

LE RÉTRO DANS LE VISEUR

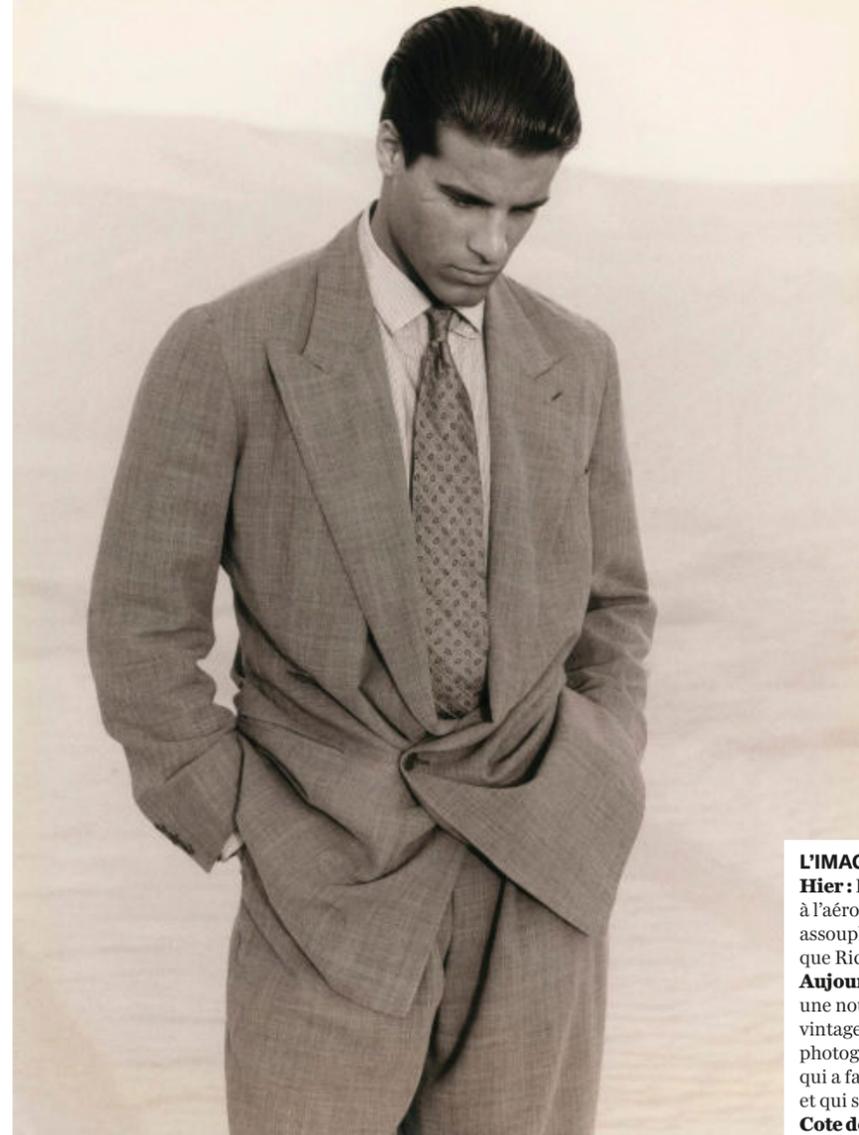
L'obsession de la mode pour son patrimoine lui donne ces temps-ci un petit goût de "c'était mieux avant". Plutôt que d'y voir un manque de créativité ou une simple poussée nostalgique, cette tendance permet surtout de (re)mettre un éclairage sur des silhouettes, des tendances ou des lieux inusables qui habillent impeccablement cette époque – et peut-être même les suivantes.

PAR JULIEN LAMBEA

DANS LE MILIEU DE LA MODE, 2025 restera gravée comme un moment charnière. Depuis l'année dernière, les changements de designers à la tête des grandes maisons de luxe battent leur plein, et le mercato est venu chambouler une industrie qui ronronnait gentiment. Si la reconfiguration du paysage créatif est forcément une promesse de nouveauté, on constate que le mot d'ordre ces temps-ci serait plutôt : "faites du neuf avec du vieux". En juin dernier, Jonathan Anderson présentait sa garde-robe inaugurale pour l'homme Dior, enchaînant les références au patrimoine de la maison avec, par exemple, des shorts cargo inspirés de robes couture du temps de Christian Dior. Même son de cloche pour Michael Rider, nouveau directeur artistique de Celine, dont les clins d'œil à l'époque de ses prédécesseurs Phoebe Philo et Hedi Slimane, se

