

Fashion Daily

28 SEPT. 08
Médiamotion Paris



JEUNE CRÉATION FRANÇAISE: OÙ EN EST-ON ? YOUNG FRENCH DESIGNERS: WHERE DO WE STAND ?

Experts invités par
Jeffrey Berman, Thomas Pélissier, Sophie Krawczyk, Pierre-Henri de Valenciennes et Vincent Scaup

Y A-T-IL UN JEUNE CRÉATEUR FRANÇAIS DANS LA SAULE ?

La réponse est oui. Qu'on se le dise. Alors que toute la planète s'invite aujourd'hui dans le camp tricolore lors de la Fashion Week parisienne, les Frenchies tirent encore leur épingle du jeu. Ces cinq dernières années, trois des vingt-et-un jeunes créateurs récompensés par le prix Andam (Association nationale pour le développement des arts et de la mode) sont français : Marie Séguy, Alexandre Mathieu et Anne-Valérie Hash. "Notre pays a la cote", confirme la créatrice Isabel Marant. "Revendiquer la French Touch est même un argument de vente pour s'exporter", ajoute Gildas Pennec, le fondateur de Margareth & moi, une marque vendue au Japon, en Italie, en Russie, au Canada et aux Etats-Unis. Quel est donc ce mystère envié par toute la planète et dont disposeraient nos représentants quand il s'agit de confectionner des vête-

ments ? "Cela vient de notre tournure d'esprit, analyse Jean-Jacques Picart, conseiller auprès de jeunes créateurs et cofondateur de la maison Lacroix. On aime s'opposer à tout. On ne respecte pas la hiérarchie. Au moment où le monde se reforme, cette culture de la rébellion, teintée aussi d'une pincée d'orgueil, fait que l'on a une tendance plus forte à créer." L'optimisme version bleu-blanc-rouge reste néanmoins à nuancer.

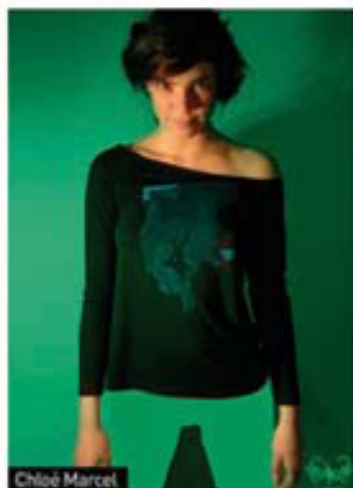
Le marché étranger s'avère difficile à percer du fait de la conjoncture économique difficile. "Aujourd'hui, 30 % de nos clients paient en dollars, constate Sophie Guyot, directrice associée de Who's Next. Et on sait bien que l'euro fort n'est pas fait pour aider les échanges." Une raison supplémentaire pour rivaliser d'imagination et ainsi sortir du lot. Elle s'appelle Chloé Marcel. En 2005, cette créatrice lyonnaise s'est fait connaître en sortant une collection de... marcel, justement. Son plus ? Les motifs design d'inspiration ethnique qu'elle imprime sur ses vêtements, exclusivement

made in France. Presque une exception sur le marché. "J'ai frappé à toutes les portes, mes prototypes sous le bras. Un processus de fabrication 100 % français pour des marcel, personne n'y avait pensé avant. Les clients ont été séduits par cette nouveauté." Aujourd'hui, elle a installé sa marque. Cette chef d'entreprise est sur le point de vivre uniquement de ses créations. Un petit exploit après seulement trois ans d'existence.

"Je vois trop de jeunes qui lancent leur griffe par dépit, regrette Jean-Jacques Picart. Franchement ce-là, quand ils viennent me voir, je leur jette un bac à glaçons sur la tête. Les mots clés pour monter sa collection est innover, innover, innover." De préférence, en collant au marché : "Longtemps, on a pensé qu'il suffisait de créer pour réussir. Mais le plus beau vêtement, s'il ne quitte pas le cintre, c'est comme s'il était raté." La vente est bien le nerf de la guerre, même pour des artistes. Reste à savoir si les jeunes créateurs sont bien préparés à affronter les dures lois du marché.

UNE PLACE AU SOLEIL À L'OMBRE DES GRANDES MAISONS

Ce n'est pas le tout d'innover, encore faut-il faire son nid. Vincent Schoepfer a tenté l'expérience. Jeune créateur sorti d'Esmod en 2002, il a été lauréat du festival de Dinard en 2006. Pour se faire une place, il a dû porter plusieurs casquettes. "Quand on lance sa propre marque, la qualité du créateur ne suffit pas. Il faut aussi être chef d'entreprise et gestionnaire." Cet aspect du métier, les écoles de création ne l'occultent pas. La plupart des formations propose des cours de marketing, de gestion et aussi de langues. Pour autant, "ça ne suffit pas. Rien ne vaut la pratique sur le terrain pour prendre conscience des réalités." Pour se faire connaître, les jeunes créateurs français misent beaucoup sur l'expérience. "Les élèves sortis d'école préfèrent faire leurs armes dans les maisons de couture avant de s'embarquer dans une aventure plus



Chloé Marcel



Vincent Schoepfer



Margareth & Moi