

GOUDEMALION

JEAN-PAUL GOUDE UNE RETROSPECTIVE



Éditions
de La Martinière

LES ARTS
DECORATIFS

GOUDEMALION

JEAN-PAUL GOUDE UNE RÉTROSPECTIVE

GOUDEMALION

JEAN-PAUL GOUDE UNE RÉTROSPECTIVE

Sous la direction éditoriale de Patrick Mauriès

Textes de
Edgar Morin, George Lois, Jean Paul Gaultier,
Eric Troncy, Jérôme Sans

**Éditions
de La Martinière**

Cet ouvrage a été publié à l'occasion de l'exposition
« Goudemalion, Jean-Paul Goude une rétrospective »,
présentée aux Arts Décoratifs, à Paris,
du 11 novembre 2011 au 18 mars 2012.

L'exposition a été réalisée grâce au groupe Galeries Lafayette.

Elle a bénéficié du soutien
des Éditions Jalou et de la SCNF,
de Black Up, de Chanel, de la Fondation Annenberg,
et de The Philip and Irene Toll Gage Foundation.
Snel (impression et brochage) a également apporté son concours à ce projet.

LES ARTS DÉCORATIFS

Hélène David-Weill
Présidente

Marie-Liesse Baudrez
Directrice générale

Béatrice Salmon
Directrice des musées

Renata Cortinovia
Directrice du développement

Amélie Gastaut
Commissaire de l'exposition
Conservatrice des collections de publicité aux Arts Décoratifs

SCÉNOGRAPHIE

Jean-Paul Goude

Pilotage
Jean-Dominique Secondi,
architecte DPLG, AIA Productions

Graphisme
Jean-Paul Goude / Yan Stive

Pour définir Jean-Paul Goude, un seul mot ne peut suffire. Il serait illustrateur, affichiste, mais aussi cinéaste, voire chorégraphe. Autant de facettes pour tenter de cerner un talent protéiforme mais qui exprime depuis ses débuts, avec une constance évidente, une fantasmagorie personnelle d'une absolue singularité. Jean-Paul Goude, alias Goudemalion selon le magnifique mot d'Edgar Morin, transforme la réalité pour imposer son utopie, celle d'un monde qu'il corrige pour le rendre plus beau, plus mixte, plus coloré.

Depuis plus de trente ans, au quotidien, Jean-Paul Goude, en artisan qu'il se revendique d'être, fabrique des images qui façonnent notre imaginaire collectif. Les publicités pour Kodak, Lee Cooper, Perrier, Chanel sont d'irremplaçables « brefs métrages », comme les a joliment qualifiées le critique Pierre Georges, qui ont impressionné la mémoire de quelques générations. Le défilé du bicentenaire de la Révolution reste un moment inégalé par son ambition où se sont rejoints la création, la volonté politique et la liesse populaire. Il fallait un moment de grâce pour que ce rêve de fantaisie devienne réalité.

Comme les affiches de René Gruau sur les murs de Saint-Mandé, qui furent à l'origine de ses premiers émois, les créations de Jean-Paul Goude pour les Galeries Lafayette depuis dix ans ont constitué un fabuleux sismographe de notre quotidien. Au-delà de son « style », son œuvre incarne son époque, ses mutations sociales et politiques, et c'est cela qui fait de lui un artiste que l'histoire retiendra.

Il a jusqu'à présent plutôt choisi les pages des magazines, la télé ou la rue comme théâtre de son œuvre. Il revenait aux Arts Décoratifs de lui proposer d'entrer au musée. Dans ce lieu où sont collectionnés et valorisés le graphisme, la publicité, la mode et l'objet, le travail de Jean-Paul Goude trouve très naturellement sa place. Nous sommes très heureux qu'il ait accepté notre invitation et le remercions chaleureusement pour son implication sans faille dans ce projet. Nos remerciements s'adressent également à ceux qui l'ont accompagné et qui ont permis sa réalisation, avec énergie et efficacité. Je pense en particulier à Virginie Laguens, à Patrick Mauriès et à Jean-Dominique Secondi.

Sans le concours de l'ensemble des mécènes qui ont soutenu notre initiative, rien n'aurait été possible. Je voudrais tout particulièrement exprimer ma reconnaissance à Philippe Houzé, président du directoire du groupe Galeries Lafayette, qui le premier s'est engagé dans l'aventure et a su rallier à notre cause d'autres partenaires.

Enfin, je tiens à saluer le travail des équipes des Arts Décoratifs qui se sont investies sans compter dans ce projet, depuis l'origine, pour permettre son accomplissement.

Béatrice Salmon
Directrice des musées des Arts Décoratifs

GOUEMALION

par Edgar Morin

Jean-Paul Goude a, par sa mère, du sang culturel du Queens et de Broadway. Mais il n'est pas seulement new-yorkais par cette ascendance. Il l'est aussi comme le sont devenus depuis les années 1960 tant de jeunes Français, par attraction, fascination pour la Ville des Villes, et qui sont devenus eux-mêmes new-yorkais à New York. Il est même hyper-new-yorkais, ce que ne peuvent être les New-Yorkais de New York, chacun enraciné dans sa communauté, son quartier, sa zone d'origine. Ce sont des jeunes venus du vieux continent qui, eux, plongent et surfent dans les différents New York – Village, Harlem, Bronx, etc. – et copulent avec la ville dans sa multiplicité inouïe qui en fait le microcosme de notre monde. La marque simultanée de tous ces New York qui constituent New York incite à une vision des choses et à un art de juxtapositions, assemblages, patchworks, rencontres aléatoires et néosurréalistes. (Car le surréalisme vit à New York, comme vision, passion et ethos spontanés, il sort de tout et de rien, des rues, des façades, des bars, des shows, des têtes somnambules qui dans le métro se frontent sans se regarder.) Comme l'a dit Héraclite, « le plus bel arrangement est semblable à un tas d'ordures assemblées au hasard ». C'est là le principe inconscient de l'art new-yorkais. Goude est un artiste dont l'art s'est formé à New York. Puis il a continué ailleurs, ici, un peu partout. C'est l'artiste post-new-yorkais.

