

Streetwear, plus que jamais un luxe suprême

Par Sophie Abriat | Le 26 août 2018



Ce style vestimentaire fait fureur, jusqu'à gagner toutes les strates de la fashion sphère. Tendace durable ou phénomène spéculatif ?

Révolution culturelle

«Je ne me suis jamais considéré comme un designer», lançait paradoxalement James Jebbia, fondateur du label Supreme, au moment de recevoir cette année la statuette de meilleur designer de mode masculine décernée par le CFDA (1). Cette reconnaissance institutionnelle pour une marque de skate – valorisée un milliard de dollars –, et pour le **streetwear** en général, a aussi atteint des sommets en mai, lorsque Artcurial a organisé une vente aux enchères autour de la culture urbaine américaine, avec de nombreux lots signés Supreme. La malle **Louis Vuitton** × Supreme a ainsi atteint 88.400 euros. Un tee-shirt s'est, lui, envolé à 9 800 euros. «Un an à peine après leur sortie, ces produits sont déjà vintage et associés à des classiques de l'époque. On assiste à une "casualisation" du **luxe**», indique Joëlle de Montgolfier, directrice senior chez Bain & Company, cabinet de conseil en stratégie. Bien conscient de cette évolution, **LVMH a ainsi nommé Virgil Abloh**, icône de la culture street, à la tête de la direction artistique de Louis Vuitton Homme.

Marché parallèle

Vendues en éditions limitées – ce qui est le *business model* de Supreme –, les pièces s'écoulent sur un marché de la revente, avec des prix astronomiques. Un exemple : les **sneakers** Chanel × Pharrell Williams × Adidas édités en 500 exemplaires à 1 000 euros la paire ont été revendues 20.000 euros sur eBay. Et certaines pièces Supreme sont annoncées six fois plus chères sur les sites de revente en ligne. Ce marché parallèle a fait naître des «dealers» de mode : c'est à eux que s'adressent désormais bon nombre d'acheteurs pour se procurer la pièce tant désirée. Plus institutionnels, des concept-stores spécialisés ont aussi vu le jour, tels Afterdrop, à Paris, ou les boutiques Stadium Goods, à New York. Et depuis 2016, le marché des sneakers a même sa bourse de cotation sur le site **stockx.com**, sur lequel on peut voir évoluer le cours des baskets en temps réel.

Succès réel

«Les jeunes en ont assez du street style, des logos et du skateboard. Ce sont leurs parents qui ont lancé cette tendance», déclarait Miuccia Prada lors de son dernier défilé homme. Entre la lassitude de certains designers, les prix délirants et l'hyperoffre, le streetwear serait-il atteint d'essoufflement ? «Non, déclare Pascal Monfort, fondateur de REC, cabinet de conseil en marketing des tendances. Au contraire, l'alliance entre les marques de luxe et les labels de streetwear se consolide, jusqu'à atteindre un niveau de complicité inédit». Un point de vue corroboré par les chiffres. Selon Bain & Company, le streetwear de luxe a connu une croissance exceptionnelle en 2017. Les ventes globales de baskets ont augmenté de 10 %, se chiffrant à 3,5 milliards d'euros, surpassant la hausse de 7 % des ventes de **sacs à main**.

(1) Council of Fashion Designers of America.