

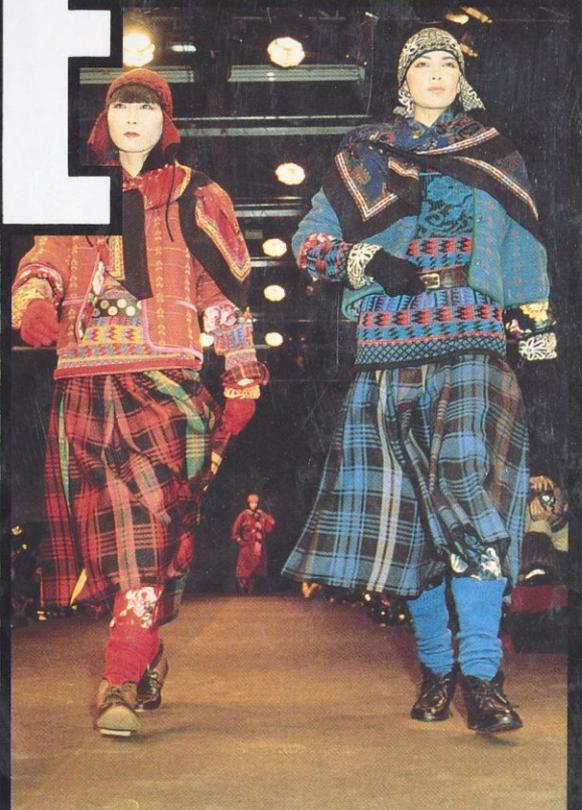
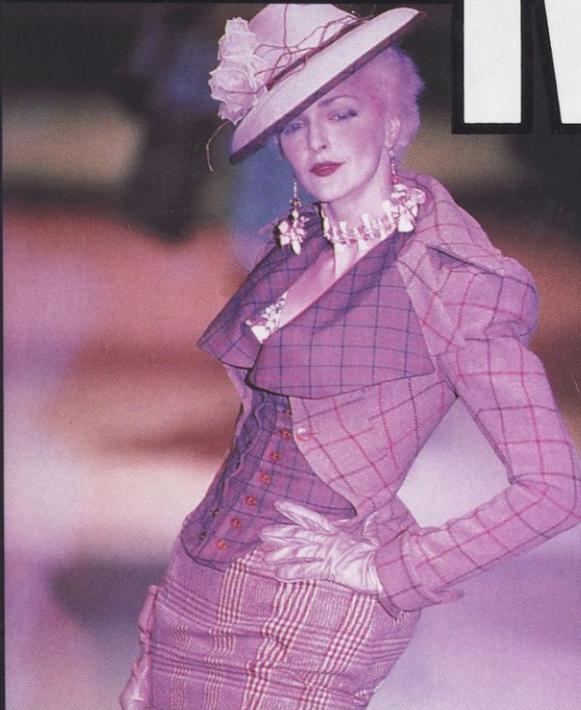
100 ANS



DE



MODE



100 ANS
DE
MODE



022437045

100 ANS DE MODE

Ont participé à l'élaboration de cet ouvrage : Marie Bertherat,
Isabelle Germain, Véronique Girard et Sophie Maisel

Directeur de la rédaction : Marie Bertherat

FOL
D4NON
228

CONTENTS

1. Introduction	1
2. Theoretical Framework	10
3. Methodology	25
4. Results	45
5. Discussion	65
6. Conclusion	85
7. References	95
8. Appendix	110
9. Index	125

**LA MODE ÉVOLUE
LE CHARME
DEMEURE,**



Jeanne Lanvin



**L'ART
DES
COUTURIERS
AUSSI**

Introduction

Dans son film *Prêt-à-porter*, le cinéaste Robert Altman suggère que la nudité constitue le dernier stade de la mode, en même temps que son degré zéro. Entre ces deux pôles, où en sommes-nous ?

L'homme s'habille depuis toujours : nos ancêtres de la préhistoire n'avaient-ils pas une peau de bête sur le dos ? On se vêt pour se protéger du froid, de la pluie ou du soleil, mais aussi – l'habit fait le moine – on s'habille pour dire qui on est ou n'est pas. Le vêtement est un signe social. Il y a la mode pour les riches et celle pour le commun des mortels.

Pendant des siècles, la mode comme la société change peu. La tunique se porte durant toute l'Antiquité, le pourpoint durant tout le Moyen Age.

Au XIX^e siècle, la bourgeoisie prend le pouvoir économique et crée l'industrie de la haute couture. L'Anglais Charles-Frederick Worth ouvre sa maison de couture en 1858. Pour la première fois, un créateur de mode dicte son style. Désormais, la couture sort en permanence de nouveaux modèles.

Mais c'est au XX^e siècle, siècle de vitesse, que la mode s'accélère véritablement. Chaque décennie a son style et ses couturiers. En même temps, la mode se démocratise. Elle n'est plus l'apanage exclusif d'une élite. L'industrie de la confection copie la haute couture et améliore sa qualité. Dans les années cinquante, le prêt-à-porter fait son apparition, et dans les années soixante le styliste – profession nouvelle – lui apporte un souffle créateur, le démarquant de la haute couture.

Après Mai 68, la notion même de mode est bouleversée. Chacun fait ce qu'il lui plaît. Il n'y a plus une mode, mais des modes. Celles-ci puisent leur inspiration partout : dans la rue comme aux quatre coins du monde. Paradoxalement, en même temps, la mode s'internationalise. On s'habille partout pareil. Les vêtements sont fabriqués à Hong Kong ou à Taïwan, tandis que les créateurs présentent leurs collections dans toutes les capitales du monde occidental.

La mode a aussi acquis un nouveau statut, elle est désormais reconnue comme une forme d'expression artistique. Les couturiers sont considérés comme des artistes. Les sociologues observent leurs créations et les mouvements des modes avec attention. Plus que jamais, la manière dont on s'habille révèle les états d'âme de notre société.

