

# Quand la mode descend dans la rue

by Mathilde Berthier  
27.03.2017

**Longtemps prisonniers des podiums, les créateurs se réapproprient avenues, quais et centres commerciaux pour défiler. La mode connaîtrait-elle enfin sa Nouvelle Vague ?**

*"Ah ! ce Paris... Il est à nous, il n'y a qu'à le prendre. (...) Et le pavé semblait à eux, tout le pavé battu par leurs semelles, ce vieux sol de combat d'où montait une ivresse qui grisait leur lassitude."* (Émile Zola, L'Œuvre) Conquérante, la mode l'est de nouveau, après plusieurs décennies de retraite dans des espaces confinés. En février dernier, à New York, Marc Jacobs a fait tomber les podiums et les murs, comme pour recouvrer l'essence même du prêt-à-porter, la rue. Cette fureur de vivre couve depuis plusieurs années : en 2014, Chanel défilait sur un boulevard (de carton-pâte, certes), pour mieux crier sa ferveur féministe. Kenzo, la même année, déambulait (sous la pluie) sur le pont Alexandre-III. Cette saison, la tendance s'affirme et s'étend de New York à Paris : Ralph Lauren présente sa collection printemps-été 2017 devant sa boutique de Madison Avenue ; Paul & Joe investit les quais de Seine, fraîchement désertés par les voitures ; Koché défile sous la canopée flambant neuve des Halles, après avoir squatté tour à tour la place Carrée et le passage du Prado... Chanel, encore elle, s'était offert quelques semaines plus tôt les vibrations nocturnes du Paseo del Prado, à La Havane, pour son défilé croisière.

Comme toujours, quand la mode est dans le coup, on se demande si la démarche est nécessaire ou gratuite, juste bonne à faire du clic ou à aérer les neurones de journalistes engoncés, deux fois trente jours par an, dans des halls obscurs. Pour Marc Jacobs, qui a donc orchestré son show automne-hiver 2017/18 à la Seventh Regiment Armory puis sur Park Avenue, il fallait nécessairement le fouler, ce pavé : *"C'est pendant mes études à la High School of Art and Design que j'ai commencé à sentir et comprendre l'influence du hip-hop sur les autres genres musicaux, sur l'art et sur la mode. Cette collection est un témoignage de mon respect envers une génération qui restera à l'origine de la youth culture."* Quintessence du streetwear, le hip-hop n'est pas né de la cuisse de Kanye West : il a vu le jour dans le Bronx, au tout début des années 1970, porté par des break dancers de rue, magnats du tag et du beatbox. Ce n'est pas qu'à New York que la rue a façonné la mode : le style kawaii est né dans le quartier tokyoïte de Shibuya ; le style hippie, sur les pelouses de Woodstock ; le punk, à Hampstead. Alors, quoi de plus cohérent que de défiler à l'air libre ?



**"C'est un juste retour des choses. Il n'y a pas plus franc comme point de vue que de rendre hommage à l'endroit où la mode est née. C'est un peu premier degré en même temps de dire que l'on rend hommage à la street culture en sortant dans la rue", analyse Pascal Monfort, qui dirige le cabinet de conseil en tendances REC.**

Hommage sincère au passé et éloge de la *street culture*, le catwalk de rue est aussi l'occasion, pour les maisons de luxe, de descendre de leur piédestal et de reconquérir des voix. Cette démythification tombe du ciel tant la mode a perdu de vue, ces dernières années, qu'elle devait être portée pour exister : *"Il n'y a pas de mode si elle ne descend pas dans la rue"*, ne manquait pas de rappeler Gabrielle Chanel. En dépoussiérant leur cérémonial, les créateurs imitent les François Truffaut, Jacques Rivette et autres Jean-Luc Godard qui ont, dans les années 1950, délaissé les studios de cinéma pour battre le pavé parisien. Cette Nouvelle Vague est d'autant plus nécessaire que, avec l'avènement des réseaux sociaux, le confinement de quelques privilégiés, de la presse et des acheteurs n'a plus lieu d'être : *"Défiler dans la rue, c'est aussi démontrer une bonne fois pour toutes que les murs ne servent plus rien car, de toute façon, les images seront diffusées en temps réel sur les réseaux sociaux. Comme cette espèce d'écrin secret des podiums a éclaté de façon virtuelle, autant le faire éclater de façon réelle. Le présent du défilé n'appartient plus aux happy few. L'ère du secret a disparu"*, poursuit Pascal Monfort. Impossible enfin d'occulter le contexte politique. En sortant dans la rue, en mimant son émulation, certains designers allient geste créatif et geste militant. Pour leur défilé new-yorkais du 13 février dernier, les directeurs artistiques de Proenza Schouler ont clairement exprimé leur opposition à l'administration Trump. Et, encore une fois, c'est la rue qui revient sur le tapis : *"Ce n'est pas le moment de rester chez soi en peignoir et en pantoufles. C'est le moment d'enfiler des chaussures plates, un perfecto et d'aller manifester pour défendre des causes justes."* Le message est passé.