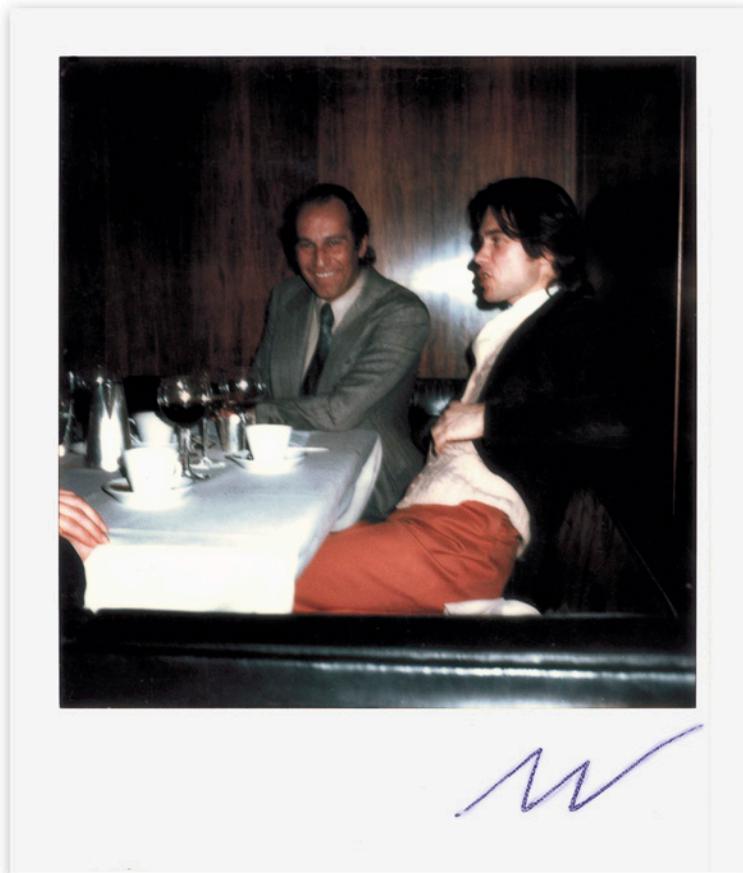
La formation new-yorkaise incite à se fier à son imagination, à exprimer ou traduire ses fantasmes apparemment les plus bizarres, à ignorer les canons esthétiques admis. C'est cela qui a permis à la très riche (parce que toujours irriguée par les rêves d'enfance et les fantasmes d'adolescence) imagination de Jean-Paul Goude de le guider pour qu'il la guide à son tour vers sa réalisation. « Il réalise ses fantasmes », dit-on. Mais il les réalise en utilisant dessin, design, photo, tissus, habillages, fards, chair, mouvements du corps, et enfin surtout le corps lui-même. Il travaille en combinant artefacts et êtres de chair. Il réalise dans l'éphémère, pour l'éphémère, mais l'impression de cet éphémère devient durable et permet l'entrée au musée de ce qui, à l'origine, était contraire à toute muséification. Mais c'est aussi sans doute parce qu'à l'origine le mot musée signifiait « temple des muses » : effectivement, les œuvres les plus marquantes

de Goude sont nées de la sacralisation de ses muses devenant, sous l'effet de son travail, mythes. Goude a transfiguré les femmes qui l'ont transfiguré. Elles irradiaient déjà d'elles-mêmes une aura fabuleuse. Elles étaient déjà, par quelque aspect, divines. Mais ne pensons pas que Goude fut leur Pygmalion qui civilisa des beautés sauvages en leur apportant la bonne éducation. Au contraire, il a révélé la sauvagerie et l'animalité tout en sacralisant et exaltant leurs corps et visages divins. Le Pygmalion légendaire était un roi de Chypre qui sculpta une statue à laquelle Aphrodite donna vie, puis qui épousa cette créature. Goude, lui, sculpte une statue à partir de la femme qu'il épouse. Mais il n'en fait pas une statue de pierre, il en fait plus qu'une statue de chair douée d'âme, il en fait un être mythique où se transfigure la substance vivante, sans cesser d'être vivante, en créature de rêve et de légende. Ainsi Goude transforme et transfigure ses fantasmes, qui tournent tous autour du même trou noir de beauté féminine : il les transfigure en mythe. Et s'il réussit trop bien, alors il échoue : la femme réelle refuse cette sorte de « statufication » que lui confère le mythe, et elle se sépare de Jean-Paul Goude. Ainsi en est-il dans la vie, où le ratage et la réussite n'ont pas de frontières.

Pour exprimer le sentiment que me donne cet apport mythologique de Goude, je ne peux que citer cette phrase de Georges Bataille : « La vie se joue... Ce qui n'était que figure de rêve devient le mythe. Et le mythe vivant, le mythe-mensonge figure la destinée et devient l'être. » Cette phrase est extraite de *L'Apprenti Sorcier*, terme qui, au sens littéral, convient très bien à Jean-Paul Goude.

JEAN-PAUL GOUDE, ANDY WARHOL ET MOI

par George Lois



dans les années 1960, quand je faisais les couvertures du magazine *Esquire* pour Harold Hayes (période vénérée aujourd'hui comme l'âge d'or du journalisme), l'illustre rédacteur en chef du magazine me dit un jour qu'il avait découvert un brillant talent – un jeune *designer* français du nom de Jean-Paul Goude.

Jean-Paul avait contacté Harold parce qu'il était à la fois épaté et inspiré par les couvertures d'*Esquire*. Harold l'avait aussitôt invité à venir aux États-Unis pour travailler avec lui dans son équipe. Le rédacteur en chef me dit un jour que Goude aimerait beaucoup me rencontrer, si bien qu'en 1970, j'invitai Jean-Paul à déjeuner au *Four Seasons*, le fabuleux restaurant dessiné par Philip Johnson situé dans le légendaire Seagram building de Mies van der Rohe.

Jean-Paul semblait subjugué par le cadre spectaculaire du *grill-room*, ma « cantine » favorite. Nous nous installâmes dans un luxueux box d'angle, pour commander du saumon fumé et du beluga, avec une bouteille de Mouton Rothschild 1954 en l'honneur du jeune Français, enchanté au-delà de toute mesure, quand soudain... Andy Warhol arriva tranquillement et vint s'installer dans le box voisin du nôtre. Les yeux de Jean-Paul lui sortaient de la tête.

La firme Polaroid venait juste d'offrir à Andy un de ses appareils dernier cri qui développait une photo couleurs en quelques secondes. Voici notre photo, à Jean-Paul et à moi, prise malicieusement par Andy. L'homme à la perruque signa la photo de son « W » habituel, la regarda encore une fois et s'exclama : « Oh, vous êtes si jolis garçons ! » (ce que nous étions tous deux à l'époque).

