



**HAL**  
open science

# Existe-t-il un mode universel d'exposer la mode : réflexions à partir de l'analyse des musées des couturiers en France et en Italie

Anita Spadoni

## ► To cite this version:

Anita Spadoni. Existe-t-il un mode universel d'exposer la mode : réflexions à partir de l'analyse des musées des couturiers en France et en Italie. Art et histoire de l'art. 2019. dumas-04488322

**HAL Id: dumas-04488322**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04488322>**

Submitted on 4 Mar 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0  
International License

ÉCOLE DU LOUVRE

Anita SPADONI

# Existe-t-il un mode universel d'exposer la mode ?

Réflexions à partir de l'analyse des musées de couturiers en  
France et en Italie

Mémoire de recherche  
(2<sup>de</sup> année de 2<sup>e</sup> cycle)  
en muséologie  
présenté sous la direction  
de M<sup>me</sup> Cécilia HURLEY-GRIENER

Membre du jury : M. Laurent COTTA

Septembre 2019

Le contenu de ce mémoire est publié sous la licence *Creative Commons*

CC BY NC ND





# AVANT-PROPOS

Le sujet présenté dans les pages suivantes étudie l'analyse des dispositifs de présentation des musées de couturiers en France et en Italie. Il s'agit d'aménagements conçus pour présenter les créations de couturiers, dans des espaces d'exposition de musées, de galeries, de fondations et d'associations.

Le choix de ce thème est avant tout influencé par mon intérêt pour les dispositifs de présentation des musées. En effet, les supports utilisés dans les musées m'ont particulièrement intriguée et m'ont amenée, dès le début, à m'interroger et à essayer de comprendre la façon dont ils ont trouvé leur inspiration pour leur présentation. S'agit-il du monde des musées ou de celui de la mode ? Aussi, ai-je commencé à étudier ces dispositifs afin de voir si une comparaison était possible entre les musées de couturiers.

Jusqu'à présent, je n'avais jamais eu l'occasion d'unir mes connaissances muséologiques à celles du monde de la mode. Bien que les systèmes universitaires français et italiens proposent de nombreuses formations en histoire de l'art et en histoire de la mode, il est rare de pouvoir les étudier ensemble, contrairement aux universités anglaises et américaines. Cette étude m'a finalement permis de réunir mes deux passions.

La première fois que j'ai visité, ou plutôt que j'ai essayé de visiter un musée de couturier, c'était à Paris, au Musée Yves Saint-Laurent. Dès son ouverture, il a connu un tel succès que je n'ai pas réussi à y entrer la première fois. Qui étaient toutes ces personnes prêtes à attendre trois heures en plein hiver ? S'agissait-il d'une exposition *blockbuster*, qui attire le grand public ou plutôt d'un musée créé pour les spécialistes de mode ? Comment est-il aménagé ? Quels objets y sont présentés ?

Dès lors, j'ai commencé à visiter les musées de couturiers, découvrant à chaque visite des choix d'exposition aussi différents les uns des autres selon la personnalité de la maison de mode. Ainsi, j'ai décidé d'étudier ces lieux en tant que véritables lieux de mémoire, non seulement pour l'histoire du couturier mais aussi pour l'histoire de sa maison de mode.



# REMERCIEMENTS

Je souhaite avant tout remercier Madame Cécilia Hurley-Griener, la Directrice de mon mémoire de recherche, non seulement pour m'avoir guidée dans la rédaction de ce mémoire mais aussi, pour les précieux conseils et les outils méthodologiques reçus pendant ces deux années.

J'adresse mes remerciements à Monsieur Laurent Cotta, Conservateur du Département des Arts Graphiques au Palais Galliera, qui s'est tout de suite rendu disponible pour m'aider et a accepté d'être ma personne ressource. Nos nombreuses rencontres ainsi que ses conseils bibliographiques m'ont en effet permis de découvrir l'histoire des dispositifs des expositions de mode.

Je suis très reconnaissante à tous les professionnels rencontrés au cours de cette année pour leur grande disponibilité à me rencontrer et à répondre à mes nombreuses questions sur leurs institutions et leur métier. J'adresse tout d'abord mes remerciements aux responsables des musées analysés : à Madame Brigitte Richart et à Madame Gwenola Fouilleul du Musée Christian Dior, à Madame Renée Taponier du Musée Pierre Cardin, à Monsieur Guévork Aivazian de la Galerie Azzedine Alaïa, à Monsieur Gregorio Gabellieri du Musée Salvatore Ferragamo, à Madame Maria Luisa Frisa de la Galerie Gucci Garden, à Madame Cecilia Dessales d' Armani/Silos et à Madame Rita Airaghi et à Madame Emanuela Di Stefano de la Fondation Ferré. Je souhaite remercier Madame Fiorella Bulegato, Professeure de design à l'université IUAV de Venise, à Madame Cristina Carr, restauratrice du Département des Textiles du Metropolitan Museum of Art, à Madame Cecilia Matteucci Lavarini, collectionneuse de mode, à Madame Ania Martchenko, scénographe, à Madame Federica Rossi du Musée Rossimoda, à Madame Sarah Scaturro, restauratrice en chef du Costume Institute du Metropolitan Museum of Art, à Madame Valerie Steele, Directrice du Musée at FIT.

Je tiens à remercier Aurore, Corinne, Éléonore, Gilles, Ilse et pour le temps qu'ils ont consacré à relire mon mémoire.



# TABLE DES MATIERES

<b>Introduction .....</b>	<b>11</b>
<b>Partie I.....</b>	<b>27</b>
<b>Les musées de couturiers en France .....</b>	<b>27</b>
<b>I. Le Musée Christian Dior.....</b>	<b>27</b>
1. Christian Dior .....	27
2. La Villa les Rhumbs .....	29
3. Le musée.....	30
4. Les collections .....	31
5. Les expositions temporaires.....	32
6. Les dispositifs de présentation.....	33
7. La programmation culturelle .....	34
8. Les outils de communication .....	35
9. Le jardin .....	36
<b>II. Le Musée Pierre Cardin, Passé-Présent-Futur .....</b>	<b>38</b>
1. Pierre Cardin.....	38
2. Le musée.....	40
<b>3. L'association Azzedine Alaïa .....</b>	<b>45</b>
1. Azzedine Alaïa.....	45
2. Les expositions consacrées au couturier.....	46
3. L'Association Azzedine Alaïa .....	47
4. L'espace d'exposition .....	48
<b>4. Le musée Yves Saint Laurent Paris .....</b>	<b>53</b>
1. Yves Saint Laurent.....	53
2. Le 5, avenue Marceau, un lieu de mémoire(s) .....	56
3. La Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent.....	57
4. Le Musée Yves Saint Laurent .....	58
<b>Partie II.....</b>	<b>66</b>
<b>Les musées de couturiers en Italie .....</b>	<b>66</b>
<b>I. Musée Salvatore Ferragamo.....</b>	<b>66</b>
1. Salvatore Ferragamo, le <i>cordonnier des rêves</i> .....	66
2. Palazzo Spini Feroni.....	69
3. L'exposition itinérante de 1985 .....	71
4. Le Musée Salvatore Ferragamo .....	73
5. La Fondation Salvatore Ferragamo.....	78
<b>II. La Galerie Gucci Garden .....</b>	<b>81</b>
1. L'entreprise Gucci .....	81
2. Le Musée Gucci.....	83
3. La Galerie Gucci Garden .....	88
<b>III. Armani/Silos.....</b>	<b>95</b>
1. Giorgio Armani.....	95
2. Armani/Silos .....	104
<b>IV. Fondation Gianfranco Ferré .....</b>	<b>117</b>



1. Gianfranco Ferré, l'architecte de la mode .....	117
2. La Fondation Gianfranco Ferré .....	121
<b>Partie III.....</b>	<b>129</b>
<b>ANALYSE COMPARATIVE DES MUSEES DES COUTURIERS.....</b>	<b>129</b>
<b>EN FRANCE ET EN ITALIE .....</b>	<b>129</b>
Musées de couturiers ou musées de marques ? .....	129
Exposer la mode dans les musées de couturiers .....	132
Quelles sont les missions de ces lieux d'exposition ? .....	134
Les dispositifs de présentation.....	135
Les lieux de mémoires et les musées de couturiers .....	138
Les musées de couturiers : expositions tout public ? .....	139
Vers les musées numériques : le cas du Musée Virtuel de Valentino Garavani .....	140
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>142</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>148</b>
<b>SITOGRAFIE.....</b>	<b>155</b>





# Introduction

J'ai choisi d'analyser et d'étudier les dispositifs de présentation des musées de couturiers en France et en Italie. Les musées dont nous parlerons sont, en France, le Musée Dior de Granville, le Musée Pierre Cardin, le Musée Yves Saint Laurent et l'Association Azzedine Alaïa à Paris. En Italie, le Musée Salvatore Ferragamo, la Galerie Gucci Garden à Florence et, à Milan, l'Armani/Silos et la Fondation Gianfranco Ferré. Nous nous pencherons aussi sur le Musée virtuel de Valentino Garavani, en tant que seul exemple de musée de couturier exclusivement « visitable » en ligne.

Le mémoire sera réalisé en trois parties. Au préalable, nous tenterons d'expliquer le lien entre la mode et le concept de musée en parcourant l'histoire de l'exposition de la mode et la naissance des musées de couturiers. La première partie du mémoire sera consacrée aux musées de couturiers en France ; la deuxième partie aux musées de couturiers en Italie. Chaque musée sera décrit selon différents critères. Ainsi, pour chacun d'entre eux, nous présenterons systématiquement le couturier et sa maison de mode, le lieu où le musée est implanté, sa programmation culturelle, les dispositifs de présentation choisis, la scénographie et la médiation aussi bien orale qu'écrite présente dans les salles. Enfin, la dernière partie sera consacrée à la comparaison et à la confrontation de ces différents musées vis-à-vis de chaque critère pris en compte.

Ce travail a été réalisé à la suite de nombreuses rencontres avec ma directrice de mémoire, ma personne ressource, avec les conservateurs ou les responsables des musées susmentionnés mais encore à des entretiens avec des professionnels du monde des musées comme, par exemple, des conservateurs, des restaurateurs, des scénographes, des curateurs, des professeurs de design, des muséologues et des collectionneurs. Tous les musées ont été visités entre septembre 2018 et juin 2019.

Le présent mémoire est une étude de muséologie et pas une étude de l'histoire de la mode. C'est pour cette raison que je me suis concentrée sur l'analyse de ces musées du point de vue de la présentation des collections, sans approfondir et étudier les créations exposées dans les musées de couturiers.

## *Préambule terminologique*

Avant d'introduire notre travail, il est nécessaire d'évoquer certains mots-clés, fondamentaux à la compréhension du mémoire.

Le mot « musée » est ici utilisé suivant la définition donnée en 2007 par le Conseil International des Musées, ICOM : « Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation<sup>1</sup> ».

Le mot « dispositifs de présentation » ou « *display* » (anglicisme couramment employé dans le milieu muséal) désigne la façon dont les musées présentent les pièces de leurs collections au public.

La « muséologie » est, selon André Desvallées et François Mairesse, « l'étude du musée et non pas sa pratique, qui est renvoyée à la *muséographie*<sup>2</sup> ». La muséologie est une discipline qui étudie les musées, au travers de leurs modes de conservation, de présentation, d'organisation et au travers de leurs missions.

La « muséographie est l'application concrète de la science appelée muséologie, qui est la réflexion théorique et historique sur la nature, le rôle et les diverses formes d'un musée<sup>3</sup> ». Selon le muséologue français George Henri Rivière, pour que l'exposition soit accessible au plus grand nombre, la muséographie doit offrir une lecture à plusieurs niveaux, en tenant compte de trois points fondamentaux : elle doit permettre une compréhension du grand public, une approche scientifique pour les spécialistes et un discours éducatif à titre pédagogique ; elle est ainsi « une discipline dont l'objet est de rendre le patrimoine accessible au public<sup>4</sup> ».

---

<sup>1</sup> Définition du terme *musée*, d'après les statuts ICOM, adoptés lors de la 22ème Assemblée Générale à Vienne, Autriche, 24 août 2007.

<sup>2</sup> André Desvallées et François Mairesse, « Sur la muséologie », in *Culture & Musées*, année 2005, 6, pp. 131 – 155.

<sup>3</sup> Aurelie Samuel, *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 223.

<sup>4</sup> Aurelie Samuel, *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 223.

## *La conservation des textiles*

Dans les années 1950 nous assistons à un premier éveil muséologique à l'égard de la conservation des textiles. Le sujet se professionnalise, mais le véritable tournant a lieu lors du Congrès international d'histoire du costume en 1952. Cet événement est fondateur pour l'histoire des costumes et de la mode car, jamais auparavant, il n'y avait eu un rassemblement de cette ampleur de la communauté scientifique internationale experte du sujet<sup>5</sup>. Le Congrès se réunit pour la première fois à Venise, dans les salles du Palais Grassi – le siège du Centre international des arts et du costume, voulu et initié par Franco et Paolo Marinotti, magnats de l'industrie textile. A cette occasion, les universitaires et les muséologues internationaux établissent les bases pour le développement de l'étude scientifique des vêtements : c'est le début d'une réflexion globale sur la prise en charge muséale de collections vestimentaires.

La communauté scientifique aborde de nombreux thèmes, parmi lesquels l'inventaire, la classification, la conservation et la présentation. En 1958, le premier guide sur les connaissances de conservation préventive est publié par Anne Buck, conservatrice de la Gallery of Costume de Manchester. Mais, il faudra attendre 1989 pour qu'un document officiel soit rédigé : quand l'ICOM publiera la première version des lignes directrices pour la muséologie du patrimoine vestimentaire.

En 1962, lors de la sixième conférence générale de l'ICOM, un comité consacré aux costumes (ICOM Costume Committee) est créé au sein de l'organisation, pour mettre en place une véritable réflexion sur la présentation, la conservation, la recherche et la collecte. Le Comité reprend ainsi les sujets traités lors du congrès de Venise, finalement resté sans suite. En 1989, les lignes directrices de ICOM Costume Committee sont publiées : elles résument les connaissances acquises depuis les années 1950 sur les collections vestimentaires et présentent les règles de conservation préventive que les musées doivent suivre. Le document<sup>6</sup> énonce ces normes de sorte à éviter la dégradation des textiles : la présentation des collections doit être sous vitrines, le contrôle climatique idéal correspond à une température de 18 degrés et à une humidité relative entre 50 et 55%. Les pièces les

---

<sup>5</sup> Alexia Fontaine, *Conditions d'émergence et développement des collections vestimentaires : patrimonialisation, muséalisation, virtualisation : regards croisés en France – Canada – Québec (XIXe-XXIe siècle)*, Université Charles de Gaulle – Lille III, 2016, p. 465.

<sup>6</sup> ICOM Costume Committee, *Guidelines*.

plus fragiles doivent être exposées à une lumière d'intensité égale à 50 lux maximum pour éviter la décoloration et la détérioration des fibres.

### *Exposer la mode*

« *Au même titre que les œuvres d'art, les robes, tailleurs, vestes, blouses et autres accessoires sont exposés dans les musées du monde entier. C'est cette démarche qui a contribué à transformer l'« objet mode » en « objet d'art », intemporel, universel, et à inscrire la Haute Couture dans l'histoire de l'art<sup>7</sup> »*

Les premières pièces vestimentaires sont introduites lors des expositions universelles, dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. La critique considère que ces expositions de mode ont été les premières à mettre le sujet à la portée de tous. Lors de l'Exposition universelle de Paris en 1900, deux expositions de mode sont présentées : le *Musée rétrospectif* au Palais du Vêtement, organisée par Gaston-Lucine Worth, président de la Chambre syndicale de la confection et de la couture, où sont exposés des costumes de 1800 à 1900. La deuxième exposition est présentée au Palais du Costume : le couturier M. Félix organise une rétrospective sur l'histoire du costume français jusqu'à 1900, intitulée *Le Costume de la Femme à travers les âges* où sont présentées des reconstitutions faites par le couturier. Les pièces sont exposées dans 15 tableaux vivants, le tout financé par des industriels, des propriétaires de maisons de couture et des grands magasins<sup>8</sup>.

En 1925, à Paris, à l'Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes, la mode est un art. Alors que la couture représente 15% des exportations françaises, seconde place dans le commerce extérieur du pays, avec quelques trois cents modèles présentés, « les arts de la mode revendiquent dorénavant une place à la hauteur des enjeux économiques qu'ils génèrent »<sup>9</sup>. Pour Maxime Laplade, historien et commissaire d'exposition indépendant, cela n'a cependant pas toujours été le cas. Selon lui, « La présentation de la Haute Couture lors des expositions universelles évolue lentement au

---

<sup>7</sup> Jack Lang, « La mode est-elle un art ? » in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 115

<sup>8</sup> Alexia Fontaine, *Conditions d'émergence et développement des collections vestimentaires : patrimonialisation, muséalisation, virtualisation : regards croisés en France – Canada – Québec (XIXe-XXIe siècle)*, Université Charles de Gaulle – Lille III, 2016, p. 140.

<sup>9</sup> Grossiord Sophie, *Les années folles 1919-1929* (catalogue de l'exposition), Paris Musées, Paris, Musée de la Mode, Palais Galliera, 2007.

début du XXème siècle. En 1900, à Paris, la Haute Couture est avant tout une industrie et l'exposition universelle pose les bases des dix années qui suivent. Ce n'est réellement qu'en 1910 à Buenos Aires que les changements voient le jour. Ils sont les prémices des développements de l'entre-deux guerres ».

La Haute Couture se construit donc un nouveau statut à la Belle Époque. C'est le début de la création des réseaux de ventes. Toujours selon Maxime Laplade : « Les entreprises de Haute Couture s'appuient aussi fortement sur les expositions universelles et internationales pour faire connaître leur production. Ces grands évènements permettent, certes, de conquérir de nouveaux marchés, mais autorisent surtout une exposition de la Haute Couture qui participe à sa valorisation ».

D'après l'historien, les expositions universelles ont donc joué un rôle crucial dans la reconnaissance de la mode en tant qu'expression artistique à part entière.

« Dans les systèmes de représentation que sont les expositions universelles, la fonction classificatoire joue un rôle déterminant », confirme de son côté Anne Rasmussen<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Anne Rasmussen, « Les classifications d'exposition universelle », in *Les Congrès internationaux liés aux Expositions universelles de Paris (1867-1900)*, Mille neuf cent, 1989, p 21.



## *Les musées de mode*

Si les pièces vestimentaires sont collectionnées depuis des siècles, aujourd'hui, leur place dans les musées n'est pas encore totalement acceptée par tous les historiens. Certains continuent, en effet, à les considérer comme des objets frivoles, qui suivent les fluctuations de la mode, sans considérer leur importance pour l'histoire de la société. Le premier musée qui fait entrer des vêtements dans ses collections est le Victoria & Albert Museum de Londres, créé en 1851 sous le nom de South Kensington Museum. Celui-ci a pour mission de conserver les arts appliqués et les arts industriels de manière à servir d'inspiration aux designers des différents secteurs. Dès ses débuts, le musée intègre des collections de textiles et de vêtements, choisis en fonction de leurs matériaux, techniques et provenance. Les premières conservatrices spécialisées ne sont embauchées que vers les années 1950.

Dès le XX<sup>e</sup> siècle, stimulé par le succès des expositions universelles, le phénomène s'accélère : un grand nombre de musées aux États-Unis et en Angleterre ouvrent, à l'initiative de collectionneurs privés tels que le Winterthur Museum, qui abrite la collection de textiles du XVIII<sup>e</sup> siècle de l'industriel Henry Francis Du Pont, près de Philadelphia. Les musées *Gallery of Costume* au Platt Hall de Manchester et le *Costume Museum* à Bath, ouvrent à leur tour, respectivement en 1946 et 1963, grâce aux donations de leurs collections faites par les époux Cecil and Phillis Willett Cunnington et à celle de Doris Langley Moore<sup>11</sup>.

Dans la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle, une nouvelle catégorie de musée se développe dans le sillage du musée du costume : les musées de la mode. Ce phénomène entraîne un changement d'intérêt car il se focalise uniquement sur les tenues *à la mode*, de Haute Couture, aperçues lors des défilés de mode et non plus extraites des collections anciennes. Ainsi, seules certaines catégories vestimentaires sont retenues ; les autres qui ne sont pas considérées *à la mode*, sont conservées par les archives des musées d'ethnologie, d'anthropologie d'histoire et de science naturelle. Dans les années 1940, Aux États-Unis, des départements de mode sont intégrés dans des musées de Beaux-Arts ou d'histoire. C'est le cas du Museum of Fine Arts de Boston en 1943, suivi en 1947 par celui de Philadelphie et en 1952 par le Los Angeles County Museum of Art. Le Costume Institute du

---

<sup>11</sup> Alexia Fontaine, *Conditions d'émergence et développement des collections vestimentaires : patrimonialisation, muséalisation, virtualisation : regards croisés en France – Canada – Québec (XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècle)*, Université Charles de Gaulle – Lille III, 2016, p. 117.

Metropolitan Museum of Art de New York est créé en 1959, avec le fonds de l'école de théâtre « *Neighborhood Playhouse* ». A Barcelone en 1965, c'est au tour du Musée du textile et de l'habillement d'être lancé, grâce à la collection de Manuel Rocamora. Puis vient la collection du Museum at Fashion Institute of Technology, constituée en 1969 à partir de la collection du Brooklyn Museum of Art (le nom initial étant Design Laboratory, mais il a changé en 1993 pour adopter son nom actuel). En 1976, la Ville de Kyoto inaugure le Kyoto Costume Institute – KCI –, suivi trois ans après par le Bunka Gakuen Costume Museum, lié au Bunka Fashion College.

En France il faudra attendre 1977 et l'ouverture du Musée de la mode de la Ville de Paris, le Palais Galliera. Sa collection, constituée grâce à la donation de 1700 pièces de la Société de l'Histoire du Costume à la Ville de Paris en 1920<sup>12</sup>, est tout d'abord exposée au Musée Carnavalet puis au Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris, avant de s'installer définitivement au Palais Galliera, à quelques pas des grandes maisons de couture. La même année, le Musée national du costume et de la mode ouvre à Lisbonne, grâce à un projet du gouvernement.

Ce n'est qu'en 1983 que le premier musée national de la mode ouvre ses portes en Italie. Il s'agit du Musée de la Mode et du Costume du Palais Pitti, à Florence.

En 1986, à Paris, est inauguré le Département Mode et textiles du Musée des Arts Décoratifs de Paris, sous le nom de MAM – *Musée des Arts de la Mode*, grâce aux collections de l'Union Française des Arts du Costumes, UFAC<sup>13</sup>, créée en 1948 et financée par l'État. En 1997, ce musée changera d'appellation ; son nom sera dès lors *Musée de la Mode et du Textile* – MMT. Un musée est également inauguré à Marseille en 1993 ; il est axé sur la Haute Couture ; ses collections seront intégrées à la Cité euro-méditerranéenne de la Mode en 2005 puis au Musée d'arts décoratifs de la Ville en 2013.

---

<sup>12</sup> Alexia Fontaine, *Conditions d'émergence et développement des collections vestimentaires : patrimonialisation, muséalisation, virtualisation : regards croisés en France – Canada – Québec (XIXe-XXIe siècle)*, Université Charles de Gaulle – Lille III, 2016, p. 149.

<sup>13</sup> Les collections avaient été données par plusieurs couturiers ou maisons de mode, au moment de leur fermeture : parmi lesquels Madeleine Vionnet en 1952 et quatre ans plus tard par Denise Poiret, épouse de Paul Poiret. Ont suivi les donations de Cristobal Balenciaga en 1964 et d'Elsa Schiaparelli en 1973. Alexia Fontaine, *Conditions d'émergence et développement des collections vestimentaires : patrimonialisation, muséalisation, virtualisation : regards croisés en France – Canada – Québec (XIXe-XXIe siècle)*, Université Charles de Gaulle – Lille III, 2016, p. 152.

## *Les musées de couturiers*

Dès les années 1950, l'arrivée de la publicité et le développement de la société de consommation au niveau national et international, entraînent un phénomène de globalisation de la mode, doublé aujourd'hui d'une délocalisation de la production. Paradoxalement, les maisons de mode semblent vouloir se réappropriier leurs racines et les afficher au grand jour. Elles tentent ainsi de concilier deux notions antinomiques, « *global fashion* » et « *local tradition* », légitimant, à leur niveau, le néologisme à l'origine du concept de « *glocal* ». Le phénomène s'amplifie dans les années 1980, décennie durant laquelle les maisons de mode décident de faire connaître leur histoire et de partager leur patrimoine avec le public, non seulement par le biais d'expositions temporaires dans de grands musées, mais aussi en créant des lieux permanents – la plupart du temps de véritables musées – où sont exposées leurs collections.

Dans les années 1980, les maisons de mode commencent à exposer leur activité et à s'intéresser à leurs archives : nous assistons à un véritable changement de regard sur le patrimoine des marques, qui jusqu'à présent n'avait pas été conservé. Ces années sont marquées par les premières expositions monographiques consacrées à des couturiers vivants dans des musées de Beaux-Arts, afin d'y attirer un plus large public. Un des exemples qui sera le plus critiqué est l'exposition monographique de Giorgio Armani au Musée Guggenheim de New York, en 2000.

Les premiers musées de couturiers ouvrent dès la deuxième moitié des années 1990 en France et en Italie, mais ils se multiplient à partir des années 2010. Il s'agit d'un phénomène spécifiquement franco-italien, à l'exception du Musée Cristóbal Balenciaga, inauguré en 2011 à Getaria dans le Pays Basque espagnol. En France, le premier a ouvert en 1997. Il s'agit du Musée Dior à Granville, dans la villa qui a vu grandir le couturier et qui a nourri une grande part de sa créativité ; suivi en 2006, du Musée Pierre Cardin à Paris. Toujours à Paris, l'année suivante naît l'Association du couturier Azzedine Alaïa, devenue lieu d'exposition depuis sa mort en 2018. Le Musée Yves Saint Laurent, inauguré en 2017, est abrité dans l'hôtel particulier ayant été le siège de la maison de couture entre 1974 et 2002, année de sa fermeture.

En Italie, c'est le Musée Salvatore Ferragamo qui étrenne le concept en ouvrant en 1995 les portes du Palais Spini Feroni à Florence, déjà siège de l'entreprise et des archives. La même ville accueille aussi, en 2011, le Musée Gucci – aujourd'hui appelé Galerie Gucci

Garden– à l’occasion des quatre-vingt-dix ans de la Maison. Quant à la Fondation Gianfranco Ferré, elle a été créée en 2008 à Milan pour conserver, classer et rendre public tout ce qui documente l’activité créative du couturier. En 2008, vient le tour de la Fondation Gianfranco Ferré, destinée à conserver, classer et rendre public tout ce qui documente l’activité créative du couturier. Puis en 2015, ouvre à Milan le Musée Armani/Silos, fondé à l’initiative de Giorgio Armani qui s’est occupé directement de la muséographie. Entretemps, Valentino Garavani réalise en 2012 un musée unique en son genre, puisqu’il s’agit d’un musée virtuel, véritable médiathèque en 3D rassemblant plus de 5 000 images d’archives (croquis, photographies, vidéos...).

Afin d’analyser chaque musée, nous nous concentrerons d’abord sur la figure du couturier et de sa maison de mode : est-il encore vivant ? La maison de couture existe-t-elle toujours ? Et, le cas échéant, gère-t-elle le musée directement ? Ensuite, nous étudierons l’endroit choisi pour le musée : s’agit-il d’un lieu de mémoire emblématique pour l’histoire de la marque ? Joue-t-il un rôle important pour le couturier ? Puis nous nous pencherons sur l’organisation du musée : les espaces d’exposition sont-ils permanents ou temporaires ? Quels dispositifs de présentation ont été choisis ? Quel message que le musée veut-il transmettre à travers la médiation orale et écrite ? Le musée déploie-t-il une approche didactique ou simplement contemplative des créations ?

Le nombre considérable de musées de couturiers créés sur un court laps de temps marque un changement de positionnement des maisons de couture à l’égard de la marque et de son histoire. En effet, le musée est parfois le seul héritage qui relie encore réellement la marque à son pays d’origine puisque, le plus souvent, les objectifs de rentabilité poussent les maisons de mode à déplacer leurs sites de production dans d’autres pays. Nous pouvons donc dire que les maisons de couture qui disposent d’un musée profitent de ce dernier pour maintenir leur image de marque. Dans le même ordre d’idées, nous assistons à l’émergence d’associations regroupant de nombreux musées d’entreprise<sup>14</sup>. Ainsi, en dépit d’une inévitable globalisation de la mode, de nombreuses initiatives telles que la création de musées par les maisons de mode témoignent d’un besoin de contrebalancer le phénomène de globalisation. Elles contribuent également à atténuer, voire à abolir, les frontières entre la sphère culturelle et la sphère commerciale.

---

<sup>14</sup> C’est l’exemple de l’association *Museimpresa*, ayant pour objectif de promouvoir leur patrimoine culturel en le mettant à la disposition du public.

Ce constat nous place devant plusieurs interrogations : Pour quelles raisons ces musées se sont-ils développés seulement en France et en Italie ? Au vu de leurs modes de gestion et de conservation des collections, les musées étudiés respectent-ils les normes nécessaires pour être légitimement membre de l'ICOM<sup>15</sup> ?

Afin de répondre à ces questions, nous nous interrogerons d'abord sur l'existence ou non d'un *modèle* pour exposer les collections<sup>16</sup> : quels aspects que ces musées ont-ils en commun et quelles sont leurs différences ?

Nous chercherons ensuite à savoir si les dispositifs de présentation de ces musées peuvent être considérés comme de véritables dispositifs muséaux ou s'il s'agit plutôt de *display* de *merchandising*, assimilables à ceux des vitrines des magasins. Enfin, nous analyserons les programmations culturelles de ces musées de manière à comprendre la façon dont ils se renouvellent et entendent fidéliser leur public.

Ces nombreuses questions seront abordées au travers d'une analyse comparée de tous ces musées.

---

<sup>15</sup> ICOM - International Council of Museums- association à laquelle la plupart de ces musées ont adhéré.

<sup>16</sup> Vu que chaque musée présente des vêtements et des accessoires.

## 1. Le Musée Christian Dior

Premier musée en France consacré à un couturier, le Musée Christian Dior a été voulu par la ville de Granville qui, en 1997, a transformé la villa Les Rhumbs en un lieu de mémoire dédié au couturier. En effet, cette villa surplombant les falaises a été la résidence d'enfance de Christian Dior et a fortement inspiré ses collections ; tout comme les fragrances de son jardin, entretenu par sa mère Madeleine, ont influencé ses parfums : « la maison de mon enfance... j'en garde le souvenir le plus tendre et le plus émerveillé. Que dis-je ? Ma vie, mon style, doivent presque tout à sa situation et à son architecture<sup>17</sup> ». La villa a ensuite été achetée par la ville de Granville. La collection d'origine a été constituée par des achats effectués par la Ville et des dons adressés à l'Association « Présence de Christian Dior ». Les acquisitions d'aujourd'hui sont réalisées grâce à cette même association, mais également grâce à Dior Couture, à Dior Parfums, au groupe LVMH, à la Ville de Granville et au Fonds régional d'acquisition des musées (FRAM). Ainsi, le Musée est géré et financé par l'Association mais la Ville est propriétaire de la villa Les Rhumbs et des collections. Depuis 1997, le Musée est ouvert au public. Chaque année, il présente deux nouvelles expositions thématiques et propose de découvrir des pièces de la collection ainsi que l'histoire du couturier. Le musée est situé au cœur d'un jardin à l'anglaise avec vue sur la mer, dont le visiteur peut apprendre l'histoire à l'aide de textes et reconnaître les parfums à l'aide de dispositifs olfactifs. L'ensemble est explicité par des textes de salle et des cartels. Les collections du Musée sont consultables en ligne sur le site « Réseau Musées Normandie »

## 2. Le Musée Pierre Cardin

Créé en 2006 dans une ancienne usine de carrosserie à Saint-Ouen, le Musée « Passé, Présent, Futur » de Pierre Cardin a déménagé à l'automne 2014 dans le quartier du Marais à Paris. Il est logé dans une ancienne fabrique de cravates – espace que le couturier loue déjà depuis les années 1990 – juste en face d'un magasin nommé « Évolution ». Les collections sont exposées de manière permanente sur quatre étages. Dans ce musée, il ne s'agit pas seulement de donner à voir des vêtements et des accessoires, mais aussi les

---

<sup>17</sup> Christian Dior, *Christian Dior et moi*, La Librairie Vuibert, Paris, 2014.

multiples créations de design du couturier, comme par exemple des meubles et des bijoux. Cependant, le Musée ne fournit pas d'informations au visiteur sur le contexte et les collections ; les seuls outils de médiation écrite sont des cartels qui décrivent uniquement les vêtements, mais les accessoires et les meubles de design en sont exempts.

### 3. L'association Azzedine Alaïa

Azzedine Alaïa crée son Association en 2007 dans l'intention de protéger sa collection d'art et d'en faire profiter le public. Il lance ainsi des expositions d'art, de mode et de design au cœur d'un ancien entrepôt du Bazar de l'Hôtel de Ville – situé au 18 rue de la Verrerie à Paris – qu'il a acquis en 1988 et où il a coutume de résider et de travailler. L'édifice est composé de deux bâtiments unis par une cour intérieure où se trouvent l'espace d'exposition ainsi qu'une librairie et un café.

Depuis la disparition d'Azzedine Alaïa en 2017, l'Association y conserve toujours les collections et perpétue les activités culturelles initiées par le couturier, avec le soutien financier de la Fondation Azzedine Alaïa. Les visiteurs peuvent donc y découvrir les créations du couturier et, ponctuellement, des pièces de sa propre collection personnelle. Depuis deux ans, outre des rétrospectives sur la carrière du couturier, le lieu accueille également des expositions sur les couturiers qui ont influencé Azzedine Alaïa. Des textes de salles introduisent l'exposition ; Chaque pièce exposée est accompagnée d'un cartel (fig. 7,8,9). La programmation culturelle est ensuite transposée dans la villa d'Azzedine Alaïa à Sidi Bou Saïd en Tunisie, pays natal du couturier.

### 4. Le Musée Yves Saint Laurent

Le musée a ouvert ses portes à l'automne 2017 dans l'hôtel particulier qui abritait la maison de Haute couture, depuis 1974 et jusqu'à sa fermeture en 2002. La même année, le couturier crée la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent, avec pour mission de conserver les collections du couturier et d'exposer, outre ses créations vestimentaires, ses collections de peinture, de photographie, d'arts décoratifs et contemporains dans ses espaces et hors-les-murs. A partir de 2004 et pendant douze ans, la Fondation y a organisé une vingtaine d'expositions temporaires, thématiques et rétrospectives autour de la figure du couturier, ainsi que des expositions d'art, de mode et de design. Ce n'est qu'en 2017 que

l'hôtel particulier prend définitivement le nom de Musée Yves Saint Laurent pour ne se consacrer, dès lors, qu'aux expositions. L'espace d'exposition est réparti sur deux étages. Dans les salles, les visiteurs disposent de textes, de cartels et de dispositifs numériques qui les informent sur la carrière du couturier et sur les matériaux des vêtements exposés. En plus des vêtements et des accessoires, le musée présente des croquis et des photographies prises par le couturier.

En 2017 également, un deuxième musée est inauguré à Marrakech, près du Jardin Majorelle – propriété d'Yves Saint Laurent et de Pierre Bergé depuis 1980 – dans un bâtiment flambant neuf. Y sont présentés de manière permanente 50 modèles issus des collections du couturier et, de manière temporaire, des expositions de mode, d'art, d'anthropologie et de botanique. Ce bâtiment est aussi doté d'une bibliothèque et de laboratoires de conservation.



### 1. Le Musée Salvatore Ferragamo

Le musée a ouvert en 1995 à l'initiative de la famille du couturier. Il s'agit alors d'un musée d'entreprise fortement lié à la marque, créé à la suite d'une exposition itinérante dans plusieurs musées internationaux. A son ouverture, le musée n'abritait qu'une exposition permanente chronologique sur les créations de Ferragamo et sur sa collection personnelle de chaussures anciennes, située au deuxième étage du Palais Spini Feroni, siège de l'entreprise et des archives. Afin de respecter les normes de conservation, les créations suivaient une rotation. A la suite d'importants travaux en 2006, la surface d'exposition s'est considérablement agrandie permettant au musée d'y organiser une exposition temporaire par an. Ces expositions annuelles prennent toujours Salvatore Ferragamo comme point de départ ; toutefois elles ne présentent pas que des chaussures mais englobent aussi des thèmes variés, peu liés à la vie et aux créations du cordonnier. De nombreux outils de médiation écrite, de vidéos et de films relatifs à Salvatore Ferragamo permettent d'approfondir le propos.

### 2. La Galerie Gucci Garden

Le Musée Gucci a ouvert ses portes en 2011 dans le *Palazzo della Mercanzia*, au cœur de Florence. C'est alors l'occasion de célébrer le 90<sup>ème</sup> anniversaire de la Maison. Pendant les sept années qui suivent, le Musée propose une exposition permanente des archives de la Maison, associée à des installations d'art contemporain. Chaque salle racontait les thèmes et les symboles de Gucci. Le même bâtiment inclut aussi une librairie, une boutique Gucci et un café. Mais en 2018, le nouveau designer à la direction de la marque, Alessandro Michele décide de transformer le *Museo Gucci* en *Gucci Garden Galleria*. Il expose alors les dernières collections avec celles des années 1970, créant un dialogue entre les deux, et adopte un point de vue moins muséal mais plus interactif, servi par des créations d'art contemporain, des installations sonores et de vidéos. La Galerie Gucci Garden expose aussi les collections de vêtements, d'accessoires et surtout les valises et les sacs de voyage qui ont rendu célèbre la Maison. L'atmosphère s'apparente à celle d'un musée d'histoire

naturelle : l'effet produit vient des dessins du célèbre illustrateur Vittorio Accornero, imprimés sur des foulards des années 1960 qui ont été reproduits sur les murs du musée. Des textes de salle et des cartels donnent au visiteur de nombreuses informations sur les collections présentées.

### 3. Armani/Silos

Le musée Armani/Silos est créé en 2015 à Milan pour célébrer les quarante ans de carrière de Giorgio Armani. Il est logé dans un ancien silo à grains, offrant une superficie de 4 000 m<sup>2</sup> répartie sur trois étages. Le bâtiment comprend les espaces d'expositions, les archives numériques, une boutique de cadeaux et une cafétéria. Les collections sont présentées de manière permanente suivant trois thèmes récurrents de la carrière de Giorgio Armani : le style androgyne, les ethnies et les stars. Chaque étage dispose d'un texte de salle ; A côté de chaque mannequin, des cartels nous informent de la saison (Printemps/Été ou Automne/Hiver) et de l'année de la production. Contrairement aux autres musées, Armani/Silos présente les collections homme et femme ensemble. L'espace au rez-de-chaussée est consacré à des expositions temporaires de photographies.

Avant d'ouvrir son musée, Giorgio Armani avait créé une exposition itinérante internationale – « Giorgio Armani : Retrospective » - sur plusieurs années, dévoilant sa carrière au travers de 500 vêtements, croquis et vidéos. Inaugurée au Guggenheim de New York en 2000 pour fêter ses vingt-cinq ans de carrière, la deuxième étape de l'exposition s'est déroulée en 2001 au Guggenheim de Bilbao, puis en 2003 à la Neue Nationalgalerie de Berlin et à la Royal Academy of Arts dans la Burlington House à Londres en 2003-2004. En 2004, l'exposition a eu lieu à Rome aux Thermes de Dioclétien, en 2005 au Japon, en 2006 au Shanghai Art Museum de Shanghai. La dernière étape a été la Triennale de Milan en 2007.

### 4. La Fondation Gianfranco Ferré

Créée en 2008, la Fondation Gianfranco Ferré a vocation à conserver, classer et rendre public (sous forme d'archives numériques) tout ce qui documente l'activité créative du couturier. Dans le même temps, la Fondation conçoit ou participe à des expositions sur le couturier. Les archives vestimentaires se composent de 3000 pièces, les archives documentaires disposent de 65 000 documents. Une autre mission de la Fondation est de contribuer à la formation des jeunes en leur dispensant des cours et en organisant des

ateliers. Faute de moyens financiers pour créer un musée, la famille du couturier a fait le choix d'une fondation pour cultiver le souvenir de Gianfranco Ferré. Dans un nouvel espace, la Fondation conserve les archives et expose quelques vêtements. Il ne s'agit pas d'un mausolée mais d'un lieu où l'atmosphère du couturier demeure.

#### 5. Le Musée virtuel de Valentino Garavani

Le Musée de Valentino Garavani a ouvert virtuellement ses portes en 2012. Il s'agit, en effet, d'un musée virtuel accessible en ligne, qui regroupe 5 000 documents formés de collections, de photographies et de vidéos. Ces archives numériques regroupent 50 années de créations du couturier dans un espace couvrant visuellement 10 000 m<sup>2</sup>. En cliquant sur un vêtement, apparaissent des informations relatives à sa composition et à son histoire. Les collections sont divisées en huit grands thèmes autour de la carrière du couturier.

# Partie I

## Les musées de couturiers en France

### I. Le Musée Christian Dior

*« Peu de maisons de couture ont survécu à leur créateur. Plus rares sont celles qui en ont conservé l'esprit. A cet égard, l'homme et la Maison Christian Dior font figure d'exception<sup>18</sup> »*

Le musée Christian Dior est le premier musée français à célébrer la carrière d'un couturier. Il a été voulu par la Ville de Granville, les Maisons Dior et le groupe LVMH, qui collaborent activement à la gestion du musée. Inauguré en 1997, il présente chaque année deux expositions temporaires. Ce musée est labélisé « Musée de France » et bénéficie d'un soutien financier ainsi que scientifique de l'État ; il est aussi reconnu en tant que « Maison des illustres », un label national qui regroupe les maisons « dont la vocation est de conserver et de transmettre la mémoire de femmes et d'hommes qui se sont illustrés dans l'histoire politique, sociale et culturelle de la France<sup>19</sup> »

#### 1. Christian Dior

Christian Dior naît le 21 janvier 1905 dans une famille d'industriels bourgeois à Granville, ville balnéaire normande. Il vit les premières années de son enfance dans la Villa Les Rhumbs, une maison rose entourée d'un jardin à l'anglaise, sur les falaises de la côte. En 1911 la famille déménage à Paris, dans le XVI<sup>e</sup> arrondissement ; la villa normande devient donc une maison de vacances. La famille y retournera pendant la Grande Guerre. A la fin du conflit mondial, Dior retourne à Paris et fait la connaissance d'artistes, parmi lesquels Jean Cocteau et Henri Sauguet. Il s'inscrit à l'École de sciences-politiques et en

---

<sup>18</sup> Jean Poderos, « Le musée Christian Dior Granville » in *Le musée Christian Dior Granville*, Connaissance des arts hors-série, Paris, 2017, p. 6.

<sup>19</sup> Label « Maisons des illustres », Ministère de la Culture, [article en ligne], 2011.

1928 il ouvre, avec son ami Jacques Bonjean, une galerie d'art contemporain que tous les deux dirigeront jusqu'en 1934. L'année suivante il réalise ses premiers dessins de mode, qu'il vend à des modistes et à des couturiers. Dans le même temps, il dessine pour le journal *Le Figaro* ; il y rencontre l'illustrateur René Gruau, avec qui il se liera d'amitié. Suite à plusieurs drames familiaux – le décès de la mère et du frère en 1931, la ruine de son père - la Villa Les Rhumbs est vendue en 1938 à la Ville de Granville.

Dior continue sa carrière dans le milieu de la mode en devenant modéliste chez le couturier parisien Robert Piguet. Lors de la deuxième Guerre Mondiale, il est appelé sous les drapeaux mais est démobilisé pendant l'Occupation. Si bien qu'en 1941, il commence à travailler pour le couturier Lucien Lelong. En 1946, le riche industriel Marcel Boussac le pousse à ouvrir sa propre maison de mode en le soutenant financièrement. Le 16 décembre 1947 marque l'inauguration de la maison Christian à Paris, au 30 avenue Montaigne, dans un hôtel particulier. Le couturier s'occupe en personne du décor, d'un style sobre qui reflète sa passion pour le XVIII<sup>e</sup> siècle et choisit le gris comme couleur prédominante<sup>20</sup>. En février, il présente sa première collection Haute Couture, nommée *Corolle*. Elle sera connue dans tout le monde, sous le nom de « *New Look* ». A partir de cette collection, Dior marque son empreinte dans le monde de la mode et, l'année suivante, commence à s'intéresser au marché américain. Christian Dior reçoit la Légion d'honneur en 1950. L'histoire de sa vie sera racontée dans son autobiographie, *Christian Dior et moi*, publiée en 1956.

Christian Dior meurt le 24 octobre 1957, d'une crise cardiaque, pendant un voyage en Toscane. En 10 ans de carrière, le couturier aura présenté 22 collections de Haute Couture, de prêt-à-porter et de fourrures<sup>21</sup>.

La mort soudaine du couturier oblige à lui trouver un remplaçant en tant que directeur artistique. Plusieurs noms prendront successivement ce titre : Yves Saint Laurent jusqu'en 1960, Marc Bohan de 1961 à 1989 puis l'Italien Gianfranco Ferré jusqu'en 1996, ensuite John Galliano de 1996 à 2011 et Raf Simons de 2012 à 2015, suivi de l'actuelle directrice Maria Grazia Chiuri, la première femme à la direction de la maison Dior.

Aujourd'hui, la Maison Dior conserve un patrimoine inégalable, qui témoigne l'histoire de la Maison de 1947 jusqu'à aujourd'hui.

