

Man Rei

Pour l'été 2016, **Comme des Garçons** réhabilite le costume.

Photos, **JEFF HAHN** — Styliste et texte, **LAURENT DOMBROWICZ**
Coiffure, **JAVIER PALACIO** — Maquillage, **YANN BOUSSAND**

Son **anticonformisme** radical, Rei Kawakubo ne l'a jamais réellement porté en étendard ni brandi en outil marketing. La création – rivée au corps et à l'esprit – motive l'ensemble de

sa carrière, depuis ses débuts au Japon à l'aube des années 70 jusqu'à aujourd'hui, avec une arrivée déterminante sur la scène parisienne en 1981. Le fait qu'elle soit née à Tokyo pendant la Seconde Guerre mondiale a souvent engendré des analyses trop rapides et des raccourcis un peu benêts. Pourtant, chez Comme des Garçons, nulle volonté de s'inscrire dans un nihilisme postatomique ou dans un minimalisme stérile. Tout est disséqué pour être reconstruit. Autrement. Oui, Rei Kawakubo a tout questionné et pratiquement tout réinventé dans la mode. Le rapport au corps (on se souvient de collections où les protubérances créaient une nouvelle lecture de la féminité), la singularité en opposition à une tendance, le riche et le pauvre, l'accumulation et l'épuré, le blanc et le noir, etc. Au-delà des collections, Rei Kawakubo a su innover dans la manière de vivre la mode et de la présenter au public. Elle a d'ailleurs promu au rang de créateur, au sein même de son groupe, deux de ses patronniers les plus talentueux : Junya Watanabe et Kei Ninomiya. Par ailleurs, Adrian Joffe, mari de la créatrice et président de la société, a réussi ces vingt dernières années à transformer en business les concepts les plus ardues de la griffe, tout en lui conservant son aura et ses multiples spécificités. Les fameux *guerilla stores* dans les années 2000, précurseurs des *pop-up stores*, une activité parfum singulière, ni *mainstream* ni trop niche, et depuis 2004, le développement de Dover Street Market, une très belle aventure de boutiques multimarques au luxe sélectif. Dans tous ses choix, Rei Kawakubo a maintenu un discours cohérent et indépendant,



Elle a compris dans des domaines où la standardisation du goût et la force des grands groupes tentent de niveler le travail des maisons de mode. La collection *Comme des Garçons Homme Plus* printemps-été 2016 est de celles qui font date avec une ode majestueuse et décalée au costume. En exclusivité pour *Citizen K Homme Sport*, la créatrice nous en livre quelques clés.

Citizen K Homme Sport : Depuis la révolution industrielle, le costume est devenu le symbole de l'élégance masculine occidentale. Comment l'amener aujourd'hui dans de nouveaux territoires de mode ?

Rei Kawakubo : Il n'y a jamais eu de limites à la création. Depuis l'origine du monde, la création n'a jamais cessé. Sans création, pas de progrès. Donc, quelle que soit la difficulté, l'effort doit être fait.

Le costume c'est aussi un certain statut social, une réussite à l'âge adulte, la fin de l'innocence...

La mode change en permanence, c'est là sa nature. Je n'aime pas les généralisations sur l'histoire de la mode. Notre travail chez Comme des Garçons est simplement de faire des vêtements qui intéressent, excitent et inspirent. Par ailleurs, j'ai toujours aimé le *tailoring* et les hommes en costume.

Comment avez-vous déconstruit-reconstruit le costume dans cette collection ?

