



# KING OF COOL

Rick Owens incarne le nouveau luxe: subtil, moderne et décontracté.  
Rencontre avec le créateur le plus atypique de sa génération

Par Laurent Dombrowicz. Illustration, Tristan Galdos del Carpio

**On le sait**, la beauté n'est intéressante que lorsqu'elle est paradoxale. Ce sont logiquement les mutations et les chaos organisés qui font avancer la création. Le Californien Rick Owens est apparu sur la scène mode comme un omni. De ce côté de l'Atlantique, on garde de la mode américaine une image très aseptisée et polie par le pouvoir de quelques grands médias et des department stores. C'est oublier que tout ce qui vaut pour New York ne vaut pas pour la côte Ouest. Los Angeles est une mégapole hypermétissée qui, très loin du WASP anglo-saxon, vit à la fois aux rythmes latino, sous influence asiatique et dans l'esprit sportswear qui façonne l'image "saine" de la Californie. C'est donc sur cette nouvelle terre de mode que Rick Owens s'est forgé un style avant de débarquer à Paris en 2003, à 40 ans.

Son image a parfois pris le pas sur ses créations. Mais ici aussi, il convient de dépasser les apparences. Body-builder

gothique et tatoué revendiquant son look androgyne, il défend une mode sensuelle, mouvante et subtile. Installé sur quatre étages d'un hôtel particulier sur la place du Palais Bourbon, une des plus belles adresses de Paris, il œuvre sur ses collections de vêtements et de meubles bruts dans un décor néoclassique hallucinant. Une nouvelle approche et un nouveau luxe qui, après un succès retentissant dans les boutiques multimarques les plus pointues du monde, a trouvé son cocon au cœur des jardins du Palais Royal. La boutique Rick Owens est le reflet de la marque: bicéphale, presque mutante. Les meubles côtoient une statue le représentant, réplique inquiétante à échelle 1/1 en cire hyperréaliste, les vêtements sont alignés, façon épure, dans un camaïeu presque cosy de gris taupés. Fait rarissime et qui peut étonner voire déranger, le service n'a rien d'obséquieux ni de compassé mais est direct, familier....

**Citizen K International: Comment se sont déroulés vos débuts dans la création de mode?**

**Rick Owens:** J'ai commencé à étudier les beaux-arts mais les réalités économiques m'ont très vite obligé à travailler. J'ai donc fait du patron, en commençant tout en bas de l'échelle. Des revendeurs chinois me demandaient de copier une veste Versace en une heure!

**CKI: Et le lancement de votre propre griffe?**

**RO:** Je n'ai jamais eu de plan de carrière. J'ai commencé de manière intuitive et artisanale à Los Angeles, à très petite échelle. J'étais fauché et j'ai failli plusieurs fois mettre la clé sous la porte. J'ai eu la chance d'être soutenu par le *Vogue* US et de trouver un fabricant italien qui comprenne mon produit. C'est parfois ce qu'il y a de plus difficile: faire partager son goût dans toutes ses subtilités.

**CKI: Comment se passe cette collaboration?**

**RO:** À merveille. Et de manière

constructive et réaliste. Mes vêtements sont tactiles, sensuels, presque intimes. J'ai trouvé un industriel qui comprend ces notions et qui arrive à les réaliser dans de vrais vêtements. Je n'ai ni vendu mon nom ni bradé mes idées. Nous avons grandi ensemble. Mon *background* m'a aidé à maîtriser le processus, comme ma connaissance de la partie commerciale. Nous partageons le succès. Et c'est la même chose avec les autres personnes de mon entourage professionnel. Il m'est parfois difficile de donner ma confiance, mais, après, je ne le regrette pas. Je ne fais pas ce métier pour rendre des gens riches, mais pour être heureux. Que les affaires se portent bien, c'est un plus. Pas un but. J'existe, je vends, c'est déjà pas mal, non?

**CKI: On vous a souvent prêté une image exclusivement dark, gothique...**

**RO:** Mais j'ai été gothique! Et je ne me démaquillais pas toujours avant de me coucher! J'aime ce qui est extrême, les sensations fortes. Mais toujours avec de l'humour! Y compris sur moi-même...

En définitive, les seules choses qui comptent vraiment, ce sont l'amour, le sexe et la mort.

**CKI: Même si bon nombre de vos collections sont noires, il s'en dégage une vraie poésie. Vous réinventez le casual luxe...**

**RO:** Je me concentre sur des vêtements portables. Pour ma ligne principale, ni jeans ni robes du soir pour tapis rouges. Cela ne m'intéresse pas. Contrairement à ce qu'on pense, je ne suis pas du tout *show off*. D'ailleurs, contrairement à la plupart des créateurs qui ne vivent que pour le moment du défilé, c'est une étape qui m'a longtemps déconcerté, presque fait peur. Comment faire partager mon idée de la sensualité et de la vérité dans un spectacle? Je me suis renseigné, j'ai écouté un tas de gens qui avaient tous quelque chose à dire sur le sujet. J'ai appris à m'écouter. À suivre mon instinct, plus que jamais.

*Rick Owens. 130-133, galerie de Valois. Jardins du Palais Royal. Paris 1<sup>er</sup>*

“Ni jeans ni robes du soir pour tapis rouges.  
Cela ne m'intéresse pas”



## RICK OWENS PRINTEMPS-ÉTÉ 2008

Pour sa dernière collection, Rick Owens joue la rupture. Sans renier son goût pour une gamme de couleurs très épurée, il aborde le graphisme avec des rayures d'inspiration constructiviste. Ses pliages, de

plus en plus savants, dévoilent le corps avec habileté et parcimonie. Les vestes gagnent en structure, évoquant parfois des kimonos traditionnels. Les tissus et cuirs précieux comme l'autruche et le python

remplacent les jerseys et le coton "instable" qui ont fait le succès commercial de la marque. Une féminité moderne qui n'emprunte rien à un minimalisme rigoriste, concentrée sur l'excellence de la coupe.