

PLAISIRS D'AUTOROUTE



Pendant les grands trajets d'été, il faut savoir couper le contact. Notre sélection de lieux où il fait bon jouer, cultiver, faire du sport...
page 33

L'ANTIMODE DE STARCK

Pour Ballantyne, le designer a imaginé une collection de vêtements intemporels, en cachemire intelligent, censés convenir à tous les âges, par tous les temps.

Page 34



LE FIGARO et vous.

Style
34

mercredi 10 juin 2009 LE FIGARO

Et Starck (re)créa le vêtement

AVANT-PREMIÈRE

Le pape du design français a conçu pour la marque Ballantyne une collection de prêt-à-porter en « cachemire intelligent » qui se veut hors mode et hors temps. Présentation ce soir au Pitti Uomo, à Florence.

AUX ESPRITS simples qui pourraient penser que le travail de Philippe Starck vient d'achever pour la marque de cachemire écossais Ballantyne est celui d'un fashion designer, il assène : « Bien que le travail des créateurs soit formidable, je ne serai jamais assez idiot pour faire de la mode. » Étant entendu que tous les projets de Starck ont une portée politique, le fécond designer a donc réfléchi sur l'habit : « Il n'y a pas de système qui fonctionne avec une réponse unique. Or, quand on veut s'habiller, il n'y a qu'une réponse : cela s'appelle la mode. Et la mode a une vitesse de rotation très rapide, elle produit de l'énergie, de la matière, des déchets, et engendre un système de consommation et de surconsommation qui n'a pas d'avenir. »

Fort de ce manifeste aux vertus responsables, l'homme a élaboré un nouveau territoire via une « collection exhaustive de vêtements à longue durée de vie, sans saison ni renouvellement ». En d'autres termes, Starck aurait inventé l'habit éternel, celui qui résisterait aux mites, aux accrocs, aux multiples lavages... Et transgénérationnel de surcroît, puisque cette ligne a pour vocation de se transmettre en transcendant les âges, les styles, les systèmes... Trente modèles féminins et trente masculins compo-

sent ce dressing qui se veut idéal de 7 à 77 ans, que l'on habite au pôle Nord ou sous les Tropiques. Toutes les pièces sont réalisées dans un « cachemire intelligent » (déperlant ou waterproof), développé spécialement dans l'atelier de Ballantyne, à Innerleithen, en Écosse. Vestes et manteaux doublés de soie et pourvus de gilets amovibles pour les hommes, tee-shirts et petites robes en maille poids plume pour les femmes, c'est un sportswear pour le moins pragmatique qu'a conçu le Français.

Ergonomique et polyvalent

On note l'omniprésence de la capuche – réponse starckienne aux bouleversements climatiques à l'échelle mondiale ? – et l'absence de noir dans la palette chromatique – « le noir est un non-choix peureux, une paresse, une faiblesse et finalement une vulgarité ». Il leur préfère les gris anthracite, les bleu nuit, les taupe, les camel qui s'accompagnent d'orange et de jaune fluorescents. Quant au style, l'homme l'a voulu ergonomique, intemporel, polyvalent. En un mot « juste ». Et, pour une fois, ce projet, présenté ce soir au Pitti Uomo à Florence et dont les modèles seront commercialisés en octobre 2009, n'est point visuel : « C'est le bon timing pour lancer cette collection. Nous ouvrons une voie qui ne peut que fonctionner et qui sera suivie. Le public mettra peut-être trois ans à digérer le concept. Ce n'est pas de la mode. Les journaux vont peu nous montrer. Les vêtements sont antiphotogéniques. Mais les gens intelligents sauront nous découvrir. » La messe est dite.

FABIENNE REYBAUD

Les collections homme et femme, en cachemire déperlant ou waterproof, sont conçues pour résister au temps. DR

@ Plus de mode
SUR LEFIGARO.FR/MADAME