

101 PETITS **SECRETS**
DE MODE
QUI FONT LES
GRANDES CRÉATIONS

101 PETITS SECRETS DE MODE QUI FONT LES GRANDES CRÉATIONS

Alfredo **Cabrera** | Matthew **Frederick**

Illustré par Matthew **Frederick** et Taylor **Forest**

Traduit de l'anglais (États-Unis) par Patricia **Loué Milanese** et Hannah **Loué**

DUNOD

L'édition originale de cet ouvrage a été publiée en 2010 aux États-Unis
sous le titre *101 Things I Learned™ in Fashion School* par Grand Central Publishing,
Hachette Book Group 237 Park Avenue New York, NY 10017

Copyright © 2010 by Matthew Frederick

Originally published as part of the 101 Things I Learned™ book series

101 Things I Learned is a U.S. Registered Trademark.

This edition published by arrangement with Grand Central Publishing, New York, New York, USA.

All rights reserved.

Matthew Frederick est le créateur, le directeur et l'illustrateur de la collection

Toutes les illustrations sont de Matthew Frederick, sauf celles des secrets 47 et 71 qui sont de Taylor Forrest
et Matthew Frederick, et celles de la couverture et des secrets 8, 9, 12, 17, 23, 24, 33, 36, 37, 43, 46, 56, 67,
68, 69, 70, 72, 74, 75, 76, 78, 92, 95, 96 et 98 qui sont de Taylor Forrest.

© Dunod, Paris, 2013 pour la traduction française

ISBN 978-2-10-057733-0

Traduction française : Patricia Loué Milanese et Hannah Loué

Graphisme de couverture : barbary-courte.com

Maquette intérieure : Marie Léman, fabricante

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite
selon le Code de la propriété intellectuelle [Art. L 122-4] et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal.

Seules sont autorisées [Art. L 122-5] les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation
collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles
sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 et L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction
par reprographie.



Remerciements

De la part d'Alfredo

Merci à Karin Yngvesdotter, Michele Wesen-Bryant, Howard Davis, Joseph Sullivan et Evelyn Lontok-Capistrano pour leur aide, leurs conseils, leurs avis et leur soutien.

De la part de Matt

Merci à Karen Andrews, David Blaisdell, Sorche Fairbank, Taylor Forrest, Sarah Handler, Tracy Martin, Camille O'Garro, Karyn Polewaczyk, Janet Reid, Kallie Shimek, Flag Tonuzi, Tom Whatley et Rick Wolff.

Avant-propos

Une bonne formation de styliste doit inciter les étudiants à proposer des solutions maîtrisées et créatives à une problématique, celle d'habiller les gens dans leur vie quotidienne. Durant mes années d'enseignement, j'ai constaté que l'obstacle majeur à l'atteinte de cet objectif n'était pas d'acquérir des compétences techniques ni un savoir théorique suffisant – et d'ailleurs de nos jours, avec la facilité d'accès à l'information, un enfant de huit ans est probablement plus sophistiqué et plus au fait des tendances que jamais – mais plutôt d'accepter de concevoir des vêtements pour des personnes bien réelles.

Beaucoup d'étudiants (et parfois certains enseignants) pensent que la réalité – de vrais clients ayant de vrais besoins – est l'ennemie de la créativité. En effet, la réalité est perçue comme synonyme de corvée, de compromis et de médiocrité. De ce fait, de plus en plus de formations tendent à prodiguer un enseignement purement théorique, les applications pratiques étant limitées au strict nécessaire. Si bien que les dessins des étudiants s'apparentent davantage à des concepts qu'à de vrais vêtements.

Il m'a fallu des années en tant que styliste professionnel pour me rendre compte de l'importance qu'il y a à cerner ce qu'est un consommateur réel bien vivant, et à comprendre ce qu'il ou elle est prêt à porter ou non. Paradoxalement, cela a alors été pour moi le début de la véritable créativité.

Qu'est-ce donc que la créativité si ce n'est le fait de donner corps à une idée qui aurait germé dans l'esprit de quelqu'un ?

L'objectif principal de ce livre n'est donc pas de présenter des informations techniques – même si je pense en préciser quelques-unes –, ni de mettre à l'épreuve la créativité des étudiants – j'espère néanmoins y parvenir également –, mais de donner à ces derniers quelques éléments clés pour rapprocher ces deux dimensions. Je souhaite ainsi leur fournir des petits pense-bêtes, des points de repère et des catalyseurs, afin de les aider à résoudre des problèmes réels de façon créative – et des problèmes de créativité de manière réaliste.

J'espère que les étudiants et les professionnels garderont ce petit livre sous la main lorsqu'ils entreprendront des recherches ou réaliseront des modèles, des échantillonnages de tissus et des dessins. J'espère tout autant que, parmi ces petits secrets de mode, ceux liés à l'histoire aideront le lecteur à comprendre que les innovations se produisent dans un contexte précis et en réaction au passé. Que ceux liés au métier conduiront au développement d'un processus de création global. Que ceux liés au dessin démontreront l'importance de la communication. Enfin, que ceux liés au marketing donneront du sens au rôle du styliste dans le monde qui est le sien.

