

# M

Le magazine du Monde

24 AOÛT 2013

**Ralph Lauren**

*Il était une fois*

Zebra Katz dans la nouvelle boutique Chanel de Londres (1). Le rappeur a signé un nouveau pôle en réalisant la bande-son de dernier défilé automne-hiver de Rick Owens (2). Comme ce dernier, les couturiers multiplient les emprunts au hip-hop: sweat à capuche signé Kanye West chez APC (4), sweat-shirt orné d'une tête de chien chez Givenchy (3), baskets montantes chez Pierre Hardy (5).



# Le rap entre les griffes de la mode.

*Incongrue, l'alliance entre cette musique née dans la rue et l'industrie du luxe? Séduits par l'audace vestimentaire des nababs du rap, les stylistes sont de plus en plus nombreux à s'inspirer des codes du hip-hop. Un mariage d'intérêts.*

Par Carine Bizet



**A**RTICLE ÉPISÉ, indique le site de vente en ligne de la marque APC à chaque clic sur l'un des modèles de la collection capsule, livrée mi-juillet, co-signée

avec le rappeur américain Kanye West. En quelques heures a disparu le fruit de cette union que peu surprenante entre un label parisien estampille intello-chic-cool-minimal et le sale gamin mégalo-modeux de la scène rap américaine. Cette collaboration illustre un phénomène en pleine expansion: les relations entre la mode avec un grand M et la culture rap et ses codes vestimentaires. Car les nouveaux nababs du rap affichent des goûts en matière de style qui n'ont rien à envier aux magazines les plus pointus et/ou luxueux. Quand il n'est pas en premier rang des défilés Maison Martin Margiela, Givenchy ou Anthony Vaccarello, Kanye West échange ses impressions au très select Met Ball (le gala de charité le plus important de l'industrie de la mode) avec Anna Winzoor, la sœur-d'adolescence du Vogue américain, plus connue pour son goût de la haute couture, du tennis et des tanus Prada impeccables que pour des penchants hip-hop. Et dans Tom Ford, une chanson de son dernier album, l'Américain Jay-Z rend hommage au maître du costume 5-étoiles: «I don't pop molly [surnom de l'ecstasy] / I rock Tom Ford», balance ce fidèle client du créateur texan.

Ce drôle de flirt pousse est le fruit logique d'une longue évolution, qui est d'abord celle d'un courant musical. «La plupart des rappeurs ont toujours eu une fascination pour le luxe», explique Antoine Zucchet qui vient d'écrire un mémoire sur le sujet pour l'Institut français de la mode. Au milieu des années 1990, ils affichaient volontiers un goût du bling-bling et des logos à la Gucci/Versace. Mais ils ont acquis une connaissance du luxe et, au milieu des années 2000, des artistes comme Asap Rocky ont affirmé leur préférence pour Maison Martin Margiela et Demet Dornà. En observateur éclairé, Jean Touitou, fondateur d'APC attire l'attention sur un sens du style jamais bien loin derrière les outrances. «Du point de vue de l'apparence vestimentaire, ce "mouvement musical" - j'ai très envie de dire musical et littéraire - a toujours été porté par une volonté de perfection dans l'allure, avec des codes aussi précis que ceux de personnes élégantes telles que Brian Jones ou Yves Saint Laurent, assure-t-il. L'or et les cailloux qui parfument le cou de ces musiciens sont pour moi un détail. Il faut surtout regarder les perpétuelles recherches de nouvelles proportions, depuis les débuts du hip-hop.» Outre la forme, le fond, lui aussi a évolué. «Pendant longtemps, le rap a été un mouvement assez homogène, poursuit Antoine Zucchet. Mais Kanye West est un rappeur

middle class, une figure de proue de la diversification du propos. Réputé machiste, le milieu commence même à s'ouvrir aux artistes homosexuels, comme Zebra Katz. Un des premiers à avoir refusé de cacher ses préférences. Sa participation à la bande-son du défilé automne 2012-hiver 2013 de Rick Owens a mis en avant son talent et lui a permis d'élargir le cercle de ses fans. La démographie des amateurs de rap a d'ailleurs beaucoup changé. «Le consommateur a évolué, confirme Antoine Zucchet. On est loin du cliché du jeune Noir délaissé. A New York aujourd'hui, on écoute du rap depuis l'Hotel Branch The Standard, jusqu'à Brooklyn. Et pour apprécier cette musique, on n'est plus obligé de s'habiller comme un rappeur.»

