



RÉGRESSION, TRANSGRESSION, RENAISSANCE

LINGUISTIQUE Dans l'édition 2021 de l'Observatoire annuel des mots du luxe, quatre tendances lexicales se dégagent dans la communication des grandes maisons : l'ancrage, la mise en avant de l'artisanat, la célébration du passé et la RSE.

JEANNE BORDEAU spécialiste du langage des entreprises et des marques

Nous sommes dans une époque d'ancrage et de recherche de sens. Ainsi le couturier Rabih Kayrouz nous emporte dans des jardins luxuriants près de Beyrouth et nous conte son histoire. Avec lui, apparaît entre autres cette année le mot « vestibilité », qui décrit un vêtement à la fois beau et aisément portable. Cela sied à Rabih Kayrouz qui veut des vêtements « essentiels », dans lesquels les femmes se sentent bien, des « vêtements cocons, rassurants et protecteurs ». De même, Arthus Bertrand revisite et colorie ses « médailles Miraculeuses frappées il y a deux siècles ». Conter ou revivifier ses origines est d'époque. Thebe Magugugu, jeune couturier sud-africain, raconte sa terre natale et comment sa grand-mère, Matiego, et sa mère, Iris, l'ont inspiré. Il dessine aussi des bottines imaginées à partir de celles des pasteurs de Johannesburg. Pays et famille fondent son histoire. Charaf Tajer, jeune couturier franco-marocain, lui, a nommé sa marque « Casablanca » car ses parents y sont nés.

Honorer les métiers est l'une des tendances fortes de l'année. Le lexique du luxe se nourrit de l'artisanat. Baccarat nous enchante avec ses « doreurs », ses « souffleurs », ses « tailleurs », et souligne « le savoir-faire unique de ses artisans ». Richard Mille décrit même ses procédés de fabrication et expose les expertises multiples qu'il conjugue. Arthus Bertrand évoque la « fonte, l'estampage, la frappe, la gravure et les médailles travaillées en bas-relief. »

Le luxe, cette année, se plaît à célébrer le passé. Il est régressif mais il réinvente en même temps. « Renaissance », « renouveau », « réinvention », « réédition » et les verbes « réinterpréter », « revisiter », « réimaginer » irriguent les discours en 2021. Lanvin « recélèbre » l'Art déco. Céline « revisite le Sulky de 1966 ». Quant à l'hôtel Cheval Blanc, inauguré cette année à Paris, il « réinterprète » et « revisite » un hôtel qui s'ouvre « sur

Seine côté cœur ». Ces retours nostalgiques ont pris pour nom le « olding », l'art de faire appel au passé et aux grands souvenirs de la maison. Est-ce « régressif » ? Est-ce parce que l'avenir semble si incertain que les marques de luxe se réinspirent du passé ? Est-ce le besoin d'un peu d'âme ?

HYBRIDATION TECHNOLOGIQUE. La RSE est aussi un passage obligé et une photographie de l'époque. Elle exprime ses tourments et ses évolutions. S'y glisse une « inclusivité » mariée à la « diversité ». On est transgressif, on milite LGBTQ. Pour Thebe Magugu, le socialement responsable est une raison d'être : « je tiens à ce que mes vêtements soient montrés et portés par des femmes de toutes couleurs de peau, noires, métisses ou blanches. » Il brandit également le mot « sisterhood ». Faire vivre la diversité et la différence, être éthique et multiculturel est l'acte de naissance de nombreuses nouvelles marques, comme Charaf Tajer et Grace Wales Bonner.

S'il y a cinq ans, Dom Pérignon préparait une cuvée digitale tandis que le luxe se vêtait de tech, en 2021, le digital est plus que jamais présent et offre « une hybridation technologique », écrit Jon Lipfeld dans le livre d'Éric Briones, *Luxe & résilience*. Cette hybridation aide à filmer preuves et solutions pour démontrer l'authenticité d'une RSE vécue et fait aussi exulter visuellement les lancements, les créations et les défilés, covid oblige. Breitling confectionne ses bracelets « à partir de déchets de nylon récupérés dans les océans ». Chanel crée un « tweed écoresponsable », Stella Mc Cartney, un sac en « mycélium de champignon ». Emily Bode invente « une seconde vie à des tissus récupérés ». Caron, Breitling et Hermès packagent de manière « éco-responsable ». En 2021, on « recycle », on « réutilise », on « réinterprète », on « réimagine ». Décidément, cette année, le « re » donne le « la ». Pour « réparer », pour « revisiter » ou pour « renaître » ? ♦