---

<sup>20</sup> Caroline Bongrand, *Inspiration Dior*, catalogue de l'exposition au Musée des Beaux-Arts Pouchkine, Moscou, 26/04-24/07 2011, La Martinière, Paris, 2011.

<sup>21</sup> Alexandra. Palmer, *Dior : a new look, a new enterprise (1947-1957)*, V&A Publishing, London, 2009, p.6.

## 2. La Villa les Rhumbs

« *La maison de mon enfance (,) j'en garde [...] le souvenir le plus tendre et le plus émerveillé. Que dis-je ? Ma vie, mon style, doivent presque tout à sa situation et à son architecture<sup>22</sup>».*

La Villa Les Rhumbs<sup>23</sup> (fig.1), mise en vente par le père de Dior en 1932 est achetée par la Ville de Granville en 1938. Dans un premier temps, la municipalité en transforme le jardin privé en un espace public.

Cette villa surplombant les falaises, domine la Manche. Elle joue un rôle fondamental pour la carrière du couturier car elle influence fortement ses collections et surtout ses parfums, directement inspirés par les fragrances de son jardin, entretenu par sa mère Madeleine. Cette dernière a entièrement conçu ce jardin à l'anglaise et fait construire la véranda devant la maison, utilisée comme jardin d'hiver. Dans le jardin, le jeune Dior découvre le muguet, « la fleur talisman qu'il place sur certains tailleurs pour porter chance, selon la légende »<sup>24</sup>, qui deviendra son porte bonheur et ornera nombre de ses robes et accessoires.

Le souvenir du jardin de la Villa Les Rhumbs est le paradis perdu du couturier. Tout comme l'architecture de la Villa, celui-ci l'influencera fortement tout au long de sa carrière. D'ailleurs, le rose clair et le gris tourterelle, deux couleurs présentes dans le domaine, deviendront les couleurs emblématiques de la Maison Dior : « ma maison d'enfance était crépie d'un rose très doux, mélangé avec du gravier gris, et ces deux couleurs sont demeurées en couture mes teintes de prédilection. [...] Par ses proportions théâtrales et son lien étroit avec son environnement, par le contraste entre la sobriété de la maison et l'exubérance du jardin, l'architecture des Rhumbs annonce le mélange de dignité et de désir qui caractérisera l'esthétique de Dior<sup>25</sup> ».

---

<sup>22</sup> Christian Dior, « Christian Dior et moi », in « Exergue », *Le musée Christian Dior Granville*, Connaissance des arts hors-série, Paris, 2017, p. 6.

<sup>23</sup> « Terme de marine qui désigne les trente-deux sections du compas marin. Une probable allusion à l'activité du précédent propriétaire de la maison, un armateur dénommé Beust ». Texte de salle, Le bureau de Maurice Dior, père de Christian, Musée Christian Dior, Granville.

<sup>24</sup> Maureen Footer, *Dior et ses décorateurs : Victor Grandpierre, Georges Geoffroy et le New Look*, Citadelles, Paris, 2018.

<sup>25</sup> Christian Dior, « Christian Dior et moi », in « Exergue », *Le musée Christian Dior Granville*, Connaissance des arts hors-série, Paris, 2017, p. 6.

### 3. Le musée

*« La Maison Christian Dior s’ancre d’ailleurs dès sa création en 1947 dans le souvenir ainsi vivifié et rêvé de Granville : le fameux gris Dior et le rose étaient ceux qu’arborait la façade de la villa<sup>26</sup> »*

En 1987, le petit-cousin du couturier, le conservateur Jean-Luc Dufresne, propose à la Ville de Granville de célébrer les quarante-ans de la Maison Christian Dior en organisant une exposition au musée d’Art moderne Richard Anacréon. Le succès de l’exposition « Christian Dior, l’autre lui-même » est tel que le conservateur décide de créer un fonds pour conserver les créations. Les premiers donateurs sont les sœurs du couturier et de certains de ses collaborateurs. Dans le même temps, la Ville met à disposition un autre fonds pour effectuer diverses acquisitions. Dufresne crée aussi en 1991, l’Association « Présence de Christian Dior » pour accélérer les acquisitions en vue de la création du musée. Grâce aux Maisons Dior, au groupe LVMH et aux Fonds régional d’acquisition pour les musées (FRAC), la collection continue encore à s’agrandir aujourd’hui. Ainsi, le musée Christian Dior est un musée associatif. Depuis douze ans, la présidence du musée est assurée par un conseiller de Bernard Arnault<sup>27</sup>, propriétaire du groupe LVMH.

Le musée Christian Dior est ainsi inauguré en 1997, avec l’exposition « La Femme mise en scène », dix ans après la première exposition. Avec l’ouverture du musée, la Villa Les Rhumbs entame véritablement un nouveau chapitre de l’histoire de Dior, en devenant un véritable lieu de mémoire dédié à la vie et à la carrière du couturier.

Le musée obtient l’appellation « Musée de France » et en 2011, le Ministère de la Culture et de la Communication lui attribue le label de « Maison des Illustres »<sup>28</sup>.

La Ville de Granville est propriétaire du musée et des collections ; sa gestion est déléguée à l’Association Présence de Christian Dior<sup>29</sup> qui a pour objet « d’assurer la défense, l’illustration et la diffusion de l’œuvre de Christian Dior ; de gérer et d’exploiter le Musée Christian Dior, propriété de la Ville de Granville, [...] dont l’objet est de conserver, mettre en

---

<sup>26</sup> Jean-Paul Claverie, « Préface » in *Le musée Christian Dior Granville*, Connaissance des arts hors-série, Paris, 2017, p. 4.

<sup>27</sup> Entretien avec Madame Brigitte Richart et Madame Gwenola Fouilleul, le 21/05/2019. La transcription de l’interview se trouve dans les annexes du présent mémoire.

<sup>28</sup> Jean-Paul Claverie, « Préface », *Le musée Christian Dior Granville*, Connaissance des arts hors-série, Paris, 2017, p. 4.

<sup>29</sup> Statut de l’association “Présence de Christian DIOR”.

valeur et faire connaître le fonds qui a été constitué à cet effet : d'encourager l'illustration et la perpétuation de la tradition des métiers d'art par la création, la promotion d'activités artistiques, le rassemblement par acquisitions ou donations de tous objets et de toute documentation liés à la personnalité ou au souvenir de Christian Dior [...]»<sup>30</sup> ». Les membres de droit sont le Conseil d'Administration de la Ville de Granville, le groupe LVMH, les sociétés Christian Dior Couture et Parfums Christian Dior. Jean-Luc Dufresne, petit-cousin de Christian Dior, devient naturellement le premier conservateur du musée. L'actuelle conservatrice est Madame Brigitte Richart, conservatrice des trois musées de la ville de Granville<sup>31</sup>.

Ainsi, contrairement à ce que les gens pensent, le musée appartient à la Ville et non pas aux Maison Dior et au groupe LVMH. Ces derniers n'en sont pas moins investis dans son fonctionnement, puisqu'ils subventionnent et soutiennent le musée pour qu'il demeure un vecteur de communication artistique majeur.

#### 4. Les collections

Les collections du musée Christian Dior sont publiques ; le noyau d'origine est constitué par les dons adressés à l'Association « Présence de Christian Dior » et les achats effectués par la Ville, reçus bien avant l'ouverture du musée. Aujourd'hui, c'est l'Association qui achète les pièces : elles deviennent de propriété de la Ville de Granville, dont la mission est de les conserver<sup>32</sup>. Chaque année, une vingtaine de nouvelles pièces entrent dans les collections<sup>33</sup>. Les acquisitions d'aujourd'hui sont réalisées grâce à cette même association, mais également grâce à Dior Couture, à Dior Parfums, au groupe LVMH, à la Ville de Granville et au Fonds régional d'acquisition des musées (FRAM). Le musée collectionne principalement les pièces des collections de 1947 à 1957, c'est-à-dire de la période de Christian Dior. Les archives comptent 1700 pièces ; elles se trouvent dans la Villa Les Rhumbs et dans un autre espace de conservation extérieur. Le principal prêteur est la

---

<sup>30</sup> Statut de l'association "Présence de Christian DIOR".

<sup>31</sup> Les musées de la Ville de Granville sont trois et sont tous labélisés "Musées de France": le musée d'Art moderne Richard Anacréon, le musée d'Art et d'Histoire de Granville et le Musée Christian Dior.

<sup>32</sup> Entretien avec Madame Brigitte Richart et Madame Gwenola Fouilleul, le 21/05/2019. La transcription de l'interview se trouve dans les annexes du présent mémoire.

<sup>33</sup> « Les collections », site web du Musée Dior Granville.



Maison Dior qui conserve ses archives auprès de Dior Héritage. Ces dernières années, elles se sont énormément accrues en raison de la disponibilité financière de la maison<sup>34</sup>. Les collections du Musée sont en partie numérisées et consultables en ligne sur le site « Réseau Musées Normandie »

Une des pièces les plus emblématiques de la collection est l'« étoile Dior » : l'objet porte-bonheur du couturier.

Christian Dior était un homme très superstitieux, il ne prenait aucune décision sans avoir avant consulté sa voyante. « L'étoile est l'objet porte-bonheur de Christian Dior par excellence, elle est le signe qu'il attendait et qu'il croise sur sa route un soir à la tombée de la nuit, le 18 avril 1946, rue du Faubourg-Saint-Honoré, lorsqu'il marche sur cet élément détaché d'une roue de carrosse. C'est pour le couturier le présage qui lui permettra de répondre « oui » à monsieur Boussac pour l'ouverture d'une maison de couture à son nom. Monsieur Dior la gardera toute sa vie suspendue à un ruban dans son studio de création. Il la fit reproduire à la taille d'un pendentif en or pour l'ensemble de ses collaborateurs ayant plus de dix ans d'ancienneté. Monsieur Rouët, ancien Président de la Maison Dior, en fit don au musée Christian Dior à sa mort, en 1996<sup>35</sup> ».

## 5. Les expositions temporaires

Une exposition temporaire est présentée chaque année, dans le Musée Christian Dior. Entre 2010 et 2016, deux expositions sont organisées par an : la première intitulée « printemps-été » sur un thème précis et la seconde en hiver, nommée « Une maison, des collections » sur les pièces des archives du musée.

Les expositions présentes aussi les créations des directeurs artistiques qui ont succédé Dior : « on ne s'arrête pas à Christian Dior, à 1957. En général, dans toutes les expositions, la majorité des créateurs qui ont succédé à Christian Dior sont représentés. On ne s'arrête pas là, partant du principe que l'idée est aussi l'idée de montrer une certaine permanence d'inspiration des lignes fondatrices, qui sont respectées par les successeurs de Dior<sup>36</sup> ».

---

<sup>34</sup> Entretien avec Madame Brigitte Richard et Madame Gwenola Fouilleul, le 21/05/2019. La transcription de l'interview se trouve dans les annexes du présent mémoire.

<sup>35</sup> « Les collections, l'étoile de Christian Dior », site web du Musée Christian Dior.

<sup>36</sup> Entretien avec Madame Brigitte Richard et Madame Gwenola Fouilleul, le 21/05/2019. La transcription de l'interview se trouve dans les annexes du présent mémoire.

Les expositions temporaires sont réalisées avec les pièces de la collection permanente et les prêts de la Maison de couture ainsi que d'autres collections privées. Elles « permettent de comprendre l'influence déterminante qu'eut Monsieur Dior sur son siècle, dans la mode sans doute, mais aussi dans la vision que la société française porta sur elle-même<sup>37</sup> ».

Le parcours d'exposition temporaire commence au rez-de-chaussée, dans les espaces où, à l'époque de la famille Dior, se trouvaient le grand salon, le bureau du père de Dior, le petit salon et le jardin d'hiver. La visite continue au premier étage, dans les chambres des parents du couturier, des deux sœurs, de sa grand-mère maternelle, de ses deux frères et de celle de Christian. Au dernier étage se trouvait la lingerie, l'espace préféré par le jeune Dior, remplacé aujourd'hui par la salle de projection de vidéos.

Dans chaque salle, des cartels sur fond noir renseignent les visiteurs sur la disposition des salles à l'époque des Dior. Un plan en fait la description en utilisant les mêmes mots que le couturier utilise dans son autobiographie, « Christian Dior et moi » de 1956.

Le musée n'expose pas uniquement les pièces vestimentaires mais offre une rétrospective complète. Il présente un grand nombre d'objets personnels du couturier conservés dans les archives, tels que ses agendas et ses montres mais aussi des croquis et des documents. Les revues et les quotidiens de l'époque du couturier, présentés dans les salles permettent aux visiteurs de s'imprégner de la période historique.

## 6. Les dispositifs de présentation

Entre 2015 et 2016 le musée Christian Dior a été l'objet d'une rénovation à l'extérieur comme à l'intérieur et une nouvelle muséographie y a été développée. Comme nous l'avons vu, ce musée est situé au cœur d'une villa familiale, par la suite aménagé en salles d'expositions. La première difficulté rencontrée lors de la muséographie a donc été de créer des dispositifs de présentation muséaux à l'intérieur d'espaces étroits dans une maison ancienne qui n'a pas été du tout conçue pour l'exposition de pièces vestimentaires.

L'exiguïté des espaces disponibles est la raison pour laquelle tous les objets sont exposés à l'intérieur de vitrines fixes (fig.2), conçues sur mesure afin d'y présenter le plus d'objets possible. Les verres des vitrines sont espacés de quelques centimètres, probablement pour

---

<sup>37</sup> Jean Poderos, « Le musée Christian Dior Granville », in *Le musée Christian Dior Granville*, Connaissance des arts hors-série, Paris, 2017, p 62.

la circulation de l'air. La plupart d'entre elles sont fixées à même les parois de la maison ; d'autres sont au centre des pièces. Les murs du musée sont souvent recouverts de panneaux décoratifs qui servent de fond aux collections exposées. Des meubles également fabriqués sur mesure, présentent des revues de mode, des croquis et des lettres.

Les mannequins (fig. 3) utilisés sont de plusieurs types : des mannequins « invisibles », sans tête ni bras, qui exaltent les tenues, des bustes de couture.

Les accessoires reposent sur des supports attachés aux murs. Comme les verres des vitrines ne sont pas antireflets, il est parfois difficile d'arriver à bien voir les pièces ou à lire les cartels.

Le public étant principalement français<sup>38</sup>, les textes de salles et les cartels sont uniquement écrits en français. Les cartels fournissent de nombreuses informations, en complément des textes de salle, présents dans chaque espace. Pour chaque objet, sa description, ses matériaux, son année d'acquisition ou le nom de son donateur et son numéro d'inventaire sont écrits. Pourtant, la lecture des cartels n'est pas toujours facile, surtout dans les vitrines des accessoires, où les cartels sont très proches les uns des autres et les accessoires ne sont pas numérotés.

Les salles sont illuminées par des spots sur rails attachés aux plafonds et les vitrines possèdent des spots placés à l'intérieur.

## 7. La programmation culturelle

Un des enjeux les plus importants des musées des couturiers est la programmation culturelle, comme c'est le cas pour les musées thématiques, consacrés à un seul artiste. La programmation culturelle du Musée Christian Dior représente un exemple fort intéressant sur la façon dont un musée de couturiers peut se renouveler afin de fidéliser le public au fil du temps. Le programme d'exposition du musée illustre la créativité du couturier et « le dialogue qu'il engagea entre la mode et le monde de l'art : le cinéma, la photographie, l'architecture, la musique...<sup>39</sup> ».

Chaque année depuis son ouverture, le musée propose donc un programme varié et original sous forme d'expositions temporaires. Loin de se limiter à présenter chronologiquement les

---

<sup>38</sup> Les données sur le nombre de visiteurs, sont disponibles dans le Dossier documentaires, dans les Annexes.

<sup>39</sup> Jean-Paul Claverie, « Préface » in *Le musée Christian Dior Granville*, Connaissance des arts hors-série, Paris, 2017, p. 4.

œuvres, il développe des expositions thématiques sur des thèmes tels que « La mode en voyage » en 1999, « Dandystes – De Barbey d'Aurevilly à Christian Dior 1808-2008 » en 2008, ou encore « Grace de Monaco, princesse en Dior » toujours à l'affiche aujourd'hui. Le niveau d'exigence requis par ces sujets et l'ampleur du travail présenté à chaque fois permettent d'attirer de nouveaux publics. Lors de chaque exposition, des visites guidées sont organisées.

De plus, parmi les initiatives annuelles, le Musée Christian Dior propose l'"Atelier petit styliste" aux enfants de 6 à 12 ans et l'"Atelier apprenti parfumeur" aux adolescents et aux adultes âgés de 16 ans et plus<sup>40</sup>.

## 8. Les outils de communication

La gestion de la communication du musée est faite par son personnel et par les Maison Dior : « lorsque vous voyez toutes les campagnes de communication, le service de presse de la Maison Dior est derrière tout ça, d'où l'ambiguïté. Mais c'est aussi pour la maison un vecteur d'images qui est valorisant. C'est assez logique : ils le contrôlent parce que, comme le musée porte le nom d'une marque, ils veillent à leur propre image<sup>41</sup> ».

Le site web est, bien évidemment séparé de celui de la marque Dior. Les visiteurs y trouvent des informations pratiques mais pas seulement : l'histoire du lieu, du couturier et de l'association sont présentées à l'aide d'images et de vidéos. Les tickets d'entrée ne sont pas en vente sur le site, ils sont disponibles uniquement sur place.

Une boutique se trouve à l'entrée du musée, les ouvrages du musée ainsi que ceux sur Christian Dior sont en vente.

Le musée est ouvert pendant la période d'exposition, tous les jours de mai à septembre et ferme le lundi à partir d'octobre. Le musée peut accueillir seulement 50 visiteurs à la fois. Sa configuration d'ancienne maison rend l'installation d'un ascenseur impossible. En effet, le site nous précise que « le musée Christian Dior est inadapté à la visite des personnes dont la mobilité est réduite ; la maison ainsi que les deux étages de

---

<sup>40</sup> « Rendez-vous », site web du Musée Dior de Granville.

<sup>41</sup> Entretien avec Madame Brigitte Richard et Madame Gwenola Fouilleul, le 21/05/2019. La transcription de l'interview se trouve dans les annexes du présent mémoire.

visite sont seulement accessibles par escaliers<sup>42</sup> ». Le tarif d'entrée est de 9 euros et le tarif réduit de 5 euros, pour les étudiants, les demandeurs d'emploi, les visiteurs handicapés. En revanche, le musée est gratuit pour les moins de 12 ans.

## 9. Le jardin

Le musée se situe au cœur d'un jardin à l'anglaise avec vue sur la mer et les visiteurs peuvent découvrir son histoire à travers un parcours constitué de panneaux d'exposition qui expriment la passion du couturier pour les plantes à l'appui de dispositifs olfactifs (fig.4) : les visiteurs sentent les odeurs des parfums créés par la maison Dior, qui y sont *enfermées*. Chaque parfum est placé face aux plantes qui le composent.

Le parcours est aussi téléchargeable sur l'application numérique « Kit M, la Manche à portée de main<sup>43</sup> » qui offre plusieurs contenus, suivant un itinéraire numérique « Sur les pas de Christian Dior ». Conçue par le département de la Manche, cette application touristique est un « kit pratique de la Manche<sup>44</sup> ».

Le jardin est utilisé à l'occasion de nombreuses manifestations artistiques et culturelles, telles que les Rendez-vous aux Jardins ou aussi le Festival Jazz en Baie. Le salon de thé « La bonne Aventure » accueille les visiteurs d'avril à fin octobre.

Le jardin est ouvert tous les jours de l'année, son accès est libre et gratuit.

---

<sup>42</sup> « La Villa Les Rhumbs », site web du Musée Dior.

<sup>43</sup> « Services aux publics, Kit-M la Manche à portée de main », site web de la Manche Numérique.

<sup>44</sup> « Services aux publics, Kit-M la Manche à portée de main », site web de la Manche Numérique.

*Le musée Christian Dior est l'un des musées de couturier où le lien entre musée et lieu est le plus vivant et visible : dans les salles, les photographies de la famille du couturier sont exposées sur les cheminées, comme si la famille avait quitté la maison depuis peu. Pendant la période des fêtes, un arbre de Noël accueille les visiteurs ; un plan des chambres de la maison des Dior est présent dans chaque pièce, nous permettant d'imaginer la disposition des espaces à leurs époque. Toutes ces caractéristiques font du musée une véritable maison-musée.*

## II. Le Musée Pierre Cardin, Passé-Présent-Futur

« Le créateur a bâti ses robes comme un architecte, il a osé toutes les matières : le plastique, le plexi, les moules à gâteaux... et chipé à la conquête spatiale ses formes les plus innovantes<sup>45</sup> »

### 1. Pierre Cardin

Pierre Cardin naît à San Biagio di Callalta, près de Trévis, le 2 juillet 1922. Deux ans plus tard, sa famille déménage dans le centre de la France où il commence sa formation chez un tailleur<sup>46</sup>. En 1945, il arrive à Paris où il travaille chez Jeanne Paquin puis chez Elsa Schiaparelli. L'année suivante, il devient l'un des premiers tailleurs chez Christian Dior qui vient d'ouvrir sa maison de mode. En 1950, Cardin décide d'ouvrir sa propre maison, 10 rue Richepanse, spécialisée en costumes et en masques de scène ; trois ans plus tard, il présente sa première collection femme. En 1957, il dessine une collection de cravates pour homme. La même année, il part au Japon où il donne des cours de coupe dans une école de stylisme<sup>47</sup>.

En 1959, il dessine sa première ligne de prêt-à-porter féminin qu'il présente dans le grand magasin « au Printemps » mais il sera exclu de la Haute Couture car il ne peut dessiner pour les deux en même temps. L'année d'après sera marquée par la création de sa ligne masculine. En 1966, c'est le lancement de la collection enfant. Dans les années suivantes, Pierre Cardin ouvre des boutiques de design, où il vend ses meubles et ses articles pour la maison. En 1980, il choisit de fêter ses trente ans de carrière à New York, au Metropolitan Museum of Art ; l'année suivante, une rétrospective sera inaugurée au Grand Palais de Paris, pendant le Salon d'Automne.

---

<sup>45</sup> Dépliant du musée Pierre Cardin.

<sup>46</sup> Jean-Pascal Hesse, *Pierre Cardin, 60 ans de création*, éditions Assouline, Paris, 2010.

<sup>47</sup> Biographie de Pierre Cardin, Musée Pierre Cardin.

Pendant sa carrière, il sera célébré plusieurs fois par ses deux pays, l'Italie et la France : en 1988, il est nommé Grand Officier de l'Ordre du Mérite de la République Italienne, suivi trois ans plus tard par le titre d'Officier de la Légion d'Honneur, puis de commandeur de la Légion d'Honneur en 1996. La même année, il reçoit aussi le Prix France Italie ; la même année, il présente sa dernière collection Haute Couture à Paris.

En 1990, le Victoria & Albert Museum de Londres est le premier musée international à célébrer les créations de Cardin avec une rétrospective dans la galerie du XXème siècle. Elle sera suivie d'une exposition au Musée des Beaux-Arts de Montréal, au Musée de l'Estampa, à Mexico en 1993, l'année suivante à Sao-Paulo, au Brésil et au Temple Impérial de San Yuji à Kyoto. Il organise une rétrospective pour les 50 ans de sa carrière à Paris en 1997, à l'Espace Pierre Cardin, puis en 2000 à Shanghai et à Pékin<sup>48</sup> et en 2002 à Los Angeles, à Tokyo au Palais Corsini de Florence. La Galerie Carla Sozzani de Milan, le célèbre lors d'une exposition en 2004. A partir de 2006, des rétrospectives des défilés sont organisées dans plusieurs villes, tels qu'Athènes et Istanbul. La même année, Pierre Cardin inaugure son musée « Passé-Présent-Futur » à Saint Ouen, cette décision est prise par le couturier vu qu'en France il n'a jamais été célébré par les institutions muséales<sup>49</sup>. Le musée sera ensuite déplacé en 2014 dans le quartier du Marais. En 2017, il fête ses 70 ans de carrière à Newport (à Rhodes Island aux USA) en organisant un défilé Haute Couture et une exposition<sup>50</sup>, une autre rétrospective lui sera dédiée en 2018 à Atlanta<sup>51</sup>. A présent, une exposition est en cours au Brooklyn Museum de New York<sup>52</sup>.

---

<sup>48</sup> Biographie de Pierre Cardin, Musée Pierre Cardin.

<sup>49</sup> Entretien avec Renée Taponier, conservatrice du Musée Pierre Cardin, Paris, le 27/03/2019.

<sup>50</sup> Exposition : « Pierre Cardin : 70 years of innovation », 27 mai 2017 – 25 février 2018, The Preservation Society of Newport County, Newport, USA.

<sup>51</sup> Exposition « Pierre Cardin : pursuit of the future », 27 mars – 28 octobre 2018, SCAD FASH Museum of Fashion + Film, Atlanta, USA.

<sup>52</sup> "Pierre Cardin : Future Fashion" 20 juillet 2019 – 5 janvier 2020.



## 2. Le musée

Le musée Pierre Cardin ouvre en 2006 dans une ancienne usine de carrosserie, dans le quartier de Saint-Ouen, dans la banlieue de Paris<sup>53</sup>. Ce musée fermera et ensuite rouvrira en plein cœur de la capitale dans le quartier du Marais<sup>54</sup>. Inauguré en 2014, le nouveau musée se trouve dans une ancienne fabrique de cravates – espace que le couturier loue depuis les années 1990 – juste en face d'un de ses magasins, nommé « Évolution ». Le couturier justifie ce déménagement parce qu'« en banlieue, beaucoup de gens ne venaient pas<sup>55</sup> » ; cette décision est fort regrettable pour la Mairie et l'office du tourisme de Saint-Ouen : « C'est une perte, commente la directrice Nathalie Danacher. Ce musée était un endroit unique en France. Nous proposons des sorties en lien avec les Puces, sur les thèmes de la haute couture et du vintage<sup>56</sup> »

En outre, le prix d'entrée de 25 euros (et 20 euros tarif réduit) n'était pas non plus très attractif mais il reste inchangé dans le nouveau musée. Ce tarif est voulu et assumé par le couturier en personne.

Malheureusement, nous ne pouvons pas revenir sur ce musée ni sur sa présentation car aucune publication n'est sortie et aucun article de presse ne l'a décrit. Les seules informations dont nous disposons sont que 200 modèles y étaient exposés et que les réserves comptaient 500 tenues<sup>57</sup>.

Le nouveau musée expose 250 modèles femme et homme, datant entre 1950 et 2009, choisis parmi les 4000 pièces<sup>58</sup> conservées dans les archives de la maison de mode ; il est géré par la conservatrice Renée Taponier qui travaille avec le couturier depuis plus de 50 ans, plus précisément depuis l'âge de 14 ans.

Le bâtiment qui abrite l'actuel musée, se trouve dans une cour intérieure. Le musée propose une exposition permanente, cela depuis son ouverture : il n'y a pas de changement de collections mis à part pour les pièces les plus fragiles, comme celles des années 1950, qui sont des pièces uniques. La visite commence au rez-de-chaussée : après avoir traversé un

---

<sup>53</sup> « Hier encore à Saint-Ouen, à 1000 miles de toute terre habitée par les fashionistas et les créateurs de mode, était installé le musée Pierre-Cardin, dans une ancienne usine de carrosserie en béton armé et toiture de tôle » dépliant du musée Pierre Cardin.

<sup>54</sup> 5, rue Saint-Merri, Paris, France, 75004.

<sup>55</sup> « Pierre Cardin ouvre son musée à Paris », Le Figaro, 08/11/2014.

<sup>56</sup> « Le discret déménagement du Musée Pierre Cardin », Le Parisien, 31/10/2014.

<sup>57</sup> « Le discret déménagement du Musée Pierre Cardin », Le Parisien, 31/10/2014.

<sup>58</sup> Site web du Musée Pierre Cardin.

premier espace où est située la billetterie, les visiteurs arrivent dans la salle principale de l'exposition. Cette salle, probablement réalisée dans la cour intérieure de la fabrique de cravates, est couverte d'une grande verrière, qui illumine d'une lumière naturelle tout le bâtiment. En levant les yeux, les visiteurs peuvent découvrir les deux étages supérieurs, qui entourent la cour, comme s'il s'agissait de terrasses. Au rez-de-chaussée sont présentés les premiers modèles de Pierre Cardin, en ordre chronologique, des années 1950 jusqu'en 1979. Dans ce grand espace, les mannequins sont exposés le long des quatre murs (fig. 5) sur des socles en moquette grise à 50 cm du sol, recouvert lui-aussi de moquette bleue. Ce dispositif de présentation rappelle inévitablement celui des dioramas ainsi que les vitrines de boutiques : des mannequins en différentes poses sont exposés l'un à côté de l'autre. Chacun repose sur un piédestal rond transparent directement fixé à un socle. Quant aux murs, ils sont peints en blanc : des cartels blancs y sont accrochés tout comme de nombreuses photographies et tableaux. Tout au long des salles, les visiteurs découvrent aussi les meubles et des objets de design dessinés par Pierre Cardin, souvent utilisés comme support sur lesquels sont assis les mannequins. La visite continue dans les étages du sous-sol, dans les caves du bâtiment, où sont présentés, par ordre chronologique, les modèles des années 1980-2000 (fig.6). Pour continuer la visite, il faut remonter au rez-de-chaussée et aller au premier étage afin de voir les robes de soirée, les costumes et les robes de mariée. D'autres pièces du couturier sont présentes mais non accessibles au public : de même les mannequins, disposés le long des rambardes sont visibles aussi bien du premier étage que du rez-de-chaussée.

Les mannequins et les meubles n'ont aucune protection, il n'y a pas de mise à distance avec les visiteurs ni de gardiens de salle. Le seul espace qui présente des vitrines de protection est la dernière salle d'exposition au rez-de-chaussée, consacrée aux accessoires : dans des meubles en bois sont exposés des chapeaux, des chaussures, des bijoux et d'autres accessoires dessinés par Pierre Cardin au cours de sa carrière.

Contrairement aux autres musées de couturiers, les mannequins ne sont pas utilisés uniquement pour exposer les vêtements des collections femme et homme. En effet, chaque tenue est accompagnée d'accessoires : chapeaux, lunettes de soleil, sacs et collants. Une autre particularité du Musée Pierre Cardin est que, tout au long de l'exposition, les visiteurs découvrent des pièces des collections enfants. Le musée offre ainsi une rétrospective complète sur la carrière de Cardin en exposant toutes ses nombreuses créations. Une critique que nous pouvons faire est que pendant la visite, très peu d'informations sont données sur les pièces exposées : des cartels rédigés en français et en anglais, indiquent

les noms des modèles, les matériaux de fabrication et la datation mais il n'en va pas de même pour les accessoires : aucune précision n'est donnée. D'autres cartels présentant des photographies montrent des pièces qui ne sont pas visibles.

Le Musée Pierre Cardin a choisi des mannequins aux expressions réalistes<sup>59</sup> (fig.7), qui se caractérisent par de nombreuses poses, d'habitude utilisées dans les vitrines des boutiques ; certains mannequins sont par exemple allongés directement sur la moquette (fig.8), sans aucune protection !

Au cours de la visite, des photographies exposées le long des murs, racontent la carrière de Pierre Cardin ; malheureusement, elles ne sont pas accompagnées de cartels, ce qui rend difficile leur compréhension. La conservatrice nous explique que certaines photographies ont été faites par le couturier en personne, d'autres sont celles des campagnes publicitaires. Même les tableaux n'ont pas de cartels : c'est seulement en faisant la visite guidée que nous découvrons qu'il s'agit de tableaux peints par un artiste breton qui a visité en 1997 l'espace Pierre Cardin de la place de la Concorde. Il est tombé littéralement amoureux des vêtements du couturier et a décidé de les peindre même s'il avait peint jusqu'alors que des paysages. Par la suite, Pierre Cardin lui a acheté tous les tableaux. Malheureusement, leur histoire n'est écrite nulle part.

Le Musée ne propose pas d'audioguides et ne fournit pas d'informations aux visiteurs sur le contexte et sur les collections. A l'entrée, pas un dépliant n'est mis à la disposition du public. Par contre, à la sortie, un sachet est donné aux visiteurs, contenant un dépliant du musée ainsi qu'une brochure sur la vie de Pierre Cardin. La conservatrice propose des visites guidées du musée : « En maîtresse de maison, Renée Taponier a agencé l'ensemble par époque, créant des rapprochements entre les tenues et les meubles exposés, eux aussi dessinés par Cardin. Passionnée, elle raconte l'histoire de chaque vêtement mieux que ne le ferait n'importe quel cartel...<sup>60</sup> ».

La visite se termine au rez-de-chaussée où il n'y a ni boutique, ni catalogue du musée mais les visiteurs peuvent acheter des ouvrages sur le couturier.

---

<sup>59</sup> Le fournisseur du musée est *La clinique du mannequin*.

<sup>60</sup> Dépliant du musée Pierre Cardin.

Le musée Pierre Cardin est ouvert du mercredi au vendredi de 11 heures à 18 heures et le samedi et le dimanche de 13 heures à 18 heures. Des visites guidées sont disponibles pour les groupes dont le montant est de 20 euros par visiteur.

A présent, si nous consultons le site du musée, nous pouvons lire ce message : « Juin 2019 – Le musée Pierre Cardin est fermée pour une durée indéterminée<sup>61</sup> ». Aucune autre information n'est indiquée et aucun article de presse ne mentionne la fermeture.

Cependant, une rétrospective a ouvert en juillet au Brooklyn Museum, sous le nom de « Future Fashion<sup>62</sup> » où nous pouvons voir plusieurs pièces exposées normalement au musée permanent. Le commissaire d'exposition « Matthew Yokobosky et le Brooklyn Museum travaillent, actuellement, dans le but de faire voyager l'exposition. Aux Etats-Unis d'abord, puis en Asie, où le succès de Pierre Cardin est reconnu depuis longtemps, et peut-être, en France. "Ce serait fantastique", dit-il au sujet d'un éventuel final dans le pays de Pierre Cardin. Ce serait l'occasion pour le couturier de voir l'exposition qu'il ne visitera pas à Brooklyn car il n'aime pas l'avion<sup>63</sup> ». Est-ce pour cela que le musée de Paris est fermé pour une durée indéterminée ? S'il en était ainsi, ne serait-il pas possible de le garder ouvert en exposant d'autres pièces d'archives ?

De plus, une autre rétrospective est programmée au Kunst Palast de Dusseldorf dès septembre, où seront présentées plus de 80 tenues de Pierre Cardin<sup>64</sup>.

---

<sup>61</sup> Site web du Musée Pierre Cardin.

<sup>62</sup> Exposition Pierre Cardin au Brooklyn Museum, 20/07/2019 – 5/01/2020.

<sup>63</sup> "Rétrospective Pierre Cardin à New York : le Brooklyn Museum revient sur l'audace du couturier dans les années 1960", France Info, 22/07/2019.

<sup>64</sup> « Pierre Cardin. Fashion Futurist », exposition au Kunst Palast, Düsseldorf, 19/09/2019-5/01/2020.

*Le Musée Pierre Cardin est ainsi un musée privé, appartenant à la marque du couturier : il n'est pas labélisé Musée de France et n'appartient à aucune association de musées. Cela justifie pleinement la nature même de ce musée : en entrant, nous constatons immédiatement que les normes muséales pour la conservation des collections vestimentaires ne sont absolument pas respectées : il n'y a aucune protection entre les vêtements et les visiteurs, l'illumination est beaucoup plus forte que celle qui est recommandée – les tenues sont à la fois éclairées par la grande verrière qui ne présente pas de filtre anti UV et par des spots. Il n'y a pas de contrôle climatique et lors de notre visite, la température était très haute ; comme nous l'avons vu, toute une partie de l'exposition se trouve au sous-sol et dans les caves qui ont été réaménagées : le taux d'humidité est inévitablement élevé étant donné qu'il se trouve dans le Marais, ancienne zone de marécages. La conservation préventive est entièrement confiée à la conservatrice du musée, Renée Taponier : à propos de cela, nous pouvons lire dans le dépliant donné à la sortie de la visite (et non pas à l'entrée !) que : « ce sont des modèles uniques, portés lors de défilés, totalement d'époque... D'ailleurs les trous de mites en témoignent, raconte-elle [la conservatrice]<sup>65</sup> ». Lors de notre visite, la conservatrice nous a en effet dit qu'elle s'occupait elle-même de la conservation des pièces, en lavant les vêtements dans sa baignoire<sup>66</sup>... Nous pouvons donc nous rendre compte que la conservation ne doit pas être l'une des priorités du musée.*

*C'est probablement pour ces nombreuses raisons, que le musée Pierre Cardin ne fait plus partie de l'association des musées ICOM. Étant privé, il n'a aucune obligation quant à la conservation et à la programmation culturelle.*

*De plus, n'ayant pas de programmation culturelle autour du musée ni d'expositions temporaires, le musée n'est connu et visité que par des spécialistes du monde de la mode. Pendant la visite, la seule et unique information qui nous est donné sur ce musée qui se trouve dans un bâtiment que Pierre Cardin loue depuis les années 1990 pour sa maison de mode, est que cet espace était dans le temps une usine de cravates.*

*Enfin, un musée si peu publicisé et dont le prix d'entrée est si prohibitif, n'invite pas le public à s'y rendre.*

---

<sup>65</sup> Dépliant du musée Pierre Cardin.

<sup>66</sup> Entretien avec Renée Taponier, conservatrice du Musée Pierre Cardin, Paris, le 27/03/2019.

### 3. L'association Azzedine Alaïa

Tunisien naturalisé français, Azzedine Alaïa est l'un des couturiers les plus connus dès les années 1980. De son vivant, il crée une association afin de partager avec le public ses nombreuses collections d'art ; depuis son décès, l'Association Azzedine Alaïa continue à garder vivant le souvenir du couturier, en exposant ses collections vestimentaires, qu'il a toujours conservé précieusement.

#### 1. Azzedine Alaïa

*"En tant qu'historien, je peux dire que l'œuvre d'Azzedine est majeure. Qu'il était l'un des seuls couturiers à collectionner la mode, ainsi que le plus important collectionneur privé, qui fait de ses collections l'un des plus grands musées de la mode en France<sup>67</sup>"*

Azzedine Alaïa né le 26 février 1935 à Tunis, en Tunisie. Pendant ses études à l'École des Beaux-arts de Tunis, il coud des ourlets de pantalon pour un couturier et pour Madame Richard, une couturière française, afin de se payer ses études. En 1956, il déménage à Paris et commence à travailler chez la Maison Christian Dior puis chez Guy Laroche. Il fait la connaissance de célébrités françaises et commence à créer des vêtements pour elles : parmi ses premières clientes figurent l'actrice Arletty. Dans les années 1960, il rencontre le peintre Christoph von Weyhe, qui sera son compagnon pour la vie. « Insatiable sur la mode, Alaïa est également volubile sur le design qu'il collectionne en nombre<sup>68</sup> » : il achète sa première œuvre d'art, une tête copte sculptée, en 1963. En 1964, il inaugure son atelier au 60, rue de Bellechasse, dans le même immeuble où il vit. Il crée des modèles pour des clients privés ainsi que des commandes pour des stylistes, comme par exemple Thierry Mugler. En 1981, il fonde la Maison Alaïa et présente sa première collection de prêt-à-porter Printemps/Été. L'année suivante, il défile à New York en collaboration avec Bergdorf Goodman, le grand magasin de luxe américain. En 1985, il réalise de nombreuses tenues pour l'actrice Grace Jones qui joue dans le film de James Bond, « Dangereusement vôtre ». En 1987, il achète un ancien entrepôt au 18 rue de la Verrerie, dans le Marais : il y installe

---

<sup>67</sup>Olivier Saillard, « Exposition Azzedine Alaïa », *Je suis couturier*, site web du Ministère de la Culture.

<sup>68</sup>Olivier Saillard, (sous la direction de) *Alaïa*, catalogue de l'exposition, Palais Galliera, 28/09/2013 – 26/01/2014, Paris Musées, 2013, p. 120.

son atelier, sa boutique ainsi que ses appartements et commence dès 1987 à organiser ses défilés de mode : le couturier ne suit pas le calendrier des défilés, mais présente ses collections quand elles sont prêtes. L'année suivante, il inaugure sa première boutique à New York.

Azzedine Alaïa est le premier couturier qui, en 1991, réalise une collaboration avec une marque de grande distribution, Tati<sup>69</sup>.

En 2000, la maison Alaïa et le groupe Prada signent un partenariat ; le couturier vendra sa marque en 2007 au groupe Richmond. Cependant, Alaïa décide de garder ses archives afin de pouvoir les utiliser lors d'expositions. De 1995 à 2001, le couturier n'organise pas de défilés mais vend ses créations à ses clients privés et à des boutiques. En 2004, il ouvre la Galerie Azzedine Alaïa dans ses espaces de la rue de la Verrerie ; il y organise des expositions d'art contemporain, de design, de photographie et de littérature. Trois ans plus tard, il décide de créer une association à son nom pour conserver ses archives de mode ainsi que ses collections d'art et de design et pour les mettre à disposition du public. L'Association Azzedine Alaïa est fondée avec son partenaire Christoph von Weyhe et son amie Carla Sozzani.

Le couturier meurt le 18 novembre 2017 à Paris.

## 2. Les expositions consacrées au couturier

La première fois que les créations du couturier sont présentées dans un musée est en 1985 quand ses créations sont présentées au Musée d'art contemporain de Bordeaux, lors de l'exposition « Mode 1980-1985 : une journée avec Azzedine Alaïa ». En 1996, à l'occasion de la Biennale de la Mode à Florence, la première rétrospective sur sa carrière ouvre au Palazzo Corsini ; elle est réalisée sous la direction de son amie éditrice Carla Sozzani. L'année suivante, ses créations *dialoguent* avec les œuvres d'art de Basquiat, César, Picasso, Warhol et Schnabel au Musée de Groningue, aux Pays-Bas<sup>70</sup>. En 2000, une exposition individuelle est présentée au Guggenheim de SoHo, à New York ; les tenues du couturier sont exposées avec les peintures d'Andy Warhol de la série « Last Supper ».

---

<sup>69</sup> Cette collaboration est l'objet de l'exposition actuelle à l'Association Azzedine Alaïa, "Another way to look at fashion", 1/07/2019- 5/01/2020.

<sup>70</sup> Dizionario della moda : « Azzedine Alaïa », site Moda MAMe.

Le même musée rendra honneur au couturier en 2011 avec l'exposition "Azzedine Alaïa in the 21st century", ensuite présentée au Kunstpalace de Dusseldorf en 2013.

La première grande rétrospective consacrée en France à Azzedine Alaïa est inaugurée en 2013 au Palais Galliera et au Musée d'Art Moderne de Paris, sous la direction d'Olivier Saillard ; deux ans plus tard, les *robes sculpturales* du couturier sont exposées à la Villa Borghese, à Rome, sous la direction d'Anna Coliva.

Depuis sa mort, les expositions sont devenues de plus en plus fréquentes<sup>71</sup> et la Galerie a commencé à organiser des expositions sur sa carrière au 18 rue de la Verrerie, dont la première « Je suis couturier », réalisée par Olivier Saillard. En 2018 sont organisées les expositions suivantes : « Tribute to Azzedine Alaïa » ouvre dans les espaces de *10 corso Como* à Seoul ; « Azzedine Alaïa : the Couturier » au Design Museum de Londres ; « L'alchimie secrète d'une collection » à la Galerie Azzedine Alaïa de Paris et « Azzedine Alaïa Couture Sculpture » à Milan dans les salles du Palazzo Clerici. En 2018, un autre espace d'exposition de la Galerie Azzedine Alaïa est inauguré dans la maison du couturier « Dar Alaïa » à Sibi Bou Said, en Tunisie. Y sont organisées des expositions sur les pièces vestimentaires inspirées par les racines tunisiennes du couturier.

### 3. L'Association Azzedine Alaïa

*« Créateur d'une mode dont on saisit l'influence depuis les années 1980 sur le corps des femmes, Azzedine Alaïa s'est révélé aussi très tôt un défenseur du patrimoine. Le sien, qu'il archive avec soin et méticulosité, mais aussi celui de ses contemporains et prédécesseurs. Depuis qu'il devint, à la fermeture de la maison Balenciaga en 1968, propriétaire malgré lui d'une robe du maître, Alaïa n'a eu cesse de se mobiliser pour ceux qui ont participé à l'œuvre de la mode<sup>72</sup> »*

L'Association Azzedine Alaïa, est inaugurée en 2007 par le couturier, son partenaire Christoph von Weyhe et son amie Carla Sozzani, dans les espaces du 18 rue de la Verrerie : dès son ouverture, ce lieu se caractérise par une dense programmation culturelle. De nombreuses expositions, des événements littéraires et aussi des ventes caritatives y ont lieu. Après la mort du couturier, ce lieu continue à vivre, en commémorant la carrière et la

---

<sup>71</sup>« A tribute to Azzedine Alaïa at 10 Corso Como », 27/03-6/05 2018 site web de 10 Corso Como.

<sup>72</sup> Olivier Saillard, (sous la direction de), *Alaïa*, catalogue de l'exposition, Palais Galliera, 28/09/2013 – 26/01/2014, Paris Musées, 2013, p. 120.



vie d'Azzedine Alaïa. Le centre culturel est géré par l'Association et non par la Société Alaïa, propriétaire de la marque ; elles sont volontairement séparées.

L'association Azzedine Alaïa est un espace de convivialité, qui reflète la nature du couturier : c'est un lieu intimiste, qui ne se sert pas beaucoup des outils de communication pour se publiciser, en préférant les liens humains, directs. Il y a dans cet espace un côté familial, « c'est comme quand on rentre chez quelqu'un<sup>73</sup> ». Cette volonté se reflète dans l'entrée même du bâtiment : une simple plaque indique le siège de l'Association, les plus curieux qui décident de franchir le portail, arrivent dans la cour principale, sur laquelle s'ouvrent les espaces de l'Association ainsi que les ateliers de la Maison de mode. Sur la droite, se trouve la librairie et le café et au fond, la galerie d'exposition, dans l'espace où Alaïa avait coutume de faire ses défilés de mode.

