

Permettant de passer de l'idée à l'action, l'expérimentation est la métaphore d'une invitation au voyage perturbant les schèmes quotidiens. Si historiquement son initiation fut le privilège des artistes, l'univers de la mode s'en est emparé avec des créateurs tels qu'Alexander McQueen, Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto, Hussein Chalayan ou encore Martin Margiela, réunis sous le terme d'avant-garde expérimentale par l'historienne de la mode Caroline Evans.

Une autoroute se dresse alors pour traiter du sujet de l'expérimentation, pour questionner l'exubérance, les performances et les gestes excentriques de ces savants fous adoués par les manuels et les expositions de mode, perpétuant l'idée que dépasser les frontières est un acte spectaculaire réservé à quelques démiurges. Ainsi, le sujet semble balisé et facile.

Pourtant il serait vain de réduire la mode à un royaume connexe à l'art, peuplé d'un public alangui, où le spectacle vestimentaire hors-norme constitue la seule opportunité d'évasion.

La mode est complexe: quotidienne et extraordinaire, artistique et mainstream. De par ses aspects commerciaux et industriels, elle est un vecteur de démocratisation du vêtement. Sa large diffusion offre à chacun l'opportunité de s'inventer, d'expérimenter son identité, et peut-être de sortir du domaine de l'acceptable dans des actes minimes dont la puissance passe parfois inaperçue. L'expérimentation est au coin de la rue.

Exhibition Magazine est allé à la rencontre de quinze créateurs, artistes, penseurs, aux profils divers et variés. Les questions posées portent aussi bien sur l'aspect extraordinaire de leurs travaux que sur leur expérience quotidienne du temps et de l'espace. On y découvre des anecdotes ordinaires comme des souvenirs extraordinaires.

Covid-19, string à paillette, soudure, humanitaire et haute-couture se rencontrent sans hiérarchie dans des réponses qui redonnent à l'acte expérimental toute sa variété.

Allowing us to move from idea to action, experimentation is the metaphor of an invitation to a journey, disrupting the schema of the everyday. If, historically, it was the privilege of artists to initiate it, the universe of fashion has come to embrace it with designers like Alexander McQueen, Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto, Hussein Chalayan or indeed Martin Margiela, grouped together under the term experimental avant-garde by fashion historian Caroline Evans.

This is the highway taking us through the subject of experimentation, for considering the exuberance, the performances and the eccentric gestures of the mad savants, raised to the status of nobility by the textbooks and exhibitions of the fashion world, perpetuating the idea that breaking boundaries is a spectacular act, the preserve of a few potent demiurges. Thus, the subject is done and dusted.

It would be foolish, however, to reduce fashion to a mere dominion of art, a place inhabited by languid subjects, where an unusual sartorial spectacle constitutes the only means of escape.

Fashion is complex: everyday and extraordinary, artistic and mainstream. Through its commercial and industrial activities, it is a vector for the democratisation of clothing. Its wide distribution offers each individual the opportunity to invent themselves, to experiment with their identity, and perhaps even go beyond the realm of the acceptable in small acts, the power of which is not always appreciated. Experimentation is on our doorstep.

Exhibition Magazine has met with 15 designers, artists, thinkers, of varying stripes. Our questions are as much about the unusual aspect of their work as their daily experience of time and space. We were treated to ordinary anecdotes and extraordinary memories.

Covid 19, sequinned thongs, soldering, humanitarianism and haute couture rub shoulders in responses which restore to the experimental act all its variety.

**Sébastien Meyer et Arnaud Vaillant,
fondateurs et directeurs artistiques de Coperni**

« Si l'expérimentation est avant tout un apprentissage, elle reste aussi une mise à l'épreuve, un essai à tenter. Elle peut apparaître comme un champ large et illimité. Pourtant, il existe bien des limites réelles comme morales, tant physiques que mentales.

L'idée selon laquelle l'art est un moyen d'évasion est évidente. L'art comme la création c'est se couper du monde et de la monotonie.

2020 aura été une année riche en introspection - le déclencheur de nouvelles façons de procéder, de se concentrer, de penser. Créer dans une période aussi instable était un challenge. De nature optimiste, nous avons pu dépasser la dimension très restrictive de cette crise sanitaire et prendre certains risques (tel que défiler en pleine pandémie mondiale), tout en respectant les contraintes qui nous étaient imposées.

Cette période est clairement propice à des changements, notamment dans le monde de la mode : peut-être pas drastiques mais ciblés sur des points tel que la sustainability ou le rythme des saisons... La création force à exprimer un engagement à un moment ou un autre. Une collection c'est aussi un dialogue. Coperni a toujours été engagé dans plusieurs dimensions notamment sociales – à l'image de notre partenariat avec OLPC, une association à but non lucratif visant à aider les enfants vivant dans des pays en voie de développement à mieux se connecter au monde d'aujourd'hui. »

***Sébastien Meyer and Arnaud Vaillant,
founders and creative directors of Coperni***

“If experimentation is first and foremost an apprenticeship, it remains also a test, an attempt at something. It can seem like a large and unlimited field. However, there are real limits, as much moral as physical and mental.

The idea that art is a form of escapism is obvious. Art, like design, is cutting one's self off from the world and from monotony.

2020 will prove to have been a year rich in introspection – the catalyst for new ways of doing, concentrating, thinking. It was a challenge to create in such an uncertain time. Optimistic by nature, we were able to move beyond the very restrictive dimension of this health crisis and take certain risks (such as having runway shows during a global pandemic), whilst, of course, respecting the constraints that were imposed upon us.

This is clearly a propitious period for change, notably in the world of fashion: perhaps not drastic, but oriented in certain directions such as sustainability and the rhythm of the seasons. Design forces you to take sides now and then. A collection is also a dialogue. Coperni has always had certain social commitments – such as our partnership with OLPC, a non-profit organisation which seeks to help children living in developing countries to better connect to today's world.”

**L'ART COMME
LA CRÉATION
C'EST SE COUPER
DU MONDE ET
DE LA MONOTONIE.**

Robert Wun,
fondateur et directeur artistique de Robert Wun

« En créant des vêtements pour le secteur du cinéma, j'ai pu observer des réalisateurs de films diriger des centaines de personnes. Limites de budget, caprices et retards font partie du lot quotidien. Le constat est clair : les dysfonctionnements et l'imprévu sont des constantes dans tout processus créatif. Dans la mode, en particulier pour les jeunes créateurs, la conclusion est similaire. Alors, il faut maintenir sa vision, sans cesse mobiliser sa passion et agir avec ces cadres restrictifs. Si aujourd'hui l'actualité rime avec interdictions, plus que jamais il faut prendre des risques plutôt que de s'astreindre au confort. Si le doute frappe, alors sortons de nos schémas de pensée.

Alexander McQueen avait dit préférer « être sur la paille plutôt que de présenter un défilé ennuyeux » et il avait raison. Quand je regarde en arrière, ce sont mes collections les plus « safe » que je regrette. L'absence de prise de risques les rend fades.

