



STYLE

LA SOIE GRIFFÉE GUCCI
FAIT RAYONNER FLORENCE
DEPUIS LES ANNÉES 1960

PAGE 31

Gucci et Florence vont de soi(e)

À la fin des années 1960, le succès de son emblématique foulard Flora imaginé pour Grace Kelly a propulsé la marque de bagages florentins au firmament du luxe. Elle revient aujourd'hui à cet art appliqué à nouer.

Valérie Guédon

« **C**ette écharpe est ma signature. Elle caresse la nuque des plus belles femmes du monde : Jackie (Onassis, NDLR), Grace (Kelly), Sofia (Loren). Étudie-la bien ! Il n'y a pas de bruns, ni de pastels », lance Rodolfo Gucci à son neveu Paolo dans le désormais culte *The House of Gucci* (2021). Dans cette scène, un Jared Leto, méconnaissable sous les traits du neveu aspirant couturier, vient présenter sa dernière collection (contenant visiblement trop de bruns et de pastels) et chercher auprès de son oncle, incarné par un Jeremy Irons grimé en dandy déclinant, les encouragements que son père Aldo lui refuse. « Ton père et moi sommes au moins d'accord sur une chose : ton incompétence. »

Une scène qui, comme beaucoup d'autres dans le film de Ridley Scott sur la saga de la famille Gucci, s'arrange un peu avec la vérité. Car si le chef-d'œuvre de Rodolfo, un foulard repré-

sentant une explosion de fleurs, de papillons et autres insectes a bien couvert les têtes des plus illustres élégantes de son temps, il contient tout de même quelques touches de bruns et de pastels parmi les 34 couleurs (sérigraphiées une à une) nécessaires à sa fabrication... Mais qu'importe. L'histoire de ce carré de soie, aussi emblématique de la maison Gucci que le mors (de ses mocassins), le double G (de ses sacs) et la bande web (de ses bagages), dépasse de loin la fiction.

Tout commence au milieu des années 1960. Guccio Gucci, fils d'un modeste chapelier, a bâti à Florence un empire de la bagagerie pour privilégiés. À sa mort, deux de ses fils, Aldo et Rodolfo, prennent sa suite. Le premier se charge du développement à l'international des bureaux de New York ; le second, du marché italien. Rodolfo, qui s'est rêvé un temps star de cinéma muet, gère maintenant la nouvelle boutique milanaise, via Monte Napoleone,

en s'appuyant sur son carnet d'adresses hollywoodien. Ce jour-là, Grace Kelly, princesse de Monaco, déjà cliente de la boutique de Rome, fend la foule qui l'attend à l'entrée pour visiter les lieux. Rodolfo, qui la reçoit, veut célébrer sa présence par un cadeau. Elle demande un foulard avec des fleurs. Rodolfo (qui n'en a pas en magasin) se hâte de répondre que justement le modèle est en cours de fabrication. La princesse repart avec un sac Bamboo.

Les frères Gucci produisent bien une petite ligne de soie pour agré-
menter leur gamme de sacs de voyage et d'accessoires. Des carrés et des écharpes qui sont souvent ornés de motifs équestres





► 5 juillet 2025 - et vous

et autres ancres nautiques, clins d'œil aux loisirs de la bonne société. Des riches clients dont leur père Guccio a observé les allées et venues alors qu'il était garçon d'ascenseur à l'hôtel Savoy de Londres. Aujourd'hui, les spécialistes du patrimoine de la marque (dans le giron du groupe Kering) y voient plutôt des références à ces navires de commerce qui ont fait de Florence une place incontournable, immensément puissante, riche et influente de la Renaissance. L'un des premiers foulards, datant des années 1950, est d'ailleurs inspiré d'un détail de la peinture *Arrivée des ambassadeurs anglais à la cour du roi de Bretagne* de Vittore Carpaccio, réputé pour ces représen-

tations de conquêtes italiennes, certes issu de l'école vénitienne, mais exposé dans la Galerie des Offices.

