AU BAZAAR DES DAMES

Parmi les invités prestigieux de la Fashion Week parisienne, Glenda Bailey est assise au premier rang. Directrice depuis dix ans du « Harper's Bazaar », elle offre au magazine une cure de jouvence. Résultat : à 144 ans, le célèbre mensuel américain ne fait pas son âge. Ses pages, toujours dans l'air du temps, racontent notre époque à travers les dernières tendances et les stars photographiées par les plus grands, comme Lindbergh et Klein. Stanley Greene, dont la carrière a débuté dans la mode avant de se tourner vers le monde, a suivi la New-Yorkaise lors de son passage à Paris, d'un temple de l'avant-garde, Colette, à la grande parade de la maison Dior.

STANLEY GREENE / NOOR POUR POLKA MAGAZINE
RUE SAINT-HONORÉ, PARIS, SEPTEMBRE 2011
Entre deux défilés, Glenda Bailey s'est rendue chez Colette pour dédicacer son livre « Harper's Bazaar, Greatest Hits ». « Il faut être absolument passionné pour faire ce métier, soutient-elle, et être prêt à s'investir corps et âme, sinon on ne peut pas tenir le rythme. »

JASON SCHMIDT
Michelle Obama a grandi dans une famille qui appréciait les arts. Depuis son arrivée à la Maison-Blanche, elle soutient les jeunes talents en organisant spectacles et concerts pour ses invités de marque. Photo parue dans l'édition de novembre 2010.

ALEXI LUBOMIRSKI
Deux mois avant la victoire de Barack Obama, le «Harper's Bazaar» rend hommage au style de celle qui deviendra la Première dame. C'est à Tyra Banks, célèbre mannequin qui fut la première Afro-Américaine en 1997 à faire la couverture de «GQ»et du catalogue de la marque Victoria's Secret, que revient l'honneur d'incarner Michelle Obama. Cette image en rappelle une autre, prise en 1963, alors que JFK Jr jouait sous le bureau de son père. Photo parue dans l'édition de septembre 2008.

PETER LINDBERGH
Erin Wasson pose pour Peter Lindbergh dans un studio de Hollywood. Depuis sa création en 1867, le magazine entretient de très fortes amitiés avec les plus grands photographes de mode dont Richard Avedon, Irving Penn et Hiro. Au cours de ses dix années à la tête du « Harper's Bazaar », Glenda Bailey a souvent travaillé avec Peter Lindbergh : « Il a une écriture unique, reconnaissable entre toutes. » Photo parue dans l'édition de septembre 2002.

PETER LINDBERGH
Retour aux années pionnières, pour le mannequin brésilien Caroline Trentini, quatre siècles après l'arrivée des premiers colons anglais à Jamestown, en Virginie. Photo parue dans l'édition de mars 2006.

WILLIAM KLEIN
Marc Jacobs (en T-shirt), entouré de ceux qui l'inspirent, dont le rappeur Pharrell Williams. Célébration à la fois du talent des créateurs et du retour de William Klein à la photographie de mode après trente années d'absence. Photo parue dans l'édition de mars 2007.

Glamour, chic et beauté

par Laurence Butet-Roch

Défilé Dior. 30 septembre 2011, 14 h 30. Une armada de talons vertigineux et de toilettes extravagantes se presse aux portes du musée Rodin. Parmi les célébrités et sommités de la mode, Glenda Bailey, directrice du magazine américain « Harper's Bazaar », cheveux flamboyants et lèvres écarlates sur peau de porcelaine, se faufile à travers l'assemblée avec aisance. « C'est un grand privilège d'assister à un défilé, chuchote-t-elle. Les créateurs travaillent d'arrache-pied pendant six mois pour réaliser une collection que nous serons les premiers à voir et à juger. C'est un immense honneur, à prendre très au sérieux. » Pour cette femme à la tête d'une des bibles de l'élégance, sérieux ne veut pas forcément dire sévère. « La mode, reconnaît-elle, peut parfois être un univers prétentieux. Il faut savoir y injecter légèreté et humour. »

