

Par Sophie Berthier Photo Cha Gonzalez

Sapés comme jamais



Des goûts et des préférences loin de surprendre Pierre-François Le Louët, président de la Fédération française de prêt-à-porter féminin 1. Son constat est que « la casualisa-

tion », cette décontraction de la mode, est en marche. Le boom des formes et des matières souples pendant le confinement laisse des traces, le confort est devenu un prérequis. Aujourd'hui, bien s'habiller pour un jeune revient à porter un *swat* à capuche et une paire de baskets *griffées*.

La génération Y n'est pas la seule concernée, Jérémie Pel- tier, directeur du secteur études à la Fondation Jaures 2, note que « pour bon nombre de 40-50 ans, la basket est devenue la base. On attribue telle paire au jogging ou au jean, telle autre à la jupe ou au costume. J'y vois la volonté de se sentir en- core et toujours adolescent et d'envoyer le message suivant : malgré son âge, on ne se prend pas au sérieux ». De son obser- vation sociologique de nos us et coutumes festives, avant et pendant la pandémie, Jérémie Pel-tier a tiré un livre 3.

Il y regrette « la dictature du cool » et son corollaire, la stan- dardisation des tenues. « Cela contribue à désacraliser cette parenthèse enchanterée que devrait être la fête. » Tout n'est pas perdu. Si le pouvoir d'achat des consommateurs est élimé, leur conscience environnementale est en hausse. Or, entre le coût encore élevé des vêtements écoresponsables neufs et la dommagable *fast fashion*, émerge l'alternative du vin- tage et de la seconde main pour briller de toutes ses fibres Pierre-François Le Louët est le premier à saluer cette solution qui, « bien plus que la location, monte en puis- sance. Elle permet de s'offrir des vêtements parfois spectacu- laires et des accessoires d'exception sans exploser son budget ». Et pour ceux que rebute l'idée d'aller fouiller dans une bou- tique vendant des monceaux de frêpes au kilo, le profession- nel souligne qu'il existe désormais de nombreux sites Inter- net spécialisés et des dépôts-ventes en ligne. « Même les célèbres grands magasins s'y sont mis, avec succès. »

Sybille Darricarrère Lunel, directrice des achats et de l'offre femme des magasins Galeries Lafayette de France, ne le contredira pas. (Re)-Store, le vaste espace inauguré en sep- tembre à Paris qui accueille jeunes marques et acteurs de la vente d'occasion, attire les très jeunes. Pour une question de prix... mais pas que. « Ce sont les pièces les plus fortes qui se vendent le mieux, soit des modèles iconiques des années 1970-1980, soit des vêtements plus extravagants qui dénotent une ca- pacité à oser. » Phénomène inédit, les garçons ne sont pas les derniers à se montrer audacieux. « Ils sont devenus très mo- dèles alors qu'ils étaient à la trêve des filles. L'accessoire sur- tout recueille leurs faveurs, de la basket customisée à la sacoche *argente*. » Idéalement placée pour analyser les tendances, elle l'affirme : le goût de s'habiller pour faire la fête revient. En baisse, la « période molle », qui englobe la maille, le coton laissant libre de ses mouvements. « Cela est moins flagrant chez les 40 ans et plus qui privilégient des tenues intemporelles, pouvant être portées dans d'autres circonstances. En revanche, les milléniaux se surhabillent... voire se déshabillent. Il y a un vrai regain de la demande pour des vêtements sexy : moulants, transparents, lamés, fendus, pailletés... » De quoi se faire re- marquer sur Instagram, nouvelle motivation puissante pour soigner son look. À moins que la récente fermeture des dis- cothèques et l'interdiction de se déhancher dans les bars ne fassent à nouveau sortir les jogginings des placards... ●

1 <https://pretaporter.com>
 2 Fondation politique reconnue d'utilité publique. Jean-Jaures.org
 3 La fête est finie ?, éditions de l'Observatoire (octobre 2021).

Être soi-même en plus beau, en plus fou, en plus libre... Au-delà des modes, la tenue de fête appelle toujours un grisant changement d'allure, en rupture avec nos us et costumes habituels.

n le sait, l'habit ne fait plus le moine.

Mais fait-il encore la fête ? Cette activi- té classifiée « non essentielle » qui pro- met pourtant de partager buffet, mu- sique et danse offre le bonheur de rire et la grisette de séduire, la joie de ras- sembler la famille ou les amis, mais également le plaisir de côtoyer de nou- velles têtes. Les confinements et couvre-feux successifs, comme le télé- travail généralisé, nous ont poussés à adopter des tenues d'intérieur sacri- fiant l'esthétique au profit du confort. Et puis, en mal de dernier, bars et cafés ont rouvert, de nouvelles terrasses éphé- mères ont envahi les trottoirs. S'y sont agglutinées des grappes de clients avides de lâcher-prise. En conservant un laisser-aller vestimentaire ? Pas forcément. Avec la liberté de se mêler à nouveau aux autres peut revenir le désir de « parader », de laisser chez soi aussi bien les obli- gations du quotidien que son fidèle col roulé bouloché, le jean usé sur les sièges du métro et du bureau ou la chemise réglementaire qui va de pair avec tailleur ou costume.

Avant le couperet de mars 2020, Marion, 32 ans, profes- seure d'allemand en région parisienne, considérait déjà la fête « comme une rupture bienvenue avec le train-train. On sort de son environnement habituel pour investir un espace dif- férent, un peu exceptionnel, qui appelle au moins un change- ment d'allure symbolique. Ce peut être le choix d'un bijou que l'on porte rarement, d'un sac élégant... » Pour son compa- gnon, Grégoire, teneur égalitaire, et fervent adepte du tee-shirt jusque dans son activité professionnelle (il est dé- veloppeur dans le secteur de l'événementiel), « la chemise est le marqueur d'une soirée festive ».

Quant à Timothée, 20 ans, étudiant à Lille, il reconnaît honnêtement que « dans une fête où l'on ne connaît pas tout le monde, on a envie d'imposer son style, d'être un peu la star de la soirée » ! Et pour mettre tous les atouts de son côté, il com- mence par contempler ses pieds. « C'est la basket qui fait la dif- férence, je choisis le reste de ma tenue en fonction de ma paire de sneakers, pas l'inverse. » Son vestiaire exclut les marques bling-bling. Il préfère le *street wear* chic et sobre. « Le polo blanc avec le logo discret d'un créateur sympa ? Le top. » Son frère aîné de trois ans, Paul, approuve, sans distinc- tion de sexe. « Pour moi, une fille stylée en soirée est celle qui opte pour des vêtements simples, mais avec un accessoire qui la distingue, un bob marron, par exemple. »

