

TRAJECTOIRE

Des interviews, du mordant et des opinions

MODE

L'esprit XXL

REPORTAGE

Alessandro
le gourou
de Gucci

MARIE-JEANNE

Une amie qui
vous veut du bien ?

ALMODOVAR

ou les femmes
de Pedro

GRETAMANIA

Un cyborg
venu du Nord

**LE ROI
PHARRELL**

NOUS PARLE DE POP, DE MODE ET DE LOUIS XIII

Automne 2019
N°128 | CHF 6.-





© Andreas Meixensperger

LE GÉNIE DE LA LAMPE POP

Difficile de donner un âge à ce visage qui paraît incarner la jeunesse éternelle. **Du haut de ses 46 ans, la superstar Pharrell Williams enchaîne les projets atypiques et variés.** Rencontre autour d'un projet artistique entre l'icône planétaire et la maison de cognac LOUIS XIII.

Par Manon Volland

« *Because I'm happy, clap along if you feel like that's what you wanna do.* » Avec son air entêtant et ses paroles faciles à chanter même sans grandes connaissances anglophones, *Happy* - titre créé pour la bande originale du film *Moi, moche et méchant 2* (2013) - fait un buzz monumental et propulse Pharrell Williams dans une sphère de popularité grand public encore inespérée et non atteinte jusque-là. Pourtant, celui qui semble avoir plongé dans la fontaine de jouvence n'a pas chômé depuis ses débuts dans la fanfare du collège et sa rencontre avec Chad Hugo, son acolyte d'un jour et de toujours, dans un camp d'été. Ils décident de monter un groupe de R'n'B, The Neptunes, et sont découverts par Teddy Riley, roi de la prod new jack swing, R'n'B et hip-hop, lors d'un spectacle de jeunes talents. « Je suis un type chanceux. [...] Je suis novice, mais je veux les meilleurs maîtres », dira un jour Pharrell Williams à propos de son rôle inattendu de commissaire d'exposition à Paris (2014). Pourtant, ces mots résonnent comme s'il reconnaissait la

présence d'une bonne étoile au-dessus de sa tête tout au long de sa carrière. Si l'oncle Teddy sera le premier à leur faire confiance niveau musique, The Neptunes s'imposent rapidement comme un duo de producteurs et explosent le billboard dès 2001 en sortant Britney Spears de sa torpeur adolescente avec le hit *I'm a Slave 4U*. Depuis, ils sont devenus une véritable machine à tubes internationaux, Shakira, Madonna, Justin Timberlake, Beyoncé ou encore les Daft Punk se bousculant pour faire appel à cette fabrique à succès. En 2003, un sondage américain avait estimé que 43% des chansons passant à la radio étaient des bébés Neptunes, le duo dénichant de nouveaux talents et dépoussiérant les artistes en perdition. Et comme si ce n'était pas assez, le couple d'inséparables – qui a empêché un Grammy Award de producteur de l'année en 2004 – a rêvé d'être sur le devant de la scène et l'a fait en fondant le groupe N.E.R.D., l'acronyme de No One Ever Really Dies. Pharrell Williams semble véritablement avoir trouvé son élixir de jeunesse et d'immortalité quand on observe avec admiration le chemin parcouru depuis les plages de Virginia Beach : producteur et leader de groupe, puis chanteur solo, acteur, designer, icône et créateur de mode, ou encore concepteur d'œuvre d'art et commissaire d'exposition... il faut croire que bosser, ça conserve. « L'art stimule la créativité, rend heureux aussi. »

Ce rêve bleu

Reconnaissant et serein, Pharrell dit pourtant ne pas l'avoir toujours été, égaré dans sa (vraie) jeunesse par l'appât du gain et l'argent gagné rapidement et dépensé facilement. Voitures, babioles clinquantes et conquêtes féminines, celui qui est depuis devenu papa de quatre enfants (dont des triplés !) est passé par les clichés du nouveau (trop vite) riche, dans une période où tout n'était que *braggadocio*, comme disent les Anglo-Saxons. Un terme barbare qui pourrait désigner un mauvais chasseur de croco à sac à main mais qui est plutôt un synonyme de *vantardise*. « A cette époque, quand je rappais, je disais des choses que je considère maintenant comme ignobles. [...] Heureusement, je suis une personne curieuse et j'ai vécu et appris en grandissant. Qui veut sérieusement parler de voitures, de maisons et de bijoux tout le temps ? J'en ai eu marre. » A celui qui écrit désormais des chansons pour des gélules jaunes à salopettes et lunettes, l'âge semble avoir abonné le caractère, à l'instar du cognac LOUIS XIII de la maison Rémy Martin, dont il est l'ami. Et comme pour cette eau-de-vie considérée comme l'une des plus prestigieuses du globe, la bonification du dandy de l'industrie musicale – dont un chapeau coiffe dorénavant en permanence la caboche – s'est faite avec les années et au gré d'assemblages de premier choix.