Au bout de quelques mois, et après avoir été confronté à son imagerie hyper-surréaliste et ultra-talenteuse, il n'y avait plus aucun doute dans mon esprit : Jean-Paul était destiné à devenir un grand *designer*. Et s'il est vrai que j'ai contribué à inspirer Jean-Paul Goude, je considère cela comme l'un des plus grands compliments qui m'aient jamais été adressés.

JPG PAR JPG

par Jean Paul Gaultier

entre Jean-Paul et moi, tout, ou presque, est affaire de femmes. Tookie Smith, tout d'abord, que je croise en 1976 alors que je recherchais déjà des mannequins « alternatifs », dont la beauté ne correspond pas aux canons traditionnels : petite, menue, qui me fit un véritable show, découvrant dans un grand sourire, et à ma stupéfaction, un superbe appareil dentaire. Je ne savais pas encore qu'il s'agissait, bien avant que la mode ne se répande, d'un de ces signes d'appartenance que cultivaient certaines « tribus » afro-américaines dont Jean-Paul devait se faire l'anthropologue.

La sculpturale Grace Jones ensuite, qui m'a marqué alors qu'elle était encore simple modèle, et moi à mes débuts, accessoirisant un défilé pour Michel Klein. J'ai été immédiatement frappé par sa capacité à passer, en un clin d'œil, du sublime au monstrueux, de l'enjôleuse à la panthère. Tout cela avant même qu'elle ne se transforme dans les mains de son Pygmalion. Quel choc fut pour moi le spectacle qu'elle donna au Palace, ce mélange de rock et de cirque, de parade et de music-hall, ce mixage aussi des codes de la culture américaine et des stéréotypes purement français (Grace à l'accordéon) ! Et cette silhouette unique, androgyne, la coupe au carré, la cigarette au bec, les épaules soulignées par un *padding* : elle était à mes yeux l'incarnation même des années 1980, comme la traduction de mon propre imaginaire par quelqu'un d'autre ; j'y trouvais aussi, ce qui comptait sans doute le plus pour moi, une façon de me conforter dans ma propre démarche.

Farida, enfin, que me présente Frédéric Lorca, un soir de 1978 au Palace, et qui, je dois le dire, m'impressionnait terriblement : altièrre, arrogante, la silhouette généreuse, en fuseau et col roulé noir, sur laquelle se détachaient d'énormes créoles – et cette bouche unique qui est la sienne. J'ai été tout de suite séduit par la façon dont elle tirait parti de ses singularités. Un vrai coup de foudre ! Et je lui ai immédiatement demandé de défilé pour ma collection « Grease » (en 1978), puis pour la collection « James Bond Girls » en 1979.

Je me souviens aussi, comme si c'était hier, de l'après-midi où elle nous dit, alors que nous achevions une série de prises de vue devant différents monuments parisiens, qu'elle devait nous quitter parce qu'elle avait rendez-vous avec Jean-Paul Goude. Si elle m'a tout de suite fasciné, me dis-je intérieurement, je suis sûr qu'il ne pourra que l'adorer. La suite ne m'a pas donné tort.

Pour Grace comme pour Farida, mais aussi pour les moins célèbres de ses modèles, ce qui me paraît remarquable dans le travail de Jean-Paul Goude, c'est sa façon de prendre appui sur les particularités physiques, les défauts même de ses modèles pour extrapoler à partir de cela et magnifier son sujet, en révélant ce qui était déjà présent en lui mais restait invisible. C'est ce qu'il a baptisé, je crois, la « French Correction ». Cette façon par exemple de prolonger génialement la chevelure de Farida en une résille de calligraphie arabe, d'allonger toute silhouette trop petite à son goût, ou d'accentuer la cambrure naturelle d'une mannequin noire pour poser sur sa croupe le verre où va retomber son champagne. Ou encore, tirant parti de la morphologie à la fois souple et imposante de Grace Jones, de la transformer en double ou en jumeau de son propre frère, tandis que ce dernier se féminise sous l'objectif.

Cette tendance ne va qu'en s'accroissant au cours du temps dans son travail : il me semble qu'à ses débuts il a commencé à s'intéresser énormément aux représentations sociales, aux différents groupes, bandes, tribus – encore une fois – qui se partagent la société (et le phénomène n'avait pas alors l'ampleur qu'il a prise aujourd'hui) pour se concentrer progressivement sur sa mythologie propre, un univers totalement original où le modèle compte moins que son interprétation, sa réinvention par Jean-Paul Goude, où il n'est que l'acteur d'un imaginaire qui le dépasse.

Et dans cette fidélité à lui-même, j'aime beaucoup la façon dont, à l'ère de Photoshop, il « morphe » ainsi, presque artisanalement, avec des ciseaux et du Scotch, ses personnages, dont il renforce le trait avec une technique de virtuose. C'est cela qui est vraiment créatif aujourd'hui. Cette façon de jouer aussi avec les contrastes des proportions, les cohabitations paradoxales (Azzedine et Farida, Grace en King Kong). Il est bien plus qu'un chirurgien esthétique : chez lui, tout est esthétique ; son monde n'a pas d'autre raison d'être. L'image subtilement stylisée de l'androgynie qu'il a créée et qui me fascine chez lui, il m'est arrivé de penser que j'aurais pu l'imaginer moi-même ; mais je ne l'ai pas fait : j'avais peut-être le vocabulaire, mais je n'en ai tiré qu'un bout de phrase. Il en a fait tout un livre. Voici encore une raison pour laquelle je lui tire mon chapeau – haut de forme bien entendu (n'est-il pas à lui seul une parfaite « French Correction » ?).

JEAN-PAUL GOUDE ; DIX ANNÉES (1980-1990) POUR REDESSINER LE MONDE

par Eric Troncy

G

« graphiste », « illustrateur », « photographe », « réalisateur », « elfe de Saint-Mandé » (la petite ville près de Paris où il est né en 1940), « lutin sautillant », « fabricant d'images », « marchand de rêves »... Les qualificatifs ne manquent pas, qui ont ici ou là essayé de qualifier l'activité professionnelle de Jean-Paul Goude, ou, à tout le moins, Jean-Paul Goude lui-même. On voudrait en effet cerner à la fois le personnage et sa pratique, l'un et l'autre semblant d'ailleurs fabriqués de la même évidence : pour lui une silhouette qui fait image – une silhouette nerveuse et filiforme, comme jaillie d'un trait de crayon, et étirée encore par des pantalons choisis scrupuleusement trop court – et pour sa production, un ensemble d'images d'une parfaite homogénéité qui, plus qu'un style, évoquent à la fois une identité visuelle et l'époque qui les rendit populaires. La difficulté à cerner précisément l'activité de Jean-Paul Goude, à la nommer clairement, la résumer, pourquoi pas, en un nom de métier, c'est qu'au travers de tous les métiers qu'il exerça et de tous ceux qu'il exerce encore, c'est une fonction finalement inédite qui se fait jour, et qui ne saurait avoir qu'un seul nom. Il trouva lui-même la parade à cet embarrassant état de fait : il se décrivit un jour comme « auteur d'images ».

