

LE CHIC ET LE CHOC

Balmain, le prestige d'un pari parisien

Par Laurent Dombrowicz

C'est en 1945 que Pierre Balmain établit sa maison. Par ses créations, il veut faire oublier les privations et l'aspect purement fonctionnel du vêtement des années 1940. Sa "Jolie Madame" va immédiatement rencontrer le succès, dopée par l'envie de renouveau et d'optimisme dans la haute couture de l'immédiat après-guerre. Les têtes couronnées européennes et les plus mythiques actrices hollywoodiennes font appel à Pierre Balmain pour leurs tenues de cocktails, robes de soirée ou de mariage. Ava Gardner, Brigitte Bardot, Katharine Hepburn et Sophia Loren sont quelques-unes de ces étoiles ayant succombé aux luxueuses matières rebrodées, aux tailles resserrées et aux jupes longues. Entre classicisme et ultramodernité, Pierre Balmain occupe une place à part qu'il conservera jusqu'à sa disparition en 1982. L'exercice périlleux de la succession stylistique échoit alors à Erik Mortensen, puis à Oscar de la Renta et Laurent Mercier, pour n'en citer que trois.

Mais à l'aube du XXI^e siècle, ce postulat d'élégance a vieilli. Il manque de souffle. Nommé directeur artistique en 2006 — une

fonction qu'il occupera durant cinq ans —, Christophe Decarnin défriche le chantier et propulse à nouveau la griffe au firmament du succès. Un style décomplexé, où les références aux années 1980 — ligne d'épaule en porte-avion et attitude provocante en tête, les matières rutilantes et l'image néobling coïncident avec les envies des femmes qui ont définitivement tourné la page du minimalisme et d'une mode française souvent trop bourgeoise. Ce luxe mâtiné de rock fait mouche à chaque saison, créant parfois des émeutes dans les boutiques saturées par les listes d'attente. La Balmania existe bel et bien. En 2011, c'est le très jeune Olivier Rousteing, collaborateur de Christophe Decarnin, qui prend les commandes du fringant navire. Le cap est maintenu, mais, sous sa houlette, le glam prend de nouvelles couleurs. Plus pop que rock, sa mode fait appel à des techniques inédites, méconnues ou peu usitées comme la vannerie. Son sens décoratif vient magnifier une proposition forte, en constant renouvellement. Rencontre.

Ci-dessous: Olivier Rousteing. Collection printemps-été 2013. Page de droite: les parfums Balmain *Vent vert*, *Jolie Madame*, *Ivoire*



Citizen K International: Avant de rentrer chez Balmain, quelle image aviez-vous de cette marque et de son histoire?

Olivier Rousteing: Selon moi, Balmain a toujours représenté la maison de couture parisienne par excellence. J'admirais le travail de Pierre Balmain, sa conception du travail de couture et des coupes très structurées. Avec l'arrivée de Christophe Decarnin, la maison a pris son envol et j'ai eu la chance de pouvoir travailler au sein de cette maison emblématique.

CKI: Pensez-vous que Balmain, aujourd'hui, est une marque à l'identité française?

OR: Complètement. La création au sein de la maison est en constante évolution, mais la maison garde ses racines françaises, puisant son inspiration dans les archives de son fondateur. L'héritage de la

“Pour chaque collection, je garde en tête la

femme que je voudrais habiller: la Parisienne”

maison est incroyable. Sa forte identité française reste pour moi une référence et une des clés du succès de la maison. Lorsque je travaille sur une collection, je garde toujours en tête la femme que je voudrais habiller: la Parisienne. J'aime son élégance naturelle, facile, innée.

CKI: Quelles sont les différences fondamentales dans votre manière de travailler une collection homme et une collection femme?

OR: À mon sens, *Balmain Homme* est le vestiaire idéal, celui que je voudrais porter.

CKI: On a souvent décrit la femme Balmain comme très voyante...

OR: J'aime les femmes fortes qui n'ont peur de rien, qui assument

leurs vêtements et en sont fières.

CKI: En dehors de la mode, quelles sont vos sources d'inspiration?

OR: La musique (*la chanteuse Sade a été l'une des muses virtuelles de la collection Balmain printemps-été 2013, ndlr*), les voyages, même s'ils sont imaginaires, par exemple la ville de Las Vegas, qui a inspiré la collection printemps-été 2012, où je ne suis pourtant jamais allé! J'aime bien rêver. Je suis inspiré par l'art en général. J'ai été très marqué, par exemple, par l'exposition Helmut Newton au Grand Palais.

Fraîcheur de France Par Maïté Turomet

Si les parfums Balmain n'avaient pas existé, la face du monde olfactif en eût été changée. Quel brio! En 1946, la toute jeune maison de couture fondée un an plus tôt par Pierre-Alexandre Balmain lance un premier jus pour séduire sa clientèle de jolies femmes plus internationales que parisiennes: baptisé *Élysée 64/83* (du numéro de téléphone des salons), c'est un chypré cuir poudré enfermé dans un flacon carré et à la pub signée Gruau (oui, avant *Miss Dior*...). L'année suivante, rebelote: *Vent vert*. Un monument. Œuvre insurpassable d'un parfumeur de génie nommé Germaine Cellier (une copine de Cocteau). L'idée? Créer une odeur de changement, de renaissance, de vitalité — on sort de la guerre, les pénuries, restrictions et tickets de rationnement sont toujours d'actualité. A contrario des aimables senteurs fleuries, *Vent vert* évoque donc le printemps, l'herbe neuve qui pousse partout, dans les jardins, entre les pavés, aux pieds des arbres. C'est du brut de décoffrage: feuilles de violette et basilic en tête, galbanum en cœur, sauge en finale. Madame Cellier (également auteur de *Fracas* pour Robert Piguet en 1948, une tubéreuse-fleur d'oranger de folie) ne faisait pas dans la dentelle. Son parfum, le premier “vert” de l'histoire, est un coup de poing. Splendide, déroutant, excessif. Il a la puissance d'un gazon qu'on vient de tondre, l'âpreté du petit pois cru que l'on croque au sel, la froideur de la sève

jailleuse. Vinrent ensuite un très réussi *Jolie Madame* (une violette cuirée), puis *Ivoire* en 1979: vert comme le vent, mais plus floral, aldéhydé, suprêmement chic. Hélas... La maison a bien souvent changé de main. Et ses divers propriétaires n'ont guère eu d'égard pour le chef-d'œuvre d'après-guerre ni même ses successeurs (l'un des derniers a même osé un *La Môme*, courant derrière le succès du film du même nom). On se souvient personnellement, au tournant des années 1980, d'un certain Alain Chevalier, ex-président des champagnes Moët et des cognacs Hennessy, évincé de LVMH naissant par un Bernard Arnault conquérant, et qui pensait prendre sa revanche médiatique en s'offrant couture et parfums Balmain. Sauf que son premier geste fut de dénaturer totalement son trésor et de le rebaptiser... *Miss Vent vert*. Un flop, bien sûr, qui entraîna la déconfiture financière du monsieur. N'est pas numéro un du luxe qui veut. Aujourd'hui, un nouveau groupe s'investit dans l'histoire: Interparfums, dirigé par Philippe Benacin, lequel a déjà largement montré sa compétence à relever des paris difficiles (Boucheron, Van Cleef & Arpels, Lanvin). Bref, après un *Ivoire* plutôt très bien retravaillé, on croise les doigts en espérant très fort retrouver le *Vent vert* d'origine. Pour l'instant, seuls les flacons ont pris une deuxième jeunesse.