Sa première – et sans doute plus réussie – association, c'est avec Helen Lasichanh qu'il l'a scellée officiellement en 2013, par un mariage après de longues années de relation. Mannequin et styliste, la belle partage avec son homme la passion de la mode et de l'excentricité, l'épaulant quand il s'agit de lancer une nouvelle tendance. Si le couple se fait discret, Pharrell Williams déclame à qui veut l'entendre qu'elle est sa plus grande source d'inspiration ; c'est d'ailleurs à sa femme qu'il a dédié le titre de son second album solo, *G I R L* (2014). « Cet album est une ode à tout ce que les femmes m'ont apporté de bon dans ma carrière. Mon entreprise, I am Other [son label destiné aux artistes découverts sur le Net], est dirigée par des femmes. J'aime leur façon de sentir ce que je veux exprimer. » Si le créatif rêve d'un monde « dirigé à 75% par les femmes », il aime promouvoir l'empowerment féminin de bien des manières : de la concoction de la liqueur Qream, pour « les femmes d'aujourd'hui qui travaillent dur et veulent se détendre avec des amis à la fin de la journée », à l'exposition à la galerie Perrotin célébrant la femme et son album *G I R L* qui s'est tenue à Paris en 2014, en passant par la dernière campagne en date d'Adidas, « Now Is Her Time, Son moment, c'est maintenant », dans laquelle, cherchant presque à disparaître, il pose à l'arrière-plan d'une belle brochette de femmes représentant tous les genres, les couleurs de peau et les sexualités. « Maintenant, c'est à mon tour d'être reconnaissant envers les femmes », l'entend-on murmurer sur la vidéo promotionnelle. Voilà un homme comme on voudrait tous en avoir à la maison.

