

Texte Clément Ghys
Photo Timothée Chambovet

Styliste et journaliste devenue architecte, figure du Londres des années 1980-1990, la Britannique imagine des lieux hors norme pour les marques de mode auxquelles elle insuffle son esthétique minimale et rigoureuse. À l'image de la boutique parisienne de l'italien Max Mara, avenue Montaigne, qu'elle vient de réinventer.



Les comptoirs électriques de Sophie Hicks

Page de gauche, Sophie Hicks, le 7 avril devant l'escalier à double hélice de la boutique parisienne Max Mara qu'elle a rénovée, avenue Montaigne.

SELON SOPHIE HICKS, un plafond ne peut être qu'une surface plane. L'architecte déteste ces « hideux détecteurs de fumée » imposés par les réglementations. Si bien que, sur ses chantiers, l'Anglaise de 65 ans mandate toujours un membre de son équipe pour trouver des solutions et dissimuler ces impératifs sécuritaires. Cela a un coût. Mais, dans ses projets, la question se pose moins qu'ailleurs, l'architecte travaillant principalement pour le monde du luxe. Ainsi de sa dernière réalisation, la rénovation de la boutique parisienne de la maison italienne Max Mara, au 31 de l'avenue Montaigne, dans le 8^e arrondissement parisien. Un peu plus de 700 mètres carrés, au rez-de-chaussée et au premier étage d'un immeuble en béton des années 1970, réinventés à grand renfort de matériaux luxueux : du marbre, enduit à la chaux mouchetée d'éclats de pierre venus des environs de Vérone, des parois translucides de la couleur d'une mûre, des galets importés, eux aussi, d'Italie et incrustés dans le sol devant l'entrée.

Ce jour de début avril, vêtue d'une stricte veste croisée grise, tranchant avec les costumes souples et de couleur chaude des vendeurs, Sophie Hicks s'agit dans tous les sens. Elle vérifie la propreté d'une vitre, observe l'état des arbustes plantés devant l'immeuble, montre les variations de la lumière. Surtout, elle désigne fièrement le clou des lieux : un monumental escalier en colimaçon à double hélice centrale orange. « Ce n'est pas n'importe quelle teinte d'orange, lance-t-elle. Il est vif ! Éclatant ! Électrique ! » Avec cet accent anglais de la haute société qui sied aux traits d'esprit et à l'insolence calculée, elle raconte « avoir voulu secouer le camel », cette couleur emblématique de la maison Max Mara qu'on retrouve dans ses fameux manteaux. « Pourquoi ne pas imaginer ce même camel, mais sous acide ? »

La maison, emblème d'un luxe italien invariable, d'une élégance qui dépasse les mouvements de mode, a adoré. Petite-fille du fondateur de Max Mara, très impliquée dans la société familiale, Maria Giulia Prezioso Maramotti loue la « sensibilité de Sophie Hicks » et « sa capacité à traduire des concepts architecturaux complexes en formes pures et puissantes ».

« Les boutiques, je connais », s'amuse l'intéressée, passant d'un miroir à un étal. Si elle signe des projets résidentiels – elle a notamment construit la maison de sa fille, la mannequin Edie Campbell, dans la campagne du Northamptonshire, ou la sienne, un bloc de verre et de béton, entre des maisons classées de l'ouest de Londres –, Sophie Hicks est la signature courtisée par les marques de luxe.

En 1998, elle transforme une maison en ruine du quartier londonien de Kensington en un commerce multicolore pour la griffe Paul Smith, où les enfants sont invités à faire du tricycle. Quatre ans plus tard, à la demande de Phoebe Philo, directrice de la création de Chloé, elle imagine des magasins aux murs couverts de contreplaqué, à rebours de l'idée qu'une maison de luxe doit faire appel à des matériaux onéreux. Les vitrines sont indispensables ? En 2008, elle couvre celles de chez Yohji Yamamoto de papier japonais blanc.

« En réalité, je travaille toujours de la même manière, assure-t-elle. Je pose des questions, des milliers de questions, au PDG, au service communication, au marketing, à l'atelier. Je veux tout comprendre. Exactement comme pour un projet privé où je vais demander au client s'il cuisine, reçoit, travaille de chez lui, et adapter ensuite son logement. » Ainsi, pour Max Mara, elle s'est plongée dans les archives, a longuement discuté avec Ian Griffiths, le discret directeur artistique de la maison italienne, où il travaille depuis près de quatre décennies, a visité la Collezione Maramotti, musée de la ville de Reggio d'Émilie, appartenant à la famille propriétaire. . .

