



# De vraies bêtes de mode

Par **Valérie Guédon** | Le 14 février 2013

D'Alexander McQueen à Walter Van Beirendonck, l'exposition "Arrrgh ! Monstres de mode" met en scène le bizarre des créateurs

**Jusqu'au 7 avril, l'exposition *Arrrgh ! Monstres de mode* à la Gaîté lyrique, met en scène le bizarre et le vêtement, le rapport au corps et à la beauté plastique, à l'heure du numérique.**

Qu'est-ce qu'un monstre ? Dans la Grèce antique, le mot désignait toute chose étrange et phénomène énigmatique du monde qui nous entoure. À travers plus de quatre-vingts œuvres (costumes et installations), l'exposition *Arrrgh ! Monstres de mode* proposée par la Gaîté lyrique s'intéresse à cette figure « extra » ordinaire, parfois grotesque, souvent déroutante, mais tellement contemporaine, qui fascine nombre de créateurs.

Dans la grande salle du centre culturel parisien, une armée de mannequins en plastique prête à envahir Paris, des murs – faussement – démolis et une bande-son digne d'un film de série B campent une atmosphère postapocalyptique. Ici, comme l'ont souhaité les commissaires de l'exposition Vassilis Zidianakis et Angelos Tsourapas (du collectif grec Atopos), pas de vitrines, d'estrade et de scénographie solennelle : le visiteur déambule entre les monstres émancipés des podiums, habillés par des designers établis et de jeunes pousses en devenir. « L'influence du monstre sur la mode n'est pas nouvelle. Déjà, les deux créations d'Issey Miyake, que nous présentons, ont été réalisées pour le projet A-Poc en 2000, explique Vassilis Zidianakis. De même depuis la fin des années 1980, Maison Martin Margiela cache le visage de

ses mannequins lors des défilés, afin de mettre en exergue le vêtement. Pour moi, il a inventé une créature sans le vouloir ! » Il est d'ailleurs passionnant de voir comment ces grands du luxe parviennent à concilier succès commercial et philosophie anticonformiste.

### *Une muse nommée Lady Gaga*

Aux côtés de Margiela, Rick Owens ou Alexander McQueen, on repère des noms encore peu connus du grand public dont Craig Green, le Britannique qui a signé l'identité visuelle de l'événement, déjà remarqué par le groupe Topshop. Jean-Paul Lespagnard, le Belge à suivre durant la prochaine Fashion Week parisienne. Et aussi Charlie Le Mindu, le jeune coiffeur nourri de références *freaks* et collaborateur de Lady Gaga, qui a fait défiler lors de la semaine de la couture, une série de créatures ultra-glamour, « vêtues » de cheveux humains travaillés comme une matière textile. Gaga, la pop star, est également l'une des muses et complices de travail du Néerlandais Bart Hess qui a imaginé, dans une pièce dédiée de l'exposition, une remarquable œuvre images et son sur 360° rassemblant tous les petits monstres de son univers. « Ici, en France et plus particulièrement à Paris, il existe une forte culture du vêtement mise en valeur dans des espaces comme le musée des Arts décoratifs ou la Cité de la mode et du design, compare Vassilis Zidianakis. Avec la Gaîté Lyrique, notre collectif s'inscrit dans une démarche différente et tente de redéfinir la relation entre le corps et le vêtement, de remettre en cause notre perception de la beauté. » Mais aussi de décrypter les nouveaux codes de communication, « notamment dans notre rapport au numérique comme phénomène d'époque », ajoute Jérôme Delormas, directeur de ce centre ouvert il y a tout juste deux ans en lieu et place du fameux théâtre d'opérette. « Une problématique au cœur des préoccupations de ce lieu, car c'est la vie contemporaine qui nous intéresse. »

*Jusqu'au 7 avril à la Gaîté Lyrique, 3 bis, rue Papin, 75003 Paris. [www.gaite-lyrique.net](http://www.gaite-lyrique.net)  
Tél. : 01 53 01 52 00.*