#### 4. L'espace d'exposition

La galerie d'exposition présente depuis la mort du couturier, des expositions temporaires sur ses créations vestimentaires. Il y en a deux par an d'une durée de six mois chacune. Les visiteurs entrent dans un premier espace où se trouve la billetterie et où sont imprimés sur les murs les textes de salle. Les collections sont exposées dans une longue salle, illuminée par une grande verrière qui a été récemment couverte par un bâche anti UV pour assurer la conservation des pièces présentées (fig.9). Cet espace respecte les normes de conservation pour les collections de vêtements<sup>74</sup>. Au fond de cet espace, une petite salle est utilisée comme cinéma pour la projection de vidéos. Adjacente à la galerie, un espace présente la chronologie du couturier et certains de ses défilés sont projetés (fig.10).

Les expositions sont organisées par Carla Sozzani et Christoph von Weyhe et réalisées par le commissaire d'exposition Olivier Saillard, historien de la mode et ancien directeur du Palais Galliera, qui avait créé l'exposition rétrospective sur les créations d'Alaïa en 2013.

---

<sup>73</sup> Entretien avec Gwевork Aivazian, Galerie Alaïa, Paris, le 27/03/2019.

<sup>74</sup> Entretien avec Gwевork Aivazian, Galerie Alaïa, Paris, le 27/03/2019.

### a. Les expositions temporaires

L'exposition inaugurale<sup>75</sup> de l'espace après le décès d'Azzedine Alaïa, retrace sa carrière proposant aux visiteurs 41 robes du couturier. La deuxième exposition, « L'alchimie secrète d'une collection »<sup>76</sup> propose uniquement des pièces de la collection Été 1992, la première collection dessinée par Alaïa dans les espaces de rue de la Verrerie, présentée lors d'un défilé sous la grande verrière. Dès janvier 2019, l'Association décide de faire découvrir au public une facette du couturier peu connue : celle du collectionneur. Pendant sa vie, Alaïa collectionne des objets de design, des pièces vestimentaires et des tableaux. « Adrian et Alaïa. L'art du tailleur<sup>77</sup> » est la première d'une série d'exposition que l'Association prévoit d'organiser dans les prochaines années, afin de rendre hommage à la collection personnelle des couturiers, créée par Alaïa dès la fin des années 1960. Olivier Saillard, historien de la mode, la décrit ainsi : « Il est le seul en France à posséder du Claire McCardell et du Adrian, le costumier d'Hollywood et de Greta Garbo, absents de nos musées. Il détient aussi deux costumes réalisés par Matisse. Il avait réuni une des trois collections du genre les plus importantes du monde<sup>78</sup> ». Parmi les nombreux couturiers, y figurent : Cristobal Balenciaga, Coco Chanel, Madame Grès, Charles James Paul Poiret, Elsa Schiaparelli, Madeleine Vionnet... « La collection d'Alaïa est à l'échelle d'un musée de mode. Je ne connais pas d'autre créateur qui se soit autant passionné pour l'histoire de la mode. Tous les vêtements que nous, directeurs de musées, voulions acheter, nous les rations parce que monsieur Alaïa les prenait !<sup>79</sup> »

Dans cette troisième exposition, un dialogue entre les créations des deux couturiers s'instaure, en faisant converser leurs deux carrières. L'exposition suivante, « Azzedine Alaïa, une autre pensée sur la mode. La collection Tati<sup>80</sup> » raconte la collaboration entre le couturier et la marque Tati, une marque de grande diffusion, qui témoigne l'intérêt qu'Alaïa portait à la démocratisation de la mode.

---

<sup>75</sup> « *Azzedine Alaïa, Je suis couturier* » 22/01 – 10/06 2018.

<sup>76</sup> 2/07/2018 – 6/01/2019.

<sup>77</sup> 21/01 – 23/06/2019.

<sup>78</sup> Exposition *Azzedine Alaïa Je suis couturier*, site du Ministère de la Culture.

<sup>79</sup> Olivier Saillard, « *Azzedine Alaïa, fragments d'éternité* » site web du magazine Beaux-Arts.

<sup>80</sup> 1/07/2019 – 5/01/2020.

## b. Les dispositifs de présentation

Depuis son ouverture, les dispositifs de présentation de la galerie ont changé une fois, grâce à la nature modulable de cet espace. Lors des deux premières expositions, des cases en demi cercles sont créées pour exposer singulièrement chaque mannequin. Dans des « cabines-écrans<sup>81</sup> » (fig.9), les tenues sont éclairées par des panneaux lumineux placés au-dessus. Cette lumière met en relief les couleurs des vêtements, qui se reflètent sur le fond brillant du *display*.

Les mannequins choisis sont du même type que ceux utilisés lors des expositions rétrospectives du couturier : ils sont créés par un sculpteur artiste<sup>82</sup>. Les mannequins sont invisibles (fig.11) : l'impression est de voir des tenues *qui flottent dans l'air* ; la seule partie visible est le piédestal. Ces structures, créées spécialement pour chaque pièce, sont choisies pour que les visiteurs se concentrent uniquement sur le vêtement, sans être influencés par les mannequins. Cette présentation transforme les tenues en véritables œuvres d'art, des statues, « plongées hors du temps<sup>83</sup> ». Des cartels blancs se trouvent sur la base des cases, de couleur écru : ils indiquent le numéro de la pièce exposée, sa description et l'année de la collection.

Pour la troisième exposition depuis la mort d'Alaïa, une nouvelle scénographie est présentée (fig.12) : les mannequins, qui sont toujours du même type, sont exposés sur des structures blanches, parfaitement symétriques avec les panneaux lumineux qui surplombent les tenues. Ce *display* se trouve le long des murs et dans le centre de la salle, afin de créer un dialogue entre les vêtements exposés. Les socles au centre de la galerie sont en forme de « T ». La lumière à LED des panneaux lumineux est très forte et très proche des pièces. Pour l'occasion, la partie haute de la salle est éclairée en rouge pour instaurer un contraste avec toutes les tenues qui sont de couleurs foncées.

A chaque exposition, un dépliant est donné à la billetterie : le texte de salle y est reproduit ainsi que chaque pièce exposée. La Galerie ne propose ni audioguides ni visites guidées.

Le programme d'expositions de la Galerie est mis à jour sur le site web de la marque du couturier. Dans l'onglet « Maison », sont présents le titre de l'exposition et les

---

<sup>81</sup> Olivier Saillard, « Azzedine Alaïa, fragments d'éternité » site web du magazine Beaux-Arts.

<sup>82</sup> Pour des raisons confidentielles, l'Association ne peut pas rendre public le nom du sculpteur.

<sup>83</sup> Olivier Saillard, « Azzedine Alaïa, fragments d'éternité » site web du magazine Beaux-Arts.

informations pratiques mais il n'y a aucune information sur les expositions passées ou futures. L'Association est en train de créer un site, à présent en cours de réalisation<sup>84</sup>.

La librairie propose une sélection de livres provenant de la collection personnelle du couturier : des ouvrages de mode, de peinture, de sculpture, de design, de photographie et de décoration reflètent les goûts personnels d'Alaïa. Tous les meubles qui s'y trouvent appartiennent à la collection du couturier et chacun raconte une histoire, comme par exemple le portrait d'Alaïa par son ami le peintre Julian Schnabel ou les étagères en marbre, trouvés par le couturier dans un marché de poissons<sup>85</sup>.

L'Association est ouverte tous les jours, de 11 heures à 19 heures. Le prix des billets est de 2 euros. L'association joue un rôle de mécène en attribuant des bourses aux « jeunes talents visionnaires de la mode<sup>86</sup> », grâce à l'argent gagné par les expositions.

---

<sup>84</sup> Site web de l'Association Azzedine Alaïa.

<sup>85</sup> « Una libreria d'arte a casa Alaïa », site web Fashion network.

<sup>86</sup> Dossier de presse de l'exposition "L'alchimie secrète d'une collection".

*L'Association Azzedine Alaïa est à la fois un espace dynamique et intime. Elle propose de faire connaître la carrière du couturier et de garder vivant le lien avec le lieu qui l'abrite. Grâce à sa vaste programmation culturelle, ce lieu continue à faire vivre la mémoire du couturier, en reflétant sa personnalité dans ses créations mais aussi dans la librairie. L'histoire du 18 rue de la Verrerie est racontée dans les expositions et les ouvrages de la librairie. Les expositions réalisées par l'Association se concentrent, en particulier, sur l'aspect contemplatif des créations, sans fournir d'informations sur les pièces : l'Association renseigne les visiteurs sur la carrière du couturier et sur le sujet exposé mais à l'intérieur de la Galerie, aucun texte de salle n'est présent. Les visiteurs sont donc amenés à contempler les œuvres, présentées comme s'il s'agissait de véritables œuvres d'art. Même si cette galerie n'est pas un musée, les collections vestimentaires sont exposées suivant les normes muséales.*

*Une bibliothèque ouvrira prochainement au 18 rue de la Verrerie.*

*De plus, l'Association possède un autre espace « satellite<sup>87</sup> » en Tunisie, à Sidi Bou Saïd, ville aimée par le couturier où il est enterré. Les expositions sont réalisées à Dar Alaïa, la demeure tunisienne du couturier, aujourd'hui transformée en galerie d'art.*

---

<sup>87</sup> Entretien avec Gwевork Aivazian, Galerie Azzedine Alaïa, le 27/03/2019.

## 4. Le musée Yves Saint Laurent Paris

En 2017, Pierre Bergé, partenaire d'Yves Saint Laurent, inaugure deux musées, à Paris et à Marrakech, dans le but de transmettre la mémoire du couturier, disparu en 2008. Les collections sont « le fruit d'un long processus de muséalisation de son œuvre (d'Yves Saint Laurent). Cette conscience patrimoniale du couple a pris forme progressivement durant la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle pour faire naître aujourd'hui deux musées dépositaires<sup>88</sup> ».

Le Musée Yves Saint Laurent Paris occupe les anciens espaces de la maison de couture : il raconte l'histoire de son couturier ainsi que celle de la maison de couture, en tant que lieu de mémoire.

Notre analyse se concentrant sur les musées de couturier en France et en Italie, nous nous limiterons à étudier le Musée Yves Saint Laurent de Paris.

### 1. Yves Saint Laurent

Yves Saint Laurent naît le 1<sup>er</sup> août 1936 à Oran, en Algérie, où il grandit avec ses deux sœurs. Il se passionne pour le théâtre et réalise son propre « Illustre Petit Théâtre », dont il peint le décor et invente les costumes ; il écrit ensuite des poèmes et commence à dessiner des costumes. A l'âge de 14 ans, il utilise les revues de mode de sa mère pour découper les silhouettes de mannequins et crée une garde-robe en papier. En 1953, il reçoit le troisième prix au concours annuel du Secrétariat International de la Laine pour la promotion de ce matériau, c'est à cette occasion qu'il se rend pour la première fois à Paris, où il rencontre le rédacteur en chef de *Vogue* Paris, Michel de Brunhoff, grâce aux relations de son père. L'année suivante il déménage dans la capitale française pour étudier à la Chambre syndicale de la couture. C'est Michel de Brunhoff qui montre à Christian Dior les croquis du jeune Saint Laurent qui par la suite l'embauche. Son succès est immédiat, parmi

---

<sup>88</sup> Lola Fournier «Le processus de muséalisation ou l'art de pérenniser l'éphémère» in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 163.

ses premières créations, la robe « Soirée de Paris », portée par le mannequin Dovima et immortalisée par le photographe Richard Avedon au Cirque d'Hiver<sup>89</sup>.

La mort de Christian Dior en 1957 bouleverse le monde de la mode et quelques semaines après son décès, le 15 novembre, Yves Saint Laurent est nommé successeur du grand couturier : « Jamais si jeune couturier n'avait dirigé une maison. Et Dior est alors la plus importante au monde puisqu'elle exporte près de 50 % de la Haute Couture française et qu'elle représente huit sociétés et seize firmes implantées sur les cinq continents. 1400 personnes travaillent pour cet empire qui représente, lorsque Yves Saint Laurent en prend la tête, 2 milliards de francs de chiffre d'affaires<sup>90</sup> ». Sa première collection, présentée en janvier 1958, est un succès et apporte « un souffle de jeunesse à la Haute Couture<sup>91</sup> », en s'inspirant directement de la rue ; la même année il rencontre Pierre Bergé, qui deviendra son partenaire pour la vie. En 1959 il dessine les costumes pour le spectacle de *Cyrano de Bergerac* du chorégraphe Roland Petit.

Yves Saint Laurent et Pierre Bergé commencent à créer leur collection d'art en 1960, quand ils achètent l'« Oiseau Sénoufo », une sculpture ivoirienne ; au cours des années, le couple réunit une incroyable collection, qu'ils installeront en 1970, dans leur duplex au 55 rue de Babylone. Toute leur collection sera vendue lors d'une vente aux enchères en 2009<sup>92</sup> par Pierre Bergé, à l'exception de leur premier achat et certaines pièces qui ont fait l'objet de donations à des musées.

Le 4 décembre 1961 le couple crée la maison de couture Yves Saint Laurent, avec le soutien d'un investisseur américain. Ils s'installent provisoirement au 11 rue Jean-Goujon puis au 30 *bis* rue Spontini. En 1962, ils y présentent la première collection, inspirée à la garde-robe masculine, c'est un véritable succès.

Le couturier continue à réaliser de nombreux costumes de scène théâtrale et, en 1963, il dessine les costumes du film « *La Panthère Rose* » de Blake Edwards. Dorénavant, Saint Laurent réalisera de plus en plus de costumes pour le cinéma.

Sa passion pour l'art se reflète dans ses collections dès 1965, quand il rend hommage au peintre Piet Mondrian, en réalisant des robes en jersey de laine ; c'est l'occasion pour lui de « transposer la matière picturale en matière textile et de sublimer ainsi le sens de la

---

<sup>89</sup> Justine Pidardie, Olivier Saillard, *Dior by Avedon*, Rizzoli, Londres, 2015.

<sup>90</sup> « Le plus jeune couturier du monde », site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.

<sup>91</sup> « Les années Dior », site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.

<sup>92</sup> Du 23 au 25 février 2009, 733 chefs-d'œuvre sont exposés au Grand Palais et vendus, pour un total de 375,3 millions d'euros.

« Vente de la collection Yves Saint Laurent et Pierre Bergé » site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.

géométrie du peintre hollandais<sup>93</sup> ». La collection automne-hiver 1966 sera influencée par le mouvement américain du Pop Art ; deux ans plus tard Saint Laurent et Bergé rencontrent Andy Warhol et deviennent amis. L'année suivante, le couturier collabore avec le couple d'artistes sculpteurs François-Xavier et Claude Lalanne pour sa collection.

En 1966, Saint Laurent et Bergé découvrent le Maroc, c'est un coup de foudre immédiat : ils achètent une petite maison et commencent à s'y rendre souvent. Yves Saint Laurent y dessine ses collections. En septembre, il ouvre sa première boutique de prêt-à-porter dans le VI<sup>e</sup> arrondissement, rive gauche. La même année sera marquée par l'introduction du smoking, pièce qui deviendra le symbole de son style.

Les collections de 1967 et de 1968 sont inspirées des voyages imaginaires du couturier en Afrique car il n'aime pas voyager (hormis les séjours à Marrakech). Il en va de même pour sa collection de 1976 qui sera fortement influencée par la Russie et les ballets russes.

Pierre Bergé crée en 1973, la Chambre syndicale du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode, pour reconnaître l'importance des créations industrielles. L'année suivante le couple achète Dar Es Saada, une maison à Marrakech, près du Jardin Majorelle. La même année, ils installent la Maison de couture au 5 avenue Marceau, dans un hôtel particulier ; mais les défilés sont présentés dans le salon impérial de l'hôtel Inter-Continental, rue de Castiglione. En 1980 le couple achète à Marrakech la Villa Oasis et le Jardin Majorelle, où ils créent un musée d'art islamique. En 1985, Yves Saint Laurent est fait Chevalier de la Légion d'honneur, puis Officier et Commandeur, jusqu'à être promu Grand Officier de la Légion d'honneur en 2007.

Le 7 janvier 2002 le couturier annonce la fermeture de sa maison de couture et donc la fin de sa carrière. Le 22 janvier il organise un défilé rétrospectif au Centre Pompidou L'hôtel particulier du 5, avenue Marceau sera rénové et en 2004 deviendra le siège de la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent.

Le 1 juin 2008 Yves Saint Laurent décède à Paris.

Neuf ans après sa mort, les Musées Yves Saint Laurent seront inaugurés par Pierre Bergé : « Nous sommes remplis de souvenirs. Ils sont au nombre de cinq mille vêtements et quelque cent mille croquis. Ce sont ces souvenirs-là que nous voulons transformer en

---

<sup>93</sup> « L'hommage à Piet Mondrian » site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.



projet<sup>94</sup> ». Deux musées sont ouverts, celui de Paris au 5 avenue Marceau et celui de Marrakech, dans le jardin Majorelle.

### *Les expositions en hommage à Yves Saint Laurent*

Pendant sa carrière, Yves Saint Laurent a été honoré la première fois au *Costume Institute* du Metropolitan Museum of Art, de New York, sous la direction de Diana Vreeland, commissaire d'exposition et rédactrice en chef de *Vogue US*. « En faisant entrer pour la première fois un couturier vivant dans une institution comme celle-ci, Diana Vreeland inaugure une démarche nouvelle et porteuse, la muséalisation de ce patrimoine jusqu'alors ignoré comme tel<sup>95</sup> ». Après cette exposition, « les grands couturiers et les entreprises de luxe ont commencé à mettre de l'ordre dans leurs archives, rachetant des vêtements historiques à des clients et lors de ventes aux enchères, embauchant du personnel pour gérer leur fonds et collaborant avec les musées pour monter des expositions axées sur ce patrimoine<sup>96</sup> ».

D'autres rétrospectives seront présentées les années suivantes dans plusieurs villes internationales telles que Pékin, Moscou, Saint-Pétersbourg, Sydney et Tokyo.

En 2010, deux ans après la mort du couturier, le Petit Palais de Paris lui rend hommage avec la rétrospective « Yves Saint Laurent » qui retrace sa carrière avec plus de 300 tenues<sup>97</sup>.

## 2. Le 5, avenue Marceau, un lieu de mémoire(s)<sup>98</sup>

Le Musée Yves Saint Laurent de Paris occupe l'hôtel particulier du 5, avenue Marceau où le couturier a créé ses collections de 1974 à 2002. En 2004 les espaces sont réaménagés pour accueillir la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent.

---

<sup>94</sup> Pierre Bergé, Conférence de presse pour l'ouverture des musées Yves Saint Laurent, juin 2017, site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.

<sup>95</sup> Jack Lang, « La mode est-elle un art ? » in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 115.

<sup>96</sup> Valerie Steele, « Éduquer et inspirer » in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 124.

<sup>97</sup> Exposition Yves Saint Laurent, 11 mars – 29 août 2010, Petit Palais, Paris.

<sup>98</sup> Olivier Flaviano, « 5 avenue Marceau, un lieu de mémoire(s) », in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 207.

L'entrée de l'hôtel particulier se trouve au 1 rue Léonce-Reynaud, les espaces d'exposition occupent aujourd'hui 450 m<sup>2</sup>, répartis sur trois niveaux : le rez-de-chaussée, le rez-de-chaussée haut et le premier étage. Du vivant du couturier, au rez-de-chaussée haut se trouvaient la boutique Haute Couture et deux salons pour la réception des clientes ; au premier étage, les bureaux et le studio de la maison, véritable cœur de la maison de couture et enfin au rez-de-chaussée<sup>99</sup> étaient situés les services généraux et les services de manutention.

Le parcours d'exposition retrace l'histoire de la maison de couture tout en montrant les créations nées dans ce lieu. L'hôtel particulier est « témoin de l'Histoire du XXème siècle et d'une Haute Couture qui accompagnait un certain art de vivre aujourd'hui disparu<sup>100</sup> » : les visiteurs comprennent ainsi l'importance de cet endroit pour la création des œuvres de la collection.

### 3. La Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent

*« Véritable prolongement de la maison de Haute Couture, la Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent voit le jour en 2002. Elle a pour mission principale la conservation et le rayonnement de l'œuvre d'Yves Saint Laurent<sup>101</sup> ».*

La Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent est créée par le couple pour conserver les pièces vestimentaires, les accessoires, les croquis, le fonds documentaire et les objets qui témoignent de la carrière du couturier. Elle occupe l'hôtel particulier du 5 avenue Marceau : « cette maison, qui fut pendant près de trente ans le lieu de la production d'une mémoire (de mémoires) qui l'a fait vivre, devint dès lors celui de sa conservation<sup>102</sup> ». La Fondation doit organiser dans ses espaces, des expositions temporaires de mode, de peinture, d'arts décoratifs, d'art contemporain et de photographie mais elle a aussi pour missions d'organiser des expositions hors-les-murs. En outre, elle soutient et finance des

---

<sup>99</sup> Olivier Flaviano, « 5 avenue Marceau, un lieu de mémoire(s) », in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 214

<sup>100</sup> « Expositions du Musée Yves Saint Laurent Paris », site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.

<sup>101</sup> « Fondation » site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.

<sup>102</sup> Olivier Flaviano, « 5 avenue Marceau, un lieu de mémoire(s) », in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 214.

projets culturels. Les expositions temporaires sont organisées à la Fondation de 2004 à 2016, dans les deux salons qui étaient ceux de la maison de couture, au rez-de-chaussée haut.

Depuis l'ouverture du musée, la Fondation ne cesse d'organiser des expositions temporaires hors-les-murs de manière à diffuser les créations du couturier.

#### 4. Le Musée Yves Saint Laurent

*« Dès l'origine de la maison, j'ai su qu'il fallait garder toute la mémoire du travail d'Yves Saint Laurent. Cette nécessité et l'évidence de son talent m'ont dicté cette décision<sup>103</sup> »*

Comme nous l'avons vu, le Musée Yves Saint Laurent de Paris se trouve dans les espaces occupés par la maison de couture de Saint Laurent de 1974 à sa fermeture en 2002 et par la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent, de 2004 à 2016. L'hôtel particulier se transforme : « [...] de conservatoire de la mémoire, il devient, par sa nouvelle vocation, le lieu de son interprétation, de sa transmission et, de fait, de sa transformation en histoire<sup>104</sup> ».

Sous forme d'expositions temporaires, le musée propose de mettre à disposition du public les collections conservées dans les archives, à travers des parcours rétrospectifs et thématiques. Il apporte un regard scientifique aux collections en faisant découvrir tout d'abord aux visiteurs le lieu où elles ont été créées, dans le décor de cet hôtel particulier du XIX<sup>e</sup> siècle, conservé dans l'état du couturier ; puis, le fonctionnement de la maison de haute couture de sorte à mieux comprendre les étapes de la création des œuvres.

Le Musée Yves Saint Laurent Paris est labélisé « Musée de France ».

---

<sup>103</sup> Pierre Bergé, entretien avec Esther Henwood, « *Architectural Digest* », avril 2004 in Lola Fournier, « Le processus de muséalisation ou l'art de pérenniser l'éphémère » in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 163.

<sup>104</sup> Olivier Flaviano, « 5 avenue Marceau, un lieu de mémoire(s) », in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 216.

### a. Les collections

*« Pour l'historien, le conservateur, l'archiviste, le créateur, le professionnel ou le passionné de mode, ce patrimoine s'ouvre à eux pour enrichir leur connaissance à cet art nouveau du XXème siècle, la haute couture. J'ai voulu rendre accessible ce patrimoine qui, je l'espère, sera une source de travail et d'exploration permettant de nouveaux regards sur l'œuvre d'Yves Saint Laurent<sup>105</sup> »*

Yves Saint Laurent commence à conserver dès 1964 certains prototypes de toutes ses collections, dans le sous-sol de son atelier de la rue Spontini<sup>106</sup>. Des entrepôts pour la conservation des vêtements sont installés dans le sous-sol des bureaux au 5 avenue George V dans les années 1980 ; à cette occasion, un premier inventaire est rédigé. De 1981 à 2004, le conservateur des collections est le costumier Hector Pascual. En 1997, une partie des pièces sont déplacées dans des entrepôts à la Villette, sous contrôle climatique (température entre 18 et 20 degrés, hygrométrie entre 50 et 55%<sup>107</sup>) où un espace de documentation est créé pour les chercheurs et les étudiants.

Avec l'inauguration de la Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent en 2004, les archives sont définitivement conservées au 5 avenue Marceau, où se trouvaient les ateliers de couture. En 2011, un autre local voisin voit le jour pour y conserver les archives graphiques et photographiques. Depuis 2017, les collections appartiennent au musée et sont devenues inaliénables.

Les fonds du Musée Yves Saint Laurent Paris sont principalement composées de pièces de collections Haute Couture et prêt-à-porter, de costumes de scènes mais aussi de toutes les collections graphiques. Parmi ces dernières se trouvent des croquis, des dessins pour les costumes de scène, des fiches d'atelier ; un fonds photographique contient les images des

---

<sup>105</sup> « Pierre Bergé », site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.

<sup>106</sup> Lola Fournier "Le processus de muséalisation ou l'art de pérenniser l'éphémère" in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 163.

<sup>107</sup> Valérie Mulattieri, "Les réserves", in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 201.

défilés, des documents sont aussi conservés en grand nombre tels que les revues de mode, les livres de ventes ou les outils de la maison de couture.

Le musée conserve environ 3100 modèles Haute Couture, sur les 8283 modèles créés<sup>108</sup> et plus de 7000 objets textiles. Les pièces vestimentaires sont en très bon état, la taille est presque toujours la même, c'est-à-dire celle des prototypes des défilés<sup>109</sup>.

Outre la collection créée et conservée par le couturier, de nombreuses donations de clients ont été faites ainsi que des acquisitions avec les fonds du musée.

Une partie de la collection est numérisée, elle est consultable en ligne sur le site web du musée<sup>110</sup>. 2586 œuvres y sont disponibles : la recherche peut être effectuée par thème, choisissant le filtre « spectacle », « évènement » et « illustrations ». Une exposition virtuelle sur les archives est visitable sur le site web : suivant trois parcours, les visiteurs découvrent des pièces vestimentaires, chacune est accompagnée de son croquis et de la photographie.

#### *b. Le parcours d'exposition*

*« La muséographie est [...] la grande force du Musée Yves Saint Laurent, dont les œuvres présentées le sont dans le lieu même de leur création<sup>111</sup> »*

Les pièces vestimentaires suivent un ordre thématique sous deux angles d'étude : l'histoire des collections du couturier, à travers ses pièces iconique et l'histoire de la mode du point de vue d'Yves Saint Laurent. Parmi les pièces iconiques, sont présentés les créations s'inspirées par des toges des vestales romaines et des robes de la Renaissance ou encore du Moyen Âge (fig.13) ; le musée ne cesse de souligner ces renvois, en exposant la pièce du couturier avec l'objet de son inspiration.

La visite commence au rez-de-chaussée haut (fig.14), dans cinq espaces et continue à l'entresol, où plusieurs documentaires sur la vie du couturier sont projetés. Au premier étage

---

<sup>108</sup> Leslie Veyrat « Les textiles » in Aurélie Samuel, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 181.

<sup>109</sup> Aurélie Samuel, *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 227.

<sup>110</sup> « Collections » site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.

<sup>111</sup> Aurélie Samuel, *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 224.

se trouvent une autre salle d'exposition ainsi que la reproduction du studio d'Yves Saint Laurent : « un vaste espace neutre, clair et silencieux, dont le miroir occupe un pan entier du mur et constitue l'élément principal (fig. 15). Le couturier examinait principalement le reflet du mannequin dans le miroir, véritable interface qui créait la distance nécessaire à l'appréciation du vêtement<sup>112</sup> ». La bibliothèque de Saint Laurent y est conservée. La visite se poursuit dans un long couloir au rez-de-chaussée, où plusieurs écrans projettent des documentaires choisis en fonction du sujet de l'exposition. Les visiteurs remontent au rez-de-chaussée haut, où les dernières trois salles du musée contiennent les pièces les plus fragiles dans des vitrines ; la luminosité est très basse afin d'assurer une meilleure conservation des pièces.

Les créations d'Yves Saint Laurent sont présentées sur des plateformes d'exposition : elles sont exposées en formant des ensembles cohérents pour permettre une bonne compréhension du thème analysé.

A la sortie du parcours d'exposition, les visiteurs peuvent acheter à la librairie des ouvrages sur le couturier et sur le musée ainsi que les produits dérivés.

### *c. Les dispositifs de présentation*

Les dispositifs de présentation du Musée Yves Saint Laurent Paris sont conçus de manière à assurer la protection des œuvres tout en ayant une bonne visibilité. Cela a été permis grâce à d'importants travaux de rénovation qui ont transformé l'espace interne de l'hôtel particulier, en un lieu accessible au public. Dans les salles du rez-de-chaussée haut et du premier étage, les créations vestimentaires sont présentées sur des plateformes d'exposition à plusieurs niveaux. L'absence de mise à distance et donc de protection permet aux visiteurs de toucher les vêtements or, les restaurateurs conseillent toujours de respecter une mise à distance avec le public, qui doit correspondre à la longueur d'un bras entre les visiteurs et l'objet<sup>113</sup>.

---

<sup>112</sup> Livret de visite, Musée Yves Saint Laurent Paris.

<sup>113</sup> Entretien avec la restauratrice Cristina Carr du Département des Textiles du Metropolitan Museum of Art, la transcription est disponible dans le Dossiers documentaire des Annexes du présent mémoire.

Les vitrines ne contiennent que les croquis, les documents, et les revues ainsi que les objets précieux – tels que les bijoux et les œuvres d'art. Les dernières salles du parcours de visite présentent les pièces vestimentaires les plus fragiles, toutes placées sous vitrines.

Chaque mannequin expose des vêtements et des accessoires. Contrairement à la plupart des musées de couturier, le Musée Yves Saint Laurent complète les tenues des mannequins par l'apport de chaussures. Certains mannequins enfants témoignent des créations du couturier pour les plus petits. Nous constatons l'utilisation de trois types de mannequins à l'intérieur de l'exposition : au rez-de-chaussée sont présentés des mannequins stylisés de couleur noire (fig. 16, fig.17) qui ne sont pas mis en valeur à cause du faible éclairage de la salle et de son décor trop sombre. De plus, les tenues se confondent avec la couleur des mannequins. Dans la même salle sont présentés aussi certains mannequins invisibles.

Au contraire, au premier étage, les mannequins stylisés sont de couleur blanche comme les décors des murs : ici, le résultat est plus convaincant car les tenues sont bien plus visibles par rapport à celles du rez-de-chaussée. Il est tout de même nécessaire de souligner que dans cette pièce, l'éclairage est bien plus fort que celui de l'étage inférieur, qui présente des pièces plus fragiles : « Par mesure de prévention, les œuvres sont exposées dans des conditions de faible luminosité et de faible température. Le Musée Yves Saint Laurent Paris remercie par avance ses visiteurs de leur compréhension<sup>114</sup> ».

Les cartels reposent directement sur les plateformes, qui sont rétro-illuminés, pour assurer une meilleure lisibilité. Chaque cartel est numéroté et correspond aux mannequins qui le sont aussi. Les visiteurs y découvrent le nom du modèle exposé, la collection, les matériaux ainsi que son numéro d'inventaire ; de nombreux cartels développés racontent les histoires des pièces. De plus, devant chaque plateforme se trouve un écran qui projette des vidéos des défilés et les sources d'inspirations du couturier. Ces dispositifs sont fondamentaux pour la compréhension des pièces. Il est difficile et presque impossible de reproduire l'effet d'un vêtement sur un mannequin qui ne bouge pas. Grâce à ce *display*, les visiteurs ont une vision plus réelle. Quant aux sources d'inspiration, le musée informe les visiteurs que « cette mise en regard permet de mieux comprendre l'imaginaire empreint de culture d'Yves Saint Laurent en tentant d'établir des liens visuels entre ses créations et des peintures qui représentent les modes de chacune des époques<sup>115</sup> ». Ces écrans facilitent l'analyse des thèmes abordés pendant la visite.

---

<sup>114</sup>«Informations pratiques» site web du Musée Yves Saint Laurent Paris.

<sup>115</sup>La phrase est écrite sur les écrans numériques.

Chaque salle est introduite par des textes muraux, en langues française et anglaise. Plusieurs sources d'illuminations sont présentes dans les salles : des LED linéaires cachés tout autour des plafonds et des plateformes d'expositions, connues sous le nom de *cove lighting*, diffusent une lumière douce à l'intérieur des salles. Certaines salles sont éclairées aussi par des spots sur rail, attachés aux plafonds.

#### *d. La programmation culturelle*

Depuis son ouverture en 2017, trois expositions temporaires ont été présentées. Leur durée limitée (de quatre à onze mois) protège les pièces et permet de faire une rotation des textiles. Par exemple, le « Parcours inaugural<sup>116</sup> » a duré onze mois mais au bout de cinq mois, la majorité des œuvres ont été changées. Il invite les visiteurs à découvrir le génie créatif du couturier autour de cinquante pièces de Haute Couture emblématiques de la carrière de Saint Laurent, racontées à l'aide de croquis, accessoires, films et photographies.

Puis « L'Asie rêvée d'Yves Saint Laurent<sup>117</sup> » est la première exposition thématique du musée : cinquante modèles racontent l'inspiration du couturier puisée dans les cultures de l'Inde, de la Chine et du Japon. Le musée a présenté les vêtements de Saint Laurent en dialogue avec de nombreuses pièces du Musée National des arts asiatiques – Guimet de Paris et de collections privées, de sorte à mieux faire comprendre le lien étroit entre les créations et les objets d'art de ces pays. Enfin, l'exposition « Nouvelle présentation des collections<sup>118</sup> » retrace les grands thèmes du couturier et propose aux visiteurs les pièces nées de la collaboration de Saint Laurent avec le couple d'artistes François-Xavier et Claude Lallane. Une importante section est aussi consacrée à la « révolution Mondrian », autour de la collection automne-hiver 1965.

Des visites guidées sont organisées pour chaque exposition et dans l'atelier de restauration du musée, en collaboration avec Cultival, partenaire du musée.

Un grand nombre de conférences et d'évènements sont proposés dans les espaces du musée.

---

<sup>116</sup> 3/10/2017-9/09/2018.

<sup>117</sup> 02/10/2018 – 27/01/2019.

<sup>118</sup> 12/02/2019-5/01/2020.



*e. Les outils de communication*

Le site web du Musée Yves Saint Laurent Paris est très complet : outre les informations pratiques, les expositions temporaires et les expositions hors-les-murs, les visiteurs peuvent y découvrir la biographie d'Yves Saint Laurent et Pierre Bergé à travers des « chroniques » qui racontent leurs histoires.

Le musée est ouvert pendant les expositions temporaires, du mardi au dimanche. Le tarif est de 10 euros et 7 euros pour les enseignants et étudiants. Par contre, l'entrée est gratuite pour les enfants de moins de 10 ans, les étudiants en mode et en histoire de l'art, les personnes en situation de handicap, les journalistes et les membres ICOM.

*Le Musée Yves Saint Paris offre une rétrospective passionnante de la carrière du couturier. « Au-delà de la vie et de la création du couturier, ce musée raconte également l'histoire de la Haute Couture dans la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle et ses bouleversements. Grâce aux archives conservées et aux entretiens menés avec d'anciens collaborateurs, entre patrimoine matériel et immatériel, le musée témoigne aussi bien du fonctionnement d'une maison de couture que de l'art de vivre qu'accompagnait la Haute Couture<sup>119</sup> ». C'est ce qui différencie le Musée Yves Saint Laurent des musées de couturiers car il n'expose pas uniquement les vêtements mais consacre toute une partie de son exposition aux sources d'inspiration qui ont servi au couturier. Le Musée présente aussi les documents qui racontent les phases de créations des pièces : des croquis, des fiches d'ateliers et des échantillons de tissus sont mis à disposition des visiteurs pour en faciliter la compréhension. Le Musée Yves Saint Laurent Paris se caractérise pour être, parmi les musées de couturiers, celui qui respecte le plus les normes de conservations des artefacts vestimentaires. Est-ce parce que ce musée n'est pas rattaché à la maison de mode ?*

---

<sup>119</sup> Lola Fournier "Le processus de muséalisation ou l'art de pérenniser l'éphémère" in Aurélie Sameul, (sous la direction de), *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 166.

## Partie II

# Les musées de couturiers en Italie

### I. Musée Salvatore Ferragamo

Le Musée Salvatore Ferragamo raconte aujourd'hui l'histoire d'une marque de chaussures qui, au fil du temps, s'est muée en une véritable maison de mode et de luxe. Il est le fruit d'une volonté prise de l'ensemble des membres de la famille du cordonnier. Percevant la valeur historique de la collection Ferragamo, tous se sont, en effet, rassemblés autour d'un projet commun destiné à la partager et à la promouvoir auprès du public, en créant un musée familial d'entreprise et en s'entourant, pour ce faire, d'historiens et d'archivistes<sup>120</sup>.

#### 1. Salvatore Ferragamo, le *cordonnier des rêves*<sup>121</sup>

Salvatore Ferragamo naît en 1898 à Bonito, un village à 100 kilomètres de Naples. A neuf ans il crée, en secret, ses deux premières paires de chaussures pour la première communion de ses sœurs. Au début, ses parents s'opposent à cette passion naissante, considérant le métier de cordonnier comme encore plus humble que celui de paysan. Mais reconnaissant, petit à petit, le talent de Salvatore, ils l'autorisent à apprendre le métier. A à peine douze ans, Salvatore ouvre son premier magasin à Bonito, où il crée des modèles à la mode pour les dames de la ville. Son succès est immédiat. Si bien qu'un de ses frères, émigré outre-Atlantique, le convainc de le rejoindre aux États-Unis pour découvrir la technique des chaussures faites à la machine. Salvatore part à Boston puis à Santa Barbara, en Californie, où ses autres frères l'introduisent aux studios de l'*American Film Company*, alors à la recherche d'un cordonnier pour réaliser des chaussures et des bottes faites à la main. Au même moment, les frères de Salvatore ouvrent un magasin de chaussures et de réparation. Parmi les premières clientes figurent des actrices. En même

---

<sup>120</sup> « Storia » site web du Musée Salvatore Ferragamo.

<sup>121</sup> Le titre de son autobiographie est "Le cordonnier des rêves, autobiographie de Salvatore Ferragamo".

temps, Salvatore suit des cours de langue à l'école du soir et étudie l'histoire de la mode pour « harmoniser ses modèles avec ceux des costumes »<sup>122</sup>.

Il commence à analyser les pieds des Américains : s'appuyant sur ses études statistiques, il comprend que, ne connaissant pas les chaussures faites à la main, la majorité des Américains ont des pieds en mauvais état à cause des chaussures faites à la machine. Pour approfondir ses connaissances dans ce domaine, il s'inscrit aux cours du soir d'anatomie à l'*University of Southern California*, à 160 km de Santa Barbara, où il trouve la solution au problème de la distribution du poids corporel sur l'articulation du pied. Grâce à ses recherches, Salvatore Ferragamo crée « ses formes révolutionnaires qui soutiennent la voûte plantaire tout en permettant au pied de bouger librement<sup>123</sup>». A vingt ans, il obtient le diplôme d'ingénieur en chimie, mais continue de se considérer lui-même comme un artisan cordonnier.

En 1923, il s'installe à Hollywood, dans le sillage de l'*American Film Company* et de ses principaux clients qui s'y sont installés à la fin de la Première Guerre Mondiale. Son succès est immédiat : il réalise des chaussures pour le cinéma, pour le théâtre et pour des particuliers.

Ne se contentant pas de cette belle réussite, il décide en 1927 de retourner en Italie pour pouvoir travailler avec des cordonniers de renom, afin de mettre au point une nouvelle méthode de production. Parallèlement, il exporte ses modèles vers les États-Unis. Mais il ne rencontre pas en Italie tout l'accueil et le soutien qu'il avait escomptés. Il tente ainsi, en vain, d'ouvrir son quartier général dans les plus grandes villes italiennes car personne ne s'intéresse à son projet. Il finit par s'installer à Florence où il ouvre une usine et où il enseigne sa méthode aux cordonniers. Mais quelques mois après, ses associés en Californie, chargés de la distribution des chaussures, font face à d'importantes difficultés financières. De plus, vu que les cordonniers italiens sont peu enclins à suivre sa méthode, il décide d'ouvrir une école avec trente élèves et d'exporter lui-même toutes ses créations aux États-Unis. S'ensuivront Londres, Paris, Berlin et Amsterdam<sup>124</sup>.

Après l'effondrement du dollar en 1929, Salvatore Ferragamo fait faillite en 1933. De nature tenace, il décide néanmoins de remonter la pente et s'installe avec quelques-uns de

---

<sup>122</sup> Salvatore Ferragamo, *Il calzatore dei sogni. Autobiografia di Salvatore Ferragamo*, Skira 2010 Milano, p. 61-66, traduit de l'italien : « Armonizzare i suoi modelli con quelli dei costumi ».

<sup>123</sup> Traduit de l'italien : « crea le sue forme rivoluzionarie che sostengono l'arco plantare permettendo al piede di muoversi liberamente ». Salvatore Ferragamo, *Il calzatore dei sogni. Autobiografia di Salvatore Ferragamo*, Skira 2010 Milano, p. 100.

<sup>124</sup> Salvatore Ferragamo, *Il calzatore dei sogni. Autobiografia di Salvatore Ferragamo*, Skira 2010 Milano, p. 109-115.

ses ouvriers dans la cour de sa maison. Il comprend alors qu'il doit se recentrer sur le marché italien, tout en ne perdant pas de vue le marché international.

Trois ans après, en 1936, les exportations reprennent et son équipe compte vingt ouvriers. Il emménage alors à l'intérieur du *Palazzo Spini Feroni* où il loue deux laboratoires et un magasin. Avec l'arrivée de Mussolini au pouvoir, Salvatore Ferragamo doit s'adapter à de nouvelles difficultés : il ne peut plus exporter ses créations et les matériaux qu'il utilise – en particulier la peau et les lames d'acier – disparaissent. Malgré la pénurie, il poursuit ses recherches sur de nouvelles techniques. Et contre toute attente, c'est à ce moment-là qu'il crée ses modèles les plus emblématiques.

Ainsi, il commence à utiliser des feuilles de papier transparent et des fils colorés mais surtout il se sert du liège sarde pour remplir l'espace entre l'avant-pied et le talon<sup>125</sup> en créant les premiers talons compensés.

En 1938 Salvatore Ferragamo possède sept magasins en Italie et achète le Palais Spini Feroni dont il louait jusqu'ici une partie. Mais, avec le début de la deuxième Guerre Mondiale, ses cordonniers sont appelés sous les drapeaux. Deux ans après le début de la guerre, il épouse Wanda Miletti, la fille du Maire de Bonito, sa ville natale, qui prendra ensuite une part active dans les affaires familiales.

A la fin de la guerre, ses chaussures « deviennent un des symboles de l'Italie et de sa reconstruction »<sup>126</sup>. Il est constamment à la recherche de nouvelles matières et de nouvelles techniques. Parmi ses clientes les plus célèbres et les plus fidèles : nous pouvons citer Marilyn Monroe, Audrey Hepburn et Greta Garbo. En 1947, Salvatore Ferragamo est, à côté de Christian Dior, le premier cordonnier à recevoir à Dallas le prix américain *Neiman Marcus* pour son mérite dans le domaine de la mode.

Dès les années 1950, avec le développement de la consommation de masse, Ferragamo est obligé de se plier à production industrielle en série et commence donc à créer des modèles confectionnés à la machine.

Salvatore meurt en 1960, à l'âge de soixante-deux ans. Dans sa carrière, Salvatore Ferragamo a déposé plus de 350 brevets et accumulé plus de 20000 pièces uniques dans ses archives. De son vivant, il n'a jamais connu ni exposition ni musée qui rendent hommage à son talent.

---

<sup>125</sup> Salvatore Ferragamo, *Il calzatore dei sogni. Autobiografia di Salvatore Ferragamo*, Skira 2010 Milano, pp.131-5.

<sup>126</sup> Traduit de l'italien : "le sue scarpe diventano uno dei simboli dell'Italia della ricostruzione" in Fiorella Bulegato, *I Musei d'impresa*, p. 154.

C'est sa fille aînée, Fiamma Ferragamo, qui a pris le relai à la tête des activités de production devenues pour l'essentiel industrielles. Désormais, l'entreprise Ferragamo ne produit plus seulement des chaussures, elle est devenue une véritable maison de mode au sens large car Salvatore « avait toujours désiré habiller les femmes de *la tête aux pieds* <sup>127</sup> ».

## 2. Palazzo Spini Feroni

« Déjà bien avant d'emménager au Palais Spini Feroni, j'aimais cet édifice et je le considérais comme l'un des plus beaux de Florence. Il est situé sur le *Lungarno* à l'angle avec via Tornabuoni et domine le pont de la Sainte-Trinité – l'un des plus charmant de la ville, malheureusement détruit par les Allemands pendant leur retrait lors de la dernière guerre. Autrefois, le *Palazzo* était composé de deux édifices appartenant aux familles Spini et Feroni ; il a été complété il y a 700 ans, en 1289 pour la précision<sup>128</sup> ». Ainsi s'exprime Salvatore Ferragamo au sujet du bâtiment qui deviendra, en 1936, le principal lieu d'expression de sa créativité et de production de ses collections, et qui, près de 50 ans plus tard (en 1995), sera choisi par tous ses descendants comme le lieu d'implantation du musée dédié à leur aïeul.