Ce livre est une rétrospective documentée et amusée de la mode au xx^e siècle. Vous y retrouverez les temps forts de ces 95 dernières années : du premier pantalon pour femme à la révolution de la minijupe en passant par celle du bikini. Vous y croiserez les couturiers et les stylistes qui ont marqué leur époque : Paul Poiret, Jeanne Lanvin, Jean Patou, Christian Dior, Yves Saint Laurent, André Courrèges, Pierre Cardin, Mary Quant, Jean-Paul Gaultier, Kenzo, Azzedine Alaïa. Vous lirez des anecdotes révélatrices sur ce petit monde mais, aussi et surtout, vous découvrirez à travers plus de 150 photographies et illustrations tous les vêtements qui ont fait la mode du siècle.

MARIE BERTHERAT

1900-1909

Frous-frous et souffle court

Quand l'Exposition universelle ouvre ses portes à Paris, le 14 avril 1900, c'est une femme qui accueille les millions de visiteurs venus du monde entier. Une femme ou plutôt sa statue, celle de Jeanne Paquin, l'une des plus grandes stylistes de l'époque, dont le manteau de pierre semble flotter au-dessus de la porte monumentale de l'Exposition.

Après tout, que la haute couture « domine » l'Exposition, c'est normal. Paris est alors la capitale internationale de la mode, du moins de la mode féminine, et les belles étrangères viennent du bout du monde pour s'y habiller... Le textile est l'industrie française la plus importante, le commerce de luxe y tient une place considérable. Et puis, une femme de la haute couture, c'est un beau symbole pour cette Belle Époque, où la vie mondaine est intense, où les aristocrates, les grands bourgeois et les cocottes mènent une vie à la fois oisive et tourbillonnante dans les soirées, sur les champs de courses ou au théâtre. Pour être à la hauteur, ils dépensent des fortunes chez Worth, Doucet, Paquin, Redfern, Callot Sœurs... les plus grands couturiers du début du siècle.

Bien sûr, toute la France n'en a pas les moyens. Les petites bourgeoises se débrouillent : elles achètent des magazines de mode, y repèrent les modèles des grands couturiers et demandent à leur couturière habituelle de les copier. Quant aux autres, celles qui vivent sur l'envers du décor, tout au bord de la misère, elles s'habillent en confection. Leurs vêtements ne ressemblent ni de près ni de loin à ceux des bourgeoises. La preuve, c'est qu'elles peuvent travailler, marcher, courir sous la pluie ou prendre le métro. Dans quelques années, cette liberté de mouvement, toutes les femmes la revendiqueront... Mais, en 1900, personne ne s'en doute encore, et le comble du luxe reste de porter des robes de dentelle qui vous empêchent de respirer.



1900

DISCRÉTION AVANT TOUT !

Pour un homme, la véritable élégance rime forcément avec la simplicité du vêtement.

La mode, celle qui bouge chaque année, celle dont on parle, c'est la mode féminine. En revanche, la mode masculine évolue très peu. Il y a bien ces plastrons, ces petits nœuds et ces cravates blanches qui fleurissent désormais au col des messieurs. Il y a la folie du panama, ce chapeau de paille qui les fait tellement rêver. Il y a ces moustaches retroussées au fer qui remplacent les barbes et les favoris... Mais la silhouette, elle, ne change pas. Dans la journée, les hommes « comme il faut » portent un costume trois pièces ; le soir, ils le troquent contre un smoking et un haut-de-forme. En fait, depuis le XVIII^e siècle, c'est la simplicité qui caractérise la mode masculine. Une simplicité calquée sur celle des *gentlemen* anglais, et que l'on retrouve jusque dans les symboles : pour se distinguer des travailleurs manuels, les hommes fortunés ne multiplient pas les accessoires. Ils se contentent de porter des chemises et des sous-vêtements d'un blanc immaculé. En toute simplicité.



Un noceur
(Roger-Viollet).

Le smoking

Pendant la seconde partie du XIX^e siècle, l'habit noir est de rigueur dans les soirées mondaines. Le smoking ne prendra sa place que dans les dernières années du siècle. C'était à l'origine la tenue que portaient les hommes après le dîner, lorsque, laissant les dames à leurs conversations, ils allaient fumer entre hommes dans une pièce séparée. Ils enfilaient alors ce veston d'intérieur fait d'une étoffe noire plus épaisse que l'habit. La désaffection pour l'habit viendra de son adoption par les maîtres d'hôtel. Des plaisanteries couraient alors sur la confusion possible entre *gentlemen* et domestiques. On racontait l'histoire de ce mondain qui aurait chuchoté à l'oreille d'un maître d'hôtel : « On s'ennuie mortellement à cette soirée, je crois que je vais rentrer chez moi. » « Vous avez de la chance de pouvoir le faire, aurait répondu le "maître d'hôtel". Moi je ne peux pas, je suis le maître de maison. » L'irruption du smoking marque aussi l'arrivée de la couleur, avec des smokings prune ou bleus, même si le noir reste la couleur dominante.

La mode en 1900, créations de Félix (archives UFAC).



UNE ROBE, UN SOIR

Dîner mondain, soirée à l'Opéra, après-midi de bridge... Chaque heure de la journée, chaque circonstance est l'occasion de porter une robe différente.

Dans la bonne société de la Belle Époque, l'élégance est très codifiée. Savoir respecter ces codes, c'est prouver que l'on appartient à cette bonne société. La tenue que l'on porte le matin pour une promenade au bois de Boulogne n'a donc rien à voir avec celle que l'on arbore sur un champ de courses, au théâtre, à un dîner ou à un bal... Pourtant, peu de choses souvent distinguent ces tenues : une élégante aura toujours la même silhouette en S, la même jupe en forme de

cloche ou de chute d'eau, réalisée dans les mêmes tissus légers. Tout se joue sur quelques nuances : le soir, les décolletés sont plus profonds, les tissus sont plus souples pour ne pas gêner les mouvements de la valse, et plus brillants pour réfléchir la lumière. Il faudra attendre les années trente pour que les tenues diffèrent vraiment, avec des robes longues dans des tissus raffinés pour le soir, et des robes courtes dans des tissus plus discrets pour la journée.