Certaines de mes collections ont été décrites comme liées à l'empowerment féminin mais je ne fais que des vêtements. Je n'impose pas d'agendas et de lectures politiques sinon, je ne ferais plus du design mais de la propagande. Pourquoi es-tu inspiré par les femmes fortes et indépendantes ? La réponse c'est : « pour ma grand-mère ». Elle m'a quitté il y a quelque mois, et si c'est une épreuve qui s'impose, j'ai décidé d'en faire un défi créatif et de traduire le souvenir et l'amour que je lui porte en une collection. C'est-à-dire transformer un ensemble d'émotions en une collection inclusive, où les vêtements laissent place à l'expérience de la liberté et de l'indépendance qui la caractérisait. Chacun pourra s'approprier librement ces vêtements qui ne ressemblent en rien à ceux de mes collections précédentes. Que ce soit dans la manière de procéder ou de traduire mes inspirations, c'est une expérience inédite dans mon travail. »

Robert Wun,
founder and creative director of Robert Wun

“In creating clothes for the film industry, I was able to observe how film directors manage hundreds of people. Budget limitations, tantrums and delays are par for the course. The obvious conclusion to draw is that the dysfunctional and the unexpected are constants in the creative process. In fashion, particularly for young designers, we reach a similar conclusion. Thus, you have to maintain your vision, keep on mobilising your passion and work with these restrictions. If nowadays existence is synonymous with interdictions, more than ever we have to take risks, rather than settling for comfort. If we're struck by doubt, let's change our patterns of thought.

Alexander McQueen had said he would prefer to 'to be out on the street than present a boring show'. He had the right idea. When I look back, it's the safest collections that I regret. The absence of risk-taking makes them banal.

Some of my collections have been described as linked to female empowerment, but I only make clothes. I don't impose agendas nor propose political readings. If I did, I wouldn't be a designer but a propagandist. I get asked why I am inspired by strong, independent women. The answer is, 'because of my grandmother.' She passed on a few months ago and even if it's hard to bear, I decided to turn this moment into a creative challenge and to translate my memory of her and love for her into a collection. In other words, to transform a set of emotions into an inclusive collection where the clothes leave space for the experience of freedom and independence that characterised her. Everyone can make what they will of these clothes, which look nothing like my previous collections. Be it in the way I went about it or the way I translated my inspiration, this was something new in my work.”

**ALEXANDER
MCQUEEN AVAIT
DIT PRÉFÉRER
« ÊTRE SUR
LA PAILLE
PLUTÔT
QUE DE
PRÉSENTER
UN DÉFILÉ
ENNUYEUX »
ET IL AVAIT
RAISON.**

Eva Verwicht,
plasticienne, finaliste au 35^{ème} Festival International de
Mode et de Photographie d'Hyères – Prix Accessoires

« En ces temps de crise sanitaire, la plus grande limite à la création c'est l'impossibilité de se rencontrer. Plus que jamais la coupure nous confronte au manque d'échanges humains, démontrant à quel point ils sont essentiels.

Dans mon travail de designer et de plasticienne, expérimenter consiste à aller à la rencontre des compagnons artisans et à apprendre dans une dynamique de découverte constante. Chercher localement des personnes avec qui travailler, collaborer avec les intelligences alentour sont des méthodes que j'expérimentais déjà lors de mes études à la HEAD à Genève. J'avais alors sollicité un artisan verrier exerçant près de l'école afin de développer mon projet de maroquinerie. « On va essayer ! » m'avait-il lancé, alors que je lui énonçais mon idée peu commune. Après le listing des contraintes, nous sommes passés à la réalisation, parvenant à obtenir anses et talons de verre. Au cours de l'aventure, d'autres étudiants ont rencontré cet artisan et des collaborations sont nées par la suite. Ces ponts inattendus offrent à l'expérimentation une valeur profondément humaine.

Si le confinement a perturbé les choses, il m'a offert du temps : j'ai effectué un stage chez un compagnon maroquinier qui m'a permis de me recentrer sur la technique, de puiser dans mes connaissances, et de gagner en autonomie - soit un pas vers mon rêve d'atelier. Cet imprévu fut l'occasion de repenser ma pratique et m'a prouvé que j'étais capable de développer des accessoires de A à Z.

L'un des challenges qui se pose aujourd'hui c'est le sourcing de matières plus responsables. Je place ce défi au cœur de ma propre esthétique. Il faut éduquer le regard et percevoir l'éco-responsabilité par le prisme de la création. »

Eva Verwicht,
*sculptor, finalist at the 35th International Festival
of Fashion and Photography of Hyères – Prize for
Accessories*

“In this health crisis, the greatest limit upon creativity is the impossibility of meeting people. More than ever, this severance forces us to confront the lack of human exchange, exposing how essential it is.

In my work as a designer and sculptor, experimentation consists of going to meet fellow artisans and learn from them in a dynamic of constant discovery. It was when I was studying at HEAD in Geneva that I started experimenting with different methods, including meeting people locally with whom I could work and collaborating with local talents. Back then, I asked an artisanal glass maker based near the school to help me develop my project on leatherwork. ‘We’ll give it a go!’ he said, when I told him my unusual idea. After going through all of the constraints, we moved to the making phase, and we managed to create my glass handles and heels. Through this adventure, other students met this artisan and a number of collaborations developed as a result. These unexpected connections imbue experiments with a profoundly human value.

Whilst the lockdown disrupted things, it did also give me time; I trained under a friend who is a leatherworker which allowed me to go back to concentrating on technique, deepen my knowledge and become more autonomous – in other words taking me one step closer to my dream of a workshop. This unexpected turn of events was the opportunity for me to re-think my practice and enable me to prove to myself that I was capable of developing the whole gamut of accessories from A to Z.

One of the challenges most in evidence today is sourcing ethical materials. That challenge is at the heart of my own aesthetic. We have to educate our gaze and see eco-responsibility through the prism of design...”

**CHAQUE PONT
INATTENDU
OFFRE À
L'EXPÉRIMEN-
TATION UNE
VALEUR
PROFONDÉMENT
HUMAINE.**

Lamine Kouyaté,
fondateur et directeur artistique de Xuly Bët

« La mode se donne elle-même des limites. De par sa puissance et son aspect concurrentiel, elle est souvent normative. Je me suis efforcé de contourner ce terrain en butinant sur les limons où la vie inattendue prospère. C'est plus jouissif.

Le vêtement se rattache à l'expérience de la vie et ne peut être pensé en dehors. Il l'accompagne, la préserve. Si le créateur n'est pas surpuissant, il se doit d'écouter chaque petit élément dans un geste d'humilité - seule condition pour envisager l'immensité.

Comme dotés de radars permettant d'appréhender les cris d'alerte perçant dans l'espace social, les créateurs doivent rester sensibles au monde et encourager l'expérience. Une simple robe devient alors le lieu de multiples possibles. Elle est la matière première d'une infinité de récits.

J'imagine mes vêtements comme des lieux sans limites favorisant la mobilité. En pratique, cela peut se traduire par des robes très proches du corps et pourtant dotées de poches et de zips pour que les femmes puissent expérimenter l'espace urbain avec assurance et autonomie.

L'expérimentation c'est aussi prendre en compte les monopoles et les stéréotypes qui circulent pour créer avec. « Comment aborder une vie déterminée par les regards des autres portés sur soi ? » Cette question est d'autant plus forte quand on est noir ou une femme. On ne peut rester neutre face au vécu des minorités. L'expérience de l'altérité pousse à développer des vêtements comme des micro-protections apportant de l'optimisme. Même si dans cette période amplifiant les dysfonctionnements de notre système nous sommes sur le qui-vive, il faut vivre ! »

Lamine Kouyaté,
founder and artistic director of Xuly Bët

“Fashion gives itself limits. Through its power and its competitive dimension, it is often normative. I forced myself to skirt around this territory, stumbling onto fertile soil, where unexpected life flourished. It's more enjoyable.

Clothing is linked to the experience of life and can't be thought of outside that context. It accompanies it, preserves it. Unless the designer is all powerful, they owe it to themselves to listen to every little element in a gesture of humility: this is the only way of envisaging immensity. As if equipped with radars allowing them to hear the shrieks of alarm in social space, designers must remain sensitive to the world and encourage experience. A simple dress thus becomes the site of multiple possibilities. It's the raw material of an infinite number of stories. I imagine my clothes as sites without limits, promoting mobility. In practice that means dresses which hug the body and yet have pockets and zips so women can experience urban space with confidence and autonomy.