Dans cette définition, qui décrit un « travail » plus que ses conséquences dans le temps et l'histoire, les deux termes ont autant d'importance, et le premier peut-être plus encore que le second. Il est peu habituel pour quelqu'un occupé à la production d'images « frivoles » – des images commerciales – de s'affirmer comme « auteur », tant la légèreté supposée qui s'attache à ces images semble *a priori* antinomique à la gravité qui s'attache à la notion d'auteur. Or en indiquant qu'il est « auteur d'image », Jean-Paul Goude prévient du même coup que ses images sont des images d'auteur – comme il existe des films d'auteur. On veut bien réserver ce titre à un peintre, un réalisateur de cinéma, un écrivain, mais l'idée qu'une image commerciale puisse avoir un auteur – c'est-à-dire quelqu'un qui revendique une véritable autorité sur cette image – est par essence suspecte : le paradoxe des images commerciales est qu'elles doivent avant

tout dire l'identité du produit qu'elles vantent, celle de leur « auteur » n'étant qu'accessoire. Du moins était-ce le cas avant que, dans les années 1980, Jean-Paul Goude (et quelques autres antérieurement ou simultanément : Guy Bourdin, David Hamilton, Sarah Moon) ne parvienne à imposer son propre style, son iconographie singulière, et dans le même mouvement son imaginaire intime, ravissant systématiquement le premier rôle au produit – qui ne s'en plaint jamais, tant ces images ont immédiatement été populaires. Et si aujourd'hui le travail de tel ou tel photographe ou de tel ou tel directeur artistique fait l'objet de convoitises extravagantes dans l'industrie du luxe, leur travail reste globalement indiscernable pour le grand public, tandis que les images dont Jean-Paul Goude est l'auteur s'imposent avant tout comme « ses » images.

C'est que ces images, justement, et en particulier celles pour les campagnes de publicité qui eurent la chance d'apparaître aux heures de gloire de la télévision (c'est-à-dire avant que celle-ci, emportée par sa propre sénescence et dévaluée par Internet, ne sombre dans l'indifférence), affirmaient un monde nouveau et différent sur tous les plans : visuel, stylistique, sociologique, politique. Ce faisant, à la fois elles accompagnaient la transformation de la société et la précédaient. Les images de David Hamilton – les seules images populaires antérieures, finalement, auxquelles elles puissent être comparées – avaient eu cette particularité de raconter une époque (la fin des années 1960, la société post-hippie de l'après libération sexuelle) et d'inventer le langage esthétique spécifique à ce récit : aujourd'hui encore aucune image mieux que celles-ci ne dit cette période, dont elles sont devenues les icônes. Celles de Jean-Paul Goude, en revanche, racontaient presque en temps réel les mutations esthétiques et sociétales des années 1980 : elles décrivaient un monde à venir, à portée de main et hautement désirable. Leur exotisme, finalement, ne résidait pas tant dans l'exhibition de personnages « blacks » et de lutins sautillants que dans le projet social qu'elles véhiculaient et qui précisément rencontra l'Histoire avec l'élection de François Mitterrand à la présidence de la République le 10 mai 1981. Au fond, ce que

racontent les images de Jean-Paul Goude à cette époque, c'est un « au revoir » appuyé à la France de Valéry Giscard d'Estaing – un « au revoir » moins solennel que celui que l'ex-président adressa aux Français à l'heure de son propre départ sept ans plus tard, mais tout aussi définitif. Goude n'observa que de loin la France de cette époque : il vivait alors aux États-Unis. Après avoir étudié aux Arts Décoratifs et exercé son premier métier en tant qu'illustrateur pour les magasins du Printemps à Paris après 1964, il fut, en 1970 et jusqu'en 1976, nommé directeur artistique du magazine américain *Esquire* – un métier pour lequel il n'avait aucune expérience. Il vécut donc aux États-Unis, travailla ensuite pour le *New York Magazine*, il y photographia Grace Jones qu'il rencontra en 1978 et dont il devint le « Svengali ». C'est pourtant en France, dans la première moitié des années 1980, que Jean-Paul Goude affirma un style singulier, porteur d'une vision nouvelle de la société qui devait rencontrer les aspirations de la société elle-même : une société portée par l'utopie multiraciale, ouverte à l'exotisme de toutes les autres cultures, portée par l'énergie musicale de l'époque ; une société festive, comme libérée des pesanteurs du passé, résolument sexuée, onirique, conviviale, qui emprunte à la fois aux noctambules des Bains-Douches et aux citoyens qui, le 10 mai 1981, célébrèrent toute la nuit place de la Bastille l'élection de François Mitterrand. Cette vision nouvelle s'exprime dans les premiers films publicitaires qu'il réalise en 1983 pour Lee Cooper, en 1984 pour Kodak et Orangina et en 1985 pour Citroën (film dans lequel il met en scène Grace Jones) : les Blancs deviennent noirs, les Noirs deviennent blancs, les gamins gesticulent, la musique tressaute, les levers de rideau ne manquent pas. Il n'est pas impossible que, dans son ambitieuse extravagance, Goude ait alors eu le projet de redessiner l'espace social pour l'accorder à la vision fantasmatique qu'il en avait – et que cela ait réussi.

On peut comprendre en effet le travail de Jean-Paul Goude en l'indexant, comme il le fait lui-même, sur sa passion pour la culture africaine, et le souvenir d'enfance, maintes fois évoqué, du zoo de Vincennes, proche de la maison familiale dans les années 1950 : il avait fait du fils du gardien un ami, et ils parcouraient ensemble de longues heures durant les allées bordées des fauves dont les rugissements l'enchantaient. On peut aussi le relier à sa passion immodérée pour la beauté des femmes noires – beaucoup, à des moments divers, partagèrent sa vie. Mais on peut aussi et surtout entendre ce travail comme une vaste entreprise destinée à « redessiner » le monde, une entreprise de chirurgie correctrice appliquée à la société tout entière. « Je n'aurai finalement eu qu'une seule passion : celle de corriger, de prendre ce qui est là, et de le révéler en l'exagérant, le variant,

le sublimant, quitte à toucher aux limites d'un certain comique, mais en prenant bien garde d'éviter la moquerie¹. »

Cette entreprise (à laquelle il attribua le nom générique de « French Correction ») commença donc par lui-même. Bien avant qu'il ne redessine sa propre silhouette, il corrigea son image sociale en dépensant son premier cachet substantiel pour faire l'acquisition, alors qu'il vivait encore chez ses parents et avait un peu plus de 20 ans, d'une Rolls – puis d'une autre, puis d'une Bentley.