◀ Paquin :
toilette de soirée,
Les Modes, novembre 1901
(archives UFAC).

Paquin, pub et couture

Jeanne Paquin a débuté sa carrière très modestement : employée par la maison Rouff, elle a ensuite ouvert une petite boutique de mode. Mais en 1890, son mari, un homme d'affaires, fait fortune. Ils installent alors une maison de couture prestigieuse au 3 rue de la Paix. Jeanne crée les modèles, et Isidore, son mari, gère la maison. Très vite, Paquin conquiert une clientèle de duchesses et de cocottes qui recherchent ses robes du soir romantiques, sa lingerie raffinée, ses tailleurs garnis de fourrure. Jeanne Paquin aime jouer sur des contrastes de couleurs et de matières. Elle aime marier le noir avec des tons pastel, de la fourrure avec des tissus aériens. Elle aime le rouge fraise – sa couleur fétiche. Elle aime aussi les tenues pratiques. Elle sera d'ailleurs la première à

proposer, en 1913, une tenue de ville qui peut aussi être portée le soir. Avec un sens certain de la publicité, Jeanne Paquin sera la première maison de couture à envoyer ses mannequins à l'Opéra ou sur les champs de courses, hauts lieux de l'élégance, pour y faire remarquer – et photographier – ses modèles. Ce sera aussi la première à organiser des défilés de mannequins et à les présenter comme des shows, la première à ouvrir des succursales à l'étranger, la première couturière à recevoir la Légion d'honneur.

A la mort de son mari, peu après la Première Guerre mondiale, elle abandonnera le rôle de styliste, avant de se retirer complètement des affaires dans les années trente. La maison disparaîtra en 1956.

MAIS AUSSI CÈS ANNÉES- LÀ...

1900

- **La silhouette à la mode** : taille de guêpe (corset obligatoire), jupe balayant le sol, manches gigot, longs gants, lourds bracelets.
- **L'actrice Sarah Bernhardt** joue *L'Aiglon*, d'Edmond Rostand. Elle a 56 ans et va devoir se faire passer pour le duc de Reichstadt, le tout jeune fils de Napoléon. C'est le couturier Paul Poiret qui crée son costume.

- **Claudine à l'école vient de paraître**. Le roman est signé Willy... Plus tard, on apprendra que ce Willy, mari de Colette, n'en a pas écrit une ligne. En attendant, l'écrivain féministe Marguerite Rachilde félicite chaleureusement Willy, qui a si bien évoqué la vie d'une jeune fille à l'école.

- **A l'Exposition universelle à Paris**, vingt maisons de haute couture occupent un pavillon entier. On y retrouve Paquin, Worth, Callot Sœurs, Boué Sœurs...

- **Le corset s'assouplit** : certaines abandonnent le corset à baleines.

- **Ouverture de la première ligne de métro, Vincennes-Neuilly**. La vie des Parisiens va changer.

1901

- **Victor Prouvé** expose une robe baptisée « Impression au soleil levant », une référence au tableau de Monet.

- **En Grande-Bretagne, la reine Victoria vient de mourir**. Durant son long veuvage (depuis 1861), elle n'avait jamais quitté ses robes noires. Édouard VII, qui lui succède, a soixante ans. C'est un modèle d'élégance masculine. Partout on le copie, on le cite, on se l'approprie. Des tailleurs le suivent, le photographient subrepticement et prennent des notes sur ses tenues ! Son épouse, la reine Alexandra, va lancer la mode du costume-tailleur.

- **A Paris, le musée Galliera** vient d'ouvrir, avec une exposition sur l'art industriel.

1990-1995

La crise

Les années quatre-vingt-dix s'ouvrent sur la crise. La guerre du Golfe a eu raison de trop de clinquant. C'est le grunge, le paupérisme qui prennent la relève. Arrivé des États-Unis *via* les groupes de rock de Seattle, le phénomène grunge connaît un écho aussi important que le punk des années soixante-dix. Mais, dans la mode, c'est le misérabilisme qui domine. Les vêtements sont étriqués, noirs, superposés ; les ourlets rasant le bitume. C'est à cette époque que perce le Belge Martin Margiela. Il marque l'époque de sa silhouette rafistolée et longiligne. La mode devient « récup' » : vieux chiffons trouvés aux puces et recomposés. Les autres Belges ne sont pas loin. On parle d'Ann Demeulemeester, de Dirk Bikkembergs, de Dries Van Noten, de Véronique Leroy... Puis l'ère de l'écologie envahit notre planète. Plus que quelques années avant le troisième millénaire. Il faut penser à polluer le moins possible et à recycler. Le lin refait surface, de même que tous les dégradés de beige et de blanc cassé. Mais tout lasse, et la sophistication reprend le dessus.