Elle est ravie de présenter, en contrepoint de l'escalier orange, un écran de lin rétroéclairé qui diffuse en direct les conditions atmosphériques de la région d'Émilie-Romagne. Nuage, humidité, chaleur. . . tout devrait se répercuter dans l'espace de l'avenue Montaigne. Pas sûr que les clients de la maison

reconnaîtront le climat italien, mais l'idée n'est pas là. Car il y a un goût Sophie Hicks, une esthétique minimaliste, conceptuelle, sans être froide, que savent dénicher les connaisseurs. Elle aime les matériaux bruts, les planches de clôture, le métal, les environnements sobres où explosent les couleurs d'œuvres d'art abstrait, les trompe-l'œil, comme ces ajouts aux colonnes de béton du bâtiment de l'avenue Montaigne qui forment des étagères.

Elle ne déteste pas seulement les détecteurs d'incendie, mais aussi les éclairages à LED (qu'elle couvre de ruban adhésif quand elle visite ses chantiers) ou les tables basses (« J'y suis allergique, parce que, dès qu'on en a une, on se force à poser quelque chose dessus. »). Elle montre une table faite de cuivre rosé. Et sourit, comme si elle prononçait un gros mot : « C'est du camel, mais pas sous acide. Sous une autre drogue, je ne sais pas laquelle. On a joué avec le mauvais goût de cette couleur. Il faut bien un peu de vulgarité. »

Son parcours n'en est pourtant guère teinté. Elle sort à peine de l'adolescence quand elle commence à travailler pour des magazines londoniens. Elle est styliste, collabore avec des photographes de prestige pour élaborer des séries de mode. La presse magazine est alors à son sommet et les budgets octroyés sont dignes de productions de cinéma. La capitale britannique des années 1980 est bouillonnante et, comme quelques autres dont le nom est toujours connu des amateurs de mode (Amanda Harlech, Isabella Blow. . .), elle insuffle l'inventivité de sa génération dans de prestigieuses revues, dont *Tatler*. Jusqu'à venir travailler à la rédaction de *Vogue* en pyjama. . . En 1984, le photographe anglais David Bailey, mythe du *Swinging London*, signe son portrait pour la couverture du magazine *i-D*, où son œil droit est barré de ruban adhésif noir. L'image est aujourd'hui encore considérée comme emblématique de la décennie.

« Et puis, j'en ai eu marre, assure-t-elle. Le milieu changeait. Quand on est styliste, on a une date de péremption. » Elle travaille pendant un temps pour Azzedine Alaïa. Du grand couturier parisien, elle dit avoir appris deux choses. « D'abord la précision. Il s'intéressait à chaque détail. J'ai aussi appris que si on veut que les choses soient bien faites, il faut les faire soi-même. » Elle se souvient du Franco-Tunisien veillant jusqu'au petit matin à sa table de travail, refaisant sans cesse le patron d'une robe.

Changement de vie. En 1990, elle s'inscrit à l'Architectural Association, à Londres, institution dont sont diplômés quelques grands noms de la discipline (Ron Arad, David Chipperfield, Zaha Hadid). « J'ai vraiment commencé en tant qu'architecte au moment de l'explosion du secteur du luxe. » Au début de la décennie 2000, l'industrie de la mode s'étend dans le monde entier, érigeant en Amérique du Nord, en Europe et en Asie des boutiques pharaoniques, souvent signées par des architectes stars. « La mode est devenue une religion à ce moment-là », dit-elle, quelque peu moqueuse de l'homogénéisation actuelle des magasins du monde entier. Elle préfère les « échoppes » qu'elle fréquentait autrefois à Londres. Comme celle de Joseph, que les frères Etteggui, nés à Casablanca, avaient ouverte à la fin des années 1970 juste à côté du salon de coiffure familial. Ou celle d'Anthony Price, le costumier du glam-rock, où le couturier se tenait devant un comptoir, comme dans un bureau de poste, montrant ses nouveautés suspendues au plafond.

« La boutique était minuscule, comme cette cabine d'essayage, s'exclame-t-elle, entrant justement dans l'une d'entre elles. C'est un endroit majeur. Surtout les miroirs, parce qu'on veut tous savoir si le pantalon nous fait de belles fesses. » Elle sourit à nouveau et s'interrompt, soucieuse. Elle déplace un vase, de quelques centimètres à peine, l'observe, puis répète le geste. Tout est en ordre. ☞