



ILS AVAIENT ENVIE DE SE RENCONTRER. VICTOIRE DE CASTELLANE ET PIERRE HARDY, DEUX CRÉATEURS QUI ŒUVRENT POUR LES PLUS GRANDES MAISONS, ÉTENDENT ENSEMBLE LE LUXE SUR LE DIVAN : UNE "PARTIE DE CHASSE" SÉMANTIQUE, LUDIQUE ET JOYEUSE, D'OÙ ÉMERGE UNE CERTAINE IDÉE DE L'ABSOLUE EXCELLENCE.

Propos recueillis par Marie-Clémence Barbé-Conti

J'AIME

l'idée de l'impossible rendu possible

LUXE

Pierre Hardy. – Le luxe n'est pas consensuel. La mode rend le réel plus joli, plus amusant, plus séduisant. L'objet de luxe possède une autre dimension, j'aime l'idée d'impossible rendu possible. Un paradis qui fatalement n'existe pas, que l'on cherche à mettre en forme. Comme une tentative « au bord du précipice du réalisable ». Ce n'est pas juste un refus du banal, c'est plus violent : un rejet...

Victoire de Castellane. – La recherche d'une forme d'absolu. Mais quand je crée, je n'y pense jamais.

Pierre Hardy. – Il nous faut un métal absolument pur, absolument poli, une couleur absolument pure, il faut que le montage ne se voie absolument pas. C'est un truc qu'on dit tout le temps, même d'une façon très technique : absolument...

Victoire de Castellane. – Oui, c'est « le » mot qui nous guide. Une exigence.

CODES

Victoire de Castellane. – Le code est une identité, celle de la maison pour laquelle on travaille. Et on aura beau faire pour changer les codes dans le luxe, on reviendra toujours au point de départ. En revanche, ce qui a changé, c'est que les femmes achètent elles-mêmes leurs bijoux ou les choisissent si c'est un homme qui les leur offre.

Pierre Hardy. – Pour moi qui viens de la mode où l'on travaille sur la série, la démultiplication, le renouvellement, j'ai découvert les mots pièce unique en joaillerie, le one shot. Un code très différent à appréhender. Pour une collection de mode, on peut plus ou moins réussir une pièce ou deux sur quarante, là on est sur une seule chose et il faut qu'elle soit parfaite. ▶

BIOS EXPRESS

VICTOIRE DE CASTELLANE

1982 : collections d'accessoires et de bijoux fantaisie chez Chanel.

1999 : première collection Dior Joaillerie.

2001 : création de la ligne Mimioui.

2011 : exposition à la galerie Gagosian, premier projet personnel. Collection Dior Haute Joaillerie Le Bal des Roses.

PIERRE HARDY

1987 : dessine des chaussures pour Christian Dior.

1990 : nommé directeur de la création chaussures Hermès.

1999 : lancement de la marque Pierre Hardy.

2001 : confectionne les collections de chaussures Balenciaga.

2010 : première collection Haute Bijouterie chez Hermès.



DÉSINVOLTURE

Pierre Hardy. – Elle nous est indispensable. Nous travaillons pour deux noms éminemment respectés, des sortes d'églises. Il nous faut l'oublier, sinon ce n'est pas possible... Je pense que si on nous a demandé, à Victoire et à moi, de faire ce qu'on fait, c'est que quelqu'un s'est dit qu'on allait traiter cela de manière un peu irrespectueuse. C'est un équilibre à garder entre respect et irrespect.

Victoire de Castellane. – On y met de l'amusement, mais sans que ce soit cynique. Il ne faut jamais l'être dans la création. Pour moi, les gens cyniques ne peuvent pas être des créateurs.

HUMOUR

Pierre Hardy. – C'est l'indispensable distance.

Victoire de Castellane. – Il n'y a rien de plus irrésistible que l'humour. Dans le luxe, c'est une pincée de sel, une décontraction.

couvre-chef, je mets un chapeau et donc des chaussures ! Avec les bijoux, on peut prendre le plus gros diamant du monde, inventer un nouveau montage, de nouvelles couleurs. Pour les chaussures, les savoir-faire, les matériaux, c'est toujours du cuir. La valeur, c'est uniquement de la valeur ajoutée, de la création, de l'invention, c'est une façon d'agencer les choses.

Victoire de Castellane. – Il y a une vraie construction. J'ai comme un jouet très bien fini aux pieds. Je pense aussi à la proportion des chaussures par rapport au corps.

Pierre Hardy. – Oui, car il faut trouver le second scapote qui va prolonger le sien de façon intelligente, harmonieuse, marrante.

