



## À quoi ressemblera le Versace de Dario Vitale ?

Dario Vitale a invité Eileen Myles, Collier Schorr et Steven Meisel à teaser avec lui sa première collection pour Versace.

Par Mahoro Seward



La première rencontre de **Dario Vitale** avec le tableau le plus célèbre du monde remonte à l'âge d'environ dix ans. C'était lors d'un voyage à Paris avec ses parents, voulant nourrir les désirs culturels précoces de leur fils. "Ils m'emmenaient dans autant de musées que possible", lance-t-il en se remémorant le moment où il posa les yeux sur la *Joconde* pour la toute première fois. Enfin, "posa les yeux" est un bien grand mot : il n'a pas vraiment vu le tableau. La foule hurlante agglutinée autour du chef-d'œuvre de la Renaissance, combinée à sa petite taille à l'époque, l'empêche d'apercevoir ne serait-ce qu'un coin du sourire énigmatique de Mona Lisa. Mais l'expérience reste à jamais gravé en lui. "Je suis quand même sorti de la salle en me disant que je l'avais vue. Ce qui comptait, c'était presque plus l'idée d'être en sa présence, le feeling, que de l'avoir vue réellement", confie-t-il.

### *Versace Embodied*

Cette anecdote est charmante, certes, mais que vient-elle faire ici ? Vous vous posez sans doute mille et une questions à propos de cet Italien du Sud de 41 ans, nommé en mars dernier à l'un des postes les plus convoités du monde de la mode : directeur de la création chez **Versace**. Par exemple, comment aborder un poste dans une maison emblématique comme celle-ci ? Qu'a-t-il retenu de son expérience chez **Miu Miu** ? Comment a-t-il vécu son passage sous le feu des projecteurs ? Quelle relation entretient-il avec **Donatella** ? Et surtout : à quoi ressemblera **Versace** sous sa direction ?

**Dario Vitale** a consenti à nous donner un avant-goût de l'avenir de la maison à travers *Versace Embodied*, un projet dévoilé cette semaine et qui réunit des contributions d'artistes et d'écrivains comme **Andrea Modica**, **Camille Vivier**, **Collier Schorr**, **Eileen Myles**, **Stef Mitchell** ou encore **Steven Meisel**. Et ce souvenir précis de la *Joconde* s'avère être une clé précieuse pour comprendre la démarche du créateur : "Je revenais sans cesse à ce souvenir. J'avais envie de faire la même chose : de donner à 'voir' Versace mais sans qu'on puisse vraiment voir du Versace. Créer quelque chose qui relève davantage du ressenti, de l'expérience." Ce qui distingue *Versace Embodied*, c'est donc son absence totale de vêtements, de produits, d'accessoires signés **Dario Vitale**. À la place, un panel de créations en tout genre livrées par toute une pléiade d'artistes : des natures mortes austères mais oniriques d'objets trouvés et de symboles emblématiques de la maison, capturés autour de son fief à Milan ; des portraits issus d'un portfolio photographié au fil d'un voyage de plusieurs mois à travers le sud de l'Italie ; des esquisses de nus dans des poses résolument **Versace**, accompagnées d'une photo d'un top model ; des méditations poétiques sur l'intimité ; des images tirées des archives, de **Versace** bien sûr, mais aussi celles d'un des musées archéologiques les plus importants d'Italie. Il y a même un film mettant en scène une performance queer de *line dancing* à Los Angeles.





## Justifier sa place dans le paysage culturel

Le tout forme un corpus résolument mode. Mais pourquoi ainsi théâtraliser son arrivée chez **Versace** ? Notre intuition est la suivante : en plus de produire des objets désirables, les maisons de luxe doivent aujourd'hui prouver qu'elles sont plus que de simples vendeurs. Entre mécénat artistique, production de films ou, comme ici, projets portés par une pure intention artistique, il leur faut asseoir leur influence pour justifier leur place dans le paysage culturel et l'ampleur de leur prix de vente. Avec *Versace Embodied*, **Dario Vitale** a ainsi convoqué une constellation électrique, bien que soigneusement sélectionnée, d'artistes accomplis, chacun livrant leur réponse à un même thème. "Ce projet, c'est un peu comme un dîner avec comme sujet de la soirée : 'qu'est-ce que Versace vous évoque ?'", explique le créateur.