sont multipliés pour son premier défilé en juillet. Idem pour Demna qui, fraîchement débarqué de Balenciaga pour Gucci, a terminé sa décennie de design pour la griffe espagnole par une compilation de ses meilleures silhouettes. L'obsession pour bon nombre de designers serait donc de se plonger dans les archives des marques pour lesquelles ils travaillent, et de reposer des jalons historiques déjà connus du public. Une tendance alimentée par des logiques commerciales : en temps de crise, les marques tendent à se réfugier auprès de produits "valeurs sûres", ceux qui ont fait leur réputation, traversé les époques, et continuent de susciter l'engouement. Ce phénomène n'est absolument pas cantonné à l'industrie de la mode et s'observe dans tout le champ culturel de notre époque, où les vieilles franchises et la fièvre des revivals fait rage. Ce mécanisme, situé bien au-delà de la

simple nostalgie, a d'ailleurs été conceptualisé par le philosophe américain Grafton Tanner qui l'a baptisé de "foreverism" ou l'art d'inscrire les chose du passé pour les ancrer dans le présent et les rendre inusables, inoxydables, presque éternelles (d'où le "forever" soit "pour toujours"). La mode, dont l'adage affirme qu'elle est cyclique, n'échappe évidemment pas à ce travail du temps. La preuve avec bon nombre de phénomènes de mode qui continuent d'influencer et d'obséder à peu près tout le monde, créateurs comme consommateurs : de la silhouette affûtée imaginée par Hedi Slimane au début des années 2000 qui fait fureur sur TikTok, au comeback inattendu du style Oasis à grand renfort de parkas en nylon, hier semble plus que jamais être l'obsession de demain. De quoi dresser une liste (non exhaustive) de ces motifs que l'on croyait appartenir au passé et qui s'accrochent inexorablement à notre présent. ❖



L'IMAGERIE ARMANI D'ALDO FALLAI

Hier : Légende milanaise dont le logo règne en maître dès l'arrivée à l'aéroport, Giorgio Armani a marqué l'histoire de la mode en assouplissant le tailoring de manière à rendre ses porteurs aussi suaves que Richard Gere dans *American Gigolo*.

Aujourd'hui : Cinquante ans après ses débuts, le look qu'il a créé fédère une nouvelle génération de fans qui documentent leurs trouvailles vintage sur TikTok en essayant d'émuler l'allure des publicités photographiées par Aldo Fallai dans les années 70 et 80. Une imagerie qui a fait l'objet d'une exposition en 2024 au Armani/Silos à Milan et qui semble n'avoir jamais été aussi influente.

Cote de foreverisme : 2,5/5

LA SILHOUETTE HEDI SLIMANE

Hier : Souvent crédité pour avoir révolutionné la mode masculine en introduisant la silhouette skinny, Hedi Slimane a pratiquement façonné l'esthétique rock des deux dernières décennies à lui tout seul.

Aujourd'hui : Alors que le créateur a quitté la maison Celine en octobre dernier et qu'il semble s'être absenté (momentanément ?) de la planète mode, l'apparition du phénomène des "Hedi Boys" sur les réseaux sociaux raconte que son influence est encore massive. Ces jeunes gens stylés se chargent donc de faire revivre le look initié par Hedi Slimane chez Dior Homme puis Saint Laurent à grands coups de jeans skinny, boots effilées et blousons en cuir étriqués, qu'il s'agisse des pièces d'origine ou de simples ersatz. À quand le retour d'Hedi dans une grande maison de luxe ?

Cote de foreverisme : 3,5/5



DANIELE OBERAUCH, FRANCOIS GUILLOT, ALDO FALLAI



Boy George

LE BLITZ CLUB

Hier : Ouvert par Steve Strange et Rusty Egan en 1979, le Blitz Club de Londres a quasiment façonné l'esthétique des années 80 en moins de deux ans. John Galiano, Boy George, Sade, Stephen Jones et d'autres étudiants de la Saint Martin's School of Art y ont trouvé un espace d'expression loin de toute discrimination autre que celle du dress code excentrique. Cet effort de parure, hair & make-up donnera naissance au look dit des "New Romantics" qui figureront même dans le clip de "Ashes to Ashes" de leur idole David Bowie.

Aujourd'hui : Racontées dans le documentaire *Blitzed!*, visible sur Netflix, et bientôt dans une exposition au Design Museum de Londres, les années Blitz sont une sorte de paradis perdu pour les gens de la mode. Si vous connaissez un lieu avec un tel bouillonnement créatif en 2025, écrivez-nous.