Experimentation is also taking into account the monopolies and the stereotypes that are present in our society, in order to create with them... How to approach a life determined by the gaze of others upon you? This question is even more relevant when you are black or a woman. You cannot remain neutral when faced with the experience of minorities. The experience of alterity pushes us towards developing clothes which are micro-protections, cloaking us in optimism. Even if in this period, when the things that are wrong with our system are being exacerbated, and we are on the alert, we still have to live!”

L'EXPÉRIMENTATION C'EST AUSSI PRENDRE EN COMPTE LES MONOPOLES ET LES STÉRÉOTYPES QUI CIRCULENT POUR CRÉER AVEC. ON NE PEUT RESTER NEUTRE FACE AU VÉCU DES MINORITÉS.

Bethany Williams,
fondatrice et directrice artistique de **Bethany Williams**

« Alors que la crise environnementale frappe et que les souffrances sociales augmentent, il faut redonner un sens à l'expérimentation dans la mode et ainsi lier chaque action aux différentes problématiques sociales qu'elle soulève. Si depuis 2016 chacune de mes collections est le fruit d'une collaboration avec des œuvres caritatives, il s'agit pour moi de prouver qu'il est possible d'inventer de nouveaux systèmes créatifs de mode, engagés socialement, et vertueux environnementalement.

Initialement l'aspect exclusif du milieu m'apparaissait comme une barrière mais j'ai appris à travailler avec. Pour pointer du doigt les dysfonctionnements de la mode, il est essentiel de les expérimenter de l'intérieur.

L'expérience du designer ? Résoudre des problèmes. Chaque avancée est une expérimentation et chaque erreur est un pas vers l'avant. Par exemple, pour développer un prototype de textile éco-responsable il faut s'astreindre à un protocole long, fait de réajustements fastidieux mais toujours riches en enseignements.

Je perçois la mode comme un outil permettant de communiquer des idées plus larges. Lors de mes études, je me suis intéressée aux liens entre activités créatives et engagements politiques. Les ouvrages d'auteurs comme Walter Benjamin, qui décrivait au début du XX^{ème} siècle la perte de l'aura dans les œuvres d'art avec l'arrivée de l'industrie de masse (cf. *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*), trouvent écho dans ma pratique dans laquelle je privilégie une esthétique artisanale conservant les erreurs, témoignant de la présence d'une main et non d'une machine.

Si la marque à beaucoup grandi pendant l'année 2019, le confinement m'a permis de prendre le temps de penser la direction du projet et de me consacrer à des problèmes communautaires : nous avons formé le Emergency Designer Network avec Holly Fulton et Phoebe English, permettant de fabriquer 50 000 masques en Grande Bretagne. Expérimenter c'est interconnecter les expériences et penser leurs effets mutuels. »

Bethany Williams,
founder and creative director of Bethany Williams

“As the environmental crisis unfolds and social hardship is increasing, we have to give meaning back to experimentation in fashion and in doing so connect every action to the different social issues that it raises. Since 2016, each of my collections has been the fruit of a collaboration with a charity, but for me it’s been about proving that it’s possible to produce new creative systems in fashion which are socially engaged and environmentally virtuous.

If, at first, the exclusive side of the fashion world seemed like a barrier to me, I learnt to work with it. To point the finger at the things that are wrong with fashion, you have to experience them from the inside.

The experience of the designer? Solving problems. Each step forward is an experiment, and every mistake is a step towards progress. For example, to develop a prototype of an eco-friendly textile, you have to accept a lengthy protocol, with very precise readjustments, but it’s always rich in learnings.

*I see fashion as a tool enabling me to communicate bigger ideas. As a student, I was interested in the link between creative activities and political engagement. The works of authors like Walter Benjamin, who described, at the start of the 20th century, the loss of the aura in works of art with the arrival of mechanical reproduction (see *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*) find an echo in my practice where I privilege an artisanal aesthetic, conserving the errors, bearing witness to the presence of a hand and not a machine.*

While the brand expanded a lot during 2019, lockdown enabled me to take some time to think about the direction of the project and to dedicate myself to community-oriented problems. Holly Fulton, Phoebe English and I formed the Emergency Designer Network, manufacturing 50,000 masks in Great Britain. Experimentation is about interconnecting experiences and thinking about the effect they have on each other.”

**SI INITIALEMENT
L'ASPECT EXCLUSIF
DU MILIEU DE LA
MODE M'APPARAIS-
SAIT COMME
UNE BARRIÈRE,
J'AI APPRIS À
TRAVAILLER AVEC.
POUR POINTER
DU DOIGT LES
DYSFONCTIONNE-
MENTS DE LA MODE,
IL EST ESSENTIEL
DE LES EXPÉ-
RIMENTER DE
L'INTÉRIEUR.**

Bethany Williams

**IF, AT FIRST,
THE EXCLUSIVE
SIDE OF THE
FASHION WORLD
SEEMED LIKE
A BARRIER TO
ME, I LEARNT
TO WORK WITH IT.
TO POINT THE
FINGER AT THE
THINGS THAT
ARE WRONG
WITH FASHION,
YOU HAVE
TO EXPERIENCE
THEM FROM
THE INSIDE.**

Bethany Williams

Tom Van Der Borght,
créateur de mode, lauréat du 35^{ème} Festival international
de mode et de Photographie d'Hyères – Prix Mode

« La seule limite à l'expérimentation c'est la gravité : voilà ce que j'explique à mes étudiants. J'aime les volumes et construire des vêtements à l'allure grandiloquente. Si ce que je fais est à la frontière entre la mode et la performance, je n'éprouve pas le besoin de le définir. Peut-être que mes vêtements ne sont pas faits pour être portés. Ils pourraient être accrochés sur un mur, exposés dans un musée : peu m'importe. Ce sont des visions personnelles qui appartiennent aux publics qui les regardent.

La jeune génération vit dans un monde avec plus d'accès à l'information et à l'auto-médiatisation brossant un univers riche en expériences. On peut être plusieurs personnes en même temps et faire le choix de ne plus faire de choix. D'autre part, on vit dans un monde polarisé où la prédiction et le calcul marketing sont des limitations à l'expérimentation.

Mon travail est de nature performatif : il a pour but de provoquer des émotions chez les gens. C'est la seule condition à sa réalisation.

En cette période, conserver la liberté de se laisser surprendre, de par l'art et des idées folles est primordial. Ces temps de crise devraient être propice à l'évasion. »

Tom Van Der Borght,
*fashion designer, winner of the 35th International Festival
of Fashion and Photography Hyères – Fashion Prize.*

“The only limit on experimentation is gravity: that's what I tell my students. I like volume and constructing clothes with a certain grandiloquence. What I do may be on the boundary between fashion and performance, but I don't feel any need to define it. Maybe my clothes aren't made to be worn. They could be hung up on a wall, exhibited in a museum, doesn't really matter. They are personal visions which belong to the public who see them.

The young generation lives in a world with greater access to information and opportunities for media-based self-promotion, sketching out a universe which is rich in experience. You can be several people at the same time and make the choice to no longer make choices. At the same time, we live in a polarised world where forecasting and marketing are placing limits on experimentation. My work is of a performative nature: the objective is to provoke emotions in people. That's the only condition for bringing it into being.

In this period, retaining our freedom and allowing ourselves to be surprised through art and crazy ideas is so important. This period of crisis is ripe for escapism.”