Pour **Dario Vitale**, c'est dans l'ensemble des réponses offertes par ses invités que réside "l'esprit Versace". "Les facettes de **Versace** qui me parlent et me fascinent sont nombreuses", dit-il, en citant en particulier la manière dont la maison met en valeur "des gens qui brisent les règles, mais avec grâce". Autre pilier de la maison : la famille, mais une famille très particulière. "Versace incarne les valeurs que toute famille devrait avoir. Il y a la proximité, la générosité, l'honnêteté, l'intimité... mais une famille partage aussi des émotions plus tragiques : la subversion, la confrontation, voire la colère." Pour **Dario Vitale**, ces émotions sont le signe d'une vie pleinement vécue, sans compromis, même si elles entrent parfois en contradiction. Il évoque à plusieurs reprises le mot de "maximalisme", qu'il définit non pas comme une posture esthétique mais comme une façon de vivre avec volupté. Il revient aussi sur le mot de "mythologie", et de "sexe" qu'il voit comme un ressenti charnel, tactile et émotionnel. "C'est un mot qui est central dans mon processus créatif", dit-il. Et on le croit sur paroles : après tout, c'est à **Dario Vitale** qu'on attribue largement la sensualité ultra-féminine et cérébrale qui définit l'esthétique actuelle de **Miu Miu**. Ses minijupes et ses pulls courts en maille torsadée façon écolière n'ont pas seulement contribué au succès fulgurant de la marque ces deux dernières années ; elles sont aussi devenues partie intégrante du vocabulaire mode contemporain.

## Le sexe comme outil d'émancipation de soi

Chez **Dario Vitale**, le sexe n'est en effet jamais une simple affaire de provocation, mais un outil d'émancipation de soi. "Quand on est pleinement maître de son corps et de sa sexualité, ça peut déranger", explique-t-il, avant de mentionner un dicton italien selon lequel il faut être vertueux en public et cacher ses vices. "Chez **Versace**, cette idée ne tient pas. **Gianni** ne faisait aucune distinction entre le privé et le public, entre bien et mal : il était vraiment sans complexe."

Ce sont ces qualités qui composent la palette du projet. Deux poèmes manuscrits d'**Eileen Myles** (que **Dario Vitale** tenait absolument à inviter en raison de la sincérité de son œuvre et de son militantisme LGBTQ+) mettent en scène une intimité presque dérangeante. Une photo de **Binx Walton**, presque nue sur une moto, signée **Stef Mitchell**, fait passer l'énergie libidinale de **Versace** à travers un regard féminin et sensuel. Les dessins de la photographe **Collier Schorr** oscillent entre tendresse et tension charnelle. "Ces dessins sont des œuvres faites à la main, littéralement, et donc intimes. Quand on dessine, tout le corps s'engage : le poids, la posture, la main. C'est pour ça qu'on a demandé à **Collier Schorr** de dessiner plutôt que de photographier. C'est un autre regard, une autre lentille à travers regarder le monde", explique **Dario Vitale**.

**Camille Vivier**, elle, a photographié la toute première Médusa de l'histoire de la maison, positionnée sur la porte du Palazzo Versace, dans une image brumeuse qui évoque directement la mythologie. **Steven Meisel**, de son côté, revient avec un cliché d'un lookbook de 1997 de la marque **Istante**, préfigurant l'esthétique développée par la suite par **Gianni Versace** avec sa marque éponyme. "C'est une image des débuts, une image de ce qu'il allait devenir. Il y a une vraie vulnérabilité dans les photos du lookbook. La racine est là, mais la plante ne s'est pas encore épanouie", souligne **Dario Vitale**.





Parmi les pièces plus atypiques du projet, on trouve une photo en noir et blanc d'un baigneur prise par **Andrea Modica**, et une vidéo lumineuse d'une performance de line dance queer signée **Oilly Elyte** (alias **Pony Boy**), un directeur créatif transmasculin basé à L.A. Une touche de légèreté bienvenue, juste au moment où l'on pourrait trouver le projet un peu trop sérieux.

## Les statues *Bronzi di Riace*

Mais l'élément sans doute le plus saisissant du projet est l'image d'une foule ébahie devant les *Bronzi di Riace*, deux statues en bronze représentant de robustes soldats grecs barbus, entièrement nus. Datant d'environ 460 av. J.-C., à l'époque où la côte sud de l'Italie était sous domination grecque, elles ont été découvertes en 1972, en Calabre, terre d'origine de la famille **Versace**, et dévoilées au Palazzo Farnese à Rome en 1982, soit quatre ans après la fondation de la maison en 1978.

