



REPÉRAGE

**BOUTIQUE**  
**30 MONTAIGNE**

**Esprit couture**

L'ADRESSE ORIGINELLE ET ICONIQUE DE LA MAISON DIOR FAIT PEAU NEUVE, SE TRANSFORMANT EN VÉRITABLE LIEU DE VIE AVEC BOUTIQUE, RESTAURANT ET JARDINS D'HIVER... AUX COMMANDES DE CETTE MÉTAMORPHOSE, L'ARCHITECTE AMÉRICAIN SUPERSTAR PETER MARINO. INTERVIEW.

PROPOS RECUEILLIS PAR **SOLINE DELOS**  
PHOTOS **ROMAIN RICARD**

**Divines étoffes**

Peter Marino, fidèle à son immuable tenue de biker, devant la cage d'escalier monumentale de la boutique peinte dans une imitation béton, et décorée de toiles – le premier assemblage du vêtement dans une toile à patron – rétroéclairées.



Quelle meilleure œuvre pour accueillir le visiteur au 30 Montaigne qu'un tourbillon de feuilles lumineuses imaginé par l'artiste britannique Paul Cockledge ? L'installation nommée "Bourrasque" illustre parfaitement le vent nouveau qui souffle sur le fief originel de Christian Dior – le couturier s'est installé dans l'hôtel particulier du comte Walewski en 1946 –, agrandi, revisité et entièrement rénové par l'architecte américain Peter Marino.

De fait, après un chantier pharaonique, le lieu s'est métamorphosé en une véritable destination, avec boutique, restaurant et pâtisserie orchestrés par le chef Jean Imbert, jardins, salons haute couture et même une suite XXLuxe dans laquelle, le temps d'une nuit, le 30 Montaigne vous appartient. Un endroit où l'on déambule entre les meubles de designers iconiques – Joaquim Tenreiro, Hans Olsen, Gio Ponti, Ado Chale, Claude Lalanne, Gabriella Crespi... – et des





**Tout un art**

Dans l'un des salons dédié au prêt-à-porter féminin, les murs et le plafond sont ornés d'un décor en miroirs dorés à la feuille de palladium (réalisation Atelier Mériquet-Carrère). Canapé "Cloud" années 50 d'Adrian Pearsall. Table basse modulaire de Juan et Paloma Garrido conçue sur mesure, plaquée or champagne 24 carats, gaufrée à la main et métal poli. Lampadaire d'Eric Robin.

œuvres d'artistes contemporains. Partout, Peter Marino a imaginé des murs qui jouent avec les textures : fleurs qui semblent éclore à même les parois, rectangles blancs flottant sur les boiseries, décor en miroirs gravés et dorés à la feuille de palladium, laque craquelée et patchwork de plumes et de cuir dans la suite... Pas de doute, ici, les savoir-faire rivalisent et les époques fusionnent quand l'art du détail se déploie avec enchantement dans des rideaux peints et brodés à la main ou des cabines d'ascenseur parées de dorures. Un lieu 100 % haute couture comme une ode à l'art de vivre.

**Vous avez déjà réalisé plusieurs boutiques pour Dior. En quoi revisiter entièrement « la » boutique originelle est-il différent ?**

**Peter Marino.** Tout d'abord, la façade néoclassique est un élément très fort et unique, que l'on ne retrouve ni à Beverly Hills, ni à New York ou Tokyo. Ensuite, j'ai voulu être fidèle aux codes et aux goûts de Christian Dior en disséminant des touches qu'il aimait. Il avait une prédilection pour la période XVIII<sup>e</sup> – on le voit sur les photos de son appartement –, alors, dans l'espace « souliers », j'ai imaginé un « petit coin » avec des lambris de l'époque tout en gardant la cheminée d'origine car je ne voulais ►

**1. De l'air**

Dans le jardin d'hiver baigné de lumière et attenant à l'espace VIP Hommes, espace détente dans des canapés XXL (Flexform) entourés de palmiers provenant des jardins du Roi-Soleil. Sol et murs en pierres extraites de la carrière de la Croix-Huyart, dans l'Oise. Table basse de Paul Kingma et sculpture "Mysting Tonatta" en acier de John Chamberlain, 1990.

**2. Esprit Calder**

Dans le salon haute couture, le décor mural dessiné par Peter Marino a été réalisé in situ par l'Atelier Mériquet-Carrère. Devant la banquette style Louis XVI modernisée par une housse rayée blanc et gris Dior, tables en laiton martelé avec plateau en bois pétrifié, signées Philippe Hiquily.

**3. Dans le goût de Pablo**

Dans le salon VIP Femmes, la boiserie est animée d'un rectangle peint en blanc. C'est un tableau cubiste de Picasso qui a inspiré cette idée de décor.