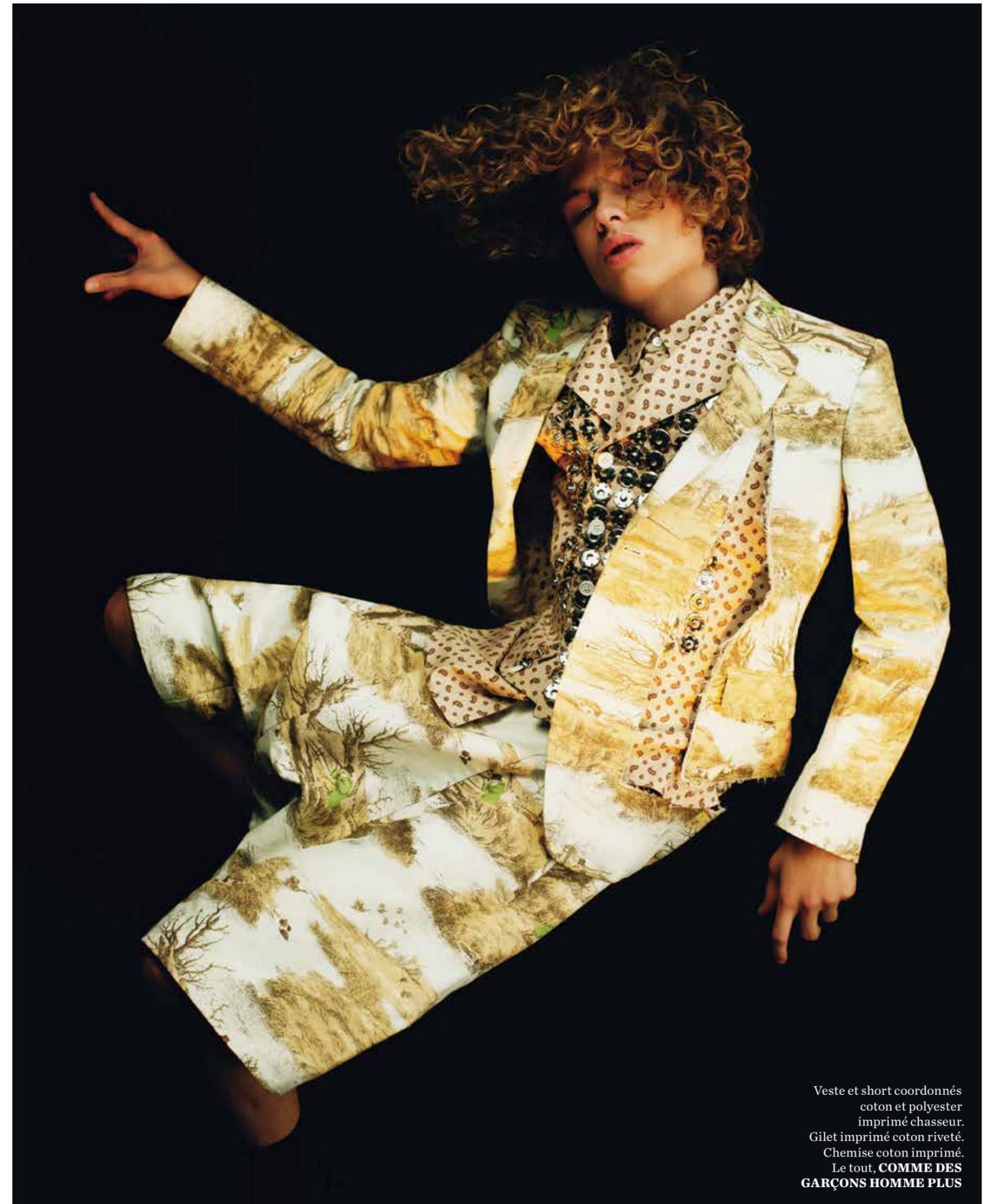
J'ai été effectivement plus intéressée que jamais pour cette collection par le *tailoring*. Je l'ai donc découpé et disséqué pour mieux le comprendre et lui apporter une valeur ajoutée.

Une fois encore, la manière dont le coiffeur-visagiste Julien D'YS a travaillé pour le défilé était remarquable...

J'ai très rarement un concept pour la coiffure. Je donne des éléments à Julien sur la collection, mais en même temps je lui dis qu'il ne doit pas en tenir compte pour sa création. Il m'envoie une idée, je la commente et il arrive très rapidement avec un résultat qui me plaît. L'art de la tête.

Quelle est l'importance d'un défilé pour du prêt-à-porter masculin ?

