

CH+MODE

VERTS PATURAGES SUR FOND DE MONTAGNES ENNEIGÉES, CHALETS FLEURIS DE GERANIUMS ROUGES... LES CLICHES BUCOLIQUES

TEXTE EMANUELLE KÜNZLER-REISSER

DE NOTRE CHÈRE PATRIE NE MANQUENT PAS. AU-DELÀ DE CES STEREOTYPES, LA SUISSE EST UNE TERRE D'INNOVATION ET DE CREATIVITE MONDIALEMENT RECONNUS. MAIS QU'EN EST-IL DE LA MODE? TOUR D'HORIZON À L'ÉCHELLE NATIONALE.



© Peter Do

Notre pays possède de nombreux atouts: positionnement géographique, pouvoir d'achat et d'investissement conséquent, savoir-faire et main d'œuvre qualifiée, richesses culturelle et linguistique... Des éléments propices au développement et à l'innovation. Mais peut-on parler de culture mode en Suisse? Des colloques sont régulièrement organisés pour en débattre, et plusieurs tentatives de manifestations publiques sur la question, si elles ont été initiées, n'ont malheureusement pas vu le jour. L'Helvétie peine donc à soutenir le domaine. Or notre confédération peut bel et bien revendiquer une histoire de la mode (Musée de la mode et Musée du textile) et abrite aujourd'hui des institutions telles que l'Union suisse des métiers de la mode (USMM). Sans compter les nombreuses marques de prêt-à-porter qui arborent le drapeau à croix blanche. C'est dire qu'il y a matière à tisser!

SAVOIR-FAIRE INDUSTRIEL

L'industrie de la mode se divise en deux pôles: celui du textile et celui de l'habillement. Lors de la conférence de presse annuelle de la Fédération textile suisse en mai dernier, le bilan de l'année écoulée a montré que ces deux industries subissaient de manière différente les aléas de la crise économique. L'industrie du textile a enregistré une croissance de 1,9% de chiffre d'affaires, tandis que celle de l'habillement a vu son chiffre d'affaires diminuer de 10,2%. Les perspectives restent pessimistes, vu l'insécurité mondiale grandissante qui a pour effet de fortifier le franc. La branche souffre donc, et se doit par conséquent de se montrer encore plus inventive. De par son histoire, elle s'est déjà relevée de conjonctures difficiles, comme l'illustrent les trajectoires des maisons saint-galloises Jacob Schlaepfer (fondée en 1904) et Bischoff Textil AG (fondée en 1927). En effet, il y a plus de cent ans, les tisseurs saint-gallois revenaient des salons industriels bardés de médailles. À cette époque, l'industrie textile représentait le principal employeur de la région saint-galloise, et imprégnait la vie de la cité elle-même. Aujourd'hui, dans un marché de niche, elle se voit encore décerner des prix et des distinctions en matière de design, ce à l'échelle nationale comme internationale. Synonymes d'innovation, de qualité et de fiabilité, ses produits restent hautement prisés dans le domaine de la haute couture et du high-tech.

© Nuit Blanche



NUIT BLANCHE

Quand avez-vous lancé votre marque?
Tout a commencé en 2001.

Quel est votre parcours professionnel dans la mode?

Nuit Blanche est bicéphale, nous sommes un couple, Chyoung et Harald. Chyoung a suivi les cours des studios Berços à Paris, pendant que je suivais ceux, dans la même ville, de l'École de la Chambre Syndicale. C'est à ce moment-là que nous nous sommes rencontrés.

Pourquoi êtes-vous revenu en Helvétie?

La Suisse est un pays magnifique, et peut-être, comme certaines addictions qui se contractent dans un bonheur insouciant, sans le savoir, il est difficile de s'en séparer.

Produisez-vous vos collections en Suisse ou à l'étranger? Et pourquoi?

Nous produisons nos collections en dehors de la Suisse, ce qui n'est pas vraiment l'étranger pour nous, puisque nous sommes un couple mixte. Chyoung est née à Formose, où nous faisons de longs séjours. Alors, pourquoi ne pas en profiter!

Quel est votre regard sur la mode en Suisse?

La Suisse est riche d'une multitude de petits labels, mais peu de grandes marques internationales. La Suisse est petite, mais comprend beaucoup de régions aux cultures différentes, c'est peut-être pour cela que l'on n'arrive pas à identifier une mode "suisse".

Et quel est le regard, selon vous, que l'on pose de l'extérieur sur la mode en Suisse?

Dans le monde de la mode, tous connaissent

la créativité des Suisses dans le domaine du textile technique et fantaisiste, ainsi qu'en témoignent les commandes réalisées pour le luxe. Étonnant donc, qu'il n'y ait pas plus de marques qui exploitent ce créneau très créatif.

Est-ce que le label suisse est un argument que vous utilisez auprès de vos acheteurs?