**ON PEUT FAIRE
LE CHOIX DE
NE PLUS FAIRE
DE CHOIX ET,
EN MÊME TEMPS,
ON VIT DANS UN
MONDE POLARISÉ
OÙ LA PRÉDICTION
ET LE CALCUL
MARKETING SONT
DES LIMITATIONS
À L'EXPÉRIMEN-
TATION.**

Olivier Theyskens,
directeur artistique et fondateur d'Olivier Theyskens,
directeur artistique de la maison Azzaro

« Au fil des années, les créateurs de mode construisent des territoires composés de répertoires de tissus et de volumes, liés à des techniques spécifiques, dans lesquelles ils s'accoutument à créer la nouveauté. Au cours de cette aventure, le mental et les questionnements évoluent.

J'ai commencé très tôt en observant beaucoup. J'apprenais en me laissant guider par des professionnels auxquels j'accordais toute ma confiance. Puis, je suis entré dans une phase « control freak » à vouloir maîtriser le moindre essayage, la moindre retouche, la moindre épingle. Avec le temps, j'ai appris à lâcher du lest et à apprécier l'acte de transmission en invitant des gens à entrer à leur tour dans le cadre créatif.

Le créatif est un être ambivalent pris entre désirs d'exubérance et périodes de prudence dédiées à la réflexion. Moi-même j'alterne entre calme et agitation.

L'expérience du temps créatif est paradoxal : si la régularité des cycles de renouvellement dans la mode peut faire office de prison, elle est essentielle pour stimuler les gens. En août 2005, j'ai dessiné et préparé en moins de deux mois l'ensemble d'une collection couture. Dans ce geste de recherche et de maîtrise totale, en un temps court, j'ai commencé à tergiverser.

Les créateurs devraient avoir le droit à plus de flexibilité et à présenter leurs collections quand ils sont prêts. Azzedine Alaïa avait ouvert la voie en faisant fi du calendrier.

Pourtant et c'est paradoxal, ce cadre est excitant. La dynamique collective orchestrée par les dates de présentations crée de l'adrénaline. Après tout, chaque milieu a un calendrier. Le monde roule ainsi.

« Pourquoi ne suis-je pas allé plus loin ? » Ce n'est qu'après coup qu'il est possible de se poser la question. Souvent, je me mets à la place de la cliente, me demandant si la création s'adapte à elle et à ses envies.

En me confrontant à mes archives dans le cadre d'expositions ayant eu lieu sur mon travail, j'ai constaté que certaines choses qui me paraissaient très claires hier ne le sont plus aujourd'hui. On avance et les créations d'hier deviennent un autre soi. Aujourd'hui j'expérimente dans différentes maisons : l'articulation me permet de m'oxygéner le cerveau. C'est comme avoir plusieurs amours ! »

**LE CRÉATIF
EST UN ÊTRE
AMBIVALENT PRIS
ENTRE DÉSIRS
D'EXUBÉRANCE**

*Olivier Theyskens,
artistic director and founder of Olivier Theyskens,
artistic director of Azzaro*

“Over the years, fashion designers build territories of fabrics and volumes, linked to specific techniques, with which they get used to creating new things. Over the course of this adventure, the thought process and questioning develops.

I began, very early, by observing a lot. I learnt by allowing myself to be guided by professionals to whom I entrusted myself entirely. Then I went into a control freak phase, wanting to oversee the slightest fitting, the smallest alteration, the tiniest positioning of pins. With time, I learnt to let go and appreciate the act of passing something on, by inviting other people to enter this creative framework.

The creative person is ambivalent: caught between exuberant desires and moments of caution. Personally, I alternate between the calm and the storm.

The experience of creative time is paradoxical: if the regularity of cycles of renewal in fashion can act as a prison, it does, ultimately, stimulate people. In August 2005, in two months, I drew and prepared the entirety of a couture collection. In this act of research and discipline, in a short period, I started to tergiversate.

Designers have to have the right to more flexibility and to presenting their collections when they're ready. Azzedine Alaïa paved the way by flouting the calendar. However, though it seems paradoxical, the framework is exciting. The collective dynamic orchestrated by presentations creates adrenaline. After all, every milieu has a calendar. That's just the world turning. Why didn't I go further? It's only once it's happened that you can ask yourself that question. Often, I put myself in the place of the client, asking myself if the piece works for her and her desires.

When examining my archives in the context of exhibitions on my work, I noted that some things that seemed very clear to me in the past are no longer clear to me now. You develop, and the pieces of the past become another self. Nowadays I'm experimenting in different houses: articulation allows me to oxygenate my brain. It's like having several different loves!”

**ET PÉRIODES
DE PRUDENCE.
MOI-MÊME
J'ALTERNE
ENTRE CALME
ET AGITATION.**

Victor Weinsanto,
fondateur et directeur artistique de Weinsanto

« Je ne m'inscris pas dans l'expérimentation pure, telle que peut la pratiquer Rei Kawakubo, directrice artistique de Comme des Garçons que j'admire profondément. Si je suis « soft », j'apprécie la liberté offerte par l'espace qu'est la mode. Etudiant à l'Atelier Chardon Savard, j'expérimentais les volumes, les matériaux de départ pouvaient être des cheveux, des CD, etc. Aujourd'hui dans mes collections, ce sont plutôt des strings de Gogo danseuses qui sont assemblés.

La mode est parfois un monde archaïque de par ses hiérarchies. Cela manque de second degré. Les gens se prennent trop au sérieux : nous sommes tous humains et, ne nous mentons pas, on ne sauve pas des vies.

Au demeurant la mode est un plaisir du quotidien et un divertissement qui me semble primordial. Je ne m'enferme pas dans des styles prédéfinis, préférant imaginer la femme Weinsanto sautant d'un hoodie à une robe corset. J'espère que certaines personnes prennent plaisir en regardant mes défilés ou les images de mes collections. »

Victor Weinsanto,
founder and artistic director of Weinsanto

“I haven't signed up to pure experimentation, like, for example, Rei Kawakubo, the artistic director of Comme des Garçons, whom I admire a great deal. Since I am a bit 'soft', I like the freedom offered by the space that is fashion. As a student at Atelier Chardon Savard, I was experimenting with volumes, and the materials I based the pieces on could be hair, or CDs, etc. Today in my collections it's more like Gogo dancer things that I'm putting together.

The world of fashion is sometimes archaic due to its hierarchies. It lacks irony. People take themselves too seriously – let's not lie to ourselves – we're not saving lives!

Basically, fashion is an everyday pleasure and a really important way of having fun. I'm not sticking to pre-defined styles – I prefer to imagine the Weinsanto woman jumping out of a hoodie and into a corset dress. I hope that some people find it fun to look at my runway shows or the images from my collections.”

**LA MODE EST
PARFOIS UN
MONDE ARCHAÏQUE
DE PAR SES
HIÉRARCHIES.
CELA MANQUE
DE SECOND DEGRÉ.
LES GENS SE
PRENNENT TROP
AU SÉRIEUX :
NE NOUS MENTONS
PAS, ON NE SAUVE
PAS DES VIES.**

**Colombe d'Humières,
créatrice de bijoux**

« Créer des mécanismes d'acceptation d'imaginaires sans limites constitue le devoir même de l'artiste. Ce qui reste à raconter c'est le travail exigé pour contourner les barrières physiques à l'expérimentation. Je parle ici des conditions d'accès à un environnement de travail adéquat pour tous les artistes, quelles que soient leurs disciplines. Quand on se frotte aux contraintes institutionnelles d'installation, elles paraissent si grandes qu'elles peuvent décourager. Je m'attèle actuellement à mieux comprendre ces mécanismes obstruants, conditionnés par des politiques culturelles, mais aussi par une idée idéale de l'espace urbain brossant une ville propre, contrôlée, où fleurissent des start-up rentables aux bureaux habillés d'ordinateurs ne prenant que peu d'espace.