Quand l'idée d'un Musée Salvatore Ferragamo a pris forme dans l'esprit de ses descendants, le choix du Palazzo Spini Feroni s'est immédiatement imposé. Étant le lieu où tout le talent de Ferragamo avait eu le loisir de s'exprimer, il était naturel et évident qu'il devait aussi abriter le musée consacré à la carrière du cordonnier, fortement liée à l'endroit lui-même. Aujourd'hui le Palais est, à la fois, le siège de l'entreprise Ferragamo S.p.A, le siège de la boutique et de la Fondation Salvatore Ferragamo, mais aussi le site qui accueille le musée et une partie des archives. C'est donc un véritable lieu de mémoire multiforme dont peuvent s'enorgueillir les descendants de Ferragamo, mais aussi tous les florentins.

---

<sup>127</sup> Traduit de l'italien: "Aveva sempre desiderato di vestire le donne "dalla testa ai piedi"" in Kristen Aschengreen Piacenti, "Il Museo Salvatore Ferragamo", in *Palazzo Spini Feroni e il suo museo*, S. Ricci, Mondadori, 1995, p. 235-236.

<sup>128</sup> Traduit de l'italien: "Già molto tempo prima di trasferirmi a Palazzo Spini Feroni amavo questo edificio e lo consideravo uno dei più belli di tutta Firenze. È collocato sul Lungarno all'angolo con via Tornabuoni e domina il ponte di Santa Trinità – uno dei più incantevoli della città, purtroppo distrutto dai tedeschi durante la ritirata dell'ultima guerra. Un tempo, il palazzo era composto da due edifici appartenenti alle famiglie Spini e Feroni; venne completato circa settecento anni fa, precisamente nel 1289" in Salvatore Ferragamo, *Il calzatore dei sogni. Autobiografia di Salvatore Ferragamo*, Skira 2010 Milano, p.137-147.

Il s'agit d'un bâtiment d'origine médiévale, construit en 1289 par Geri Spini, le banquier du Pape Boniface VIII<sup>129</sup>. Au cours des siècles, il passe dans de nombreuses mains, pour être finalement transformé en hôtel - l'hôtel de l'Europe - en 1834. En 1846 il abrite le siège du Conseil Municipal de Florence et, en 1881, il redevient privé. En 1938 il est acheté par Salvatore Ferragamo, qui y a déjà installé son atelier et sa première boutique deux ans auparavant, sans alors en posséder les murs.

D'importants travaux de rénovations y sont menés 40 ans après la mort de Salvatore, permettant la création, dans les années 2000, d'espaces d'exposition au sous-sol. En visitant le Musée, les visiteurs comprennent l'importance que le Palais a eu pour Salvatore Ferragamo. L'historien d'art Antonio Paolucci décrit en ces mots le rapport entre le cordonnier et ce lieu : « Ferragamo comprenait l'importance des symboles. De la même manière qu'il a su entrevoir et traduire en objets de séduction admirable, le sens même érotique – de la chaussure, il sut aussi reconnaître en cette vieille bâtisse (le Palais), évoquant un Moyen-Âge rude, massif, le parfait emblème de son métier<sup>130</sup>»

Nul doute qu'en choisissant le *Palazzo Spini Feroni* pour installer le siège du Musée et les archives, la famille Ferragamo a contribué à renouveler le lien étroit qui s'est tissé au fil du temps entre le bâtiment et le cordonnier, cultivant ainsi deux mémoires imbriquées l'une dans l'autre : celle du lieu et celle de l'homme.

---

<sup>129</sup>Site web de la Fondation Ferragamo.

<sup>130</sup>Traduit de l'italien : « Ferragamo capiva l'importanza dei simboli. Come seppa intuire per primo e tradurre in oggetti di mirabile seduzione, il significato anche erotico della scarpa femminile, così seppa riconoscere in quell'antica dimora [il Palazzo] che parlava di un Medioevo aspro, ferrigno, l'emblema perfetto del suo mestiere » in Antonio Paolucci, "Introduzione", in *Museo S. Ferragamo, I nostri primi trent'anni*, S. Ricci, Edifir edizioni, Firenze, 2015, p.8.

### 3. L'exposition itinérante de 1985

*« [Ferragamo] un label gagnant, à l'époque en forte expansion dans les marchés internationaux, racontait ses origines, dessinait son histoire et le faisait en suivant les protocoles et les méthodes de l'histoire de l'art, comme s'il s'agissait de faire un catalogue et d'illustrer le style et la fortune d'un grand maître du passé <sup>131</sup> »*

En 1985, pour commémorer les vingt-cinq ans de la mort de Salvatore Ferragamo, une première exposition est organisée par sa famille, en collaboration avec la Ville de Florence et la Galerie du Costume de Palazzo Pitti<sup>132</sup>, qui a juste ouvert deux ans auparavant. « Protagonistes de la Mode. Salvatore Ferragamo (1898-1960) »<sup>133</sup> tel est le titre officiel de cette exposition entièrement consacrée au cordonnier, qui prend place dans les salles du Palazzo Strozzi. Notons que ce palais n'est toutefois pas le premier endroit à accueillir des créations de Salvatore Ferragamo. Un grand nombre d'entre elles ont déjà parcouru des expositions nationales<sup>134</sup> comme internationales, et ont été présentées au Metropolitan Museum de New York et au Palais Galliera de Paris<sup>135</sup>. Deux-cents modèles et chaussures retracent la carrière de Ferragamo, s'attardant sur les évolutions majeures qu'il a su imprimer à l'histoire des chaussures. A cette époque, le mode de présentation surprend : les chaussures sont exposées comme des bijoux ou bien comme des sculptures car « cette exposition a été l'une des premières en Italie à considérer la mode comme un phénomène de culture et d'art contemporains. Les chaussures étaient examinées comme un produit de design du vingtième siècle »<sup>136</sup>.

Le modèle qui a inspiré la réalisation de l'exposition a été celui de « Yves Saint Laurent », l'exposition de Diana Vreeland au Metropolitan Museum de New York en 1983,

---

<sup>131</sup> Traduit de l'italien : « Un marchio vincente, già all'epoca in forte espansione sui mercati internazionali, raccontava le sue origini, disegnava la sua storia e lo faceva obbedendo ai protocolli e ai metodi della storia dell'arte come se si fosse trattato di selezionare il catalogo e di illustrare lo stile e la fortuna di un grande maestro del passato » in Antonio Paolucci, "Introduzione", in *Museo S. Ferragamo, I nostri primi trent'anni*, S. Ricci, Edifir edizioni Firenze, 2015, p.9.

<sup>132</sup> Le premier musée national en Italie sur l'histoire de la mode et des accessoires.

<sup>133</sup> Titre originel : « Protagonisti della Moda. Salvatore Ferragamo (1898-1960) »

<sup>134</sup> Les chaussures Ferragamo avaient été présentées dans l'exposition milanaise "Vent'anni di moda italiana" au Musée Poldi Pezzoli. (Stefania Ricci, *I nostri primi trent'anni*, Edifir edizioni Firenze, 2015, p.14.)

<sup>135</sup> Kristen Aschengreen Piacenti, "Il Museo Salvatore Ferragamo", in *Palazzo Spini Feroni e il suo museo*, S. Ricci, Mondadori, 1995, p. 245.

<sup>136</sup> Traduit de l'italien : "la mostra fu anche una delle prime in Italia a considerare la moda come un fenomeno della cultura e dell'arte contemporanee. Le calzature, infatti, erano esaminate come un prodotto del design del Novecento" in Kristen Aschengreen Piacenti, "Il Museo Salvatore Ferragamo", in *Palazzo Spini Feroni e il suo museo*, S. Ricci, Mondadori, 1995, p. 245.



première exposition dédiée à un couturier vivant. Grâce à cette exposition et à d'autres de Diana Vreeland, pourtant très critiquées à l'époque, la mode contemporaine a pu rentrer dans les musées<sup>137</sup>.

« Protagonistes de la Mode. Salvatore Ferragamo (1898-1960) » est ensuite présentée dans plusieurs musées internationaux, devenant une exposition itinérante, sous un autre titre. Ainsi en 1987, au Victoria & Albert Museum de Londres<sup>138</sup> l'exposition « Salvatore Ferragamo. The Art of the Shoe 1927-1960 » a été la plus visitée de l'année<sup>139</sup> et, en 1992, l'exposition est à nouveau présentée au Los Angeles County Museum<sup>140</sup>. La commissaire d'exposition est, pour toutes les étapes, Stefania Ricci, choisie par Fiamma Ferragamo, en tant qu'historienne de l'art et consultante de la Galerie du Costume de Palazzo Pitti. En 1998, l'exposition rétrospective a été présentée à la Sogestu Kai Foundation de Tokyo<sup>141</sup>. Au cours des années, la muséographie a été modifiée afin de s'adapter aux différents musées et publics.

Selon Antonio Paolucci, historien de l'art, l'exposition de 1985 s'est avérée fondamentale pour comprendre qu'une entreprise n'est pas seulement un « facteur économique mais aussi un facteur culturel, quelque chose qui déplace de l'argent, produit un profit, des emplois, de la notoriété et du prestige mais qui en même temps stimule les idées, élabore des propositions, invente des produits <sup>142</sup>»

---

<sup>137</sup> Stefania Ricci, *I nostri primi trent'anni*, Edifir edizioni Firenze, 2015, p.13.

<sup>138</sup> 31/10/1987 – 7/02/1988.

<sup>139</sup> Kristen Aschengreen Piacenti, "Il Museo Salvatore Ferragamo", in *Palazzo Spini Feroni e il suo museo*, S. Ricci, Mondadori, 1995, p. 246.

<sup>140</sup> 12/04-7/06 1992.

<sup>141</sup> 14/04-14/05 1998.

<sup>142</sup> Antonio Paolucci, "Introduzione", in *Museo S. Ferragamo, I nostri primi trent'anni*, S. Ricci, Edifir edizioni Firenze, 2015, p.9.

"Traduit de l'italien : « (Essere cioè l'impresa) un fattore economico ma anche culturale, qualcosa che muove denaro, produce profitto, occupazione, notorietà e prestigio ma anche allo stesso tempo stimola idee, elabora proposte, inventa prodotti ... ».

## 4. Le Musée Salvatore Ferragamo

Poussé par le succès de l'exposition itinérante, la famille Ferragamo décide de créer un lieu permanent afin de partager avec le public l'histoire et la collection du célèbre cordonnier. Le Musée Salvatore Ferragamo est inauguré en mai 1995, dix ans après la première exposition.

### a. *L'exposition permanente*

A son ouverture, le Musée Salvatore Ferragamo occupe le deuxième étage du Palais, offrant un espace d'exposition permanent de 200 m<sup>2</sup>. Les chaussures y sont exposées dans des vitrines, préalablement dessinées pour la rétrospective du Palais Strozzi. L'aménagement est pensé par la conservatrice Stefania Ricci et l'architecte Roberto Monsani. S'étendant sur quatre salles, le contenu de l'exposition retrace la carrière du cordonnier en la scindant en trois périodes : des débuts américains jusqu'au retour en Italie en 1927 ; les années 1930-1940 et les années 1950 : l'*apogée* de son activité. Dans cette dernière partie, des modèles de Fiamma Ferragamo sont aussi présentés, attestant de la continuité de l'implication de la famille. La vie de Salvatore Ferragamo est, par ailleurs, le sujet d'un documentaire<sup>143</sup>, diffusé à la fin du parcours de visite.

Afin d'assurer une bonne conservation des chaussures sans risquer de décevoir le public, celles-ci sont exposées en suivant une rotation biennale. Pendant le premier mois d'ouverture, le musée a fait l'objet de visites privées réunissant des conservateurs et des directeurs de musées internationaux présents à Florence pour le colloque annuel d'ICOM<sup>144</sup> et invités à constater par eux-mêmes le véritable intérêt scientifique du Musée Ferragamo<sup>145</sup>.

A partir de 1996, des expositions temporaires sont programmées au sein du musée. En 1997, l'exposition « Matériaux pour la fantaisie<sup>146</sup> » rend hommage à la créativité du

---

<sup>143</sup> Kristen Aschengreen Piacenti, "Il Museo Salvatore Ferragamo", in *Palazzo Spini Feroni e il suo museo*, S. Ricci, Mondadori, 1995, p. 240.

<sup>144</sup> Le ICAA Annual Meeting, 20-26 mai 1995, Florence.

<sup>145</sup> Stefania Ricci, *I nostri primi trent'anni*, Edifir edizioni Firenze, 2015, p.36.

<sup>146</sup> Titre originel : "Materiali per la Fantasia".

cordonnier et à sa perspicacité dans le choix et l'utilisation des matériaux. Mais toutes les expositions temporaires hébergées par le musée ne sont pas nécessairement centrées sur Ferragamo. Le musée a notamment vocation à recevoir des expositions diverses, dans le cadre de la Biennale d'art et de mode de la ville. C'est ainsi qu'en 1996, il accueille « Bruce Weber. Secret Love », une rétrospective sur le travail du photographe de mode américain, et deux ans plus tard, « Cendrillon : la chaussure retrouvée <sup>147</sup> », une exposition qui, après le Musée Ferragamo, tournera dans onze musées internationaux.

Parallèlement, le musée se lance dans l'organisation d'expositions à l'extérieur, dans d'autres musées. Exemples : « Tanaka Ikko, le graphisme du Japon » au *Padiglione d'Arte Contemporanea* de Milan et « Audrey Hepburn, une femme, le style <sup>148</sup> » présentée dans les principaux musées japonais.

Suivant la tendance, des *flagship store* sont par ailleurs créés dans les principales villes internationales. Dès l'inauguration du musée, ces magasins « porte-drapeau », véritables vitrines de la marque Ferragamo, ont aussi vocation à abriter certaines expositions du musée, y compris des pièces d'archives <sup>149</sup>. La première exposition itinérante est « Game » en 2003-2004, présentée dans les *flagship store* de New York, de Tokyo et de Milan.

Tous ces déplacements d'expositions sont planifiés par les gestionnaires du musée qui y voient une façon de compenser un manque de places dans le musée et de faire rayonner la marque partout dans le monde.

L'accès au musée étant limité par l'espace disponible, il est seulement visitable sur rendez-vous, trois jours par semaine, durant la première année. Les visiteurs sont alors principalement des clients prestigieux de la marque, des élèves d'écoles de mode et des visiteurs passionnés, triés sur le volet. Suite aux lourdes contraintes rencontrées par les gestionnaires, le musée se voit ensuite déplacé dans un nouvel espace plus propice. Pas question cependant de transiger sur le maintien du musée à l'intérieur du Palais <sup>150</sup>. Cette volonté étant très forte, des travaux ont été faits pour créer une nouvelle galerie d'exposition.

---

<sup>147</sup> Titre original: "Cenerentola: la scarpa ritrovata".

<sup>148</sup> Exposition "Audrey Hepburn, una donna, lo stile", étapes de l'exposition à partir de l'an 2000: Tokyo, Nihombashi-Mitsukoshi Museum Fukuoka, Mitsukoshi Museum, Kanazawa, Daiwa Museum, Hiroshima, Sogo Museum, Nagoya, Matsuzakaya Museum, Sapporo, Seibu Museum, Kobe, Daimaru Museum, Kyoto, Daimaru Museum, Osaka, Shinsaibashi-Daimaru Museum, Sendai, Fujisaki Museum Nel corso del 2001: Francoforte, Deutsche Filmmuseum.

<sup>149</sup> Stefania Ricci, *I nostri primi trent'anni*, Edifir edizioni Firenze, 2015, p.37.

<sup>150</sup> Entretien avec Gregorio Gabellieri, Museum Marketing & Promotion Specialist au Musée Ferragamo, le 08/01/2019.

C'est pourquoi d'importants travaux sont entrepris afin de créer une nouvelle galerie d'exposition en son sein, inaugurée en 2006.

*b. Le Musée Salvatore Ferragamo aujourd'hui*

En 2006, après des rénovations importantes, le musée est transféré dans le sous-sol du Palais *Spini Feroni*. L'opération permet de créer un espace de 700 m<sup>2</sup> qui remplacent les 200 m<sup>2</sup> des salles du deuxième étage, où se trouvait le musée. Ce nouvel espace bénéficie, en outre, d'un accès séparé de celui du Palais, avec une entrée directe par la *Piazza di Santa Trinità*, conférant au musée une meilleure visibilité.

Le musée est inauguré dans sa nouvelle configuration : un vaste espace parfaitement adapté s'offre aux expositions temporaires. Les salles du rez-de-chaussée n'exposent plus la collection permanente, l'objectif étant de « rendre dynamique la vie du musée, comme la vie de l'entreprise, de faire en sorte que le public local, et pas seulement les touristes, retourne visiter le musée plusieurs fois, comme un rendez-vous annuel régulier autour d'un thème différent à chaque fois, tiré de l'expérience de Salvatore Ferragamo, de l'histoire de sa vie, de ses créations, de ses clientes et des valeurs auxquelles il a cru. Ce thème est systématiquement traité de manière transversale, afin de conjuguer l'univers de Ferragamo avec d'autres domaines tels que l'art, l'architecture, le design, l'histoire économique et sociale et même la philosophie. Chaque fois, le musée se présente différemment. Les contenus changent ainsi que l'aménagement<sup>151</sup> ».

Certes, ces expositions ont comme point de départ l'histoire de Salvatore Ferragamo, mais elles abordent des sujets beaucoup plus vastes, à l'image des collaborations multiples que Ferragamo a su tisser avec des artistes contemporains comme Lucio Venna et Pietro Annigoni, auxquels il a notamment confié ses campagnes publicitaires et le graphisme de son logo. Si bien que le musée est reconnu aujourd'hui comme un lieu dédié à la culture contemporaine de la mode, de l'art, du design et des costumes. De ce fait, quand nous

---

<sup>151</sup> Traduit de l'italien: "Per rendere dinamica la vita del museo, come lo è quella di un'azienda, e fare in modo che il pubblico locale, non solo il turista, torni più volte a visitare il museo come un appuntamento costante, è stato pensato di selezionare ogni anno un tema di ricerca che, partendo dall'esperienza di Salvatore Ferragamo, dalla storia della sua vita, dalle sue creazioni, dalle clienti che ha servito e dai valori in cui ha creduto, viene indagato in modo trasversale, coniugando il mondo Ferragamo con altri ambiti come l'arte, l'architettura, il design, la storia economica e sociale, la filosofia. Ogni volta il museo si presenta diverso. Cambiano i contenuti e cambia l'allestimento" in Stefania Ricci, *I nostri primi trent'anni*, Edifir edizioni Firenze, 2015, p.51.

étudions aujourd'hui les modèles de Ferragamo, nous retrouvons de nombreuses références aux mouvements d'art de son époque<sup>152</sup>.

Si le musée permanent était gratuit, depuis 2006 le nouveau musée est devenu payant afin de financer les projets culturels du musée.

### *c. Les expositions temporaires*

Les premières expositions temporaires, rappelons-le, remontent à 1996. Mais, dix ans après, avec la transformation du musée, elles prennent une nouvelle dimension. C'est pourquoi, dès 2006, le musée organise des expositions thématiques reliées au travail de Salvatore Ferragamo dans les nouvelles salles et continue de créer des expositions dans les musées italiens<sup>153</sup> et internationaux, en collaboration avec d'autres institutions. Après « Créativité à couleurs<sup>154</sup> », qui durera de 2006 à 2010, le nouveau Musée Salvatore Ferragamo décide d'augmenter le rythme en proposant chaque année une à trois expositions temporaires. Celle sur Marilyn Monroe<sup>155</sup> attire, à elle seule 48000 visiteurs, ce qui la place en tête du point de vue de la fréquentation.

Rompant avec la tradition, toutes ces expositions font l'objet d'une véritable approche marketing ; des campagnes publicitaires sont mises en œuvre dans les magasins Ferragamo de Florence et de l'étranger, où sont aussi présentés les catalogues des expositions. De tels dispositifs visent à sensibiliser et à attirer les clients de la marque<sup>156</sup> et un plus large public aux expositions. A l'inverse, ils participent également, bien sûr, à l'amélioration de l'image de la marque.

### *d. Les dispositifs de présentation*

Chaque exposition, bénéficie de dispositifs de présentation des chaussures et autres objets d'art qui lui sont propres. En règle générale, les chaussures sont exposées sur des

---

<sup>152</sup> Kristen Aschengreen Piacenti, "Il Museo Salvatore Ferragamo", in *Palazzo Spini Feroni e il suo museo*, S. Ricci, Mondadori, 1995, p. 240.

<sup>153</sup> Comme par exemple l'exposition Equilibrium présentée à Gênes.

<sup>154</sup> Titre originel : « Creatività a colori », 6/12/2006 – 26/04/2010.

<sup>155</sup> Titre originel : « Marilyn », 20/06/2012 – 24/04/2013. L'exposition a été ensuite présentée au Prague Castle Riding School à Prague.

<sup>156</sup> Entretien avec Gregorio Gabellieri, Museum Marketing & Promotion Specialist au Musée Ferragamo, le 08/01/2019.

socles à l'intérieur de vitrines (fig.18), illuminées par des spots, situés à l'intérieur ou à l'extérieur. Les chaussures les plus fragiles sont soutenues par des embouchoirs en bois (fig. 19). Chaque chaussure est décrite par un cartel qui indique les matériaux employés et la date de fabrication. Des cartels développés ponctuent également le parcours de visite. Les mannequins utilisés sont souvent les mêmes que ceux des boutiques Ferragamo. Ils sont fournis par la marque italienne Bonaveri.

#### e. La programmation culturelle du Musée

Le musée se caractérise par une intense activité culturelle, rendue possible grâce à une étroite collaboration avec la Fondation du même nom. Des visites guidées, des conférences et des *workshops* sont fréquemment organisés pour tous les publics. Chaque année, en novembre le Musée Ferragamo participe à la semaine de la culture d'entreprise, en organisant des visites guidées ainsi que des parcours didactiques pour les enfants<sup>157</sup>. L'initiative de cet événement revient à l'association *Museimpresa* qui fédère les musées et répertorie les archives des entreprises italiennes depuis 2001.

De plus, le musée collabore et sponsorise les colloques de *Costume Colloquium*<sup>158</sup>, qui ont lieu à Florence tous les deux ans, pendant le mois de novembre. A cette occasion, il organise des visites guidées spéciales de l'exposition en cours.

Autre élément notable : le Musée Ferragamo se classe au rang de premier musée d'entreprise « Green<sup>159</sup> » en Italie. Il obtient cette distinction suite à sa collaboration avec *Museimpresa*, destinée à créer un réseau international de musées d'entreprises durables. Ceux-ci établissent le bilan de leurs émissions de CO2 pour promouvoir la culture de la durabilité.

Depuis 2017, le musée fait partie de ICOM – International Council of Museums.

Enfin, un *bookshop* à l'entrée du musée propose aux visiteurs d'acheter les catalogues des expositions ainsi que des produits dérivés.

---

<sup>157</sup> Site web du Musée Salvatore Ferragamo.

<sup>158</sup> Organisé par Costume-Textiles.

<sup>159</sup> Traduit de l'italien : "Il museo Salvatore Ferragamo come ambasciatore della sostenibilità", site web Museimpresa.

## 5. La Fondation Salvatore Ferragamo

La fondation Ferragamo est née dans un deuxième temps, en 2013, de la volonté de Wanda Ferragamo et de ses enfants, qui entendent gérer et valoriser les archives tout en promouvant l'artisanat et le *Made in Italy*. Cependant, elle est séparée du Musée, qui est administré directement par le Groupe Ferragamo S.p.A. Néanmoins, la Fondation est partie intégrante de l'entreprise. Son siège se trouve d'ailleurs à l'intérieur de Palais Spini Feroni. La mission principale de la Fondation est « d'offrir l'opportunité de réussite et de formation aux jeunes qui veulent travailler dans le monde de la mode et du design et dans les formes plus importantes et les plus artistiques de l'artisanat italien, en ligne avec les valeurs qui ont été à la base du Made in Italy et du travail de Salvatore Ferragamo : la passion pour l'artisanat, l'innovation technologique, la créativité et le lien avec la culture de son propre territoire<sup>160</sup>».

Au titre de cette mission, la Fondation collabore avec de nombreuses institutions à divers projets : elle organise des sessions de formation et des laboratoires didactiques. Elle publie des articles et met à disposition des jeunes chercheurs, des bourses et leur décerne des prix afin de soutenir les projets qu'elle juge innovants.

### *Les Archives*

« Les archives très riches de mon père, qui avaient été conservées dans leur intégrité, constituaient pour l'entreprise une source constante d'inspiration pour les nouveaux modèles<sup>161</sup>»

Les Archives de Salvatore Ferragamo rassemblent 15000 chaussures ainsi que des documents et des photographies qui retracent la carrière du cordonnier, année après année. Cette collection témoigne à présent que « la conscience de son propre travail [celui de S. Ferragamo] c'est de devoir laisser un témoignage de soi, de ses propres recherches, de sa

---

<sup>160</sup> Traduit de l'italien : « è offrire opportunità di crescita e di formazione ai giovani che intendono operare nel mondo della moda e del design e delle forme più alte e artistiche di artigianato italiano, in linea con i valori che hanno costituito la base del Made in Italy e del lavoro di Salvatore Ferragamo: la passione artigiana, l'innovazione tecnologica, la creatività e il legame con la cultura del proprio territorio » citation de Wanda Miletti Ferragamo, Présidente de la Fondation, in site web de la Fondation Salvatore Ferragamo.

<sup>161</sup> Traduit de l'italien : «L'archivio ricchissimo di mio padre, che era stato mantenuto integro, costituiva per l'azienda una continua fonte di ispirazione per i nuovi modelli» in Ferruccio Ferragamo, *Premessa in Museo S. Ferragamo, I nostri primi trent'anni*, S. Ricci, Edifir edizioni Firenze, 2015.

propre créativité, à l'adresse des plus jeunes en particulier<sup>162</sup> ». Ferragamo gardait effectivement de nombreux modèles de chaussures encore au stade de conception, ainsi que des moules en bois des pieds de stars, comme ceux de Marlene Dietrich et de Greta Garbo, qui font partie aujourd'hui des archives. Les archives regroupent également une collection de chaussures du XVIIIème siècle, achetées par Ferragamo en personne, qui révèlent l'intérêt que Salvatore portait à l'histoire des chaussures et la source probable d'inspiration qu'il y trouvait pour l'élaboration de ses propres modèles. Sans oublier ses créations phares et ses pièces uniques, dont il ne manquait pas de faire une copie afin de les garder dans sa collection<sup>163</sup>. Toutes les chaussures sont conservées au deuxième étage, dans la tour du Palazzo Spini Feroni, à l'intérieur de salles climatisées : elles sont enveloppées dans du papier neutre, du point de vue acido-basique, à l'intérieur de boîtes rangées dans des meubles en métal. Les archives du Palazzo Spini Feroni, dénombrent aussi 2 300 pièces vestimentaires ; celles-ci ne constituent cependant pas la totalité des pièces, le reste étant archivé ailleurs.

Enfin, les archives contiennent de nombreux documents, parmi lesquels des journaux, des revues de presse et des annonces publicitaires. Nous y trouvons aussi des croquis des années 1950, certes non signés de Salvatore Ferragamo, puisqu'il dessinait à la main levée et qu'ils étaient ensuite recopiés par ses employés. Sans compter les 350 brevets déposés par Salvatore Ferragamo, qui ont été repris aux Archives d'État à Rome dans les années 1990<sup>164</sup> et qui sont la preuve patente et scientifique de l'importance des techniques mises au point par le cordonnier pendant sa carrière.

Une partie des archives a été numérisée dès 2008, en partenariat avec le projet *Europeana*, porté par le Ministère des Biens Culturels et des Activités Culturelles et du Tourisme et qui vise à rassembler des images des musées publics et privés. Toutes ces archives sont disponibles en ligne. En outre, le musée prête très fréquemment des pièces de ses archives pour des expositions.

---

<sup>162</sup> Kristen Aschengreen Piacenti, "Il Museo Salvatore Ferragamo", in *Palazzo Spini Feroni e il suo museo*, S. Ricci, Mondadori, 1995, p. 237-240. "la consapevolezza del proprio lavoro e di avere il dovere di lasciare una testimonianza di sé, delle proprie ricerche, della propria creatività, e in particolare ai più giovani".

<sup>163</sup> Entretien avec Gregorio Gabellieri, Museum Marketing & Promotion Specialist au Musée Ferragamo, le 08/01/2019.

<sup>164</sup> Stefania Ricci, *I nostri primi trent'anni*, Edifir edizioni Firenze, 2015, p.13.



Après le décès de Salvatore, la famille Ferragamo n'a pas cessé d'enrichir les archives en y intégrant chaque année les nouveaux modèles de chaussures et les nouveaux produits de la marque : sacs, collections vestimentaires, accessoires et parfums<sup>165</sup>.

Le site du Musée Salvatore Ferragamo est un site vitrine qui renseigne donc les futurs visiteurs sur l'histoire du cordonnier et celle du musée, sur les événements et les initiatives en cours, en plus des informations pratiques. Autrefois dissocié du site de la marque Ferragamo, il en est aujourd'hui partie intégrante, offrant au musée plus de visibilité. La partie du site dédié à la marque balaye aussi tout l'héritage de Salvatore Ferragamo, au travers de son histoire, de celle de la marque et du Palais Spini Feroni à l'appui de textes, de vidéos et de photographies.

Le site internet de la Fondation est, quant à lui, dissocié de celui de la marque Ferragamo<sup>166</sup>.

*Depuis l'ouverture du musée, la collection s'est beaucoup agrandie grâce à de nombreuses donations.*

---

<sup>165</sup> Stefania Ricci, *I nostri primi trent'anni*, Edifir edizioni Firenze, 2015, p.29.

<sup>166</sup> Site web de la Fondation Salvatore Ferragamo.

## II. La Galerie Gucci Garden

La *Gucci Garden Galleria* est un espace de la Maison de mode Gucci situé dans le centre historique de Florence. Il a ouvert en 2011 sous le nom de Gucci Musée, voulu par Frida Giannini, à l'époque directrice artistique de la marque. Cependant, depuis 2017, ce musée a été transformé en une galerie dynamique pensée par le nouveau directeur artistique, Alessandro Michele, en collaboration avec la commissaire d'exposition Maria Luisa Frisa. Le musée occupe les 1715 m<sup>2</sup> du majestueux Palais *della Mercanzia*, un palais dont la partie inférieure a été terminée en 1362 et la partie supérieure date en 1540<sup>167</sup>. Avant de devenir le quartier général sous Giannini, une banque occupait l'édifice. En effet, les archives se trouvent aujourd'hui dans les espaces du caveau de la banque.

### 1. L'entreprise Gucci

L'histoire de la Maison Gucci remonte à 1921, année de création de l'entreprise de production spécialisée en accessoires en cuir, ouverte à Florence. Le fondateur, Guccio Gucci (1881-1953), commence à travailler très jeune à Londres, en tant que liftier à l'Hôtel Savoy, où il découvre le style et l'élégance de l'aristocratie anglaise<sup>168</sup>. A son retour dans sa ville d'origine, il ouvre un atelier et un magasin d'articles de voyage et d'accessoires pour l'équitation. Dès le début, le succès est dû au savoir-faire des artisans toscans et à l'élégant goût de Guccio Gucci. Les articles les plus vendus sont les accessoires pour l'équitation : c'est ainsi que le symbole de la marque devient un mors. Pendant la seconde Guerre Mondiale, à cause des restrictions sur l'importation des matériaux, Guccio Gucci expérimente de nouvelles techniques afin de continuer sa production. Il crée ainsi des modèles qui deviendront iconiques, tels que le fameux sac en bambou. Guccio Gucci meurt en 1953, à l'âge de soixante-douze ans ; son entreprise passe entre les mains de ses quatre fils : Aldo, Vasco, Ugo et Rodolfo.

---

<sup>167</sup> Maria Luisa Frisa, "Gucci Museo", site web *Domusweb*.

<sup>168</sup> "Guccio Gucci", site web Moda Beni Culturali Ministero della Cultura.

A partir des années 1960, la marque ouvre des boutiques dans les principales capitales de la mode ; toutes les célébrités portent les modèles Gucci, parmi lesquelles Jackie Kennedy, Liz Taylor et Peter Sellers. Les premières collections de prêt-à-porter sont présentées dans les années 1970, quand le logo du « double G » est inventé.

Dans la décennie suivante, Gucci inaugure une boutique à Tokyo et une à Hong Kong. En 1982, la Maison devient une société par actions, qui sera entièrement rachetée par la société d'investissement Investcorp dans les années 1990. Après une période de crise due aux changements de gestion de la marque, en 1994, un nouveau directeur artistique est nommé : l'américain Tom Ford. Grâce à sa créativité, Gucci se consolide en tant que leader pour le secteur de la maroquinerie ainsi que pour les collections femmes et hommes : Ford donna à la marque une véritable nouvelle identité, en combinant tradition et innovation. En effet, la décision de créer des archives Gucci a été fortement voulue par Ford<sup>169</sup>. En 2004, à la fin de son contrat, Tom Ford décide de laisser la compagnie. Il est remplacé par Frida Giannini, au début directrice créative des accessoires puis des collections femmes, en charge jusqu'en 2014. En se basant sur le projet d'archives de Tom Ford, Giannini a concrétisé son idée, non seulement en créant les archives mais surtout en les utilisant comme source d'inspiration pour ses créations. Depuis 2015, Alessandro Michele est le directeur créatif de la marque ; il travaille en étroite collaboration avec le personnel des archives Gucci.

Aujourd'hui la Maison appartient au groupe Kering, un groupe de luxe basé en France. Ainsi, la famille Gucci n'est plus impliquée dans la gestion de la Maison, ni dans celle de Gucci Garden Galleria.

Même si l'histoire de Gucci est indissolublement liée à la ville de Florence, les bureaux ont déménagé à maintes reprises : la première fois en 2000, quand Tom Ford a voulu déplacer le bureau de style à Londres<sup>170</sup>. De 2006 à 2008 le bureau retourne à Florence, dans le nouvel espace du *Palazzo della Mercanzia*, jusqu'à ce que Frida Giannini le déplace à nouveau, en 2009, à Rome, sa ville natale.

Aujourd'hui, les bureaux se trouvent à Florence, à Rome et à Milan. Les archives sont conservées dans le sous-sol du *Palazzo della Mercanzia*.

---

<sup>169</sup> Entretien avec Maria Luisa Frisa, le 11/04/2019, à Venise.

<sup>170</sup> "L'ufficio stile di Gucci si sposta a Roma" site web Pambianconews.

## 2. Le Musée Gucci

Il est à présent difficile de retracer et de revenir sur l'histoire du Musée Gucci, ouvert de 2011 à 2017 car, avec l'ouverture de la Galerie *Gucci Garden*, voulue par le nouveau directeur artistique, toutes les informations concernant le Musée Gucci ont été supprimées du site web de la marque. Aucun ouvrage n'ayant été publié, les seules informations disponibles sont des articles de presse. Il en va de même pour les photographies des salles : les seules sources disponibles sont les articles et les images des visiteurs publiées sur le site *Tripadvisor*. Nous pouvons ainsi remarquer l'influence directe que la marque et le directeur artistique ont sur cet espace.

*« Nous pouvons affirmer que le Musée Gucci est, en Italie, le premier musée de ces dimensions et de cet impact médiatique, qui interprète, remet en circulation et, pourquoi pas, remet par la même occasion en question les matières et les éléments iconiques de la marque. Et il est particulièrement intéressant pour le défi qu'il lance, même sans le vouloir et avec quelques ingénuités probablement dues à un regard trop rapproché, de transformer ces espaces (et les objets qui les habitent) en un lieu de réflexion culturelle sur l'histoire de la marque et de notre made in Italy<sup>171</sup> »*

Le Musée Gucci a été inauguré pour fêter les quatre-vingt-dix ans de la naissance de la Maison Gucci, en septembre 2011. Voulu et conçu par la directrice artistique Frida Giannini<sup>172</sup>, le musée se répartit sur trois étages suivant un parcours thématique, afin de présenter aux visiteurs l'histoire de la Maison de mode. L'exposition permanente propose des pièces appartenant aux archives Gucci. Le musée est ainsi géré entièrement par la Maison Gucci et, plus précisément, par Frida Giannini.

L'idée du musée est née quand la directrice créative a décidé de transférer le quartier général de Gucci à Rome, sa ville natale. Cette décision fait réfléchir, vu que la Maison Gucci s'est développée dans le centre historique de Florence. Nous pouvons constater

---

<sup>171</sup> Traduit de l'italien: "Possiamo dire che in Italia il Gucci Museo è il primo museo di queste dimensioni e di questo impatto mediatico, che interpreta, rimette in circolo e, perché no, anche in discussione i materiali e gli elementi iconici del brand. Ed è interessante per la sfida che lancia, anche inconsapevolmente e con qualche ingenuità dovuta probabilmente a uno sguardo troppo ravvicinato, trasformare quegli spazi (e gli oggetti che li abitano) in luogo per la riflessione culturale sulla storia del marchio e del nostro made in Italy".

Maria Luisa Frisa, "Gucci Museo", Site web Domusweb.

<sup>172</sup> Maria Luisa Frisa, "Gucci Museo", Site web Domusweb.

qu'un tel changement témoigne d'un manque d'intérêt pour l'histoire et le patrimoine de la marque. De plus, les archives et la production des accessoires sont restées à Florence. Maria Luisa Frisa, critique de mode et commissaire d'expositions, utilise ces mots pour raconter le projet du Musée Gucci : « [Frida Giannini] réfléchit à la possibilité de donner une nouvelle vie au Palais, afin qu'il devienne un lieu de codification de la mythologie d'une marque, un espace de narration de son histoire et afin de donner plus de profondeur et de valeur au présent. [...] le projet du Musée Gucci naît ainsi, en tant que lieu où partager avec le public les merveilles des archives, en créant des renvois avec les objets en vente dans la boutique de rue Tornabuoni, à quelques pas [du musée], comme dans celles du monde entier. Les archives de Gucci, comme toutes les archives de mode, ne suivent pas seulement les principes de conservation mais aussi et surtout les logiques de la fragmentation du passé et de sa recombinaison créative. C'est le lieu où le directeur artistique doit se confronter. Le directeur artistique est l'âme d'une marque, qui doit nécessairement savoir évoluer en conservant sa mémoire, tout en étant capable de repérer les espaces à l'intérieur desquels continuer à exprimer sa propre identité. [...] Le directeur artistique comme le commissaire d'exposition, ou comme le réalisateur, doit être capable de lier la variété des professionnalismes aux excellences nécessaires à la réalisation d'un film<sup>173</sup> ».

#### a. *Le parcours d'exposition*

Le projet a été réalisé par Madame Giannini avec la participation d'architectes, de graphistes et de commissaires d'exposition.

En suivant le parcours d'exposition, les visiteurs découvrent les motifs iconiques qui ont fait de Gucci une marque connue à l'échelle mondiale. Le premier thème traité est celui du voyage, à travers l'exposition de malles, de valises et d'accessoires, présentés au rez-de-

---

<sup>173</sup>Traduit de l'italien : “[...] comincia a riflettere sulla possibilità di dare nuova vita al Palazzo, in modo che possa diventare luogo della codificazione della mitologia di un marchio, spazio della narrazione delle sue gesta per dare profondità e valore al presente. [...] Nasce allora il progetto del Gucci Museo, un luogo dove condividere con il pubblico le meraviglie dell'archivio, volano di rimandi per la progettazione degli oggetti in vendita nella boutique Gucci a pochi passi in via Tornabuoni, come nelle centinaia di negozi sparsi nel mondo. L'archivio Gucci, come tutti gli archivi di moda, non risponde soltanto alla regola dell'ordine che preserva i materiali, ma anche e soprattutto alle logiche della frammentazione del passato e della sua ricomposizione creativa. È il luogo con cui si deve confrontare il direttore creativo, figura messa a fuoco recentemente nel mondo della moda. Il direttore creativo è l'anima di un marchio che deve necessariamente evolversi conservando una memoria, capace allo stesso tempo di individuare tutti quegli spazi in cui continuare a esprimere la propria identità. [...] *Creative director* come *curator*, o ancora come un regista, capace di tenere insieme la varietà delle professionalità e delle eccellenze che sono necessarie per fare un film” in Maria Luisa Frisa, “Gucci Museo”, Site web *Domusweb*.

chaussée. Au premier étage, les salles thématiques continuent avec des motifs floraux et des sacs à mains. Dans la salle « *Evening* », les visiteurs découvrent des robes de soirée, parmi lesquelles la tenue portée par Hilary Swank lors de la remise des Oscars en 2011<sup>174</sup>. Une petite salle expose les objets précieux de Gucci, comme des pochettes ou bien des bijoux. Au deuxième étage les visiteurs arrivent dans la salle « *Logomanie* », où l'histoire du logo avec les doubles « GG » est racontée. Les thèmes « *Lifestyle et Sport* » y figurent aussi.

Chaque année, une exposition temporaire est installée dans les salles du « *Contemporary Art Space* ». Ces espaces, au premier étage, accueillent des installations d'art contemporain, en collaboration avec la Collection François Pinault. Ces expositions sont réalisées avec des partenaires extérieurs comme Tribeca, La Biennale de Venise, *The Recording Academie* et le Musée d'Art de Los Angeles, LACMA.

La Maison Gucci collabore à la restauration de films d'époque avec l'organisation *Film Foundation*<sup>175</sup> de Martin Scorsese et finance des documentaires avec le programme *Gucci Tribeca Documentary Fund*<sup>176</sup>. Ces films sont projetés dans la salle vidéo.

De plus, des projections et des vidéos sont fréquemment diffusées sur la façade du musée.

#### *b. Les dispositifs de présentation*

A propos des dispositifs de présentation du musée, Frisa écrit que « la première difficulté à surmonter est de donner fluidité à une série de salles situées entre le rez-de-chaussée, le premier et le deuxième étage, qui ont été très modifiées au cours des années et qui ne présentent pas de véritables atouts, étant souvent plutôt étroites. Ainsi, la nécessité est de concevoir une structure qui soit en mesure de définir l'espace, en laissant le palais à l'arrière-plan tout en permettant de changer facilement le paysage qui l'habite. La solution est de dessiner une structure fluide qui mette le visiteur au centre. Une structure en métal qui traverse en continuité les salles, comme une sorte d'aquarium avec des vitrines hors échelle qui deviennent des dispositifs pour une enfilade de *Wunderkammers*<sup>177</sup> façon Gucci »

---

<sup>174</sup> "Gucci" site web Musei di Firenze.

<sup>175</sup> Site web de la Film Foundation.

<sup>176</sup> Site web de Tribeca Documentary.

<sup>177</sup> Traduit de l'italien: "Per quanto riguarda gli spazi espositivi, la prima difficoltà da superare è quella di dare fluidità a una serie di stanze tra il piano terra, il primo e il secondo piano, molto rimaneggiate nel corso degli anni, senza particolari qualità e che appaiono, in alcuni casi, piuttosto anguste. Quindi la necessità è quella di progettare una struttura in grado di ridefinire lo spazio, lasciando il palazzo sullo sfondo, e che allo stesso tempo possa cambiare, con facilità, il paesaggio che la abita. La soluzione è disegnare una struttura fluida che

Les collections sont donc exposées à l'intérieur de grandes vitrines aux bords noirs, comparables pour la journaliste et critique de mode, Suzy Menkes à celles des boutiques de mode<sup>178</sup>. Les mannequins utilisés sont stylisés (fig.20) et reprennent souvent les motifs des robes qu'ils portent, tels que le logo des « double G » et les motifs floraux. Ils sont présentés à différentes hauteurs, sur des piédestaux noirs (fig.20). Ces mannequins sont les mêmes pour les modèles femmes et hommes. Il y a donc plusieurs types de mannequins, parmi lesquels des bustes sont aussi utilisés. Les accessoires sont exposés sur des étagères en verre ou des piédestaux noirs. Chaque objet est donc protégé par les vitrines et illuminé par des spots à l'intérieur. Les vitrines sont adjacentes aux murs des salles, où sont projetées des images et des vidéos des archives de la Maison Gucci. Seuls certains objets sont exposés sans protection, le long des murs. Les cartels sont en italien et en anglais : ils décrivent les objets et leurs dates<sup>179</sup> et sont collés aux vitrines.

### c. *Les outils de communication*

En 2014, le Musée lance son site web afin de permettre aux visiteurs de le découvrir virtuellement. Il s'agissait d'un site séparé de celui de la Maison de mode. Disponible en huit langues, il était divisé en plusieurs sections : les archives, avec les thèmes des salles permanentes, les expositions temporaires passées et présentes<sup>180</sup>.

Aujourd'hui, le site web a été remplacé par celui de la Galerie Gucci Garden : à aucun moment le Musée Gucci n'est nommé.

A la billetterie, les visiteurs pouvaient prendre un petit dossier qui servait à collectionner des cartes postales, disponibles dans chaque salle, comme introduction aux objets exposés. Ils se constituaient ainsi une sorte de petit catalogue du musée<sup>181</sup>.

---

pone il visitatore al centro. Una struttura in metallo che passa in continuità, da una stanza all'altra, una sorta di acquario con vetrine fuori scala che diventano dispositivi per una serie di Gucci Wunderkammer" in Maria Luisa Frisa "Gucci Museo", site web *Domusweb*.

<sup>178</sup>Traduit de l'anglais : "which are displayed as if in a branded store" in S. Menks, "Gucci opens a brand museum in Florence" *New York Times*, 28/09/2011.

Menks n'a pas été la seule à comparer les dispositifs du musée à ceux d'une boutique : Alessandro Mendini, architecte de formation et passionné de mode, utilise ces mots dans son blog pour décrire les salles :

"Oubliez tout type d'expérience antécédente de musées, car entrer dans le Gucci Musée sera comme franchir le seuil d'une boutique et de s'immerger dans l'histoire de la marque Gucci".

