

INFRAROUGE

EN VENTE NULLE PART
www.infrarouge.fr

#213



Vers de
nouveaux
horizons

CONFINÉS MAIS
PLEIN DE PROJETS !

INTERVIEW

CLÉMENCE THIOLY

BEAUTÉ

LES SOINS VENUS D'AILLEURS

MODE

HIP, HIP, HIP VINTAGE !



HIP, HIP, HIP VINTAGE !

En s'exposant sur Instagram, l'univers de la fripe sort de la naphthaline. Une tendance de fond qui flatte notre ego, notre conscience et notre portefeuille. Explications. Par **Audrey Poux**

Rien ne se perd, tout se transforme... voici une maxime on ne peut plus d'actualité car, depuis quelque temps, il est de bon ton d'acheter du vintage, et pas une influenceuse digne de ce nom n'oserait nous contredire. Toutes prennent la pose sur Instagram les fesses savamment moulées dans un Levi's 501, le vrai, le beau, celui qui s'illustre d'une patine parfaite et semble cousu sur vous. Loin d'être anodin, ce choix vintage illustre les trois tendances du moment qui sont, dans le désordre : un look à soi, la planète comme priorité et le bon sens économique.

S'exprimer autrement tout en restant à la mode

Véritable mascotte des Millennials férus de mode 90's, le 501 s'est récemment hissé au rang d'icône des dressings. Des puces de Saint-Ouen aux friperies *hype* du centre de Paris, il se raréfie et force est de constater qu'il devient ardu d'en chiner un de réelle qualité – comprenez « vraiment vieux ». Gauthier Borsarello, l'un des spécialistes du vintage à Paris, recommande de choisir les modèles *made in USA*, un gage de qualité selon cet expert qui en vend à la pelle dans sa boutique du XVI^e arrondissement, Le Vif Showroom. Pour s'assurer de mettre la main sur le bon jean *online*, le site *Imparfait.com* met à disposition de ses visiteurs le 501 Calculator qui permet en quatre clics de définir sa juste taille. Cette proposition dans l'air du temps est à l'image de la plateforme qui célèbre le vintage comme facteur différenciant. « *Aime ce qui te rend unique* », le slogan d'*Imparfait.com* titille les modeuses là où le bât blesse, à savoir ne pas être un énième clone. Via un tentaculaire réseau de revendeurs (450), le site met en ligne quotidiennement de nombreuses pièces, griffées ou non, qui répondent à une demande croissante des clientes pour les vêtements rétro. Leur *best of* du moment ? Les cardigans autrichiens et les fameux 501. Dans un registre plus haut de gamme, le site *Resee.com* propose une vaste sélection de pièces de designers. Hautement jouissive, cette plongée dans les archives des plus belles maisons permet de se confectionner un look à la fois « *pointu et incopiable* », selon les propres termes de Sofia Bernardin, la cofondatrice du site, qui a fait ses armes chez *Vogue*. L'idée est simple mais innovante : en dépoussiérant le vintage qu'elle associe aux pièces du moment sur son site ultraléché, Sofia redonne vie à des merveilles qui traversent le temps avec panache... « *Qui a envie de se retrouver avec la même robe à un mariage ?* »

L'écologie au cœur du sujet

La quête du style n'est pas le seul argument capable d'expliquer la ruée vers le vintage. Nul n'ignore à présent que la mode est la deuxième industrie la plus polluante, un constat amer qui nous encourage à revoir nos priorités et nous interroger sur nos comportements de consommateurs. Doit-on craquer pour un énième manteau beige de chez Zara ? Cette question, longtemps éludée via l'argument des prix pratiqués par la *fast fashion*, ne peut plus être ignorée. Les temps ont changé et Greta Thunberg nous la pose frontalement. « *Comment osez-vous ?* », clamait-elle devant l'assemblée de l'ONU en septembre dernier. Alors les consciences s'organisent et le besoin reprend le pouvoir sur l'envie, la raison sur la passion. Tandis que les prémices d'une consommation plus raisonnée se profilent, les marques n'ont d'autres choix que de se mettre au pas. Tissus recyclés, sneakers en cuir de maïs ou certifiés « végans », l'industrie de la mode se met en mouvement, *greenwashing* ou pas, dans les pas des pionniers du genre, comme les labels Stella McCartney et Veja. C'est ainsi que le vintage entre dans l'équation avec ses pièces de seconde main dont l'empreinte carbone est déjà amortie.

Last but not least, le bon sens économique

Acheter des vêtements de seconde main, c'est aussi dire non à l'escalade des prix. Refuser de claquer un SMIC pour une paire de bottes, par conviction, mais aussi par nécessité. Le vintage fournit l'opportunité d'acquiescer des merveilles parfois très peu portées auxquelles on ne pourrait rêver si elles étaient (encore) neuves et en boutique.

Préserver, c'est aussi le sens de cette lame de fond qui encourage à prendre soin de ses affaires et, si vous ne le faites pas, les marques le font désormais pour vous. Avec son programme « Butler », la marque APC retape des jeans à la patine de rêve avant de les remettre en vente, tandis que J.M. Weston, la célèbre manufacture basée à Limoges, rénove 10 000 paires de souliers par an pour que vous repartiez du bon pied. Enfin, acheter vintage, c'est aussi faire de bons placements. À l'instar de Rolex, Hermès, Chanel, certaines marques sont des valeurs refuges dont la cote des pièces les plus emblématiques grimpe année après année. La plateforme *Collector Square* s'est spécialisée dans la vente de ces valeurs sûres, qui s'avèrent aussi être de bons investissements si tant est que vous décidez de les revendre à votre tour. Ainsi la boucle serait bouclée...