Sur la photo, les visiteurs fixent ces statues et sont comme saisis par le syndrome de **Stendhal** : un tourbillon d'émerveillement, de choc, de curiosité... et de désir. "Ce sont des statues très Versace", s'amuse **Dario Vitale**. "Il y a quelque chose de tellement grandiose dans ces sculptures, avec leurs corps magnifiques... mais les gens les regardent presque comme s'il s'agissait de gogo dancers !"

"Il y a une forme de voyeurisme, poursuit-il. C'est à la fois intime et subversif, et on sent que les gens ont presque honte de les regarder". Cette tension implicite fait écho à une idée chère à **Gianni Versace** : que la beauté du corps est démocratique. "Il comparait la Victoire de Samothrace à Marilyn Monroe, reconnaissant dans les deux un corps magnifique. Pour moi, cela renvoie directement à cette générosité qui est au cœur de **Versace** : cette idée d'embrasser toutes les formes de beauté, sans jugement, ni hiérarchie."

## Réinventer Versace

Quand on observe les artistes impliqués et leurs contributions, ce qui frappe, c'est à quel point le projet semble en décalage avec l'image classique que l'on se fait de **Versace**. Certes, **Steven Meisel** fait partie de la "famille Versace" depuis longtemps, mais **Vivier**, **Schorr** ou **Myles** ne sont pas des noms que l'on associerait spontanément à l'univers **Versace**. Et on note aussi l'absence relative de ce glamour survolté et de ces castings de supermodels qui font partie intégrante de l'ADN de la maison.

"Un monde complètement différent du mien", voilà comment **Eileen Myles** décrit sa relation à la marque. Mais cela ne signifie pas qu'il s'en sente exclus : "La poésie, ça peut être quelque chose de minimaliste. Mais moi, j'aime le baroque et **Versace** a toujours été baroque à mes yeux, ultra-riche. J'ai toujours été fan du logo Médusa. Cette force féminine obscure, c'est hyper cool".

Ces mots résonnent profondément avec ceux de **Dario Vitale**, au moment de son arrivée chez **Versace** : "Je me suis souvent demandé : pourquoi suis-je autant attiré par cette maison ? C'est probablement une question que tout le monde devrait se poser, client ou non." Car la présence de **Versace** dans la culture populaire est telle qu'on n'a pas besoin d'en acheter pour adhérer à son univers.

Dans cette perspective, ce projet de lancement ne vise pas tant à imposer une vision ou une esthétique précise à **Versace**, mais plutôt à ouvrir la voie à une interprétation plurielle de son essence : ce qu'elle est, et ce qu'elle pourrait devenir. "Je ne leur ai pas donné beaucoup de consignes, explique-t-il. Je leur ai montré mon manifeste". Un brief "ludique, sauvage, plutôt ouvert", selon les mots de **Eileen Myles**. **Dario Vitale** : "On voulait surtout qu'ils réagissent sincèrement à ces mots. Mon rôle, c'est de provoquer une réaction ; n'importe quelle réaction, tant qu'elle vient de quelque chose de simple, de pas trop calculé."

## Le questionnement comme fondement conceptuel

Quelles furent les réactions de **Dario Vitale** lorsqu'il a découvert les images, les dessins, les poèmes ? "En fait, je me suis senti un peu comme les gens face aux *Bronzi di Riace*", dit-il en riant. "Attiré,





intrigué... Pourquoi Collier pense que ça, c'est Versace ? Pourquoi Eileen a écrit ces mots sur l'intimité ?"

Le questionnement, en soi, est un fondement conceptuel du **Versace** de **Dario Vitale**, et, selon lui, de **Versace** tout court. "C'est une maison qui cherche toujours des questions plus que des réponses", une leçon qu'il dit avoir apprise dès son arrivée, directement de la matriarche de la marque, **Donatella Versace**. "J'accorde une immense valeur à nos échanges réguliers. Elle est le corps et l'âme de cette maison, d'une intelligence rare, mais aussi incroyablement légère d'esprit. Elle est d'une générosité sans nom. Elle m'encourage à explorer. Mais elle est aussi très curieuse : elle me demande plus volontiers pourquoi je suis attiré par quelque chose, ou pourquoi j'y vois du Versace."

Bien sûr, ce que l'on voit ici ne dissipe en rien les questions qui planent sur ce que le créateur va proposer à Milan dans une semaine, lorsqu'il présentera sa première collection pour la maison. Mais plutôt que de se perdre en conjectures, laissons le mot de la fin à **Eileen Myles**: "Le mot 'riche' peut vouloir dire bien plus qu'argent"

