

Die Mode als Teil des Gesamtkunstwerkes : der Stilist-Schneider Gianni Versace und seine Läden = Le couturier Gianni Versace et ses boutiques

Autor(en): **Fumagalli, Paolo**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **73 (1986)**

Heft 1/2: **Architektur für den Augenblick = Architecture pour l'instant =
Architecture for the moment**

PDF erstellt am: **22.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-55431>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Mode als Teil des Gesamtkunstwerks

Der Stilist-Schneider Gianni Versace und seine Läden

Gianni Versace hat sehr jung begonnen, sich mit Kleidern zu beschäftigen, und eröffnete 1978 in Mailand sein eigenes Atelier. Er übernimmt sofort die Führungsrolle in der italienischen und internationalen Mode und besitzt in kurzer Zeit eine Kette von über achtzig exklusiven Läden in der ganzen Welt. Die Mode erhebt heute Anspruch auf eine ganz bestimmte künstlerische Stellung, als Teil nämlich eines Gesamtkunstwerks, das dazu bestimmt ist, zusammen mit der Architektur und dem Möbeldesign, die Szenerie, innerhalb der wir leben, zu schaffen.

Le couturier styliste Gianni Versace et ses boutiques

Dans la branche de la mode, le Milanais Gianni Versace se place au premier rang. Fils d'artisan (sa mère était couturière dans la Reggio-Calabrie), il commença très jeune à s'occuper de vêtements et en 1978, il ouvrit à Milan son propre atelier. Très vite, il prend un rôle pilote dans la mode italienne et internationale et rapidement, il est à la tête d'une chaîne de plus de quatre-vingts boutiques de luxe dans le monde entier. Aujourd'hui, la mode a la prétention bien définie de faire partie d'une œuvre d'art totale qui, avec l'architecture et le design du meuble, veut créer tout le décor au sein duquel nous vivons.

The fashion designer Gianni Versace and his shops

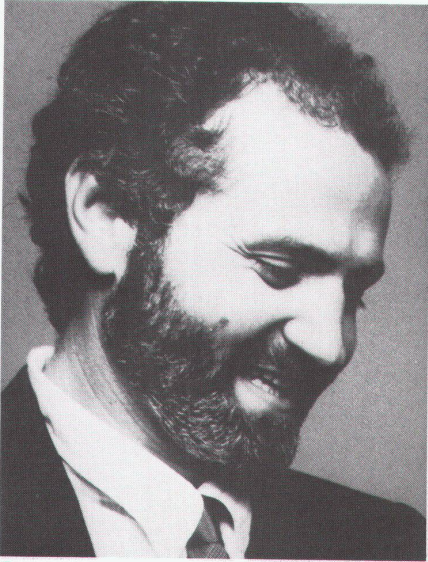
Gianni Versace was born to the trade of tailoring (his mother had a tailor's shop in Reggio-Calabria), began to work at it at a very early age and opened his own studio in Milan in 1978. He immediately became the leader in Italian and international fashion design, and within a short time owned a chain of more than eighty exclusive shops throughout the world. At the present time fashion design lays claim to a very definite artistic status, as part, namely, of a total work of art, which has the function, along with architecture and furniture design, of creating the scenery in the midst of which we live.

Der Stilist, Schneider Gianni Versace und seine Läden

Es gibt Wörter, die dem Architekten, insbesondere wenn er die Bücher der Rationalisten studiert hat, verboten sind. Wörter wie Stil, Geschmack, Atmosphäre, Milieu, Raumgefühl, kaltes und warmes Material, Improvisation, Variation, provisorisch, vergänglich sind Begriffe, die in der Welt der Architektur im Gegensatz zur Rationalität stehen. Es handelt sich um eine Wortkette, die sich ausschliesslich auf die individuelle Sensibilität stützt, die aber nie rationell beweisbar ist. Sie kann sich von Tag zu Tag verwandeln und stetig verändern, da sie auf der Emotivität des Augenblickes beruht. Im Unterschied zur Architektur scheint hier nichts definitiv: dies ist die Welt der Mode.

Coco Chanel behauptet: «Die Mode wird schön geboren und danach sofort hässlich, die Kunst hingegen wird hässlich geboren und nachher schön.» Sie will damit sagen, dass die Mode, ein Produkt, das ausschliesslich für den Verkauf bestimmt ist, sich nach dem augenblicklichen Geschmack richtet und an diesen gebunden ist, um den Leuten zu gefallen. Aus diesem Grunde geht sie auch schnell wieder unter, so schnell nämlich, wie sich der Geschmack ändert. Diese Kluft zwischen dem Vergänglichen der Mode und dem Absoluten der Kunst wurde schon





Gianni Versace wurde 1946 in Reggio Calabria geboren. Zwischen 1964 und 1972 unternimmt er das höhere Studium und verfolgt die Arbeit der Mutter in der Schneiderei. 1972 zieht er nach Mailand um, beendet das Studium als Designer und arbeitet für verschiedene Modehäuser. 1978 gründet er das eigene Atelier und signiert seine ersten Modekollektionen. 1979 weiht er die erste der heutigen achtzig exklusiven Boutiquen ein. 1982 gewinnt er als bester Stilist den Preis «Occhio d'Oro» und kreiert für das Scala-Theater die Kostüme für das Ballett «Josephslegende» von Richard Strauss. 1983 nimmt er als einziger italienischer Stilist an der Ausstellung «È Design» von Mailand teil. Zwischen 1983 und 1984 kreiert er wieder die Kostüme für das Ballett «Lieb und Leid» von Mahler, für die Oper «Don Pasquale» von Donizetti und für das Ballett «Dionisio» von Béjart. Im Oktober 1985 wird er vom Victoria and Albert Museum für eine Reihe von Konferenzen und für eine Ausstellung seiner Arbeit eingeladen. Zeichnungen von Versace sind in den Museen für Kunstgeschichte von New York, Tokio, Amsterdam und Parma ausgestellt.

①
Gianni Versace

②
Gianni Versace, Entwurf und Ausführung für ein Damenkleid aus Strickmetall / Gianni Versace, projet et exécution d'une robe de dame en métal tricoté / Gianni Versace, design and execution of a ladies' dress made of knitted metal



Anfang dieses Jahrhunderts in Diskussion gesetzt, als man sich nämlich bewusst wurde, dass eine Verbreitung von Erfahrungen und ein gegenseitiger Austausch von Projekten nicht unmöglich war. Man anerkannte der Mode schon damals eine eigene künstlerische Eigentümlichkeit. Dies beweisen die Arbeiten der Futuristen, der Konstruktivisten und vor allem des Bauhauses.