Cet agencement des plus policés et des plus politiques empêche le développement d'espaces artistiques qui sont des conditions primordiales à l'expérimentation. Aujourd'hui il faut occuper une position de résistance en étant informé et donc être à même de négocier avec cette réalité.

L'importance est grande, car Covid-19 ou non, chacun devrait avoir un espace pour créer et produire. Certes c'est quelque peu utopique mais l'acte de production en tant que tel est rassurant. Rien que cuisiner un gâteau, par exemple, c'est concrétiser quelque chose - une réalisation admirable qui aide à se sentir bien.

J'aime les projets titanesques et beaucoup trop ambitieux. Avec le recul, certains me semblent peu réfléchis ou motivés par ce que je juge être de mauvaises raisons. Pour faire ce constat il m'a été essentiel d'expérimenter et de découvrir que cette condition aide à conceptualiser ma démarche.

Avant, mes réalisations semblaient risquées de par l'esthétique de mes bijoux parfois difficiles à porter. Aujourd'hui, j'ai envie de créer des bijoux de meilleure qualité. Je soude à la main des petits maillons de chaîne depuis trois mois : un travail fastidieux permis par un nouveau rapport au temps. En soit une nouvelle expérience de l'extravagance qui me permet d'entrevoir ma pratique autrement. »

*Colombe d'Humières,
jewelry designer*

“Creating mechanisms to accept the boundless play of the imagination is the chief duty of the artist. The other side of the story is the work needed to circumvent the physical barriers which hinder experimentation. I’m referring to the conditions for accessing a suitable work environment that apply to all artists, regardless of discipline. When you rub up against institutional constraints which prevent you setting something up, they seem so severe that it can be very discouraging. I’m currently getting to grips with understanding those obstructive mechanisms, conditioned by cultural policies but also by an ideal of urban space which sketches out a vision of a clean, controlled city, filled with profitable start-ups in offices decked out with computers and not taking up too much space.

This organization of space – highly policed, shaped by power – prevents the development of artistic spaces which are the sine qua non of experimentation. Today, we have to occupy a position of resistance, remaining informed and thus equal to the task of negotiating with this reality.

This is a pressing matter, because with or without Covid-19, everyone should have a space where they can create and produce. Of course that’s utopian, but the act of production in and of itself is reassuring. Something as simple as baking a cake is an example of making – an admirable act of realisation that helps people feel better.

I like huge, stupidly ambitious projects. With hindsight, some seem ill thought through to me, or motivated by what I now think were the wrong reasons. To be able to appreciate that I had to experiment and to discover that this condition helps me to conceptualise my process. Before, my creations seemed risky because of the aesthetic of my jewelry, which is sometimes difficult to wear. Today, I want to make higher quality pieces. For three months I’ve been soldering small chain links by hand: a pernickety job made possible by a new relationship to time. It’s a new experience of extravagance that is allowing me to see my practice in a different light.”

**J'AIME
LES PROJETS
TITANESQUES
ET BEAUCOUP
TROP AMBITIEUX.**

Morna Laing,
professeure de Fashion Studies à l'école de mode
Parsons Paris, auteure de *Picturing the Woman-child*
(Bloomsbury, 2021)

« Dans le cadre de ma recherche en Fashion Studies, l'expérimentation consiste à mettre la théorie en dialogue avec des expériences empiriques. Prenons l'exemple de l'expérience consistant à étudier les différentes façons dont les femmes regardent la photographie de mode. J'ai montré une sélection d'images à un groupe de participantes pour leur donner l'occasion de dire ce qui leur vient à l'esprit. En leur posant des questions de façon ouverte, dans une ambiance détendue, j'ai voulu leur permettre d'être libres d'exprimer leurs pensées en limitant l'autocensure. Ces conditions bienveillantes permettent aux participantes de s'exprimer sans crainte d'être jugées, facilitant ainsi l'émergence de nouvelles idées. J'aime bien la métaphore où les idées ressemblent à des animaux de la forêt: « Sois gentil avec l'un d'entre eux et les autres viendront ».

J'essaie d'avoir aussi cet état d'esprit dans mon enseignement. Je trouve qu'un séminaire est réussi lorsqu'on arrive à une construction collective des connaissances. La question est de créer un espace où on peut avoir la frivolité de suivre des pistes d'enquête qui pourraient peut-être ne mener nulle part, de faire des connexions qui à première vue semblent ténues ou improbables. Il s'agit de la liberté de perdre du temps.

La mode est fondée sur la nouveauté, ce qui signifie que le système est particulièrement bien placé pour répondre aux types de changements qu'on a vus en 2020. Si nous assistons à une accélération des changements déjà en cours, en termes de croissance du numérique et de déclin du retail, nous avons également vu une mise en avant de la justice sociale dans les médias de mode, à la suite du mouvement Black Lives Matter. L'augmentation de la diversité nous donne des raisons d'espérer, mais il reste à voir si cela restera une priorité à long terme, étant donné la tendance du système à rechercher la nouveauté et le changement pour lui-même.

Je suis récemment arrivée au terme d'un long projet sur la représentation de la 'femme-enfant' dans les magazines de mode britanniques. Il y a un thème qui est apparu dans les interviews que j'ai menées à propos du sentiment de la nostalgie de l'enfance. Ça ne correspond pas forcément à un désir de jeunesse ou de beauté adolescente, bien au contraire: pour certaines participantes, l'idée de l'enfance représente un espace pour retrouver des plaisirs « oubliés ». Comme lire des histoires juste pour le plaisir ou s'amuser. J'étais donc assez fascinée de découvrir le numéro de juin 2020 de Vogue Italia, dédié au thème de « Our New World ». Cette édition est remplie de dessins d'enfants. L'éditorial de Emanuele Farneti décrit ceux-ci comme étant les victimes les moins évidentes de la pandémie en raison de la perte d'éducation et des effets psychologiques de cette période, au-delà des conséquences socio-économiques sur le monde dont nos enfants hériteront. Je m'intéresse donc à ce que la séparation analytique entre l'âge adulte et l'enfance peut nous dire sur les points où nous nous sommes trompés en matière d'environnement, de développement durable et de justice sociale. Et quel rôle, même paradoxal, les magazines peuvent jouer en proposant une vision de l'âge adulte plus large, moins lié à un mode de vie néolibéral. »

**J'AIME BIEN
LA MÉTAPHORE
OÙ LES IDÉES
RESSEMBLENT
À DES ANIMAUX
DE LA FORÊT :
« SOIS GENTIL
AVEC L'UN
D'ENTRE EUX
ET LES AUTRES
VIENDRONT. »**

Morna Laing,
professor of Fashion Studies at Parsons Paris School of Fashion,
author of Picturing the Woman-child (Bloomsbury, 2021)

“In the context of my research in Fashion Studies, experimentation consists in bringing theory into dialogue with empirical experience. Take the example of the experiment which involved studying the different ways women look at fashion photography. I showed a selection of images to a group of female participants and gave them the opportunity to talk about what came to mind. In asking them open questions, in a relaxed atmosphere, I wanted to allow them to be free to express their thoughts with minimal self-censoring. These benign conditions allowed the participants to express themselves without fear of being judged, facilitating the emergence of new ideas. I like the metaphor of ideas as woodland creatures: ‘Treat one of them kindly and others will come’.

I try to teach in the same state of mind. I think a seminar is successful when we manage to construct knowledge collectively. The trick is to create a space where we can be whimsical enough to pursue lines of thinking that may lead nowhere, to make connections that at first sight may seem tenuous or improbable. It’s about having the freedom to waste time.

