

lefigaro.fr/madame

madame

FIGARO

POST-
DÉCONFINEMENT
MANUEL DE
RÉÉDUCATION
SENSUELLE

S

YSTÈME SOLAIRE

LES 10 PLUS BEAUX LOOKS POUR LA PLAGE

& notre sélection
d'accessoires 100% écostylés

+ COMMENT BRONZER ÉTHIQUE



OLIVIER SAILLARD

La mode ne descend plus dans la rue

ARRÊT BRUSQUE

« L'industrie entière s'est retrouvée démobilitée face à un ennemi sans tranchée qui s'appelle le Covid-19. Et ceci pendant plusieurs mois et dans le monde entier. C'est unique dans l'histoire de la mode. À titre comparatif, prenez la Seconde Guerre mondiale : en 1939, en France, au lendemain de la déclaration de guerre, si certaines maisons de couture comme Chanel ou Vionnet décident de fermer, d'autres couturiers (Cristóbal Balenciaga, Jeanne Lanvin, Madame Grès, Jacques Fath...) poursuivent, à un rythme réduit, leurs activités. L'homme de la situation s'appelle Lucien Lelong.

L'HISTORIEN DE
LA MODE REVIENT
POUR NOUS SUR
LA CRISE DU COVID-19
ET SES EFFETS.

IL MILITE POUR UN
RETOUR À L'ESSENCE
DU VÊTEMENT, À LA
CRÉATION PÉRENNE
APRÈS LES EXCÈS DE
LA SURPRODUCTION.
ÉTAT DES LIEUX
ET PERSPECTIVES.

Ce président très actif de la Chambre syndicale de la haute couture a marqué l'histoire en refusant toute délocalisation des industries du luxe de Paris pour Berlin et Vienne. C'est à lui que l'on doit le maintien des métiers de la mode dans la capitale française. Alors que les Allemands voulaient transférer tout le secteur pour leur compte, il réussit à les persuader du contraire et obtient les dérogations quant à la restriction des fournitures et des engagements nécessaires, assurant ainsi le maintien de 97 % de la main-d'œuvre et permettant à une soixantaine de maisons de profiter de ce cadre économique âprement défendu. »

PAR MARION DUPUIS

IMPACT STYLISTIQUE

« Les conflits ont toujours impacté les garde-robres, notamment celle des femmes. La Première et la Seconde Guerre mondiale ont eu comme conséquence des mouvements d'émancipation féminine. Partis sur le front, les hommes ont dû délaissier la société civile, et les femmes ont alors épousé des professions réservées aux hommes. Pour faire face à cette nouvelle situation active, leur vestiaire s'est raccourci pendant la Première Guerre mondiale, permettant une aisance des mouvements et des gestes. Idem pendant la Seconde Guerre mondiale, où les filles ont adopté des vêtements masculins, pratiques, robustes. Et parfois même outrés, histoire de tenir haut la tête face à l'occupant et lui montrer qu'aucun état de siège ne les conduirait à renoncer à la mode, fut-elle d'astuces et de petits riens. Rien de comparable avec la crise actuelle : la garde-robe féminine s'étant émancipée et démocratisée depuis de longues décennies, il n'y a plus de combat à mener sur ce sujet. »

ESSENTIALISME

« Je ne crois pas à un changement de silhouette après ce chaos économique car toutes les formes et expressions – le vieux, le neuf, le long, le court – sont désormais admises. Tout est permis dans la mode d'aujourd'hui. Les différences se sont même standardisées et sont devenues une sorte d'uniforme qui n'apporte plus aucune singularité. Un patron d'entreprise qui arrive au bureau en costume et baskets ne choque plus personne. Je crois davantage que nous allons verser dans une forme de minimalisme, un essentialisme même qui pourrait nous conduire à consommer moins mais mieux, nous orienter vers de beaux vêtements, bien coupés, sans artifices ajoutés. Quelque chose de silencieux mais très distingué, comme dans les années 1930, une période supra élégante et minimaliste avant l'heure, une décennie qui aura

vu naître les plus belles robes du soir. Celles-ci semblaient simples de loin mais elles étaient techniquement virtuoses quand on les regardait de près. »

NEW-LOOK

« Si l'on regarde en arrière la traduction des espoirs d'après-guerre au XX^e siècle, on se rend compte qu'ils se sont exprimés, eux, par un retour au faste. Avec le new-look révolutionnaire de Christian Dior en 1947, on a vu apparaître des jupes gonflées dans des tissus soyeux au métrage insensé. Dans une France ruinée, encore soumise aux tickets de rationnement pour acheter du textile, on a d'abord crié au scandale. Mais cette surenchère exprimait aussi un hymne à la vie, une envie d'élégance et de beauté célébrant une féminité quelque peu disparue durant la guerre. Ce fut cependant un retour en arrière stylistique enfermant la femme dans un carcan de coquetterie – avec à la clé gaines, balconnets et vêtements pesants – qui a, quelque part, contrebancé l'émancipation féminine des années 1940. Il faudra attendre Chanel et son tailleur de 1954 pour renouer avec un langage moderne et libérateur. »

ACCÉLÉRATION, DÉCÉLÉRATION

« L'époque actuelle doit répondre à un système frénétique de surproduction directement liée aux gouvernances. D'autres virus plus sournois se sont aussi installés dans notre paysage. Ils s'appellent catastrophe "égologique", hystérie, saturation. Inventer de nouvelles pages blanches et placer le calme et la raison avant la précipitation me semble primordial. Se laisser aller à la découverte au hasard d'une rue... cette idée m'a aussi

guidé pendant le confinement et m'a donné envie de programmer, avec l'archiviste Gaël Mamine, une exposition à ciel ouvert à Arles début juillet. Baptisée *Les Images perdues*, elle invite le voyageur à admirer sur les murs de la ville des photos, données par Sarah Moon, Paolo Roversi, Peter Lindbergh, Senta Simond... et imprimées sur des affiches. Les thèmes reflètent une forme de désertion, d'économie de moyens, où leur format poétique peut éclore plus librement encore. »

LA MODE PODIUM

« Qu'ils s'agissent des jeunes stylistes fragilisés par cette crise ou des griffes plus solides, la création vestimentaire doit se reposer la question de l'usage et moins du style. Je constate aussi que l'on ne voit plus les créations de mode, excepté les baskets, descendre dans la rue. Mais comment auraient-elles le temps de circuler sur le bitume alors qu'une idée est vite remplacée d'une saison à l'autre. Il y a encore de très belles pièces sur les podiums, mais elles semblent ne plus servir que de marchepieds aux réseaux sociaux, aux blogueurs ou pour monter les marches du Met Ball. »

LA CLÉ DU LUXE

« J'aimerais aussi militer pour la permanence. Acheter une robe Alaïa, c'est faire le vœu de la garder dans son vestiaire aussi longtemps qu'un fauteuil Le Corbusier. Une robe Alaïa n'est pas un artifice sorti d'un chapeau saisonnier, c'est une pièce maturée, inlassablement corrigée, techniquement imparable. C'est un classique moderne qui ne se périmé pas. Nous devrions renouer avec cette singularité et ce caractère d'unicité. Essayer aussi d'envelopper nos vies de poésie et de prudence. La futilité peut être grave, mais la création y gagne toujours lorsqu'elle conjugue les deux. » ♦

Olivier Saillard est aussi directeur artistique de la maison J.M. Weston et directeur de la Fondation Alaïa.

À lire : « *Le Bouquin de la mode* », sous la direction d'Olivier Saillard (Éditions Robert Laffont).