Voilà donc un vivier élargi de clients potentiels pour une génération de créateurs talentueux, naturellement à l'écoute de la rue. Rick Owens, Carol Lim et Humberto Leon (Kenzo et Coching Ceremony), Alexander Wang ou encore Riccardo Tisci, ces fans de streetwear ont su traduire ce vocabulaire stylistique dans une grammaire plus couture. De quoi donner un peu de chair à un luxe qui tend à se couper de la vie. En expliquant ce que Kanye West apporte à sa griffe, Jean Touitou confirme cette impression d'énergie vitale. «Il apporte ce qu'il est vraiment: le diversissement et la révolte. Et à mon avis, on a toujours besoin des deux dans la vie.» Esthétique, culturelle, commerciale, cette rencontre de la mode et du rap finit par ressembler à une fatalité. Celle qui fait se multiplier les ventes de sweat-shirts de luxe à tête de tigre (Kenzo), de chien ou de méduse (Givenchy), celle qui met des baskets montantes ribe sport ou couture aux pieds des adolescents comme de leurs parents. D'ailleurs, en 2009, Kanye West, toujours lui, avait imaginé une collection de baskets pour Louis Vuitton.

**GARE À L'ANGÉLISME, CEPENDANT.** La mode reste une machine à broyer les sous-cultures: elle a déjà vampirisé le rock jusqu'à en faire une panoplie cliché, elle s'attache à être sent au rap pour un résultat encore en suspens. Et si elle exploite les artistes et le public d'un mouvement qu'elle a autrefois traité avec dédain, ceux-ci ne sont, certainement pas dupes. Kanye West n'a pas cédé que certains de ceux qui invitent aujourd'hui au premier rang de leur cédé refusent autrefois de lui prêter la moindre pièce. Quand on demande à Jean Touitou ce que le rappeur retire de l'expérience, le retour est édifiant. «La réponse à cette question est très exactement dans les premières lignes du texte de New Slaves, troisième titre de l'album Yeezus: il avait à très juste titre, l'impression de n'être rien d'autre qu'un cotton picker aux yeux de l'industrie de la mode: un esclave d'un nouveau genre. On ne lui volait pas son travail, mais sa présence, ses "vibes", sans jamais rien lui donner en échange. Ce qu'il espérait, c'est qu'on le laisse un peu faire, et nous lui avons permis de devenir ce qu'il voulait commencer à être dans cette industrie.» Pragmatique, cette union durera sans doute tant qu'elle sera profitable à tous, esthétiquement mais aussi, et peut-être surtout, commercialement. ● Carine Bizet



Sélections

Partage

## Le rap entre les griffes de la mode

**Incongrue, l'alliance entre cette musique née dans la rue et l'industrie du luxe ? Séduits par l'audace vestimentaire des nababs du rap, les stylistes sont de plus en plus nombreux à s'inspirer des codes du hip-hop. Un mariage d'intérêts.**

Par Carine Bizet



"Article épuisé", indique le site de vente en ligne de la marque APC à chaque clic sur l'un des modèles de la collection capsule, livrée mi-juillet, cosignée avec le rappeur américain Kanye West. En quelques heures a disparu le fruit de cette union quelque peu surprenante entre un label parisien estampillé intello-chic-cool-minimal et le sale gamin mégalo-modeux de la scène rap américaine. Cette collaboration illustre un phénomène en pleine expansion : les relations entre la mode avec un grand M et la culture rap et ses codes vestimentaires. Car les nouveaux nababs du rap affichent des goûts en matière de style qui n'ont rien à envier aux magazines les plus pointus et/ou luxueux.

Quand il n'est pas au premier rang des défilés Maison Martin Margiela, Givenchy ou Anthony Vaccarello, Kanye West échange ses impressions au très select Met Ball (le gala de charité le plus important de l'industrie de la mode) avec Anna Wintour, puissante directrice du *Vogue* américain, plus connue pour son goût de la haute couture, du tennis et des tenues Prada impeccables que pour des penchants hip-hop. Et dans *Tom Ford*, une chanson de son dernier album, l'Américain Jay-Z rend hommage au maître du costume 5-étoiles : "*I don't pop molly* [surnom de l'ecstasy] / *I rock Tom Ford*", balance ce fidèle client du créateur texan.

