



POTURRI

Entre sociologie, mode et musique, les Shoppings nous exposent les tendances de la rentrée *Par Ludovic Perrin*

Citizen K International: Quel style s'impose en cette rentrée?

Les Shoppings: Le new folk, du folk aux allures de *life-style* urbain. Ce ne sont plus des cow-boys, mais des Dylan qui vivent en centre-ville. Ils font Paris-Tokyo dans les vernissages. La country, depuis la redécouverte de Johnny Cash, revient fortement aussi. Et je crois à un *revival* de la new wave. Elle existait déjà *via* l'electro-rock, mais ça va continuer avec le film sur Ian Curtis (le chanteur suicidé de Joy Division), *Control*. Ou *This is England* sur les skinheads. Un film qui nous apprend à porter un jean. C'est un *revival* du look skinhead, mais pacifique. Et n'oublions pas le metal.

Au sein des Shoppings, nous avons un projet de metal tout simplement parce que nous étions des *metal kids*.

CKI: Quel est le point de jonction de ces genres disparates?

S: LiPod. Les 14-17 ans consomment aujourd'hui la musique de manière totalement éclatée. Ils ne se repèrent plus par album, mais par environnement à travers les play-lists des radios-blogs. Ils consomment des univers. Dans leur iPod, à la lettre "j", on passe de Jacques Brel à Justice, *via* Johnny Rotten! Ces *kids* ont digéré un demi-siècle de musique slash alternative! Je déteste l'attitude vieux con "c'était mieux avant". Ceux qui disent ça, prenez la peine d'ouvrir les iPods de vos gosses.

"Nous étions des metal kids"

CKI: Et pour les fringues?

S: Pareil, look iPod. Les tribus, c'était les années 1990. Aujourd'hui, on n'est ni punk ni hippie, mais hybride. Les gosses *cuttent* dans le Web pour se créer un monde. Alors qu'on les croit rivés sur les marques, ils s'appuient sur une recherche authentique de style. Ils ont des références historiques, même si Pete Doherty et Kate Moss restent au top. Une soirée rock à la Flèche d'or, c'est bourré de petites nanas à la recherche de leur Pete Doherty. Elles ne veulent pas d'un footballeur!

CKI: Au départ, les Shoppings étaient le groupe d'une saison. Pourtant vous durez...

S: Il y a quelques mois, on pensait être à l'apogée. Un album de rock-punk qui parle de mode, on se disait que ça n'amuserait qu'un temps. En fait, on nous demande de plus en plus, en province, à l'étranger. Le groupe devient une marque. En même temps, il ne faut pas se leurrer, les bases sont nécessaires pour durer. En ce sens, il faut se méfier. On a connu des mecs qui pensaient qu'il suffisait d'être *hype* pour réussir. Mais non... Ceux qui durent, ce sont des types avec des bases. Ils ne sont pas arrivés avant-hier, ils ont écrit, réfléchi, monté des projets. À partir de là, ils peuvent offrir de la légèreté et s'improviser Dj.

CKI: Un deuxième disque?

S: Tout d'abord une chanson sur le samedi soir. *Saturday night fever*, c'était bon dans les années 1970. Maintenant, c'est *Saturday nightmare*. Le samedi soir, il faut louer des films ou aller à un dîner. Sortir, non! C'est comme partir en vacances au mois d'août...

CD *The Shoppings* (Ici d'ailleurs)