

Dressing en mode sélectif



MODE

Marre de se dire "Je n'ai rien à me mettre" devant une penderie qui déborde ? Elles sont de plus en plus nombreuses à vider drastiquement leurs placards pour ne garder que l'essentiel.

Par **Anne-Sophie Hojlo** Publié le 16 mars 2015 à 12h23

Trois jeans, trois pulls, trois vestes, trois paires de chaussures. Voilà à quoi se résume l'essentiel de la garde-robe d'Eva pour cet hiver. La jeune femme se décrit pourtant comme passionnée de mode. Il y a deux ans, ses placards étaient pleins à craquer. "J'étais accro au shopping", se souvient-elle. "J'achetais toutes les semaines, au moins des bricoles. Au final, j'accumulais beaucoup d'articles qui ne me correspondaient pas." Jusqu'à la goutte d'eau qui a fait déborder le vase.

Après un après-midi de courses, je me suis rendu compte que rien ne me plaisait plus, une fois rentrée chez moi. J'avais envie de jeter tous mes achats, et le reste de ma penderie avec."

Eva décide alors de se lancer dans un tri drastique. Objectif : se constituer une "capsule wardrobe" ou "garde-robe capsule". Le concept a été popularisé en 2010 par la blogueuse norvégienne Dead Fleurette. Prenant conscience du fait qu'elle portait presque toujours la même chose, elle a raconté des mois durant, à coups de clichés minimalistes ultraléchés sur Instagram, son "odyssée du style" vers un dressing épuré, ne contenant que des pièces adaptées à sa silhouette, à son style, pouvant facilement s'associer. Au même moment, Courtney Carver lançait sur son blog le Project 333, ou comment ne porter que 33 vêtements et accessoires pendant trois mois.

Fast fashion

Encore plus extrême, dès 2009, Sheena Matheiken, une jeune Indienne installée à New York, s'était astreinte à enfiler pendant un an la même robe, accessorisée chaque jour de façon différente. La "capsule wardrobe" a depuis fait florès sur la blogosphère anglo-saxonne, puis française, et désormais au-delà : Eva, qui a ouvert à son tour un blog pour partager sa démarche, est... archéologue de profession.

Première étape, cruciale, pour l'adepte de la garde-robe capsule : le tri. Depuis l'installation en France, à l'orée des années 2000, des géants de la fast fashion H&M et Zara, nombreuses sont celles qui, comme Eva, se retrouvent face à une penderie qui déborde.

Ces enseignes permettent de consommer ce qu'on voit sur les podiums à un instant T, avec des nouveautés en rayon en permanence, à des prix plus qu'accessibles", souligne Pascal Monfort, consultant et sociologue de la mode.

Pour contrer l'accusation de snobisme, Jeanne-Aurore Colleuille invoque le bon sens de nos grands-mères : "La mienne m'achetait une belle paire de chaussures à la rentrée, ça représentait un certain budget, mais justement il fallait en avoir pour son argent et qu'elles me tiennent l'année. "Reste que tout le monde n'a pas les moyens de bazarder ses sacs Zara pour investir dans un Vuitton. "Ce n'est pas une question d'argent", rétorque Laure Gontier. "Si vous ne pouvez pas vous offrir un beau sac en cuir, un cabas en toile sera tout aussi increvable. Et les dépôts-ventes permettent d'acheter de belles pièces à moindre coût."

Une manière d'être dans une quête perpétuelle ?

L'ennemi juré de la garde-robe minimale : l'achat coup de coeur. Les adeptes insistent sur la nécessité de prendre son temps, de réfléchir... quitte à passer pour "une cliente bizarre", reconnaît Eva. "Acheter devient plus compliqué, admet Balibulle. Je cherche un caban, qui va me suivre un moment, dans lequel je veux investir, et donc qui doit valoir le coup. Je suis obligée de scruter le moindre détail, la couleur des boutons, les pattes ou pas sur les épaules..."

"Comme l'addiction au shopping, cela peut représenter une manière d'être dans une quête perpétuelle", prévient la psychologue Elise Ricadat. Mais toutes les converties à la garde-robe capsule vous le diront : elles se sentent "apaisées". "C'est un vrai plaisir d'avoir moins de choix, de se limiter à ce qu'on aime et qui nous va vraiment. De faire la paix entre le moi réel et le moi fantasmé", avance Balibulle.

Tout ça peut paraître futile", affirme Jeanne-Aurore Colleuille, "mais ça dépasse les histoires de fringues, ça interroge la manière dont on vit, notre rapport aux objets. C'est une autre manière de consommer."

Vers le déclin de la fast fashion ? Voire. H&M et Zara ont évidemment flairé le filon. Et n'ont pas tardé à lancer des lignes ou des sous-marques – & Other Stories, COS, Studio – répondant à cette aspiration pour les basiques, les belles matières et les coupes soignées.

Anne-Sophie Hojlo



Anne-Sophie Hojlo
Journaliste