Le Monde

DINNER
BREAKFAST
L' ETINCELLE
LUNCH
CAFE L'ETINCELLE
LE BHV MARAIS

Le chic s'entiche du gay Marais

Par Alice Pfeiffer

ANALYSE

Publié le 07 avril 2016 à 19h07 - Mis à jour le 14 avril 2015 à 11h26

Le prêt-à-porter masculin de luxe investit le repaire de la communauté homosexuelle parisienne. Objectif : capter une clientèle aisée et branchée. Au risque de faire perdre au quartier sa singularité.

Marqué par une double identité juive et gay, le Marais se transforme peu à peu sous les coups de boutoir du prêt-à-porter. La boutique Fendi, rue des Archives. Yann Stofer pour M Le magazine du Monde

Givenchy, Gucci, Moncler et Fendi. Début 2015, ce sont quatre grands noms du luxe qui ont ouvert quasi simultanément leur nouvelle boutique homme, côte à côte, en plein Paris. Avenue Montaigne ? Non, au cœur du Marais gay, bien loin du Triangle d'or pour lequel optent habituellement ces griffes à la clientèle au portefeuille bien garni. C'est un Marais hybride et en pleine mutation auquel semblent s'adresser ces marques, un Marais qui fait désormais le grand écart entre happy hour gay friendly et consommation de luxe.

« Aujourd'hui, cette typologie de consommateurs est très convoitée en raison de son pouvoir d'achat et de son intérêt pour la mode et le luxe. Les spécialistes du marketing aux Etats-Unis les appellent les Dinks, Double Income, no Kids (« *deux salaires, pas d'enfants* »*)*, explique le sociologue Pascal Monfort, intervenant à HEC Paris.

Plusieurs grandes maisons telle Givenchy ont élu domicile rue des Archives, non loin du Cox, institution gay du quartier. Yann Stofer pour M Le magazine du Monde

Un quartier central de Paris qui attire aussi la clientèle touristique (le Centre Pompidou est à deux pas). Ce sont ces clients que vise le nouvel espace de Givenchy, dont l'architecture intérieure est signée Riccardo Tisci, lui-même un ancien habitant du quartier. Plus de 400 mètres carrés meublés avec du Jean Prouvé, des étalages mêlant sac à dos à l'inscription « Pervert 17 », clous d'oreilles, grosses baskets et petite maroquinerie. Le rez-de-chaussée a été pensé comme un bazar d'accessoires. L'étage, plus luxueux, accueille les costumes classiques et la dernière collection. Son bailleur ? Le même que celui de Gucci, Moncler et Fendi : le BHV, tout proche. Historiquement plus connu pour son sous-sol « Bricolage » que pour l'exclusivité de son offre vestimentaire, ce grand magasin cherche aujourd'hui à monter en gamme et à étendre son offre pour messieurs afin de répondre aux nouvelles envies d'une « faune » locale en évolution.

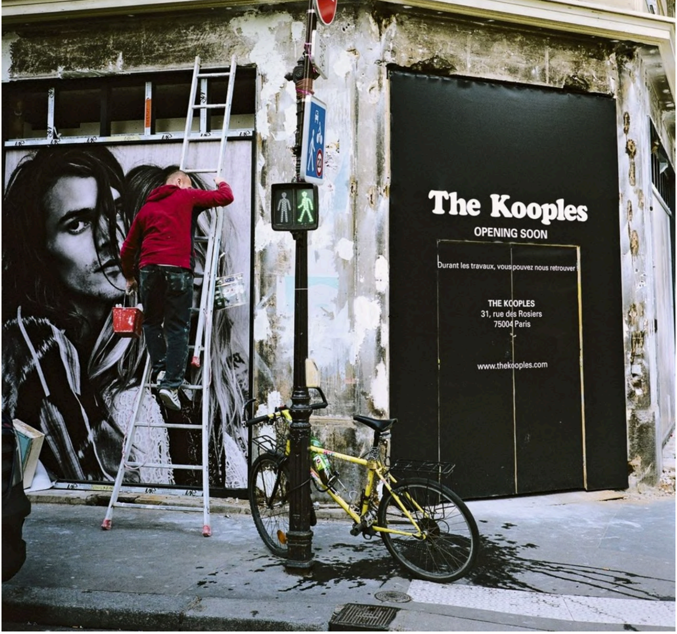
« SoMa », nouveau QG du luxe ?

D'abord habité par l'aristocratie avant la Révolution française, le Marais a ensuite accueilli les communautés juives, chinoises, et homosexuelles. Alors que le « Haut Marais » joue depuis déjà plusieurs années les ghettos pour bobos, le « Bas Marais », situé entre la rue du Temple et la rue Vieille-du-Temple, était jusqu'ici plutôt renommé pour sa vie nocturne débridée. La zone – déjà rebaptisée par ses habitants « SoMa » (« South Marais », en clin d'œil à la géographie de New York, notamment au quartier de SoHo) – serait-elle en train de devenir le nouveau QG du luxe ?

Lire aussi (édition abonnés) : La communauté gay actrice de la gentrification

Pour Pietro Beccari, PDG de Fendi, c'est la mixité intrinsèque au quartier qui a attiré la marque : *« Sa position dans le cœur d'un Paris historique et typique, et sa clientèle de plus en plus jeune et cool, montre des aspects proches de la personnalité Fendi : la coexistence harmonieuse de la modernité et la tradition »,* explique-t-il. Pascal Montfort l'analyse autrement : pour lui, ce Marais est aujourd'hui branché *« parce qu'il est authentique : c'est une destination de vie avant d'être une destination de luxe »*. D'ailleurs, c'est tout près, dans le sex-club gay Le Dépôt que le défilé automne-hiver 2015-2016 du collectif luxueusement pointu Vêtements était orchestré.

4ème ARR.
RUE
STE CROIX
DE LA BRETONNERIE



The Kopples s'apprête à remplacer la mythique librairie Agora, premier distributeur du magazine gay "Têtu". Yann Stofer pour M Le magazine du Monde

Cette évolution est à double tranchant puisqu'elle marque aussi la fin de lieux mythiques comme la librairie Agora, premier distributeur du magazine gay *Têtu,* qui va être remplacée par une boutique The Kooples. On parle aussi de l'ouverture d'une immense épicerie de luxe du BHV, qui ferait concurrence à la Grande Epicerie du Bon Marché. Un luxe qui *« amuse et inquiète »* la population, confie un habitué du bar gay Le Cox. Le surnom de ce désormais voisin de Gucci ? Le « Cocox », en référence à Coco Chanel, clin d'œil à l'embourgeoisement du quartier.

Photos Yann Stofer pour M Le magazine du Monde

Alice Pfeiffer