Cote de foreverisme : 1/5



LE WORKWEAR À LA FRANÇAISE

Hier : Les Américains ont le blue-jean, nous avons le bleu de travail. Une pièce qui n'est plus beaucoup portée sur les chantiers mais qui a trouvé une seconde vie dans les collections des marques de mode. Elle a même remplacé le blazer pour beaucoup de jeunes actifs.

Aujourd'hui : Même si les logos Carhartt sont encore majoritaires dans les rues de Paris, c'est

le vêtement de travail français au sens large qui intéresse particulièrement les spécialistes du vintage en ce moment, du Marais à Tokyo. Certaines marques artisanales se mettent aussi à recréer certains modèles de vêtements d'ouvriers ou de paysans du début du XX^e siècle avec du tissu ancien.

Cote de foreverisme : 3/5



Kurt Cobain

LE DENIM BRUT

Hier : Si vous avez connu la grande époque de Tumblr et des forums dédiés à la mode masculine *circa* 2010, vous avez peut-être aussi participé à l'âge d'or du denim brut, celui qui devait à tout prix être en toile japonaise "selvedge" et qu'il ne fallait nettoyer qu'une fois par an pour obtenir le délavage artisanal parfait.

Aujourd'hui : Si le Covid nous l'a fait troquer pour un jogging ou un pantalon large, notre petit doigt nous dit qu'on pourrait bien être sur le point d'assister à une nouvelle ruée vers le blue jeans en toile cartonnée. Les prix records pour des vieux Levi's ainsi qu'un défilé Junya Watanabe entièrement consacré à la toile de Nîmes semblent en tout cas formels à ce sujet.

Cote de foreverisme : 5/5



David et Victoria Beckham

COLETTE

Hier : Plébiscitée par les kids et les célébrités, la boutique chic de la rue Saint-Honoré, qui a fermé ses portes fin 2017, semblait réunir voire définir, tout ce qui est "tendance". "Le seul magasin que je visite parce qu'ils ont des choses que personne ne possède encore", disait Karl Lagerfeld à son sujet dans *Business of Fashion*.

Aujourd'hui : Alors qu'on pensait l'existence de ce type de boutique menacée par le e-commerce, l'arrivée du Dover Street Market à Paris montre qu'il y a encore la place pour un *retail* différent de celui des *flagship stores* des Champs-Élysées. Les marques de luxe ont d'ailleurs lancé leurs propres *concept stores* à l'instar de la boutique Saint Laurent Rive Droite qui se trouve sur l'emplacement autrefois occupé par... colette.

Cote de foreverisme : 3/5



Liam Gallagher

OASISCORE

Hier : En plus d'être des légendes du rock british, Liam et Noel Gallagher sont aussi des icônes du style ; capables de rendre cool une pièce comme la fameuse "parka boutonnée jusqu'à la glotte".

Aujourd'hui : Des concerts qui se jouent à guichets fermés, des unes de magazine par milliers, et une nouvelle collaboration avec adidas, le retour fracassant d'Oasis ressuscite dans la foulée le look britpop des années 90. Interviewé par Mr Porter, le professeur de design de mode à l'Université de Westminster, Andrew Groves va même encore plus loin : "On pourrait dire qu'une grande partie de la récente vague de tendances en matière de mode masculine - normcore, gorpcore, blokecore - remonte aux années 90 et au "Gallacore". Tiendrait-on la tendance de l'année ?

Cote de foreverisme : 3,5/5



HELMUT LANG PAR HELMUT LANG

Hier : Légende parfois oubliée des 90's, le designer autrichien Helmut Lang pourrait bien avoir inventé le *quiet luxury* avant l'heure - sans le côté de vieux bourgeois, avec des vêtements simples, qualitatifs et désirables à la fois, avant de tirer sa révérence en 2005 pour se consacrer à l'art contemporain.

Aujourd'hui : Si la marque qui porte son nom existe toujours et que son influence

perdure, aucun directeur artistique n'a su réellement combler le vide qu'il a laissé - on avait pourtant grand espoir dans la tentative de *revival* initiée par Peter Do. Néanmoins, les pièces vintage de l'époque où Helmut Lang officiait chez Helmut Lang sont aujourd'hui très recherchées, et il se dit même qu'on en voit beaucoup circuler dans les studios de création pour servir d'inspiration.

Cote de foreverisme : 4,5/5

BRIAN RASIC GETTY IMAGES, MOHAMED LOUNES/GAMMA-RAPHO, MARC PIASECKI, RON GALELLA, LTD./IRON GALELLA COLLECTION, PIERRE VERDY/AFP