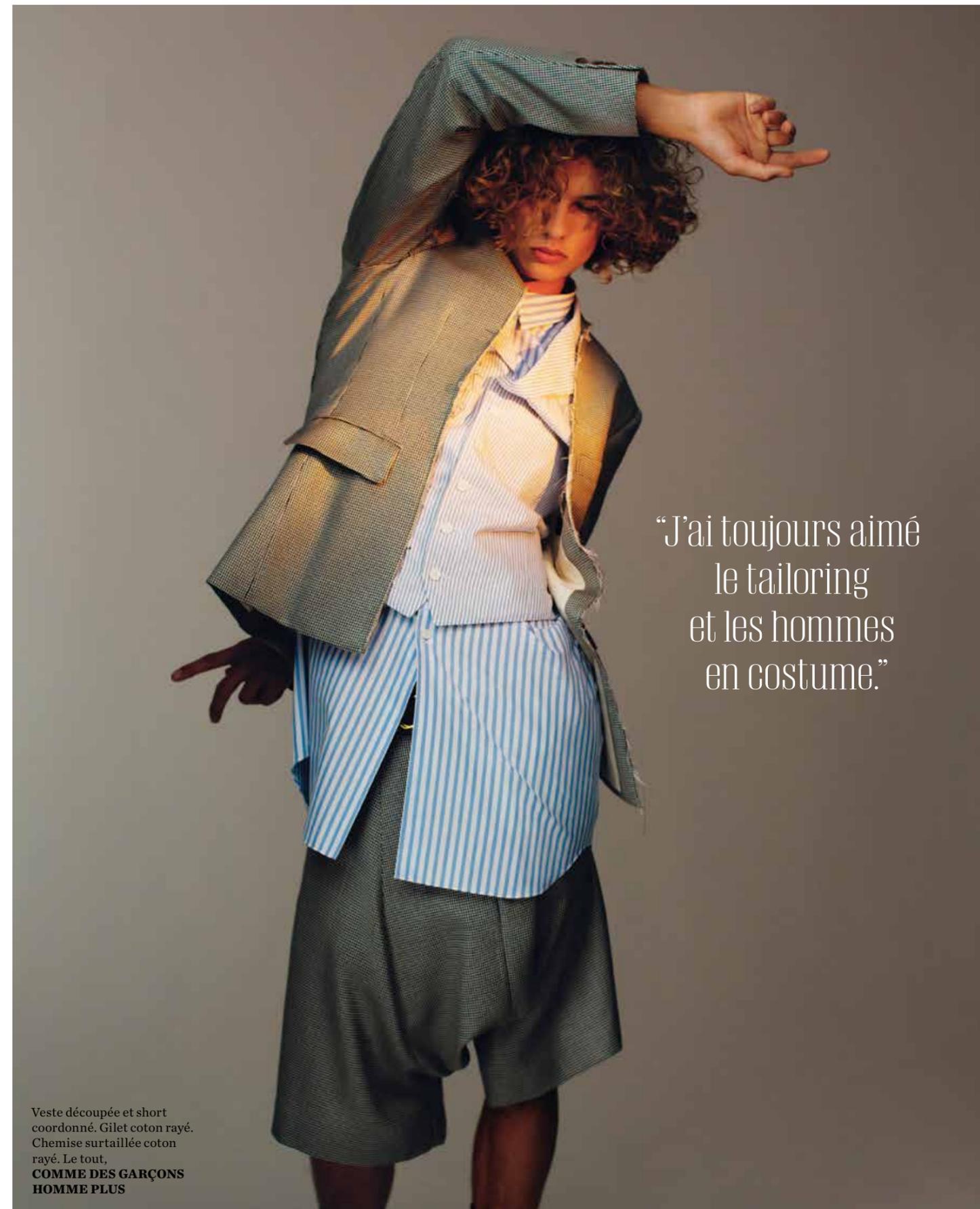
Un défilé, bien que n'étant pas un idéal dans l'absolu, reste le meilleur moyen de montrer des vêtements en mouvement. Les vêtements ont pour vocation d'être portés ■



Veste et short coordonnés
coton et polyester
imprimé chasseur.
Gilet imprimé coton riveté.
Chemise coton imprimé.
Le tout, **COMME DES
GARÇONS HOMME PLUS**



Veste et short découpés
coton noir. Gilet coton blanc.
Chemise surtaillée
coton blanc.
Le tout, **COMME DES
GARÇONS HOMME PLUS**



“J’ai toujours aimé
le tailoring
et les hommes
en costume.”

Veste découpée et short
coordonné. Gilet coton rayé.
Chemise surtaillée coton
rayé. Le tout,
**COMME DES GARÇONS
HOMME PLUS**



Veste rayée matière technique rivetée et pantalon coordonné.
Chemise coton noir.
Chaussures cuir bicolore.
Le tout, **COMME DES GARÇONS HOMME PLUS**



Veste queue-de-pie polyester noir et short coordonné.
Veste coton blanc. Le tout,
COMME DES GARÇONS HOMME PLUS