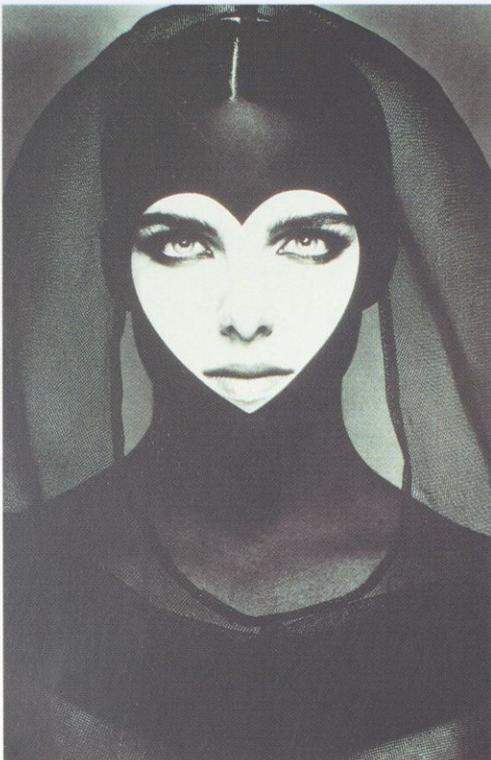
L'année 1995 marque un tournant. Les tailleurs sont à nouveau au goût du jour, jupe fendue et veste joliment galbée. Un esprit couture qui revient en force pour exalter la féminité.



MARTINE SITBON, ENTRE DANDY ET ROCK STAR

Une créatrice qui a su trouver son univers à l'écart des tendances de la mode.

Cela fait dix ans que Martine Sitbon roule sa bosse dans la mode. Cette jolie rousse douce et posée née à Casablanca, qui rêvait de faire des costumes de théâtre et de ballet, s'est forgé un style masculin-féminin tout en subtilité où se mêlent dandys et rock stars, et qu'elle réinterprète saison après saison. Les chemises à jabot et les redingotes font partie de son vocabulaire, tout comme les étoffes masculines qui se mélangent au luxe d'un satin brillant. Ses campagnes et ses catalogues sont photographiés par les plus grands, de Javier Vallhonrat à Nick Knight, sous l'œil avisé du directeur artistique Marc Ascoli.



▲ Nirvana
(Anton Corbijn).

◀
Modèle Martine Sitbon
(archives Martine Sitbon).

Le grunge

Il a débarqué comme une tornade à la fin des années quatre-vingt à Seattle, dans l'extrême nord-ouest des États-Unis. De quoi s'agit-il ? Du grunge bien sûr : un mouvement musical au départ, initié par le groupe Nirvana et son chanteur Kurt Cobain – qui depuis a préféré rejoindre le nirvana en se tirant une balle dans la tête. Dans sa version vestimentaire, le grunge devient un mouve-

ment de contestation anti-yuppie, anti-jeunesse dorée et embourgeoisée, se référant explicitement aux beatniks des années cinquante et aux punks. Les codes de référence ? Le cheveu sale et mal coiffé, parfois la barbichette (ou le bouc) mal entretenu, le caleçon qui dépasse d'un short trop court et à moitié déchiré, un T-shirt manches longues sous un T-shirt manches courtes, une chemise à gros

carreaux style trappeur à porter en veste, des chaussures de sport énormes et délacées... Tout est mis de travers, en dépit de toute règle de bon goût. Le mouvement s'est rapidement répandu au-delà des États-Unis, faisant le bonheur de la presse de mode en mal de renouveau. Mais, de là à dire qu'on a vu beaucoup de « grunge people » dans la rue... il ne faut pas pousser.

1991

DRIES VAN NOTEN, UN BELGE QUI A LES PIEDS SUR TERRE

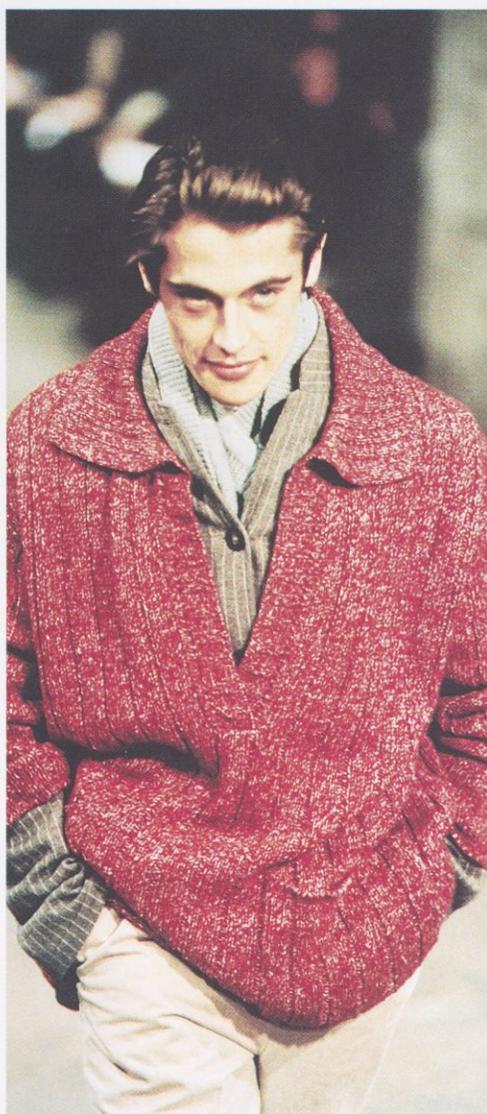
Il fait partie de la bande de Belges qui a apporté du sang neuf à la mode au début des années quatre-vingt-dix.

Dries Van Noten, trente-six ans, a les pieds sur terre et la ferme intention d'aller loin. Diplômé en 1981 de l'Académie des beaux-arts d'Anvers, section mode, il a souvent été assimilé à ses camarades de promotion Ann Demeulemeester, Martin Margiela, Dirk Bikkembergs, Dirk Van Saene, Marina Yee. Dries Van Noten est un bourreau de travail, un dirigeant omniprésent qui a droit de regard sur tout, et le seul maître à bord d'une société qui lui appartient à 100 %. « C'est que, la mode, je suis né dedans », explique-t-il. Son grand-père ouvrit le tout premier magasin de prêt-à-porter masculin de la ville. Normal dans ce contexte que le

chemin lui ait semblé tout tracé. Il lance d'abord une collection masculine, puis une féminine. Aujourd'hui, ce sont des collections-fleuves qui comportent 500 références chacune « pour que chacun puisse avoir le choix et composer son propre style. J'ai horreur du total look ». Les tissus font naître son inspiration, mais aussi ses voyages en Inde, ses rencontres, Anvers et ses quartiers juif, indien, pakistanais, ses rues chinoises, ses matelots russes, ses trente-deux chaînes de télévision. « Si j'habitais à Paris, je dessinerais une autre collection, peut-être plus influencée par les boîtes de nuit, les soirées... »



▲ Dries Van Noten : ensemble (archives Dries Van Noten).