Traduction de l'italien : "Dimenticate ogni tipo di esperienza pregressa in ambito museale perché entrare nel Gucci Museo sarà come varcare la soglia di una boutique ed immergersi nella storia del marchio Gucci" in "Fashion itineraries Gucci Museum" site web *The Fashion Commentator*.

<sup>179</sup>Du moment que tout le matériel a été éliminé du site du Musée Gucci, nous nous sommes servis d'une vidéo d'un visiteur disponible sur youtube.

<sup>180</sup>"Gucci Museo sbarca online" article en ligne, *Corriere della Sera*, 21/04/2014.

<sup>181</sup>"Fashion itineraries: Gucci Museum" article en ligne *The Fashion Commentator*.

Outre le musée, le Palais della Mercanzia offre à la clientèle une boutique spécialisée dans les produits iconiques de Gucci, le *Icon Store*, où les produits en vente ont été créés spécialement pour le musée. Une librairie, en collaboration avec la maison d'édition Rizzoli<sup>182</sup>, propose des ouvrages d'art, de mode et de photographie. Cependant, aucun catalogue n'a été créé. Ces espaces sont accessibles librement.

#### d. *Les critiques au musée*

L'idée de Frida Giannini, née en 2009, était de raconter l'histoire du patrimoine culturel de Gucci par le biais des collections présentes dans les archives. La famille Pinault a soutenu son idée, tout en la modifiant légèrement afin d'y inclure des expositions d'art contemporain sur les collections de la Fondation Pinault<sup>183</sup>. Avec le slogan « *Forever now*<sup>184</sup> », créé à l'occasion des 90 ans de la marque, Giannini a voulu « connecter l'art et le design ainsi que tout ce qui a rendu Gucci si spécial<sup>185</sup> », en les rendant accessibles à tous dans les salles du musée. Quand Suzy Menkes, journaliste et critique de mode, lui demande si le Musée Gucci est plus qu'un musée grâce à la présence du restaurant et de la librairie, qui font de ce lieu un espace de rencontre, Giannini répond « l'idée de ce musée était de créer un espace dynamique, je ne voulais pas seulement des salles poussiéreuses avec uniquement des objets anciens ; ainsi [les visiteurs] peuvent boire un café et visiter le musée avec le personnel et avoir une merveilleuse expérience très émotionnelle comme par exemple avec le travail de Bill Viola que nous montrons pour la première fois ici, à Florence<sup>186</sup> ». Il en résulte un espace dynamique, avec des salles consacrées à l'art contemporain.

Selon Menkes, « ce qui vraiment manque de la réelle représentation de Gucci sont les personnes qui ont créé et rendu importante la marque. Guccio Gucci lui-même n'est pas présenté parmi les premiers objets. Tout comme sa belliqueuse famille, l'effondrement de la marque jusqu'à en devenir un simple produit vendu dans les aéroports, sa remontée dans

---

<sup>182</sup> S. Menks, "Gucci opens a brand museum in Florence" New York Times, 28/09/2011.

<sup>183</sup> S. Menks, "Gucci opens a brand museum in Florence" New York Times, 28/09/2011.

<sup>184</sup> S. Menks, "Gucci opens a brand museum in Florence" New York Times, 28/09/2011.

<sup>185</sup> Traduit de l'anglais : "to connect to art to design to all the things that have made Gucci special. » in Interview de Suzy Menkes et de Frida Giannini pour New York Times, 28/09/2011, S. Menks, "Gucci opens a brand museum in Florence" New York Times, 28/09/2011.

<sup>186</sup> Traduit de l'anglais : « the idea of this museum was to create some space that was dynamic, I didn't want only a dusty part with just antique objects so you can have a coffee there, than you can visit the museum staff and you can have a beautiful experience very emotional like the work of Bill Viola that we are showing for the first time here in Florence ».



les années 1990 grâce à Tom Ford et à Domenico De Sole – ils [tous ces épisodes] sont simplement effacés de l'histoire. Madame Giannini elle-même ne figure pas non plus dans le musée, bien que les *fashion victims* du XXI siècle auraient sûrement apprécié une vidéo passant en revue les dernières collections. »<sup>187</sup>. Ce dur commentaire met en avant les nombreuses critiques faites à ce musée, qui ont sûrement contribué à sa fermeture – réelle ainsi que virtuelle sur le site web – et à son nouvel aménagement dans la Galerie *Gucci Garden*.

Le musée était ouvert tous les jours de 10 heures à 20 heures, tandis que le café et la librairie de 10 heures à 23 heures. Le prix d'entrée était de 6 euros, dont 50% est dévolus aux projets de rénovation de la ville de Florence.

Dans le musée, il était interdit de prendre des photos.

### 3. La Galerie Gucci Garden

« *La Gucci Garden Galleria est aussi un laboratoire, toujours en activité, où sont observés les éléments qui ont construit, dans le temps, la mythologie de Gucci et où les formes sont constamment modelées et transformées, comme dans le laboratoire d'un alchimiste*<sup>188</sup> »

La *Gucci Garden Galleria* est un espace conçu par Alessandro Michele, l'actuel directeur artistique de la Maison Gucci et par Maria Luisa Frisa, critique de mode et commissaire d'expositions, qui a ouvert en 2018. Gucci est la première marque, en Italie, à avoir fait appel à un commissaire d'exposition extérieur pour la réalisation d'un espace d'exposition<sup>189</sup>.

---

<sup>187</sup> Traduction de l'anglais : "What is missing from the lively representation of Gucci's history is the people who made the label sing and swing. Even Guccio Gucci himself does not get a showing as first among products. As for his quarrelsome family, the collapse of the label into airport duty-free fodder, its revival in the 1990s by Tom Ford and Domenico De Sole — they are simply air brushed out of history. Nor does Ms. Giannini herself feature inside the museum, although visitors in this fashion-obsessed age would surely enjoy a video run-through of recent collections. There are photographs of artisans at their crafts, but not a video to give a more vivid sense of the construction of the items on show" in S. Menks, "Gucci opens a brand museum in Florence" *New York Times*, 28/09/2011.

<sup>188</sup> Traduit de l'italien : "Gucci Garden Galleria è anche un laboratorio in cui diversi elementi hanno costruito nel tempo la mitologia Gucci e dove le cose vengono continuamente modellate e trasformate, come lo studio di un alchimista" in *Introduction* du Depliant Gucci Garden Galleria.

<sup>189</sup> Entretien avec Maria Luisa Frisa, le 11/04/2019, à Venise.

Selon Alessandro Michele, le nom de *Gallerie Gucci Garden* fait allusion à « un jardin réel mais qui appartient surtout au monde imaginaire, peuplé de plantes et d'animaux<sup>190</sup> ». Le nom de la galerie rappelle donc l'esthétique de Gucci, liée depuis toujours au monde naturel. Cet espace a été inauguré en janvier 2018, à l'occasion de *Pitti Uomo 93*, le salon de mode masculine qui se tient chaque année à Florence.

a. *Le parcours d'exposition*

*“En mettant au point mon approche aux archives, j'ai choisi de ne pas suivre un critère chronologique mais de suggérer des idées et des concepts clés qui introduisent et font exploser les codes de la marque. J'ai proposé une traversée des archives capable aussi de restituer le regard d'Alessandro Michele. Ce qui m'intéresse, c'est d'examiner les méthodes grâce auxquelles aujourd'hui nous pouvons lire les éléments constitutifs de la marque. Je souhaite créer un dialogue continu entre les objets, mettre en évidence le caractère circulaire de la mode<sup>191</sup> »*

Le parcours d'exposition, contrairement au Gucci Musée, commence au premier étage et continue au deuxième étage. L'entrée est située au rez-de-chaussée. Après avoir monté un étage d'escaliers, les visiteurs arrivent dans le premier espace d'exposition<sup>192</sup>, la salle *Guccification*, où sont exposées les créations autour du monogramme « GG », qui datent des années 1970 jusqu'aux collections récentes. La visite continue dans la salle *Paraphernalia*, où Alessandro Michele et Maria Luisa Frisa ont exposé « les éléments et les accessoires qui ont contribué de manière extraordinaire, à la construction de l'identité de la marque au cours du temps<sup>193</sup> ». Nous y trouvons, par exemple, des modèles célèbres de la maison comme les mocassins, les sacs en cuir et en bambou.

*Cosmorama* est le nom de l'espace qui abrite les premières créations de Gucci, à savoir les sacs à main, les sacs de voyage et les valises et où est racontée l'histoire et l'évolution du

---

<sup>190</sup>Traduit de l'italien : “Il giardino è reale, ma appartiene soprattutto alla sfera dell'immaginario, popolato com'è di piante e animali”, in *Inaugurazione Gucci Garden Museo* article en ligne sur le site web Artribune.

<sup>191</sup>Traduction de l'italien : « Nel mettere a fuoco il mio approccio all'archivio ho scelto di non affidarmi alla cronologia ma di suggerire idee e concetti chiave che introducono e fanno esplodere i codici del brand. Ho proposto un attraversamento dell'archivio capace anche di restituire lo sguardo di Alessandro Michele. Mi interessa investigare i modi in cui oggi si possono leggere gli elementi costitutivi del marchio. Desidero creare un dialogo continuo tra gli oggetti, rendere evidente la circolarità della moda » in Maria Luisa Frisa « Gucci Garden Publishing Traffic » article en ligne Rivista Studio.

<sup>192</sup> Ce parcours de visite correspond à l'installation des salles pendant l'hiver 2018-19. Depuis, les thèmes ont changé ainsi que les noms des salles.

<sup>193</sup>Traduction de l'italien : « elementi e accessori che hanno partecipato, in modo straordinario, alla costruzione dell'identità del marchio nel tempo » in « Paraphernalia », dépliant Gucci Garden Galleria.

logo de la marque à travers une projection sur l'un des murs. Pour exposer les valises, un *display* a été conçu afin «de restituer l'idée du voyage et de ses transformations dans le temps<sup>194</sup> ». Il s'agit de rayonnages en bois noir qui s'étalent sur toute la longueur d'un mur. Des valises, des coffres et des malles sont ainsi exposés. Cependant, la lecture des objets n'est pas facile car la légende est située sur un autre mur : il est donc difficile de comprendre à quel objet correspond le cartel et vice versa.

Deux « *period rooms* » se trouvent aussi au premier étage : ce sont des espaces étroits utilisés pour raconter un sujet ou une collaboration<sup>195</sup>. Pendant l'hiver 2018, une des salles était occupée par une exposition hommage à la chanteuse Björk, ayant collaboré avec Alessandro Michele en 2017 à la réalisation de la robe portée pour son clip *The Gate*. Dans cette salle sont exposés la robe, l'un des deux masques réalisés par l'artiste James Merry et d'autres accessoires ainsi que la documentation de la vidéo. La vidéo de *The Gate* est également diffusée. Dans la deuxième « *period room* », sont exposées des peintures murales de l'artiste Jayde Fish<sup>196</sup>.

Toujours au premier étage, une salle de cinéma, où sont projetés des films du collectif ZAPRUDER<sup>197</sup>, accueille les visiteurs.

Au dernier étage, les deux premières salles sont nommées *De Rerum Natura 1* et *2*. Le directeur créatif a voulu recréer dans ces deux salles une ambiance rappelant celle des musées d'histoire naturelle. Les dessins des foulards créés par l'illustrateur Vittorio Arconero dans les années 1960 pour Gucci ont été reproduits sur plusieurs murs. Dans *Ephemera*, l'identité de Gucci est racontée à travers l'évolution des créations des directeurs créatifs qui se sont succédées. Les visiteurs y trouvent des accessoires de tout type ainsi que certaines vidéos des défilés de mode qui racontent l'histoire de la marque. Tout au long du parcours de visite, des phrases de l'artiste espagnole Coco Capitán orientent les visiteurs.

La Galerie *Gucci Garden* est un espace d'expositions temporaires. Les objets exposés sont renouvelés tous les ans et demi<sup>198</sup>. Le lieu ayant ouvert ses portes en janvier 2018, le premier changement de muséographie a eu lieu en juin 2019 : les nouveaux thèmes des salles sont *Détournement*, *Jardin d'hiver*, *Cosmic Colours*, *Ouroboros*, *Bagology* et

---

<sup>194</sup> Traduction de l'italien : « di restituire l'idea del viaggio e delle sue trasformazioni nel tempo » in « Cosmorama » dépliant Gucci Garden Galleria.

<sup>195</sup> Entretien avec Maria Luisa Frisa, le 11/04/2019, à Venise.

<sup>196</sup> Jayde Fish Gucci Garden Murals, site web Jayde Fish.

<sup>197</sup> « Guc ci Garden Galleria prosegue la saga » sur le site web MFFashion.

<sup>198</sup> Entretien avec Maria Luisa Frisa, le 11/04/2019, à Venise.

*Cosmorama*<sup>199</sup>. Une rétrospective sur les collections Hommes<sup>200</sup> est exposée dans l'une des salles *Period Rooms*.

Au rez-de-chaussée, se trouvent la librairie, la boutique et le restaurant de la Gucci Garden. Ces espaces sont accessibles indépendamment de la visite à la galerie. La librairie propose des ouvrages d'éditeurs indépendants, parmi lesquels des livres rares anciens de la librairie romaine *Antica Libreria Cascianelli*<sup>201</sup>. Dans la boutique, les objets en vente sont spécialement réalisés pour Gucci Garden et vendus uniquement sur place. Le restaurant est géré par le chef étoilé Massimo Bottura. Ces espaces peuvent accueillir des événements tels que les rencontres intitulées *Publishing traffic*, qui ont eu lieu en automne 2018, dans la librairie : il s'agit de conversations autour du monde de l'édition en relation avec la recherche et la mode<sup>202</sup>.

#### b. Les dispositifs de présentation

Les dispositifs de présentation de la *Gucci Garden Galleria* diffèrent complètement de ceux créés pour le Musée Gucci en 2011. En effet, le *display* conçu pour ces espaces est l'élément caractérisant de la galerie : très différent de ceux des autres musées de mode, les tenues et les accessoires sont exposés sur des tables basses en bois noir ainsi qu'à l'intérieur de vitrines construites sur ces tables (fig.21). Pendant leur parcours, les visiteurs remarqueront d'ailleurs plusieurs types de présentation. Comme nous l'avons vu, l'inspiration d'Alessandro Michele provient des musées et des cabinets d'histoire naturelle. Ainsi, les structures des vitrines se caractérisent par des bords épais en bois noir, le même bois que les tables basses, rappelant le type de vitrines fréquemment utilisées dans les musées d'histoire naturelle. Certaines vitrines sont de forme parallélépipédique (fig.22), d'autres sont surmontées par des coupes pyramidales. Les bases des mannequins sont fixées directement sur les tables. Tout au long des salles, nous trouvons différents types de mannequins : des mannequins stylisés, sans tête et des bustes. Les accessoires, sont exposés sur les tables (fig.23) : devant certains objets, des loupes ont été insérées afin que les visiteurs puissent mieux apprécier leurs caractéristiques, comme c'est souvent le cas

---

<sup>199</sup>«Gucci Garden Galleria New Chapter» in site web Gucci.

<sup>200</sup> «Il Maschile – Androgynous Mind, Eclectic Body » dans cet espace où sont exposés les modèles créés en suivant le style androgyne de la maison Gucci à partir des années 1960.

<sup>201</sup>« Libreria Cascianelli » in site web Gucci.

<sup>202</sup>« L'editoria è più viva che mai al Gucci Garden la racconta Publishing Traffic » article en ligne Artribune.

dans les musées d'histoire naturelle. Dans les *periods rooms*, les vitrines sont différentes : il s'agit de structures en bois blanc.

Ce type de dispositif a été réalisé afin de créer une distance entre la galerie et les boutiques Gucci : c'est pour cette raison que les mannequins sont différents et les murs des salles sont presque tous blancs<sup>203</sup>.

Les tenues et les accessoires sont illuminés par des spots sur rail, ancrés aux plafonds des salles. Des LED linéaires cachées tout autour des plafonds, les *cove lighting*, diffusent une forte lumière à l'intérieur des salles. Même si la plupart des objets sont exposés dans les vitrines, l'illumination est probablement supérieure à celle prévue par les normes de conservation préventive.

Dans chaque espace, un texte introduit le thème analysé dans la salle. De plus, des cartels renseignent ultérieurement les visiteurs : pour chaque objet exposé sont décrits la composition des vêtements et l'année de la collection. Les cartels sont roses aux bords noirs, comme le bois des vitrines et des tables.

Dans une des salles *De Rerum Natura*, un motif floral, le *Gucci Tian*, est reproduit sur les murs : il s'agit d'un motif inspiré de tapisseries et de paravents du XVIII<sup>ème</sup> siècle. Des extraits de documentaires et de journaux télévisés des années 1950 aux années 1970 sont projetés sur les murs des salles : ils proviennent des archives de l'*Istituto Luce* -L'Union Cinématographique Éducative<sup>204</sup>. Ces vidéos aident les visiteurs à contextualiser la période historique pendant laquelle la marque Gucci a gagné son succès.

Tout au long du parcours, des effets sonores accompagnent les visiteurs : de la musique et des installations audio-visuelles ont été pensées pour la plupart des salles. Dans la salle *Cosmorama*, où sont exposés les modèles iconiques de valises, le genre musical choisi est l'électronique, ce qui pourrait donner l'impression aux visiteurs de se trouver dans un grand magasin. Les visiteurs découvrent donc les salles de la Galerie Gucci Garden à travers une expérience multi-sensorielle, même si, à aucun moment, le choix de la musique de fond n'est explicitement justifié.

Ces espaces sont, selon le commissaire d'exposition Maria Luisa Frisa, l'idéal pour tous les publics : non seulement pour le type de présentation qu'elle a choisie, *un peu pop*, mais aussi parce que les objets sont racontés suivant une narration, un *storytelling*<sup>205</sup>. En effet, pour Frisa, il est aujourd'hui nécessaire que les maisons de mode disposent de lieux qui

---

<sup>203</sup> Entretien avec Maria Luisa Frisa, le 11/04/2019, à Venise.

<sup>204</sup> Site web de Archivioluce.

<sup>205</sup> Entretien avec Maria Luisa Frisa, le 11/04/2019, à Venise.

racontent leur histoire, car il est nécessaire de réaffirmer régulièrement les codes de la marque. Chaque maison de mode doit trouver une façon de définir son propre *storytelling*, outil nécessaire pour la communication de la marque. Gucci le fait parfaitement, en se réappropriant de son histoire née à Florence et en la racontant dans les salles. Cependant, lors de la visite l'histoire du palais et son rapport avec la marque Gucci n'est jamais mentionnée.

### c. *Les outils de communication*

Un dépliant est donné aux visiteurs à l'entrée : ils y trouvent un plan de la galerie, les textes de salle introduisant chaque thème ainsi que les installations temporaires d'art contemporain.

Le site web de la Galerie Gucci Garden a aujourd'hui remplacé celui du Musée Gucci. Comme nous l'avons vu, en 2014 un site pour le musée avait été créé, différent de celui de la Maison Gucci. Non seulement ce site a disparu mais en plus Gucci a éliminé toute trace de l'ancien musée. Le site de la Galerie fait partie de celui de la marque. Il se trouve à l'intérieur d'une rubrique, nommée *Stories*, avec les vidéos des défilés, des campagnes publicitaires et d'autres contenus. Il n'est donc pas particulièrement visible. Les visiteurs y trouvent les renseignements des horaires de la Galerie, de la boutique, de la librairie et du restaurant (qui peut être réservé sur le site web). Dans la partie réservée à la Galerie, les noms des salles ainsi qu'une courte description sont présents. Cependant, à chaque changement de muséographie ou d'exposition temporaire, les contenus précédents disparaissent. Il est donc difficile de trouver des renseignements sur les thèmes des salles, à moins qu'il ne s'agisse de ceux du moment.

Les billets de la galerie ne sont pas en vente en ligne mais uniquement sur place. Le prix d'entrée est de 8 euros dont 50% sont dévolus aux projets de rénovation de la ville de Florence. La galerie est gratuite pour les étudiants, les personnes de plus de 65 ans et les enfants jusqu'à 12 ans, les personnes handicapées, les habitants de Florence (uniquement le lundi) et les employés de la marque. Des visites guidées sont proposées<sup>206</sup> pour le même prix aux groupes mais pas pour les écoles.

---

<sup>206</sup> Cependant, ces visites ne sont pas proposées sur le site de la galerie.

*Ainsi, Gucci Garden Galleria est un espace d'exposition, une « galerie », et non pas un musée. Cette définition crée une confusion parmi les visiteurs, surtout ceux qui avaient visité le Musée Gucci, qui semblent n'avoir pas vraiment compris le changement qui s'est opéré<sup>207</sup>. En effet, il est difficile de saisir la nature d'un lieu qui se présente comme une « traversée des archives suivant le regard de l'actuel directeur créatif<sup>208</sup> ». Mais c'est peut-être grâce à cette définition que la Galerie Gucci Garden peut s'exprimer librement en exposant les collections selon la volonté de la marque. La galerie n'a aucune obligation à suivre dans l'exposition de ses collections ou dans les normes de conservation, puisqu'elle n'est pas un musée, n'appartient pas à une association de musée et, surtout, puisqu'elle a une nature privée.*

*Il s'agit d'une collection entièrement privée : c'est en effet un exemple de galerie d'entreprise, un espace utilisé comme présentation de la marque aux clients mais aussi à tous les intéressés. Aussi bien le Musée Gucci que Galerie Gucci Garden, appartiennent à la Maison Gucci. La famille Gucci n'est en aucune manière impliquée dans la gestion du musée<sup>209</sup>.*

*Même si la critique s'était montrée négative au sujet du Musée Gucci, ce n'est pas le cas pour les visiteurs. Ceux qui connaissaient la première muséographie regrettent que l'histoire de Gucci ne soit presque pas présentée dans le nouvel espace et qu'il n'y ait pas de véritable suite entre les thèmes<sup>210</sup> proposés.*

---

<sup>207</sup>Aucun livre d'or est disponible, nous nous sommes donc servis du site web *Tripadvisor*, afin de découvrir les avis des visiteurs.

<sup>208</sup> Entretien avec Maria Luisa Frisa, le 11/04/2019, à Venise.

<sup>209</sup> Patrizia Gucci, cousine du président de Gucci dans les années 1980, raconte avoir écrit une lettre à François Pinault avant l'ouverture du Gucci Musée en 2011 en demandant d'y présenter sa famille avec le respect dû. En réponse, elle a reçu une invitation pas pour l'inauguration officielle mais pour le vernissage des employées. In « lo vera Patrizia Gucci vi racconto la nostra storia di famiglia », article en ligne *Il Giornale*.

<sup>210</sup> Cet aspect est plusieurs fois souligné par les visiteurs, dans leurs commentaires sur le site *Tripadvisor*.

### III. Armani/Silos

Pour fêter les quarante ans de sa Maison de mode, le couturier Giorgio Armani a inauguré en 2015 *Armani/Silos*, un espace de 4500 mètres-carrées qui propose au public une vision rétrospective de sa carrière. Ce musée a été réalisé par l'architecte japonais Tadao Ando à Milan, dans l'ex quartier industriel « Tortona », aujourd'hui devenu le centre névralgique de la ville pour la mode et pour le design. Armani/Silos se trouve au 40, rue Bergognone, en face du Armani Théâtre, un espace conçu par Tadao Ando pour les défilés du couturier.

Afin de mieux comprendre Armani/Silos et les collections qui y sont exposées, nous présenterons tout d'abord, le couturier et l'exposition itinérante qui lui a été consacrée dans huit pays pendant sept ans.

#### 1. Giorgio Armani

##### a. Sa carrière : enfance, débuts et succès

*“ Armani a commencé sa carrière en libérant les hommes de leurs propres uniformes étriqués, leur permettant d'exprimer un côté plus sensuel, traditionnellement associé au monde féminin. [...] Armani a aussi inversé les conventions, permettant aux hommes de jouer un rôle plus féminin et aux femmes d'adopter un aspect plus masculin. En combinant, transposant et mélangeant les traits masculins et féminins de cette façon, Armani a créé une esthétique androgyne qui a libéré les vêtements de leurs structures traditionnellement liées au genre<sup>211</sup> »*

Giorgio Armani naît le 11 juillet 1934 à Plaisance, à soixante-dix kilomètres de Milan. À la fin des années 1940, sa famille s'installe à Milan. Dès son enfance, il se passionne pour

---

<sup>211</sup> Traduction de l'anglais: “Armani began his career by freeing men from their own limiting uniforms, allowing them to express a more sensual side traditionally associated with the feminine. [...] Armani has also inverted conventions, allowing men to play a more feminine role and women to adopt a more masculine mien. Combining, transposing, and confusing conventional male and female attributes in this way, Armani has created an androgynous aesthetic that liberates clothing from its traditionally gendered structures” in Susan Cross, “Androgyny: undoing gender” in Germano Celant, Harlod Koda, Susan Cross, Karole Vail, *Giorgio Armani*, Guggenheim Museum, New York, 2000, p. 91.



le cinéma et découvre les actrices d'Hollywood. Il s'inscrit à la faculté de médecine mais attiré par le monde des médias et de la mode, il se tourne en 1957 vers la publicité et intègre *la Rinascente*, un grand magasin milanais, où il assiste les responsables des vitrines puis les acheteurs. En 1964, sans avoir suivi de formation spécifique, il dessine sa première collection homme pour la marque Cerruti, Ainsi, il découvre le savoir-faire de la confection masculine et les traditions des vestimentaires italiennes. Après avoir travaillé en tant que dessinateur de mode et consultant pour plusieurs maisons de mode, il décide de créer sa propre marque avec son partenaire Sergio Galeotti, qui s'occupera de la gestion. Le 24 juillet 1975, naît la Giorgio Armani SpA. A l'occasion du lancement de la collection homme Printemps/Été 1976, les mannequins défilent avec les tout premiers modèles pour femme<sup>212</sup>.

Sa mère dont il admire l'élégance innée, représente une source d'inspiration inégalable à ses débuts. Il dessine des collections spécialement pensées pour les femmes modernes, à l'aide de tissus souples et confortables. En octobre, il présente la collection femme Printemps/Été 1976 : il introduit alors les premières vestes de coupe masculine et les tailleurs en tweed ; et il repense les robes de soirée, à présent portées avec des talons plats. C'est le début de l'hybridation des genres, ce qui s'exprime aussi dans ses lignes masculines : pour les hommes, il dessine des tenues plus *décontractées* et adoucies par des traits féminins. Quant aux femmes, Il leur propose des collections empreintes de la tradition vestimentaire masculine – comme avec l'utilisation du tweed – contribuant ainsi à l'émancipation esthétique féminine. Il choisit d'utiliser uniquement des couleurs neutres comme le beige, le gris et le bleu, travaillant avec toutes les nuances possibles. La durée de son succès tient au respect constant de son identité stylistique et conceptuelle, et à son refus de se plier aux tendances de la mode.

Les collections de Giorgio Armani traversent l'Atlantique : « Les États-Unis ont été les premiers à comprendre l'importance d'Armani car c'était un pays à l'esprit pionnier où les femmes s'étaient soudainement retrouvées sur leur lieu de travail avec la nécessité d'avoir un nouveau type d'armure, comme des vestes à porter au bureau mais aussi des tenues fascinantes, qui paradoxalement renforçaient le pouvoir d'attraction des femmes »<sup>213</sup>. Dans les années quatre-vingt, il commence à dessiner des tenues pour des

---

<sup>212</sup> Renata Molho, *Essere Armani, una bibliografia*, Baldini Castoldi Dalai editore, Milano, 2006, p. 67-75.

<sup>213</sup> Traduit de l'italien : "L'America è stata la prima a comprendere l'importanza di Armani", scrive Natalia Aspesi, "perché era un Paese dallo spirito pionieristico in cui le donne si erano improvvisamente trovate sul luogo di lavoro con la necessità di disporre un nuovo tipo di armatura. Giacche da indossare in ufficio, ma anche capi d'abbigliamento affascinanti, che paradossalmente rafforzavano il potere di attrazione delle

films d'Hollywood, parmi lesquels le plus célèbre : *American Gigolo*, dans lequel Richard Gere est habillé en Armani.

Afin de conquérir un public plus jeune, Giorgio Armani crée une nouvelle ligne *Emporio Armani* et il ouvre son premier magasin à ce nom en 1981. En 1985, quand son collaborateur Sergio Galeotti meurt du SIDA (il est l'une des premières victimes italiennes de la maladie), Armani décide de gérer lui-même la partie financière de sa Maison.

Sa passion pour le cinéma ne faiblit pas pour autant : il réalise plusieurs campagnes publicitaires toujours inspirées du monde cinématographique : « Le produit n'apparaît jamais trop explicitement, c'est l'atmosphère qui est privilégiée. Elles [les campagnes publicitaires] ressemblent à des photogrammes de la vie quotidienne. [...] Pour le premier spot télévisé d'Emporio Armani, en 1987, la régie a été confiée à Martin Scorsese »<sup>214</sup>. Le metteur en scène réalisera aussi *Made in Milan*, un court-métrage sur le travail d'Armani.

Dans les années quatre-vingt-dix, Giorgio Armani diversifie ses activités en inaugurant une chaîne de cafés Armani et ouvre de nouveaux magasins dans le monde entier.

#### b. *Giorgio Armani et les arts*

*“Comme pour les vêtements, l'esthétique d'Armani pour le design d'intérieur est basé sur l'opposition : translucidité et opacité, graphisme et matière, moderne et traditionnel, Est et Ouest, noir et blanc”<sup>215</sup>*

A l'éternelle question de savoir si la mode est une forme d'art, Giorgio Armani répond négativement même si son travail est indirectement influencé par l'art : « Pour moi, faire de

---

donne”. Citation de Natalia Aspesi in Renata Molho, *Essere Armani, una bibliografia*, Baldini Castoldi Dalai editore, 2006, p. 80.

<sup>214</sup> Traduction de l'italien : “Le campagne pubblicitarie e le affissioni targate Armani hanno sempre qualcosa di cinematografico. Il prodotto non compare mai troppo esplicitamente, ma si privilegia l'atmosfera. Assomigliano a fotogrammi di vita quotidiana. Giorgio come l'abbiamo visto, adora il cinema fin da piccolo, e il linguaggio scelto per rappresentare lo spirito della moda ne è costante testimonianza. Per il primo spot televisivo di Emporio, nell'87, si decise di affidare la regia a Martin Scorsese” in Renata Molho, *Essere Armani, una bibliografia*, Baldini Castoldi Dalai editore, 2006, p. 142.

<sup>215</sup> Traduction de l'anglais: “As in clothes, Armani's interior-design aesthetic is based on opposition: translucence and opacity, pattern and solid, modern and traditional, East and West, black and white” in Donald Albrecht, “The elegance of everyday: the interiors of Giorgio Armani” in Germano Celant, Harlod Koda, Susan Cross, Karole Vail, *Giorgio Armani*, Guggenheim Museum, New York, 2000, p. 200.

la mode signifie dessiner un vêtement qui soit portable, et qui sache mettre à l'aise la personne qui le porte »<sup>216</sup>.

Certes, le couturier est influencé par le monde du cinéma depuis son enfance et le restera tout au long de sa carrière, mais il admire beaucoup les peintres italiens comme Caravage et Modigliani, dont il réalise des copies des toiles célèbres. Ses collections sont d'ailleurs souvent inspirées par les peintres : dans la collection Automne/Hiver 1981-82, Giorgio Armani rend ainsi hommage au peintre japonais Utamaro ; dans la collection Printemps/Été 1993, il puise son inspiration dans les estampes polynésiennes et l'année suivante dans les tableaux de Matisse.

Dès la fin des années 1980, le couturier finance plusieurs expositions et musées. Grâce à une importante donation en 1988, il organise un défilé au Musée d'Art Contemporain de Los Angeles. Lors de la présentation de son court-métrage *Made in Milan*, il choisit le Musée d'Art Moderne de New York pour héberger sa soirée de gala<sup>217</sup>. En 1992, il présente sa ligne *Les Collections* Printemps/Été 1993 au Musée Solomon R. Guggenheim de New York ; il est invité en juin 1992 au Palazzo Pitti à Florence pour représenter la mode italienne à l'occasion des quarante ans du prêt-à-porter. Des modèles des années 1982-1992 sont exposés par l'architecte Gae Aulenti, commissaire d'exposition. Quatre ans après, en 1996, la ville de Florence rend un autre hommage à Giorgio Armani avec le spectacle « G.A. Story » pour les vingt-cinq ans de l'entreprise *Pitti Immagine Uomo*. Dans les 4000 m<sup>2</sup> de la gare *Leopolda*, l'historien de mode Luigi Settembrini et le metteur en scène de théâtre Bob Wilson racontent la vie et les créations du couturier<sup>218</sup> à travers des chorégraphies de danseurs, des installations vidéos et des musiciens. La même année, Giorgio Armani sponsorise une exposition sur les impressionnistes au Palais *Reale* à Milan. En 1998, une exposition intitulée « Images of a man » au Musée du Fashion Institute of Technology de New York est organisée par Richard Martin et Harold Koda : 200 photographies révèlent l'apport fondamental et la dimension révolutionnaire d'Armani en matière de mode masculine.

Au cours de sa carrière, Giorgio Armani s'intéresse aussi à l'architecture d'intérieur et d'extérieur. Son goût vestimentaire se reflète dans la décoration de ses nombreuses maisons, de son bureau et du siège social, sans oublier ses magasins, « [...] j'aime beaucoup les espaces vides, dans lesquels je peux imaginer y ajouter continuellement des

---

<sup>216</sup>Traduction de l'italien : "Per me fare moda significa disegnare un abito portabile, che faccia sentire a suo agio chi lo indossa" in Renata Molho, *Essere Armani, una bibliografia*, Baldini Castoldi Dalai editore, 2006, p. 210.

<sup>217</sup> Renata Molho, *Essere Armani, una bibliografia*, Baldini Castoldi Dalai editore, 2006, p. 150-160.

<sup>218</sup> Renata Molho, *Essere Armani, una bibliografia*, Baldini Castoldi Dalai editore, 2006, p. 205-210.

choses : je n'aime pas le définitif, la chose désormais terminée, le beau tableau exposé dans un point précis, qui signifie que rien d'autre ne peut être ajouté dans cet espace. C'est pour cette raison que mes murs sont souvent nus, sans décor »<sup>219</sup>. A la fin des années 1990, il loue une ancienne usine de la société industrielle Ansaldo<sup>220</sup> pendant trois saisons pour y organiser ses défilés tout en finissant sa rénovation. En 1999, il achète l'ancien entrepôt de Nestlé, où l'architecte Tadao Ando construira l'*Armani Teatro* en 2001, un lieu pensé pour les défilés, les spectacles et les projections de film.

Avant l'inauguration de son premier magasin à Paris, il participe financièrement à la restauration de la cathédrale Saint-Germain des Prés.

Avant d'analyser la structure et les collections d'Armani/Silos, il est important de découvrir l'exposition temporaire qui a fortement inspiré la muséographie du futur musée. « Giorgio Armani : une rétrospective » est une exposition itinérante qui a été organisée par huit institutions sur une durée de sept ans.

c. « *Giorgio Armani : une rétrospective*<sup>221</sup> », une exposition itinérante : 2000-2007

A l'occasion des vingt-cinq ans de carrière de Giorgio Armani, une grande exposition itinérante est organisée au Solomon R. Guggenheim Museum de New York, pendant l'hiver 2000-2001, sous la direction de Germano Celant et Harold Koda. « Giorgio Armani : une rétrospective » est la première exposition du Guggenheim de New York célébrant le talent d'un couturier dans un musée d'art contemporain. Elle provoque de nombreuses réactions dans le milieu artistique américain comme européen. Les choix de la programmation culturelle du Guggenheim de New York avaient déjà été fortement critiqués lors de l'exposition « The Art of Motorcycle » en 1998, sponsorisée par le groupe BMW<sup>222</sup> et organisée sous la direction de Tom Krens. Il s'agit d'un choix très contesté surtout car le catalogue de l'exposition porte l'image d'une BMW sur la couverture.

---

<sup>219</sup> Traduction de l'italien : "[...] amo molto gli spazi vuoti, dove posso immaginare di aggiungere sempre delle cose: non amo il definitivo, la cosa ormai conclusa, il bel quadro messo in quel punto, che significa che niente altro potrebbe essere messo lì. Per questo le mie pareti sono spesso vuote, come disadorne" in Renata Molho, *Essere Armani, una bibliografia*, Baldini Castoldi Dalai editore, 2006, p. 124.

<sup>220</sup> Cette usine se trouve dans le quartier milanais de Tortona, aujourd'hui en face du bâtiment d'Armani/Silos.

<sup>221</sup> Titre originale de l'exposition : "Giorgio Armani : a retrospective".

<sup>222</sup> 26/06-20/09/1998.

En effet, au début des années 2000, suite à plusieurs expositions antérieures à celles du Guggenheim (en 1993-1994, le MoMA de New York avait inauguré « *Designed for Speed : Three Automobiles by Ferrari*<sup>223</sup> » et la rétrospective « *Cartier 1900-1939*<sup>224</sup> » au Metropolitan Museum of Art de New York en 1997), les débats sur la vocation des institutions culturelles, publiques et privées vont bon train. Avec son exposition financée par la revue de mode *InStyle Magazine*, Armani n'échappe pas non plus à la critique.

Ainsi, « *Giorgio Armani : une rétrospective* », prend place dans un climat de conflit entre institutions et grandes marques et devient un véritable évènement médiatique avant même l'ouverture de l'exposition. De plus, selon la presse, le couturier aurait fait une donation de 15 millions de dollars pour ce projet et d'autres à venir. Les nombreuses réactions des historiens d'art et des journalistes pointent les dérives d'un musée *en location ou en vente*<sup>225</sup> ne servant qu'à exposer des tenues faites pour être portées par des personnes, comme s'il s'agissait d'œuvres d'art. Cela fausse le regard des visiteurs sur la nature même de l'institution. Toutes ces questions relayent le débat ouvert par la première exposition consacrée à un couturier vivant en 1983. En effet, lors de l'inauguration de « *Yves Saint Laurent, 25 years of design* » au *Costume Institute* du Metropolitan Museum of Art de New York, organisée par Diana Vreeland, le musée est durement critiqué et accusé de *décontextualisation* et de trop se rapprocher des intérêts économiques de la marque Yves Saint Laurent<sup>226</sup>.

Ainsi, Armani se retrouve accusé de vouloir faire passer directement un message aux visiteurs, sans filtre, sans contextualiser les collections exposées dans le musée. La partie la plus critiquée de l'exposition est la dernière salle où sont présentées les toutes dernières créations du couturier (Printemps/Été 2000), en vente au même moment dans les boutiques<sup>227</sup>. On reproche aux curateurs de n'avoir pas su démontrer le rapport entre les créations du couturier, l'art et le design, ni instaurer un dialogue entre les créations et les espaces du musée.

---

<sup>223</sup> 4/11/1993– 5/04/1994.

<sup>224</sup> Avril-août 1997.

<sup>225</sup> John Potvin, *Fashion and the art museums: when Giorgio Armani went to the Guggenheim*, *Journal of curatorial studies*, vol 1 n° 1, 2012, p. 48.

<sup>226</sup> Valerie Steele, *Museum Quality*, *Fashion Theory* 12, no 1, 2008, p. 12.

<sup>227</sup> John Potvin, *Fashion and the art museums: when Giorgio Armani went to the Guggenheim*, *Journal of curatorial studies*, vol 1 n° 1, 2012, p. 52.

d. *Solomon R. Guggenheim Museum, New York 20/10/2000-17/01/2001*

*“Le Musée Guggenheim a constamment étudié le rôle central que le design a eu dans la culture moderne depuis 1991, quand il a élargi sa vision pour y inclure l’architecture, le design et les nouveaux médias. [Les expositions] ont présenté un éventail de langages artistiques, incluant l’art, l’architecture, la mode, et le design, démontrant ainsi la fusion qui s’opère souvent entre eux<sup>228</sup>”*

En 2000, Robert Wilson, artiste et designer américain, ayant déjà conçu le spectacle « G.A Story » en 1996 à Florence, transforme littéralement le Guggenheim pour y accueillir les quatre-cents 400 créations de Giorgio Armani, accompagnées par la musique exotique du musicien Michael Galasso. Les mannequins sont illuminés par des spots sur rail comme sur scène, créant un jeu de couleurs, de lumières et d’ombres. Ainsi, il construit sa scénographie en rapprochant contenant et contenu : « L’exposition explorait les modalités créatives grâce auxquelles les décors peuvent compléter et relever le style de chaque création »<sup>229</sup>. En effet, tout au long de la rampe centrale dessinée par Frank Lloyd Wright, une toile fine translucide crée un effet théâtral d’ombres, laissant entrevoir les mannequins exposés tout au long de la rampe. Cet effet permet aux visiteurs de se concentrer uniquement sur l’exposition, oubliant la vie chaotique en dehors du musée<sup>230</sup>. Les mannequins, réalisés sur mesure pour chaque tenue par la maison italienne La Rosa, sont exposés par groupes, créant un effet théâtral<sup>231</sup>. A chaque groupe de mannequins correspond un décor composé de plusieurs couleurs et matériaux, appliqués sur les murs

---

<sup>228</sup> Traduction de l’anglais : “The Guggenheim Museum has consistently investigated the central role that design has played in modern culture since 1991, when it expanded its vision to include architecture, design, and new media. [The exhibitions] presented a range of artistic languages, including art, architecture, fashion, and design, demonstrating the fusion that has often occurred between them” in Thomas Krens, “Preface and acknowledgments”, in Germano Celant, Harlod Koda, Susan Cross et Karole Vail, *Giorgio Armani, Guggenheim Museum, New York*, 2000.

<sup>229</sup> Traduction de l’italien : « La mostra esplorava le modalità creative attraverso le quali le ambientazioni possono completare e rilevare lo stile delle singole collezioni » in David BERNIE, « Giorgio Armani », *Guggenheim Museum, New York USA/ Bilbao, Espagne, 2000-2001* in Robert Wilson, *Design Espositivo, progetti e allestimenti*, Logos, 2006, Modena, p. 148-153.

<sup>230</sup> John Potvin, *Fashion and the art museums : when Giorgio Armani went to the Guggenheim*, *Journal of curatorial studies*, vol 1 n° 1, 2012, p. 49.

<sup>231</sup> Nous verrons ensuite qu’il s’agit de la même présentation du musée Armani/Silos de Milan.

et les sols. Des jeux de lumière animent l'exposition en créant des contrastes ; parmi les mannequins, de longs fils d'herbe en fibre optique<sup>232</sup> bougent comme poussés par le vent.

Le parcours d'exposition est organisé par thèmes, retraçant la carrière du couturier : androgyne, minimal, ethnique, *eveningwear*<sup>233</sup>. Mais le choix des tenues a été longuement critiqué car presque aucun modèle du début de la carrière d'Armani n'y figure. Le curateur Koda justifie cette absence en expliquant qu'il s'agit de pièces trop fragiles pour être exposées sans protection. Il commente aussi le choix de dispositifs de présentations visant à permettre aux visiteurs d'« examiner la beauté des matériaux et de voir la nature sophistiquée et séduisante des textiles de près »<sup>234</sup>. L'historien de l'art John Potvin, dans son article « Fashion and the art museums : when Giorgio Armani went to the Guggenheim », remarque que ce type de présentation ne respecte absolument pas les conditions de conservations des textiles : « [cette présentation] semble être un épisode du pire cauchemar d'un curateur de textiles et d'un conservateur ; je veux souligner que c'est pour cette raison que les expositions tournent mal la plupart du temps »<sup>235</sup>. Potvin remarque que les vrais curateurs de l'exposition ont été plutôt le couturier et le designer et non pas Celant et Koda. Il regrette aussi l'absence d'échantillons des textiles utilisés pour les vêtements exposés dans l'exposition, qui auraient pu compléter l'expérience du visiteur.

Il faut en effet remarquer que ce mode de présentation va à l'encontre des conditions de conservation des textiles « contrairement à un musée d'art moderne et plutôt comme dans une boutique, le visiteur est invité à s'approcher le plus possible [des vêtements], sans bien sûr [les] toucher<sup>236</sup> ». Plotvin conclut en rappelant que les musées sont faits pour entraîner les sens, alors que les boutiques, doivent activer le plus de sens possibles, la finalité étant l'achat.

---

<sup>232</sup> David BERNIE, *Giorgio Armani*, Guggenheim Museum, New York USA/ Bilbao, Spagna, Robert Wilson, 2000-2001 p. 148-153 in *Design Espositivo, progetti e allestimenti*, Logos, 2006, Modena.

<sup>233</sup> Franca Sozzani, « On womenswear », in Germano Celant, Harlod Koda, Susan Cross and Karole Vail, *Giorgio Armani*, Guggenheim Museum, New York, 2000, p. 74.

<sup>234</sup> Traduction de l'anglais : "examine the beauty of the material and see the elaborate, seductive nature of the textiles up close" in Tom Wong, "Armani exhibit offers little from designer's debut", Toronto Star, 16 novembre 2000, p. 6.

<sup>235</sup> Traduction de l'anglais : "While these seems like an episode from a textile curator and conservator's worst nightmare, I want to highlight that this is more often than not where exhibitions go wrong" in John Potvin, *Fashion and the art museums : when Giorgio Armani went to the Guggenheim*, Journal of curatorial studies, vol 1 n° 1, 2012, p. 56.

<sup>236</sup> Traduction de l'anglais : "Unlike a modern art museum and indeed much like a boutique, the visitor is invited to get as close as possible, without, of course, touching" in John Potvin, *Fashion and the art museums : when Giorgio Armani went to the Guggenheim*, Journal of curatorial studies, vol 1 n° 1, 2012, p. 58.

e. *Les autres étapes*

« A certains égards, le spectateur est comme un acteur sur scène où la chorégraphie et les mouvements changent en fonction du design et de la forme d'une salle. Le design réagit activement aux tenues exposées dans chaque section et sert aussi à souligner les nombreux leitmotifs de la carrière de Giorgio Armani »<sup>237</sup>.