L'entreprise se prolongea naturellement par les femmes dont il partagea la vie. Avec Sylvia, tout d'abord, la première femme noire avec qui Goude vécut « véritablement une vie de couple » à la fin des années 1960, mais aussi la première femme qu'il « redessine » : il la « débarrasse de sa choucroute » en lui coupant les cheveux très court, dessine pour elle un costume de Wonder Woman, lui fait poser des jaquettes sur les dents et propose de modifier son nez grâce à la chirurgie esthétique. Avec Radiah, ensuite (en 1972), une beauté du sud des États-Unis qu'il « rêve d'améliorer » – elle ne « mesurait qu'un mètre soixante-douze » – à qui il « avait fait fabriquer des chaussures tellement compensées qu'elle paraissait juchée sur des échasses » et qu'il encourageait à porter sous une robe longue pour les dissimuler.

Avec le « personnage public » de Grace Jones, ensuite, dont il dit « pour être tout à fait honnête, [il] ne me paraissait pas à la hauteur de l'image que je m'en faisais. Trop convenu, trop peu travaillé. » Image sociale ou image publique : rien de parfait en ce monde, qui ne vaille quelques corrections pour s'accorder à celui qu'il envisage. L'affaire prend des proportions spectaculaires – il en parle à Warhol que l'idée enchante forcément : « J'ouvrirais une véritable clinique dans laquelle on entrerait “en l'état”, et dont on sortirait transformé. Au sous-sol le bloc opératoire, au premier étage les prothèses, dentistes, etc., plus haut le tailleur... Un véritable programme de correction ou de transformation... »

À défaut de bistouri, Goude se sert du ciseau pour étirer les corps, les affubler de proportions nouvelles, les allonger déraisonnablement, et surtout amplifier leur trajectoire, leur tracé, leur mouvement : il évoque souvent, comme réponse à cette fascination pour le corps en mouvement, sa mère qui était danseuse, et dont il épiait les leçons de danse. Recalibrées, redessinées, ses silhouettes sont comme perfusées d'énergie pure, les marques résolument visibles du ciseau, revendiquées comme élément graphique, insufflant à la composition un rythme syncopé : ses images évoquent alors les photocollages de David Hockney, comme

plus tard le logo qu'il conçut (en 1991) pour la cinquième chaîne citera très directement un tableau de Jasper Johns. Très tôt, le vocabulaire artistique mis en place par Goude semble tirer aussi sa richesse d'un dialogue avec le « grand art » : les arts visuels comme le cinéma, notamment dans le film publicitaire réalisé pour le parfum Égoïste de Chanel (en 1990) qui débute comme un vieux film dramatique, en noir et blanc, et évolue très distinctement, grâce aussi à un passage en couleur, vers la publicité. Ses créations du début des années 1980, à la facture *home made*, rechignent aux effets spéciaux et postulent pour une réalité dont la modification est « à portée de main » : comme s'il suffisait de prendre les choses en main.

Dès les premières heures des années 1980, le travail de Jean-Paul Goude était devenu naturellement populaire, grâce à l'inventivité de son vocabulaire plastique, la singularité de son univers iconographique, et la diffusion de son travail à la télévision qui, avant Internet et la multiplication des chaînes, exerçait une position dominante dans l'univers médiatique. Sa vision du monde « redessiné », s'accordant justement aux aspirations de la société française, devait pourtant gagner encore en visibilité lorsque le ministre de la Culture, Jack Lang, au nom du gouvernement français, lui confia la conception d'une parade monumentale sur les Champs-Élysées à Paris, pour commémorer le bicentenaire de la Révolution française, en 1989. « J'avais envie de faire défiler ceux qui ne défilent jamais, de jouer avec les codes et les clichés tout en les subvertissant. Le thème central était les droits de l'Homme, la multiplicité des ethnies, la mixité sociale : nous étions au plus fort de l'utopie multiraciale, dont je ne suis pas sûr qu'elle ait vraiment abouti aujourd'hui. C'était un défilé très idéaliste à la gloire de la famille humaine, qui devait se dérouler devant de nombreux chefs d'État et célébrer l'idée de la Révolution en la sublimant. » C'est aussi, assurément, à une révolution iconographique que Jean-Paul Goude convia le peuple français, soudain placé face à un torrent ininterrompu d'images « d'auteur » : tout l'imaginaire de l'« auteur d'images » fut généreusement convoqué. Rétrospectivement, et pour aussi audacieux qu'ait été à l'époque ce choix, on serait bien en peine d'énoncer aujourd'hui un seul nom qui soit pareillement capable d'exprimer l'esprit d'une époque dans des circonstances similaires. À l'occasion, Goude apporta la preuve qu'il n'était pas qu'un homme de clips et d'images de magazines, mais que cet imaginaire pouvait bien prendre toutes les formes possibles, y compris dans le temps et l'espace. C'est ce même imaginaire qui, aujourd'hui encore, est « au service » des campagnes publicitaires qu'il conçoit (depuis 2001) pour les Galeries Lafayette – dans lesquelles se retrouvent son

goût pour un monde multiethnique tout autant que sa fascination pour le mouvement des corps et des principes simples d'exploitation graphique. Il n'y a pas, à l'évidence, dans l'histoire du travail de Jean-Paul Goude, de période bleue ou de période rose parce qu'au fond son iconographie comme son style ont été énoncés clairement dès les origines. La particularité de ce travail, dans le contexte de commandes qui le fait apparaître, est de rester iconographiquement et stylistiquement invarié, quel que soit le produit ou l'événement à promouvoir. Il s'agit, en sus d'un contrat de travail, d'un contrat symbolique passé avec un univers onirique très précis. Goude en redessina un peu les contours au début des années 1990, lui donnant une dimension cinématographique, notamment au moyens de scénarios rocambolesques et ciselés. La plupart tiennent en une phrase : des femmes ouvrant simultanément les fenêtres d'un hôtel en criant « Égoïste » (pour Chanel en 1990), Vanessa Paradis transformée en oiseau se balançant dans une cage en sifflant (pour Chanel, en 1992)... Tout dans ces petits films publicitaires télévisés les distinguait radicalement de ceux qui, dans les séquences dévolues à la publicité à la télévision, les précédaient ou les suivaient : leur poésie comme leur fantaisie, leur qualité, finalement, d'« image d'auteur ».