▲ Dries Van Noten (archives Dries Van Noten).

MAIS AUSSI CES ANNÉES- LÀ...

1990

- **Versace présente sa première collection haute couture** à Paris. Même pour cet Italien roi des couleurs qui s'entrechoquent et d'une mode outrancière dont la réputation n'est plus à faire à travers le monde, la scène parisienne devient un passage obligé.
- **Marthe Desmoulins ouvre à Paris sa boutique Absinthe.** Elle devient rapidement un lieu de référence pour toutes les jeunes marques créatives.

1991

- **Le magazine City cesse sa parution.** Fondé en 1984, il aura été le journal d'une époque, traitant des modes de vie, prenant le pouls des grandes capitales et de leur activité culturelle et artistique, et laissant la part belle à l'image et à l'image de mode, notamment avec Peter Lindbergh, Javier Vallhonrat ou Paolo Roversi.
- **Irena Gregori quitte Tehen,** dont elle a été la styliste pendant dix ans, pour créer sa propre marque. Un an plus tard, elle ouvre boutique rue du Bac.
- **Mai : la France découvre une femme au poste de Premier ministre,** Édith Cresson. Maladresses répétées d'une part, misogynie de la classe politique et des médias d'autre part, l'expérience ne durera pas un an.

MARTIN MARGIELA AIME LE NON-FINI

Sans Martin Margiela, ce styliste atypique, la mode n'aurait pas redécouvert les épaules étroites, les silhouettes longilignes, une nouvelle définition du noir et l'amour des vêtements usagés.

Ce Belge a été l'un des premiers à montrer des vêtements scotchés aux ourlets défaits ou effilochés, des silhouettes rafistolées, un style que les rédactrices de mode, des années plus tard, ont qualifié à tort de grunge ou d'« anti-mode ». « J'aime le non-fini comme j'ai toujours préféré la maquette à l'œuvre. Il y a dans ce choix une notion de liberté qui est très importante. Cela ajoute du plaisir... »

L'ancien assistant de Jean-Paul Gaultier a vite compris que le meilleur moyen de se faire remarquer était de bousculer les codes. Ses défilés investissent successivement une boîte de nuit, un terrain vague, un couloir de la SNCF, un garage désaffecté, une station de métro, ou encore... l'Armée du Salut. « Il pousse un peu loin », entend-on. Certains jubilent pourtant de voir les grandes dames de la mode s'asseoir sur un vieux buffet, une caisse de vaisselle, une table de cuisine branlante. Quelques-uns reviendront le lendemain pour acheter le mobilier. Son style ? Les carrures sont étriquées, les ourlets balaiant le sol, les manches traînent, un vieux jean peint se glisse sous une blouse monacale. Un ouragan pour les canons classiques de l'élégance. ●

▼ Yohji Yamamoto : ensemble pour homme (Yohji Yamamoto).



▲ Martin Margiela : ensemble (archives Martin Margiela).

Écologie

Le beige comme unique couleur, le recyclé comme unique credo, l'écologie comme unique religion... Il fallait s'y attendre, à quelques enjambées de l'an 2000 la mode a fait machine arrière d'un coup d'un seul, contestant tout ce qui pouvait sembler moderne et néfaste pour notre sacro-sainte Terre. Les maîtres mots du mouvement ? *Authentique* et *100 % naturel*. Les matières se doivent d'être

100 % lin, soie, coton ou laine, authentiquement sans colorants polluants (on redécouvre les bienfaits des teintures végétales), authentiquement froissées même parce que ça fait plus vrai. Le fin du fin ? Les boutons en os recyclés et les pulls tricotés façon grand-mère. Les leaders de ce courant ultrafédérateur (qui donne bonne conscience à bien des gens) : les Américains Patagonia et Esprit.

1993

LE FAUSSEMENT NÉGLIGÉ DE JEAN COLONNA

Il est le premier à avoir imposé une mode créative à petits prix, coutures à l'envers surjetées dans des matières plus ou moins nobles.

Colonna a fait son trou dans la mode en imposant une allure faussement négligée, combinant les matières « cheap » (plastique, Nylon, Skaï...) et traditionnelles (drap de laine, tweed, jersey de coton...), jouant des coutures apparentes surjetées, rajoutant çà et là des épingles à nourrice, superposant les pièces et apurant en même temps la silhouette. Il est l'un des premiers créateurs à avoir vendu sa mode au prix d'un prêt-à-porter. « Mais je ne me dis jamais : je ne vais pas faire ce vêtement parce qu'il va coûter trop cher. Je fais simplement mon histoire, sans concessions, et il se trouve qu'elle ne coûte pas cher », remarque Colonna. Il s'agace quand la presse le qualifie de créateur « cheap-Skaï-branché ». « Je

préfèrerais qu'ils utilisent les mots honnêteté, vérité, courage, pudeur, bonheur... » Son métier, c'est toute sa vie, une passion qui ne lui laisse que peu de temps pour des loisirs. « J'ai assez fait la fête. En revanche, ne rien faire, quel plaisir ! » Le soir, il regarde la télévision et feuillette des livres de photos, « parce que trop de lecture, ça me fatigue », et puis il se met à travailler dans le silence de son atelier. Parfois jusqu'à 6 heures du matin. Il remplit alors ses grands cahiers rouges d'écritures. Puis, ses idées s'affinant, il gribouille des croquis, comme des dessins d'enfants. « Mon histoire évolue avec moi. Elle souffre quand je souffre, elle va bien quand je vais bien. Mais c'est toujours la même histoire. »



◀ Jean Colonna : ensemble (archives Jean Colonna).