Lors les étapes suivantes de l'exposition « Giorgio Armani : une rétrospective », la muséographie et la scénographie choisies font écho à l'architecture de chaque musée. Cependant les noms des curateurs n'apparaissent pas<sup>238</sup> et le catalogue reste le même que celui créé pour l'exposition de New York (exception faite de la dernière étape de l'exposition). S'il est difficile de connaître précisément les changements muséographiques opérés d'un musée à l'autre, on sait toutefois que les nouvelles collections Armani ont été ajoutées au fur et à mesure. Notons qu'aucune statistique sur le nombre de personnes ayant visité les expositions n'a été publiée.

Au Guggenheim de Bilbao<sup>239</sup>, une installation imaginée spécifiquement pour l'immense atrium de l'architecte Frank O. Gehry, met en scène un groupe de mannequins suspendus à différentes hauteurs, afin d'être vus à chaque étage du musée. Ainsi, les dispositifs de présentation pour chaque exposition, ont su établir un dialogue entre les créations de Giorgio Armani et l'architecture des musées, à l'aide de scénographies théâtralisées. Aux collections exposées à New York, se sont ensuite ajoutés de nouvelles pièces mais aussi des croquis.

A partir de 2003, l'exposition est présentée dans six villes : à la *Neue Nationalgalerie* de Berlin<sup>240</sup>, à la *Royal Academy of Arts* aux *Burlington House* de Londres<sup>241</sup> et au *Museo Nazionale Romano* des Thermes de Dioclétien à Rome<sup>242</sup>, où l'exposition, sponsorisée par

---

<sup>237</sup> Traduction de l'italien : « Per certi versi lo spettatore è come un attore sulla scena in quanto la coreografia e i movimenti cambiano a seconda del design e della forma di una stanza. Il design reagisce attivamente ai capi esposti in ogni sezione e serve anche a sottolineare i vari leitmotiv della carriera di Giorgio Armani » in *La Triennale di Milano : Giorgio Armani*, Robert Wilson, G. Celant, Giorgio Armani, Triennale Electa, 2007, p. 190-19.

<sup>238</sup> John Potvin, *Fashion and the art museums : when Giorgio Armani went to the Guggenheim*, *Journal of curatorial studies*, vol 1 n° 1, 2012, p. 55.

<sup>239</sup> Guggenheim Museum Bilbao, Espagne, 12/03-26/08/2001.

<sup>240</sup> 8/05/2003-13/07/2003.

<sup>241</sup> 18/10/2003-15/02/2004.

<sup>242</sup> 06/05-01/08/2004.



Mercedes-Benz et par American Express<sup>243</sup>, s'attire une nouvelle fois les critiques des historiens d'art, qui déplorent ce qu'ils considèrent comme *une mise en vente des musées*. L'exposition arrive ensuite au *Mori Arts Center Gallery* de Tokyo et au Shanghai Art Museum. L'étape finale de « Giorgio Armani : une rétrospective » été présentée à Milan en 2007<sup>244</sup>, sept ans après son inauguration à New York. Une nouvelle édition de l'exposition est réalisée dans les 3000 m<sup>2</sup> de la Triennale, qui abrite pour la première fois une exposition monographique d'un couturier. Il en va de même du Guggenheim de New York, où aucune exposition rétrospective d'un couturier n'avait eu lieu avant l'an 2000.

A l'instar des précédentes étapes, la scénographie créée par l'artiste Bob Wilson valorise l'influence du couturier dans la société. Les visiteurs découvrent la vie et les œuvres de Giorgio Armani à travers l'exposition de 600 vêtements ainsi que des croquis, des enregistrements audio et des vidéos. L'exposition est réalisée en collaboration avec la marque Alfa Romeo<sup>245</sup>, qui signe sa présence en plaçant une voiture à l'entrée de la Triennale.

Il y a très peu de documentation sur cette exposition itinérante, mais nous pouvons constater qu'elle a été financée par de grandes entreprises du secteur automobile.

## 2. Armani/Silos

### a. Le lieu

Le Musée Armani/Silos inauguré en 2015, présente les collections créées par Giorgio Armani depuis 1980. L'idée est née du couturier lui-même pour fêter ses 40 ans de carrière. Il transforme alors un ancien grenier des années 50, appartenant à la multinationale Nestlé en un vaste espace d'exposition qui s'étend sur 4500 m<sup>2</sup>. Afin de cultiver le souvenir du lieu, le couturier choisit de conserver son histoire et en partie son nom en le baptisant Musée *Armani Silos* : « [...] parce qu'on y entreposait le grain, un élément naturel qui nous fait vivre. Et tout comme les aliments, les vêtements nous servent dans notre vie<sup>246</sup> » se plaît à dire Armani qui décide de garder en l'état la forme insolite de l'extérieur de l'édifice,

---

<sup>243</sup>Document de presse : « Giorgio Armani : retrospettiva », site web Teknemediia.

<sup>244</sup> Milan, Palais de la Triennale, 20 febbraio-1 aprile 2007.

<sup>245</sup>«Alfa Romeo partner della mostra Giorgio Armani» site web Adc groupe.

<sup>246</sup> «About» site web Armani/Silos.

semblable à une ruche dotée de parois lisses et d'une couronne de fenêtres à son sommet<sup>247</sup> (fig.24).

La reconversion du bâtiment a été menée par l'architecte Tadao Ando. En 2000, l'architecte a été choisi par Giorgio Armani pour Armani/Teatro, l'espace dédié à ses défilés, qui se trouve en face d'Armani/Silos. L'architecture de cet édifice est simple et rigoureuse tout en étant monumentale : le choix des formes géométriques et la sobriété des couleurs évoquent la ligne esthétique du couturier, murs et sols sont en ciment gris, contrastant avec les plafonds noirs.

L'espace d'exposition se répartit sur les quatre niveaux du bâtiment. Au rez-de-chaussée, les visiteurs du musée ont aussi à disposition une boutique de cadeaux et une cafétéria.

Une partie de l'édifice est destinée à la conservation des archives vestimentaires des collections de Giorgio Armani.

#### *b. Le musée*

*« Mes tenues, pour être représentées au mieux, ont besoin de grands espaces, propres, modernes. Il n'est pas vrai qu'une collection peut être exposée n'importe où. Pour comprendre à fond mon style, il faut un espace étudié sur mesure »<sup>248</sup>*

L'ouverture d'Armani/Silos est annoncée par le couturier lors d'un défilé de la collection Emporio Armani<sup>249</sup> en 2014. Son inauguration a finalement lieu le 30 avril 2015, soit quinze ans après l'exposition « Giorgio Armani » au Guggenheim de New York, lors de laquelle Armani exprime publiquement sa volonté d'exposer les collections de manière permanente dans un musée. La présentation des collections et le contenu du musée diffèrent des précédentes expositions itinérantes. Avant tout, Armani/Silos est conçu entièrement par Giorgio Armani et son équipe : pas de conservateur ou de directeur du musée, pas même, de responsable des collections ou de muséographe. C'est Giorgio

---

<sup>247</sup>“Museo Giorgio Armani” site web Club Milano.

<sup>248</sup> Traduit de l'italien: “i miei abiti, per essere rappresentati al meglio, hanno bisogno di stanze ampie, pulite, moderne. Non è vero che una collezione può stare ovunque. Per capire a fondo il mio stile, occorre anche un ambiente studiato ad hoc ” in Renata Molho, *Essere Armani, una bibliografia*, Baldini Castoldi Dalai editore, 2006, p. 228.

<sup>249</sup>“Giorgio Armani per expo 2015 apro la mia Tate Gallery a Milano nell'ex Silos della Nestlé” site web Artribune.

Armani en personne qui s'occupe de la muséographie et du choix des collections exposées<sup>250</sup>. Il en résulte un musée unique en son genre car voulu et aménagé par le couturier lui-même.

Ajoutant à la singularité de l'approche, Giorgio Armani choisit de ne pas utiliser le mot musée pour qualifier le lieu. Celui-ci estime que ce mot est devenu synonyme de vieux, qui n'évolue pas dans le temps, tout le contraire de son espace qu'il veut toujours en mouvement.<sup>251</sup>. Alors, au vu de toutes ces singularités, Armani/Silos est-il ou non un musée ? Étant donné qu'il fait partie de l'association ICOM (International Council of Museums), nous répondons que oui. Mais est-il réellement conforme aux normes fixées par l'ICOM<sup>252</sup> ? Nous essayerons de répondre à cette question après avoir analysé ce musée.

Les objectifs principaux d'Armani/Silos sont de « protéger, préserver et valoriser l'héritage de Giorgio Armani<sup>253</sup> ». Mais au travers de l'histoire de la maison de mode, le musée retrace aussi quarante ans de mode et de design. C'est pourquoi la Ville de Milan soutient le musée dès son ouverture en 2015 et fait du couturier son ambassadeur pour l'inauguration de l'Exposition Universelle de Milan. Nous tenterons de répondre à cette question après avoir analysé ce musée.

L'entrée du musée est un long couloir qui mène les visiteurs jusqu'à la billetterie d'Armani/Silos, située sur la droite, au bout du couloir. Après l'avoir traversée, les visiteurs arrivent au cœur de l'édifice qui offre une vision d'ensemble du musée grâce à la cour centrale ouverte sur les trois étages. A chaque étage, dix salles accueillent les collections, sauf le dernier étage, composé d'un ultime espace d'exposition et des archives numériques. Les salles du rez-de-chaussée sont consacrées aux expositions temporaires. C'est à partir du premier étage que les visiteurs découvrent les créations de Giorgio Armani.

---

<sup>250</sup> Entretien téléphonique du 5/11/2018 avec Madame Cecilia Dessales, Responsable Iniziative Corporate chez Armani.

<sup>251</sup> "Museo Giorgio Armani" site web Club Milano.

<sup>252</sup> « Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation. » Définition "d'après les statuts de l'ICOM, adoptés lors de la 22ème Assemblée générale à Vienne, Autriche, le 24 août 2007".

<sup>253</sup> "Community" site web Armani.

### c. Une exposition permanente

Armani/Silos propose une rétrospective de la carrière du couturier en suivant les thèmes qui l'ont le plus influencé au cours de ses quarante années d'activité. Il se démarque de la plupart des musées de couturiers en exposant ses collections de manière permanente et non pas temporaire, sur l'ensemble des trois étages d'Armani/Silos. Depuis son ouverture en 2015, un seul changement de muséographie a été effectué : afin de respecter les normes de conservation préventive, les créations exposées bénéficient d'un repos obligatoire puis d'un système de rotation, complété par un contrôle hebdomadaire des pièces. Aujourd'hui, Armani/Silos expose la même collection mais organisée d'une façon différente. Auparavant, la collection occupait les quatre étages du musée, y compris le rez-de-chaussée, à présent destiné aux expositions temporaires. 600 créations et 200 accessoires étaient à l'époque répartis par thèmes chers au couturier : au rez-de-chaussée la collection *Daywear* et *Stars*, au premier étage *Exotismes*, au deuxième *Chromatismes* et au dernier étage *Lumière*.

Le nouvel aménagement, présenté en mars 2018, fait la part belle à trois thèmes forts de la carrière de Giorgio Armani : au premier étage les créations *Androgyne*, au deuxième étage *Ethnies* et au dernier *Stars*. Il y a en tout 400 créations.

### d. Les collections et les dispositifs de présentation

*“Armani/Silos est l'espace qui regroupe les créations des quarante années d'activité de Giorgio Armani et où une multitude de compétences sont dévoilées au public ; un espace où envisager l'avenir, où sont présentés de nouveaux modes de vie, capables de saisir les mutations de l'époque et les changements culturels”.*<sup>254</sup>

Le parcours d'exposition débute au premier étage, où les visiteurs découvrent les créations inspirées par le style *Androgyne*<sup>255</sup> de Giorgio Armani, l'un des trois thèmes

---

<sup>254</sup> “Community” site web Armani.

<sup>255</sup> Traduction du texte de salle : « *je trouve le style empreint d'un charme mystérieux et séduisant* » La mode, selon Giorgio Armani, se veut extrêmement pure, simple et claire. Le créateur a étudié la veste dans les moindres détails, modèle fondamental pour les tenues de jour. Il intervient sur les concepts originaux de l'androgynie tout en conservant le goût de la féminité et d'une élégance toujours sobre et discrète. Connue pour ses couleurs neutres et sa réinterprétation des tissus masculins, Armani aime fondre les éléments rigoureux de la couture masculine avec la délicatesse de la couture féminine donnant ainsi naissance à des pièces conçues tout en fluidité. Au fil du temps, le tailleur Giorgio Armani a connu des évolutions

récurrents de sa carrière. Des modèles de toute saison sont exposés : depuis les années 1980 jusqu'aux années 2000, ils ne sont pas présentés par ordre chronologique mais regroupés par gamme de couleur ou affinité stylistique. Qu'ils appartiennent aux collections homme ou femme, les modèles sont regroupés (fig.25) dans les mêmes salles. Chaque ensemble est accompagné d'un cartel. Les visiteurs peuvent circuler librement entre les mannequins car la zone d'exposition n'est pas délimitée, ce qui permet de voir les créations à 360 degrés, en pouvant presque les toucher. Ce mode de présentation contribue à rendre chaque pièce unique en annulant la distance d'habitude présente entre le visiteur et la collection. L'effet est renforcé par le choix de placer dans chaque salle une vingtaine de tenues formant des compositions quasi théâtrales.

Chaque ensemble est illuminé unitairement par des spots lumineux LED sur rail<sup>256</sup>(fig.25), permettant d'apprécier pleinement les détails des tissus, les coupes des vêtements et les nuances des couleurs. Le résultat produit est spectaculaire, rendant unique chaque pièce de Giorgio Armani et reflétant son ombre sur le sol gris. Grâce à cette illumination, les créations *parlent* d'elles-mêmes aux spectateurs, sans besoin d'être présentées. La lumière est calibrée afin de respecter les normes de conservation des collections vestimentaires, et le degré d'humidité de la pièce.

Les dispositifs de présentation sont très différents de ceux des autres musées de couturiers : Giorgio Armani a décidé d'exposer ses vêtements sans vitrines, sans socles, sans piédestal ou tout autre type de protection. Un mannequin a été fait sur mesure pour chaque création de sorte à se soustraire au regard des visiteurs ne mettant en valeur que le vêtement (fig. 26). En effet, Giorgio Armani veut offrir l'expérience la plus émotionnelle possible, afin que les visiteurs se concentrent uniquement sur la tenue et non sur le mannequin qui la porte. Cela est rendu possible par le choix de mannequins en plexiglas, qui permettent aux vêtements de révéler toutes leurs qualités aux spectateurs sans l'aide d'un dispositif élaboré de présentation : en découvrant les collections de cette façon, les visiteurs peuvent s'imaginer les porter, en faisant abstraction des mannequins et de leur couleur de peau ou de cheveux. Un bémol cependant à l'identification possible : comme dans la plupart des musées de costume, de mode ou de couturiers, la taille des mannequins est toujours la même, à savoir un petit 38. Une telle présentation, d'apparence plus neutre

---

en restant cependant fidèle à ses origines. *“le jeu de la fusion entre homme et femme est depuis toujours une des caractéristiques de mon style. Je pense qu'une femme portant des vêtements à la coupe masculine est on ne peut plus intrigante”* in “Exposition permanente” site web Armani Silos.

<sup>256</sup> Ce projet est réalisé par le designer d'éclairage A.J. Weissbard, qui avait déjà travaillé pour l'exposition “Giorgio Armani” et pour l'Armani Teatro en 2001.

qu'une présentation traditionnelle, oriente donc de manière voulue et précise le regard et le ressenti du visiteur.

Ces mannequins (fig.27) sont les mêmes que ceux réalisés pour l'exposition itinérante « Giorgio Armani », vraisemblablement fabriqués par la célèbre marque italienne *La Rosa*<sup>257</sup>, qui existe depuis 1922, avec laquelle Armani collabore depuis les années 1980. Ils se distinguent particulièrement des mannequins plus *classiques* créés par *La Rosa* pour les boutiques<sup>258</sup> de la marque.

Au premier étage, une salle est aménagée pour exposer les accessoires d'Armani (fig.28, fig. 29) : sacs, bijoux et articles de maroquinerie, sont disposés sur cinq meubles en verre opaque turquoise rétroéclairés du bas vers le haut. Comme pour les mannequins des collections de vêtements, il n'y a aucune protection, si bien que les visiteurs profitent pleinement des détails de chaque accessoire. Les plus fragiles sont toutefois placés dans des vitrines transparentes.

Au deuxième étage, l'exposition continue avec les collections d'inspiration orientale, les *Ethnies*<sup>259</sup>. Avec les collections du premier étage, elles constituent la ligne du « Prêt-à-Porter », à l'origine de la carrière du couturier. Le dernier étage est dédié aux créations *Stars*<sup>260</sup>. Y sont présentées les robes de la ligne *Armani Privé* ainsi que les archives numériques. Ici, les vêtements sont mis en valeur grâce aux toiles métalliques fixées aux murs, réalisées pour l'ouverture du musée en 2015 et utilisées à l'époque à tous les étages. Ces toiles sont faites dans des matériaux adaptés à chaque vêtement. Tantôt tendues, tantôt froissées ou imprimées, elles renvoient à leur façon les lumières projetées, révélant les caractéristiques chromatiques et lumineuses des créations.

---

<sup>257</sup> Pour des raisons de respect de la vie privée, Armani/Silos ne donne pas de renseignements sur la marque qui réalise ses mannequins. Nous pouvons tout de même envisager qu'il s'agit de *La Rosa*, car le modèle est identique à celui créé pour l'exposition temporaire "Giorgio Armani : a retrospective" à New York. « Mostre Giorgio Armani », site web La Rosa.

<sup>258</sup> Toutefois la chercheuse Paula Alaszkiwicz écrit dans son article "The labyrinth : metaphor and method", qu'en 1996 deux nouvelles boutiques d'Armani avaient ouvert à New York et avaient été comparées à un musée dans l'article de Lucie Young "Armani opens museum shops selling clothes" New York Times, September 12, 1996, C3, tout comme la boutique de Hong Kong, ouverte en 2002 considérée comme un véritable "lieu d'exposition". L'article est disponible en ligne sur le site web *Stedelijk studies*.

<sup>259</sup> Texte de salle : "Les cultures orientales influencent fortement les créations de Giorgio Armani : le styliste reprend des éléments inspirés d'ethnies lointaines et les interprète avec son style inimitable. De l'Inde à l'Afrique, en passant par la Chine, le Japon, la Perse, l'Arabie, la Syrie ou la Polynésie, voici tout autant de lieux qui ont inspiré le créateur".

<sup>260</sup> Texte de salle : "Un lien étroit unit Giorgio Armani au monde du spectacle et du cinéma. Sur le grand écran comme sur le tapis rouge, les stars portent les créations du styliste et entrent dans son univers car il s'agit aussi d'histoires d'amitié ».

Contrairement à l'exposition itinéraire, les espaces d'Armani/Silos ne montrent que les collections vestimentaires du couturier : aucun croquis, aucun texte ni photographie ne documente le travail du couturier et des stylistes.

En arrivant à chaque étage de l'exposition permanente, les visiteurs réalisent que l'expérience qui leur est proposée est aussi sonore. Une musique d'ambiance créée exprès pour Armani/Silos<sup>261</sup> les plonge dans un univers multi-sensoriel qui les enveloppent tout au long de leur parcours. Où sommes-nous ? Dans un musée ou à un défilé de mode ? Les pistes sont brouillées mais nos sens en émoi : les sons répondent aux lumières pour servir l'harmonie et la mise en valeur des collections, offrant une clé de lecture originale du musée. Pour les visiteurs, c'est une expérience unique et à la fois personnelle qui leur est donnée à vivre le monde de Giorgio Armani.

Si la musique est un aspect particulier de ce musée, elle en facilite aussi la lecture, et peut être à ce titre considérée comme un vecteur *d'edutainment*. Nous remarquerons que c'est une caractéristique exclusive de Giorgio Armani car c'est le seul musée de couturiers où la musique est présente.

Ainsi, l'ordre thématique de l'exposition permet de retracer la carrière artistique du couturier, soulignant la cohérence du style intemporel de Giorgio Armani et son lien étroit avec la ville de Milan. A l'image de la structure et des teintes sobres utilisées, l'architecture intérieure et la scénographie ont été étudiées pour éviter toute ingérence extérieure pendant la visite d'Armani/Silos.

#### *e. La médiation écrite et orale*

La signalétique d'Armani/Silos est très sobre. Elle s'insère parfaitement à l'intérieur du musée. Les panneaux d'exposition, la numérotation des salles et les dépliants ont été réalisés par l'agence Pitis<sup>262</sup>. A chaque étage du musée, des textes, situés de part et d'autre des escaliers, introduisent le thème de la collection présentée dans chaque salle. Les langues choisies sont l'italien et l'anglais. Les dix salles sont numérotées, suivant le sens de la visite.

---

<sup>261</sup> Entretien téléphonique du 07/06/2019 avec Madame Cecilia Dessales d'Epinoix, Responsable Corporate Giorgio Armani.

<sup>262</sup> "Armani Silos" site web Pitis.

Devant chaque pièce, des cartels en plexiglas transparent fixés sur la même base que les mannequins, à 80 cm de hauteur, indiquent la saison et l'année de création, écrites en blanc. Armani/Silos renseigne très peu les visiteurs sur la composition des vêtements. Ce choix est totalement assumé par le couturier qui entend ainsi éviter d'alourdir l'exposition par des textes superflus, se démarquant par là-même des autres musées<sup>263</sup>. L'approche éditoriale est la même pour les textes présentant le contenu des salles : ils ne donnent aucune information sur la vie et le succès du couturier, ni sur les techniques de confection et les matériaux utilisés. Certes, les visiteurs se voient remettre un dépliant à l'entrée du musée, mais celui-ci n'a, hélas, pas été mis à jour depuis la première muséographie et ne correspond donc pas à la présentation actuelle.

Seul l'audioguide décrit véritablement certaines créations<sup>264</sup> (une dizaine à chaque étage) et fournit quelques détails de fabrication aux visiteurs.

Notons qu'une application téléchargeable pour smartphone est également proposée, mais elle n'apporte pas plus d'informations que les autres supports cités.

Le site internet d'Armani/Silos est, quant à lui, distinct de celui de la marque du couturier<sup>265</sup>, et mis à jour régulièrement. Il est accessible en sept langues et renseigne les visiteurs sur le lieu, les expositions, les événements et les informations pratiques liées au musée. Précisons que le contenu des archives numériques du musée n'est pas disponible en ligne, mais seulement sur place.

#### *f. Les archives numériques*

*« Nous avons envisagé, organisé et structuré cet endroit de façon à inciter les jeunes à effectuer des recherches créatives en leur fournissant des connaissances uniques et précieuses. Une partie du troisième étage est dédiée à la consultation gratuite d'archives numériques à l'aide d'outils tels que des postes de travail, des tables à écran tactile et une zone de projection équipée d'un large écran. Pour moi, ces installations ciblées représentent un engagement concret à soutenir les jeunes<sup>266</sup>»*

---

<sup>263</sup> Entretien téléphonique du 5/11/2018 avec Madame Cecilia Dessales, Responsable Corporate chez Armani.

<sup>264</sup> L'audioguide analyse une dizaine de créations par étage, en renseignant les visiteurs sur les matériaux, sur les célébrités qui ont porté les vêtements exposés et sur les sources d'inspirations de Giorgio Armani. Ils sont payants et disponibles à la billetterie.

<sup>265</sup> Le lien avec le site d'armani.com est présent seulement à la fin de la page d'accueil.

<sup>266</sup> Citation de Giorgio Armani dans « Community » site web Armani.



Les archives numériques d'Armani/Silos se trouvent au dernier étage du musée. Elles intéressent particulièrement les jeunes et les chercheurs. « Dans la culture de la mode contemporaine, les archives retracent le processus créatif ; ce sont des lieux d'émerveillement, des espaces de recherche, de représentation et de réinterprétation du passé où l'on apprend à forger l'avenir<sup>267</sup> ». Les archives sont donc consultables gratuitement par les visiteurs du musée, et elles aussi accessibles à des fins de recherche.

Sur place, il y a au total huit ordinateurs et dix écrans tactiles qui sont mis à disposition du public pour lui permettre de visualiser et de consulter environ 2000 vêtements et accessoires, formant plus de 1000 tenues, classées selon les saisons et les collections. Les archives intègrent aussi 350 croquis du couturier, des vidéos de défilés et de leurs coulisses, ainsi que 1500 photographies des collections ; sans oublier des campagnes publicitaires et la revue *Emporio Armani Magazine*<sup>268</sup>.

A côté des archives, une salle de projection propose le visionnage de diverses interviews de Giorgio Armani, documentaires, publicités, défilés et leurs coulisses, ainsi que des *fashion films*.

#### *g. Un espace pour les expositions temporaires*

Comme nous l'avons vu, les salles du rez-de-chaussée accueillent les expositions temporaires. La première a eu lieu en 2016. Chaque année, deux expositions sont présentées sur une durée de trois à six mois.

Jusqu'à mars 2019, il s'agissait uniquement d'expositions de photographie, un sujet qui passionne Giorgio Armani du fait de son rapport avec la mode. En témoigne l'espace qu'il a voulu créer pour la ville de Milan, où le langage de la photographie est mis au service de l'univers de la mode, alors que peu d'espaces, ailleurs en ville, sont consacrés à ces deux mondes<sup>269</sup>.

Conçue par Armani en personne, l'exposition d'ouverture était intitulée « Emotions of the athletic body »<sup>270</sup>. Armani a, pour ce faire, pioché dans ses propres archives des photographies d'hommes et de femmes en train de pratiquer un sport ; l'esthétisme des

---

<sup>267</sup> « Community » site web Armani.

<sup>268</sup> « Digital archive Armani/Silos » site web Pitis.

<sup>269</sup> Entretien téléphonique du 5/11/2018 avec Madame Cecilia Dessales, Responsable Corporate chez Armani.

<sup>270</sup> « Emotions of the athletic body », 23/09/2016-19/03/2017.

corps en mouvement et leur rapport avec le vêtement intéressait particulièrement le couturier.

Depuis 2017, le couturier a donné carte blanche à des photographes contemporains : Larry Fink<sup>271</sup>, Paolo Ventura<sup>272</sup>, Sarah Moon<sup>273</sup> et Charles Fréger<sup>274</sup> ont ainsi aménagé les dix salles du rez-de-chaussée d'Armani/Silos pour présenter et raconter leur travail. A l'automne 2018, « *Italian panorama* », une exposition collective de jeunes photographes a été organisée dans ces espaces par Photo Vogue Italia Festival<sup>275</sup>.

La dernière exposition temporaire, inaugurée en avril 2019, présente une rétrospective du travail de l'architecte japonais Tadao Ando, « The challenge ». Réalisée en collaboration avec le Centre Pompidou, l'architecte en personne et son cabinet, elle est la première sur un sujet lié à l'architecture à prendre place au musée Armani/Silos.

Nul doute que, si le choix des thèmes des expositions temporaires n'est pas directement inspiré par l'œuvre de Giorgio Armani, les histoires racontées par ces photographies font écho à son apport créatif dans le milieu de la mode et constituent un faire-valoir des modèles du couturier exposés aux étages supérieurs.

#### *h. Les initiatives d'Armani/Silos*

Armani/Silos est ouvert du mercredi au dimanche de 11 heures à 19 heures. Le musée organise des visites guidées des expositions permanentes et temporaires pour les groupes, proposées en huit langues différentes. Des visites spécifiques sont aussi organisées en partenariat avec les écoles de la ville par le groupe *Corporate* de Giorgio Armani. Nous déplorons, en revanche, le manque d'ateliers spécifiques adaptés aux enfants ou aux groupes scolaires.

Enfin, des espaces à l'intérieur du musée sont parfois mis à disposition de l'École Polytechnique de Milan pour y dispenser des cours assortis de visites<sup>276</sup>. La collaboration entre le couturier et l'École est active depuis 2007, quand Giorgio Armani a reçu la *laurea*

---

<sup>271</sup> "Larry Fink the beats and the vanities" 29/03-30/07/2017.

<sup>272</sup> "Paolo Ventura Racconti Immaginari" 8/03-29/07 2018.

<sup>273</sup> "Sarah Moon from one season to another" 19/09/2018-6/01/2019.

<sup>274</sup> "Charles Fréger Fabula" 2/01-24/03/2018.

<sup>275</sup> "Italian Panorama" 15/11-9/12/2018.

<sup>276</sup> "Armani/Silos collabora con scuola di design" site web Ansa, 10/05/2016.

*honoris causa* en dessin industriel. A l'occasion de la *Milano Arch Week 2019*, qui a eu lieu dernièrement, les visiteurs ont pu découvrir, au dernier étage du musée, une exposition collective – *About future : architecture, cities, environment, models and visions* – réalisée conjointement avec les élèves en architectures de l'École<sup>277</sup>.

Parmi les activités annexes proposées par le musée, nous citerons notamment le parcours de formation cinématographiques Armani/Laboratorio. Ouvert depuis deux ans et pilotée par des professionnels du cinéma, il s'agit d'une formation gratuite de quelques semaines offerte à de jeunes créatifs<sup>278</sup>, et consacrée à la production d'un court-métrage.

Au-delà des expositions de vêtements, la diversité des initiatives artistiques et créatives qu'accueille Armani/Silos est à l'image de la personnalité d'Armani et de ses centres d'intérêts variés qui s'expriment dans les espaces de son musée. Pour faciliter les changements successifs, les dispositifs de présentation sont tous amovibles.

#### *i. La boutique de cadeaux*

La boutique de cadeaux d'Armani/Silos se trouve à l'entrée principale du musée, au début du long couloir qui accueille les visiteurs au 40 via Bergognone. Nous y trouvons des produits dérivés et des ouvrages sur la marque Giorgio Armani. En revanche, selon la volonté du couturier, elle ne propose pas de catalogue de l'exposition permanente, ni d'expositions temporaires, de façon à ne pas alourdir l'expérience du visiteur qui, s'il souhaite se documenter de façon plus approfondie, peut consulter les archives numériques<sup>279</sup>.

---

<sup>277</sup> "About future" 17/05-28/07/2019.

<sup>278</sup> "Armani Laboratorio 2018" site web Armani/Silos.

<sup>279</sup> Entretien téléphonique avec Madame Cecilia Dessales d'Epinoix, le 07/06/2019.

*Très attaché à la valorisation du patrimoine italien, Armani a souhaité exprimer ce lien étroit qui l'unit à la culture de son pays depuis les années 1980. Cet attachement est donc très perceptible lorsque nous parcourons le musée Armani/Silos, mais aussi plus généralement dans l'engagement permanent d'Armani à soutenir différents projets, tantôt de restauration, tantôt de promotion des arts, par le biais de parrainages d'expositions qui « préservent et valorisent l'héritage culturel et artistique italien<sup>280</sup> ».*

*Armani semble, par ailleurs, apprécier l'idée de casser les codes habituels des musées. Ainsi, il innove lorsqu'à l'époque il fait l'acquisition du bâtiment qui abritera son musée et qu'il transforme spécialement dans l'idée d'abolir les frontières entre contenant et contenu, pour livrer au public un espace sur mesure au service de ses collections. Pourtant, bien que mu par l'envie d'évoluer avec son temps et d'appliquer ce principe à son musée, Armani semble plus préoccupé par « l'expérience émotionnelle et esthétique »<sup>281</sup> des visiteurs, que de la conservation de ses collections. Il semble avoir négligé les règles de conservation propres aux pièces de musées, comme le laisse penser l'absence de dispositif de protection des vêtements et l'illumination directe des collections à l'aide d'intenses éclairages.*

*Dans le même ordre d'idée, les historiens de la mode lui reprochent souvent son excessive théâtralisation des collections, notamment induite par des jeux de lumières visant à élever les créations de vêtements au rang de pièces iconiques d'art.*

*D'autres soulignent aussi l'échec d'Armani à les contextualiser, malgré les regroupements thématiques. Cette décontextualisation, ou plutôt cette absence de contexte et de références historiques, sociales et géographiques, constitue-t-elle la clef de lecture manquante des créations d'Armani ? C'est en tout cas ce que suggère le professeur Chris Breward, lorsqu'il compare l'exposition « Giorgio Armani » présentée à Londres à « une brillante mais éphémère vitrine de grands magasins »<sup>282</sup>.*

*Même ambiguïté lorsqu'il s'agit de savoir si Armani/Silos est ou non un musée. Rappelons, en effet, qu'Armani préfère ne pas utiliser ce mot pour définir le lieu, mais qu'à contrario, il a accepté que celui-ci soit classifié comme un musée par l'ICOM. Pourtant, même s'il est ouvert à tout public, force est de constater que l'absence de protection et de laboratoire pédagogique le rend inapproprié aux visites scolaires et, qu'à ce titre, nous*

---

<sup>280</sup> « Community » site web Armani.

<sup>281</sup> Entretien téléphonique avec Madame Cecilia Dessales d'Epinoix, le 07/06/2019.

<sup>282</sup> <https://www.theguardian.com/artanddesign/2003/oct/18/art.museums>  
a glossy but ephemeral department-store window.

*pouvons douter qu'il réponde à tous les critères pour être qualifié de « musée », selon la définition officielle fournie par ICOM en 2007<sup>283</sup>.*

*N'ayant pas pu avoir accès aux données statistiques sur les visiteurs pour des raisons de respect de la vie privée, il nous est difficile d'apprécier les variations de fréquentation. Quant à la programmation culturelle des expositions temporaires, attire-t-elle de nouveaux publics ? Difficile également de savoir si le musée est véritablement un lieu « toujours en mouvement », comme le voulait et l'exprimait Giorgio Armani lors de l'inauguration. Et comment fidéliser les visiteurs quand les trois quarts du musée sont réservés à une exposition permanente qui, depuis 2015, présente les mêmes collections ?*

*Autant de questions pour lesquelles aucune réponse ferme ne s'impose, mais qui traduisent la distorsion inévitable créée par le temps qui passe, entre les ambitions de départ de Giorgio Armani et ses réalisations effectives.*

*Il en découle une autre question liée au temps : le musée peut-il être considéré comme un lieu de mémoire ? Et comment même envisager la notion de mémoire ? Parle-t-on de la mémoire d'un ancien grenier, dont aucun élément d'origine intérieur n'a été conservé, mais qui garde des traces de son passé, parmi lesquelles le nom composé « Armani/Silos », ou bien parlons-nous de l'histoire, et donc de la mémoire de la maison Armani ?*

---

<sup>283</sup> D'après les statuts de l'ICOM, adoptés lors de la 22ème Assemblée Générale à Vienne, Autriche, le 24 août 2007.

« Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation. »

## IV. Fondation Gianfranco Ferré

La Fondation Gianfranco Ferré a été créée en 2008 par la famille du couturier, disparu en 2007. Elle présente certaines caractéristiques typiques des musées, comme la conservation des pièces et les activités didactiques qu'elle propose, mais elle n'en partage pas son aspect visible : dans ses espaces, il n'y a pas de véritables salles d'exposition, car la Fondation a l'habitude d'organiser des rétrospectives sur la carrière de Ferré à l'extérieur de ses murs.

### 1. Gianfranco Ferré, l'architecte de la mode

*« En tant que styliste et architecte, je conçois la mode comme le design, ce dernier étant l'acte de transformation figurative permettant le passage de l'idée à l'objet. Un lien très serré unit l'architecture à la mode : apparemment, l'architecture est « hard », les vêtements sont « soft ». Mais même lorsque je dessine des vêtements, je dessine pour quelque chose de « hard » et de définitif : le corps humain<sup>284</sup> ».*

Gianfranco Ferré naît à Legnano, près de Milan, le 15 août 1944. Il se diplôme en Architecture à l'École Polytechnique de Milan en 1969 et commence, presque par hasard, sa carrière dans le monde de la mode, en dessinant des bijoux pour ses amies. En même temps, il dessine des meubles pour des boutiques et pour des appartements<sup>285</sup>. En 1973, il voyage pour la première fois en Inde, pays dont il tombera amoureux et où il retournera régulièrement : « Ferré est littéralement séduit par l'Inde, où il consolide sa formation et démarre son parcours créatif : l'Inde, une leçon fondamentale de vie, faite d'émotions et de sensations liées aux couleurs, aux parfums, aux formes, que Ferré reproduira dans ses collections, à travers sa particulière façon de se rappeler<sup>286</sup> ». Ce premier voyage est rendu

---

<sup>284</sup> G. Ferré, Concevoir au masculin, archives de la fondation.

<sup>285</sup> « Gianfranco Ferré » dans le « Dizionario Biografico », Treccani enciclopedia.

<sup>286</sup> Traduction de l'italien : « Ferré viene letteralmente sedotto dall'India, dove si consolida la sua formazione e prende avvio il suo percorso creativo : l'India, una lezione fondamentale di vita, fatta di emozioni e sensazioni legate ai colori, ai profumi, alle forme, che Ferré trasferirà nelle sue collezioni, attraverso il suo particolare modo di ricordare » in R. Airaghi, « Biografia » in *Gianfranco Ferré. Lezioni di moda*, sous la direction de M.L. Frisa, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009.

possible grâce à son travail pour la manufacture d'imperméables San Giorgio où il a élaboré la collection *Ketch*, entièrement produite en Inde<sup>287</sup>. Pendant ses réguliers séjours en Inde de 1973 jusqu'en 1977, il découvre et se familiarise avec plusieurs formes d'artisanat indien, bénéficiant de l'aval et du soutien du gouvernement indien.

En mai 1978, il crée sa société « Gianfranco Ferré » et en octobre il présente son premier défilé de prêt à porter féminin.

L'année 1982 marque, quant à elle, le lancement de sa première collection homme. Parallèlement, il enseigne à la *Domus Academy* de Milan, une université de troisième cycle en Design dont il est l'un des fondateurs, et où il dirige le cycle d'études en « Design du vêtement » de 1983 à 1989.

La même année, ses créations sont repérées par des institutions américaines qui les choisissent pour la première exposition conçue par le Massachusetts Institute of Technology de Boston, « Architecture intime : le design des vêtements contemporains<sup>288</sup> » ainsi que pour l'exposition « Ré-évolution italienne. Le design de la société italienne dans les années quatre-vingt<sup>289</sup> » au Musée d'Art Contemporain *La Jolla* de San Diego, en Californie. Un an plus tard, ces mêmes créations sont transférées au Musée Daimaru à Osaka, au Japon, dans l'exposition « Italienne 1920-1980<sup>290</sup> ». Dès lors, les créations de Ferré seront assidûment recherchées et présentées à l'occasion d'expositions diverses en Italie et à l'étranger.

En 1986, Ferré est décoré de l'ordre du Mérite de la République italienne ; la même année, il présente lors d'un défilé à Rome sa première collection Haute Couture. De 1989 à 1996, il est le directeur artistique de la Maison Christian Dior pour laquelle il s'occupe des lignes de Haute Couture, de prêt-à-porter et de fourrure. Il succède à Marc Bohan, le couturier en tête de Dior depuis 1961 ; dès lors, Ferré marque la maison de son empreinte : il « invente le futur de Dior en puisant dans son passé, ses silhouettes, ses images, ses idées auxquelles il redonne vie<sup>291</sup> ». Cela ne l'empêche pas de poursuivre, en parallèle, la production de sa propre marque de prêt-à-porter.

---

<sup>287</sup> R. Airaghi, "Biografia" in *Gianfranco Ferré. Lezioni di moda*, sous la direction de M.L. Frisa, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009.

<sup>288</sup> « Intimate architecture : contemporary clothing design » NY Times, 17/05/1982.

<sup>289</sup> « Italian re-evolution. Design in Italian society in the Eighties », site web Sartogo Architetti.

<sup>290</sup> "Italienne 1920 1980".

<sup>291</sup> Pour la collection haute couture Dior de l'automne-hiver 1995, Ferré dessine une collection en hommage du peintre Paul Cézanne, qui sera ensuite protagoniste d'une exposition au Grand Palais, à Paris. Alexandre Fury, "Introduction" in *Dior by Gianfranco Ferré 1989-1996*, Assouline, Paris, 2018.

En 1998, à l'occasion des vingt ans de carrière, il inaugure son nouveau quartier général, la Maison Ferré, située au 21, rue Pontaccio à Milan, au cœur d'un ancien entrepôt construit entre 1908 et 1909 ayant appartenu à la société de transports Gondrand<sup>292</sup>.

Le 3 mars 2007, Gianfranco Ferré devient président de l'Académie de Brera à Milan, l'école supérieure d'enseignement artistique. Mais après quelques mois, il meurt soudainement d'un accident cérébral le 17 mars 2007.

Le 13 février 2008, naît la Fondation Gianfranco Ferré avec pour mission de garder vivant son souvenir à travers ses archives : « une *never ending story* projetée vers le futur – comme Ferré aimait le définir – [...] un cumul d'expériences qui sert pour continuer à inventer et à toujours s'améliorer. C'est la mémoire pour le futur<sup>293</sup> »

Tout au long de sa carrière, Ferré finance des opérations de restauration d'œuvres d'art comme en 1983, les fresques du peintre Guercino de la coupole de la cathédrale de Plaisance et, en 2007, le tableau « Adam pleure Abel » de Johann Carl Loth. Il soutient aussi des initiatives du FAI – Fond de l'Environnement Italien.

### *Les donations aux institutions*

*« J'ai toujours nourri le désir que les témoignages les plus vrais de mon travail ne restent pas enfermés dans un coffre qui n'appartiendrait qu'à moi. Si, de plus, les émotions données par le vêtement arrivent dans un musée, elles deviennent réellement la propriété de tous : elles deviennent un patrimoine collectif et un possible instrument de croissance commune<sup>294</sup> »*

Dans les années 1980, l'idée de créer un musée de la mode à Milan était partagée par plusieurs couturiers, parmi lesquels Valentino, Ferré, Armani et Versace. Le Ministère des Biens Culturels avait même institué un comité afin de créer ce musée. En vain, puisque

---

<sup>292</sup> R. Airaghi, "Biografia" in *Gianfranco Ferré. Lezioni di moda*, sous la direction de M.L. Frisa, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009.

<sup>293</sup> Traduction de l'italien : « una *never ending story* proiettata verso il domani – come Ferré amava definirlo – [...] un cumulo di esperienze che serve per andare avanti, per continuare ad inventare, anche per migliorarsi sempre. È la memoria per il futuro » in "Gianfranco Ferré Appunti", Archives Fondazione Gianfranco Ferré, 2000.

<sup>294</sup> Traduction de l'italien : "Ho sempre nutrito il desiderio che le testimonianze più vere del mio lavoro non rimanessero chiuse in un forziere soltanto mio. Se poi le emozioni regalate dall'abito giungono in un museo, diventano realmente di tutti: diventano patrimonio collettivo e possibile strumento di crescita comune" in (sous la direction de) M.L. Frisa, *Gianfranco Ferré. Lezioni di moda*, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009.



ce musée n'a jusqu'ici jamais vu le jour. Pourtant, Gianfranco Ferré et Rita Airaghi – sa cousine qui collabore avec lui et deviendra plus tard Directrice Générale de la Fondation Ferré – en ont été de fervents soutiens. Ils pensaient qu' « une donation d'une partie des archives à la ville de Milan pouvait être un moyen pour changer les choses, la condition *sine qua non* étant qu'elle prenne place dans un lieu digne et sûr. J'avais personnellement contacté une infinité de maires [...]. Malgré notre bonne volonté, il n'était pas possible de trouver une solution<sup>295</sup> ». Étant donné le faible intérêt porté au projet pendant les années 1990, Ferré et Airaghi réfléchissent à une autre façon de donner de la visibilité aux collections.

C'est ainsi que Gianfranco Ferré, dès l'an 2000, initie des donations à des musées, institutions et organismes analogues qui, via des expositions temporaires ou autres, rendent accessibles au public ses collections<sup>296</sup>. Le couturier ressent le besoin de partager son expérience, même s'il s'agit d'exposer des collections assez récentes : il est conscient de la valeur de ses créations dans l'histoire de la mode italienne et de la façon de les utiliser « afin qu'elles deviennent une expérience collective à partir de laquelle recommencer, pour se réinsérer dans le flux constant de créativité »<sup>297</sup>. Croyant fortement à cette idée de patrimoine collectif comme instrument de croissance commune, Gianfranco Ferré a parfaitement conscience de la façon dont son parcours professionnel, pourtant en pleine évolution, a une place légitime dans les musées. C'est pourquoi, il décide de faire une donation de 300 pièces à la Galerie du Costume de *Palazzo Pitti* à Florence, inaugurée le 21 juin 2000. Cette donation est saluée lors de l'exposition « Autres émotions – Le monde et le style de Gianfranco Ferré<sup>298</sup> », aménagée par Ferré en personne et la scénographe Margherita Palli.

La donation comprend 66 tenues et accessoires, pour un total de 300 pièces<sup>299</sup>, appartenant aux collections Gianfranco Ferré Couture et prêt-à-porter Femme de 1986 à 1999.

La même année, Ferré fait une donation de dix corsets – parmi ceux des collections de 1980 à 1999 – au Musée du *Fashion Institute of Technology* de New York, le FIT<sup>300</sup>. Les

---

<sup>295</sup> Citation de Rita Airaghi : « Noi avevamo pensato che la donazione di una parte dell'archivio alla città di Milano potesse essere comunque un mezzo per smuovere la situazione ; ovviamente, la donazione sarebbe avvenuta a condizione che venisse sistemata in maniera adeguata, in un luogo degno e sicuro. Io presi personalmente i contatti con una serie infinita di sindaci... poi... non si riusciva a concludere niente nonostante la nostra buona volontà Maria Teresa Alfonsi, *Gianfranco Ferré*, Baldini Castoldi Dalai editore, Milano, 2008.

