

L'OFFICIEL – Juin/Juillet 2017

L'OFFICIEL PARIS

N° 1015 JUIN-JUILLET 2017
WWW.LOFFICIEL.COM

1€

MODE
OSEZ LE
COSTUME
DE BAINS
EN VILLE

STYLE
L'AVENIR
EST AU
VINTAGE

VOYAGE
CHOISIR
LE SLOW
TRAVEL

FLASH-BACK
LES
ARCHIVES
DE DIOR
PAR
MARIA
GRAZIA
CHIURI

TENDANCE
TRAVAILLER
AUTREMENT

SONIA BEN AMMAR
EN BURBERRY

SONIA BEN AMMAR
À TOUTE ALLURE

ISSN 0030-0403

L 15003 - 1015 - F: 1,00 € - RD





Vintage, l'éthique du style

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.

PAR SOPHIE ABRIAT COLLAGE MILA WOLF

Les 4 et 5 mars derniers, en pleine fashion week, une foule de collectionneurs se presse dans un cinéma pornographique du 2^e 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. Vêtements 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 chinois 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'embaras 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.

Une démarche écologique

"L'aspect économique n'est plus la seule raison d'un engouement pour l'ancien. Il s'explique aussi par la nature du vêtement, souvent pièce unique, que le client ne trouve pas immédiatement, comme sur un présentoir de prêt-à-porter. Il doit chercher, chasser", explique Marie Schiele, doctorante en philosophie à l'université Paris-Sorbonne. "Ce côté interactif permet un autre accès au vêtement et surtout d'échapper à l'offre trop homogène des grandes enseignes. Ajoutons à cela la qualité de certains vêtements anciens." Avis partagé par les jeunes filles du Gucci Gang (plus de 68 000 abonnés à elles quatre sur Instagram), qui portent essentiellement des fripes. "On va très souvent chez Emmaüs et Guerrisol, pas forcément pour trouver quelque chose en particulier. C'est justement le principe des fripes, tu y vas et tu peux trouver une pièce incroyable comme ne rien trouver du tout", raconte Thaïs Klaplisch, membre du groupe

**“DEMNA GVASALIA ET
GOSHA RUBCHINSKIY
ONT FAIT BEAUCOUP
DE BIEN AUX FRIPERIES
PARISIENNES. LA
COTE DES VÊTEMENTS
NINETIES ET
NOTAMMENT DES
SURVÊTEMENTS
GRIFFÉS A AUGMENTÉ
EN CONSÉQUENCE”
Gauthier Borsarello**

comme Annabelle Ferrera, qui apprécie “l'idée de porter quelque chose qui a une histoire”. Carole Bigielman, propriétaire du showroom La Mode Vintage à Paris, propose à la vente des pièces griffées Lanvin, Missoni, Courrèges, Céline... vendues 10 % de leur valeur initiale. “Le vintage est descendu dans la rue, acheter des pièces déjà portées est devenu populaire. Celles que je chine à travers le monde ont déjà vécu et elles représentent quelque chose dans l'histoire de la mode, mes clients y sont sensibles”, indique-t-elle, insistant aussi sur le côté écologique de la démarche. “La récupération des vêtements s'inscrit dans une histoire ancienne, dans l'Angleterre élisabéthaine par exemple. La pratique du recyclage et de la retaille des robes était une source d'économies et, au XIX^e siècle, une façon assez commode de suivre les modes, en supprimant des manches ou en remontant la taille”, précise Marie Schiele.

Le passé, source de création

“Dans ma boutique, de nombreux stylistes viennent s'inspirer des pièces, relever des détails ou des imprimés pour nourrir leur réflexion”, confie Carole Bigielman. Gauthier Borsarello, propriétaire de la boutique de pièces anciennes Vintage for Fashion reçoit lui aussi des designers qui louent des vêtements pour des shootings ou qui les achètent pour relever les patronages. Cet ancien concertiste s'est établi en 2016 dans le 11^e arrondissement de Paris et va déménager dans le 16^e, rue Parent-de-Rosan, dans un espace partagé avec la nouvelle boutique Holiday, qui a ouvert ses portes en mai dernier. La collection personnelle qu'il a mis des années à constituer n'est visible que sur rendez-vous. Ses pièces sont classées par thème : sportswear, workwear, style motard ou militaire... “Les pièces que je sélectionne tirent leur beauté de leur design fonctionnel, elles doivent s'adapter à une silhouette contemporaine”, indique-t-il. L'inspiration vintage a toujours existé chez les créateurs ; par exemple, la collection haute couture printemps-été 1971, dite “Libération”, d'Yves Saint Laurent fut inspirée des années 1940 et Martin Margiela a toujours chiné des vêtements ou des objets usagés pour alimenter sa haute couture. “La mode s'est souvent réapproprié le passé. Il fallait auparavant une digestion d'une trentaine d'années avant de voir des retours. Aujourd'hui, les emprunts aux années 1990 sont multiples, avec Demna Gvasalia et Gosha Rubchinskiy en figures de proue”,

poursuit Gauthier Borsarello. “Demna et Gosha ont fait beaucoup de bien aux friperies parisiennes. La cote des vêtements nineties et notamment des survêtements griffés a augmenté en conséquence.” Par ailleurs, les archives des maisons sont une mine d'or pour les créateurs. Ce retour aux sources est symbolisé par la dernière collection Balenciaga, inspirée de la couture de son fondateur Cristóbal. Le designer Demna Gvasalia a réinterprété neuf de ses robes créées entre 1951 et 1967. Résultat : une robe à plumes (avec son sac assorti), une robe bustier noire à gros nœud (avec des cuissardes-collants vert pomme) et une robe ballon blanche, entre autres modèles.

Martin superstar

L'upcycling – “surcyclage” en français – permet de donner une seconde vie aux vêtements et tissus usagés en les transformant en pièces neuves. Aux États-Unis, la marque de prêt-à-porter Reformation lancée par la créatrice Yael Aflalo, qui utilise des tissus récupérés soit sur des vêtements vintage, soit auprès des griffes ayant trop de stock, connaît un grand succès. L'eshop Asos propose une ligne Reclaimed Vintage présentant une sélection de pièces de seconde main retravaillées. En France, Les Récupérables, marque lancée par Anaïs Dautais Warmel, recycle rideaux, édredons, chutes de tissus d'ameublement ou draps pour imaginer des pièces uniques, confectionnées en ateliers de réinsertion. “La mode écoresponsable commence à avoir bonne presse, grâce à la nouvelle génération qui a compris qu'on peut lier écologie et style. Au début de l'aventure, il y a deux ans, quand je disais que je faisais des robes avec des nappes et des manteaux avec des rideaux vintage, on se demandait si c'était sérieux”, explique Anaïs Dautais Warmel. “J'argumentais avec joie sur les dérives de l'industrie la plus polluante au monde après le pétrole. Depuis, j'observe que le public connaît mieux ces questions même si un vrai travail de sensibilisation reste à faire.” Autre exemple : la dernière collection de la créatrice italienne Erika Cavallini – qui a travaillé pour Martin Margiela à la fin des années 1990 – est composée de pièces uniques réalisées à partir de vêtements et de toiles recyclés : uniformes militaires, bâches de camions, pantalons et vestes Levi's. Décidément, l'ombre de Martin Margiela plane sur la mode d'aujourd'hui.