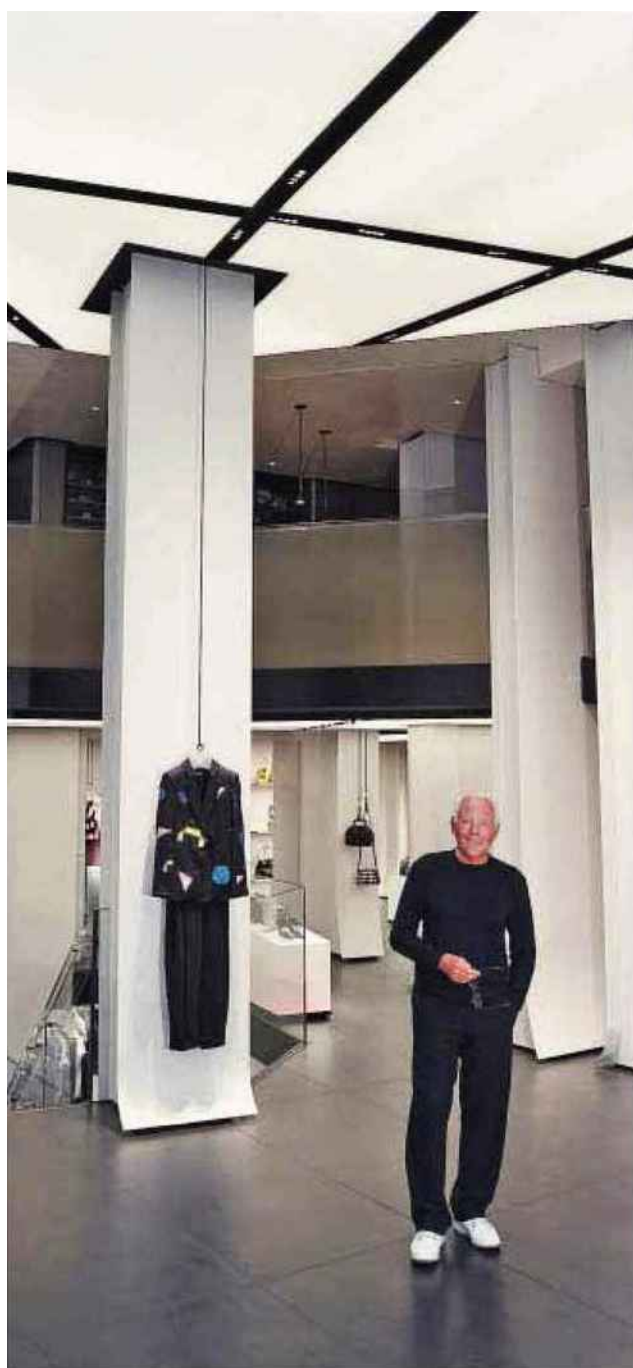




## MODE

### ENTRETIEN AVEC GIORGIO ARMANI DANS SA BOUTIQUE-CAFÉ TOUT JUSTE RÉNOVÉE DU BOULEVARD SAINT-GERMAIN, À PARIS





STYLE

# Giorgio Armani: « Je suis fier que mon nom soit associé à Saint-Germain-des-Prés »

**ENTRETIEN** Le couturier présente pour la première fois, ce soir, sa collection Emporio Armani à Paris. Et dévoile le nouveau décor de sa boutique-café du boulevard Saint-Germain, un haut lieu du quartier.

PROPOS RECUEILLIS PAR

**HELENE GUILLAUME** [hguillaume@lefigaro.fr](mailto:hguillaume@lefigaro.fr)

**D**imanche matin, Giorgio Armani nous recevait dans sa boutique entièrement rénovée de la rive gauche pour nous parler de sa vision de la création, de son regard sur la mode de demain et de Paris, sa ville d'adoption.

**Le FIGARO.** - En 1998, vous êtes l'un des premiers couturiers à vous installer à Saint-Germain-des-Prés avec un magasin aussi ambitieux.

