

LE MAG

- 134 RENCONTRE
Florence Vermelle
- 138 TENDANCES
La peinture orientaliste
- 142 EXPOSITIONS
Jeff Koons, reflet de son temps...
- 150 BIBLIOPHILIE
Les dieux de l'Olympe s'aiment
- 152 BLOC-NOTES
Un événement incontournable à Lille...



PAR SYLVAIN ALLIOD ALLIOD@GAZETTE-DROUOT.COM

RENCONTRE

Florence Vermelle. La directrice artistique de Casamance vient de lancer une nouvelle marque de tissus haut de gamme appelée Misia, en hommage à l'une des grandes égéries du XX^e siècle.



Florence Vermelle, directrice artistique de Misia. DR

Voici une femme de défi qui semble imperméable à la morosité ambiante ! À la veille de la trépidante semaine qui attire chaque début d'année à Paris, dans le sillage du salon Maison & Objet, le tout-déco mondial, Florence Vermelle affiche le calme et la détermination du général qui sait son armée prête pour la bataille. Durant plus de deux ans, elle a œuvré à la création d'une nouvelle marque de tissus au luxe à la fois moderne et cosu : « J'avais envie d'un projet plus personnel. Casamance, que j'ai fondée il y a quinze ans avec l'un de mes dirigeants, est devenue une marque très large, et j'ai eu le désir de me recentrer sur un label plus intimiste, afin de répondre de manière précise aux désirs de nos clients. » Entendez par là la fine fleur de la grande décoration internationale, celle-là même dont les auteurs, triés sur le volet, participent chaque mois de septembre à AD Intérieurs... Les visiteurs ayant parcouru la grande nef du musée des Arts décoratifs lors de la dernière édition de la manifestation ont, sans le savoir, pu voir en avant-première l'une des productions de Misia, choisie par Isabelle Stanislas pour le bar-bibliothèque qu'elle a imaginé. La décoratrice, qui compte parmi ses clients nombre d'amateurs de pièces de collection glanées sur le marché de l'art, n'a pas hésité à intégrer *in extremis* un diaphane voile de lin laminé, dont la fine impression métallique se conjugait parfaitement avec les panneaux d'albâtre marquant sa scénographie. L'étoffe répond

au doux nom de *Voile de Pauline*... Une appellation qui ne doit rien au hasard, tout comme celle de la marque : « Aucun nom ne s'était imposé dans ce projet de longue haleine jusqu'à ce que, au détour d'un rayon d'une librairie, je tombe sur une autobiographie de Misia Sert. Cette femme incarnait parfaitement le travail que j'étais en train de réaliser. Reine du Tout-Paris, amie des artistes et des écrivains, elle était à la fois audacieuse, glamour, gaie et légère. Elle ressemblait à ce que je voulais créer. » Épouse du cofondateur de la *Revue blanche* Thadée Natanson, puis du magnat de la presse Alfred Edwards et enfin du peintre mondain José María Sert, ayant aussi bien inspiré Proust que Cocteau et ayant posé pour Renoir, Vuillard, Bonnard et bien d'autres, Misia est une muse de choix... Surtout lorsque l'on souhaite s'inspirer des années 1920 : « Cette époque me correspond. J'ai voulu retrouver son esprit libre, avant-gardiste et audacieux. Elle offre également la possibilité d'être moderne en y alliant des traditions. J'aime les contrastes. » Et d'ajouter : « Mais attention, Misia est une marque d'aujourd'hui, pas du tout nostalgique des années 1920 ! Je l'ai créée sans compromis. Tout le monde n'aimera pas, mais ce n'est pas l'objectif. » Cette prise de position est étayée par deux collections qui, par leur cohérence et la richesse de leurs références, attestent du travail accompli. Florence a pris le temps de prospecter, de réaliser des rencontres et des choix affirmés, et cela se voit.