<sup>296</sup> Entretien avec Rita Airaghi, Présidente de la Fondation Ferré, à Milan, le 11 janvier 2019.

<sup>297</sup> Traduction de l'italien: "perché diventi esperienza collettiva da cui ripartire, da re-immettere nel costante flusso della creatività" *Gianfranco Ferré. Lezioni di moda*, a cura di M.L. Frisa, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009.

<sup>298</sup> Sous la direction de Margherita Palli.

<sup>299</sup> "La donation à la Galerie du Costume de Palazzo Pitti", Archives de la Fondation G. Ferré.

<sup>300</sup> "Communiqué de presse", Archives de la Fondation G. Ferré.

pièces sont choisies avec la commissaire d'exposition et directrice du musée, Dr. Valerie Steele, pour être présentées lors de son exposition « The Corset : Fashioning the Body »<sup>301</sup>. Ce musée est privilégié « en tant qu'université publique de New York dédiée à l'étude de l'art et du design, de la technologie et du business appliqués à la mode [...] le FIT fait figure d'interlocuteur idéal pour un projet fondé sur la valeur primaire de la recherche, de la documentation et de la conservation, auquel Gianfranco Ferré porte grande attention depuis toujours<sup>302</sup> ». La même année, 15 tenues d'archives font l'objet d'une autre donation au *Costume Institute* du Metropolitan Museum de New York ; après avoir été exposées dans les vitrines de *Saks*, un grand magasin américain, pendant une semaine<sup>303</sup>, elles entrent ensuite dans les collections du musée.

Alors, qu'une quatrième donation est sur le point d'être réalisée au Musée Galliera, le couturier disparaît brutalement<sup>304</sup>.

## 2. La Fondation Gianfranco Ferré

*“La Fondation Gianfranco Ferré est née en 2008, avec une mission simple et compliquée à la fois : ficher, conserver, mettre à disposition du public l'immense quantité de matériaux – vêtements, dessins, photographies, textes, films et beaucoup plus – restés en partie en ordre, en partie éparpillés et confus, afin de documenter le travail d'un des grands protagonistes de la mode italienne. Elle a aussi pour objectif de promouvoir des projets et de réaliser des activités qui soient dans la lignée de la poétique de Gianfranco Ferré, tout en repensant sa conception de la mode, de l'esthétique et de la culture conceptuelle, mais en faisant aussi des archives un lieu qui ne limite pas à l'organisation et à la conservation des matériaux dans une vision cristallisée, mais qui en font un lieu vivant de recherche et d'idées<sup>305</sup> ».*

---

<sup>301</sup> 25/01- 22/04/2000.

<sup>302</sup> “Communiqué de presse”, Archives de la Fondation G. Ferré.

<sup>303</sup> “Communiqué de presse”, Archives de la Fondation G. Ferré.

<sup>304</sup> Maria Teresa Alfonsi, Gianfranco Ferré, Baldini Castoldi Dalai editore, Milano, 2008.

<sup>305</sup> Rita Airaghi, Prefazione, in Gianfranco Ferré. Lezioni di moda, a cura di M.L. Frisa, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009, p. 6.

La Fondation Gianfranco Ferré se présente comme un lieu vivant de recherche accessible à tous. Le Fondateur en est Alberto Ferré, frère du couturier ; Rita Airaghi, cousine du couturier et Directrice de la Communication et des Relations Extérieures de la Maison Ferré depuis 1970, en devient Directrice Générale dès sa création. Après la mort de Ferré, la famille s'est, en effet, tournée vers Airaghi pour imaginer quelque chose à la mémoire du couturier. Bien au fait de toutes les ressources matérielles à disposition, elle pense d'abord à un musée ; mais durant cette période, la famille n'est pas propriétaire des archives vestimentaires qui appartiennent à la marque. Airaghi pense alors à créer une fondation et visite ainsi la Fondation Yves Saint Laurent avec Pierre Bergé, pour en découvrir la structure et l'organisation et pour s'en servir d'exemple dans la conception de celle de Ferré.

La Fondation Ferré est créée afin de conserver, de promouvoir et de diffuser – sous forme d'archives virtuelles – les expressions de la culture et de l'art à travers l'instruction et l'éducation, en conservant et diffusant les valeurs que l'architecte Gianfranco Ferré a élaboré tout au long de sa carrière<sup>306</sup>. Un lieu est dès lors choisi à Milan pour conserver physiquement tous les documents liés à Gianfranco Ferré qui doivent être catalogués, protégés et mis à disposition du public afin de les valoriser. A cette fin, la Fondation doit participer à diverses activités au côté d'associations et de fondations ayant des vocations similaires ; elle doit promouvoir et organiser des cours et des séminaires, en publier les actes et proposer des bourses d'études ainsi que des prix.

La Fondation rassemble donc une « archive/musée où est situé tout ce qui a été conservé de l'activité de Gianfranco Ferré. Le travail prévoit d'inventorier les différents matériaux – photographies, dessins, films, communiqués de presse, revues, en plus des écrits, leçons et notes du couturier – qui ensuite doivent être insérés dans la base de données, afin d'être facilement consultables sur place et sur internet. A l'état actuel, la base de données, constamment en phase de mise à jour et d'enrichissement, contient 65 000 documents [...]»<sup>307</sup>.

#### *a. Le lieu*

---

<sup>306</sup> Statut de la Fondation Gianfranco Ferré.

<sup>307</sup> Traduit de l'italien : “ archivio/museo in cui trova collocazione tutto quanto è stato conservato dell'attività di Gianfranco Ferré. Il lavoro prevede pertanto di inventariare materiali diversi – fotografie, disegni, filmati, rassegne stampa, riviste, comunicati stampa, oltre a scritti, lezioni ed appunti dello stilista – inseriti poi nella banca dati, per una facile consultazione in sede e via Internet. Allo stato attuale, il data base, in fase costante di aggiornamento ed arricchimento, contiene oltre 65.000 documenti”.

« La configuration des espaces et leur définition esthétique font de la Fondation un lieu authentiquement Ferré, de la conception des volumes nets et rigoureusement architectoniques, aux hauteurs importantes et imposantes, jusqu'aux connotations chromatiques : sols en résine noire opaque ; parois candides contrastées par des parties en laque rouge intense ; superficies revêtues en tôle de fer<sup>308</sup> ».

La Fondation occupe le rez-de-chaussée d'un ensemble immobilier<sup>309</sup> (fig.30), dans le quartier *Tortona*, à Milan<sup>310</sup>, centre névralgique de la mode et du design. Le nouvel espace fait figure d'exemple en matière de réutilisation et de valorisation du territoire. Il a été conçu par l'architecte Franco Raggi, camarade d'université et ami de Ferré, qui a déjà, auparavant, projeté plusieurs espaces pour le couturier, comme son siège de rue Pontaccio.

La Fondation s'étale sur 400 m<sup>2</sup> ; les espaces sont divisés en plusieurs zones : au rez-de-chaussée les bureaux, la bibliothèque, les archives documentaires (fig.31), les salons ainsi que des endroits pour accueillir les visiteurs qui souhaitent consulter les nombreuses archives numériques. Deux vastes mezzanines accueillent des salles de conférence ainsi qu'un espace d'exposition (fig.32). L'ensemble est meublé avec tous les objets de design qui se trouvaient dans les bureaux de rue Pontaccio, ainsi que des meubles conçus pour ces salles : de grandes libraires en bois laqué blanc, des tables et des commodes en métal, couleur bronze, surmontées par des verres satinés noirs... De même, les objets collectionnés par Ferré pendant ses voyages, trouvent aujourd'hui une seconde vie dans les salles de la Fondation, témoignant de son goût et de son intérêt pour le design du monde entier.

La famille du couturier, a voulu récupérer tous ces objets pour reconstituer l'atmosphère de son lieu de travail sans faire de la Fondation un mausolée. Aujourd'hui cet espace, grâce à son architecture et à ses meubles, fait revivre le style et la personnalité de Gianfranco Ferré<sup>311</sup>.

---

<sup>308</sup> Traduit de l'italien : "La configurazione degli spazi e la loro definizione estetica fanno della Fondazione un luogo autenticamente Ferré, dalla concezione dei volumi nitidi e rigorosamente architettonici, alle altezze importanti e imponenti, sino alle connotazioni cromatiche: pavimenti in resina opaca nera; pareti candide spezzate da parti laccate rosso intenso; superfici rivestite in lamiera di ferro" in "La sede", Archives Gianfranco Ferré.

<sup>309</sup> Le nom de cet ensemble est "Tortona 37", il s'agit de cinq édifices disposés autour d'un jardin ; c'est un exemple important de réutilisation du territoire, caractérisé par un système de climatisation de l'air qui utilise la géothermie grâce à des panneaux radiants.

<sup>310</sup> La Fondation Ferré se trouve au 37, rue Tortona, Milan.

<sup>311</sup> « La sede », Archives Gianfranco Ferré.

## b. Les archives

Au moment de l'ouverture de la Fondation, la famille de Ferré possède seulement les archives graphiques et photographiques car, comme nous l'avons vu, les archives vestimentaires servaient à la société<sup>312</sup>. Mais dans un deuxième moment, la Fondation parvient à racheter 3000 des 10000 pièces appartenant à la marque, avec laquelle elle n'a plus aucun contact. La collection est également enrichie par certaines donations des collaboratrices de Ferré ainsi que de quelques clientes. Étant autofinancée, la Fondation n'achète pas aux salles de vente.

Le fond d'archives initial est constitué de créations et de projets, sous forme de dessins, de photographies, de vidéos, de textes, ainsi que des revues de mode et de design, que Ferré a lui-même rassemblé tout au long de sa vie, afin qu'il puisse être facilement consulté. La Fondation repense les archives pour que le public puisse encore mieux s'en servir. Ainsi, elles se présentent comme un « dispositif d'activation de la mémoire<sup>313</sup> ». Elles donnent la possibilité « de reconstruire toutes les phases de la conception et de comprendre la méthode de travail du couturier, en enquêtant sur les dynamiques et les résultats<sup>314</sup> ».

Les visiteurs, principalement des professionnels et des étudiants, peuvent consulter les documents conservés à la Fondation sur place ou à distance via les archives numériques en ligne.

Les 65000 documents<sup>315</sup> conservés au total sont organisés et présentés de façon linéaire, suivant des critères thématiques et chronologiques : les grandes familles d'objets sont divisées en plusieurs sections, à leur tour scindées par type d'objet et par année. Pour chaque document, un dossier existe, qui contient toutes les informations que la Fondation détient le concernant. Un tel niveau de renseignement et de précision a notamment été rendu possible grâce au travail antérieur effectué par Ferré, qui avait pour habitude de

---

<sup>312</sup> Après la mort du couturier, la marque Ferré connaît une longue période de crise, due à de nombreuses dettes, jusqu'en 2011, quand elle est achetée par un groupe des Émirats Arabes qui remplace les designers et le personnel et délocalise toute la production. La dernière collection remonte à l'année 2014.

<sup>313</sup> Rita Airaghi, « Prefazione », in *Gianfranco Ferré. Lezioni di moda*, sous la direction de M.L. Frisa, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009, p. 7.

<sup>314</sup> Rita Airaghi, « Prefazione », in *Gianfranco Ferré. Lezioni di moda*, sous la direction de M.L. Frisa, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009, p. 6.

<sup>315</sup> Dont 22000 croquis et dessins techniques, 15000 photographies de défilés, 12000 photographies de publicités, 11000 photographies diverses, 170 vidéos, 1090 revues italiennes et internationales de mode et de *life style*, 3000 vêtements et 1000 accessoires.

classer tous les articles de journaux qui le citaient, aujourd'hui conservés dans des livres reliés.

Cette structure, toujours d'actualité, rend les archives faciles d'accès et pour tout type de public. De plus, plusieurs contenus sont mis en ligne sur le site « Google Arts & Culture<sup>316</sup> » : les internautes peuvent visiter virtuellement le siège de la Fondation et découvrir les créations de Ferré à travers des *histoires*. 340 dessins, croquis et photographies sont disponibles.

Les originaux, qui forment les archives documentaires, se trouvent au rez-de-chaussée, à l'intérieur de boîtes sur des étagères. N'étant pas conservés dans une salle fermée, ils ne bénéficient pas de contrôle climatique.

Les archives vestimentaires, dont dispose aujourd'hui la Fondation, sont conservées dans des espaces dédiés, à distance et sous contrôle climatique.

### *c. Les initiatives de la Fondation Ferré*

*« Gianfranco Ferré s'est toujours dévoué avec conviction et engagement à ce qui, pour lui, était un devoir indispensable : mettre sa propre expérience à disposition de tous ceux qui veulent apprendre le métier de la mode ou ceux qui s'interrogent sur les dynamiques des pratiques créatives<sup>317</sup> »*

Depuis son ouverture, la Fondation a publié plusieurs ouvrages autour de la carrière de Ferré, comme par exemple « *Lezioni di moda* », un recueil de leçons et les conférences données par Ferré tout au long de sa carrière. Elle collabore aussi avec des écoles supérieures et des universités de la ville de Milan qui proposent des cours de mode dans leurs programmes et mettent à disposition, pour ce faire, lieu d'accueil et ressources.

Elle octroie par ailleurs, des bourses d'études et des prix à certains étudiants de mode particulièrement méritants. Sur une des mezzanines, sont exposées trente pièces issues des archives vestimentaires, à destination notamment des élèves qui viennent assister à des cours à la Fondation. Les vêtements présentés suivent une rotation et sont choisis selon des critères esthétiques ou thématiques.

---

<sup>316</sup> « Fondation Gianfranco Ferré » site web Arts and Culture Google.

<sup>317</sup> Rita Airaghi, « Prefazione », in *Gianfranco Ferré. Lezioni di moda*, a cura di M.L. Frisa, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009, p. 7.

La Fondation est ouverte au public pour des visites sur rendez-vous. Elle accueille aussi des groupes lors de journées portes ouvertes, organisées plusieurs fois par an en collaboration avec des associations tels que le FAI ou *Apritimoda* - une organisation qui a pour objectif d'ouvrir au public les maisons de mode pendant une ou plusieurs journées<sup>318</sup>.

*d. Gianfranco Ferré : le signe de la mode*<sup>319</sup>

Comme nous l'avons vu, les créations de Gianfranco Ferré ont commencé à être exposées dès 1982, lors de l'exposition au Massachusetts Institute of Technology de Boston. Depuis, elles ont été présentées dans le monde entier, dans les plus prestigieux musées. A la disparition de Ferré, c'est la Fondation qui prend la main, en continuant de participer à de nombreuses expositions et en organisant des expositions par elle-même. Cette année, à l'occasion du cinquantième anniversaire de l'obtention du diplôme de Ferré en Architecture à l'École Polytechnique de Milan, la Fondation Ferré a organisé une exposition dans la salle des Archives Historiques de l'École. L'exposition « Gianfranco Ferré : le signe de la mode<sup>320</sup> », organisée par Rita Airaghi et Alba Capellieri, professeur de design, présente 10 tenues de Haute Couture et 105 croquis de la main de Ferré en personne, ainsi que des bijoux, des photographies et des documents originaux. Tout le matériel appartient à la Fondation. L'exposition veut souligner l'influence décisive que l'École Polytechnique a eu sur la carrière de Ferré : pour la singularité de son parcours – à son époque, il était l'un des seuls stylistes de prêt-à-porter à être diplômé - mais aussi pour le rôle fondamental que sa formation en architecture a joué sur ses créations. En particulier, la réalisation de ses croquis, véritables œuvres d'art à travers lesquelles Ferré donne la mesure de ses idées et sa créativité : même si ces dessins sont extrêmement simples, ils arrivent à communiquer dans le détail tous ses projets.

Dans un premier espace, la biographie de Gianfranco Ferré introduit la visite ; le long des murs, sont accrochés divers croquis et dans trois vitrines les visiteurs découvrent des documents, tels que les diplômes de Ferré.

---

<sup>318</sup> "Progetto" site web Apritimoda.

<sup>319</sup> Titre originel : "Gianfranco Ferré: il segno della moda", 19/03 - 10/05 2019, Politecnico di Milano, Archivi Storici (Bovisa).  
via Candiani, 72 – Milano.

<sup>320</sup> "Attività e mostre" site web Fondation Gianfranco Ferré.

Dans la salle principale, les dessins sont présentés sur des panneaux modulaires : ils sont exposés suivant un ordre thématique ou chromatique et sont entourés par un passe-partout noir et par un cadre de la même couleur. Les croquis sont presque tous de la même dimension, réalisés sur un papier cartonné rectangulaire (format 16 cm x 30 cm). Dix créations réelles sont montrées le long des panneaux pour apprécier le produit final à côté du croquis initial. Des croquis des chemises – pièces iconiques de Ferré – sont aussi en vue, soulignant la particularité des modèles, exposés eux-mêmes à côté des photographies des mannequins qui les portent. A chaque dessin correspond un cartel, qui se trouve sur chaque panneau.

Les créations du couturier sont présentées sur des socles noirs : les mannequins sont de couleur noire, sans tête. La salle est illuminée par des spots sur rail tout au long du plafond. Sur deux écrans, des défilés et des documentaires sont projetés.

Même si l'exposition ne prend place que dans une seule vraie salle, « Gianfranco Ferré : le signe de la mode », donne un aperçu de la technique graphique et stylistique de Ferré, tout en soulignant le lien étroit avec l'École Polytechnique de Milan.



*La Fondation Gianfranco Ferré est un cas d'étude intéressant à l'intérieur de notre analyse car elle présente toutes les caractéristiques d'un lieu de mémoire sans, pour autant, être qualifiable de musée. Cette approche, d'abord subie faute de pièces vestimentaires à verser initialement dans les collections, s'est finalement révélée gagnante : grâce à ses riches collections documentaires et vestimentaires, la Fondation peut organiser de nouvelles rétrospectives chaque année, sans recourir à des espaces d'expositions ni à l'organisation matérielle et financière que cela suppose. Enfin, si elle partage plusieurs missions des musées, elle n'a pas les mêmes contraintes qu'eux, comme celle, par exemple, de devoir programmer annuellement des expositions temporaires.*

## Partie III

# ANALYSE COMPARATIVE DES MUSEES DES COUTURIERS EN FRANCE ET EN ITALIE

« [L]a mode est un art, un art véritable, un art des plus fins et des plus difficiles même, un art qui exige des connaissances sérieuses, des aptitudes spéciales, un goût exercé, un tact parfait et qui n'est certes pas à la portée de tout le monde<sup>321</sup> »

### Musées de couturiers ou musées de marques ?

Après avoir étudié ces musées, nous essayerons à présent de mener une analyse comparative afin de répondre aux nombreuses questions posées dans la partie introductive de notre mémoire.

Inaugurés entre 1995 et 2017, ces musées et ces lieux d'exposition se caractérisent par des choix très précis qui reflètent directement les volontés mêmes des institutions qui les gèrent. Seuls trois sur nos huit cas d'étude sont totalement indépendants de la maison de mode qu'ils présentent : il s'agit de la Fondation Gianfranco Ferré, du Musée Yves Saint Laurent Paris et de la Galerie Azzedine Alaïa. Dans ces trois cas, le couturier est décédé et sa marque a été vendue. Le Musée Christian Dior et le Musée Salvatore Ferragamo se placent parmi ces deux exemples alors que les autres musées sont gérés directement par les maisons de mode. Bien que la Maison Dior ne soit pas propriétaire du musée qui porte son nom, elle le contrôle directement. Le Musée Ferragamo est géré par la Fondation

---

<sup>321</sup> Armand Landrin "L'art de la mode", Le XIX<sup>e</sup> siècle, journal quotidien politique et littéraire, 13 septembre 1980 in Jack Lang, "La mode est-elle un art?" in Aurélie Samuel, (sous la direction de) *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 115.

Ferragamo et non pas par la Ferragamo S.p.A ; cependant, la marque en sponsorise les expositions, les promouvant dans ses boutiques.

Armani/Silos et le Musée Pierre Cardin sont les deux uniques exemples de musées créés du vivant du couturier et sont directement rattachés à la maison de mode, qui assure leur gestion. Les deux couturiers sont directement impliqués dans la direction et l'organisations du musée. La galerie la Gucci Garden est, quant à elle, utilisée par la maison de mode comme un véritable outil de publicité.

Ainsi, il est intéressant d'analyser ces trois exemples de lieux d'exposition indépendants des maisons de mode parce qu'ils n'ont aucun intérêt à publiciser une marque : les espaces d'exposition du Musée Yves Saint Laurent Paris et la Galerie Alaïa exposent exclusivement les créations des deux couturiers : aucune pièce de la marque actuelle n'est présentée dans le musée. Leurs choix d'exposition sont tout de même très différents : les *displays* du musée sont créés pour permettre une approche didactique alors que ceux de la galerie invitent les visiteurs à la contemplation des créations. La Fondation Ferré ne possède pas de lieux d'exposition ; les dispositifs de présentation de ses rétrospectives reprennent ceux qu'il avait projetés de son vivant, lors de ses expositions.

En revanche, les cas d'études des lieux gérés directement par les maisons de mode, se caractérisent par le lien étroit entre les *displays* choisis pour leurs expositions et ceux de de leurs boutiques. C'est le cas notamment d'Armani/Silos, du Musée Cardin et de la Gucci Garden Galerie. Dans le musée de Giorgio Armani, les dispositifs sont directement influencés par les défilés : les visiteurs sont ici appelés à contempler les créations, parmi lesquelles de nombreuses pièces issues des collections récentes. La présentation choisie par le Musée Cardin est directement inspirée de celle de ses boutiques et les mannequins ont des poses inhabituelles pour des *displays* de musées, comme par exemple, ceux directement allongés sur des sols recouverts de moquette. La présentation de la galerie Gucci Garden a été pensée de manière à s'éloigner le plus possible de celle des boutiques de la marque<sup>322</sup> ; pourtant les seules différences sont le type de mannequins utilisés et le fait que les boutiques n'aient pas de vitrines.

Les maisons de mode qui gèrent ces lieux, veillent à faire en sorte que les visiteurs puissent les reconnaître immédiatement en tant qu'espaces de la marque.

Mais quelle est la sensation éprouvée par les visiteurs devant ces présentations ? Sont-ils capables de comprendre la différence entre dispositifs muséaux et dispositifs de *merchandising* ? Ces présentations prêtent à confusion : les expositions ressemblent à des

---

<sup>322</sup> Entretien avec Maria Luisa Frisa, le 11/04/2019, à Venise.

extensions des boutiques pour leur goût et leur aménagement. Même si ces dispositifs sont conçus par des commissaires d'exposition, ils sont insérés dans les musées, comme de véritables dispositifs de *merchandising*, suivant la volonté de la maison de mode qui les gère.

C'est le cas notamment des aménagements d'Armani/Silos où la musique a un rôle central dans le parcours d'exposition qui rappelle inévitablement la musique de fond de ses défilés et de la Gucci Garden Galleria parce qu'une grande partie des pièces exposées sont celles des dernières collections. Les visiteurs regrettent que l'histoire de la marque ne soit pas présentée.

Ces lieux amusent plus les visiteurs qu'ils ne les éduquent, comme s'il s'agissait d'un véritable lieu d'attraction, d'*edutainment*, c'est-à-dire d'expositions événementielles. C'est en partie pour cela qu'ils ne sont pas appréciés par la critique, qui a souvent du mal à les considérer en tant que musées.

## Exposer la mode dans les musées de couturiers

Nos analyses ont démontré que la plupart de ces lieux d'exposition présentent au public seulement des pièces vestimentaires : c'est le cas pour le Musée Armani/Silos, la Galerie Azzedine Alaïa et le Musée Pierre Cardin. Le premier a choisi d'exposer séparément les vêtements des accessoires : seuls certains mannequins invisibles, créés sur mesure pour chaque vêtement, sont accompagnés de colliers ou de chapeaux. Tous les accessoires sont en effet regroupés dans une salle à part. La Galerie Alaïa a, jusqu'à présent, exposé uniquement des créations vestimentaires. Quant à la présentation du Musée Cardin, de nombreux accessoires sont exposés contrairement aux autres musées. Cependant, ces trois exemples ne donnent aucune importance aux collections d'art graphiques, toujours présentes dans les musées de mode et, plus largement à la documentation : aucun croquis, dessin ou revue de mode n'est utilisé pour introduire et témoigner le travail du couturier à la différence des musées Christian Dior, Yves Saint Laurent, Salvatore Ferragamo et de la Fondation Gianfranco Ferré. Les raisons sont sûrement liées au fait que ces musées ne s'intéressent pas à l'aspect didactique du musée : il serait ainsi intéressant de nous demander si selon ces musées *exposer la mode* consiste uniquement à présenter des collections vestimentaires. Heureusement, ce n'est pas le cas pour tous les musées de couturiers que nous avons étudiés : le Musée Yves Saint Laurent est celui qui utilise le plus de documentation pour expliquer les pièces vestimentaires qu'il expose, mais il n'est pas le seul. La Fondation Ferré a récemment créé une exposition centrée sur les croquis du couturier, considérés de véritables œuvres d'art. Le Musée Dior se sert constamment de revues de mode puisqu'il ne possède pas les croquis du couturier, qui font partie des archives de Dior Héritage.

Nous pouvons ainsi constater que la présence de la maison de mode influence de manière très directe les choix d'exposition de ces musées : est-ce lié au fait que les musées n'ont pas de départements d'art graphique et photographique ? Ou plutôt qu'ils ne s'en servent pas car ils ne sont pas utiles pour la publicité de leur marque ? La galerie Gucci Garden bien que très attachée à l'image de sa maison de mode, est très caractéristique de ce point de vue : la commissaire d'exposition Maria Luisa Frisa présente, à côté des créations

vestimentaires, des vidéos des archives historiques de l'Institut Luce<sup>323</sup> afin d'aider les visiteurs à comprendre le contexte historique italien du XX<sup>e</sup> siècle. Cet aspect devrait servir d'exemple et être développé dans les musées de couturier pour sensibiliser le public qui encore de nos jours a du mal à comprendre l'influence de la mode dans le contexte social et économique du pays. C'est seulement à l'aide de dispositifs de ce genre que les visiteurs pourraient comprendre l'importance de l'histoire de la mode en France et en Italie.

Un autre aspect particulier que nous constatons est que la plupart des musées de couturiers exposent surtout la mode féminine : les musées Armani/Silos, Pierre Cardin et la galerie Gucci Garden se distinguent en proposant des pièces des collections hommes. Dans les musées Pierre Cardin et Yves Saint Laurent, quelques modèles de créations enfants sont aussi présentés. Ces musées peuvent-ils vraiment raconter l'histoire de la marque et de la mode sans exposer les collections hommes qui sont elles aussi importantes ?

Il est nécessaire de souligner que cette particularité se remarque aussi dans les musées de mode, qui s'intéressent moins à la mode masculine qu'à la mode féminine.

---

<sup>323</sup> Institution publique italienne consacrée à la conservation des archives cinématographiques italiennes.

## Quelles sont les missions de ces lieux d'exposition ?

*« Pour comprendre la naissance d'une collection, il est nécessaire de se pencher sur son histoire et sur le processus de création des modèles qui la composent, du croquis, point de départ de toutes les étapes, au vêtement, en passant par la fiche d'atelier et la planche de collection, sans oublier le magazine, figeant sur papier glacé le vêtement porté et accessoirisé<sup>324</sup> »*

Nous chercherons à comprendre quel est le message que le lieu d'exposition veut transmettre : si le Musée Christian Dior, le Musée Salvatore Ferragamo et le Musée Yves Saint Laurent se caractérisent par une très forte volonté didactique, il n'en va pas de même pour les autres. C'est pourquoi, les programmes culturels de ces trois musées comportent de nombreux textes muraux et cartels développés qui introduisent le parcours, font découvrir aux visiteurs non seulement les pièces vestimentaires mais aussi des croquis ou d'autres éléments qui aident les visiteurs à comprendre les étapes de production. De plus, le Musée Ferragamo, l'un des premiers musées à avoir ouvert, organise depuis 2006 des expositions temporaires qui ne sont pas directement liées au corset afin de varier les sujets et d'attirer de nouveaux publics : ce choix est une des forces de ce lieu, qui a su s'imposer parmi les nombreux musées florentins.

Il en va tout autrement avec les présentations choisies par Armani/Silos, le Musée Pierre Cardin et la Galerie Azzedine Alaïa car celles-ci incitent les visiteurs à contempler les créations sans leur fournir de clefs de lecture. Dans ces lieux d'exposition, il y a volontairement très peu de textes afin de ne pas distraire le regard du public. Comme nous l'avons vu, ce choix est totalement assumé par les deux musées : Armani/Silos se distingue volontairement des musées didactiques ; le Musée Cardin préfère les visites guidées de sa conservatrice aux textes des cartels ; la galerie Gucci Garden, bien qu'elle ne fasse pas partie des musées, propose aux visiteurs de nombreux outils de compréhension lors du parcours de visite ; mais nous ne pouvons pas affirmer qu'il y ait un réel intérêt didactique vu qu'il s'agit de récentes collections du directeur artistique. Sa mission est surtout de faire découvrir aux visiteurs et/ou clients l'inspiration du directeur artistique Alessandro Michele.

---

<sup>324</sup> Aurélie Samuel, *Les musées Yves Saint Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des Musées Nationaux, Paris, 2017, p. 227.

## Les dispositifs de présentation

*« Il est indispensable de comprendre l'objet de déterminer ses faiblesses pour réaliser le support de présentation le plus adapté. Toute œuvre exposée fait l'objet d'une étude afin de réaliser un soclage permettant sa lisibilité et sa valorisation, tout en respectant ses spécificités structurelles et ses fragilités<sup>325</sup> »*

L'étude des musées de couturiers par le biais des dispositifs de présentation nous a permis de définir leur nature. Très différents entre eux, les *displays* choisis représentent les missions de ces lieux d'exposition : en effet, si certains respectent pleinement les normes de conservation des textiles, d'autres préfèrent avoir une meilleure lisibilité à une bonne conservation. En se basant sur les deux interviews réalisées avec les deux restauratrices du Metropolitan Museum of Art de New York, Cristina Carr restauratrice du Département des Textiles<sup>326</sup> et Sarah Scaturro restauratrice en chef du Département de Restauration du Costume Institute, nous allons maintenant revenir sur ces dispositifs de présentation. Comme nous l'avons vu lors de notre introduction, les textiles sont des matériaux très fragiles qui doivent suivre de règles précises afin d'être bien conservés . Parmi les cas étudiés, deux musées seulement ont décidé de présenter leurs créations de manière permanente : il s'agit des musées Armani/Silos et Pierre Cardin. Ces deux musées confirment d'effectuer un roulement des pièces les plus fragiles mais qu'en est-il des autres créations ? Les créations d'Armani/Silos sont exposées depuis 2015 et celles du Musée Pierre Cardin depuis 2006 : quel est l'état actuel de conservation de ces vêtements ? Pourquoi ces couturiers, qui contrôlent directement ces musées, s'obstinent-ils à les exposer pendant des périodes si longues ? Comme il s'agit de musées de couturiers privés, les maisons gèrent directement les collections, sans s'intéresser probablement à leur conservation. Par ailleurs, la restauratrice Sarah Scaturro<sup>327</sup> souligne qu'il faut toujours respecter l'éthique du couturier aussi bien pour la présentation de ses œuvres que pour leur restauration : la volonté du couturier doit être prise en compte avant celle du conservateur.

---

<sup>325</sup> "Restaurer, conserver et exposer les collections", Palais Galliera – Musée de la mode de la Ville de Paris.

<sup>326</sup> Entretien avec Cristina Carr, Restauratrice de textiles au Département de Textiles du Metropolitan Museum, New York, 17/07/2019.

<sup>327</sup> Entretien avec Sarah Scaturro, New York, le 2/08/2019.



De plus, ces deux musées ont choisi des dispositifs peu adaptés à des expositions si longues : aucune vitrine de protection ou des plateformes d'exposition ne sont utilisées. Cristina Carr considère que : « le fait de ne pas avoir de vitrine ne leur (aux vêtements) cause pas nécessairement plus de dommages ou une détérioration plus rapide, mais vu qu'il n'y en a pas, elle ne peut pas protéger les vêtements. L'absence ou la présence d'une vitrine n'a pas d'implication dans la durée d'exposition des vêtements. Même les expositions permanentes peuvent être faites sans vitrine. Leur utilisation est une chose récente. De nombreux conservateurs de musée s'y sont même opposés ou n'ont pas voulu les utiliser parce qu'une vitrine donne quand même une idée de bocal à poissons, en plus d'être toujours difficile à gérer. Il existe aussi un facteur psychologique, car dès lors que l'on met quelque chose derrière une vitrine, les personnes l'abordent tout de suite plus sérieusement, et s'y concentrent davantage<sup>328</sup> ».

Les autres cas étudiés se caractérisent par des dispositifs de présentations conçus pour leurs expositions temporaires. Le Musée Christian Dior de Granville est le seul qui expose toutes ses pièces sous vitrines : la conservatrice du musée, Brigitte Richard<sup>329</sup> nous explique que ce choix est principalement lié à l'architecture même de la maison qui l'abrite, pour rendre les espaces le plus fluide possible. Les vitrines sont climatisées et assurent une température et une hygrométrie stables. Les musées Ferragamo et Yves Saint Laurent ainsi que la galerie Gucci Garden ont décidé d'exposer uniquement les pièces les plus fragiles sous vitrines. Les tenues d'Azzedine Alaïa sont exposées sans aucune protection à la Galerie Azzedine Alaïa, selon la restauratrice Cristina Carr « les vêtements sont trop rapprochés, la Galerie ne respecte pas la règle du bras de distance entre les pièces exposées et les visiteurs. Il est également difficile de conserver certains vêtements délicats à cause des différents *displays* qui deviennent de plus en plus créatifs<sup>330</sup> ».

Malheureusement aucun de ces musées ne propose de dispositifs didactiques : il serait intéressant de pouvoir faire toucher des prototypes de matériaux, comme cela arrive dans plusieurs musées ou galeries d'exposition . Par exemple, au Musée de la Chaussure Rossimoda, dans les alentours de Padoue, la responsable des collections Federica Rossi, a dédié une salle d'exposition à la découverte des peaux utilisées pour la réalisation des

---

<sup>328</sup> Entretien avec Cristina Carr, Restauratrice de textiles au Département de Textiles du Metropolitan Museum, New York, 17/07/2019. La transcription est disponible dans le dossier documentaire des Annexes du présent mémoire.

<sup>329</sup> Entretien avec Brigitte Richard et Gwenola Fouilleul, Granville, 21/05/2019.

<sup>330</sup> Entretien avec Cristina Carr, Restauratrice de textiles au Département de Textiles du Metropolitan Museum, New York, 17/07/2019

chaussures, qui peuvent être touchées par les visiteurs. Ce *display* est l'idéal pour les enfants mais il est aussi apprécié des adultes et surtout des personnes malvoyantes. Le même concept est utilisé à la Galerie Louis Vuitton d'Asnières : plusieurs types de peaux sont mises à la disposition des visiteurs au début du parcours d'exposition.

Le Musée Christian Dior de Granville propose tout de même un dispositif novateur : les visiteurs découvrent le jardin et les parfums de la Maison Dior à l'aide de *displays* olfactifs, qui permettent de sentir les parfums.

## Les lieux de mémoires et les musées de couturiers

Comment nous l'avons vu, certains de ces musées de couturier se caractérisent par le choix d'un lieu d'exposition intimement lié à la mémoire du couturier et de sa maison de mode. Le cas le plus flagrant est le Musée Christian Dior de Granville ; né à la suite de l'achat de la maison par la Ville de Granville, il a été réalisé grâce au projet du petit-cousin du couturier. Cet exemple est si représentatif que le musée a été labélisé « Maisons des illustres ». La conservatrice Brigitte Richard donne une très grande importance à l'aspect de maison-musée : elle a choisi des dispositifs de présentation qui mettent en valeur l'architecture intérieure de la Villa Les Rhumbs. En entrant, les visiteurs découvrent à la fois l'exposition temporaire et l'histoire de la maison, grâce aux cartels descriptifs. La Villa Les Rhumbs est si caractéristique pour l'histoire de Granville et de la Maison Dior, que la conservatrice voudrait qu'elle devienne uniquement un musée-maison ; les collections pourraient être ainsi conservées et exposées dans un autre bâtiment à Granville. Les musées Yves Saint Laurent, Salvatore Ferragamo et la galerie Azzedine Alaïa sont eux aussi, de véritables lieux de mémoire. Le premier occupe les pièces de l'hôtel particulier qui abritait la maison de couture, gardant vivante sa mémoire. Le studio d'Yves Saint Laurent, le cœur de la maison, a été reconstitué comme s'il était encore en fonction : ce type de reconstitution est habituellement utilisé dans les musées de mémoire pour offrir aux visiteurs une immersion totale. Le Musée Salvatore Ferragamo, occupe une partie du majestueux palais symbole de la carrière du cordonnier qui abrite encore aujourd'hui la marque. Le lien entre le musée et le palais est étroit et il est raconté dans une vidéo projetée par le musée. Il en va de même pour la Galerie Alaïa, se trouvant dans un véritable lieu de mémoire : elle occupe les espaces de l'immeuble où le couturier vivait et travaillait. La salle choisie est celle qui était utilisée pour les défilés du couturier. Dans ce lieu, la mémoire du couturier perdure.

Armani/Silos est un immeuble acheté par le couturier exprès pour y créer son musée, Giorgio Armani a décidé de laisser une trace de son ancien usage dans l'intitulé du musée, c'est-à-dire « silos ». Quant à la Fondation Ferré, elle n'occupe pas la place du siège historique de la maison de mode de rue Pontaccio qui a été vendue après la mort du couturier ; la directrice Rita Airaghi a voulu recréer des espaces similaires aux bureaux de Ferré, sans que cela devienne un mausolée à l'honneur du couturier. L'histoire de

Gianfranco Ferré continue à vivre dans un nouveau lieu, qui respecte son esthétique et son goût

## Les musées de couturiers : expositions tout public ?

Les musées de couturiers sont-ils ouverts à tous les publics ? Est-il nécessaire de connaître le couturier et l'histoire de la mode pour apprécier le musée et en comprendre la visite ?

Du point de vue de l'accessibilité, notons que le Musée Christian Dior est accessible à 50 personnes à la fois et ne possède pas d'ascenseur à cause de ses dimensions réduites : il ne peut pas être visité par les visiteurs à mobilité réduite. Il en va de même pour le Musée Pierre Cardin, qui s'étale sur quatre niveaux.

Le Musée Dior et le Musée Ferragamo proposent aux enfants et aux adolescents des ateliers. Les autres espaces d'exposition sont plutôt réalisés pour un public adulte. Etant donné que la plupart de ces musées n'ont pas de dispositifs de protection, il est difficile d'y organiser des activités pour les plus jeunes. C'est le cas du musée Armani/Silos, où la protection des œuvres est inexistante et les accessoires reposent sur un meuble facilement accessible.

Du point de vue de la médiation écrite, les musées peuvent être regroupés dans deux catégories : d'une part, les musées qui fournissent des clefs de lecture pour la visite comme les musées Ferragamo, Dior, Yves Saint Laurent, la Galerie Gucci Garden et les expositions organisées par la Fondation Ferré et d'autre part, les musées qui laissent libres les visiteurs de contempler les créations comme Armani/Silos, le Musée Pierre Cardin et la Galerie Alaïa. Si les premiers sont plus facilement accessibles au grand public qui n'est pas spécialiste du sujet, ces derniers sont conçus pour des visiteurs qui connaissent déjà les couturiers, comme les clients de la maison ou les experts de mode.

Il est à présent difficile de faire une analyse des publics qui visitent les musées de couturiers car il n'y a que trois musées qui ont bien voulu répondre à nos questions. La Galerie Azzedine Alaï a eu 60000 visiteurs entre janvier 2018 et avril 2019<sup>331</sup>. En 2018, 54660

---

<sup>331</sup> Entretien avec Guévork Aivazian, Galerie Azzedine Alaïa.

visiteurs se sont rendus au Musée Christian Dior <sup>332</sup> et 28546 au Musée Salvatore Ferragamo<sup>333</sup>.

## Vers les musées numériques : le cas du Musée Virtuel de Valentino Garavani

*« Je suis content que grâce à ce projet beaucoup de jeunes designers réussissent à voir et à étudier mon travail sous chaque angle. Dans le même temps, je crois qu'il est important de rappeler les choses du passé et de revoir comment la mode a changé nos vies. Je l'appellerais, dans ce sens, « Mémoire du futur »<sup>334</sup> »*

Le 5 décembre 2011, le couturier italien Valentino Garavani ouvre virtuellement son musée numérique<sup>335</sup>, inauguré lors d'une fête le 7 décembre 2011 au IAC Building de New York. 50 ans de créations, racontés à travers 5000 documents, sont regroupés sous forme d'archives digitales, consultables sur internet mais aussi téléchargeables. Le musée virtuel occupe une superficie de 10 000 m<sup>2</sup> où les internautes découvrent au fur et à mesure les salles et les galeries d'exposition. Les créations de Valentino sont présentées comme dans un véritable musée de couturier, suivant un ordre thématique. Dans un immense *white cube* (fig. 33, fig. 34), 300 vêtements des archives de la maison de mode sont exposés (fig.35) : pour chaque création, les visiteurs découvrent les croquis, les campagnes de presse, les photographies des événements ainsi que les informations sur les matériaux. 5000 images et 95 vidéos des défilés sont ainsi disponibles. Le musée expose les pièces créées jusqu'en 2008, date à laquelle le couturier s'est retiré, laissant la direction artistique à Maria Grazia Chiuri et à Pierpaolo Piccioli.

Les visiteurs découvrent aussi les biographies de Valentino Garavani et de son partenaire Giancarlo Giammetti, présentées à l'aide de vidéos et d'interviews. Les *displays* choisis reprennent ceux de nombreuses expositions réalisées dans les années par le couturier. Le musée virtuel a été réalisé par les agences Novacom Associés-Paris et Patrick Kinmonth et Antonfio Monfreda du Kinmonth-Monfreda Design Project-Londres. Ces deux derniers designers avaient conçu en effet la muséographie de l'exposition de Valentino

---

<sup>332</sup> Les visiteurs du Musée C. Dior Granville, Dossiers Documentaires des Annexes.

<sup>333</sup> Entretien avec Gregorio Gabellieri, Museum Marketing & Promotion Specialist au Musée Ferragamo, le 08/01/2019.

<sup>334</sup> "Valentino Garavani il museo virtuale" site web Vogue Italia.

<sup>335</sup> "Valentino Garavani virtual museum" site web Valentino.

au Musée de l'Ara Pacis de Rome en 2007<sup>336</sup> ainsi que le musée privé du couturier dans son château Wideville, en Ile-de-France.

A présent, le Musée Virtuel Valentino Garavani est le seul musée de couturier numérique.

---

<sup>336</sup> Suzy Menks "Valentino Virtual Fashion Museum Opens Its Doors", New York Times, 5/12/2011.

# CONCLUSION

Rédiger ce mémoire a été l'occasion d'étudier et de découvrir les musées de couturiers en France et en Italie. Un *échantillon* spécifique parmi les nombreux musées de mode.

Chacun de ces musées offre, aux visiteurs une approche de l'histoire de la mode sous un angle précis d'étude : la vision du couturier, et non celle d'un conservateur de musée. La perception est plus personnelle, orientée par le couturier lui-même ou par ceux qui maintiennent l'activité du musée.

Mais elle est aussi plus « marketée », car corrélée peu ou prou à une marque toujours existante, dont les détenteurs cherchent à maintenir ou à renforcer l'image, source de valeur financière. C'est le cas de la galerie Gucci Garden, qui se concentre sur le travail de l'actuel directeur artistique, sans s'attarder sur l'histoire de la maison de mode et de son fondateur. Pour reprendre les questions posées dans l'introduction à propos du phénomène de multiplication de ces musées au cours des vingt dernières années en France et en Italie, nous pouvons donc dire à présent qu'il s'apparente à celui des musées d'art privés. Selon Valerie Steele<sup>337</sup>, au lieu de faire d'importantes donations, ces couturiers ont préféré ouvrir leurs propres musées pour pouvoir les contrôler directement et s'en servir comme des moyens de promouvoir leur activité, d'où les nombreuses présentations de *merchandising*.

Grâce à ce mémoire, nous avons aussi découvert l'importance que la France et l'Italie ont eue dans l'histoire de la mode au niveau mondial et constaté que les musées de couturiers ont suivi la même évolution et les mêmes fluctuations.

D'une façon générale, l'histoire de la mode en France est depuis toujours liée à la Ville de Paris où sont apparus de nombreux musées et institutions de mode tout au long du XX<sup>e</sup> siècle. D'ailleurs, c'est bien à Paris que la plupart des musées de couturiers ont vu le jour. Il en va autrement en Italie, où le centre névralgique de la mode a changé au cours du temps, allant de Rome à Milan, en passant par Florence et Turin. Cette histoire fragmentée peut expliquer qu'il n'existe pas encore, à proprement parler, de musée national de la mode

---

<sup>337</sup> Entretien avec Valerie Steele, Directrice du Musée at Fashion Institute of Technology, New York, 22/07/2019.

en Italie. Les musées de couturiers italiens se sont implantés dans les villes où les couturiers ou leur maison de mode ont construit leur histoire.

Si en France, l'offre de musées de mode en général témoigne de l'importance de la mode pour le pays, les musées de couturiers occupent une place de choix dans cette offre, mais se sont développés parallèlement aux musées nationaux. L'Italie, de son côté, n'a pas vécu le même processus, puisque, à défaut de musée national, les musées de couturiers ont été investis de la mission de raconter l'histoire de la mode italienne et forcément de leur point de vue, pas nécessairement académique.

