

# Merci pour ce costume

**DÉCRYPTAGE** Parce qu'il les rend sûres d'elles, le tailleur-pantalon de Giorgio Armani rend les femmes belles depuis plus de quarante ans. Avis d'experts sur un standard du vestiaire féminin.

**E**n sollicitant des intervenants pour cet article, nous ne mesurons pas les réactions. Le sujet, l'impact du costume de Giorgio Armani dans la vie des femmes, allait-il piquer leur curiosité? L'enthousiasme rencontré montre, ô combien, l'influence du designer milanais sur la scène mode mais également sur la société. On parle aujourd'hui d'*empowerment*, cette façon dont un vêtement peut donner confiance à celle qui le porte. Armani, avec une veste et un pantalon au design inédit, a initié ce concept, il y a quarante ans, qui reste toujours pertinent. Une historienne de la mode (Florence Müller), un photographe star (Peter Lindbergh), un expert en vestiaire masculin (Gauthier Borsarello) et une collectionneuse de vintage (Anouschka) nous racontent en quoi ce tailleur-pantalon est une révolution.

« Giorgio Armani a transformé l'image d'une femme assez guidée en lui offrant la souplesse, tranche Anouschka. Son costume affirme sa personnalité, elle n'est pas violente, pas guerrière. Porter du Armani renvoie à quelque chose de plus doux, ce n'est pas une revendication mais une affirmation de soi. » Dans sa caverne d'Ali Baba du IX<sup>e</sup> arrondissement de Paris (6, avenue du Coq), l'ex-mannequin, devenu loueuse de vêtements anciens pour les professionnels, ne cache pas son admiration. « Il s'adresse à une femme qui aime la mode, pas à une femme de mode. La tendance ne l'intéresse pas et, en cela, il traverse les époques sans se démoder. Il n'y a pas d'esbroufe de magazine féminin, ni d'effets de manches, ce sont simplement de sublimes vêtements. »

## Un habillement adapté à un moment historique

En 1975, Giorgio Armani, épaulé par son partenaire Sergio Galeotti, lance sa marque pour homme et chahute le tailoring traditionnel : plus (ou peu) de doublures, pas d'épaulettes, du lin souple, des pantalons sans pli. La gamme féminine arrive l'année suivante. « Ma sœur Rosanna et ses amies s'amusaient à porter les vestes que je créais dans mes collections masculines, se souvient le couturier. C'est de là qu'est partie l'idée d'un habillement féminin adapté à ce moment historique, quand la femme commençait à se faire une place parmi les hommes. »

Cette période charnière se situe, bien sûr, dans les années 1970. « Lors de cette décennie, l'homme n'a pas besoin de jouer la carte de la virilité, il ose les pantalons moulants, les bijoux, explique Gauthier Borsarello. Mais au fur et à mesure, la femme s'impose socialement, laissant de côté ses robes et ses talons hauts pour prendre le pouvoir. En réponse, l'homme surjoue son rôle, exagérant la carrure de ses vestes. C'est ce volume que reprend Armani considérant alors que, pour être l'égal de l'homme, il



Photographie de Peter Lindbergh parue dans le magazine *Emporio Armani* en 1993. Collection Giorgio Armani printemps-été 2018 (à droite).

faut endosser son costume. » L'expert, qui tient un showroom de vintage au sein de la boutique Holiday Boileau (11, rue Parent-de-Rosan, Paris XVI<sup>e</sup>), est formel : M. Armani est un couturier masculin, et c'est grâce à cette passion première qu'il excelle pour l'autre sexe. L'ampleur et le tombé nonchalant de son tailleur s'inspirent des looks des zazous parisiens et des zoot suits américains de la même époque.

Autre référence, citée par le maestro himself, Yves Saint Laurent. « Je repense à cette photographie d'Helmut Newton, en 1975, cette femme fumant une cigarette rue Aubriot habillée en Saint Laurent, confie Giorgio Armani. L'élégance de ce modèle qui ne renonçait en rien à sa féminité, autoritaire presque, m'a frappé. » Ainsi va la mode, s'ancrant dans un passé plus ou moins récent pour mieux résonner avec l'air du temps : « Au début des années 1970, Yves Saint Laurent fait du masculin féminin, qu'il traduit par des épaules fermes et construites, rappelle Florence Müller. Giorgio Armani écrit l'étape suivante. Sa femme doit posséder l'allure adaptée à sa nouvelle position dominante dans la société. Il lui offre le confort. Et, afin de s'assurer un tombé impeccable, il concentre ses efforts sur la matière, un lainage doux et souple, très tactile, sensuel. »

C'est un vêtement pour soi, pensé non pour faire sensation sur un podium ou rendre les autres jalouses. « En cela, comprendre le luxe de ce costume nécessite une certaine maturité, ajoute Anouschka. Peut-être qu'en dessous de 25 ans, une fille n'appréciera pas la pièce à sa juste valeur. »

## L'importance de l'image

Il faudra une décennie pour que ledit tailleur-pantalon se hisse au rang de standard du vestiaire féminin. En 1990, Giorgio Armani est au firmament. Dans ses campagnes publicitaires, les super-modèles jouent les gangsters en chemise amidonnée et cravate. Derrière l'objectif, Peter Lindbergh contribue à la notoriété de cette silhouette ultraphotogénique. « Giorgio a permis aux femmes de prendre la place des hommes, assure le photographe. Habillées de la sorte, elles n'ont rien à leur envier. Cette force dans l'image vient avant tout du vêtement, léger, irréprochable. Je vous assure que, sur les prises de vues, les mannequins ne voulaient plus l'enlever ! C'était vrai aussi pour Pina Bausch, elle était la plus grande chorégraphe du monde et elle ne portait que du Armani. » Par ses clichés, le photographe allemand, ami de longue date de Giorgio et de sa sœur Rosanna, diffuse un idéal de vie. De Paris à Milan, via New York et Londres, les *business women*, les avocates, les banquières se sentent à l'aise dans cette palette urbaine et ces tissus de qualité pensés pour leur quotidien en entreprise. « Vous pouviez - et vous pouvez toujours - passer la journée en Armani, sans être froissée, en étant à l'aise, confirme Florence Müller. Et rien ne vous empêchait d'enfiler une veste Mugler pour un cocktail ! Une esthétique et un message différents mais beaucoup de femmes pouvaient passer d'un univers à l'autre sans problème. »



PETER LINDBERGH

MATEO SCARPELLINI

En 2016, pour célébrer les quarante ans de sa marque, M. Armani lançait sa ligne New Normal, d'essentiels dont le costume intemporel. « Les femmes ont profondément changé depuis mes dé-

buts. Elles n'ont plus les mêmes priorités, ont moins à se battre pour affirmer qu'elles valent autant que les hommes, conclut le Milanais. Le tailleur-pantalon reste quoi qu'il en soit une tenue indis-

pensable dans leur garde-robe, il n'est jamais passé de mode. Même si celles qui le portent aujourd'hui ne le font plus dans l'esprit militant des années 1980. » ■

MUST BE MOËT & CHANDON\*  
À DÉGUSTER SUR GLACE

MHD MOËT HENNESSY D'ANGELO SAS - 337 080 055 RCS Nanterre

\*ICE IMPÉRIAL, À L'ÉVIDENCE MOËT & CHANDON



Pina Bausch en Armani, en 1996.  
PETER LINDBERGH

FONDÉ EN 1745  
**MOËT & CHANDON**  
CHAMPAGNE

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.