DEUX COLLECTIONS, DEUX ROMANCES

La démarche n'a pas été d'imaginer des tissus autour d'un thème simple ou d'un motif. Ils s'articulent autour de deux récits, livrés *a posteriori* : « J'ai rencontré une écrivaine qui, lorsqu'elle m'a vu travailler mes couleurs, mes textures, mes dessins, m'a proposé d'écrire une histoire sur les collections. Je lui ai alors demandé de rendre

hommage aux années 1920. Elle a créé deux romances, *Paris festive* et *Les Clés de l'archipel*, qui illustrent chacune d'entre elles. Misia est devenue Madame M., qui rencontre dans une soirée Ernest Hemingway et part avec lui à Key West. Nous allons écrire une histoire pour chaque nouvelle collection, qui invitera à un voyage. » Et les noms des tissus se retrouvent égrenés au fil

Dans la collection « Paris festive »,
le jacquard de polyamide
Rêve de Rotonde. DR

♦ ♦ ♦

Les velours imprimés
Miami-Playground et Capucin,
de la collection « Les clés de l'archipel »,
DR



des récits, titillant l'imagination : avec *Mardi de poésie* ressurgissent les après-midi où, à l'initiative de Paul Fort, artistes et poètes se retrouvaient à la Closerie des Lilas pour déclamer des vers, tandis que le *Mont des muses* rappelle les origines de Montparnasse, lorsqu'au XVII^e siècle des étudiants venaient réciter de la poésie sur une colline artificielle, ensuite rasée. Quant au satin dit *Bijoux de Mistinguett*, il rend hommage à cette infatigable figure du music-hall, réputée pour son goût du luxe. Dans la collection des « Clés de l'archipel », retenons *Ocean Drive*, évoquant l'avenue mythique du Miami art déco, *Le Voile de Pauline*, en référence à la deuxième épouse d'Hemingway, ou *Cayo Hueso*, l'appellation espagnole de Key West.

La trentaine de références proposées à ce jour ont été imaginées librement par Florence, au gré de ses envies : « Je me projette beaucoup lorsque je dessine, choisis les couleurs et les textures. J'aime que l'on puisse composer des ensembles avec de grands dessins et d'autres plus petits, pour recouvrir un fauteuil, un canapé, faire des rideaux, que cela puisse aller dans une chambre à coucher, ou alors dans une salle à manger... Je pense par exemple à un lobby d'hôtel, puis j'ai envie de faire tout l'hôtel ! J'essaie de trouver quelque chose de fort pour la réception, plus sage pour le restaurant... » Certaines créations sont le fruit d'une découverte ou d'une rencontre. Ainsi le seul motif figuratif, *Capucin*, s'inspire d'un document de 1925 de Germaine Labaye, trouvé dans les archives d'une manufacture anglaise. Autre exemple : « En voyant une sculpture d'une amie indienne, Jayshree Poddar, je lui ai demandé de créer un tissu avec des courbes. » Le travail de récupération de bidons métalliques réalisé par cette artiste a, paradoxalement, donné lieu à une précieuse étoffe de soie aux reflets sophistiqués, *Ocean Drive*. « À l'exception d'un fournisseur indien pour la soie, tous mes partenaires sont européens. J'en ai trouvé en Italie, en Angleterre, en Allemagne et en France. L'idée n'est pas de les multiplier mais de travailler dans la continuité, avec des gens qui comprennent la marque. Cette proximité permet de répondre plus facilement aux attentes de nos clients. » Ces derniers sont au centre des préoccupations de notre directrice artistique. Elle a ainsi imaginé, à côté des deux catalogues de ses collections, un troisième plus petit classant les tissus par gammes chromatiques, montrant que l'on peut mélanger les univers : « L'objectif est de faciliter la vie des décorateurs, qui sont souvent dans l'urgence. J'ai beaucoup travaillé l'harmonie des couleurs, y mettant d'ailleurs un peu de moi-même. » Les textures ont également été l'objet de recherches poussées, concourant au luxe et à l'originalité de nombreuses références. Et l'aventure ne fait que commencer ! Outre une nouvelle collection, prévue pour le mois de septembre, une collaboration est en cours avec Thonet sur l'un de



ses fauteuils emblématiques, le S 411 : « Nous allons avoir des couleurs de châssis spécifiques pour la marque, légèrement dorée, cuivrée, bleue, chromée noir ». À découvrir sans doute en juin... •

Le tissu texturé *Cayo Hueso*, inspiré d'un symbole solaire amérindien et extrait de la collection « Les clés de l'archipel ». DR

•••

À VOIR

Le site de la marque – www.misia-paris.com –, très complet, montre aussi bien les tissus qu'il raconte des histoires.