Les Gucci se figurent eux-mêmes en Médicis du luxe italien. Ce qui n'est pas loin d'être vrai. Leurs accessoires s'arrachent aux quatre coins du monde. La marque (et le clan) règne sur la mode comme le pape Léon X et

la reine Catherine régnaient sur la vie sociale, politique et économique de la majeure partie de la Renaissance. Alors, à la manière des Médicis (qui avaient, par ailleurs, des racines dans le

commerce de produits de luxe), Rodolfo commande à l'artiste italien Vittorio Accornero de Testa, une œuvre destinée à être imprimée sur le foulard de la princesse du Rocher. Ce Turinois est connu pour son art hyperréaliste, ses costumes et des décors de Cinecittà, où il a rencontré l'apprenti acteur Rodolfo. Il dessine une brassée de fleurs (dont le lys, symbole de la cité toscane, est le motif principal) inspirée du légendaire *Le Printemps et la Naissance de Vénus* de Botticelli, commandé au XV^e siècle par... les Médicis. «Gucci est Florence et Florence est Gucci», nous disait-il y a quelques mois, Stefano Cantino, l'actuel PDG de la maison.

Grace Kelly portera à de multiples reprises ce foulard baptisé Flora. Toutes les actrices, les premières dames et les jeunes filles de la bonne société nouent, dès lors, autour de leur visage les modèles Gucci en sortant de l'avion, de leur yacht, ou de leur décapotable. La soie maison connaît immédiatement un immense succès, c'est l'âge d'or de la griffe. «Les frères Gucci ont senti très tôt le potentiel de ces ponts entre art et mode. Cette ligne de foulards qui, à partir du Flora, a eu un grand succès à travers les années, en est un parfait exemple, nous expliquait-on lors d'une visite des archives du Palazzo Strozzi, à Florence. Chaque dessin d'Accornero conservé ici est signé de l'artiste, faisant du carré lui-même un genre d'œuvre en soi.» Le maître en esquissera, jusque dans les années 1980, plus de quatre-vingts. Presque aussi célèbre que ses fleurs, sa faune stylisée rappelle les armoiries et les em-

blèmes des dynasties de la Renaissance.

Des liens toujours étroits entre la maison et le monde de l'art

Aujourd'hui, Gucci perpétue ce lien étroit entre la maison et le monde de l'art, plus seulement italien. Dans le cadre du projet 90 x 90 disponible en boutique, la marque a commandé à neuf artistes de nouvelles interprétations de son classique en twill de soie (570€ le foulard) à travers ses thèmes clés : la flore, la faune, le nautisme, l'équitation et le GG.

«Indéniablement italienne, la maison Gucci n'en reste pas moins, pour moi, un symbole international, nous confie par mail l'un d'eux, Gio Pastori, réputé pour ses travaux à partir de papiers colorés découpés. En tant que Milanais, je n'ai jamais attaché une importance excessive à ses racines florentines. Pourtant, c'est lorsque la marque s'est tournée vers le monde qu'elle a façonné, à sa manière, ce que nous appelons aujourd'hui le style italien. Un esprit qui se manifeste pleinement dans la nature même de ce projet, dans sa conception, sa réalisation. Parallèlement, l'intervention d'artistes du monde entier a enrichi sa portée. Chaque interprétation, unique et chargée d'influences diverses, s'exprime avec sa propre langue, sa propre signature.» Une histoire de Florence, d'art et de soie richement documentée dans un beau livre aux Éditions Assouline, Gucci, *The Art of Silk : The Story of Gucci Scarves*, à paraître ce lundi. ■



AKG-IMAGES / MONDADORI PORTFOLIO / REPORTERS ASSOCIATI & ARCHIVI

Accompagnée de son mari, le prince Rainier III, Grace Kelly quitte la boutique Gucci devant une foule admirative, à Rome, en 1959.