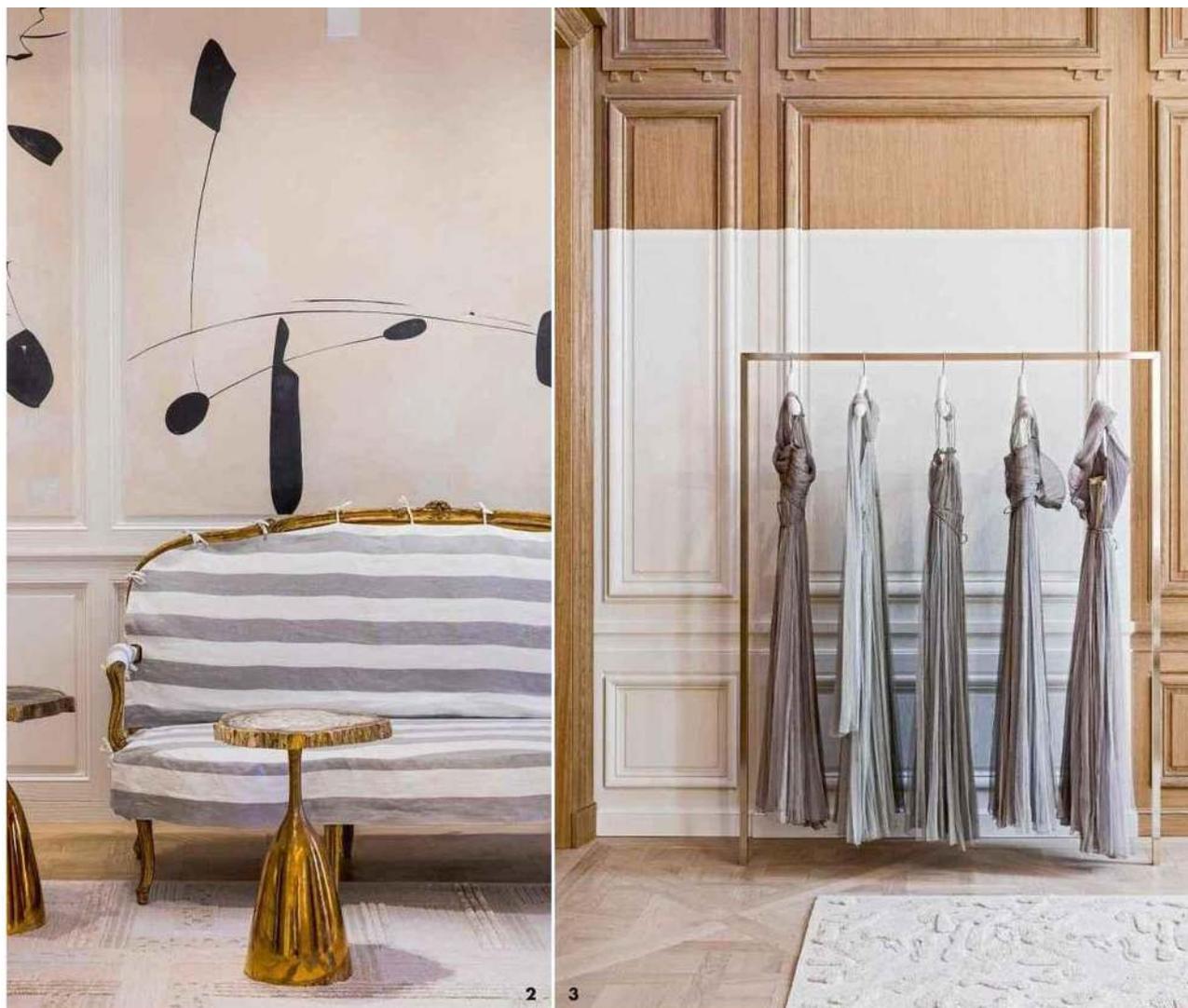
pas pour autant supprimer la mémoire du lieu. De la même manière, j'ai joué avec la toile de Jouy de façon presque abstraite en utilisant de grands rectangles flottants pour recouvrir portes, murs et plafonds. Cette réinterprétation des codes ne conviendrait peut-être pas dans d'autres endroits, mais ici, à Paris, elle fonctionne parfaitement !

**Quel a été le plus grand challenge sur ce projet ?**

P. M. L'intégration des deux jardins d'hiver. La façade étant classée, il fallait les faire approuver par les Monuments historiques. Mon envie était aussi d'apporter de la lumière naturelle et les jardins y contribuent. C'est un élément indispensable à l'harmonie. D'ailleurs, lorsque j'ai réaménagé la boutique Barneys à New York en 1986, j'étais le premier architecte à mettre des fenêtres dans un grand magasin.