Il est particulièrement singulier d'embrasser aujourd'hui l'extrême cohérence de la production de Jean-Paul Goude. S'impose l'idée que seuls les moyens techniques au service de cette production ont changé, sans que cette évolution technique ne modifie celle-ci autrement qu'en améliorant la qualité des images. On y voit encore des coups de ciseaux, des gestes graphiques simples aux couleurs franches, des corps de toutes les couleurs aux courbes redessinées par des mouvements exagérés, et on les reconnaît au premier coup d'œil. On serait, alors, très disposé à qualifier autrement cette « production », pour reconnaître qu'à l'évidence, elle constitue une « œuvre ». C'est bien, à tout le moins, l'ambition que se fixe naturellement un « auteur ».

1. Les citations sont issues de Jean-Paul Goude et Patrick Mauriès, *Tout Goude*, Paris, Éditions de La Martinière, 2005.

INTROSPECTIVE

*Interview de Jean-Paul Goude
par Jérôme Sans, 5 juillet 2011*

JS : Est-ce que cette exposition au musée des Arts Décoratifs est une mise au point sur le Goude ? Plutôt qu'une « rétrospective », ne serait-elle pas une introspective ou une Goudespective ?

JPG : Une rétrospective introspective... en tout cas, ça sonne bien !

JS : Qu'est-ce qui vous a conduit vers la danse, le dessin et la mode ?

JPG : Ma mère, indéniablement. Elle enseignait le ballet classique aux jeunes filles de bonne famille du quartier de Saint-Mandé, où nous habitions. Tous les ans elle me demandait de danser à l'occasion de son spectacle de fin d'année. Et chaque année je refusais car la danse n'était pour moi qu'une discipline réservée aux filles. Ce n'est que plus tard, pendant mes études à l'École des arts décoratifs de Paris où j'ai commencé à m'intéresser de près au cinéma musical américain, que j'ai voulu apprendre la danse. Une façon pour moi de me rapprocher de mon sujet de prédilection, d'en savoir plus.

Par contre, j'ai toujours dessiné. Bien sûr, comme tous les petits garçons de ma génération, j'ai commencé par dessiner des soldats, la guerre, des Indiens, des cow-boys, etc.

Tout a basculé quand j'ai vu *Les Mines du roi Salomon*, un film d'aventure tout ce qu'il y a de plus « made in Hollywood » mais qui contenait une longue séquence musicale filmée en Afrique avec d'authentiques guerriers Tutsis interprétant une danse cérémonielle extraordinaire. À partir de ce moment, je n'ai dessiné que des personnages en mouvement.

JS : Quels sont les artistes qui vous ont influencé ?

JPG : Enfant, j'étais fasciné par les dessins de Gruau qui tapissaient les murs de Paris. Plus tard, à travers la danse, j'ai découvert les dessins de Tom Keogh, un illustrateur américain d'origine irlandaise qui travaillait pour Roland Petit. Ses dessins étaient un compromis entre Marcel Vertès, Christian Bérard et Goya.

JS : Mais qu'est-ce qui vous a poussé à devenir illustrateur professionnel ?

JPG : L'amour des magazines américains de l'époque. *Harper's Bazaar* pour

sa mise en pages et les photos d'Avedon. *Esquire*, pour les couvertures de George Lois.

Produire des images pour des magazines d'une telle qualité me semblait une démarche digne d'intérêt. Quelques années auparavant, après un début extrêmement prometteur, ma carrière d'illustrateur de mode s'était soldée par un échec cuisant.

Tout a démarré avec les magasins du Printemps dont le directeur artistique, Kimpy Baumgartner, m'avait proposé de couvrir les murs de mes dessins. Des dessins au pinceau et à l'encre de Chine, assez enlevés, représentant ma petite bande de Saint-Mandé relookée par mes soins. Donc pas grand-chose à voir avec un travail de commande. Cependant j'avais oublié que mon rôle consistait à faire l'apologie de ce que vendait le client. La mode de l'époque qu'on me demandait d'interpréter pour le magasin étant aux antipodes de ma propre conception du style, ça ne pouvait pas marcher. Au bout d'un an, la fraîcheur de mes premiers dessins s'étant volatilisée, j'étais complètement démodé. J'avais à peine 24 ans.

JS : Comment avez-vous rebondi ?

JPG : Régis Pagniez, directeur de création de tous les magazines de Daniel Filipacchi que je connaissais un peu a bien voulu venir à mon secours.

JS : Pour quels magazines avez-vous collaboré alors ?

JPG : *Salut les copains*, mais surtout *Lui*. Un job qui me permettait de gagner chichement ma vie en attendant des jours meilleurs, tout en vivant la scène artistique du moment. Inspirés du travail d'artistes comme Piotr Kowalski ou Stephen Antonakos, avec mon ami des Arts Décoratifs Albert Velli, nous avons conçu une ligne de mobilier en néon qui fut d'abord présentée au musée des Arts Décoratifs puis à la Triennale de Milan. Malheureusement, notre mobilier étant trop fragile pour être transporté, le projet fut abandonné.

JS : En 1970, le rédacteur en chef de la célèbre revue *Esquire* prend contact avec vous. Comment s'est passée la transition de *Lui* et *Salut les copains* à *Esquire* ?

JPG : Le fruit de la chance. Harold Hayes, l'éminent rédacteur en chef d'*Esquire* de l'époque préparait un numéro spécial sur la convention américaine de Chicago. Il était venu à Paris pour rencontrer et inviter Jean Genet à participer à ce projet.

Mon ami Matton qui signait ses illustrations Pascalini m'avait encouragé à envoyer à Harold Hayes un portfolio de mon travail. Intéressé par mon approche, il a cherché à me contacter durant son séjour parisien. Quand je lui ai dit que je connaissais Prévert, il m'a demandé de le lui présenter, ce que j'ai fait juste avant qu'il rentre à New York et puis, plus de nouvelles. Quelques mois plus tard, il m'appelle pour me dire qu'il cherche un nouveau directeur artistique et me demande si je connais quelqu'un. Sautant sur l'occasion, je lui propose mes services. Trois jours plus tard il me rappelle en me demandant de venir au plus vite et d'emmener avec moi tout ce que je possède. Décontenancé par le caractère précipité de sa proposition – et imaginant à l'avance l'enfer que pourrait être ma vie au milieu de journalistes américains hyper professionnels qui découvriraient mes failles –, j'ai décidé d'amener du renfort et lui ai proposé de partager ma nouvelle fonction avec Jean Lagarrigue, mon meilleur ami, illustrateur comme moi.