**Giorgio ARMANI.** - Sous la forme d'une boutique imposante, oui. Autrefois, dans les années 1970, vous pouviez compter tous les grands dans le quartier, rue de Grenelle. Quand je travaillais avec Nino Cerruti, il y avait ici Sonia Rykiel, Emmanuelle Khanh, Yves Saint Laurent. Mais il est vrai que cela restait de petits magasins. En 1998, je me suis dit que c'était le moment de m'établir dans ce quartier très important de Paris, le cœur de la ville qui cultive à la fois une certaine nostalgie du passé mais aussi une incontestable modernité. Il y a une vie culturelle remarquable, une architecture fantastique, une atmosphère parisienne que j'aime beaucoup. C'est une banalité mais le Flore, Les Deux Magots, la brasserie Lipp sont des endroits qui restent. Surtout dans l'esprit d'un jeune homme de l'époque venant de Milan - qui

n'était pas comme maintenant - et débarquant à Paris avec des yeux grands comme ça. C'était la grande ville et encore maintenant elle demeure la grande ville. Je suis fier que mon nom soit lié à ce quartier. Quand je croise les voisins de mon petit studio au-dessus de la boutique, qui sont si contents de me parler, je me sens un peu parisien.

**Quels sont vos premiers souvenirs de Paris ?**

La première fois, je suis venu avec M. Cerruti qui, très gentiment alors que je dessinais uniquement l'homme, m'a invité à accompagner l'équipe qui travaillait sur une boutique de mode féminine. Depuis cette visite et jusqu'à aujourd'hui, Paris est associé au travail (*rires*). C'est dommage, mais c'est la vie. Je suis ici depuis trois jours, je n'ai fait qu'aller du restaurant Emporio Armani Caffé à mon appartement et à l'atelier. Mais j'aperçois la tour Eiffel, et je sens une énergie ces jours-ci, que je ne sentais plus lors de ma dernière venue, avant l'été. À Milan, bien qu'il n'y ait pas chez nous la même angoisse d'insécurité, nous éprouvons aussi une tension, qui se traduit dans les ventes. Les clients ne se ruent pas dans les magasins, en général.

**A vos yeux, Paris reste-t-elle toujours la capitale de la création ?**



Si l'on parle d'une création libre en dehors du business, Paris est très importante, même plus que Londres qui, aujourd'hui, est bien trop tournée vers le vintage. Comme aux États-Unis d'ailleurs. Vous savez, je pourrais sortir des dizaines de collections avec mes archives ! Il est tellement facile pour quelqu'un qui a un minimum d'esprit d'aller aux Puces, de prendre une veste d'Yves Saint Laurent d'il y a trente ou quarante ans et de l'associer avec un pantalon du moment. Certes, c'est la liberté de la mode et chacun d'entre nous peut s'habiller comme il veut. Mais si l'on parle de création, il faut avoir de la culture. Pour moi, chaque collection est une angoisse, un questionnement : qu'est-ce que je peux faire ? Jusqu'où aller ?

**Ce soir, vous faites défilé pour la première fois dans la Ville Lumière Emporio Armani.**

**Comment est née cette marque ?**  
Si vous vous rappelez, nous avions voulu organiser un défilé en 1998 place Saint-Sulpice et, au dernier moment, nous avons été forcés d'annuler pour des raisons absurdes de sécurité. Cette histoire est devenue historique ! Mais pour revenir aux origines, en réalité, au début, c'était simplement quelques jeans. J'avais installé un petit magasin à Milan, via Durini, devant mes bureaux. Je m'occupais de faire les vitrines et les gens venaient me voir là travailler les produits. D'où m'est venue l'envie de lancer Emporio Armani, d'abord pour l'homme et rapidement ensuite la ligne féminine, car de nombreuses femmes qui aimaient l'esprit Armani, mais n'avaient pas les moyens de se l'offrir, venaient me demander de créer des vêtements moins chers, plus faciles, même plus compréhensibles. Trente-cinq ans après, Emporio a beaucoup grandi, c'est par exemple la ligne la plus importante en Asie. À mes yeux, elle s'adresse toujours à des jeunes femmes et jeunes hommes, 25 ans, 35 ans, 40 ans, qui veulent être à la mode mais avec intelligence.

