

**LesEchos**

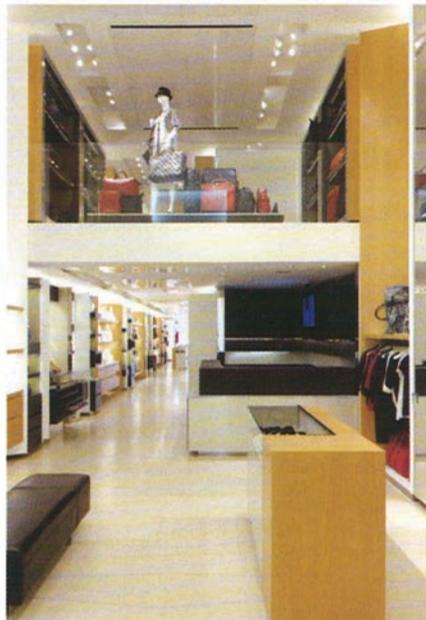
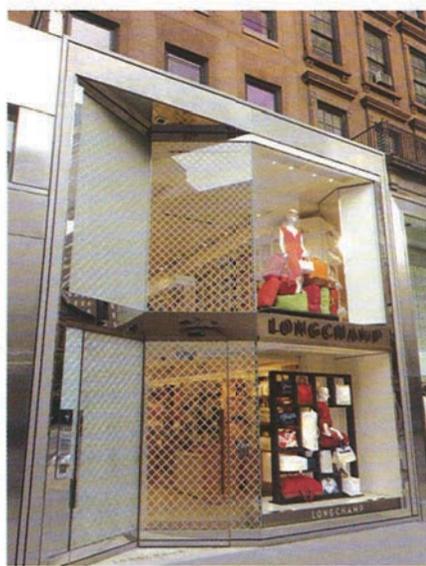
# Série limitée

MODE  
LE CABARET  
DE **CHRISTIAN**  
**LOUBOUTIN**  
PAR YOUSSEF NABIL

SÉRIE LIMITÉE N°89. SUPPLÉMENT GRATUIT AU N° 20760, DATÉ DU 10 SEPTEMBRE 2010. NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT / ISSN 0153.4831



PLUS QU'UN SAC : LE FAMEUX *PLIAGE* EST ÉRIGÉ PAR L'ARCHITECTE ERIC CARLSON EN UN SIGNE FORT DE LA MARQUE DANS LA BOUTIQUE DE MADISON AVENUE, NEWYORKAISE DANS SA TOPOGRAPHIE, PARISIENNE PAR CLINS D'ŒIL.



# LONGCHAMP SE PLIE À NEW YORK

Quoi ? La nouvelle boutique Longchamp au 713 Madison avenue à New York. Qui ? L'architecte américain Eric Carlson qui, pendant sept ans chez Vuitton, s'est taillé une solide réputation dans le commerce de luxe.

Quatre ans après le geste architectural commandé à l'Anglais Thomas Heatherwick pour la Maison Unique, à New York en plein SoHo, le maroquinier Longchamp choisit une option plus conforme à l'incarnation de son luxe discret pour relooker l'adresse de Madison Avenue avec Eric Carlson. Ce fils de l'Illinois a baptisé son agence d'architecture, Carbondale – nom de la petite ville où il a grandi. Américain basé à Paris depuis dix-huit ans, il est reconnu comme un expert en commerce de luxe. Eric Carlson s'est fait connaître en dirigeant, pendant sept ans, le département d'architecture interne à Louis Vuitton. Le magasin de Roppongi Hills à Tokyo ainsi que la maison des Champs-Élysées exprime de manière évidente son savoir-faire en la matière. Son talent s'est exercé pour bien d'autres grandes marques à l'instar d'Escada, Tag Heuer, Céline et Tiffany & Co. La famille Cassegrain, qui détient la marque Longchamp depuis 1948, lui donne l'occasion de signer son premier projet outre-Atlantique et d'établir les codes d'un futur concept architectural qui devrait s'étendre d'ici peu à tout le réseau de boutiques. Et cela au moment où l'image de la marque poursuit sa renaissance avec Kate Moss comme égérie publicitaire. Cette collaboration s'est intensifiée au point que la brindille britannique joue aujourd'hui la styliste-maison pour le maroquinier.