Heute, in einer Epoche des grossen Konsums und der schnellen Massenkommunikation, in einer Zeit also der grossen Veränderungen, ist es nicht nur die Kunst, die die Welt interpretiert, sondern auch die Mode. Andrea Branzi, Direktor der Designzeitschrift «Modo», behauptet: «Die Mode ist ein unorganisches System, das auf der Basis von Unstetigkeit arbeitet. Sie verändert ständig ihr Projekt. Sie ist das Produkt einer Industrie, die aufgrund ihrer Fähigkeit, die Welt zu lesen, Produkte zu verändern und die Vielfalt der Zukunft zu erahnen, ein Phänomen der Postmodernität darstellt. Im Grunde genommen bildet sie in ihrer kulturellen und produktiven Gesamtheit ein Weltmodell.» In so einem historischen Moment wie in unserem, wo jede künstlerische Geste mittels der Zeitungen, der Zeitschriften, des Radios und des Fernsehens ein enormes Echo und eine enorme Resonanz hat, ist alles den Moden unterworfen: wie die Mode selbst. Auch das, was in der Zukunft ewig sein wird.

Um diese Welt, die vielleicht von der Welt der Architektur nicht so weit entfernt ist, wie man glaubt, besser kennenzulernen, haben wir uns nach Mailand, einer der Hauptstädte für die Mode, begeben. Hier arbeiten einige grosse Namen wie Giorgio Armani, Gianfranco Ferré, Gianni Versace, Missoni, Krizia, Fendi, Trussardi und so weiter. Von diesen haben wir Gianni Versace getroffen: diese Wahl wurde nicht so sehr wegen der Geschmacksvorliebe für die Kleider, die er schöpft, getroffen, sondern weil er eine Ausbildung hat, die hauptsächlich an seinen Beruf gebunden ist und sich fern von Architektur und Kunst befindet. Versace hat weder eine Ausbildung als Architekt wie Ferré, noch hat er die Kunstakademie von Brera besucht wie

Missoni: er ist Schneider und Sohn von Schneidern. Und genau deswegen interessiert er uns. Eine Neugierde, die sich auch noch durch die Tatsache steigerte, dass sein Beruf ihn dazu führte, sich mit Architektur zu befassen, wenn auch durch einen Mittelsmann, als er nämlich vor kurzem eine Ladenkette in der ganzen Welt, von Australien bis zum hohen Norden Europas, schuf.

Das Treffen mit Versace ist der Zusammenstoß mit einer Welt, die bei der Vermittlung zwischen dem Menschen und dem, was ihn umgibt, eine eigene Rolle beanspruchen will. «Wenn wir unter Raum alles das, was sich ausserhalb von uns befindet, verstehen», so sagt uns Versace, umgeben von seinen Mitarbeitern und von den Boutique-Architekten, «so gibt es vier Stufen der Wahrnehmung. Es gibt den von der Städteplanung projektierten Raum, nämlich den globalen und totalen der Stadt; es gibt weiter den vom Architekten projektierten Raum, der definiert und in genauen Grenzen eingeschlossen ist, der Raum des Hauses also; es gibt weiterhin den vom Designer projektierten Raum, der nämlich durch die Objekte, die uns umgeben, charakterisiert und bedingt ist. Und es gibt schliesslich den Raum, der von der Mode projektiert wird, den Raum nämlich, der mit unserem Körper in Kontakt ist, jene künstliche Haut, die über unsere eigene Haut gezogen ist. So wie es Räume sind, die Christo schafft, wenn er Monumente einpackt, so sind auch die Kleider, die wir tragen, Räume, eben weil sie sich verändern: sie machen uns abhängig, sie lassen uns anders fühlen. Ja sogar unser eigenes Gefühl ist beim Durchschreiten eines Ortes vom Kleid, das wir tragen, abhängig, wenn es mehr oder weniger elegant ist, wenn es mehr oder weniger farbig ist, wenn wir mehr oder weniger angezogen sind.»

Das Kleid wie ein Raum, die Mode wie eine Architektur. Und der Stilist, ist er wie ein Architekt? Versace ist in der



3

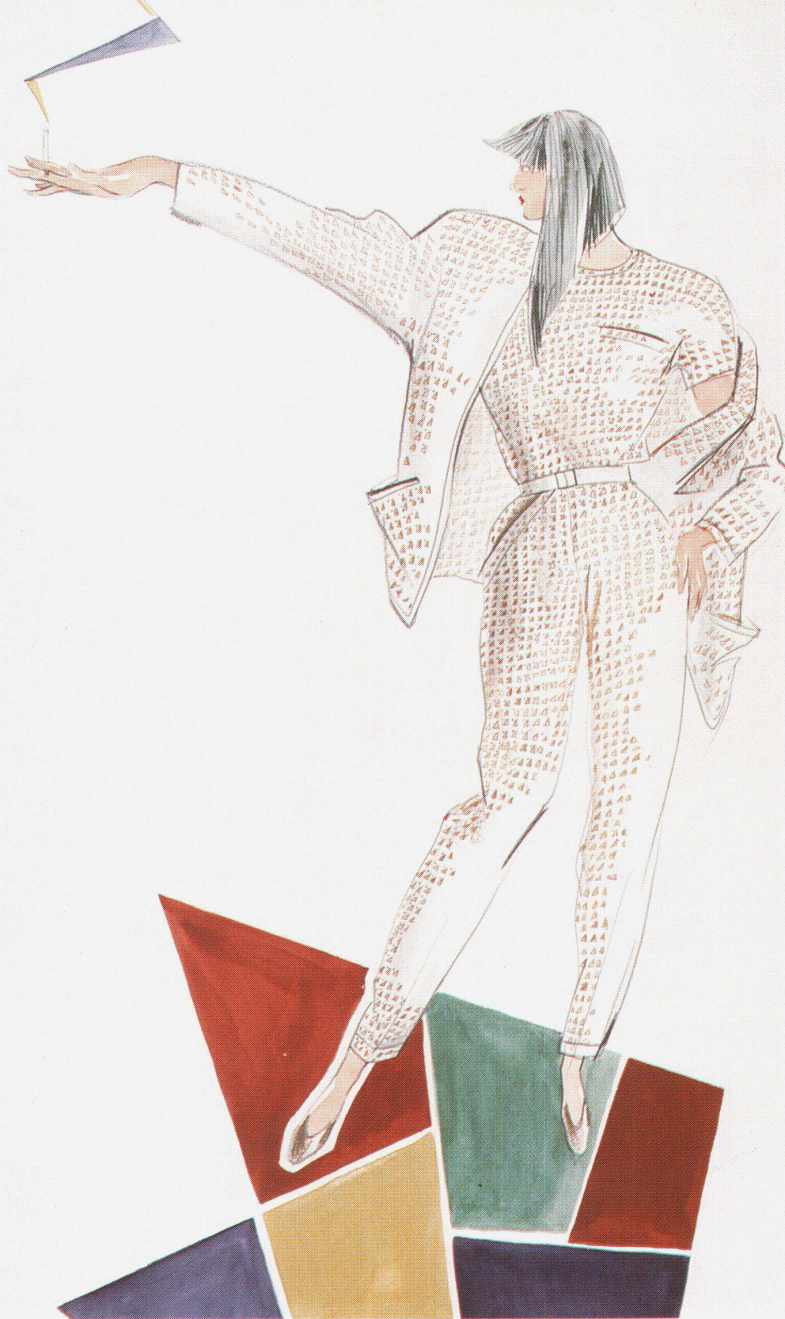


4



5

3-8 Gianni Versace, die Damenkollektion für Frühling/Sommer 1986 / Gianni Versace, la collection dames pour le printemps/été 1986 / Gianni Versace, women's wear for the 1986 spring/summer season