Fashion is based on novelty, which means that the system is especially well placed to respond to the kinds of changes we saw in 2020. If we are witnessing an acceleration of changes that were already underway, in terms of the growth of the digital and the decline of retail, we’ve also seen a new emphasis placed on social justice in the global media, as a result of the Black Lives Matter movement. The increase in diversity is a reason to be hopeful, but it remains to be seen whether this will remain a long-term priority, given the system’s tendency to seek out novelty and change for its own sake.

I recently finished a long project on the representation of the ‘woman-child’ in British fashion magazines. A theme that came up in interviews I conducted was the idea of nostalgia for childhood. This does not necessarily correspond to a desire for youth, or for adolescent beauty; on the contrary, for some participants the idea of childhood represents a space to find ‘forgotten’ pleasures once more. Like reading stories just for pleasure or entertainment. I was fascinated, therefore, when I came across the June 2020 edition of Vogue Italia, dedicated to the theme of ‘Our New World’. This issue is filled with children’s drawings. Emanuele Farneti’s editorial describes children as being the least visible victims of the pandemic, given the loss of education and the psychological effects of this period, not to mention the socio-economic effects on the world our children will inhabit. I’m interested then in what the analytic separation between adulthood and childhood can tell us about where we have gone wrong in our thinking about the environment, sustainable development and social justice. And in what role, even a paradoxical one, magazines can play in offering us a broader vision of adulthood, one less linked to the neoliberal way of life.”

**I LIKE THE
METAPHOR
OF IDEAS AS
WOODLAND
CREATURES:
“TREAT ONE
OF THEM KINDLY
AND OTHERS
WILL COME.”**

Matthew Harding et Levi Palmer,
directeurs artistiques et fondateurs de palmer//harding

« La mode a le pouvoir de susciter et d'inspirer la conversation et le récit. L'expérience qu'on en fait, cependant, est contenue en dernier ressort dans les limites fonctionnelles des besoins de chacun. La nécessité est la mère de l'invention et, à une époque d'incertitude, le besoin de créer peut souvent inspirer les idées les plus profondes.

L'année 2020 nous a permis de réfléchir aux idées qui sous-tendent notre entreprise, et nous a donné l'opportunité de nous recentrer sur le récit et la créativité. Nous avons, par exemple, repensé le calendrier de nos collections afin de nous accorder plus de temps pour le design, et nous avons aussi mis l'accent sur l'expérimentation créative, ce qui rend notre travail de designers à la fois plus excitant et plus amusant. Bien entendu, il est toujours risqué de changer une méthode qui a fait ses preuves, mais nous pensons qu'il est plus jamais nécessaire de prendre des risques, car les esprits vont changer radicalement du fait des expériences de l'année passée.

L'idée de la création comme action est une idée vitale. Nos gestes ont consisté à intégrer plus de récit dans nos dessins, et à nous recentrer sur une approche narrative de la création, afin d'offrir de la mode qui ne soit pas seulement belle, mais aussi authentique et profonde. »

Matthew Harding et Levi Palmer,
founders and artistic directors of palmer//harding

“Fashion has the ability to provoke and inspire conversation and story telling. Its experience, however, is ultimately obstructed by the limitations of functionality within each person's needs. Necessity is the mother of invention and in uncertain times, the need to create can often inspire the most profound ideas.

2020 was a time to reflect on the reasoning behind our business and has provided an opportunity for us to re-focus on story telling and creativity. For instance, we have restructured our collection deliveries to allow more time for us to develop designs and we have also put a lot more emphasis on creative experimentation which is much more exciting and fun for us as designers. Of course its always risky to change methods that previously proved successful, but we think now more than ever it's important to take risks as mindsets will have changed completely due to this past year's experiences.

The idea of creation as action is vital. The gestures we have taken have been: more story telling through our designs and re-focusing on a narrative of creation that offers fashion that is not only beautiful but authentic and deep.”

**THE IDEA OF
CREATION AS
ACTION IS VITAL.
WE THINK NOW,
MORE THAN EVER,
IT'S IMPORTANT
TO TAKE RISKS.**

Marie-Christine Statz,
directrice artistique et fondatrice de Gauchère

« J'imagine bien que les limites physiques et imaginaires peuvent être différentes pour chacun à certains moments ; mais l'art, la beauté, sont pour moi ce qui permet de traverser les moments difficiles.

Dans ces temps si particuliers, réussir à ne regarder qu'une chose à la fois, à n'écouter qu'un seul son à la fois, afin de laisser l'expérience résonner – a été pour moi l'attitude salvatrice. J'ai ressenti ce besoin impérieux de me reconnecter avec moi-même, avec ce qui se trouvait en face de moi et avec la nature, et j'ai découvert que je partageais cette sensation avec ma communauté. Développer une collection malgré les ressources limitées, la mobilité, la distanciation sociale, a été un sacré défi. La situation actuelle nous pousse à revoir et à modifier nos méthodes de travail et de communication au sein de la marque, ainsi qu'avec nos partenaires.

L'engagement créatif ne me quitte jamais dans le travail. Cette année, je me suis beaucoup inspirée de l'installation de Doug Aitken intitulée « Sonic pavilion », avec son trou de 200 mètres de profondeur par lequel remontent en continu les sons venus de l'intérieur de la terre, si variés et si riches en fréquences et en textures diverses.

Le verre incurvé de l'architecture crée une déformation optique qui rend tout flou, à l'exception de ce qui est directement en face du regardeur. C'est une œuvre vivante, et un espace d'introspection, qui m'a beaucoup touchée.

J'ai traduit la sensation très forte que procure cette matrice commune intrinsèque dans la collection printemps-été 2021. Et afin de donner vie à cette sensation lors du défilé, j'ai invité John James à mettre en place un rituel de décompression : c'était lui et les vibrations de ses percussions qui donnaient leur rythme à l'expérience. »

Marie-Christine Statz,
founder and artistic director of Gauchère

"I can imagine that physical and imaginary limits may differ for every individual in certain moments, but art and beauty are the aspects that help me to overcome challenging moments.

In these unusual times, looking at one thing at a time, listening to one sound at a time and allowing the experience to resonate was the key mood to me. The urge to connect with ourselves, with what is right in front and with nature is a sensation that I felt and found it was shared by my community. Developing the collection with limited resources, mobility and social distancing was defiantly challenging this year. The current situation pushes us to rethink and change our work methods and communication within the brand as well as with our partners.

Creative engagement is always present in my process. This year I was inspired by Doug Aitken's installation 'sonic pavilion' with its more than 200 meter deep cavity that brings up continuous and constantly-changing live sounds of the earth that are rich in frequencies and textures.

The curved glass of the prism-like architecture creates an optical distortion that visually blurs everything except what is directly in front of the viewer. This living artwork is a space for introspection and deeply touched me.

This strong feeling of a common intrinsic concentration is translated into the Spring Summer 2021 collection. In order to bring this feeling to life during the runway, I invited John James to initiate a decompression ceremony – himself and the vibrations of his drums set the rhythm for this experience."

**IN THESE
UNUSUAL TIMES,
LOOKING
AT ONE THING
AT A TIME,
LISTENING
TO ONE SOUND
AT A TIME
AND ALLOWING
THE EXPERIENCE
TO RESONATE
WAS THE KEY
MOOD TO ME.**

**Gary Gill,
Hair Stylist**

« Je ne pose aucune limite à la créativité. Tant que la beauté et le goût sont au rendez-vous, il n'y a pas de limite.

Personnellement, avec la crise que nous traversons, je ne trouve pas que le temps soit à la création : je crois que le temps est à la survie.

D'après ce que je vois, nous n'avons aucune idée de ce qui nous attend, et c'est surtout le moment de rester solide. Mes efforts ont donc consisté en priorité à nous préserver, mon équipe et moi-même.