JS : De quelle façon Andy Warhol a-t-il contribué au magazine en 1970 ?

JPG : On préparait un numéro sur l'avant-garde américaine, ou plus exactement : « The final days and total collapse of the american avant-garde ». Un titre présomptueux qui résume assez bien le ton insolent du magazine. Sur la couverture de ce numéro, Andy Warhol se noyait dans sa soupe Campbell et on le retrouvait à l'intérieur avec un reportage sur l'état du théâtre d'avant-garde du moment ; notamment autour du théâtre du Ridicule qui jouait une pièce intitulée *Cockstrong*. Assis dans le théâtre dont le rideau de scène restait volontairement ouvert, on pouvait voir un énorme phallus en érection qui, traversant tout le fond de la scène jusqu'au dernier rang d'orchestre, passait au-dessus de la tête des spectateurs. Évidemment, à la fin du spectacle, le phallus jouissait sur le public. Élégant non ? Typiquement le genre de « divertissement » qui se jouait dans les milieux underground du New York des années 1970.

JS : Comment définiriez-vous votre approche artistique de l'époque ?

JPG : À l'opposé de la tendance à l'anecdote de l'époque, mes images étaient avant tout des métaphores visuelles destinées à donner une forme aux histoires que nous proposons à nos lecteurs. Malgré le titre ronflant de ma fonction, je me considérais en apprentissage et prenais le temps d'expérimenter. L'image dessinée semblait de moins en moins intéresser le public. De mon côté, j'avais constaté à

quel point les tentatives des illustrateurs pour imiter le réalisme photographique à la mode à l'époque étaient non seulement vaines mais nécessitaient en plus un effort disproportionné. Il fallait prendre un nombre incalculable de photos de référence qu'on décalquait patiemment pour finalement reporter le calque sur le papier afin de composer l'image. C'était pathétiquement laborieux. Quitte à être photographiquement réaliste, pourquoi ne pas peindre directement sur des photos ? C'est ce que j'ai fait au début des années 1970 en créant des images peintes donnant l'illusion de photographies. Un travail titanesque qui me prenait parfois plus d'une semaine par image. Ce n'est qu'à partir des années 1990, au début de l'ère numérique, que j'ai enfin pu produire mes images de façon plus régulière.

JS : Ce travail de modification n'est-il pas au centre de votre écriture ?

JPG : Une écriture que j'ai choisi d'intituler « La French Correction », qui non seulement est au centre de mes préoccupations depuis toujours, mais qui fédère mes multiples moyens d'expression. Que ce soit par l'image ou directement sur le corps à l'aide de différentes prothèses, la modification, la stylisation morphologique m'intéresse avant tout.

JS : Penser dans les années 1970 à cette « retouche » était à l'avant-garde de ce qui est devenu une des obsessions du monde contemporain, celle de rester « forever young » et de résister au processus naturel de transformation du corps.

D'ailleurs, quand on regarde des portraits photographiques de vous il y a 30 ans et aujourd'hui, vous êtes resté physiquement le même. Vous êtes-vous corrigé ? Quel est le Goude secret ?

JPG : À vrai dire, si je n'ai encore jamais rien tenté c'est avant tout parce que je pense que c'est trop risqué. Cela dit, ma méfiance n'empêche pas beaucoup de gens d'adopter toutes sortes de techniques plus ou moins efficaces pour résister aux méfaits de l'âge. Tous ces liftings ratés, toutes ces transplantations catastrophiques me paraissent paradoxalement autant de tentatives de célébrer la vie et de résister à la mort.

JS : De votre mère à Zouzou et Grace Jones, en passant par Farida, les femmes semblent avoir été vos muses et ont ponctué votre aventure plastique. Quel est votre rapport aux femmes ?

JPG : J'ai des rapports amoureux, pas forcément sexuels. Je ne me suis évidemment jamais permis d'essayer de soumettre ma mère à la « French Correction ».

Une maman, c'est sacré. Par contre, depuis ma toute petite enfance, je tombe amoureux régulièrement. À commencer par Yvette, la fille de la gardienne de notre immeuble quand j'avais 10 ans. En fait, toutes les filles auxquelles je me suis intéressé ont eu à subir mes conseils plus ou moins éclairés. Zouzou par exemple, avait 17 ans quand je l'ai repérée à Montparnasse. Je préparais alors les Arts Déco. Tous les vieux artistes du quartier étaient amoureux d'elle, fous de ses longs cheveux blonds, de sa grâce préraphaélite et de son allure de sylphide. Moi, je ne voyais que sa ressemblance à Marlon Brando, voire Ginette Leclerc. Et quand j'ai eu l'audace de lui couper les cheveux à la Louise Brooks avec la nuque dégagée, j'ai eu droit à un concert de protestations plus véhémentes les unes que les autres. Je leur avais « gâché leur Zouzou ». Elle leur répondait : « Allez vous faire foutre, c'est mon amoureux, c'est lui le meilleur ! ». Depuis le début, ma démarche est sincère, pour le meilleur ou pour le pire.

JS : Grace Jones a incarné un des grands moments de la « French Correction » ?

JPG : Grace s'est soumise à la « French Correction » pour me faire plaisir. Nous étions « romantically involved ». Nous vivions ensemble. Personne ne peut forcer Grace à faire quoi que ce soit : c'est quand elle veut, où elle veut, avec qui elle veut ! Elle avait déjà une petite réputation avec son disque *La Vie en rose*, et naturellement un physique tout à fait extraordinaire, à la fois sublime de beauté ou carrément grotesque, et c'est précisément ce qui me fascinait. Comment pouvait-elle être à la fois l'une, tout en étant l'autre ? Par contre, sur scène elle était immanquablement... resplendissante, surtout dans le *One Man Show*, mais ça c'était 3 ans plus tard.

JS : Comment l'avez-vous rencontrée ?

JPG : Grace avait entendu parler de moi à Paris à l'époque où j'étais directeur de création d'*Esquire*. Quand je l'ai rencontrée, j'écrivais avec un ami un script pour Andy Warhol inspiré de Chu Chu Malave, un jeune boxeur portoricain très beau pour lequel il avait un faible. Travailler pour le célèbre Andy Warhol a certainement joué en ma faveur ! Quand Grace m'a demandé son aide, j'ai sauté sur l'occasion afin de tester si mes velléités théâtre-musicales étaient fondées. J'ai plongé, sans réfléchir. Mais très vite la romance passionnée s'est transformée en relation un peu trop professionnelle à son goût.