Victoire de Castellane. – Pour dramatiser ou, au contraire, dédramatiser.

Victoire de Castellane.

– Une protection, un fétiche.

Pierre Hardy. – Oui, au sens archaïque. Et un plaisir coupable, fatalement coupable. Pas de plaisir sans faute ! C'est une forme de transgression, celle d'avoir ce que personne d'autre n'a. C'est se permettre la chose impossible.

Victoire de Castellane. – C'est posséder un objet d'amour, quelqu'un qui ne



IL NE FAUT JAMAIS ÊTRE CYNIQUE DANS LA CRÉATION

Pierre Hardy. – C'est aussi un peu une question de double sens, d'arriver à mettre un double sens aux objets. C'est une forme de légèreté, un petit négligé qui rejoint l'idée de désinvolture.

CONTRAINTES

Pierre Hardy. – J'ai une petite théorie sur la création. Pour faire notre métier, il faut s'imposer et aimer les contraintes, les accepter. Sinon, il faut faire autre chose. Quand on crée des objets sur lesquels il n'y a pas notre nom, mais celui d'un autre, il faut en accepter les règles.

Victoire de Castellane. – Oui, et ce sont de vrais exercices de style.

Pierre Hardy. – C'est même très agréable, ces contraintes. Un coup Tartuffe, un coup Don Juan ! Des jeux de rôles...

Victoire de Castellane. – Et pousser les contraintes le plus loin possible permet d'aller à l'essentiel.

Pierre Hardy. – Et de les faire oublier.

CHAUSSURES

Victoire de Castellane. – Parlons chaussures et pas souliers... Comme si c'était un gros mot de dire chaussures !

Pierre Hardy. – Je ne mets pas un

Pierre Hardy. – C'est comme un film. Il y a des chaussures qui ne sont pas votre genre, même si elles sont très belles.

FÉTICHISME

Pierre Hardy. – C'est un mot qui me fait peur. Il ne faut pas que le luxe devienne un fétichisme. Ça a un côté obsessionnel, maniaque.

Victoire de Castellane. – Je reviens toujours au côté enfant : « Ah, si j'achète cela, ma vie va changer ! »

Pierre Hardy. – Je vais être plus fort, plus beau, plus séduisant, plus intelligent.

Victoire de Castellane. – Je ne vais jamais mourir...

PLAISIR

Victoire de Castellane. – Ce n'est pas un mot assez fort pour moi. Je parlerais de jouissance. L'impression que ce luxueux objet-là va vous donner un superpouvoir. Il y a aussi quelque chose de très enfantin dans ce désir, comme un jouet d'enfant quand on est petit...

Pierre Hardy. – Moi je pense à quelque chose d'absolu, qu'on ne peut pas trouver ailleurs, un objet qui ne peut pas se matérialiser sous une autre forme. Comme un talisman...

vous trahira jamais, qui sera toujours fidèle parce qu'il sera toujours là, éternel ! Les bijoux que je porte me confèrent une sorte d'éternité...

Pierre Hardy. – Il y a un truc très régressif, tu parlais d'enfance, de jouet. Ce que nous faisons demande de la désinvolture. Mais en même temps, on n'est ni idiots, ni aveugles, ni sourds...

CRISE

Victoire de Castellane. – L'industrie du luxe n'est pas frivole et a réussi à sortir de la crise par le haut, en exportant et en conservant des milliers d'emplois. Ce qui est terrible, c'est lorsque des ateliers de joaillerie disparaissent parce qu'ils n'ont pas les moyens de garder leurs artisans. Mais la crise n'influence pas mon travail. Est-ce que ça change ton idée du bijou ?

Pierre Hardy. – Non. Mais peut-être que ça oblige à encore plus d'honnêteté dans le travail avec des ateliers qui représentent une vraie valeur culturelle.

MODERNITÉ

Pierre Hardy. – La modernité, c'est toujours une vision anti-nostalgique. Mais ça ne veut pas dire nier le passé. ▶

Victoire de Castellane. – Je ne sais pas ce que c'est que vouloir faire une chose moderne. Je veux juste apporter quelque chose que je ne trouve pas ailleurs, une nouvelle proposition. Mais parce que ça me plaît d'abord, pas pour provoquer. La seule chose qui peut paraître moderne dans mon travail, c'est quand je laisse parler ma part masculine. Ma part féminine m'entraîne vers quelque chose de plus calme.

NOUVELLE MODESTIE

Pierre Hardy. – Il y a de l'hypocrisie dans le mot. Une modestie dans le vêtement, c'est un peu « couvrez ce sein que je ne saurais voir... » mais que j'aimerais quand même contempler!