J'espère vivement que l'année 2021 apportera de meilleures nouvelles, et que je serai en mesure de prévoir un grand projet de création. »

**Gary Gill,
Hair Stylist**

"I don't set limits on creativity. As long the beauty and taste level is still achieved there should be no limits.

With the current crisis state, I personally don't feel it's time for a creative process : it's a time for survival.

As I see it we don't know what lies ahead and I feel it's time to consolidate. I have focused on keeping myself and my team safe.

I'm hoping 2021 will bring better things and I can plan a big creative project."

**I PERSONALLY
DON'T FEEL
IT'S TIME FOR
A CREATIVE
PROCESS: IT'S
A TIME FOR
SURVIVAL.**

Otto Von Bush,
professeur de design à la Parsons (New York)

« Pour moi, l'une des questions fondamentales que pose la mode, c'est : pourquoi aimons-nous tant, quand nous sommes enfants, nous habiller en super-héros ou en méchants, en sorcières ou en chevaliers, en monstres, en robots, et pourquoi à partir de l'adolescence nous mettons-nous à suivre les normes vestimentaires. Avant que la plupart d'entre nous ne finissent en jean et en t-shirt. Que se passe-t-il en cours de route ? Quels sont les mécanismes sociaux qui nous privent de ce rapport expérimental et aventureux à l'habillement ?

La mode est liée à des émotions telles que la fierté. Ce sont des émotions dont nous ne parlons pas facilement, et c'est sans doute pourquoi nous n'aimons pas non plus parler de nos choix vestimentaires. Nous nous apercevons que nous sommes jugés en permanence, que nous sommes pris dans des jeux sociaux dont nous ne contrôlons que très peu les règles, et nous savons aussi que, même si nous ne devrions pas juger les autres à leurs vêtements, nous le faisons quand même. Les ressorts émotionnels profonds de la mode sont troubles et obscurs. Sous la surface de nos vêtements, si l'on veut bien y songer sérieusement, se côtoient le plaisir et la peine.

Avec le confinement, la plupart des occasions sociales pour lesquelles nous nous habillons en temps normal ont été suspendues. Nous n'avons plus du tout la même sociabilité, et donc nous ne réfléchissons pas à notre façon de nous habiller avec la même attention qu'en temps « normal ». Beaucoup souffrent de l'absence de ce rituel simple et quotidien, dans lequel on se prend un instant au sérieux afin de se présenter comme personne publique, comme personne voulant être perçue d'une certaine manière, plutôt que de rester chez soi en pyjama. Ce paramètre social est ce sur quoi normalement la mode se fonde : le désir de se sentir contrôler sa propre vie.

Plus personne n'a vraiment le contrôle désormais, et choisir de nouveaux vêtements ne sert qu'à faire durer encore un peu l'illusion. Si l'on ne peut pas les montrer, ni célébrer dans un moment de partage, cela ne sert plus à grand-chose.

Beaucoup estiment ainsi que l'heure du bilan a sonné pour la mode. Pour l'industrie et sur le plan économique, d'ailleurs, cela ne fait aucun doute (je pense aux injustices globales des commandes annulées, des événements annulés, des magasins qui ferment, etc.). Avec un peu de chance, les gens profiteront de ce moment pour se demander quels sont les plaisirs liés aux vêtements qui leur manquent le plus. Ou peut-être que ce sera, pour nous, l'occasion de réfléchir plus précisément à ce que la mode produit de positif – une énergie des rapports sociaux, la sensation de contrôle sur sa vie, une aide à la mobilité sociale, ou simplement les plaisirs du grand carnaval quotidien. S'il nous faut repenser le système de la mode, qu'avons-nous appris des événements récents sur le plan émotionnel ? Comment s'assurer que nous sauvegarderons la meilleure part de ce potentiel émotionnel à mesure que nous réformons l'industrie pour la rendre plus durable ?

La création est source de vie. Elle apporte de la vitalité et du contrôle dans la vie de tous les jours. Cela peut aller de l'art au simple fait d'assortir quelques habits courants d'une manière qui reflète l'image que l'on souhaite renvoyer. C'est un peu comme préparer une playlist et se croire DJ pendant un moment : on en tire un plaisir artistique, celui d'accorder des choses entre elles selon notre humeur du moment. Mais, ce qui est peut-être encore plus fort, la création se loge aussi dans les transgressions, dans l'inattendu, dans le franchissement des limites et l'entrée dans les territoires contestés ou « interdits ». C'est vrai aussi des vêtements : la créativité peut passer par un changement radical de garde-robe, un renversement des normes, mais aussi par des choses plus discrètes – une paire de chaussettes dépareillées, une cravate inattendue. Cela ajoute un peu d'aventure à notre quotidien, le plaisir de jouer avec les attentes de l'autre, mais cela révèle aussi d'autres facettes de nous-mêmes, en venant briser la coquille qui se formait lentement autour de nous.

La mode est alors innocente, et rarement nous enfreignons la loi en essayant de nouvelles façons de s'habiller ; mais en portant cet acte à même notre peau, à travers les vêtements, nous le rendons puissant. Nous devenons des « shape-shifters », nous vivons nos transformations sur un mode presque magique, qui révèle ou qui façonne un Moi que nous ignorions posséder.

À nouveau, je suis convaincu que si les créateurs et les marques prenaient plus au sérieux les ressorts émotionnels de la mode, nous serions à même de repenser le système bien au-delà du modèle industriel actuel. Il faudrait moins voir les créateurs de mode comme des artistes ou des ingénieurs, et davantage comme des thérapeutes, des coaches, des médecins, des illusionnistes, des magiciens, des chamans – nous avons tellement de choses à apprendre ! D'autre part, faire passer la mode du domaine du produit ou de l'image à celui de l'énergie et des affects, ouvre de nouvelles questions de « développement durable » : il ne s'agit plus seulement de « rectifier » les produits pour limiter leur impact environnemental, mais bien de repenser comment la mode agit dans notre vie affective et sociale. Il nous faudrait alors reconsidérer les services, les business models, la production et la consommation, dans le sens d'un engagement plus profond et plus significatif dans l'habillement : ce que j'ai appelé la « Deep Fashion » (« mode profonde »). C'est un monde entièrement nouveau qui peut s'ouvrir dans la relation au vêtement. Je propose que nous y allions, et que nous l'explorions. »

Otto Von Busb, design professor at Parsons New York

“I think one of the fundamental questions to ask about fashion is how it comes that we love to dress up as children, as superheroes or villains, witches or knights, monsters or robots, and then in our teens we are all following the standards of dress. And most of us end up in jeans and a t-shirt. What happens along the way? What are the social mechanisms that take that experimental and adventurous spirit of dress out of us?”

Fashion is related to emotions such as pride. These are emotions we often are not comfortable discussing - and perhaps this is also why we are uncomfortable talking about our choices of clothes. We realize that we are continuously judged, we are drawn into social games we have little control over, and we know, even though we are told we should not judge others by what they wear, we still do. The emotional depths of fashion are dark and troublesome. There is both pleasure and pain simmering under the surface of our clothes, if we take them seriously.

With the Covid lockdown many of the social occasions for which we dress up have been shut down. We do not go out for social events and we are not dressing up with the same sense of purpose as is common in more “normal” times. Many may be missing the opportunity to dress up, this simple everyday ritual of taking oneself seriously, presenting oneself as a public person, a person that wants to be seen in a specific way, not staying home in pajamas. This social situation is what fashion normally thrives on: the desire to feel in control over one’s life.

Now, none of us have much control, and choosing new clothes only keeps up the illusion to a certain degree. If you cannot display them, and celebrate a moment of shared attention between people, there is not much use.

