

DES DISEINERS

M-AUDACE



Superstars de la mode ou talents oubliés, ils ont bousculé la norme pour en établir de nouvelles.

Par LAURENT DOMBROWICZ

CLAIRE MCCARDELL (1905-1958)

LE PRÊT-À-PORTER

Avant-guerre, les femmes n'avaient guère de choix, en dehors de la haute couture pour une poignée d'entre elles, entre leur couturière de quartier ou quelques articles de confection de piètre qualité. Cette Américaine qui a étudié la mode à Paris et disséqué le travail de Madeleine Vionnet rêve de proposer à ses contemporaines des vêtements modernes, abordables et faciles à vivre. En 1938, elle crée la *Monastic Dress*, une robe ample ceinturée et taillée dans le biais pour plus de fluidité. Vendue à 29,95 \$, c'est un triomphe. En 1942, son modèle *Popover* rencontre un succès encore plus grand. C'est l'essor du prêt-à-porter, une vraie invention américaine qui entend s'émanciper du *leadership* parisien en termes de création. Le coton, le denim et le jersey, matériaux "pauvres", seront ses tissus de prédilection, y compris dans les années 1950, une fois les restrictions d'approvisionnement révolues.

PHOTO: BETTMANN/GETTY

JACQUES ESTEREL (1917-1974)

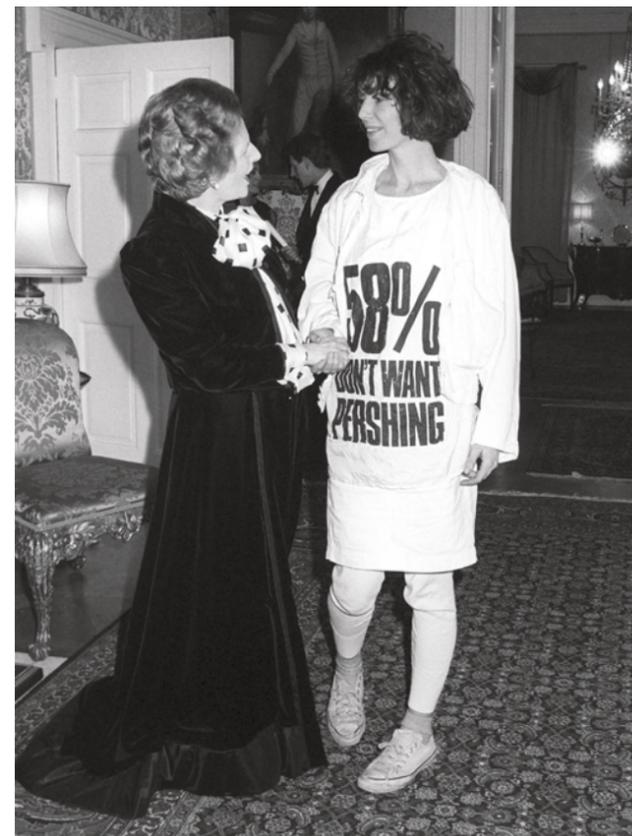
L'UNISEXE

Artiste, artisan, auteur-compositeur, ce touche-à-tout de génie ouvre sa maison de couture en 1959 tout en développant des partenariats avant-gardistes pour l'époque: un concept de couture-coiffure en partenariat avec Jean-Marc Maniatis, les uniformes de l'équipe olympique française pour Tokyo 1964 et Mexico 1968, mais aussi une réflexion sur l'habit épiscopal au lendemain du concile Vatican II. En 1965, il organise un défilé en ouverture d'un concert de Johnny Hallyday et y présente un kilt pour homme. En 1966, ce sera une jupe. En ces années pop où toutes les utopies se côtoient, la mode unisexe fait ses premiers pas avec Jacques Esterel aux avant-postes. Pour ceux (il en reste) qui ne peuvent pas se résoudre à vivre nus, cette proposition est tentante. Elle plaît à la presse qui adore les révolutions mais ne s'installe pas dans la France d'Yvonne de Gaulle. Un demi-siècle plus tard, la déferlante *genderfluid* lui donnera raison.

→
Manteaux en plumes de paon et collants de soie noire unisexes réalisés par Jacques Esterel, juillet 1970

↓
Katharine Hamnett et Margaret Thatcher au 10 Downing Street, 17 mars 1984

←
Ensemble de sport par Claire McCardell, juin 1952



PHOTOS: POPPERFOTO/GETTY / PA IMAGES/ALAMY

KATHARINE HAMNETT (1947-)

LA MODE ENGAGÉE

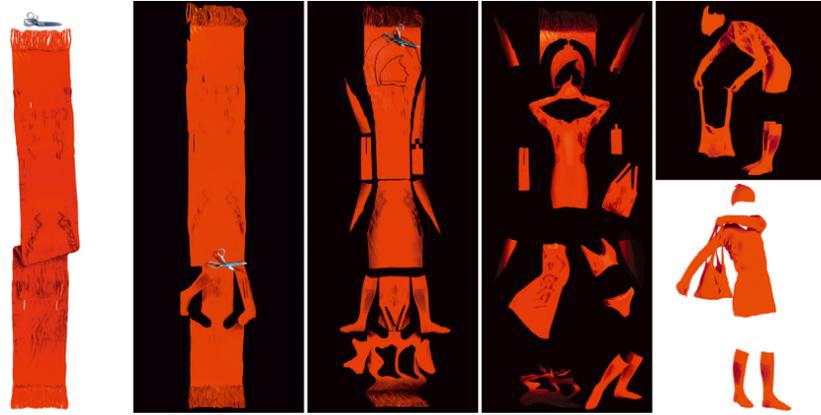
Au crépuscule des années 1970, la Grande-Bretagne est en crise mais sa scène créative fourmille de talents hors pair qui vont s'exprimer avec fracas dans la décennie suivante. Katharine Hamnett, qui a étudié à la Saint Martin's School of Art, veut s'éloigner de préoccupations uniquement formelles. Éthiques et politiques, ses premiers T-shirts à message enflamment la scène pop et en particulier le "CHOOSE LIFE" arboré par le groupe Wham! en 1983-1984. Des slogans simples, imprimés en XXL dans une typo ultra lisible, voilà le credo qu'elle défend avec rage depuis quarante ans, le reste de ses créations étant peu ou prou oubliées. Elle fut aussi pionnière, avec une toute jeune Naomi Campbell, dans la promotion de mannequins *blacks* qui étaient encore rares sur les podiums, y compris à la *fashion week* londonienne. Le plus haut fait d'armes de Katharine Hamnett reste sa rencontre frontale avec la Première ministre Margaret Thatcher en 1984, où la créatrice arbore son T-shirt "58% DON'T WANT PERSHING". Une référence au sondage d'opinion défavorable à l'installation des missiles américains Pershing sur le territoire britannique. En 2003, son slogan "STOP WAR, BLAIR OUT", lancé en plein conflit irakien, n'aura pas le même retentissement. ●●●

