

LE TEMPS MODE

CHRISTIAN LOUBOUTIN,
KEAN ETRO, STÉPHANIE COUDERT,
FRANCESCO RUSSO, FARIDA KHELFA,
PETER PHILIPS



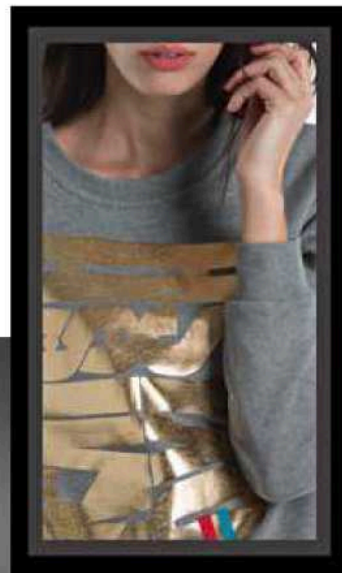
À SUIVRE

AmishBoyish, à l'endroit comme à l'envers



Une collection capsule forme la base sur laquelle se bâtit une nouvelle marque lancée par un duo de Parisiennes créatrices, artistes, touche-à-tout: Nadège Winter et Dyane de Serigny. Quelques pièces qui jouent sur la dualité du masculin/féminin, du précieux/casual, qui se portent à l'endroit comme à l'envers, par elle, par lui, et vice versa.

Par Lily Templeton



AmishBoyish, un nom en deux temps, comme pour marquer à la fois la dualité qui préside à la création d'une toute nouvelle marque parisienne imaginée par Nadège Winter et Dyane de Serigny. Un brin mystérieux, et pourtant, il annonce d'entrée de jeu ses ambitions. Amish, comme une ode à la pureté, presque une austérité qui résonne comme un retour aux sources. En parallèle à ce mouvement vers le catégorique, s'en esquisse un plus doux, et sans doute, plus complexe. Voilà le -ish, cette terminaison typiquement anglophone et qui traduit un flou, comme un espace laissé en suspens. Un à-peu-près? Non, plutôt une permission que l'on s'accorderait pour ne plus se cantonner aux étiquettes qui sont devenues la classification Dewey de notre société en mal de repères véritables.

La carrière de ces jeunes créatrices ne se résume pas à AmishBoyish. La première fait partie de ces inénarrables touche-à-tout de génie, dont on cite les réussites comme autant de trophées et qui fonctionnent à l'instinct de ce qui fera vibrer l'Autre. Paris lui doit l'incantable BrunchBazar, rendez-vous dominical devenu culte dans les sphères branchées. La seconde est une artiste aux fulgurantes créations aussi expansives que variées, un univers rendu multidimensionnel par la diversité des supports où elle excelle. A elles deux, elles représentent cette génération de jeunes gens en yin et yang, à la fois bâtisseurs et apprentis de leurs âmes.

Tout est parti d'une rencontre. Les deux jeunes femmes se retrouvent autour d'un dîner. Un instant («un super moment»), un déclic (un SMS envoyé le lendemain: «Et si on montait une marque ensemble?») et comme une évidence, un nom: AmishBoyish était né, incorporation d'un terme inventé par Nadège pour décrire son style personnel plein de dualité. «Un mix masculin/féminin, casual et élégant, street et couture, oversized et broderie anglaise, chemise d'homme et robe hippies», le décrit-elle. Traduire en confection notre



Photo centrale: Nadège Winter (à gauche) et Dyane de Serigny entourées de modèles de leur collection capsule AmishBoyish.

époque dangereusement faite de tous les possibles et face à laquelle on ne peut qu'opposer une certaine bienveillance envers soi exige à la fois de la mutabilité et de la rigueur. Dualité, encore.

A l'image de ces sœurs de cœur qui se sont inventé un syllabaire d'une simplicité qui semble couler de source, leur première collection – une capsule serait plus exacte – exprime en concentré toute l'esthétique qui est la leur, ce mélange subtil entre féminité et fonctionnalité. Un bombers, un teddy, un sweatshirt et un t-shirt, unique-

ment quatre pièces qu'elles présenteront dans les semaines à venir à Paris, mais chacune réversible, comme pour exprimer les renversements de situation d'une vie d'aujourd'hui.

Elles ont pioché dans le vestiaire infini de leurs souvenirs ce sentiment d'une culture «casual», d'un habillage devenu plaisir et non contrainte codifiée, auquel s'ajoute la digestion mutuelle des codes du luxe et de la rue. A la manière des outils 2.0 de ce début de millénaire, tout n'est qu'affaire de configuration. Alors les propositions

d'AmishBoyish font bon usage d'une belle laine et de soies voluptueuses, de coupes sans fioritures opposées à la flamboyance d'un Nude Cohn. S'il ne fallait retenir qu'une seule notion, c'est qu'il n'y a plus uniquement un vestiaire par occasion, mais qu'un vêtement aura dorénavant, tout comme son propriétaire, plusieurs vies dans une journée, une saison ou un moment. Vivre à l'endroit comme à l'envers, et qu'intérieur comme extérieur rivalisent de beauté.

Ce genre d'idée, semble-t-il, se développe quand on fait face à un

échauffement incontrôlé de ce bouillon de culture qu'est la mode, à la croisée entre tendances vidées de sens et pression commerciale. Pour elles, le meilleur condiment d'une tenue reste la personne qui le porte. «Je crois que sans vouloir disparaître dans la foule avec un vêtement anonyme, on ne souhaite pas forcément non plus disparaître dans un vêtement hystérique et ostentatoire. Cependant je reste persuadée qu'au-delà du vêtement, c'est l'individu qui le porte qui le singularise. Une chemise blanche, un jean basique, une silhouette noire peuvent avoir évidemment une allure démentielle dès qu'ils sont intelligemment portés», affirme Nadège. Alors pour habiller ces personnalités et vies mosaïques, il fallait un écran élégant aux lignes pures. Ici, malgré la simplicité apparente, les détails foisonnent pour plaire en premier lieu à celle qui porte ces vêtements. Ou celui qui les volera dans le placard de sa fiancée, glisse Dyane. Il ne faudrait pas croire qu'AmishBoyish soit encore une bouture de ce foisonnement «normcore» aux vêtements dénués de tout charme apparent (lire p. 59). Jamais elles n'ont cédé à l'appel de cette mode minimale et banale. Au contraire, leurs pièces possèdent certains de ces petits détails qui font l'allure et qu'elles ont transcrits dans un choix pointu de matières et une juste expression des formes. «La beauté des matières et la façon», répond Dyane, quand on lui demande ce qui différencie «une pièce d'un vêtement consommé et oublié. «Ce projet est apparu comme un besoin très subjectif et instinctif de fabriquer une idée et de la rendre vivante.» Vivante, partageable, précieuse, casual, à l'envers, à l'endroit, une idée que l'on peut s'approprier. Nous avons tous quelque chose d'AmishBoyish en nous.

Note: Dès septembre, la ligne sera vendue dans les concept stores Colette à Paris et Super A Market à Tokyo. La vente online viendra étendre le réseau de distribution.

>>> Retrouvez les animations sur www.letemps.ch/mode