La patronne du « Bazaar », invitée VIP de la Fashion Week parisienne, salue amis et connaissances avant de rejoindre sa place au premier rang avec un air posé mais enjoué. A quelques pas de là, Anna Wintour, reine glaciale et flegmatique de « Vogue », le mensuel adverse, attend le début du spectacle. La différence ne pourrait être plus flagrante. D'un côté, une femme inaccessible retranchée derrière des lunettes noires, de l'autre une femme au sourire avenant qui garde de son enfance dans les campagnes anglaises un abord chaleureux. Glenda Bailey nie toute animosité envers Anna Wintour. Au contraire, elle loue le travail de « Vogue » : « J'ai la chance d'avoir des concurrents qui font très bien leur travail. Il n'y a rien de mieux qu'une forte compétition pour nous stimuler. » Depuis son arrivée à la tête du magazine de mode, il y a dix ans, Glenda Bailey ne cesse de relever le niveau des portfolios publiés. Elle imagine des séances photo féeriques, fait appel aux meilleurs photographes, stylistes et écrivains et convainc les plus grandes stars d'interpréter ses fantasmes parfois osés, souvent étonnants. « J'aime l'innovation et l'originalité, dit-elle en traversant le concept store avant-gardiste Colette, à Paris. Il faut croire que l'impossible est réalisable. »

Pendant trois ans, l'impossible, c'était de persuader William Klein de revenir à la photographie de mode après des années d'absence. « William vit le présent et photographie l'immédiat, applaudit cette férue de photographie et de mode. Je voulais orchestrer un portfolio qui réunirait son talent pour la mode et les portraits. » Pendant trois ans, à chacun de ses passages dans la capitale française, la New-Yorkaise d'adoption – elle est née en Grande-Bretagne – allait exposer son projet au Parisien d'adoption – il est originaire de New York – chez lui, face au jardin du Luxembourg. « Je ne pensais pas qu'il accepterait mais j'insistais. » Et puis un jour il a cédé. « Pourquoi ? Je n'en sais rien. Peut-être avait-il compris que je ne baisserais pas les bras. J'étais folle de joie. » Ce jour-là, plutôt que d'attendre l'ascenseur, elle a descendu les escaliers à toute vitesse. « Je ne voulais pas qu'il me rattrape pour me dire qu'il avait changé d'avis. » Une première collaboration en 2007, dynamique et espiègle, pour laquelle plusieurs créateurs de mode ont posé, accompagnés de ceux qui les inspirent, amis, muses ou employés. « On y découvre la personnalité de chacun, s'exclame-t-elle. Alber Elbaz, directeur artistique de Lanvin, est arrivé avec un autobus entier. »

Dans les pages du « Harper's Bazaar », les créateurs sont traités en stars, et parfois même en super-héros. En 2005, le mensuel publie des images où Domenico Dolce et Stefano Gabbana apparaissent déguisés en Batman et Robin. Glenda Bailey a découvert très jeune le côté salvateur de la mode. A 2 ans, elle souffre d'une grave méningite et ses parents lui offrent une robe taille empire bleu marine avec une encolure en dentelle blanche. « Ce vêtement a toujours représenté pour moi la joie de recouvrer la santé. » Jeune fille, Glenda Bailey s'inscrit à l'université Kingston à Londres, dont le programme de design de mode était à l'époque l'un des plus réputés du pays. « J'ai vite compris que je ne serais pas la prochaine Karl Lagerfeld », admet-elle. Cette passionnée s'est donc tournée vers une profession où elle pouvait mettre à profit ses connaissances, son expérience et son analyse des tendances à venir. « Il n'y a rien

STANLEY GREENE DÉFILÉ DIOR, PARIS, 30 SEPTEMBRE 2011
«J'adore assister aux défilés, raconte Glenda Bailey. Même si je suis persuadée que d'ici à un an ou deux nous pourrons les voir en 3D sur nos écrans – ce qui augmentera certainement les ventes –, il n'y a rien de mieux que de voir les vêtements en mouvement sur les femmes.»