6



7

Werk, Bauen+Wohnen Nr. 1/2/1986



8

Definition seiner eigenen Arbeit genau. Die Erfindung bildet ganz klar seine tägliche Arbeit: Erfindung von Formen und Anwendungsarten verschiedener Textilmaterialien. Bei Versace erfolgt die kreative Arbeit, im Gegensatz zu anderen Stilisten, die hauptsächlich mit Zeichnungen arbeiten, hauptsächlich in der Schneiderei. Wie Ferré zum Beispiel (zur Bestätigung seiner Ausbildung als Architekt), der die schon fertigen Zeichnungen via Telefax zur Ausführung an die Schneiderei schickt. Bei Versace erfolgt das Gegenteil: nach den ersten Skizzen wird das Kleid als Prototyp in der sich einen Stock tiefer befindenden Schneiderei realisiert und dort verfeinert, verbessert und perfektioniert. Es ist dies eine nicht theoretische, sondern grundlegend pragmatische Projektannäherung, die eng mit der Durchführbarkeit verbunden ist. Sie findet nämlich in Zusammenarbeit mit dem Handwerker statt, wobei die Stoffe betastet werden und die technischen Gegebenheiten, die mit der Ausführung verbunden sind, sorgfältig behandelt werden. Aus diesem Grunde haben einige seine Arbeit mit derjenigen Scarpas verglichen, für den die Zeichnungen nur ein erstes Annäherungsmittel an den Handwerker und an die Baustelle war. Und aus denselben Gründen ist Versace schon seit jeher ein verbissener Experimentator. Zunächst die Thermofusion, um Kleidungsstücke aus Leder und Plastik ohne die üblichen Nähte zu realisieren; dann, im Jahre 1983, die Stricksachen aus Stahl, wobei die Abendkleider der Damen weicher und leichter gemacht wurden; schliesslich die «zerknitterten» Kleidungsstücke, die von der Renaissance und von der japanischen Kunst inspiriert wurden.

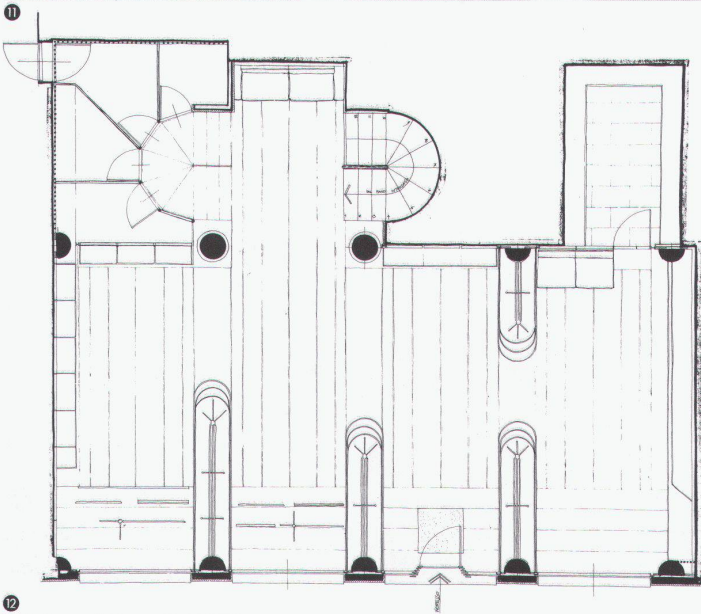
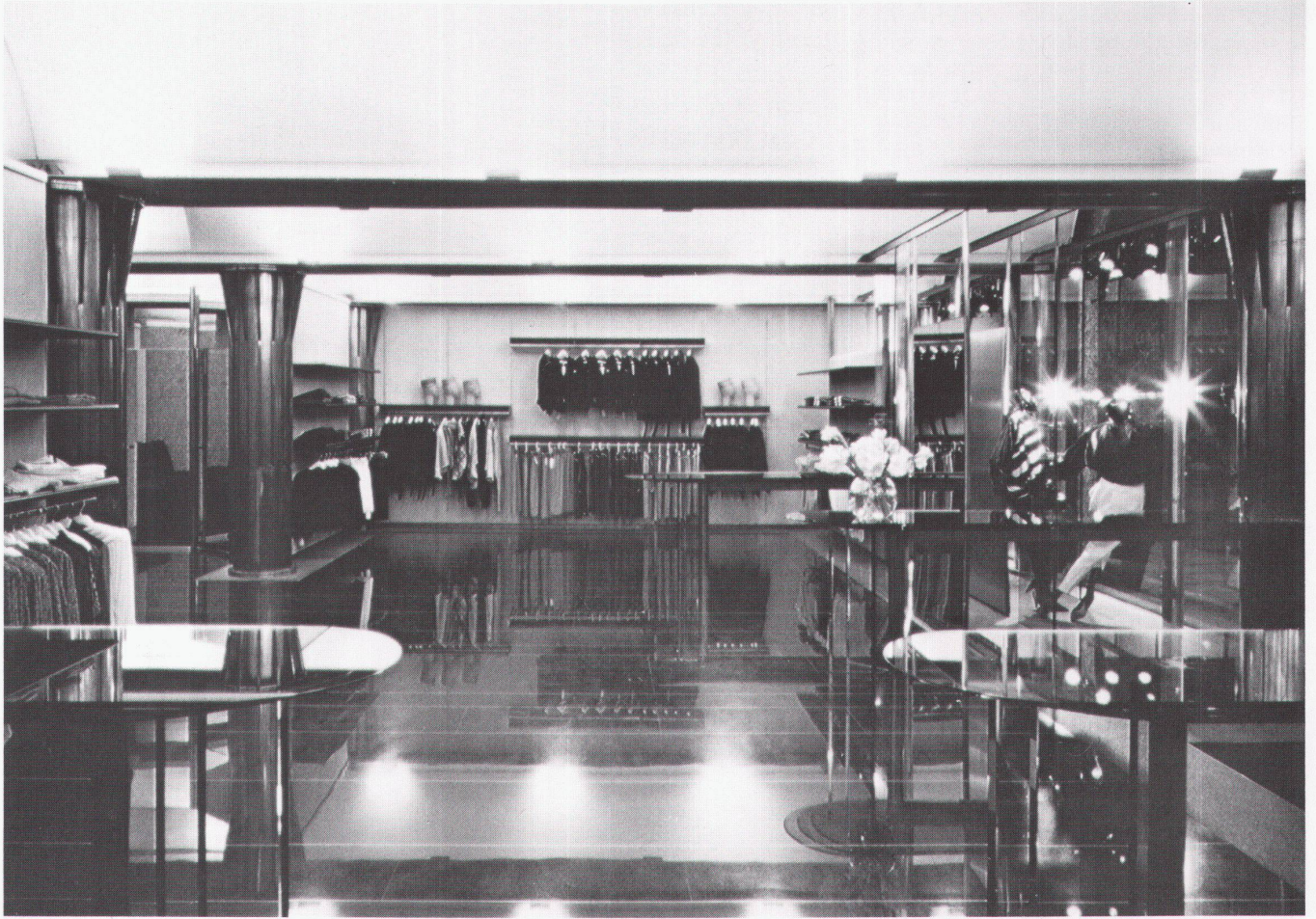
Auch in der Mode besteht also eine enge Bindung zwischen Erfindung, Textilmaterial und Ausführung. «Bei meiner Arbeit», so behauptet Versace, «gibt es zwischen Projektierung und Realisierung eine Kontinuität, wo diese zwei Momente nicht aufeinanderfolgend sind, sondern manchmal das zweite dem ersten vorangeht. Die auf der Stufe des Design ausgedrückten Ideen werden, wenn sie zur Produktion, nämlich in die Schneiderei gelangen, aus verschiedenen Grün-

