

Les Galeries Lafayette et le photographe Jean-Paul Goude ont choisi la top model pour leur nouvelle campagne de pub. Elle est délicieuse dans son hamburger géant

Le 26 février, à Malakoff, Jean-Paul Goude, qui photographiait Naomi Campbell, a trouvé amusant de conserver cette image de la top incapable de se passer de son téléphone. Elle tapissera tous les murs de France sous forme d'affiche dès le début du mois d'avril.

PHOTOS PASCAL ROSTAIN



Naomi CAMPBELL à croquer

Un diamant noir sur canapé choc. Drôle d'écran pour la beauté de Naomi Campbell... La top anglaise et sublimement aristocratique se fait star à l'américaine sur sofa en forme de hamburger, avec Bikini doré, téléphone portable, ordinateur et petit chien pour répondre à la vision qu'a Jean-Paul Goude de Los Angeles. C'est à l'occasion d'une nouvelle campagne drôle et glamour pour les Galeries Lafayette et leur exposition sur la mode de la Cité des anges que l'« imagier » de génie et Naomi Campbell ont travaillé ensemble pour la première fois. Une réussite, tout à fait dans l'esprit joyeux qu'insuffle chaque photo de Jean-Paul Goude. Nous avons pu assister en exclusivité à cette séance de prises de vue d'exception, à cette belle rencontre entre deux incontournables de la planète Fashion.

Pour la première fois de sa carrière, Goude a eu un problème technique. Il a fallu tout recommencer. Naomi est revenue sans broncher. Avec tout de même son retard légendaire...

PAR RAPHAËLE LEYRIS

Quand la plus belle femme du monde vous réclame, comment refuser ? Jean-Paul Goude, pourtant habitué à vivre et à travailler avec des êtres esthétiquement sumaturels, n'a pas pu. Gentleman jusqu'au bout de ses légendaires chaussures blanches, l'« imagier » assure que Naomi Campbell et lui souhaitent depuis longtemps « faire » quelque chose ensemble. Mais ceux qui les connaissent affirment que c'est elle qui, la première, a manifesté le désir d'être photographiée par Jean-Paul Goude. Il élude, élégant : « J'étais très heureux qu'elle sache que j'existe... » Le couturier Azzedine Alaïa a été chargé d'organiser la rencontre à Paris, il y a un peu plus d'un an. Mais une fois les trois stars de la planète mode réunies autour d'une table de restaurant, la top s'est mise à jouer au top. A prendre des airs éthérés entre deux « darling ». Alors, Azzedine lui a demandé d'arrêter un peu. De dire ce qu'elle voulait. Et Naomi s'est montrée très claire : travailler avec Jean-Paul Goude.

« A la première occasion », dit-il, il a exaucé ce vœu, avec un immense plaisir à l'idée de « shooter » cette femme « fascinante », « une des grandes beautés du III^e millénaire ». Campbell est donc le visage sublime et le corps renversant d'une nouvelle campagne des Galeries Lafayette, pour une exposition consacrée à la mode façon Los Angeles. Et pour ceux qui n'auraient pas remarqué que Laetitia Casta n'est plus l'égérie du grand magasin, l'apparition de Naomi met les points sur les i. La panthère noire avait tant envie de travailler avec le père des petits personnages Kodak, le scénariste du bicentenaire de la Révolution française, l'homme qui a transformé la féminissime Casta en joli garçon, bref, celui que son partenaire pour les Galeries Lafayette, le publicitaire Olivier Aubert, considère comme « l'un des plus grands artistes de son époque », qu'elle a rentré ses mythiques griffes.

La première séance de shooting s'est passée idéalement. Naomi a été parfaite, raconte Goude, épaté : « J'ai connu et travaillé avec toutes sortes de divas capricieuses. A mes yeux, Naomi ne fait pas partie de cette catégorie. Elle s'est conduite avec moi de façon à la fois chaleureuse et ultraprofessionnelle. » Elle a pris les poses avec cette félicité, cette connaissance de l'appareil photo qui assure son statut d'indétrônable reine depuis vingt ans. Tout le monde s'est séparé après trois heures de travail, très heureux de cette première collaboration. Et puis la tuile.