Nous sommes un label suisse. Pour certains acheteurs, cela peut devenir un argument, mais je pense que le véritable argument, c'est la proximité.

Pensez-vous que la Suisse soit un terreau fertile pour la création?

Bien sûr! Comme je l'ai mentionné plus haut, il fait doux y vivre. Du coup, il faut parfois se forcer un peu pour être créatif!

Quelle valeur suisse vous représente le plus?

La vache mauve de Milka!

Quels conseils donneriez-vous à la nouvelle génération de créateurs?

Ayez confiance en vous, tout en gardant en tête que la mode est une industrie avant tout: comme dans n'importe quel *business*, il faut savoir où l'on met les pieds.

Que pensez-vous de l'adage "nul n'est prophète en son pays"?

On dit aussi que l'argent ne fait pas le bonheur, mais c'est quand même plus agréable de savoir qu'on peut payer les factures à la fin du mois. Le monde est grand, très grand en fait. Si l'on ne plaît pas ici, on peut toujours aller voir ailleurs!

SOUTIEN ET PROMOTION

En marge de la question purement industrielle, les tisseurs saint-gallois ont su attirer l'attention de la mode internationale sur la Suisse, contribuant ainsi à la reconnaissance mondiale des produits textiles helvétiques – notamment à travers le Swiss Textiles Award. Devenu l'un des concours internationaux le plus important de la planète mode pour les jeunes designers, celui-ci témoigne de la volonté helvétique de soutenir la création. Bien qu'il se soit malheureusement arrêté cette année, la relève ne manque pas. En effet, pour la



© Sama Haricic

deuxième année consécutive, les Charles Vögele Fashion Day, qui auront lieu à Zürich du 9 au 12 décembre prochains, permettront aux designers nationaux et internationaux de présenter leurs collections. Associé à l'événement, l'attribution du Annabelle Award, décerné à un étudiant helvétique fraîchement diplômé, sera remis à cette occasion par Roberto Cavalli. Outre les concours, le soutien à la création prend également d'autres formes, comme les bourses fédérales, les fondations (AHEAD Design Incubateur, Fondation Hans Wilsdorf...), les corners en boutique qui permettent une commercialisation de jeunes marques montantes, ou encore les associations dont le but est la promotion du design de mode en Suisse. À ce titre, m-3 (à prononcer "m cube") est une plateforme d'échanges entre professionnels de l'industrie de la mode, stylistes et médias spécialisés. Les alternatives sont donc nombreuses pour que la nouvelle génération puisse porter haut la bannière d'une mode suisse-suisse et fière de l'être. C'est en tout cas l'avis de quelques créateurs nationaux que nous avons interrogés.



© Anu Poutain



© The Look Magazine AG

— CLICHÉS —

Une campagne publicitaire vient tout juste d'en faire son sujet: «quel visage donner au peuple suisse»? La question, à nouveau soulevée, prouve qu'il est difficile de dessiner les contours culturels de notre pays. La thématique peut également être questionnée au sujet du style vestimentaire des Suisses: y a-t-il vraiment une silhouette helvétique? C'est en tout cas la thématique du livre *The Look of Switzerland* qui tente de répondre à la question en éditant 100 photographies, sélectionnées parmi 6500 clichés immortalisés par 834 photographes professionnels et amateurs. La rue comme biotope pour une conclusion en image. Ouvrage disponible sur www.thelookofswitzerland.ch.

ATELIER LAURE PASCHOUD



© Laure Paschoud

Comment définissez-vous votre marque?
Vêtements pour femme créés avec respect, recherche d'équilibre entre le beau et l'utile.

Quel est votre parcours professionnel dans la mode?

J'ai obtenu un Bachelor en Fashion Design Womenswear à la Central Saint Martin's de Londres. J'ai ensuite enchaîné avec divers stages en Angleterre, en Suisse et à Paris tout en réalisant des projets en free-lance.

J'ai également été l'assistante production pour le styliste Lutz à Paris, ce durant dix-huit mois. 2009 fut pour moi l'occasion de partir une année au Japon dans le cadre d'une collaboration avec Kajihara Textile Studio, tout en étant alors assistante studio chez Matohu.

Vous qui avez suivi une formation à Londres, que pensez-vous du niveau de formation mode en Suisse aujourd'hui?

Je pense qu'il y a de très bonnes écoles, qui nouent des liens avec les fabricants de tissus suisses, et mettent l'accent sur les échanges à l'international. Il me semble que le niveau des formations s'est beaucoup amélioré ces dernières années.

Pourquoi êtes-vous revenue en Helvétie?

Pour des raisons personnelles avant tout. Cependant, il est aussi plus évident pour des questions administratives de monter son entreprise dans son propre pays. De plus, la Suisse est au centre de l'Europe, ce qui n'est pas négligeable question déplacements et échanges.

Produisez-vous vos collections en Suisse ou à l'étranger? Et pourquoi?