den geändert: vielleicht fällt der Stoff nicht so, wie wir wollen, oder er hat ein anderes Gewicht, als wir uns während der Projektierung ausdachten, folglich muss man vielleicht den Schnitt oder die Form oder die Fertigbehandlung nochmals anschauen. Manchmal weist das fertige Kleid wesentliche Unterschiede zum projektierten auf.»

Die Projektierung, die auf abstrakte Weise auf dem Zeichenblatt oder auf pragmatische Art in Kontakt mit dem Handwerker erfolgt, ist jedenfalls ein Ausdruck von Kultur und historischer Kenntnis. «Zuallererst», so versichert Versace, «würde ich eine Unterscheidung zwischen der persönlichen Kultur und der Kultur der Mode im allgemeinen machen. Es sind dies zwei Komponenten, die manchmal gleich sind und sich überlagern, manchmal aber verschieden bleiben. Meine Ausbildung, die während meiner Kindheit im Atelier meiner Mutter begann, ist für meine Arbeit grundlegend, aber gleichzeitig ist auch die Geschichte der modernen Mode von grosser Wichtigkeit für mein Produkt.» Die Geschichte ist also nicht in Form einer ausdrücklichen Zitierung anwesend, sondern sie wird als Ablagerung von Kenntnissen – vielmehr Erinnerungen als Zitate – in autobiographischer, nicht programmierter Weise erlebt, indem auf die Emotionen einer Begegnung oder auf die Erfahrungen einer Reise oder auf die Kindheitserinnerungen zurückgegriffen wird. «Ein Kleid zu nähen», so fährt Versace fort, «geschieht schneller, als ein Möbel oder ein Auto zu konstruieren, aber in allen Bereichen ist vermehrt der Drang vorhanden, den Geschmack zu verändern: deshalb sind die Bezüge zur Vergangenheit, zu verschiedenen Kulturen und zu unterschiedlichen Techniken ebenso Ausgangspunkte, um den Geschmack von heute zu interpretieren.»

Das Interesse richtet sich also nicht nur auf die Geschichte, sondern auch auf die zeitgenössische Welt. Es könnte auch gar nicht anders sein in einem Beruf, dessen Produkt für die unmittelbare «Konsumierung» bestimmt ist. Deswegen ist die Technologie von grosser Wichtigkeit, ja man kann sogar beobachten, wie die Modeschöpfung mit zwei extremen Pro-





9-12
Architekturbüro Laboratorio Associati, Boutique Versace in Mailand / Bureau d'architecture Laboratorio Associati, boutique Versace à Milan / Architects' office: Laboratorio Associati, the Versace boutique in Milan

duktionspolen konfrontiert wird: auf der einen Seite die Anwendung immer mehr automatisierter und computerisierter Technologien für die Herstellung von Stoffen, auf der anderen Seite ein kreativer, immer noch handwerklicher Prozess, der wie vor Jahrhunderten an die Heftnaht, an den von Hand genähten Fäden gebunden ist. «Es stimmt, dass es diesen Widerspruch gibt», bestätigt Versace, «aber die Einflüsse sind gegenseitig. Alles, was in technologischer Hinsicht die Modewelt begünstigt, wird seinerseits vom Handwerk benutzt. Das von mir patentierte Modell, zum Beispiel, ist ein hoch technologisches Produkt, das sich avantgardistischer Techniken, wie z.B. des Computers, bedient. Um fertiggestellt zu werden, geht aber das Kleid in die Hände des Handwerkers über, der es mit der Schere schneidet und mit Nadel und Faden näht. Hohe Technologie und Handwerk ergänzen sich also gegenseitig.»

Eine Analyse der vom Stilisten durchgeführten Arbeit kann jedoch eine andere wichtige Komponente bei seinem Wirken nicht unterschlagen: die kommerzielle und die des Managers. Während der Architekt normalerweise für einen Auftraggeber arbeitet, so ist der Stilist sein eigener Auftraggeber. Dies bedeutet, den Verkauf des geschaffenen Produkts zu organisieren. Deswegen hat Versace über achtzig Läden eröffnet, die in der ganzen Welt zerstreut sind, eine Kette von Verkaufsräumen, die trotz ihres Standortes in den verschiedensten Städten alle unverwechselbare, einheitliche Züge aufweisen. Sie gehören also zu einer ganz genauen Strategie, die sich an bestimmte räumliche Charakteristiken halten wollte. Für den Architekten Rocco Magnoli, der zusammen mit seinem Kollegen Lorenzo Carmellini der Autor dieser Reihe von Boutiquen ist, war die Zusammenarbeit mit Versace anfangs schwierig: «... für Versace sollten die Läden trotz ihrer Verschiedenheit aufgrund unvermeidbarer räumlicher Bedingungen dieselbe «Atmosphäre» haben. Für ihn hatte dieser Begriff eine ganz bestimmte Bedeutung. Und wir haben diesen so wenig architektonischen Begriff als den Bezug verstanden, der zwischen



13

13-17 Architekturbüro Laboratorio Associati, Boutiques Versace in Rom (13), Neapel (14) und Lugano (15, 16, 17) / Bureau d'architecture Laboratorio Associati, boutiques Versace à Rome (13), Naples (14) et Lugano (15, 16, 17) / Architects' office: Laboratorio Associati, the Versace boutiques in Rome (13), Naples (14) and Lugano (15, 16, 17).