**Les marques de luxe parlent désormais, non plus de magasins, mais d'expérience shopping**

**Quel est le nouveau concept de la boutique Emporio Armani ?**

Je voulais mettre en avant les créations comme si elles étaient au milieu d'un bureau d'études avec, aux murs, des espèces de feuilles de papier blanc, telles une toile. C'est l'inverse de l'« expérience shopping »... Aujourd'hui, les marques sont obsédées par l'idée de faire un magasin dont on se souvient. Mais ce sont les vestes, les robes, les pantalons dont on doit se souvenir ! Les concepts extraordinaires signés par un grand architecte ont pris le pas sur la vision du styliste. La mode est devenue moins importante que ce que l'on fait autour. Plus largement, l'industrie pense qu'il faut surprendre les gens, que la vitesse est plus importante que le fond, qu'il faut frapper l'esprit des gens, et des jeunes en particulier, par une image, un logo, une égérie, mais plus par un vêtement. Dans mon atelier, je crée différentes pièces et accessoires qui, mis ensemble, sont censés former une harmonie. Or, ce que je vois souvent sur les podiums aujourd'hui, c'est un mélange de tout et n'importe quoi mis sur des gens. Mais à la fin, croyez-moi, la femme achète une robe toute simple et l'homme, une veste. J'ai connu des moments dans la mode où il y avait des pics de création, les designers cherchaient à bousculer le vestiaire classique, mais ils voulaient que ce qu'ils photographiaient ou ce qu'ils présentaient sur un podium parle et serve aux gens.

**Vous avez beaucoup réfléchi à votre succession.**

Oui, j'ai créé récemment une fondation et j'ai laissé le pouvoir à mes héritiers de décider du futur de la maison avec l'aide d'un conseil composé peut-être de gens hors de la mode, de personnalités qui ont plus de distance. Nous, dans le métier, nous sommes trop à l'intérieur du système pour comprendre parfois ce qu'il se passe dans le monde.

**Pensez-vous que les gens connaissent les designers derrière les marques ?**

Quand je marche dans la rue, tout le monde me reconnaît et fait le lien entre

ma présence et le sac ou le costume visible 10 mètres plus loin dans la vitrine du magasin. C'est moins important qu'autrefois, car les rachats, les changements de stylistes à la tête des marques ont modifié la donne. Mais je crois qu'au fond, les gens veulent toujours croire à quelqu'un qui incarne une maison de mode.

**Quel est votre rapport aux tendances ?**

Quand je vois au Silos (*le musée qui rassemble ses archives à Milan*, NDLR) tout ce que j'ai créé dans le passé, je réalise que beaucoup de stylistes ont repris par hasard ou sous influence ce que j'ai fait. L'ensemble est étonnant, on voit des fleurs, du court pour le soir, du long pour les jours, des chaussures plates portées avec des robes du soir - c'était en 1985 ! -, des bermudas sous les jupes... Parfois, je me sens frustré qu'on ne garde de moi que le tailleur Armani, ce tailleur d'homme pour les femmes. Il y a une forme de facilité de réduire un créateur à une chose : M. Armani, c'est le tailleur, l'autre c'est le sexy, celui-là c'est la saharienne. Mais alors cela signifie faire mourir la créativité d'un créateur. Je devrais me sentir obligé de faire du tailleur jusqu'à la fin de ma vie en changeant seulement le nombre de boutons ? La création serait réduite à un choix entre deux ou six boutons. Vous savez, à une période j'ai sans doute été trop influencé par les équipes commerciales ou des personnes qui aimaient telle chose et pas telle autre. Il y a deux ans, j'ai décidé de faire ce que j'aime, et que ce que j'aime soit porté par les femmes et par les hommes. ■



Giorgio Armani dans son espace de 1600 mètres carr es au 149, boulevard Saint-Germain (Paris VIe). GIORGIO ARMANI