La production de mes collections est réalisée en Bosnie et au Pérou (pour le tricot). C'est avant tout une question de rencontres. À la base, je souhaitais produire au plus près de la matière première dans un souci d'écologie. C'est une réalité pour mes modèles réalisés en alpaca directement au Pérou. Pour le reste, je n'ai pas trouvé de solution convenable du même genre. Produire en Bosnie, et participer à la reconstruction économique d'un pays qui a connu la guerre, me sem-

ble tout aussi pertinent. Le projet a été monté par un Suisso-Bosniaque, ce qui facilite les choses car il connaît les réalités des deux pays.

Quel est votre regard sur la mode en Suisse?

Je pense qu'il existe des stylistes doués qui proposent des produits intéressants. Il est par contre dommage que le public soit souvent frileux à l'égard des nouvelles marques.

Et quel est le regard, selon vous, que l'on pose de l'extérieur sur la mode en Suisse?

Je pense qu'on ne la connaît pas bien, il n'y a pas beaucoup de créateurs suisses représentés à l'étranger. Mais sinon j' imagine qu'il est positif: on s'attend à des produits de grande qualité.

Est-ce que le label suisse est un argument que vous utilisez auprès de vos acheteurs?

Je mentionne l'origine de mes tissus, qui est en partie suisse, sans mettre spécialement en avant mon origine personnelle.

Pensez-vous que la Suisse soit un terreau fertile pour la création?

Je pense que tout lieu peut être source d'inspiration. La Suisse est un beau pays jouissant d'une qualité de vie non négligeable. Ce qui y manque peut-être, c'est un soutien de la part des institutions. Le domaine de la mode est souvent absent des bourses ou subventions.

La Suisse, une source d'inspiration?

Pas littéralement, mais étant le pays dans lequel je réside, la Suisse doit certainement m'inspirer d'une manière plus ou moins consciente.

Quelle valeur suisse vous représente le plus?

Le souci de qualité, de produit bien réalisé.

Quels conseils donneriez-vous à la nouvelle génération de créateurs?

D'être ouverts et curieux.

Que pensez-vous de l'adage suivant "nul n'est prophète en son pays"?

Je pense qu'à l'étranger, la Suisse peut bénéficier d'un certain attrait "exotique". Mais il est aussi important d'encourager les gens dans son propre pays à s'ouvrir.

— ...ET LES AUTRES —

Ikou Tschüss, MademoiselleL, Lela Scherrer, Solomatine, Maison Nicolas Musin, Collection 66, Akris, Louis Blanche, Laend Phuengkit, Line, Wellbehaved, Heidi, Little Chaperon, Switcher, Laboratoire, Christa de Carouge, Sara Vidas, Heavens, Elodie Garcia, Émilie Meldem, C.K.L.Z, Van Bery, Little Black Dress, Stephanie Biggel, Christina Krämer, Satir, Bellarmine, Redley Exantus, Aéthérée, Glad Rag Label, Cuter&Cuter, Prism, Toujours Toi Family Affaire, Zimmerli, Aleksandra Wisniewska, Calida, Amok, Trumpet by Meister...

— BEIGE —

Ces quatre dernières années ont vu (re)surgir la passion du tricot. Grâce à des kits au design parfait, contenant tout le nécessaire pour réaliser une pièce dans l'air du temps, il est devenu tendance de savoir tricoter. Manuela Helg et Karin Maurer – deux Zurichoises – avaient déjà cette vision lorsqu'en 1996, elles décident de créer leur marque, Beige. Prêt-à-porter féminin (élargi au domaine de l'accessoire depuis 2001), dont la particularité se découvre à travers un travail de création sur le tricot, pour un rendu non conventionnel à travers des motifs à l'esprit graphique et un effet de maille 3D. Tous les tissus sont créés par le duo et réalisés en petite quantité, Josephstrasse 10 à Zürich, dans l'atelier adjacent à la boutique. Seules quelques rares pièces sont réalisées hors des murs, dans une usine en Lombardie près de la frontière suisse. Beige Swiss Styling, www.beige.ch.



© Erfolg

— ERFOLG —

Davantage connue de l'autre côté du Röstigraben, la marque Erfolg affole nos pulsions de consommation. Avec, de surcroît, la bonne conscience d'acheter vert et responsable. Car Erfolg représente avant tout des valeurs qui sont entre autres le Swiss made, la recherche de qualité et l'utilisation de matières 100 % naturelles, issues de la culture biologique. S'inspirant du célèbre Gnägi (vêtement en coton de l'armée suisse), Sandrine Voegelin trouve en cette pièce des qualités intemporelles: efficacité du produit, sobriété de la coupe, détails au premier plan et confort au porter. Dès lors, depuis 1993, la marque développe ses créations avec succès... Son nom lui allant comme un gant! Boutiques et enseignements sur www.ichwillerfolg.ch.



© Beige

© Erfolg