14

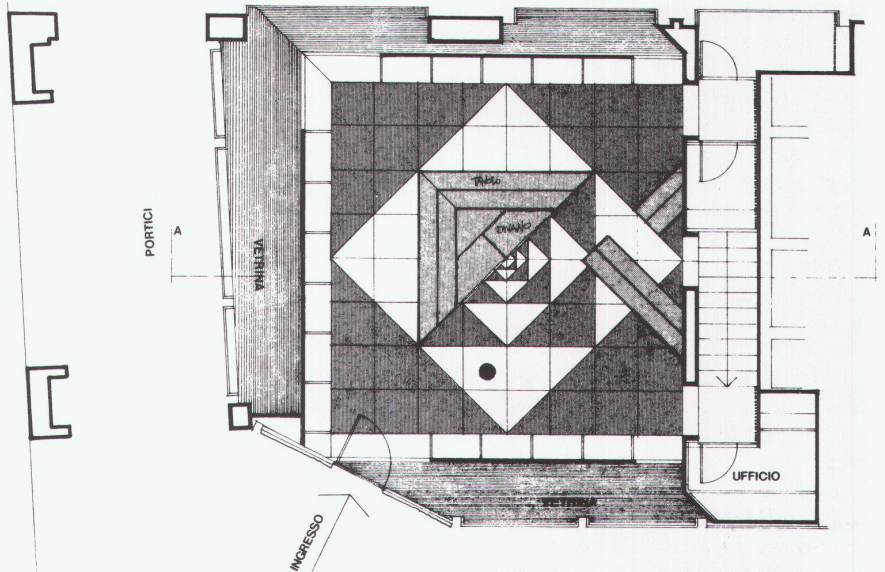


15



16

Werk, Bauen+Wohnen Nr. 1/2/1986



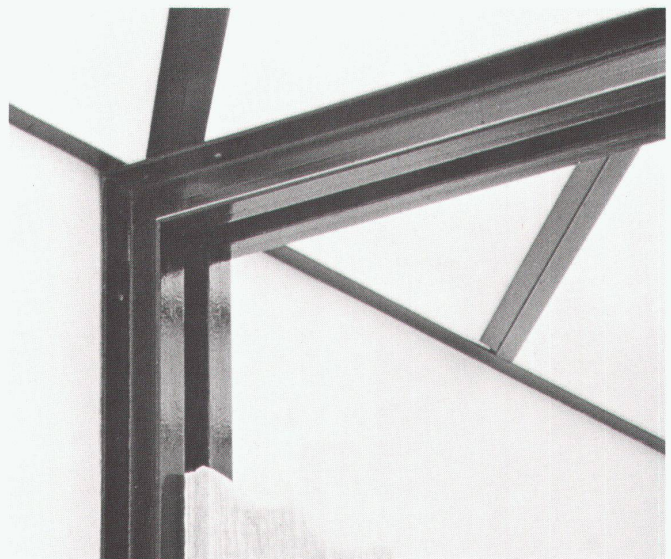
17



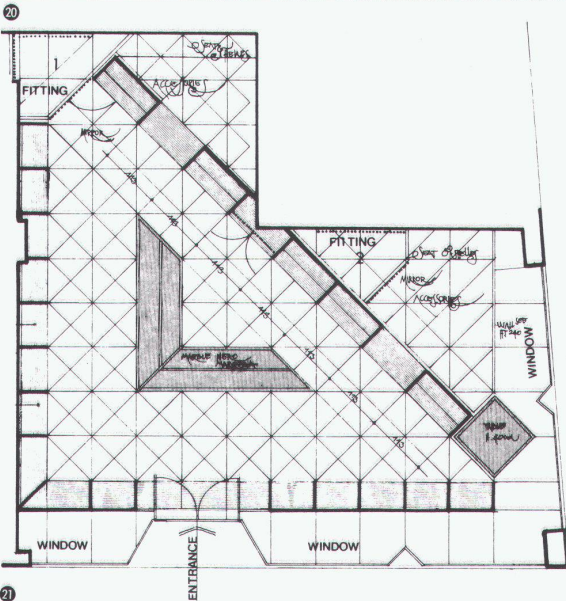
18

18-21

Architekturbüro Laboratorio Associati, Boutiques Versace in Rom (18, 19) und Sydney (20, 21) / Bureau d'architecture Laboratorio Associati, boutiques Versace à Rome (18, 19) et Sydney (20, 21) / Architects' office: Laboratorio Associati, the Versace boutiques in Rome (18, 19) and Sydney (20, 21)



19



dem, der einen architektonischen Raum betritt, und der Qualität dieses Raumes entsteht. Und wir haben dies in Orte umgesetzt, die räumlich durch eine strenge Geometrie definiert und durch die Verwendung nobler Materialien wie Marmor und Kristall charakterisiert sind. Versace akzeptierte unsere grundlegenden Ideen: die Beziehung zwischen aussen und innen durch die Verwendung bestimmter Materialien im Ausbau zu betonen, die Geometrie als Raum erzeugendes Element zu akzeptieren, das Konstruktionsdetail zum Mittel für die Bereicherung des Rohmaterials zu machen, auf überflüssige Dekoration zu verzichten. Unsererseits haben wir seine Ideen akzeptiert: ähnliche Läden an unterschiedlichen Orten zu schaffen, dauerhafte, nicht vergängliche und auch nicht von der Einrichtung beeinflusste Räume zu realisieren und den Willen, Orte von raffinierter Eleganz und Qualität zu gewinnen.»

In Mailand wurden die Läden nicht nur projektiert, sondern auch Stück für Stück realisiert und auf der Stelle montiert. Die Kristalltische, die Stahlprofile, die Marmorplatten werden mit einer komplizierten, aber wirksamen Organisation zum Bestimmungsort verschickt. Diese vorbestellte Arbeit bedeutet also für den Architekten ein weiteres Problem für das Projekt, eben weil Versace von Natur aus vor der unvermeidbaren Abstraktion der Zeichnung flieht. Für Rocco Magnoli «... wendet der Stilist-Schneider (anders als der Stilist-Designer) bei seiner Arbeit die Zeichnung nur als Promemoria an für eine viel komplexere Arbeitsaktivität, die danach auf einen Prototyp durchgeführt wird: für Versace wird die Variation zur Methode, und zwar dort, wo sie für uns fast zum Zeichen von Schwäche und Unsicherheit wird. Es braucht harte Nerven, um sich nicht verwirren zu lassen: doch wenn man den ganzen Prozess der Projektierung unter Kontrolle zu halten vermag, so kann die Dialektik zwischen dem *esprit de géométrie* und dem *esprit de finesse* sehr kreativ sein.»