So many think this is a moment of reckoning for fashion. Well, it certainly is for the industry and on the economic side of things (the global injustices of cancelled orders, shutting stores, cancelled events etc.). If we are lucky, perhaps people can use the moment to also reflect about what pleasures of dress they miss? Perhaps it can help us also think about how to amplify what fashion is actually good for - how it energizes social relations, how it offers a sense of control over one’s life, how it may help us with social mobility and the pleasures of the everyday masquerade. If we are to reconstruct the fashion system, what have we learned on an emotional level from the current events? How do we make sure we sustain the right emotional possibilities of fashion as we try to reform the industry towards a more sustainable future?

Creation is a wellspring of life. It brings a sense of vitality and control into one’s everyday. This can be everything from art to just mixing ready-to-wear clothes in a way that I feel reflects how I want to be seen. Like creating one’s own playlist, pretending to be a DJ for a moment, it offers a sense of artistic pleasure, mixing things according to one’s mood. But perhaps more excitingly, creating happens also in transgressions, in the unexpected and when breaking boundaries, getting into contested or ‘forbidden’ territory. This also happens in dress: it can be a radical change or wardrobe and twisting norms, but it can also be small changes, such as having mixed socks or an unexpected tie. It adds an adventure to the everyday, a pleasure of playing with the expectations of others, but also revealing another aspect of oneself, breaking out of the shell that slowly forms around oneself.

Here, fashion is innocent, we seldom break the law by dressing in new ways, but by fusing the act onto our skin, in clothes, it becomes very powerful. We become shape-shifters, and it can feel like almost magical transformations, revealing or forming a self we did not know was there.

Once again, I think if fashion designers and brands took the emotional depths of fashion more seriously, we could rethink the fashion system far beyond the current industrial model. We can think of fashion designers less as artists or engineers, and more like therapists, coaches, doctors, illusionists, magicians, shamans - we have so much to learn! And also, rephrasing fashion from being a product or image to an energy or emotional affect also opens new questions for sustainability: it is no longer only about 'fixing' products to be less harmful, but to rethink what fashion does in our social and emotional lives! We would need to rethink services, business models, production and consumption to search for much deeper and meaningful engagements with dress: what I have called 'Deep Fashion.' It can be a whole new world opening in relation to dress. I suggest we go there and explore."

**WE CAN THINK
OF FASHION
DESIGNERS LESS
AS ARTISTS
OR ENGINEERS,
AND MORE LIKE
THERAPISTS,
COACHES,
DOCTORS,
ILLUSIONISTS,
MAGICIANS,
SHAMANS —
WE HAVE SO MUCH
TO LEARN!**

Mats Rombaut,
fondateur et directeur artistique de Rombaut et Virón

« Tout le monde a une expérience différente de la mode. Les contraintes physiques, logistiques, organisationnelles, économiques, sont extrêmement nombreuses lorsque l'on crée des « produits réels », à plus forte raison si l'on essaie d'innover.

Mais nous allons vers une numérisation croissante, dans laquelle beaucoup de ces contraintes disparaissent. Et si vous souhaitez porter un vêtement en 3D sur une image destinée aux réseaux sociaux, et que cette expérience de mode vous satisfait pleinement, alors c'est formidable car vous ne polluez presque pas. Cependant je doute que beaucoup de gens soient prêts à payer pour une telle expérience, pour le moment. Or, si le public ne paie pas, les artistes 3D ne sont pas payés. Mais c'est peut-être à cela que mène l'idée de « la mode comme une forme d'art ».

Dans le monde physique, la mode est devenue si mainstream qu'il n'est plus question que de marketing, d'automation, de marges. C'est une formule qui laisse peu de place à l'expérimentation (puisque le temps, c'est de l'argent). C'est aussi mon expérience personnelle qui parle : notre entreprise emploie désormais dix personnes, ce qui augmente les responsabilités et les factures, et diminue d'autant la place pour l'expérimentation. Il faut vendre, avant tout, et c'est dommage.

Quant à l'expérience de la « mode physique », je crois qu'il faudra du temps avant de nous débarrasser de l'addiction qu'elle représente. Nous sommes toujours autant portés à l'accumulation et soucieux d'être vus dans les événements de mode. Lorsque l'achat de vêtements numériques renverra davantage à un statut social, plus de gens s'y mettront.

L'année 2020 aura été propice à la prise de risques. J'ai lancé une nouvelle marque – Virón – en septembre, et elle marche déjà très bien ! Si on tient le bon concept et que le moment est le bon, il n'y a plus qu'à sauter.

Globalement, 2020 aura été une année d'introspection pour tout le monde. Je me suis aperçu que je faisais trop de choses par exemple – PDG, directeur artistique, manager, comptable et homme de ménage tout à la fois... Pour ma part, la période n'a pas été particulièrement propice à la création, mais plutôt à la prise de conscience : réaliser dans quoi j'étais embarqué, la nécessité que Rombaut devienne une véritable entreprise, et non plus seulement une succession d'idées, les moyens de la restructurer avant qu'elle ne s'effondre.

J'aimerais beaucoup réinvestir le champ créatif. Sur un mode transversal, par exemple au croisement de la mode, de l'art, et de la politique. »

**DANS LE MONDE
PHYSIQUE,
LA MODE EST
DEVENUE SI
MAINSTREAM
QU'IL N'EST PLUS
QUESTION QUE
DE MARKETING,
D'AUTOMATION,
DE MARGES.
C'EST UNE
FORMULE QUI
LAISSE PEU DE
PLACE À L'EXPÉ-
RIMENTATION
(PUISQUE LE
TEMPS, C'EST
DE L'ARGENT).**

Mats Rombaut,
founder and artistic director of Rombaut et Virón

“Fashion experience is different for everyone. There are so many physical, logistical, organizational, economical limitations when making ‘real products’, especially if you’re trying to innovate.

We are moving towards more digitalisation where a lot of these limitations then become irrelevant. So if you want to wear a 3D garment to post on social media, and this digital fashion experience satisfies you, that’s great because you’re not polluting much. However I don’t think many people are ready to pay for this yet. And if the public doesn’t pay, the 3D-artists are not getting paid. However, maybe this is the sphere where ‘fashion as an artform’ has been pushed into.

In the physical world, fashion became so mainstream that it’s all about marketing, automation and margins. It’s a formula with little room for experimentation (as time is money). I’m also speaking from a personal experience: we are a company of ten now, with more responsibilities and bills, so there is less time for experimentation as before. Everything needs to sell and it’s a pity.

As for the ‘physical fashion experience’ I think it’ll take some time to wean ourselves off our ‘physical fashion’ addiction. We are still wired to board stuff and to be seen in fashion gatherings. Once it becomes more of a status symbol to buy digital clothes, more people will do it.

2020 offered a good time for risk taking. I launched a new brand – Virón - in September and it’s doing very well! If the concept is great and the time is right, you just have to jump.

Overall 2020 was a time of introspection for everyone. I realised I was doing too many things - CEO, creative director, office manager, accountant and cleaner at the same time... For me it hasn’t been the most creative period, just a time to realize what I was getting myself into, that Rombaut needs to become a business and not just a succession of ideas, and how to re-structure before crashing and burning.

I’d love to take more action on a creative level. I love a good crossover, for example between fashion, art and politics.”

**IN THE PHYSICAL
WORLD, FASHION
BECAME SO
MAINSTREAM
THAT IT'S ALL
ABOUT MARKETING,
AUTOMATION
AND MARGINS.
IT'S A FORMULA
WITH LITTLE
ROOM FOR
EXPERIMENTATION
(AS TIME IS
MONEY).**

*Textes traduits en français par Tancrède Rivière,
Texts translated into English by Sara & Emma Bielecki.*