En revanche, qu'il s'agisse de la France ou de l'Italie, tous les musées de couturiers ont une façon particulière de montrer la mode. Cette façon qui leur est propre, se perçoit notamment dans les dispositifs de présentation : en effet, ces derniers sont un prolongement de la personnalité des couturiers ou de leurs maisons de mode, et sont donc très différents des dispositifs classiques généralement mis en œuvre dans les musées nationaux. De plus, nous avons noté lors de notre analyse comparative, qu'au sein même des musées de couturiers, il existe des différences dans les types de présentation. La principale tient dans les modes d'exposition des pièces et donc dans le respect des normes de conservation : certains ont fait le choix d'un dispositif muséal classique, comme le Musée Christian Dior ; d'autres se sont ouvertement inspirés de leurs *displays* de *merchandising*, utilisés dans les vitrines de leurs boutiques, comme le Musée Pierre Cardin. Mais la réalité est plus nuancée pour d'autres musées qui associent dans un même espace les deux *displays*, comme la Galerie Gucci Garden, qui se soucie de la fragilité de certaines pièces en les plaçant sous vitrines, alors que les créations les plus récentes auraient parfaitement leur place dans une boutique.

Si nous partons des constats que nous venons de faire sur les spécificités, les localisations et les dispositifs de présentation des musées de couturiers, nous pouvons donc à présent répondre par la négative à la question « Existe-t-il un mode universel d'exposer la mode ? ».

Interrogeons-nous maintenant sur l'avenir des musées de couturiers en tentant quelques projections. Quel avenir pour ce type de musées ? Comment sont-ils destinés à évoluer dans les années à venir ? De nouveaux musées de couturiers seront-ils inaugurés prochainement, dans le sillage de ceux existants ? Quelles pourraient en être les alternatives ?



Valerie Steele souligne que « maintenir un musée a un coût en termes d'argent et de travail, il est donc probable que certains musées deviendront des archives. Même si conserver des archives est onéreux, elles représentent l'ADN de la maison de mode et sont indispensables pour l'inspiration des futurs designers<sup>338</sup> ». Pour continuer à exister, ces musées doivent savoir se renouveler, en attirant de nouveaux visiteurs, et pour cela développer le côté didactique et ludique, mais sans perdre de vue la dimension éducative. La relation doit être gagnant/gagnant : donner le tempo aux futurs créateurs de mode, comme façon d'asseoir leur image de marque et donc d'investir pour l'avenir de la maison de mode, en tant que référence incontournable dans le métier.

Toutefois, le coût de fonctionnement élevé, les contraintes de renouvellement qui pèsent sur sa programmation et le retour sur investissement parfois aléatoire en termes d'image obligent à s'interroger sur les alternatives pour poursuivre les projets de développement de nouveaux musées de couturiers. Nous pouvons ainsi nous demander si les maisons de mode qui gèrent ces institutions peuvent avoir la constance et les moyens d'un conservateur de musées pour faire vivre le musée et faire en sorte que sa programmation se renouvelle sans cesse. Faire vivre la mémoire est une chose, faire vivre un musée est une vocation. La limite est sans doute en cela. Mais la réalité s'avère somme toute plus nuancée : si nous prenons les deux exemples de Gucci et d'Armani/Silos, tous deux ouverts à l'occasion de l'anniversaire de la marque, nous constatons qu'ils ont évolué très différemment puisque le premier a été totalement renouvelé six ans après son ouverture alors que le deuxième propose toujours la même exposition.

La constance dans le temps semble donc être la limite à la pertinence des musées de couturiers. Si un musée de couturier n'est pas viable dans le temps, existe-t-il des alternatives pour qu'il le devienne ?

Une possibilité pourrait être de développer des collaborations entre musées de couturiers, afin de mutualiser les espaces, les équipes d'organisation et même les dispositifs de présentation. Hélas, l'ego des grands couturiers ou de leurs maisons de mode risque de restreindre cette possibilité. Une autre option serait de trouver des alternatives aux encombrants et coûteux musées réels, à l'instar de Valentino Garavani qui, depuis 2011 a inauguré son musée virtuel et donne, à moindre frais, accès à un public par définition illimité - puisqu'il utilise les canaux d'Internet - à plus de 5000 documents. Comme nous l'avons vu, la plupart des musées de couturier ont commencé la numérisation de leurs archives mais

---

<sup>338</sup> Entretien avec Valerie Steele, Directrice du Musée at Fashion Institute of Technology, New York, 22/07/2019.

celles-ci ne sont consultables que dans les musées. C'est le cas notamment du travail exemplaire réalisé par Armani/Silos. Si la perception pour le visiteur peut sembler moins complète sur un plan visuel comme sur un plan olfactif et tactile, les musées virtuels délivrent en revanche une visibilité plus large des œuvres des couturiers. Mais la réalité augmentée, qui associe le monde réel et les éléments numériques en temps réel, offre des perspectives intéressantes encore peu exploitées dans le domaine des musées de mode pour accentuer encore les sensations réelles et les possibilités d'interaction. De plus, elle permettrait de présenter les pièces de manière permanente et ainsi de contourner le problème de la fragilité de certaines d'entre elles qui interdit leur exposition à l'air libre.

Si, comme Valerie Steele le prévoit, le développement des musées réels de couturiers ralentit, il est probable que les couturiers suivront l'exemple de certains designers préférant faire une donation de leurs collections à plusieurs musées en contrepartie d'une place de choix dans leurs espaces d'exposition et dans leurs espaces de conservation. Comme nous l'avons vu, Gianfranco Ferré avait destiné certaines de ses archives à des institutions internationales. Aux États-Unis, cette pratique est répandue depuis longtemps : les maisons de mode ont coutume de léguer aux musées leurs collections et, *en échange*, une exposition est organisée pour les remercier. Citons deux exemples de donation qui illustrent ce propos : celle du couturier canadien Arnold Scaasi qui a octroyé 100 tenues lui appartenant au Museum of Fine Arts de Boston en 2011 et celle du designer américain Todd Oldham en 2016 qui a cédé une partie de ses archives au RISD Museum de Providence – Rhode Island School of Design Museum. Citons enfin la démarche ciblée du couturier Helmut Lang qui est le seul à avoir réparti ses créations dans différents musées internationaux, parmi lesquels le Costume Institute du Metropolitan Museum, le Musée du FIT, le Palais Galliera, le V&A (..).

Les musées analysés sont encore très récents et donc nous n'avons donc pas assez de recul pour pouvoir en tirer des conclusions définitives. Il sera donc fondamental de voir comment ils évolueront et se renouvelleront dans les années à venir.

Mon intention initiale pour ce mémoire était de déceler des similitudes entre les musées de couturiers français et italiens. Pour approfondir le sujet, il pourrait sembler pertinent d'élargir l'analyse aux musées de couturiers situés ailleurs qu'en France et en Italie : le Musée Cristobal Balenciaga au Pays basque espagnol, le Musée Yves Saint Laurent à Marrakech et la Galerie Azzedine Alaïa en Tunisie. Mais hormis la possibilité de rendre l'analyse plus

exhaustive, nous n'en tirerions peut-être pas plus de conclusions nouvelles sur les musées de couturiers. En revanche, un axe de travail intéressant nous semblerait être l'étude de l'influence mutuelle que les expositions temporaires thématiques ciblant un couturier ont eue sur les musées de couturiers. Je pense en particulier à la célèbre exposition de Cecil Beaton en 1971 au Victoria & Albert Museum de Londres, dont il est admis qu'elle a eu un effet révolutionnaire sur les expositions de mode. A contrario, un autre axe de travail pourrait consister à prendre le sujet en sens inverse en se demandant quel impact ont eu les musées de couturiers sur les expositions temporaires autour de la mode.



# BIBLIOGRAPHIE

ALFONSI Maria Teresa, *Gianfranco Ferré*, Baldini Castoldi Dalai editore, Milano, 2008.

BALLOFFET Pierre, COURVOISIER François H., LAGIER Joëlle, *From Museum to Amusement Park: The Opportunities and Risks of Edutainment*, in *International Journal of Arts Management*, 2014.

BAUZANO Gianluca, *Mannequins Bonaveri: A History of Creativity, Fashion and Art*, Skira, Milan, 2012.

BENAIM Laurence, *Musée Yves Saint Laurent Marrakech*, Marrakech éditions Jardin Majorelle, 2017.

BONGRAND Caroline, *Inspiration Dior*, catalogue de l'exposition, Musée des Beaux-Arts Pouchkine, Moscou, 26/04-24/07 2011, La Martinière, Paris, 2011.

BROOKS Mary M., *Refashioning and redress : conserving and displaying dress*, Getty Conservation Institute, Los Angeles, 2006.

BRUZZI Stella, CHURCH GIBSON Pamela, *Fashion cultures revisited : Theories, Explorations and Analysis*, Routledge, Taylor & Francis Group, 2013.

BULEGATO Fiorella, *I musei d'impresa. Dalle arti industriali al design*, Carocci editore, Rome, 2008.

CELANT Germano, SETTEMBRINI Luigi, SISCHY Ingrid, *Art/Fashion*, Skira Editore, Milan, 1996.

CELANT Germano, SETTEMBRINI Luigi, SISCHY Ingrid (sous la direction de), *Il tempo e la moda : Biennale di Firenze*, catalogue de l'exposition (Florence, 1996-1997), Milan, Skira, 1996.

CELANT Germano, KODA Harlod, CROSS Susan, VAIL Karole, *Giorgio Armani*, Guggenheim Museum, New York, 2000.

CELANT Germano, *La Triennale di Milano : Giorgio Armani*, Triennale Electa, 2007.

CLARK Judith, DE LA HAYE Amy, *Exhibiting Fashion: Before and After 1971*, New Haven-Londres, Yale University Press, 2014.

CLARK Judith, FRISA Maria Luisa, *Diana Vreeland After Diana Vreeland*, catalogue de l'exposition (Venise, Palazzo Fortuny, 10/03-25/05 2012), Venise, Marsilio, 2012.

COFFEY-WEBB Louise, *Exhibiting Review: Breaking the Mode: Contemporary Fashion from the Permanent Collection*, in *Fashion Theory*, vol. 14, issue 1, 2010.

MAIRESSE François, DESVALLEES A., *Vers une rédefinition du musée ?*, Paris, L'Harmattan, 2007.

DROUGUET Noémie, *Le musée de société. De l'exposition du folklore aux enjeux contemporains*, Armand Colin, Paris, 2015.

FERRAGAMO Salvatore, *Il calzolaio dei sogni. Autobiografia di Salvatore Ferragamo*, Florence, Sansoni, 1971.

FERRETTI Daniela, MINIO Enrico, LEVI PASSIGLI Milly, *Roberto Capucci a Palazzo Fortuny*, catalogue de l'exposition (Palazzo Fortuny, Venise 7/03-4/05 2009), Skira, 2009.

FONTAINE Alexia, *Conditions d'émergence et développement des collections vestimentaires: patrimonialisation, muséalisation, virtualisation : regards croisés en France – Canada – Québec (xixe-xxie siècle)*, Histoire. Université Charles de Gaulle – Lille III, 2016.

FOOTER Maureen, *Dior et ses décorateurs : Victor Grandpierre, Georges Geoffroy et le New Look*, Citadelles, Paris, 2018.

FORTIN Anna, *Collezioni di abiti nei musei della Regione Veneto: un'analisi sugli allestimenti e sul ruolo delle mostre sulla moda*, mémoire de recherche, Université Cà Foscari, Venise, 2012.

FRISA Maria Luisa, MONTI Gabriele, TONCHI Stefano (sous la direction de), *Italiana: L'Italia vista dalla moda 1971-2001*, catalogue de l'exposition (Milan, Palazzo Reale, 22/02 -6/05 2018), Venise, Marsilio, 2018.

FRISA Maria Luisa, *The Curator's Risk*, in "Fashion Theory" vol. 12, issue 2, 2008.

FRISA Maria Luisa, *Le forme della moda*, Bologne, Il Mulino, 2015.

FRISA Maria Luisa, *Gianfranco Ferré. Lezioni di moda*, Marsilio Mode Fondazione Pitti Discovery, 2009.

FRISA Maria Luisa, *Bellissima: l'Italia vista dall'Alta Moda*, Mondadori Electa, 2014.

FURY Alexandre, *Dior by Gianfranco Ferré 1989-1996*, Assouline, Paris, 2018.

GNOLI Sofia, *Moda. Dalla nascita della haute couture a oggi*, Roma, Carocci editore, 2012.

HESSE Jean-Pascal, *Pierre Cardin "60 ans de création"*, Assouline, Paris, 2010.

HURLEY-GRIENER, Cécilia, "Jalons pour une histoire du dispositif" in *Culture & Musée*, n°1, Volume 16, 2010.

IMMORDINO VREELAND Lisa, *The eye has to travel*, Harry N. Abrams, New York, 2011.

KINMONTH Patrick, MONFREDA Antonio, *Valentino a Roma. 45 years of style*, catalogue de l'exposition ( 6/07- 28/10 2007, Musée de l'Ara Pacis, Rome), 2007

KROENING Erica, *From Runway to Museum : Creating Successful Exhibitions Showing the Interrelationship between Fashion and Art*, in Journal of Undergraduate Research at Minnesota State University, Mankato, vol. 12, article 5, 2012.

LAMBERT Roma, *Musées, Entreprises, Musées d'entreprise : entre exploitation et exposition, existe-t-il une muséographie spécifique au musée d'entreprise ?* Mémoire de recherche.

LANGLE Elisabeth, *Pierre Cardin*, Christian Brandstätter Verlag, Vienna, 2005.

LOYAUTE Benjamin, *Pierre Cardin Evolution*, Flammarion, 2006.

MAIRESSE François, DESVALLÉES André, *Concepts clés de muséologie*, ICOM, Paris, Armand Colin, 2010.

MAIRESSE François, *Aux origins du musée d'entreprise: musées industriels et commerciaux*, Recherche en communication, n°45, 06/03/2018.

MARTIN Richard, *A note : Art & Fashion, Viktor & Rolf*, in "Fashion Theory", vol. 3 issue 1 (1999).

MELCHIOR RIEGELS Marie, *Fashion Museology : Identifying and Contesting Fashion in Museums*, Fashion. Exploring Critical Issues, Mansfield College, Oxford, 22-25/09/2011.

MOLHO Renata, *Essere Armani, una bibliografia*, Baldini Castoldi Dalai editore, 2006.

NICOLIN Paola, *Year zero: on the canon of exhibitions in Italy 1967-1968*, in The Canon of Curating, Manifesta Journal No. 11, 2010/11.

OBRIST Hans Ulrich, *Fare una mostra*, Novara, UTET, 2014.



- OBRIST Hans Ulrich, *Breve storia della curatela*, Milan, Postmedia Books, 2011.
- PALMER Alexandra, *Reviewing fashion Exhibitions*, in *Fashion Theory* 12 (1), 2008.
- PALMER Alexandra, *Untouchable: Creating Desire and Knowledge in Museum Costume and Textile Exhibitions*, in *Fashion Theory*, vol. 12, issue 1, 2008.
- PALMER Alexandra, *Dior: a new look, a new entreprise (1947-1957)*, V&A Publishing, London, 2009.
- PARROT Nicole, *Mannequins*, Academy Editions, Londres, 1982.
- PIDARDIE Justine, SAILLARD Olivier, *Dior by Avedon*, Rizzoli, Londres, 2015.
- PODEROS Jean, *Le musée Christian Dior Granville*, Connaissance des arts hors-série, Paris, 2017.
- POTVIN John, *Giorgio Armani: empire of senses*, Ashgate Publishing Company, Burlington, 2013.
- POTVIN John, *Fashion and the Art Museum: when Giorgio Armani went to the Guggenheim*, in *Journal of Curatorial Studies*, vol. 1, n° 1, 2012.
- RICCI Stefania (sous la direction de), *Palazzo Spini Feroni e il suo museo*, Milan, Mondadori, 1995.
- RICCI Stefania, *Materiali per la fantasia, catalogue de l'exposition* (Florence, Musée Salvatore Ferragamo, juin 1997), Florence, Salvatore Ferragamo, 1997.
- RICCI Stefania, *Salvatore Ferragamo. The Art of the Shoe, catalogo della mostra* (Tokyo, Sogetsu-kai Foundation, 4/04 – 4/05 1998), Florence, Salvatore Ferragamo et Tokyo, Kodansha Publishers, 1998.

RICCI Stefania, *Scarpe e piedi famosi, catalogue de l'exposition* (Florence, Musée Salvatore Ferragamo, 2000), Milan, Leonardo Arte, 2000.

RICCI Stefania, *I nostri primi trent'anni*, Edifir edizioni Firenze, 2015.

RICCI Stefania ( sous la direction de), *Tra arte e moda*, catalogue de l'exposition de Maria Luisa Frisa, Enrica Morini, Stefania Ricci, Alberto Salvadori (Florence, Musée Salvatore Ferragamo, 19705/2016- 7/04/2017), Florence, Mandragora, 2016.

RIEGELS MELCHIOR Marie, SVENSSON Birgitta, *Fashion and museums : Theory and Practice*, Bloomsbury, Londres, 2014.

RIEGELS MELCHIOR Marie, *Fashion Museology : Identifying and Contesting Fashion in Museums*, in Fashion. Expoling Critical Issues, Mansfield College, Oxford, 2011.

REMAURY Bruno, *From the shop window to the museum : the relationship between a brand and its heritage*, Institut Français de Mode, Paris.

SAILLARD Olivier, Alaïa, Catalogue de l'exposition (Palais Galliera 28/09/2013-26/01/2014), Paris-Musées, Paris, 2013.

SAMUEL Aurélie, *Les musées Yves Saint-Laurent Paris/Marrakech*, Réunion des musées nationaux, Paris, 2017.

SKJULSTAD Synne, *Exhibiting Fashion: Museums as myth in contemporary branding and media culture*, article présenté au NODEM, Varsovie, 2014.

STANISZEWSKI Mary Anne, *The Powder of Display : A history of exhibition installations at the Museum of Modern Art*, The MIT Press, Massachussets, 2001.

STEELE Valerie, *Fashion, italian style*, catalogue de l'exposition (The Museum at FIT 11/02 – 12/04 2003), New York, 2003.

STEELE Valerie, *Museum Quality : the Rise of Fashion Exhibition*, Fashion Theory 12, no 1, 2008.

TENNIRELLI Giovanna, *L'abito (non) fa il museo. Le linee guida internazionali per la conservazione e la fruizione delle collezioni di moda. Il modello anglosassone e l'esempio illustre del V&A*, Exibart, 2007.

TERESTCHENKO Ivan, *The great fashion designers at home*, Thames & Hudson, London, 2013.

TEUNISSEN José, *Global fashion, local tradition : on the globalisation of fashion*, Editions Terra, 2006.

VACCARI Alessandra, *Cultures of curating: curatorial practices and the production of meaning 1650-2000*, Journal of Curatorial Studies, vol. 2 n. 1, 2013.

WILSON Robert, *Design Espositivo, progetti e allestimenti*, Logos, Modena, 2006.

WONG Tom, *Armani exhibit offers little from designer's debut*, Toronto Star, 16 novembre 2000.

WOOD Barry James, *Show Windows : 75 Years of the art of display*, Congdon & Weed, New York, 1982.

# SITOGRAFIE

<https://www.adcgroup.it/e20-express/news/industry/sponsorizzazioni/alfa-romeo-partner-della-mostra-giorgio-armani.html>

[http://www.ansa.it/lombardia/notizie/2016/05/10/armanisilos-collabora-con-scuola-design\\_9031ff07-62d2-4f7f-af75-941c686fb4fe.html](http://www.ansa.it/lombardia/notizie/2016/05/10/armanisilos-collabora-con-scuola-design_9031ff07-62d2-4f7f-af75-941c686fb4fe.html)

<https://apritimoda.it/progetto/>

<https://www.archivioluce.com/>

<https://www.armani.com/silos/fr/about/>

<https://www.armanisilos.com/fr/exposition/exposition-permanente/>

<https://www.artribune.com/progettazione/moda/2018/01/firenze-inaugurazione-gucci-garden-museo-boutique-palazzo-mercanzia/>

<https://www.artribune.com/editoria/2018/12/leditoria-e-piu-viva-che-mai-al-gucci-garden-la-racconta-publishing-traffic/>

<https://www.artribune.com/tribnews/2014/06/giorgio-armani-per-expo-2015-apro-la-miate-gallery-a-milano-nellex-silos-della-nestle-inaugurerà-a-maggio-il-museo-archivio-progettato-da-tadao-ando/>

<https://artsandculture.google.com/partner/fondazione-gianfranco-ferre?HI=it>

<https://associationazedinealaia.org/>

<https://autoconfig.pierrecardin.com/createur>

<https://www.beauxarts.com/expos/azedine-alaia-fragments-deternite/>

[https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/pierre\\_cardin](https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/pierre_cardin)

<https://www.cartier.com/en-us/maison/living-heritage/exhibitions/past-exhibitions/cartier-1900-1939-1997-15224.html>

<http://www.clubmilano.net/2015/09/museo-giorgio-armani/>

<http://www.costume-textiles.com/home/>

<http://www.culture.gouv.fr/Aides-demarches/Protections-labels-et-appellations/Label-Maisons-des-illustres>

<http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Design-mode/Actualites-mode/Exposition-Azzedine-Alaia-Je-suis-couturier>

<https://designmuseum.org/exhibitions/azzedine-alaa-the-couturier>

<https://www.domusweb.it/it/design/2011/10/19/gucci-museo.html>

<https://it.fashionnetwork.com/news/Una-libreria-d-arte-a-casa-Alaia,1034711.html#.xwvoz5mzbuo>

<https://www.ferragamo.com/>

<http://www.film-foundation.org/>

<http://www.fondazionegianfrancoferre.com/home/statuto.php?Lang=it>

[https://www.francetvinfo.fr/culture/mode/pierre-cardin/retrospective-pierre-cardin-a-new-york-le-brooklyn-museum-revient-sur-l-audace-du-couturier-dans-les-annees-1960\\_3546433.html](https://www.francetvinfo.fr/culture/mode/pierre-cardin/retrospective-pierre-cardin-a-new-york-le-brooklyn-museum-revient-sur-l-audace-du-couturier-dans-les-annees-1960_3546433.html)

<Http://fuksas.com/?P=744>

<https://www.gucci.com/it/it/st/stories/article/gucci-garden-galleria-new-chapter>

<https://www.guggenheim.org/exhibition/the-art-of-the-motorcycle>

<Http://icom-icdad.com/icaa-annual-meeting-1995-florence-italy>

<Https://icom.museum/fr/activites/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>

<Http://www.ilgiornale.it/news/politica/io-vera-patrizia-gucci-vi-racconto-storia-nostra-famiglia-1111948.html>

[https://www.ilmessaggero.it/moda/stilisti/gucci\\_museo\\_bamboo\\_firenze-377460.html](https://www.ilmessaggero.it/moda/stilisti/gucci_museo_bamboo_firenze-377460.html)

<https://jaydefish.com/Gucci-Garden-Murals>

<https://www.kunstpallast.de/en/museum-3/Exhibitions/Preview/copy-of-pierre-cardin>

<https://www.larosaitaly.com/it/progetto/2000-10-30-mostre-giorgio-armani-635//>

<http://www.lefigaro.fr/arts-expositions/2014/11/08/03015-20141108ARTFIG00116-pierre-cardin-ouvre-son-musee-a-paris.php>

<http://www.leparisien.fr/seine-saint-denis-93/le-discret-demenagement-du-musee-pierre-cardin-31-10-2014-4253857.php>

<http://www.manchenumerique.fr/Un-citoyen/Services-aux-publics/Kit-M-la-Manche-a-portee-de-main>

<https://www.mffashion.com/news/livestage/gucci-garden-prosegue-la-saga-zeus-machine-201811141146562037>

<https://moda.mam-e.it/dizionario-della-moda/azzedine-alaia/#mostre>

<http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?Protagonisti=gucci-guccio>  
<https://www.cameramoda.it/it/associazione/news/915/>

<https://www.moma.org/calendar/exhibitions/411>

<http://musee-dior-granville.com/fr/>

<http://musee-dior-granville.com/fr/musee/les-collections/>

<https://www.museimpresa.com/museimpresa-green-il-museo-salvatore-ferragamo-come-ambasciatore-della-sostenibilita/>

[http://musei.firenze.it/museo\\_gucci.html](http://musei.firenze.it/museo_gucci.html)

[http://museobase.fr/lfpnopac/jsp/opac/opac\\_index.jsp?Action=opac\\_search\\_bien\\_simple&menu=opac\\_menu\\_musee\\_search\\_simple](http://museobase.fr/lfpnopac/jsp/opac/opac_index.jsp?Action=opac_search_bien_simple&menu=opac_menu_musee_search_simple)

<https://museeyslparis.com/>

<http://network.icom.museum/costume/publications/guidelines/>

<https://www.nytimes.com/2011/09/28/fashion/gucci-opens-a-brand-museum-in-florence.html>

<http://www.sartogoarchitetti.it/index.php?/esposizioni/italian-re-evolution/>

<https://www.nytimes.com/1982/05/17/style/clothing-as-architecture-at-mit.html>

<https://www.pambianconews.com/2008/09/11/l-39-ufficio-stile-di-gucci-si-sposta-a-roma-26478/>

<http://www.petitpalais.paris.fr/expositions/yves-saint-laurent>

<https://pierrecardin.com/musee>

<http://www.pitis.eu/it/armanisilos/>

<https://www.rivistastudio.com/gucci-garden-publishing-traffic/>

[https://stedelijkstudies.com/journal/the-labyrinth-metaphor-and-method/#\\_edn59/](https://stedelijkstudies.com/journal/the-labyrinth-metaphor-and-method/#_edn59/)

[https://style.corriere.it/moda/gucci-museo-di-firenze-sbarca-online/?Refresh\\_ce-cp](https://style.corriere.it/moda/gucci-museo-di-firenze-sbarca-online/?Refresh_ce-cp)

[http://www.teknemedia.net/fiere/dettaglio\\_news.html?Newsid=6797](http://www.teknemedia.net/fiere/dettaglio_news.html?Newsid=6797)

[https://www.tfiny.org/pages/gucci\\_tribeca\\_documentary\\_about](https://www.tfiny.org/pages/gucci_tribeca_documentary_about)

<https://www.thefashioncommentator.com/it/2011/09/fashion-itineraries-gucci-museum.html>

<https://www.theguardian.com/artanddesign/2003/oct/18/art.museums>

[https://www.tripadvisor.it/Attraction\\_Review-g187895-d3183522-Reviews-Gucci\\_Garden-Florence\\_Tuscany.html](https://www.tripadvisor.it/Attraction_Review-g187895-d3183522-Reviews-Gucci_Garden-Florence_Tuscany.html)

<https://www.youtube.com/watch?v=4qidmernns0>

<http://www.10corsocomo.com/2018/03/a-tribute-to-azzedine-alaia-at-10-corso-como-seoul/>

<https://www.lvmh.it/lesjourneesparticulieres/podcasts/>

<http://www.fondazioneferragamo.it/sezioni/130/programma>

<http://www.agencenc.fr/scenographie/fr/>

<https://www.museimpresa.com/newmuseums-stories-of-company-archives-and-museums/>

<http://www.palaisgalliera.paris.fr/fr/palais-galliera/les-ateliers-de-restauration-et-de-conservation-preventive/restaurer-conserver-et>

<http://www.ccq.gouv.qc.ca/index.php?id=208>

<http://www.ccq.gouv.qc.ca/index.php?id=252>

<http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/2833/825064-54289.pdf?sequence=2>

<http://network.icom.museum/costume/L/10/>

[https://www.youtube.com/watch?v=Q0\\_OLiRF5I0](https://www.youtube.com/watch?v=Q0_OLiRF5I0)

<https://www.pradagroup.com/it/perspectives/stories/sezione-excursus/schiaparelli-prada.html>

<https://judithclarkcostume.com/exhibitions/>

<https://www.ifmparis.fr/fr/>

<https://www.ifmparis.fr/fr/recherche-academique/histoire-culturelle-de-la-mode>

<https://www.ifmparis.fr/fr/recherche-academique/leche-vitrines-distribution-et-merchandising-visuel-dans-la-mode>

<https://www.ifmparis.fr/fr/recherche-academique/leche-vitrines-le-merchandising-visuel-dans-la-mode>

<https://www.ifmparis.fr/fr/recherche-academique/les-grands-textes-de-la-mode-1>

<https://www.artwave.it/moda/eventi-sfilate/fendi-studios-unimperdibile-mostra-che-omaggia-il-cinema/>

<https://cinergie.unibo.it/article/view/8338/8616>

<https://artsandculture.google.com/partner/fondazione-gianfranco-ferre?hl=it>

<http://www.fondazionegianfrancoferre.com/home/contatti.php?lang=it>

<https://www.fashiontimes.it/2016/10/rita-airaghi-percorsi-e-progetti-della-fondazione-gianfranco-ferre/>

<https://www.youtube.com/watch?v=qs-3TUYNSE0>

<https://www.ilsole24ore.com/art/cultura/2018-04-23/-museo-prada-puntato-il-cielo-154727.shtml?uuid=AE4Yf1ZE>

<https://www.fondazionenicolatrussardi.com/la-fondazione/>

<http://www.apritimoda.it/le-maison/>

<https://www.florencebiennale.org/>

<https://www.vogue.fr/vogue-hommes/fashion-week/story/pourquoi-vous-devez-absolument-visiter-le-musee-gucci-garden-florence-pitti-uomo-fashion-week-homme-automne-hiver-2018-2019/821#1-1>

<https://www.artribune.com/progettazione/moda/2018/01/firenze-inaugurazione-gucci-garden-museo-boutique-palazzo-mercanzia/>

<https://www.ilsole24ore.com/art/moda/2018-01-10/nel-nuovo-gucci-garden-prodotti-esclusivi-galleria-d-arte-e-cucina-firmata-bottura-123805.shtml?uuid=AEQzDYfD>

<https://www.ferragamo.com/museo/it/ita/scopri/storia/#>

<http://www.valentinogaravanimuseum.com/enter-the-museum>

<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/piccoli-passi-il-rapporto-tra-museo-ferragamo-e-fondazione-ferragamo>

<http://www.san.beniculturali.it/web/san/dettaglio-progetto-digitalizzazione?id=88&codiSan=san.cat.prjDgt.88>



<https://www.museimpresa.com/wp-content/uploads/2016/05/invito2ferrag.gif>

<http://www.fondazioneferragamo.it/sezioni/100/statuto>

<https://www.smau.it/speakers/stefania.ricci/>

[https://www.corriere.it/cultura/16\\_giugno\\_09/i-musei-d-impresa-italiani-risorsa-valorizzare-5491c3d4-2dad-11e6-9ed7-029647940570.shtml](https://www.corriere.it/cultura/16_giugno_09/i-musei-d-impresa-italiani-risorsa-valorizzare-5491c3d4-2dad-11e6-9ed7-029647940570.shtml)

<https://www.uffizi.it/palazzo-pitti>

<https://www.uffizi.it/mostre-virtuali/tracce-2018#6>

<https://www.uffizi.it/eventi/il-museo-effimero-della-moda>

<http://fortuny.visitmuve.it/category/it/mostre/archivio-mostre/>

<http://www.rubelli.com/it/archivio-storico/>

<https://www.google.fr/search?q=rubelli+archivio&oq=rubelli+archivio&ags=chrome..69i57j69i60j0.5104j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

<http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?percorsi=mariano-fortuny-1871-1949>

<http://www.polomusealelazio.beniculturali.it/index.php?it/246/museo-boncompagni-ludovisi-per-le-arti-decorative-il-costume-e-la-moda-dei-secoli-xix-e-xx>

<https://www.artribune.com/attualita/2012/09/alda-fendi-cosi-sara-il-mio-museo/>

<https://www.elledecor.com/it/architettura/a23886853/fondazione-alda-fendi-esperimenti-roma/>

<https://www.artribune.com/professioni-e-professionisti/who-is-who/2018/10/inaugurazione-palazzo-rhinoceros-fondazione-alda-fendi-esperimenti-roma/>

<http://filamuseum.altervista.org/>

<https://www.museimpresa.com/associato/fondazione-fila-museum/>

<http://www.collezionemaramotti.org/it/mmap-il-premio>

<http://www.villamazucchelli.it/collezioni/museo-moda/>

<http://www.museocalzaturavigevano.it/it/>

<http://www.fondazioneratti.org/page/34/Museo-del-tessuto>

<https://www.fendi.com/it/fendi-roma/fendi-is-rome/palazzo-della-civiltà-italiana>

<https://www.vogue.it/news/vogue-arte/2018/04/03/nuovo-museo-luciano-benetton-treviso-imago-mundi-arte/>

<http://www.museodellacalzatura.it/>

<https://rossimoda.com/le-origini/>

<http://www.fondazionezegna.org/partner/cittadellarte-fondazione-pistoletto/>

<http://www.zegnart.com/special-project/>

<http://www.zegnart.com/diario/>

<http://www.zegnart.com/art-in-global-stores/artisti/>

<https://www.dainearchivio.com/>

<http://www.zucchicollection.org/pages/milano.php>

<https://www.lvmh.it/lesjourneesparticulieres/siti/emilio-pucci-villa-di-granaiole/>

[https://firenze.repubblica.it/cronaca/2011/10/14/news/emilio\\_pucci\\_la\\_moda\\_in\\_un\\_nuovo\\_museo-23232070/](https://firenze.repubblica.it/cronaca/2011/10/14/news/emilio_pucci_la_moda_in_un_nuovo_museo-23232070/)

<http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?partner=fondazione-archivio-emilio-pucci>

<http://www.maxmarafashiongroup.com/it/projects-archivio-capi>

<https://www.yumpu.com/en/document/view/36364336/company-archive-max-mara-federica-fornaciari-texmedin>

<http://www.museodelnovecento.org/it/evento/fondazione-furla-e-museo-del-novecento>

<http://www.fondazionefurla.org/fondazione/>

<https://www.fashionresearchitaly.org/fondazione-fashion-research-italy/>

<http://www.benettongroup.com/it/gruppo/profilo/archivio-benetton/>

<http://missoni.museomaga.it/>

<http://www.triennale.org/mostra/antonio-marras-nulla-dies-sine-linea/>

<http://www.mudec.it/ita/etro/>

<https://www.laurabiagiotti.it/futurballa/>

<https://www.grazia.it/moda/news-moda/fratelli-rossetti-museo-itinerante-shanghai-hong-kong>

<https://www.wired.it/play/cultura/2018/09/21/milano-mostra-azzedine-alaia-couture-sculpture/>

<http://www.collezioni.info/je-suis-couturier-azzedina-alaia/#>

<https://www.vogue.it/news/notizie-del-giorno/2018/09/21/azzedine-alaia-couture-sculpture-mostra-milano-evento-fashion-week/>

<https://italiana.cameramoda.it/it#info>

<https://www.stilearte.it/sa-chi-era-mariano-fortuny-la-sua-storia-in-breve-e-un-filmato-delle-sue-opere/>

<http://fortuny.visitmuve.it/it/mostre/archivio-mostre/inverno-palazzo-fortuny-2015-moon/2015/10/16107/omaggio-a-mariano-fortuny/>

<http://www.palaisgalliera.paris.fr/en/professionals-and-researchers/press-and-media/press-releases-goodies>

<https://museeyslparis.com/musee>

<https://www.museeyslmarakech.com/fr/expositions/temporaires/a-venir/>

<http://www.palaisgalliera.paris.fr/fr/professionnels-et-chercheurs>

<https://style.corriere.it/blog-michele-ciavarella/2017/03/02/grazie-a-chanel-palais-galliera-sara-museo-della-moda-permanete-in-francia/>

<https://pierrecardin.com/musee>

<https://www.maison-alaia.com/experience/fr/exhibition/azzedine-alaia-lalchimie-dune-collection/>

<https://www.mffashion.com/news/backstage/una-libreria-per-l-association-azzedine-alaia-201810251631104817>

<https://www.wired.it/play/cultura/2018/09/21/milano-mostra-azzedine-alaia-couture-sculpture/>

<http://www.collezioni.info/je-suis-couturier-azzedina-alaia/#>

<https://www.vogue.it/news/notizie-del-giorno/2018/09/21/azzedine-alaia-couture-sculpture-mostra-milano-evento-fashion-week/>

[http://2e-bureau.com/01\\_actu/plus\\_infos\\_2018/dp\\_ALAIA\\_je-suis-uncouturier.pdf](http://2e-bureau.com/01_actu/plus_infos_2018/dp_ALAIA_je-suis-uncouturier.pdf)

<http://galleriaborghese.beniculturali.it/it/news/azzedine-alaia>

<http://musee-dior-granville.com/uploads/dossier%20de%20presse%202017%20-%20Christian%20Dior%20et%20Granville.compressed.pdf>

<http://musee-dior-granville.com/uploads/visitescolaires.pdf>

<https://www.google.fr/maps/place/Christian+Dior+Museum/@48.8366307,-2.1437562,9z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x4634123d528e060a!8m2!3d48.8429795!4d-1.5925781>

[https://www.dior.com/couture/it\\_it/la-maison-dior/mostre/christian-dior-e-granville](https://www.dior.com/couture/it_it/la-maison-dior/mostre/christian-dior-e-granville)

<http://dioretmoi-lefilm.com/>

<http://musee-dior-granville.com/uploads/Livret%20P%C3%A9da.pdf>

<http://www.documentjournal.com/2018/01/christian-dior-archives-tour-soizic-pfaff/>

<https://www.wallpaper.com/fashion/we-unwrap-a-few-house-secrets-at-diors-museum-worthy-paris-archive>

<https://www.youtube.com/watch?v=SDIpbUXFwg>

<https://www.youtube.com/watch?v=AXMZF7fBZo8>

[https://www.google.fr/search?q=pushkin+dior+2011&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjos8\\_8sfneAhVD3RoKHZTSCAQQ\\_AUICSgA&biw=1440&bih=744&dpr=1](https://www.google.fr/search?q=pushkin+dior+2011&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjos8_8sfneAhVD3RoKHZTSCAQQ_AUICSgA&biw=1440&bih=744&dpr=1)

<https://senatus.net/event/inspiration-dior-pushkin-museum-moscow/>

<https://i.pinimg.com/originals/5c/78/38/5c7838f2057a2749042629add3771530.png>

<http://atelierreverte.blogspot.com/2011/05/dior-sexpose-au-musee-pouckine-de.html>

[https://www.gala.fr/l\\_actu/news\\_de\\_stars/inspiration\\_dior\\_l\\_exposition\\_evenement\\_226748](https://www.gala.fr/l_actu/news_de_stars/inspiration_dior_l_exposition_evenement_226748)

<https://www.youtube.com/watch?v=U14AMHOMmDc>

<https://it.louisvuitton.com/ita-it/la-maison/asnieres#la-galerie>

<https://www.lvmh.it/notizie-documenti/notizie/louis-vuitton-apre-ad-asnieres-la-galerie/>

<https://www.sortiraparis.com/arts-culture/exposure/articles/153321-louis-vuitton-museum-in-asnieres-exceptionally-opens-to-the-general-public/lang/en>

<https://fr.louisvuitton.com/fra-fr/heritage-savoir-faire/shanghaivvv#the-exhibition>

[https://www.google.fr/search?ei=N4j9W9aLKofNgAakmKmwBw&q=louis+vuitton+volez+voquez+voyagez+livre&oq=louis+vuitton+volez+voguez+voyagez+livre&gs\\_l=psy-ab.3..0j22i30.2314.3322..3477...0.0..0.252.1035.0j2j3.....0....1..gws-wiz.FCfufR0irj8](https://www.google.fr/search?ei=N4j9W9aLKofNgAakmKmwBw&q=louis+vuitton+volez+voquez+voyagez+livre&oq=louis+vuitton+volez+voguez+voyagez+livre&gs_l=psy-ab.3..0j22i30.2314.3322..3477...0.0..0.252.1035.0j2j3.....0....1..gws-wiz.FCfufR0irj8)

[https://www.challenges.fr/luxe/dans-le-grenier-d-hermes\\_161556](https://www.challenges.fr/luxe/dans-le-grenier-d-hermes_161556)

<https://www.fondationentreprisehermes.org/fr>

<http://madparis.fr/en/about-us/exhibitions/recent-exhibitions/margiela-les-annees-hermes/>

[https://www.dior.com/couture/it\\_it/la-maison-dior/mostre/christian-dior-couturier-du-reve](https://www.dior.com/couture/it_it/la-maison-dior/mostre/christian-dior-couturier-du-reve)

<https://www.google.fr/search?q=louis+vuitton+musee&oq=louis+vuitton+musee&aqs=chrome..69i57j0l5.4689j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

<https://www.vogue.fr/mode/news-mode/articles/christian-louboutin-au-muse/18258>

<https://www.grandpalais.fr/en/event/jean-paul-gaultier>

<https://www.chloe.com/us/labaueme/index>

<http://www.palaisgalliera.paris.fr/en/exhibitions/jeanne-lanvin>

<http://www.museeairfrance.org/en/the-collections>

<http://www.batashoemuseum.ca/manoloblahnik/>

<https://www.google.fr/search?q=alaia+musee&oq=alaia+&aqs=chrome.0.69i59j69i57j69i60j0l3.3337j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

[https://www.corriere.it/moda/rubriche/il-grigio-e-il-blu/14\\_dicembre\\_08/se-museo-da-cartabianca-christian-lacroix-813f2292-7ecb-11e4-bf8b-faa9d359f85b.shtml?refresh\\_ce-cp](https://www.corriere.it/moda/rubriche/il-grigio-e-il-blu/14_dicembre_08/se-museo-da-cartabianca-christian-lacroix-813f2292-7ecb-11e4-bf8b-faa9d359f85b.shtml?refresh_ce-cp)

<http://www.museecognacqjay.paris.fr/>

<https://culturebox.francetvinfo.fr/mode/createurs/dans-le-secret-de-l-appartement-de-coco-chanel-avec-anna-mouglalis-271669>

<https://www.nssmag.com/it/fashion/5574/dries-van-noten--inspirations/image:46590>

[https://www.vogue.co.uk/article/christian-dior-designer-of-dreams-va-exhibition?utm\\_medium=Social&utm\\_source=Facebook&fbclid=IwAR1MO4WUGKjgJdGUBsNw8YeqjruzFr1IsfYIFi3Zpq7LLK0gjUEklUNM98#Echobox=1540148503](https://www.vogue.co.uk/article/christian-dior-designer-of-dreams-va-exhibition?utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fbclid=IwAR1MO4WUGKjgJdGUBsNw8YeqjruzFr1IsfYIFi3Zpq7LLK0gjUEklUNM98#Echobox=1540148503)

[https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/metiers/art-culture-edition/chanel-valentino-jean-paul-gaultier-les-secrets-de-la-haute-dentelle-s-exposent-a-calais\\_2793615.html](https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/metiers/art-culture-edition/chanel-valentino-jean-paul-gaultier-les-secrets-de-la-haute-dentelle-s-exposent-a-calais_2793615.html)

<https://www.vogue.fr/suzy-menkes/la-chronique-de-suzy-menkes/story/martin-margiela-paris-heritage-hermes-musee-des-arts-decoratifs-palais-galliera-exposition/1612#1-1>

<http://www.stylinco.com/blog/exposition-paco-rabanne/>

<https://www.wmagazine.com/story/olivier-saillard-curator>

<https://www.wmagazine.com/story/olivier-saillard-curator>

<http://madame.lefigaro.fr/style/inspiration-dior-070511-150363>

<http://www.cristobalbalenciagamuseoa.com/fr/collection/cristobal-balenciaga/>

<https://artsandculture.google.com/partner/cristobal-balenciaga-museoa>

<http://www.valentinogaravanimuseum.com/enter-the-museum>

<https://enricaferrero.it/musei-di-moda-in-italia/>

<https://www.linkiesta.it/it/article/2017/01/12/in-italia-non-ce-un-museo-della-moda-ed-e-uno-scandalo/32921/>

<https://www.elle.com/it/moda/tendenze/news/g839412/musei-moda-italiani-storia-del-costume-fashion-house/?slide=10>

<https://www.iaki.it/blog/moda-musei-digitali/>

<https://www.vanityfair.it/fashion/news/16/03/04/fashion-musei-quando-la-moda-si-mette-in-mostra>

<http://www.museodelmarchioitaliano.it/marchi/versace.php>

<https://www.webeconomia.it/moncler-tutto-pronto-per-il-progetto-genius/17132/>

[http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?page\\_id=479](http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?page_id=479)

<https://culturebox.francetvinfo.fr/mode/encheres-catherine-deneuve-se-separe-de-sa-garde-robe-yves-saint-laurent-281221>

<https://www.google.fr/search?q=balmain+musee&oq=balmain+musee&aqs=chrome..69i57j0.2675j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

<https://www.vogue.it/news/vogue-arte/2018/09/13/intervista-a-olivier-saillard-vogue-italia-settembre-2018/>

<https://www.ibs.it/nuove-boutique-moda-design-libro-neil-bingham/e/9788888033310>

<https://www.europeana.eu/portal/it/about.html>

<http://www.san.beniculturali.it/web/san/home>

<https://www.youtube.com/watch?v=Btb2dWfB24g>

<https://zonemoda.unibo.it/la-moda-e-la-citta-valentino-e-roma-armani-e-milano/>

<https://www.artribune.com/tribnews/2014/06/giorgio-armani-per-expo-2015-apro-la-miate-gallery-a-milano-nellex-silos-della-nestle-inaugurera-a-maggio-il-museo-archivio-progettato-da-tadao-ando/>

<http://www.galaxysuonovideo.it/realizzazioni/giorgioarmani/armani.htm>

<https://www.corriere.it/italiani/notizie/valentino-garavani-giancarlo-giammetti-prego-tutti-giorni-116c9150-624b-11e7-84bc-daac3beed6c1.shtml>