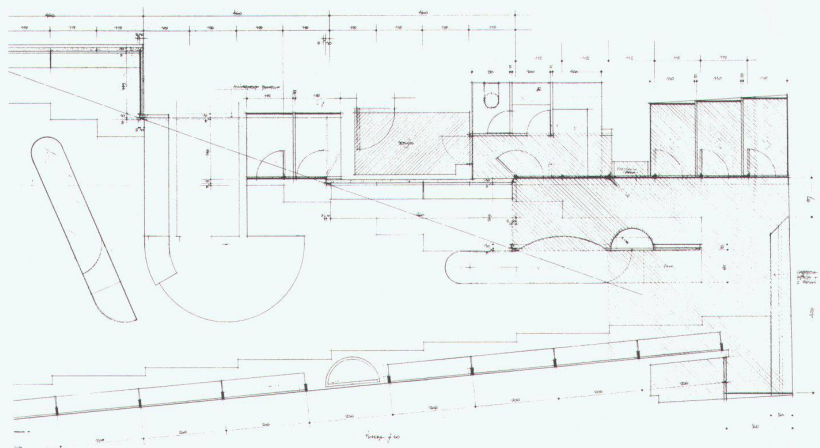
Kunst, Architektur und Mode vermischen sich heute zu einem Gesamten, bei dem es schwierig ist, Unterschiede, Grenzen und Umrisse festzustellen. Indi-



22



23



24



25



26

viduelle und parallele Erforschungen, die sich zu einem Gesamtkunstwerk vereinigen, bei dem die Utopie zugunsten des unmittelbaren Wohlgefallens beiseite gelassen wird: Wohlgefallen an der Kunst, an der Stadt, am Haus, am Kleid. «Vielleicht interessiert auch ihre Leserinnen, wie meine Mode für den Frühling/Sommer 1986 sein wird», so sagt mir Versace. «Die Schulter wird breit, rund, leicht heruntergesetzt, gesattelt sein. Die Taille ist auf alle Fälle schmal. Die Hüfte ist rund oder sehr rund vor allem bei den Abendkleidern. Die Länge berührt das Knie, der Effekt liegt eher in der Nähe des Saums. Es ist eine Linie, die die Silhouette zeichnet und die man als *flute* bezeichnen könnte.» P. F.

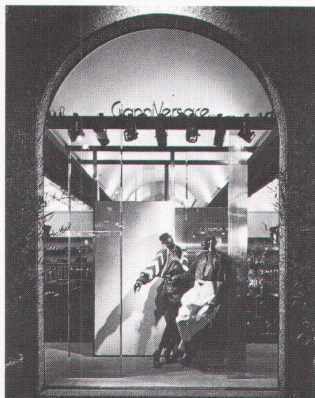
22-26

Architekturbüro Laboratorio Associati, Boutiques Versace in San Francisco (22, 23, 24) und Zürich (25, 26) / Bureau d'architecture Laboratorio Associati, boutiques Versace à San Francisco (22, 23, 24) et Zurich (25, 26) / Architects' office: Laboratorio Associati, the Versace boutiques in San Francisco (22, 23, 24) and Zurich (25, 26)

Paolo Fumagalli

Le couturier Gianni Versace et ses boutiques

Voir page 26



Il y a certains mots qui, pour l'architecte, surtout s'il s'est formé au contact des textes des rationalistes, sont interdits. Style, goût, atmosphère, ambiance, sensation spatiale, matériau chaud ou froid, improvisation, variation, provisoire, éphémère: autant de mots qui constituent des concepts qui se situent aux antipodes de la rationalité du monde de l'architecture. En effet, il s'agit d'un ensemble de mots qui se basent uniquement sur la sensibilité individuelle, jamais rationnellement démontrables et qui, comme ils s'appuient sur l'émotivité du moment, changent de contenu de jour en jour et se transforment continuellement. A la différence de l'architecture, ici rien ne semble définitif: tel est le monde de la mode.

Aujourd'hui, à une époque où l'on consomme beaucoup et à une époque de communications de masse rapides, donc de grandes transformations, ce n'est plus exclusivement l'art qui interprète le monde mais aussi, et peut-être surtout, la mode. «La mode est un système hybride – affirme Andrea Branzi, directeur de la revue de design *Modo* – un système qui travaille sur ce qui est discontinu. La mode change constamment son projet. Elle est le produit d'une industrie qui représente un phénomène de post-modernité par sa capacité à lire le monde, à renouveler ses produits et à pressentir la multiplicité des futurs. Au fond, dans sa globalité culturelle et productive, elle est l'image,

en réduction, du monde.» A une époque comme la nôtre, où tout geste artistique est répercuté, voire amplifié, par la presse, la radio et la télévision, tout est sujet aux modes, comme la mode elle-même et comme tout ce qui, par la suite, deviendra éternel.

C'est afin de mieux connaître ce monde, monde peut-être pas aussi éloigné de celui de l'architecture qu'il n'y paraît, que nous nous sommes rendus à Milan, l'une des capitales européennes de la mode. Là travaillaient quelques grands noms comme Giorgio Armani, Gianfranco Ferré, Gianni Versace, Missoni, Krizia, Fendi, Trussardi et bien d'autres. Parmi eux, nous avons choisi de rencontrer Gianni Versace, choix dicté non pas tant par des préférences de goût pour les vêtements qu'il crée que par le fait qu'il a reçu une formation essentiellement liée à sa profession, lointaine de l'architecture et de l'art. Versace n'est pas architecte de formation comme Ferré, il n'a pas suivi d'études d'architecture comme Armani, il n'a pas fait l'Accademia d'arte de Brera comme Missoni: lui il est couturier, fils de couturier. Et c'est justement cela qui nous intéresse; curiosité d'autant plus grande que sa profession l'a conduit à s'occuper d'architecture, même si ce n'est que par personne interposée, quand, il y a peu de temps, il a créé et ouvert des boutiques dans le monde entier, de l'Australie jusqu'à l'extrême Nord de l'Europe.

La rencontre avec Versace c'est le contact direct avec un monde qui revendique son propre rôle dans le processus de médiation entre l'homme et ce qui l'environne. «Si par espace nous entendons tout ce qui est extérieur à nous – nous dit Versace entouré de ses collaborateurs et des architectes du Laboratorio Associatio responsables des boutiques – alors, il existe quatre niveaux de perception. Il y a l'espace projeté par l'urbaniste, c'est-à-dire celui, global et total, de la ville; puis il y a l'espace projeté par l'architecte qui est celui défini et contenu entre des limites précises, c'est-à-dire l'espace de la maison; il y a encore l'espace projeté par le designer, c'est-à-dire celui caractérisé et conditionné par les objets qui nous entourent; il y a enfin l'espace projeté par la mode, c'est-à-dire celui en contact avec notre corps, cette peau artificielle qui couvre notre propre peau. Tout comme sont espaces ceux créés par Christo lorsqu'il emballe les monu-

ments, sont espaces tout autant, justement parce qu'ils transforment, les vêtements que nous portons. Je dirais même qu'ils nous conditionnent, qu'ils nous donnent l'impression d'être différent. Ou mieux, notre sensation spatiale, quand nous parcourons un lieu, est conditionnée par le vêtement que nous portons, selon qu'il est plus ou moins élégant, plus ou moins coloré ou que nous sommes plus ou moins vêtus.»