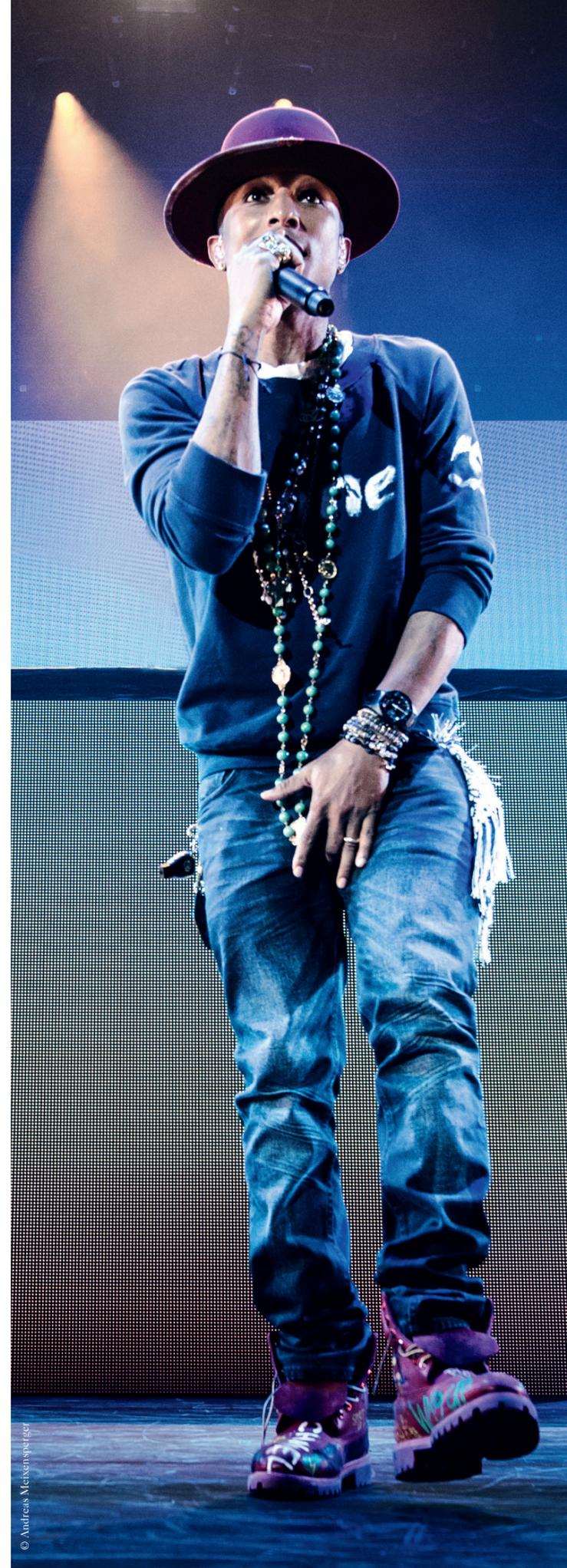
Prince Ali

Si ses potes et sa femme ont fait de Pharrell l'homme qu'il est aujourd'hui, il semble souffrir d'une légère forme de syndrome de l'imposteur, préférant attribuer son succès à une force supérieure plutôt qu'à son talent. Et pourtant, ceux qui veulent collaborer avec lui se bousculent au portillon de la caverne d'Ali Baba du génie de la bonne idée. Johnny Marr, musicien avec lequel il a travaillé en collaboration avec l'immense Hans Zimmer sur la BO de *The Amazing Spider-Man 2* (2014), l'a même qualifié de « Stevie Wonder de notre génération ». S'il rougit, c'est sans doute qu'il se considère comme la personne la plus « paresseuse » qu'il connaisse. « C'est un fait. Je fais des choses uniquement parce que je suis curieux. [...] Je tente d'apprendre de nouvelles choses chaque jour, pour ensuite les partager. » A croire que la curiosité n'est finalement pas un si vilain défaut que ça.

Ce que Pharrell ne dit pas, c'est qu'il n'en est pas moins un acharné de travail dès qu'il a trouvé sa nouvelle lubie. Pas d'alcool, encore moins de cigarettes, beaucoup de sport, le rythme du petit gars de Virginie, mi-Afro-Américain, mi-Philippin, ressemble à celui d'un instagrammeur healthy, les jus detox en moins. Si ses parents, manutentionnaire et institutrice, ne l'ont pas mis au monde avec une cuillère en argent dans la bouche, ils l'ont toujours soutenu pour qu'il poursuive ses ambitions musicales, tout en l'obligeant à rester réaliste quant à ses chances de réussite. De sa chambre d'enfant dans un logement social à sa villa à Miami, il s'est construit seul, à la force de son rêve américain. « J'ai eu une enfance plutôt dure et la réussite est pour moi

LA BONIFICATION DU DANDY DE L'INDUSTRIE MUSICALE – DONT UN CHAPEAU COIFFE DORÉNAVANT EN PERMANENCE LA CABOCHE – S'EST FAITE AVEC LES ANNÉES ET AU GRÉ D'ASSEMBLAGES DE PREMIER CHOIX

comme une chimère qui se réalise. Je me souviens du début des années 2000, nous [Chad Hugo et lui] avions envie de changer la face de la musique. » Un rêve à côté duquel il a rapidement pu accoler le symbole *check*, avant de compléter la liste de ses humeurs et de ses envies à coups de collaborations qui se transforment à tour de bras en or. C'est grâce à cette ténacité que Pharrell s'est construit en artiste multi-facette que tous s'arrachent. Il s'est fait designer en concevant pour le galeriste Emmanuel Perrotin une chaise à quatre pieds-jambes, comme une ode à la procréation humaine ; commissaire d'exposition pour le Musée Guimet cette année, en collaboration avec le plasticien japonais Mr., pour *A Call To Action*, où des enfants-manga génération Z découvrent effrayés le monde qui les entoure ; écrivain et journaliste avec *Pharrell Williams: Places and spaces I've been* (2014), un livre autobiographique et d'entretiens où il interroge ses cobayes sur « leur vision du progrès humain » ; ou encore créateur de marques de fringues (Billionaire Boys Club et Icecream Footwear), de lignes pour les autoocrates de la mode, de Louis Vuitton aux doudounes Moncler et « d'imagination » pour la marque G-Star, dont il est le copropriétaire depuis 2016. Elu « Homme le mieux habillé au monde » en 2005 par le magazine *Esquire*, l'esthète a ouvert la voie aux rappers modeux. La papesse créatrice Diane von Furstenberg a ainsi dit de lui que « si le cool était une personne, ça serait Pharrell » et Chanel l'a choisi comme visage pour sa campagne Métiers d'Art Paris-Salzburg 2014/15 aux côtés de notre cover d'il y a six numéros, Cara Delevingne, devenue depuis égérie Dior. Naturellement élégant, contrairement à ses potos à la Kanye West, Pharrell Williams est légitime dans cet univers. C'est qu'il est beau et intemporel le Pharrell et qu'il séduit autant les *fashionistos* que les rappers ou les skateurs – son surnom depuis le collège est Skateboard P. « Etre différent, c'est le but ultime. » Un sans-faute sous toutes les coutures.