JS : N'est-ce pas le cas à chaque fois avec vous ?

JPG : Oui et non. Dans la mesure où l'égérie était une artiste de music-hall, je

pouvais l'aider d'une façon concrète. Mais tout le monde n'a pas une vocation de chanteur. Par contre, même si je n'ai pas toujours su aider les femmes que j'ai aimées, elles ont toujours inspiré mon travail.

JS : Dans votre vocabulaire on retrouve l'univers merveilleux du cirque, ce côté émerveillé et magique que peut avoir un enfant vis-à-vis de ce type de spectacle ou celui de rue. Qu'en pensez-vous ?

JPG : Dans mon premier livre, *Jungle Fever*, j'évoquais à la fois le rocher du zoo de Vincennes, la Foire du Trône et les Papous cracheurs de feu que j'allais voir presque tous les jours après l'école. Si ma mère et moi étions fascinés par leur spectacle, mon père, lui, excédé par ma naïveté, s'était mis en tête de mettre un frein à mon imagination débordante, en m'expliquant que les Papous en question n'étaient que des hommes blancs grimés. J'ai été anéanti, bouleversé, profondément déçu par cette révélation. Aujourd'hui encore, je ne suis pas sûr que ce ne soit pas la peur de l'autre, la peur du sauvage, qui faisait de moi un spectateur aussi assidu de cette baraque foraine. Le mystère fait toujours peur, il impressionne, intimide. Il est très probable que mes aventures sentimentales aient été une façon d'exorciser mes peurs.

JS : Le zoo de Saint-Mandé est une nature recomposée, complètement fausse, un décor artificiel dans le contexte duquel les animaux exhibés ont influencé votre travail. Quid de la présence de l'animal dans votre vocabulaire ?

JPG : Le rocher du zoo de Vincennes a été et reste une source d'inspiration intarissable. Il est à l'origine de tout ce qui m'a inspiré en tant qu'artiste.

JS : De Kodak à Perrier, en passant par Citroën ou Chanel, vous avez imposé votre style et utilisé la publicité comme le laboratoire de votre propre création. En général, la plupart des créatifs dans la publicité doivent transformer ou transposer le vocabulaire contenu dans un *brief*. Vous, vous avez toujours réussi le challenge invraisemblable d'imposer la « goudisation » du monde avec votre vocabulaire, vos personnages. D'Orangina à Kodak, vos images ont une modernité aussi puissante que dans vos premiers clips.

JPG : Même si j'ai souvent dit le contraire, la vérité est que je me suis toujours considéré comme un artiste. Ce n'est que beaucoup plus tard que j'ai pris conscience de la frontière entre les arts appliqués et l'art.

J'ai fait mon premier film pour Grace en 1982 sur le toit de mon immeuble avec un budget total de 5 000 dollars. Toute l'équipe travaillait à l'œil ou

presque. Le clip ne fut jamais diffusé ailleurs qu'en Europe. Il a fallu attendre Michael Jackson pour voir des artistes noirs sur MTV.

JS : On a souvent dit que vos publicités étaient de l'ordre d'un jeu vidéo ou d'un très court métrage.

JPG : De l'ordre du « bref métrage », pour reprendre une formule de Pierre Georges du *Monde*. Trois ans avec Grace sans gagner un sou m'avaient presque mis sur la paille. Et quand la pub s'est intéressée à moi, j'ai saisi l'occasion, non sans méfiance. Philippe Michel m'avait convoqué à Paris pour me parler de la campagne Lee Cooper. Ne connaissant rien au blue-jeans et ne voulant pas vanter les vertus du denim, je lui ai proposé un mini opéra qui – je lui promettais – ne passerait pas inaperçu. Avec Grace, j'avais cédé à la tentation des feux de la rampe. J'avais maintenant la ferme intention de faire durer le plaisir. Je voyais cette nouvelle aventure comme le second volet, le second acte, de ce que j'avais initié avec elle. Pendant que mes nouveaux personnages faisaient leur entrée côté jardin, Grace sortait côté cour. Juste avant que Farida, cachée dans les coulisses, n'entre à son tour dans mon petit théâtre.

JS : Avez-vous jamais eu envie de réaliser un inventaire, une mise à plat de l'ensemble des différents personnages de la famille Goude ?

JPG : C'est exactement ce que j'ai essayé de faire pour cette exposition. Un peu à la manière de ce que je voulais faire dans mon projet de long métrage qui n'a jamais vu le jour.

JS : C'est pour les magasins du Printemps que vous avez commencé à travailler, et depuis 11 ans avec les Galeries Lafayette vous construisez une autre grande épopée visuelle, qui continue de ponctuer la vie parisienne. Cette collaboration semble aller au-delà de la publicité, vers une histoire à part entière. Le magasin semble agir sur vous comme une sorte de rocher de Saint-Mandé, des vitrines comme autant de petites scènes qui font rêver, comme vous rêviez vous-même à la Foire du Trône. Un théâtre où tout le monde se mélange, sans différence sociale.

JPG : Ni illustrateur ni cinéaste, je ne suis que l'auteur de mes propres fantasmes, peu importe le procédé. J'ai toujours raconté mon histoire, d'abord dans *Jungle Fever* ainsi que dans *Tout Goude*, puis dans ce fameux long métrage qui n'a jamais été réalisé (mais qui le sera peut-être un jour) et finalement, à travers cette exposition rétrospective introspective, comme vous le dites si bien.

JS : Qu'est-ce qui fait encore courir le lutin Goude ?

JPG : Vous voulez dire Goudemalion ? En ce moment, il ne court plus, il essaye de construire une exposition. Il regarde son nombril et il a la trouille.

JS : Est-ce qu'il y a des projets que vous n'avez pas réalisés ?

JPG : Oui, toujours ce fameux long métrage dont je vous ai parlé – que j'avais intitulé *No ordinary white man* et dont je n'aime plus le titre d'ailleurs –, car il donne l'impression d'être exclusivement focalisé sur les questions de race. Si par miracle le film se faisait, je l'intitulerais peut-être *Goudemalion, sa vie, son œuvre*, un peu comme pour cette exposition.

Le petit lutin sautillant qui aime de belles femmes et fait de belles images, ce n'est pas moi, c'est lui ; moi, je suis beaucoup plus sérieux que ça !