Le vêtement tel un espace, la mode telle une architecture. Alors, le styliste tel l'architecte? Versace est précis lorsqu'il définit son propre travail. L'invention, c'est évident, est son travail quotidien: recherche des formes, des manières d'utiliser les divers matériaux textiles. Cependant, pour Versace, le travail au niveau des idées se déroule essentiellement dans l'atelier, à la différence d'autres stylistes qui, eux, travaillent principalement sur le dessin. C'est le cas de Ferré (on retrouve sa formation d'architecte) qui expédie, via télex, à l'atelier ses dessins terminés pour exécution. Avec Versace, c'est l'opposé qui se passe: après les premiers croquis, le vêtement est réalisé en tant que prototype dans l'atelier qui est relié à l'étage inférieur où le vêtement sera alors rectifié, complété, parachévé. On voit là une approche non théorique mais fondamentalement pragmatique, une prise en compte des possibilités d'exécution, un travail de collaboration avec l'artisan, en palpant les étoffes et en examinant tous les problèmes techniques posés par l'exécution. C'est pour cette raison que certains ont comparé le travail de Versace à celui de Scarpa pour qui le dessin n'était qu'un premier moyen de s'approcher de l'artisan et du chantier. Et c'est encore pour ces raisons que Versace est depuis toujours un expérimentateur acharné: dans un premier temps, avec la thermofusion pour réaliser des modèles en peau et caoutchouc sans recourir aux habituelles coutures; puis, en 1983, avec la maille d'acier adoucie et allégée pour robes du soir; enfin, avec les vêtements «froissés» inspirés de la Renaissance et de l'art japonais.

Même dans la mode, il existe donc un lien étroit entre invention, matériau textile et exécution. «Dans mon travail – affirme Versace – il existe une continuité entre projet et réalisation, où ces deux moments ne sont pas successifs mais où, parfois, le second précède le premier. Les idées exprimées au niveau de design, une

fois passées à la production, c'est-à-dire à l'atelier, sont modifiées pour plusieurs raisons: le tissu peut ne pas tomber comme nous le voulons, ou bien il a un poids différent de celui auquel on pensait quand on a conçu le modèle. On peut alors être amené à revoir soit la coupe, soit la forme ou les finitions. Parfois, le vêtement terminé présente de notables différences par rapport au vêtement tel qu'on l'avait conçu.»

Mais toute la conception, qu'elle se déroule de manière abstraite sur une feuille de papier, ou de manière pragmatique au contact de l'artisan, cette conception est de toutes façons expression de culture et de connaissances historiques. «En premier lieu – précise Versace – je ferai une distinction entre culture personnelle et culture de la mode en général. Ce sont deux composantes qui, parfois, se confondent et se superposent ou qui, parfois, restent distinctes. Ma formation, commencée dès mon enfance dans l'atelier de ma mère, est fondamentale pour mon travail mais, en même temps, l'histoire de la mode moderne a une grande importance pour mon produit.» L'histoire n'est donc pas présente sous forme de citations explicites mais en tant que sédiment de connaissance – souvenirs plutôt que citations – elle est vécue de manière autobiographique, non programmée, puisant dans les émotions d'une rencontre, dans les expériences d'un voyage ou dans les souvenirs d'enfance. «Coudre un vêtement – ajoute Versace – c'est plus rapide que de construire un meuble ou une voiture, mais dans tous les domaines on constate une accélération dans l'évolution des goûts. Donc, les références au passé, aux cultures diverses, aux techniques différentes sont autant d'occasions pour réinterpréter le goût d'aujourd'hui.»

L'analyse du travail effectué par le styliste ne peut cependant passer sous silence une autre composante de ce travail: celle commerciale et manageriale. Alors que l'architecte travaille généralement pour un client, le styliste, par contre, est son propre client. Ceci signifie donc qu'il a à organiser la vente de son produit. C'est pour cela que Versace a créé plus de 80 boutiques réparties dans le monde entier, un ensemble d'espaces de vente qui, bien que se trouvant dans les villes les plus diverses, présentent toutes certaines caractéristiques qui les rendent à coup sûr reconnaissables, ce qui est le but recherché. Pour

l'architecte Rocco Magnoli, qui, avec son collègue Lorenzo Carmellini, est l'auteur de cette ligne de boutiques, la collaboration avec Versace a été, au début, difficile.» (...) pour Versace, ses boutiques, bien que différentes car forcément conditionnées par le lieu dans lequel elles s'insèrent, devaient avoir toutes la même «atmosphère». Pour lui, ce terme avait une signification bien précise. Et nous, ce terme si peu architectonique, nous l'avons pris comme étant le rapport qui s'établit entre celui qui pénètre dans cet espace architectonique et la qualité de cet espace. Nous l'avons donc traduit dans des lieux définis spatialement par une géométrie rigoureuse et caractérisés par la présence de matériaux nobles comme le marbre et le cristal. Versace a accepté l'essentiel de nos idées: souligner le rapport extérieur-intérieur par l'utilisation de matériaux bien déterminés pour les finitions, accepter la géométrie en tant qu'élément générateur de l'espace, faire en sorte que le soin du détail dans la construction devienne source d'enrichissement pour le matériau brut, renoncer à la décoration purement gratuite. De notre côté, nous avons accepté ses idées: créer des boutiques similaires dans des lieux différents, réaliser des espaces durables, non éphémères, et qui s'affirment indépendamment de la décoration intérieure, chercher à faire de ces boutiques des lieux d'élégance raffinée et de qualité.»

A Milan, ces boutiques ne sont pas seulement projetées mais elles sont aussi réalisées par éléments pour être, par la suite, montés sur place. Les tables de cristal, les profils en fer, les dalles de marbre sont expédiées à destination grâce à une organisation complexe mais efficace. Tout ce travail préparatoire constitue, toutefois, un problème supplémentaire justement parce que Versace, par nature, a horreur de cette inévitable abstraction contenue dans tout dessin. Pour Rocco Magnoli, «(...) le travail du styliste-couturier (différent de celui du styliste-designer) assume le dessin uniquement comme pro-memoria d'une activité globale, bien plus complexe, à mener par la suite sur le prototype: pour Versace, la variation devient donc méthode là où, pour nous, elle prend presque une signification de faiblesse ou de manque d'assurance. Il faut des nerfs d'acier pour ne pas se sentir désorienté. Mais, si on parvient à garder sous contrôle tout le processus de conception et de réalisation du projet, alors

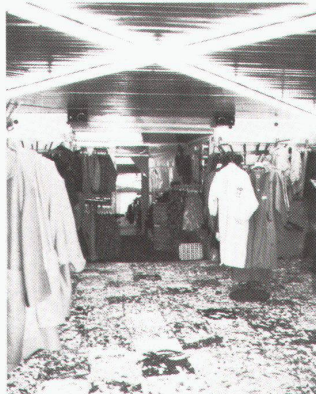
la dialectique entre «esprit de géométrie» et «esprit de finesse» peut être excessivement créative.»