...

A-POC BY ISSEY MIYAKE (1938-2022)

LE ZÉRO DÉCHET

Créateur concepteur, il fut le premier Japonais à défilé à Paris en 1973 avec des spectacles proches de la performance. Natif de Hiroshima, Issey Miyake a toujours œuvré pour la célébration du beau mais aussi pour le progrès, en mettant au point de nouvelles techniques de fabrication et de production. Outre la célèbre ligne de plissé permanent en polyester "Pleats Please" lancée en 1993, il crée A-POC (*A Piece Of Cloth*) quatre ans plus tard. Le concept repose sur une optimisation d'un morceau de tissu tubulaire pré-cousu, dont sont issus divers vêtements thermo-soudés. Les chutes de tissu, quasi réduites à néant, sont ensuite recyclées.



↑
A-POC QUEEN,
Issey Miyake
printemps-été 1999

↙
Défilé Jean Paul
Gaultier automne-
hiver 1996/1997

JEAN-PAUL GAULTIER (1952-)

LA HAUTE COUTURE POUR HOMME

Pionnier sur de nombreux fronts (influence du *street style*, récup', inclusivité, etc), le plus aimé des couturiers français a été particulièrement actif sur le changement de perception de la masculinité et de la virilité. Marins, voyous et garçons fragiles hantent depuis toujours ses collections et défilés. Deux ans après avoir lancé son parfum best-seller *Le Mâle*, Jean-Paul Gaultier présente "L'Homme moderne" pour la saison automne-hiver 1996/1997. *Tailoring* extrême, plumes et broderies sont au cœur de ce rendez-vous d'exception entre un atelier couture et une vision avant-gardiste. L'homme haute couture est devenu aujourd'hui presque banal, dopé par un marché en pleine expansion. Dolce & Gabbana Alta Sartoria, Valentino, Balenciaga et même Elie Saab y ont succombé.

L'HOMME HAUTE COUTURE EST AUJOURD'HUI DEvenu PRESQUE BANAL, DOPÉ PAR UN MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION

PHOTOS: PASCAL ROULIN/ISSEY MIYAKE / GERARD JULIEN/AFP

ANDRE WALKER (1966-)

LA NON-SAISONNALITÉ

Enfant prodige de la scène mode new-yorkaise, Andre Walker a quinze ans lorsqu'il présente sa première collection. Il incarne depuis quarante ans l'énergie *underground* de sa ville et a collaboré avec les plus grands, de Marc Jacobs à Comme des Garçons en passant par Virgil Abloh. Ses collections, empreintes de concepts radicaux et de culture artistique sont de vrais manifestes. Il ose parfois s'auto-citer et rééditer plusieurs de ses créations de jeunesse. Il questionne également la saisonnalité avec des pièces faites pour durer dans le temps sans pour autant être considérées comme des basiques. En 2018, il présente à Paris une collection réalisée en collaboration avec Pendleton, l'as de la couverture *made in USA*. La saison indiquée ? 2018-2022, prônant une *slow fashion* sur un rythme de quatre ans. Boutiques et particuliers peuvent passer commande, court-circuitant ainsi le rôle traditionnel des *retailers*. On attend une nouvelle collection d'Andre Walker lui-même où et quand bon lui semblera.

→
Andre Walker
2018/2022

↓
Backstage du
défilé Maison
Martin Margiela,
automne-hiver
1995/1996



MARTIN MARGIELA (1957-)

L'ANONYMAT

La première génération de créateurs dits anversois, auquel Martin Margiela appartient, se rejoint sur un refus du *glam* et du statut flamboyant de designer comme le sont à l'époque Gianni Versace et Thierry Mugler. Après un assistantat fructueux auprès de Jean-Paul Gaultier, Martin Margiela présente sa première collection en 1989 et installe d'emblée bon nombre de codes révolutionnaires : la notion d'archive et de seconde main, l'étiquette blanche qui fait office de signature et une relecture de pièces archétypales du vestiaire. Avant que ce soit une mode de marketing comme aujourd'hui, il substitue à son nom le collectif Maison Martin Margiela et prône l'anonymat sous diverses formes. La blouse blanche pour l'atelier et l'ensemble des collaborateurs, l'absence de salut à l'issue du défilé et le refus d'accorder des interviews en son nom propre. La plupart de ces codes resteront en place après le départ du créateur en 2009. Plusieurs marques ont revendiqué, voire pillé, cet héritage créatif "pragmatique", en particulier "Vêtements" à ses débuts en 2013 ●



PHOTOS: ANDRE WALKER / MARINA FAUST