MAIS AUSSI CES ANNÉES- LÀ...

1992

- **Margaretha Ley**, créatrice en 1976 avec son mari de la marque Escada, disparaît. En quinze ans, l'entreprise de prêt-à-porter est devenue numéro deux en Allemagne et rencontre un succès retentissant en France et en Italie.

- **Thierry Mugler lance Angel**, son premier parfum : un jus bleuté dans un flacon en forme d'étoile. Il sent la barbe à papa, vise les parfumeries de luxe, et se recharge sur place avec des fontaines à parfum. Un procédé très couture.

- **Scandale dans les milieux de la couture** : Jean-Louis Scherrer, qui avait l'année précédente cédé la majorité de son capital à Ilona Gestion (65 % Seibu, 35 % Hermès), se trouve évincé de sa propre maison à la suite d'une discorde et remplacé à la tête des collections par Erik Mortensen.

1993

- **Jean-Paul Gaultier lance son premier parfum**. A l'instar de tout ce que fait le créateur, il détonne face à la concurrence. Son flacon a la forme d'un buste de femme vêtu d'une guêpière, et il est vendu dans une boîte de métal façon conserve. La publicité est mise en images (et en images de synthèse) par le génial Jean-Baptiste Mondino.

- **Lors d'une vente aux enchères, une robe de Madeleine Vionnet des années 1921-1922** est adjugée à un particulier pour la coquette somme de 122 500 francs : 150 losanges de soie ivoire cousus par des fils d'or... une pièce particulièrement somptueuse.

1994

TATI : « LA RUE EST À NOUS »

C'est la marque de chez Tati, créée par Gilles Rosier et Claude Sabbah, vendue dans un univers conçu par Andrée Putman.



Ah, le boulevard Barbès devant chez Tati le samedi après-midi ! Le magasin fondé au lendemain de la Seconde Guerre mondiale par Jules Ouaki est devenu une institution populaire. Une référence pour toutes celles qui recherchent des collants à 2 francs la paire, des jupes à 50 francs ou des robes de mariée à 500. Mais le

magasin a aussi eu l'intelligence de profiter de sa notoriété pour lancer en 1992 une marque mode, « La rue est à nous », dessinée par le duo de choc Claude Sabbah-Gilles Rosier. L'espace qui accueille cette ligne branchée a été conçu par Andrée Putman, la grande prêtresse du design, et fait un malheur !

VÉRONIQUE LEROY FLIRTE AVEC LE MAUVAIS GOÛT

Elle appartient à la génération montante. Son style s'est longtemps inspiré des séries américaines des années soixante-dix.

Encore une petite Belge, qui pour le coup ressemble à une puce. Haute comme trois pommes, fine comme un brin d'herbe, elle tranche sur les jeunes créateurs de sa génération par un style très perso, inspiré notamment des séries TV des années soixante-dix, style « Drôles de dames ». Elle flirte avec le mauvais goût, entretouche les couleurs, saupoudre de lamés, de paillettes, de satin ou de froncés façon rideaux vénitiens. Mais ses coupes témoignent d'une maîtrise de virtuose.

Modèle Véronique Leroy
(archives Véronique Leroy).

Tati : robe de mariée
(archives Tati).



Top model

On ne le répétera jamais assez, le star-system a délaissé les grandes actrices et les pin-up d'antan pour les top models, nouvelles égéries de notre époque. Le grand public les connaît même par leur prénom, Linda, Naomi, Claudia, Chrystie, Cindy, Kate, Najda et les autres... Elles s'exposent à la une de tous les magazines. Y compris des magazines « réputés sérieux » traitant

d'économie ou de finance. C'est que leur mode de vie intrigue, que leur beauté fascine et que leurs contrats (plusieurs dizaines de milliers de dollars par défilé) hallucinent. La bagarre est rude, et ces belles demoiselles commencent de plus en plus jeunes, à treize ou quatorze ans parfois. Et dire qu'avant, plutôt que de se déguiser en vamp, on sautait à la corde à cet âge-là...

GOD SAVE VIVIENNE WESTWOOD !

Elle fut la reine du punk avant tout le monde. Aujourd'hui, c'est elle qui nous fait redécouvrir le costume d'époque, ses faux culs et ses toilettes outrageuses.

« Mes vêtements sont des révélateurs de personnalité, affirme Vivienne Westwood. Les gens qui les portent libèrent des choses enfouies dans leur subconscient. »

Pendant des années, ses vêtements ont largement été inspirés de la rue, des mouvements hippie ou punk. Subversive, parfois agressive mais toujours chargée d'humour, sa mode a été dénoncée par l'establishment anglais, qui réclama en 1971 la fermeture de Sex Shop, ses boutiques où l'on vendait des vêtements provocateurs en cuir et latex, et en 1976 celle de Seditonaries, où l'on trouvait les panoplies punk.

Créatrice farfelue, maniant la dérision et l'humour avec brio, elle a entre-temps inspiré les plus grands, de Jean-Paul Gaultier à Christian Lacroix en passant par Martin Margiela, Martine Sitbon ou John Galiano. Beaucoup ont puisé çà et là dans son « grenier » imaginaire, ses références au costume historique (des toges gréco-romaines aux minicrinolines ou aux jabots de dentelle effilochée...), ses détournements d'art (imprimés photographiques à la François Boucher, angelots inspirés de Fragonard, hommage à Keith Haring), ses superpositions, ses mélanges de styles (pyjamas de jour ou tenues de gym du soir)...