Art, architecture, design et mode se fondent aujourd'hui en un tout dans lequel il est bien difficile de reconnaître les différences, les limites, les contours. Recherches individuelles et parallèles qui se retrouvent dans un *gesamtkunstwerk* d'où l'utopie est bannie au profit du plaisir immédiat: plaisir pris dans l'art, dans la ville, dans la maison, dans le vêtement. «Peut-être vos lectrices sont elles curieuses de savoir comment sera la mode que j'ai conçue pour le printemps/été 1986? – me dit Versace. L'épaule est large, ronde, légèrement tombante. La taille est de toute manière fine. Les hanches sont rondes, voire très rondes pour le soir. La longueur effleure le genou et tend à se resserrer. C'est une ligne qui souligne la silhouette et qu'on pourrait baptiser ligne-flûte.» P. F.

Ernst Hubeli

«Big», «Box», etc.

Voir page 46



Au plan architectural, la chaîne de boutiques de mode «Big» limite son répertoire à des volumes et à des meubles traités en blanc. Tous les éléments architecturaux passent au second plan au profit de la marchandise multicolore. Beaucoup de verre et de néon (5400 Kelvin) distingue ces magasins bon marché des boutiques coûteuses et distinguées qui s'éclairent en lumière indirecte crépusculaire. Dans un cas, la marchandise

se présente comme elle *est*; dans l'autre, elle *apparaît* sous un éclairage particulier et dans une certaine ambiance. L'exposition «directe» de la marchandise, qui est aussi typique pour de nombreuses autres chaînes de magasins bon marché, s'oriente vers une iconographie se distinguant «à première vue» des maisons de couture luxueuses. Dans ce sens, il ne s'agit pas principalement d'exposer l'utilité immédiate des vêtements – la «fonction» ne se rapporte pas à la valeur d'utilisation, mais au bas prix des articles offerts. Ces articles n'ont pas à «jeter des œillades» (Karl Marx); éclairés directement par des spots, ils doivent exprimer des réalités, des «facts» (même si elles sont fausses): «Je suis ordinaire, à la mode et bon marché.»

Un autre thème, plutôt nouveau venu dans cette branche, est l'affirmation de caractéristiques différentes pour chacune des chaînes de boutiques (qui se font concurrence). «Big» se limite à un détail: la musique de disco tonitruante habituelle est détournée vers l'extérieur, on l'entend à peine dans le magasin, mais d'autant plus à l'extérieur pour attirer le client.

Dieter Bachmann, le propriétaire de la chaîne «Box», a eu une autre idée. Ses premières boutiques comportent aussi une sorte d'architecture intérieure «minimale». Dans la vieille ville de Zurich, le cinéma Etoile reconverti n'a pas été complètement rebâti de l'intérieur, derrière une façade conservée, comme on le fait couramment. Ici, la reconversion se borne à exprimer une *démolition archéologique interrompue* derrière le décor urbain. Les traces et les vestiges subsistant après le démontage des plafonds et des revêtements de paroi, ainsi que ceux des rangées de sièges ancrées au sol de l'ancien cinéma, sont encore visibles. L'ancienne construction en béton est dévoilée; on distingue d'énormes poutres auxquelles sont suspendus des fragments de la structure du plafond que l'on a pas jugé utile de démonter. Cet espace, qui semble avoir été le théâtre d'un attentat digne d'un film, a été ensuite rempli de «boxes» (caisses en carton pleines de vêtements) et peuplé de vendeuses, mais rien de plus. Pendant les heures d'ouverture, toute la façade frontale est enlevée – un grand trou, une entrée de grotte encadrée de façades historiques soigneusement reconstruites.

En raison du manque d'espaces urbains publics susceptibles d'ac-

cueillir les jeunes et d'autres citoyens, ces magasins et grandes boutiques sont devenus des points de rencontre. Les passages où le flâneur rencontre le dandy, la diva ou lui-même sont aujourd'hui les boutiques «Box» dans lesquelles les Punks, les Skin-Heads s'étonnent des autres ou d'eux-mêmes.

Dieter Bachmann a choisi comme thème la perte du théâtre urbain ou plus exactement: son remplacement par le théâtre commercial. De temps en temps, des mimes ou des Punk-Bands se produisent dans les «Box». Un projet pour la transformation de «l'Etoile» proposé par Phillip Stark (que Jack Lang, Ministre français de la Culture a accueilli depuis dans l'association des artistes exportateurs de culture) développait, sur trois niveaux, une «ville dans la ville»: au rez-de-chaussée, la boutique «Box»; en galerie, un théâtre urbain et en toiture, un jardin d'hiver aménagé en café. Dans ce projet qui n'a pas été réalisé, les moyens architecturaux étaient également minimes et se limitaient à la délimitation de l'espace (à ce sujet, voir aussi le Café Coste de Phillip Stark dans *Werk, Bauen+Wohnen* 3/1984).

Une autre boutique «Box» plus petite, dans la vieille ville de Zurich, reproduit dans sa vitrine (avec des rideaux en plastique) un décor urbain exemplaire. Les cartons (éclairés par-derrière) s'entassent en un pastiche d'ensemble urbain dans le cadre de la devanture, image d'une «fenêtre urbaine» exposée ayant le format d'un poster.

Le sol de cette boutique aborde un autre motif en se référant (involontairement) aux sculptures du début de l'œuvre de Kienholz. Le matériau: des tubes de mayonnaise, de sauce-tomate et de dentifrice vides. Ces emballages de tous les jours, apparemment abandonnés sur le sol, sont comprimés pour former des plaques; des dalles de sol en mayonnaise et en sauce-tomate. Ce sol à base de tubes était en fait prévu par le décorateur Etienne von Graffenried pour la scène du festival musical de Winterthour. Mais les musiciens refusèrent de jouer sur cette purée; il leur semblait indispensable d'avoir un solide plancher sous les pieds. C'est ainsi que ce sol fut transféré à Zurich – de la scène musicale à celle de la mode. Le hasard a créé une iconographie de la mode qui évoque nécessairement sa naissance et sa mort: *les déchets servent de support aux modes.*

E. H.