## LE FOND A ÉVOLUÉ

Ce drôle de flirt poussé est le fruit logique d'une longue évolution, qui est d'abord celle d'un courant musical. *"La plupart des rappeurs ont toujours eu une fascination pour le luxe, explique Antoine Zucchet qui vient d'achever un mémoire sur le sujet pour l'Institut français de la mode. Au milieu des années 1990, ils affichaient volontiers un goût du bling-bling et des logos à la Gucci/Versace. Mais ils ont acquis une connaissance du luxe et, au milieu des années 2000, des artistes comme Asap Rocky ont affirmé leur préférence pour Maison Martin Margiela et Damir Doma."* En observateur éclairé, Jean Touitou, fondateur d'APC, attire l'attention sur un sens du style jamais bien loin derrière les outrances. *"Du point de vue de l'apparence vestimentaire, ce "mouvement musical" – j'ai très envie de dire musical et littéraire – a toujours été porté par une volonté de perfection dans l'allure, avec des codes aussi précis que ceux de personnes élégantes telles que Brian Jones ou Yves Saint Laurent, assure-t-il. L'or et les cailloux qui parfois ornent le cou de ces musiciens sont pour moi un détail. Il faut surtout regarder les perpétuelles recherches de nouvelles proportions, depuis les débuts du hip-hop."*

Outre la forme, le fond, lui aussi a évolué. *"Pendant longtemps, le rap a été un mouvement assez homogène, poursuit Antoine Zucchet. Mais Kanye West est un rappeur middle class, une figure de proue de la diversification du propos."* Réputé machiste, le milieu commence même à s'ouvrir aux artistes homosexuels, comme Zebra Katz, un des premiers à avoir refusé de cacher ses préférences. Sa participation à la bande-son du défilé automne 2012-hiver 2013 de Rick Owens a mis en avant son talent et lui a permis d'élargir le cercle de ses fans.

### **"LE DIVERTISSEMENT ET LA RÉVOLTE"**

La démographie des amateurs de rap a d'ailleurs beaucoup changé. *"Le consommateur a évolué, confirme Antoine Zucchet. On est loin du cliché du jeune Noir défavorisé. A New York aujourd'hui, on écoute du rap depuis l'hôtel branché The Standard jusqu'à Brooklyn. Et, pour apprécier cette musique, on n'est plus obligé de s'habiller comme un rappeur."* Voilà donc un vivier élargi de clients potentiels pour une génération de créateurs talentueux, naturellement à l'écoute de la rue. Rick Owens, Carol Lim et Humberto Leon (Kenzo et Opening Ceremony), Alexander Wang ou encore Riccardo Tisci, ces fans de *streetwear* ont su traduire ce vocabulaire stylistique dans une grammaire plus couture. De quoi donner un peu de chair à un luxe qui tend à se couper de la vie.

En expliquant ce que Kanye West apporte à sa griffe, Jean Touitou confirme cette impression d'énergie vitale. *"Il apporte ce qu'il est vraiment : le divertissement et la révolte. Et, à mon avis, on a toujours besoin des deux dans la vie."* Esthétique, culturelle, commerciale, cette rencontre de la mode et du rap finit par ressembler à une fatalité. Celle qui fait se multiplier les ventes de sweat-shirts de luxe à tête de tigre (Kenzo), de chien ou de madone (Givenchy), celle qui met des baskets montantes rétro sport ou couture aux pieds des adolescents comme de leurs parents.

### **UNION PRAGMATIQUE**

D'ailleurs, en 2009, Kanye West, toujours lui, avait imaginé une collection de baskets pour Louis Vuitton. Gare à l'angélisme, cependant. La mode reste une machine à broyer les sous-cultures : elle a déjà vampirisé le rock jusqu'à en faire une panoplie cliché, elle s'attaque à présent au rap pour un résultat encore en suspens. Et si elle exploite les artistes et le public d'un mouvement qu'elle a autrefois traité avec dédain, ceux-ci ne sont certainement pas dupes. Kanye West n'a pas oublié que certains de ceux qui l'invitent aujourd'hui au premier rang de leur défilé refusaient autrefois de lui prêter la moindre pièce.

Quand on demande à Jean Touitou ce que le rappeur retire de l'expérience, le retour est édifiant. *"La réponse à cette question est très exactement dans les premières lignes du texte de New Slaves, troisième titre de l'album Yeezus : il avait, à très juste titre, l'impression de n'être rien d'autre qu'un cotton picker aux yeux de l'industrie de la mode, un esclave d'un nouveau genre. On ne lui volait pas son travail, mais sa présence, ses "vibes", sans jamais rien lui donner en échange. Ce qu'il espérait, c'est qu'on le laisse un peu faire, et nous lui avons permis de devenir ce qu'il voulait commencer à être dans cette industrie."* Pragmatique, cette union durera sans doute tant qu'elle sera profitable à tous, esthétiquement mais aussi, et peut-être surtout, commercialement.

**Carine Bizet**