Victoire de Castellane. – C'est ne pas assumer qu'on fait des choses très chères dues à leur qualité intrinsèque.

Pierre Hardy. – Et dans toute

Pierre Hardy. – D'ailleurs, la plupart des gens qui achètent des objets de très grand luxe ne les montrent pas et parfois ne les portent pas. Certains ne sont pas faits pour être portés d'ailleurs. Pour un plaisir très intime et très secret, justement.

Victoire de Castellane. – Les clients qui achètent des pièces uniques très chères les gardent pour eux, les collectionnent. Il y a là une notion de mystère et de pudeur.

Pierre Hardy. – Le luxe est une chose très personnelle. Je pense que tout le monde a son luxe à soi qui est une chose privée dans le sens la plus chère et chérie.

SÉDUCTION

Pierre Hardy. – Dans l'approche du luxe, la séduction peut être comme un rapt, un ravissement. C'est presque quelque chose qui nous absorbe.

On voit parfois un objet infiniment luxueux qui devient objet de contemplation.

C'est le contraire du simple pétilllement, du feu d'artifice. Les bijoux sont très forts pour ça, on peut être comme attrapés, hypnotisés.

Victoire de Castellane. – Oui, l'œil est happé et on veut entrer dedans, c'est une sensation très primaire.

Pierre Hardy. – Comme quelque chose dont on

Victoire de Castellane. – C'est en contact avec la peau, le côté baudelairien des bijoux qui font du bruit sur un corps nu.

Pierre Hardy. – Le métal sur la peau, c'est très métaphorique. C'est très distancé, très intellectualisé, donc culturel et civilisé : on peut les montrer, alors qu'on ne peut pas se trimballer en bondage dans la rue ! Le bijou est peut-être le lieu ultime où l'on peut faire passer un message subliminal.

Victoire de Castellane. – C'est pareil avec les talons. Il y a là une dimension érotique de ce que je n'ai pas... mais que le garçon a !

Pierre Hardy. – Oui, ce sont aussi des prothèses ! Pour le coup, je crois que c'est complètement inconscient. C'est être plus femme que femme.

TEMPS

Pierre Hardy. – Je ne pensais pas que je serais aussi patient ! Car dans la mode, tout doit se faire tout de suite. Mais le temps du luxe n'est pas le même. On projette une chose et ça arrive longtemps après, et là c'est merveilleux.

Victoire de Castellane. – C'est même un vrai cadeau...

Pierre Hardy. – Et il y a le temps d'après, le temps durant lequel ce bijou va vivre, inchiffrable. À un moment de ma vie, j'ai pensé que je serais architecte. Mais maintenant, je réalise que je n'aurais pas eu la patience d'attendre cinq ou dix ans. Un bijou dure beaucoup plus longtemps



LA PÉRENNITÉ EST UNE QUALITÉ DU LUXE

modestie, il y aussi une coquetterie. Quand on prend les grands mouvements modestes comme les shakers ou les mormons, il y a une esthétique qui sort de ça. Mais à la fin, il y a autant d'orgueil dans la privation que dans la démonstration. Et si on pense à certaines collections haute couture non flamboyantes, grises et noires par exemple, les vêtements ne sont pas moins chers.

SECRET(S)

Victoire de Castellane. – Le luxe, c'est l'anti-Internet, le contraire d'une exhibition, une chose plus tournée vers l'intérieur que vers l'extérieur.

ne peut pas se défendre. D'ailleurs, ce sont souvent des achats qui ne répondent à aucun raisonnement. Et on ne le fait pas du tout pour épater la galerie. On n'est pas du tout dans ce rapport-là.

Victoire de Castellane. – Et là, on a envie d'être seul avec l'objet. À la limite, on n'a pas besoin de le partager.

SEXE

Pierre Hardy. – Le bijou est une métaphore du sexe ; une métaphore du lien, de l'attachement : les chaînes, les gourmettes, les bracelets, tout ce qu'on met autour de soi pour s'enchaîner à l'autre ou se le rappeler.

qu'un immeuble, mais le temps d'élaboration est plus court.

Victoire de Castellane. – C'est ça le plus dur ! La pérennité est malgré tout une qualité du luxe. C'est accepter le long terme. Ce qui est souvent paradoxal avec les besoins du marketing.

Pierre Hardy. – Il y a aussi cette capacité à déplaire dans l'instant. Le luxe, c'est ce qui peut durer. Une beauté qui ne serait pas validée par le temps ne serait plus une beauté. On le voit bien dans les canons : c'est plus ou moins dans l'air du temps, plus ou moins à la mode, mais la Vénus de Milo est toujours aussi belle ! ■