Alfredo Cabrera



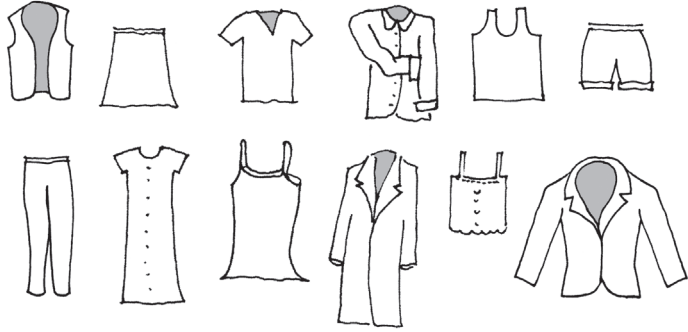


La mode est née au XII^e siècle

Il existe deux façons de vêtir la silhouette humaine : la technique du moulage et celle de la coupe à plat.

Avec le **moulage**, de simples étoffes entourent le corps, le surplus de tissu tombant en formant des plis naturels. C'est la première méthode avec laquelle des vêtements étaient réalisés en tissu. Toutefois, à l'inverse de ces vêtements drapés traditionnellement éphémères – le vêtement perdant sa forme lorsqu'il n'est pas en contact avec le corps – ceux réalisés de nos jours par moulage ont une base la plupart du temps structurée.

La technique de la **coupe à plat**, mise en œuvre par les tailleurs, date du début de la Renaissance au XII^e siècle, lorsque les sciences, les arts et la philosophie célébraient la nature et que naissait un intérêt grandissant pour le corps humain. La robe drapée est alors décomposée en plusieurs parties, afin de mieux épouser les formes du corps. Ces différentes parties ont alors évolué en *patronages*, utilisés pour confectionner de multiples vêtements. L'avènement du métier de tailleur correspondait alors à la naissance de la mode.

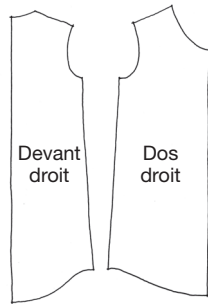




Les stylistes créent des collections, non de simples vêtements isolés

Selon la taille de la maison de couture, une collection peut comporter entre 12 et 400 vêtements. Un styliste imagine une collection pour que les articles soient complémentaires ; les vêtements pouvant être portés ensemble ou séparément.

Un bon styliste accorde de l'attention à toutes les pièces d'une collection, tant aux basiques et aux pièces superposées qu'aux robes du soir envoûtantes, aux costumes, aux robes et aux autres articles majeurs. Après avoir durement œuvré pour que le client apprécie ses principales tenues, pourquoi le laisseriez-vous chercher ailleurs le reste de sa garde-robe ?



Patronage d'une robe sans manches

Lexique de mode

3



Apprêt : ennoblissement d'un tissu.

Bien-aller : la façon dont un vêtement plisse ou tombe sur le corps.

Collection : 1. Un ensemble thématiquement cohérent, créé par un styliste pour une saison particulière. 2. Une catégorie de vêtements, par exemple une collection de vêtements d'extérieur ou de vêtements de bain.

Drapé : 1. Réaction d'un tissu à la gravité, manière dont il « tombe ». 2. Draper : travailler un tissu sur un mannequin pour créer un vêtement.

Essayage : ajustements sur une toile ou sur un prototype, sur un modèle ou un mannequin.

Ligne : 1. La silhouette, ou la fluidité d'un vêtement, par exemple « la ligne d'une robe du soir ». 2. Un synonyme de *collection*, par exemple « notre ligne d'automne insiste sur un style rétro ».

Motif : un motif visuel, par exemple carreau, rayure ou floral.

Patronage : une base pour les pièces individuelles composant un vêtement.

Storyboard : un ensemble d'échantillons de tissus montrant les choix du styliste pour sa collection. Parfois désignés en anglais par les termes *fabric storyboard* et *fabrication*.

Toile : 1. Un tissu en coton finement tissé, à un prix abordable. 2. Un prototype, conçu pour interpréter le dessin et la coupe, appelé toile, sans rapport avec le tissu.



La robe portefeuille de Diane von Furstenberg



La mode naît d'idées

Si une seule robe ou un T-shirt peuvent être conçus sans concept sous-jacent, cela n'est pas le cas pour une collection entière. Celle-ci doit suivre une idée qui transcende la réalité matérielle et qui est fondée sur une attitude, ou sur une approche de la vie, de l'art, de la beauté, de la société, de la politique. Voici quelques exemples d'évolutions sociales ayant influencé la mode :

- La **robe portefeuille de Diane von Furstenberg** : elle a été créée consécutivement à l'entrée de la femme dans le monde professionnel et à son désir de renvoyer une image de pouvoir tout en demeurant féminine et attirante.
- Le **tailleur selon Giorgio Armani, une approche décontractée et élégante** : il est né de l'apparition de nouvelles activités et de politiques d'entreprises plus souples dans les années 1970 et 1980, qui ont laissé place aux tenues décontractées tolérées le vendredi, désormais rentrées dans les mœurs.
- Le **Grunge** : avant de devenir un style vestimentaire en vogue, le Grunge était un mouvement de contestation qui cherchait à rejeter toute appartenance à un style de vie.



*« La mode est seulement la tentative
de réaliser de l'art avec des formes vivantes. »*

— SIR FRANCIS BACON [paraphrase]