

Le Monde 2

Paru dans

LE MONDE 2 – SPECIAL MODE

Samedi 29 Septembre 2007

spécial mode | LILLE - SUD

« périphérique ? » Voilà l'avenir que se pose en 2001 Martine Aubry, maire de Lille. Son projet urbain prévoit de refaire de chaque quartier un « morceau de ville », avec toutes ses composantes (travail, logements, commerces, culture...). À Lille-Sud, la rénovation de l'habitat et des équipements publics est bien lancée. Mais les commerçants ne se bousculent pas.

« Pour le bus de gamme, les gens achètent tout au supermarché. Et pour le milieu de gamme, ils n'ont pas le pouvoir d'achat », se désole madame la maire. C'est alors qu'elle se souvient d'un voyage à New York. De ce quartier de l'East End « où personne n'entrait, mais où, peu à peu, les créateurs se sont installés et ont porté la rénovation ». Pourquoi, se dit-elle, ne pas installer un haut lieu de la mode à Lille-Sud ? « Il fallait un positionnement d'excellence qui permette à ce quartier, doté d'une vraie

vitalité, de changer d'image. Que les gens pensent : "C'est là que ça se passe" et viennent s'installer ». L'idée s'impose : le textile-habillement est traditionnellement bien implanté dans la métropole qui dispose, dans ce secteur, de fabricants, d'école d'ingénieurs et de stylistes réputées, qui attire aussi les sièges sociaux des géants de la vente à distance et des principaux réseaux de franchise. « Grâce à ce vider de jeunes stylistes, nous donnons à ces entreprises des raisons de rester chez nous », résume-t-on à la mairie de Roubaix.

Fédérer les créateurs, leur donner une large visibilité, tout en contribuant à la renaissance de deux quartiers défavorisés de Lille et de Roubaix. Telle est donc la délicate mission assignée à une nouvelle association, Maisons de mode, financée pour l'essentiel par la communauté urbaine de Lille. L'équipe de Maisons de mode repère des talents, de la région ou

d'ailleurs : ils « ont déjà leur univers », sont le plus souvent passés par une école de mode, ont fait durant quelques années leurs premières armes de styliste (en ligne et le Printemps, les Galeries Lafayette) et le Printemps. On n'est pas là pour faire du métier de pseudo-artiste, mais clairement Vincent Bianquart. On explique à la créatrice qui veut vendre sa petite robe à 380 euros qu'il vaut mieux en vendre vingt à 150 euros qu'attendre une hypothétique clientèle. Dans le Nord, on ne peut pas se permettre de faire une mode ultra-élitiste réservée aux catégories sociales les plus favorisées. Il faut une mode accessible, qui tienne compte des tendances, qui peut se vendre... donc qui se présente à terme. Il est parfois difficile de faire entendre raison aux jeunes créateurs, qui ont l'impression de faire la tendance. Mais quand l'architecte pour les Galeries Lafayette passe, c'est elle-même qui leur dit : « A ce prix-là, je ne prends pas ! »

Binômes durables

Première étape : rue du Faubourg-des-Postes, à Lille, dans un vaste cinéma réconverti en « incubateur », l'équipe de Maisons de mode les aide à lancer et développer leur activité. Trois modèles pour les épauler dans l'élaboration d'une première collection. Et un ancien de la grande distribution, Vincent Bianquart, pour les imposer aux contraintes du monde de l'entreprise : structuration administrative, avance remboursable pour débloquer la fabrication, recherche de financements pour les collections suivantes, protection des modèles, négociations avec les fournisseurs de tissus et les confectionneurs locaux... A plus long terme, il tente de « créer des binômes durables, de placer un gestionnaire-développeur d'affaires aux côtés des jeunes stylistes », mais aussi de « dénicher des business angels, des investisseurs qui sont proches d'eux ».

Enfin, il faut veiller à la recherche de débouchés. Maisons de mode a développé des partenariats avec Psaular, La Redoute (qui a vendu certains vêtements sur son site Internet) et le Printemps. Les Galeries Lafayette y songent. « On n'est pas là pour faire du métier de pseudo-artiste, mais clairement Vincent Bianquart. On explique à la créatrice qui veut vendre sa petite robe à 380 euros qu'il vaut mieux en vendre vingt à 150 euros qu'attendre une hypothétique clientèle. Dans le Nord, on ne peut pas se permettre de faire une mode ultra-élitiste réservée aux catégories sociales les plus favorisées. Il faut une mode accessible, qui tienne compte des tendances, qui peut se vendre... donc qui se présente à terme. Il est parfois difficile de faire entendre raison aux jeunes créateurs, qui ont l'impression de faire la tendance. Mais quand l'architecte pour les Galeries Lafayette passe, c'est elle-même qui leur dit : « A ce prix-là, je ne prends pas ! »

