



POP CULTURE

## Pourquoi la mode est-elle obsédée par le passé ?

by Sophie Abriat  
12.07.2017

Friperies tendances, sites de revente, luxe d'occasion... La mode a pris l'habitude de fouiller dans les rayons de son passé pour s'inspirer, se réinventer ou ne plus rien gâcher.

Les 4 et 5 mars derniers, en pleine fashion week, une foule de collectionneurs se presse dans un cinéma pornographique du 2e arrondissement parisien à la vente vintage Maison Margiela organisée par Byronesque, site de vente en ligne de pièces collector. Trois-cents modèles iconiques des années 1989 à 2009 sont réunis : ballerines "Tabi", vestes sans manches composées de gants de cuir, pardessus en plastique, pièces en maille de Miss Deanna... "Les archives de la Maison Margiela influencent fortement la mode actuelle. Vetements et Demna Gvasalia ont favorisé cet engouement pour ses silhouettes. Ils ont comblé un manque qu'on avait tous et qui n'a fait qu'accroître l'envie de s'approprier l'original", commente Gill Linton, fondatrice de Byronesque. En janvier, la marque unisexe française Avoc choisit la boutique vintage Kiliwatch pour présenter sa collection automne-hiver 2017/2018 ; deux mois plus tard, le créateur Neith Nyer organise son défilé dans la friperie Guerrisol. La vogue du vintage est telle que le mot est désormais sur-utilisé et désigne toute pièce un tant soit peu rétro : fripes, produits de luxe d'occasion, survêtements Adidas des années 1990, pièces rares des années 1940, vêtements chinés aux puces... Recherche de l'insolite, lassitude des productions sérielles des enseignes de *fast fashion*, nostalgie d'une qualité perdue, distinction par le décalage, avantages financiers, démarche responsable : les ressorts psychologiques de l'achat vintage sont complexes. Et les amateurs ont l'embarras du choix : friperies Kiloshop, Guerrisol, Free'P'Star, spécialistes du vintage de luxe Anouschka, Quidam de Revel, Didier Ludot, La Mode Vintage, Gauthier Borsarello, sites de vente de produits de luxe de seconde main Vestiaire Collective, Grailed, Collector Square... Cet engouement pour les vêtements d'hier révèle de nouvelles façons de consommer la mode et de la concevoir.

### Le boom du seconde main en ligne

Des "Birkin" Hermès vert olive, rouge cerise ou bleu lagon, des vanity-cases monogrammés Louis Vuitton, des "Lady Dior" patinés et des mini-sacs Chanel "2.55" : l'offre de Collector Square, spécialiste de la vente en ligne d'objets de luxe de seconde main, est aussi large (plus de 5 000 pièces en stock) que pointue. "Il n'y a plus de honte à vendre ou à acheter d'occasion des objets de luxe. Avec internet, tout se fait derrière un écran et ce système de troc devient même à la mode", remarque Loïc Bocher, spécialiste du marketing numérique et cofondateur de la plate-forme en 2013 avec Nicolas Orłowski, PDG du groupe Artcurial. Les profils des acheteurs sont divers : "Certains cherchent à se distinguer, d'autres sont des passionnés. Il y a un intérêt financier : nos produits sont remisés." Du côté des vendeurs, "il y a ceux qui ont besoin d'argent ou manquent de place dans leur dressing. Certains clients ont une démarche responsable et cherchent moins l'accumulation de biens que la circulation de marchandises. Et puis d'autres vendent pour acheter la nouvelle collection de Louis Vuitton ou de Chanel", explique Loïc Bocher. Dans cet esprit, l'entreprise a lancé Collector Switch : "On peut acheter un objet chez nous puis l'échanger contre un autre objet de notre stock de valeur équivalente. La possession est moins importante aujourd'hui qu'hier", souligne-t-il. Le marché du luxe d'occasion est en pleine expansion. Vestiaire Collective, autre acteur clef du marché, vient de boucler une nouvelle levée de fonds, 58 millions d'euros pour accélérer son expansion internationale.