de plus merveilleux qu'une collection qui est à la fois un reflet de notre société et une source d'inspiration et répond en même temps au besoin de la clientèle. La mode est influencée par la politique, les problèmes environnementaux, la situation économique. C'est une forme d'art qui puise dans les films, les livres, les séances photo. Les créateurs absorbent et s'approprient tout ce qui se passe autour d'eux. J'en fais autant.» Elle cite en exemple le retour des tailleurs avec épaulettes. «La conjoncture économique actuelle accentue la compétition entre les hommes et les femmes dans le milieu du travail. Les femmes ont donc besoin d'afficher leur force.» Ainsi, dans le numéro de septembre 2011, Georgia Mae Jagger, la fille du chanteur des Rolling Stones, incarne Margaret Thatcher. Prise en juillet dernier, l'une des photos met en scène une manifestation où des jeunes s'en prennent à la Dame de fer. Un mois plus tard, les villes d'Angleterre s'embrasaient. Une coïncidence? «Pas tout à fait. Je me tiens au courant et je me fie à mon intuition, qui me trompe rarement.» Quant à la ligne éditoriale de «Harper's Bazaar»... «Ce qui nous préoccupe, ce n'est pas seulement la longueur des jupes et les dernières tendances, nous voulons refléter une époque et anticiper l'actualité.»

Elle succède à une longue lignée de grandes dames, souvent issues de milieux aisés, qui ont, à travers les pages de ce magazine, le premier dédié à la mode féminine aux Etats-Unis, influencé pendant des décennies l'allure des Américaines. Dès ses débuts, en 1867, la devise de «Bazaar» était «Fashion, Pleasure and Instruction» («mode, bien-être et conseils»). Glenda Bailey se réclame de cet héritage: «Le passé du "Bazaar" a été marqué par le passage de Carmel Snow, Diana Vreeland et Alexey Brodovitch, qui ont toujours fait preuve d'audace.» C'est également son cas. «Je n'ai peur de rien, sauf de la peur elle-même», affirme-t-elle, citant Franklin D. Roosevelt. Ainsi, rien de plus normal que d'appeler l'actrice Demi Moore pour lui proposer d'affronter les chaussures Armadillo dessinées par Alexander McQueen et dotées d'un talon de 30 centimètres. «J'ai eu cette vision, le désir de créer un tableau inspiré des paysages de Dali, confie la maîtresse d'œuvre de cette scène qui a fait la une en 2010. Je voyais une femme grimper un escalier en colimaçon pour aller nourrir une girafe sur une plage déserte.» Pourquoi prendre de tels risques? «J'occupe une position privilégiée. Je ne peux pas me reposer sur mes lauriers et faire toujours la même chose. Je cherche à me dépasser, à trouver de nouveaux moyens de réaliser des images mémorables, monumentales.»

C'est ce qu'elle exige de tous les invités du magazine, dont Jean-Paul Goude, Karl Lagerfeld. Et Peter Lindbergh. En feuilletant le livre qu'elle vient d'éditer, «Harper's Bazaar, Greatest Hits», pour célébrer ses dix ans à la tête du mensuel, elle s'attarde sur ses photos. «Son travail est très cinématographique. J'aime le regard unique et tendre qu'il porte sur les femmes. Il n'essaie pas de les transformer en autre chose que ce qu'elles sont. En fait, on n'est jamais aussi belle que vue à travers l'objectif de Peter Lindbergh.» Pour «Harper's Bazaar», le photographe crée des scènes intemporelles, pourtant bien ancrées dans l'actualité. En 2007, au moment où une pléiade de starlettes se retrouve en désintoxication, il joue au paparazzi pour «traquer» Chloë Sevigny, qui incarne une jeune actrice déchue. «Je voulais Chloë pour ce rôle. J'ai dû attendre six mois avant qu'elle puisse se libérer. Mais ça valait le coup. Elle a interprété le personnage et la situation à merveille.»

Au fil des ans, la journaliste a tiré plusieurs leçons des nombreuses séances photo qu'elle a orchestrées. «J'ai appris à être patiente, reconnaît-elle, à accepter qu'une idée puisse prendre une ou deux années avant d'être achevée. Il faut réunir tous les éléments et surtout attendre le moment opportun pour la sortir.» Entre-temps, afin de ne rien oublier, Glenda Bailey réalise un story-board. «J'accorde beaucoup d'importance à l'histoire. Créer un magazine, c'est comme faire un film. Un numéro doit être rythmé comme un long-métrage.» ●

A voir: Exposition à l'International Center of Photography à New York. Jusqu'au 8 janvier 2012.
A lire: «Harper's Bazaar, Greatest Hits», de Glenda Bailey, éd. Abrams.

PETER LINDBERGH
Cette année-là, Kate Winslet remporte l'Oscar de la meilleure actrice pour son rôle dans «The Reader». Couverture de l'édition d'août 2009.