Seconde confrontation avec la dure réalité : la boutique. Aux créateurs déjà aguerris, Maisons de mode offre d'occuper d'abord gratuitement, puis à très bas prix, pendant vingt-trois mois, une petite boutique-atelier (parfois surplombée d'un logement). Onze ont déjà ouvert rue du Faubourg-des-Postes à Lille, et

eu les honneurs de la boutique Colette à Paris, puis ont fait un succès au Printemps de Lille. Pourtant, les habitants de Lille-Sud ne poussaient encore que rarement les portes de sa boutique. « Un chemisier à 70 euros, une robe à 125 euros, pour eux, c'est très, très cher, même si elle est vraiment bien. J'ai essayé de faire une série "Faubourg des Postes" à des prix plus bas. Parce que les gens qui entrent ne permettent de prendre du recul. Ce sont eux qui m'ont signalé qu'il manquait des ensembles, qui me montraient des associations de vêtements auxquelles je n'avais pas forcément pensé. »

« Energie positive »

Dans la petite boutique d'à côté, Aurélie Leauvion (Lili é Lili), 36 ans, fabrique des vêtements aux lignes sobres dans des matières synthétiques innovantes. Et fréquente assidûment le café-friterie de la rue. « On vit ici et il n'y a pas encore de petit bar branché... Au café d'en face, le soir, il y a de la musique, c'est la fête. Au début, les gens étaient assez réticents mais on leur a expliqué que nous non plus, on n'a pas les moyens de s'acheter ce qu'on vend, comme ma robe kimono à 125 euros. Et qu'il s'agit de vendre ce qu'on a fait fabriquer dans le coin, pas pas en Chine. Qu'on est là pour valoriser



Castagne Noire. Les créations de Rafael Kleron et Alexandra Touillet (Arteria, à Lille) ont été placées toujours respectivement de l'autre côté de l'édifice.

« Il fallait un positionnement d'excellence qui permette à Lille-Sud, doté d'une vraie vitalité, de changer d'image » Martine Aubry



des nouvelles apparaîtront début 2009. A Roubaix, deux magasins étaient l'avenue Jean-Lébas, qui s'étire de la gare à la mairie. Bientôt, on en comptera sept et, au premier semestre 2008, huit stylistes s'installaient dans un vaste bâtiment jouxtant le Musée de la Piscine. Du plus épuré au kitsch gothique, les créateurs déjà installés débarquent de galaxies à des années-lumière les uns des autres, mais apprécient usuellement d'être entourés, promus par Maisons de mode, qui leur ouvre la porte des grands salons professionnels, et de pouvoir se soutenir les uns les autres. Au fil des mois, tous découvrent l'impact du quartier, où ils habitent désormais, sur leur travail.

« J'ai été à Lille-Sud. A Lambers aussi, j'étais installée dans un quartier qui n'était pas chic mais qui bougeait, où tout le monde veut être maintenant. On a la sensation qu'il se passe quelque chose de nouveau », estime Daniela Secaroli, 30 ans. Les vêtements pédiens, pais, travaillés jusque dans le détail, de cette jeune Brésilienne ont

le quartier, et que d'autres commerces s'installent grâce à nous... Maintenant, les gens sont surpris. Ils ont vécu la crise, le pouvoir, mais ce sont eux qui nous boostent, qui nous remontent le moral. Ils ont une incroyable énergie positive. »

Peu à peu, le quartier revit. Il y a même une pharmacie, de nouveau. Celle de Jean-Michel Follet, venu s'installer il y a trois ans lors qu'il a compris qu'avec l'opération Maisons de mode le faubourg avait un gros potentiel de développement. Il s'est pris au jeu, a tagué son enseignage, organisé une rencontre intensive de graffeurs et apprécié la transformation de ce quartier, « qui était si triste ». « Les gens ont un peu travaillé sur le projet, ils sont open tateurs. Ils ont compris qu'ils n'ont rien à acheter. Mais ils aiment bien. Cela renoue avec l'histoire industrielle de la région : beaucoup d'entre eux ont travaillé dans le textile. Et puis, ils ressentent une certaine fierté. Pour la première fois, on parle positivement de Lille-Sud qui avait une réputation poisseuse. La mode, doucement, rhabille le quartier. »