100 YEARS EST UNE CHANSON QUI NE POURRA ÊTRE ÉCOUTÉE QU'EN 2117 ET NOUS RENDRE DÈS À PRÉSENT ATTENTIFS AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

La Légende de la lampe

Si la mode est sa passion, la musique reste définitivement son premier dada, elle qui « rassemble les gens. La musique est une force qui atteint les gens qu'importe l'endroit ou le moment. » Et avec ses 12 millions d'abonnés sur Instagram, et quelque 10 millions sur Facebook, il ne manque pas de monde à qui adresser des messages pour les causes qu'il défend. C'est qu'avec les années, le touche-à-tout n'a pas seulement gagné en humilité et en succès, mais également en engagement. En 2007, il s'engage de manière hésitante pour la cause environnementale en reversant 25 cents pour chaque téléchargement de sa première collaboration avec l'éternelle Madonna, *Hey You*, à l'Alliance pour la protection du climat et au concert Live Earth 7/7/07 auquel il participe à Rio de Janeiro. Dix ans plus tard, il signe l'un de ses projets les plus fous avec la maison Rémy Martin et son fameux cognac LOUIS XIII en composant *100 Years*, une chanson qui ne pourra être écoutée qu'en 2117, #ifwecare, autrement dit si nous nous sentons concernés par le changement climatique. L'enregistrement de ladite *song* est en effet gravé sur un disque fait d'argile et entreposé dans les mêmes caves que le premier cru de cognac, dans un coffre spécialement conçu pour être détruit en cas d'inondation. Ainsi, si la montée des eaux prévue par les scientifiques se poursuit sur la même lancée qu'actuellement, le disque de Pharrell sera détruit avant de pouvoir être écouté par le public. Un clin d'œil au long processus de vieillissement du cognac LOUIS XIII, chaque carafe d'exception représentant l'achèvement d'une vie pour son maître de chai. « Et si en 2117 on écoute ma chanson, cela signifiera qu'un changement positif aura eu lieu. » C'est tout ce qu'on nous souhaite.

Ce combat, Williams le mène aussi chez lui, face à une administration présidentielle climato-sceptique qu'il méprise et qui a osé utiliser *Happy* lors d'un meeting après la tuerie antisémite de Pittsburgh l'année dernière. Une animosité que le chanteur avait déjà partagée dans le dernier album de N.E.R.D, *No_One Ever Really Dies*, dans lequel il est fortement question de violences policières envers les Noirs, lui qui avait participé en 2016 à une campagne de sensibilisation liée au mouvement Black Lives Matter, « 23 Ways You Could Be Killed if You Are Black in America », aux côtés, entre autres, de Beyoncé et Alicia Keys. Une résurrection de N.E.R.D où plane comme une odeur de revanche et... de collaborations, Kendrick Lamar, M.I.A. ou encore Ed Sheeran s'étant prêtés au jeu du featuring.



Le disque *100 Years*, fruit de la collaboration entre l'artiste et la maison LOUIS XIII, ne pourra être écouté qu'en 2117.

Etre libre

Engagé, hyperactif et jamais à court d'idées, Pharrell Williams a marqué, et continue de le faire, l'industrie et l'histoire de la musique. Eclectique, il transcende les genres comme il change de couvre-chef, produisant autant du Shakira que du Snoop Dogg, de la Swedish House Mafia ou du Mika. Il aura fait la première partie de la tournée américaine de Gorillaz avec N.E.R.D en 2010, explosé les charts avec les deux Français casqués de Daft Punk, occupé un siège de coach à *The Voice USA*, obtenu son étoile sur le Walk of Fame, et dansé 24 fois quatre minutes pour le clip le plus long du monde - *Happy* version centaines de personnes qui se déhanchent dans les rues de Los Angeles -, réalisé par le duo tricolore au nom si adéquat *We are from L.A.* Une vague de bonheur qui a gagné les internautes du monde entier, qui ont publié près de 2'000 vidéos de leurs pas chorégraphiés, pour presque 142 heures de *happiness*. Un enthousiasme universel et fédérateur qui a ému Pharrell Williams en plateau, lors d'un passage chez Oprah Winfrey. « L'empathie est la clé. C'est la première chose dont nous avons besoin avant l'amour. Parce que si vous n'avez pas d'empathie, vous ne pouvez même pas comprendre pourquoi vous devriez aimer quelqu'un d'autre. » Derrière sa gueule d'ange intemporelle, Pharrell est définitivement un mec fou, mais simple. Et ô qu'on aime ça !

Because I'm happy, clap along... —

THE VILLAGE

LE FRENCH OUTLET*

100 GRANDES MARQUES DE -30% À -70% TOUTE L'ANNÉE*

 1 H 15
DE GENÈVE

 30 MIN
DE L'AÉROPORT
DE GENÈVE

-14% DE REMISE SUPPLÉMENTAIRE AVEC LA DÉTAXE
POUR LES RÉSIDENTS ÉTRANGERS

Détaxe effectuée à l'accueil 14% avec la carte de fidélité pour les résidents étrangers



AUTOROUTE A43 SORTIE 6 VILLEFONTAINE - FRANCE
www.thevillageoutlet.com