**Pourquoi faire entrer des jardins dans la boutique ?**

P. M. Christian Dior, c'est Granville, les hortensias, les roses ! Quand, en 1947, il peint des roses sur les robes, c'est aussi émouvant qu'éblouissant dans cette époque d'après-guerre. Avec le paysagiste belge Peter Wirtz, que je connais de longue date, nous avons prévu de changer les plantes tous les mois. Un clin d'œil à la mode qui, elle aussi, se renouvelle sans cesse. Ainsi, en venant régulièrement, le visiteur peut contempler de magnifiques espaces verts ! Personnellement, j'aime aussi beaucoup les jardins. Le samedi matin, je quitte New York en moto pour aller jardiner dans ma maison des Hamptons. C'est mon jour de déconnexion. Les jardins sont de très belles métaphores de la vie où rien ne demeure jamais tel quel. En réalité, ils nous aident à comprendre et à nous adapter aux vicissitudes du quotidien.



**Le lieu compte pour la première fois un restaurant...**

**P. M.** Quand j'ai fait la boutique Christian Dior en Corée, c'était la première fois que l'on y incluait un salon de thé [tenu par Pierre Hermé, ndr], une initiative couronnée de succès. On a donc réitéré l'expérience à Tokyo. A l'époque, ce concept était très nouveau. Il répond aux besoins du client de prendre son temps et d'avoir de l'espace. J'aime l'idée qu'une personne vienne au 30 Montaigne pour y passer la journée, s'asseoir dans le jardin d'hiver, appeler ses amis, écrire une nouvelle ou grignoter quelque chose sans avoir à traverser la rue ! De surcroît, j'ai ressenti une grande joie à dessiner ce restaurant et à passer commande de deux œuvres magnifiques, un mur miroité de Claudia Wieser, et ce collage incroyable de Guy Limone agrégeant plus de 1 000 tirages de photos vintage de toutes les collections de Dior.

**Comment avez-vous choisi les nombreuses œuvres d'art exposées dans la boutique ?**

**P. M.** Nous avons commandé des œuvres qui évoquent les jardins ou les fleurs, le thème central du magasin. Parmi elles, une création vidéo de l'Américaine Jennifer Steinkamp, une céramique du sculpteur belge Johan Creten, des pousses immortalisées dans l'acrylique de l'artiste japonais Azuma Makoto... La nature, la floraison, c'est un symbole universel de bonheur. La dimension des murs a également orienté les choix. Pour preuve, dans le département Hommes, est accrochée une limousine effilée d'Adam McEwen. Dans tous mes projets, il y a de l'art car il enrichit la vie. Je suis fou d'art, je pratiquais la peinture avant de me tourner vers l'architecture. J'ai même ouvert ma fondation d'art à Southampton, dans l'Etat de New York, en juin dernier. ►



**Gastronomie arty**

Le restaurant Monsieur Dior transfiguré par l'œuvre tout en miroirs signée Claudia Wieser (derrière le bar), et, à gauche, par le mur tapissé d'un collage XXL de l'artiste Guy Limone. Tissu pied-de-poule des chaises, réalisé spécialement pour le lieu.

**Dans ce projet, vous avez porté une attention particulière aux murs, en jouant avec les textures. Pourquoi ?**

**P. M.** Quand on me demande de définir mon style, je réponds que je suis un architecte contemporain qui croit en la richesse des couleurs et des textures, en tout ce qui est travaillé par la main de l'homme. Cela rend les lieux chaleureux. Je ne suis pas un aficionado du béton brut ! Concernant les rectangles flottants blancs peints notamment sur les boiseries du salon VIP Femmes, c'est une œuvre de Picasso dans sa période cubiste – un violon sur fond de rectangles – qui me les a inspirés. Elle date des années 1910 et, cent ans plus tard, elle reste d'une modernité absolue.

**Pour la première fois, il y a une suite dans un magasin. Quelle atmosphère avez-vous voulu installer ?**

**P. M.** Je voulais faire ce que Christian Dior aurait fait s'il était encore en vie : une suite avec des boiseries XVIII<sup>e</sup>, de très belles finitions et des tableaux partout... Tout sauf du minimalisme !

**D'ailleurs, on y trouve une salle de bains habillée intégralement d'onyx...**

**P. M.** Ma salle de bains à New York est totalement noire, tandis que celle de ma femme – quatre fois plus grande – est complètement blanche. J'ai une idée de ce qui plaît aux dames ! L'onyx blanc, avec ses motifs de nuages tempétueux, donne un côté joyeux et glamour. Or, s'il y a un domaine où Christian Dior s'illustrait parfaitement, c'était le vrai glamour, celui qui vous éblouit. Effet que j'ai voulu rendre ici.

**Peut-on dire que le 30 Montaigne est une célébration de l'artisanat d'art ?**

**P. M.** Je suis impressionné par l'immense culture des artisans en France. Sur ce projet, j'ai travaillé avec des ébénistes, des menuisiers, des peintres... même les rideaux ont été peints et brodés par des artisans ! Je voulais que ce lieu soit marqué par la main de l'homme, c'est chose faite. Le 30 Montaigne, c'est une célébration de la joie ! ■ Rens. p. 174.