AVANT
D'ACHETER UN
WONDERBRA,
ASSUREZ-VOUS
QUE VOTRE
TÉLÉPHONE EST
SUR LISTE ROUGE.

wonderbra

▲ Publicité pour le soutien-gorge Wonderbra (archives Playtex).

Playtex lance le Wonderbra, le soutien-gorge qui fait pigeonner les poitrines

Toute la presse en parle, les femmes s'en emparent, une nouvelle silhouette est née.

Avec le créateur Xuly-Bet, les filles sont sexy en diable.



▲ Vivienne Westwood : robe (archives Vivienne Westwood).

▼ Xuly-Bet : ensemble (archives Xuly-Bet).



MAIS AUSSI CES ANNÉES- LÀ...

1994

• **La jungle music fait fureur à Londres.** Ce genre musical qui réconcilie les Blancs et les Noirs, les amateurs de rap et de techno, est un mélange de tout ce que la musique a engendré ces vingt dernières années, remixé sur ordinateur. Avec la jungle, la mode se débride un peu plus, laissant davantage de place aux mariages ethniques en tous genres.

• **Paolo Roversi expose à la galerie Brownstone.** L'un des plus grands photographes de mode de l'époque a pendant tout un été photographié mannequins et passants dans les rues de Paris, habillés en Jean-Paul Gaultier. Le résultat est saisissant et séduisant, envoûtant et charmeur.

1995

• **Le film Prêt-à-porter de Robert Altman sort enfin.** Beaucoup l'attendaient au tournant, craignant une caricature trop sévère. En réalité, on a regretté que le maître n'ait pas eu la dent plus dure pour décrire le milieu impitoyable de la mode.

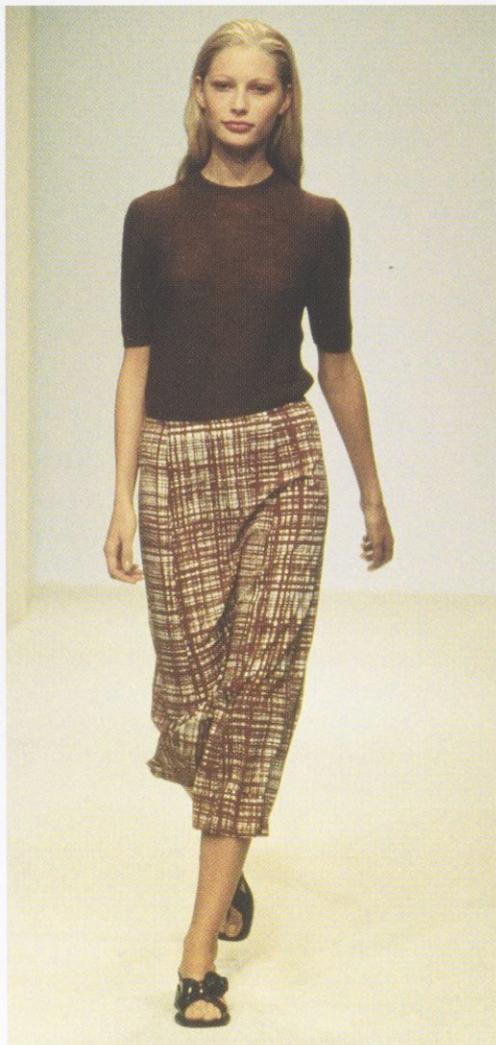
• **Glamour a disparu.** Le titre de Condé Nast (qui détient notamment toutes les éditions de Vogue) avait été créé quelques années auparavant à destination d'une cible nouvelle, « la jeune fille branchée à qui on ne la fait pas ». La moulinette marketing n'a pas eu de pitié pour ce sympathique magazine, dirigé pourtant de main de maître par la charmante Anne Chabrol.

1996

PRADA, L'ANTIGLAMOUR

La marque italienne sage est devenue le symbole des années quatre-vingt-dix.

C'est en 1978 que l'Italienne Miuccia Prada a créé sa marque, mais l'explosion du phénomène Prada date bien des années quatre-vingt-dix. Miuccia Prada fait figure d'exception dans l'univers de la mode tout d'abord parce qu'elle n'a jamais appris à coudre et ne sait pas dessiner ! Ce sont ses collaborateurs qui sont chargés de retranscrire ses idées sur papier. Le résultat : un style minimaliste,



archétypal, qui colle à l'époque, pour des vêtements qu'elle nomme elle-même des « uniformes » parce qu'on doit pouvoir les porter tous les jours sans se poser de questions. « Aujourd'hui, il n'y a pas d'esprit révolutionnaire, ni dans les idées politiques ni dans les arts. Aussi la mode est-elle dans l'incapacité de créer de nouvelles formes, tout simplement parce qu'elles ne correspondent à aucune demande sociale » constate Miuccia Prada¹.

Pourtant, les modèles de Prada ne passent jamais inaperçus. Le petit sac à dos en Nylon, copié et recopié par tous dans les années quatre-vingt, c'est une idée à elle. Et, si les vêtements de Prada ont l'air basiques – forme simple, ourlet au genou et taille marquée d'une fine ceinture –, ils ont toujours ce petit quelque chose en plus qui fait qu'on les remarque et qu'on a envie de les porter.

1. *Libération*, 5 février 1996.

◀ Un uniforme peut-être, mais la silhouette Prada n'en reste pas moins chic (collection Prada, DR).