« Suite à une panne de machine, le labo n'a pu sauver qu'une partie des photos prises ce jour-là. C'est la première fois que ce genre de problèmes m'arrivait. » Evidemment, ce sont les meilleures, ses favorites, qui n'ont pas pu être développées. Alors rebelote. Et Naomi, la Naomi qui a vécu la période où les tops pouvaient dire qu'elles ne se levaient pas « pour moins de 100 000 dollars », la



Naomi, réputée pour ses coups de mauvaise humeur et ses lapins à répétition, est revenue à Paris pour une seconde séance, alors qu'elle se trouvait au Brésil. Elle n'a pas bronché, a rappelé avec tout son staff, gardes du corps massifs, coiffeuse et maquilleur inclus. Avec aussi, bien sûr, son retard quasi syndical. Mais elle a de nouveau pris les poses que lui demandait l'artiste, sans montrer la moindre lassitude à se répéter. Bonne volonté, grâce, efficacité. Pour un résultat à couper le souffle. « Et que je n'ai pas eu à retoucher d'un millimètre carré », précise Jean-Paul Goude. Voilà qui aurait constitué un sacrilège.

Sur ces affiches, Naomi joue la pin-up en Bikini doré, allanguie sur un canapé en forme de hamburger. On voit déjà les Chiennes de garde montrer les crocs et s'élever contre cette manière d'utiliser la femme comme un vulgaire morceau de viande. Mais, subtile précision, le

sofa qui se compose de mousse pour figurer le pain, d'une couche de tulle vert pour imiter la laitue et de coussins en satin pour la tomate et les cornichons, comprend aussi un morceau de caoutchouc en guise de steak. Ce qui exclut donc que l'on puisse confondre Naomi avec la viande. Goude assure : « Ce canapé fait partie de mon patrimoine. » Dans les années 70, un canapé-hamburger, hommage au pop art, trônait déjà dans son loft de New York. Il l'a fait refaire à l'identique pour cette campagne. Et il développe sa pensée : « Toute accusation de sexisme à propos de cette image serait malhonnête. Même si je sais que, malheureusement, "politiquement correct" oblige, cela risque d'arriver. » D'ailleurs, dit-il, « je déteste la provocation gratuite. Ma démarche a toujours consisté à essayer de faire partager l'enthousiasme que j'éprouve ». Alors, s'il ne s'agit pas d'un pied de nez à l'attention des féministes qui l'ont attaqué à de multiples reprises, notamment lors d'une campagne sur les soldes des Galeries d'où Laetitia Casta sortait avec un œil au beurre noir, qu'est-ce donc ? « Pour évoquer Los Angeles, j'avais deux options. Soit renvoyer l'image d'une métropole riche, capitale mondiale du cinéma, ou bien jouer avec les clichés du mauvais goût, le kitsch et les outrances californiennes qui flottent dans l'inconscient collectif. J'ai choisi la seconde. C'est ce coin d'Amérique que j'ai voulu montrer à travers cet improbable canapé. » Quant à la cerise sur le sandwich, Naomi Campbell, « j'ai aussi voulu lui rendre hommage. Sa spectaculaire silhouette a servi d'inspiration à toute une nouvelle vague du show-business de Hollywood, telle Beyoncé Knowles et d'autres. »

Ce concept est très « popesque », dit-il. Mais Goude, qui a bien connu le pape du pop art quand il était le directeur artistique du magazine américain « Esquire », tient à préciser, en féru d'art pointu, que cette idée doit moins à Andy Warhol qu'à Claes Oldenburg, qui s'est beaucoup amusé à donner des tailles gigantesques aux produits de la culture quotidienne américaine, des glaces dégoulinantes en plâtre aux maxi-hamburgers, en passant par les ventilateurs géants. Mais Jean-Paul Goude ne met aucun cynisme dans ses images. Il veut seulement partager son « univers profondément gai, spontanément joyeux », qui tire la langue à la tendance des photos de mode à se prendre au sérieux. Et qui permettra au fast-food, le temps d'une campagne, de devenir « so glamour » et « so Goude ». ■

Pour obtenir l'image idéale, permettant une vue complète de Naomi et de son canapé, Jean-Paul Goude (chaussettes blanches) et son équipe grimpent sur un échafaudage.

