

TENDANCE

On la croyait effacée du vocabulaire de la mode, vidée de son sens. Les dernières collections ont consacré son retour. À travers l'exposition "*Divine Éléance*"* au Printemps Haussmann, "Madame Figaro" en livre sa VISION CONTEMPORAINE. Illustration et analyse.

Par Clara Dufour

É

ULTRAMODERNE
léance

UNE NOTION DÉSUÈTE ?

Aujourd'hui, on dit volontiers d'une femme qu'elle a du style, un look ou qu'elle est fashion. Rarement qu'elle est élégante. Le mot serait-il devenu désuet ?

« Au contraire, c'est une notion moderne et indispensable, analyse la créatrice Nathalie Rykiel. Ce n'est peut-être pas ce que l'on remarque immédiatement chez une femme ou un homme, mais c'est ce qui laisse une trace, comme le

sillage d'un parfum. » Un parfum rare et convoité. « L'élégance n'est pas une question d'argent, c'est une allure, une attitude physique et morale, une exigence autant qu'une distance amusée », précise le designer-esthète Vincent Darré**. Impalpable et mouvante, l'élégance reste une qualité estimée qui évolue avec son temps : « Les vêtements d'apparat ont disparu, constate Maria Luisa, créatrice et directrice d'un des concept-stores les plus ►



PHOTO BENOÎT PEVERELLI. STYLISME SOPHIE MICHAUD. TUNIQUE CELINE. POCHETTE LOUIS VUITTON



TENDANCE ÉLÉGANCE

pointus de la capitale. Il n'y a plus d'obligations rigides. Aujourd'hui, les femmes actives ne se changent plus en fonction des occasions. Elles gardent la même tenue tout au long de la journée, qu'elles transforment le soir en jouant la carte de l'accessoire. C'est une élégance plus difficile à incarner, car elle est plus libre. »

UNE AFFAIRE PERSONNELLE

Il s'agit désormais de cultiver son propre style, sans se soucier des diktats de la mode. Rien n'est véritablement interdit, tout est question de justesse et d'harmonie. « De nos jours, la plus grande vulgarité, c'est la tendance, le côté fashion victim », regrette Victoire de Castellane, directrice artistique de Dior Joaillerie. « Ce sont aussi les marques, le politiquement correct, le conformisme, l'arrivisme, l'ostentation », ajoute André, artiste et roi de la nuit parisienne. Le comble du chic? Ne pas être à la mode et « briller par sa culture plutôt que par sa cravate », s'amuse Olivier Saillard, historien de la mode.

Comment s'y retrouver devant tant de subtilité? « Il n'y a pas de leçon particulière pour être élégant, ce doit être spontané, naturel, si vous vous posez la question, vous ne l'êtes pas, tranche Karl Lagerfeld. Vous pouvez ressembler à la reine du boudin dans une robe ultra-luxe, ce n'est pas le vêtement qui est élégant mais la façon de le porter. » Et lorsqu'on demande au couturier qui incarne le mieux cette notion, il répond dans un sourire : « Ouvrez les yeux et regardez-moi! » Avoir de l'esprit... l'élégance ultime?

LA VERSION 2010

En mode, elle se manifeste aujourd'hui par un retour à une certaine sobriété. « On est moins dans la subversion, davantage dans la discrétion, le raffinement, à la recherche d'une certaine épure comme Phoebe Philo chez Céline, Hannah MacGibbon chez Chloé ou Alber Elbaz chez Lanvin », note Marie Chauveau, présidente de l'agence Mafia et conseillère auprès de marques de luxe. « Ce n'est

pas une mode minimaliste, elle est juste plus posée et rationnelle. On retrouve le goût du beau vêtement atemporel fait pour durer », ajoute Olivier Saillard. Et ce n'est pas un hasard si les créations d'Alaïa, de Karl Lagerfeld pour Chanel et de Martin Margiela sont aujourd'hui considérées comme des classiques. Elles ont en commun de mettre en lumière la personnalité de celles qui les portent et de se faire oublier. « Car finalement, ce qui compte, rappelle Nathalie Rykiel, ce n'est pas le costume, mais ce qu'il y a dans le costume. » ■

* Jusqu'au 20 juin 2010.

** Il expose ses œuvres, en tirage limité, dans sa galerie Maison Darré, 32, rue du Mont-Thabor, 75001 Paris. Tél. : 01.42.60.27.97.

LE PRINTEMPS DES ÎCONES

APRÈS TROIS ANS DE TRAVAUX, le Printemps Haussmann dévoile enfin les trois niveaux de son nouveau concept « Luxe et Accessoires ». « Toute femme élégante s'habille au Printemps », disait-on dans les années 20. Presque un siècle plus tard, ce grand magasin démontre qu'il reste le rendez-vous parisien de l'élégance moderne. Pour fêter l'événement, jusqu'au 20 juin, il rend hommage à son patrimoine avec l'opération « Histoire d'élégance » et invite les plus grandes marques du luxe à prendre part aux festivités.

COULEUR INSTITUTIONNELLE. Le rubine red fait office de fil d'Ariane. Chanel, Dior, Miu Miu, Chloé, De Beers, Boucheron... revisitent dans ce rose flamboyant leurs pièces

iconiques et créent des modèles uniques vendus en édition limitée. Au rez-de-chaussée, un Pop Up Store propose une sélection plus abordable de créations exclusives signées Vanessa Bruno, by Terry, Repetto...

PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ de l'événement, « Madame Figaro » met en scène sa vision de l'élégance contemporaine dans quatre vitrines, une exposition et deux films (le making of d'un shooting de mode et un court-métrage)* réalisés en collaboration avec Mademoiselle Agnès.

* Vidéos que vous pouvez retrouver partiellement sur le site du Printemps et de « Madame Figaro » (www.lefigaro.fr/madame et www.printemps.com). Et intégralement au Printemps Haussmann, 64, boulevard Haussmann, 75009 Paris.