Initialement spécialisée dans les pipes gainées de cuir, la marque s'est diversifiée dans les accessoires en cuir dès 1955, puis dans les bagages et les sacs

dans les années 1970 avant de s'attaquer en 2009 au prêt-à-porter. Si *Rival* (2007), *Légende* (2008), *Gatsby* (2009) sont devenus des *it bags* pour *fashionistas*, le grand succès de Longchamp reste le fameux sac *Pliage*, vendu à près de 16 millions d'exemplaires depuis sa création en 1993. Eric Carlson lui réserve le premier rôle sur un mur iconique. Plus qu'un produit, il l'utilise comme un signe fort.

## Un esprit parisien distillé en petites touches

Le symbole du pliage est repris au niveau de la façade, avec un subtil effet paravent dupliqué à l'intérieur. Ce pli en double hauteur donne une belle visibilité à cette boutique (230 m<sup>2</sup>) très étroite dont la typologie (30 mètres de long sur 6 mètres de large sur deux étages) est propre à Manhattan. Sur un autre mur s'affiche une œuvre d'art commandée à l'artiste vénézuélien Carlos Cruz-Diez. L'esprit parisien s'incarne sous forme de clins d'œil. Avec, dans l'ascenseur, la Tour Eiffel photographiée vue de dessous et à l'étage des rangements en équilibre sur le garde-corps, inspirés des boîtes vertes des bouquinistes des quais de Seine. La présence de bois, de laque mate, de verre rétrogravé et de cuir créent une atmosphère intimiste et raffinée en osmose avec l'esprit Longchamp. Ici, mode et maroquinerie sont intimement réunies. Le renouveau de cette prestigieuse adresse new-yorkaise renforce la présence de Longchamp aux États-Unis où ses neuf autres boutiques représentent déjà 10 % du chiffre d'affaires. ■



## NUITS EN COULEURS PREMIER HÔTEL PANTONE

L'hôtel *Pantone* ouvre sur l'avenue Louise à Bruxelles. Le leader de l'industrie des couleurs, Pantone, décline son univers (vaisselle, vêtements...) jusqu'à offrir à la capitale un hôtel-boutique aménagé par les architectes belges Michel Penneman et Olivier Hannaert. Les 59 chambres sont décrites par Pantone comme des « œuvres d'art » avec murs et literie tout en blanc servant de toile de fond pour les couleurs vives et les travaux du photographe belge Victor Levy. Au lounge, on sert des cocktails en fonction de l'humeur des clients, comme le Champagne Rose PANTONE 12-1107 ou le Daiquiri Vert PANTONE 12-0435.

[www.pantonehotel.com](http://www.pantonehotel.com)



## ÉLOGE DU CUIR SOULIER À SON PIED

Fratelli Rossetti s'offre dix mètres de vitrines rue Saint-Honoré à Paris et un nouveau concept de magasin signé par l'architecte François Muracciole qui fait l'éloge du cuir, matériau sublimé par cette marque italienne de chaussures de luxe et sacs. On foule un étonnant sol en cuir tandis que le logo est gravé dans le bois des murs. Le plafond a été réalisé en papier japonais, en collaboration avec l'experte en la matière, Céline Wright. Amoureux des détails industriels, François Muracciole a détourné les emporte-pièces utilisés pour couper le cuir pour les transformer en supports d'étagères. Tout ou presque évoque le métier de chausseur et la qualité du savoir-faire de Fratelli Rossetti. 237, rue Saint-Honoré, 75001 Paris.