La haute-couture se meurt

« C'est une activité obsolète qui ne franchira pas le siècle » proclame Pierre Bergé, P-DG d'Yves Saint-Laurent... La haute-couture est au bord du gouffre financier. En 1943, elle pouvait compter sur 20 000 clientes, elles ne sont plus que 200 aujourd'hui ! Quand on sait qu'un défilé coûte quinze millions de francs, on se demande comment font les couturiers... En réalité, ces défilés ont comme objectif de faire parler de la marque dans la presse, noto-

riété qui permettra de « porter » toute une série de « sous-produits » diffusés par des licenciés. Mais de plus en plus de produits jadis « dérivés » directement de la haute-couture, comme les parfums, se sont imposés sans avoir recours au parrainage d'une maison prestigieuse. Alors, à quoi bon ? Seule solution pour sortir du marasme, la haute-couture envisagerait d'ouvrir ses portes à ceux qu'on appelle les « créateurs ».

MAIS AUSSI CETTE ANNÉE-LÀ...

1996

- L'Anglais John Galiano fait ses premiers pas chez Givenchy.
- Warner lance Muse, un body « climatique » : il est tissé dans une nouvelle fibre Tactel Aquator (Du Pont de Nemours) qui protège du froid l'hiver et rafraîchit l'été. Une version moderne du Thermolactyl de Damart.
- Du Pont de Nemours lance une nouvelle fibre révolutionnaire : dotée de mémoire thermique, tricoté en trois dimensions, elle permet de réaliser des collants d'été, préformés, très transparents, « couleur soleil ».
- Décès de François Mitterrand, ancien président de la République française.
- La France procède à son sixième essai nucléaire dans le Pacifique. Un test destiné à « garantir la sûreté et la fiabilité des armes nucléaires françaises » selon les militaires...
- Tremblement de terre meurtrier en Chine : plusieurs milliers de victimes.

Quelques noms qui ont fait la mode

A

Agnès B
Azzedine Alaïa
Maïme Amodin
Giorgio Armani
Laura Ashley
Marc Audibert

B

Christiane Bailly
Maureen Baker
Cristobal Balenciaga
Pierre Balmain
John Bates
Dirk Bikkembergs
Boué sœurs

C

Cacharel
Callot sœurs
Cappuci
Pierre Cardin
Carven
Bonie Cashin
Jean-Charles de Castelbajac
Nino Cerruti
Coco Chanel
Chéruit
Jean Colonna
Sybill Connolly
André Courrèges
Enrico Coveri

D

Agnès Decroll
Ann Demeulemeester
Jean Dessès
Christian Dior
Jacques Doucet

E

Perry Ellis
Jacques Esterel

F

Fabienne K
Jacques Fath
Louis Féraud
Gian Franco Ferre
Elio Fiorucci
Fontana
Mariano Fortuny

G

John Galliano

Jean-Paul Gaultier
Hubert de Givenchy
Irena Gregory
Madame Grès

H

Norman Hartnell
Daniel Hechter
Jacques Heim
Hermès
Alan Hughes
Joan Huir

J - K

Elie Jacobson
Donna Karan
Rei Kawakubo
Kenzo
Emmanuelle Khanh
Calvin Klein

L

René Lacoste
Christian Lacroix
Karl Lagerfeld
Jeanne Lanvin
Ted Lapidus
Guy Laroche
Ralph Lauren
Lucien Lelong
Albert Lempereur
Véronique Leroy
José Levy
Margaretha Ley

M

Martin Margiela
Claire McCardell
Issey Miyake
Edward Molyneux
Claude Montana
Popy Moreni
Franco Moschino
Thierry Mugler

N

Dries Van Noten

P

Jeanne Paquin
Jean Patou
Robert Piguet
Gérard Pipart

Paul Poiret
Emilio Pucci

Q

Mary Quant

R

Paco Rabanne
Georges Rech
Redfern
Zandra Rhodes
Nina Ricci
Tommy Roberts
Marcel Rochas
Maud Roser
Gilles Rosier
Maggy Rouff
Michèle Rozier
Sonia Rykiel

S

Claude Sabbah
Yves Saint-Laurent
Elsa Schiaparelli
Jean-Louis Sherrer
Simonetta
Martine Sitbon
Paul Smith

T

Chantal Thomas
Susie et Dough Tompkins

V

Valentino
Gianni Versace
Madeleine Vionnet

W

Jean-Jacques Weill
Vivienne Westwood
Charles-Frederick Worth

X

Xuly-Bet

Y

Yohji Yamamoto

Dis-moi comment tu t'habilles, je te dirai qui tu es. La mode est le reflet de nos états d'âme. La longueur des robes ou la largeur des cravates en disent long sur notre société.

Ces 100 dernières années, la mode a connu un véritable bouleversement. Elle s'est démocratisée, industrialisée, libérée. Elle a osé provoquer, amuser mais aussi troubler.

Voici un livre documenté, bourré d'anecdotes et de références sur les temps forts de la mode de ces 100 dernières années. Une grande rétrospective abondamment illustrée où vous découvrirez, année par année, ce que fut la mode du xx^e siècle.

ISBN : 2-7312-1798-7



BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE



3 7531 00017730 4

Participant d'une démarche de transmission de fictions ou de savoirs rendus difficiles d'accès par le temps, cette édition numérique redonne vie à une œuvre existant jusqu'alors uniquement sur un support imprimé, conformément à la loi n° 2012-287 du 1^{er} mars 2012 relative à l'exploitation des Livres Indisponibles du XX^e siècle.

Cette édition numérique a été réalisée à partir d'un support physique parfois ancien conservé au sein des collections de la Bibliothèque nationale de France, notamment au titre du dépôt légal. Elle peut donc reproduire, au-delà du texte lui-même, des éléments propres à l'exemplaire qui a servi à la numérisation.

Cette édition numérique a été fabriquée par la société FeniXX au format PDF.

La couverture reproduit celle du livre original conservé au sein des collections de la Bibliothèque nationale de France, notamment au titre du dépôt légal.

*

La société FeniXX diffuse cette édition numérique en vertu d'une licence confiée par la Sofia – Société Française des Intérêts des Auteurs de l'Écrit – dans le cadre de la loi n° 2012-287 du 1^{er} mars 2012.

Avec le soutien du

