



La créatrice et son modèle.

Aurélie Louvion (à gauche), la créatrice de la marque Lili é Lou, installée rue du Faubourg-des-Postes, à Lille, façonne des vêtements aux lignes sobres dans des matières nouvelles.

Lille Un quartier à la mode

Le faubourg des Postes, à Lille-Sud, est en déshérence. Mais il bouge : de jeunes stylistes s'y installent, grâce à la municipalité et à l'association Maisons de mode, pour qui la création peut porter la rénovation urbaine. Un pari réussi, puisque Lille-Sud existe à nouveau dans la métropole – et que Roubaix s'est lancée dans l'aventure.

[Pascale Krémer | Photos Olivia Gay pour Le Monde 2]

Entre le café-friterie, le bazar où tout s'achète pour rien, le magasin de vêtements spécial grandes tailles pour petits budgets, le vendeur de kebabs et le supermarché de pierres tombales, là où on ne l'attendait vraiment pas s'est faufilée l'avant-garde de la mode. Des petites boutiques de créateurs aux vitrines design s'égrènent le long du faubourg des Postes, dans le très populaire quartier de Lille-Sud, qui n'en revient pas d'être soudain devenu « tendance ».

Sur les trottoirs, des mères de famille voilées, sacs de provision suspendus aux poussettes, croisent des lolitas venues du centre-ville pour une virée shopping. De loin, sur certaines façades, on discerne

d'énormes sérigraphies jaune fluo. Un cœur, une étoile, une salamandre... Traces du passage d'Agnès b. lors de l'inauguration des boutiques, en janvier. Agnès b. faubourg des Postes ! Il faut se remémorer l'endroit il y a cinq ou six ans pour saisir tout ce que l'intérêt du monde de la mode pour cette rue pouvait, au départ, avoir d'incongru.

Une grosse artère, à l'écart du centre-ville de Lille, paupérisée par la crise. Les uns après les autres, les commerces ont fermé. On passe en voiture sans s'arrêter tant la réputation du quartier est déplorable. « Comment faire renaître un quartier en difficulté, considéré comme une zone de non-droit, avec une population très majoritairement d'origine maghrébine et africaine, séparé de la ville par un boulevard ▶



Coup de pouce.

Hélène Boulanger, créatrice de la marque Sue (à gauche), a installé sa boutique-atelier avenue Jean-Lebas à Roubaix il y a deux ans. La styliste est ravie du soutien commercial et des contacts générés par l'opération Maisons de mode.

► *périphérique ?* » Voilà l'épineuse question que se pose en 2001 Martine Aubry, maire de Lille. Son projet urbain prévoit de refaire de chaque quartier un « morceau de ville », avec toutes ses composantes (travail, logements, commerces, culture...). A Lille-Sud, la rénovation de l'habitat et des équipements publics est bien lancée. Mais les commerçants ne se bousculent pas.

« Pour le bas de gamme, les gens achètent tout au supermarché. Et pour le milieu de gamme, ils n'ont pas le pouvoir d'achat », se désole madame la maire. C'est alors qu'elle se souvient d'un voyage à New York. De ce quartier de l'East End « où personne n'entrait, mais où, peu à peu, les créateurs se sont installés et ont porté la rénovation ». Pourquoi, se dit-elle, ne pas installer un haut lieu de la mode à Lille-Sud ? « Il fallait un positionnement d'excellence qui permette à ce quartier, doté d'une vraie

vitalité, de changer d'image. Que les gens pensent : "C'est là que ça va se passer" et viennent s'installer. » L'idée s'impose : le textile-habillement est traditionnellement bien implanté dans la métropole qui dispose, dans ce secteur, de fabricants, d'école d'ingénieurs et de stylistes réputées, qui abrite aussi les sièges sociaux des géants de la vente à distance et des principaux réseaux de franchise. « Grâce à ce vivier de jeunes stylistes, nous donnons à ces entreprises des raisons de rester chez nous », résume-t-on à la mairie de Roubaix.

Fédérer les créateurs, leur donner une large visibilité, tout en contribuant à la renaissance de deux quartiers défavorisés de Lille et de Roubaix. Telle est donc la délicate mission assignée à une nouvelle association, Maisons de mode, financée pour l'essentiel par la communauté urbaine de Lille. L'équipe de Maisons de mode repère des talents, de la région ou

d'ailleurs : ils « ont déjà leur univers », sont le plus souvent passés par une école de mode, ont fait durant quelques années leurs premières armes de styliste et rêvent de créer leur propre marque. Mais n'ont pas la moindre idée de ce que peut être un business plan...

Binômes durables

Première étape : rue du Faubourg-des-Postes, à Lille, dans un vaste cinéma reconverti en « incubateur », l'équipe de Maisons de mode les aide à lancer et développer leur activité. Trois modélistes pour les épauler dans l'élaboration d'une première collection. Et un ancien de la grande distribution, Vincent Blanquart, pour les initier aux contraintes du monde de l'entreprise : structuration administrative, avance remboursable pour démarrer la fabrication, recherche de financements pour les collections suivantes, protection des modèles, négociations avec les fournisseurs de tissus et les confectionneurs locaux... A plus long terme, il tente de « créer des binômes durables, de placer un gestionnaire-développeur d'affaires aux côtés des jeunes stylistes », mais aussi de « dénicher des business angels, des investisseurs qui seront proches d'eux ».

Enfin, il faut veiller à la recherche de débouchés. Maisons de mode a développé des partenariats avec Phildar, La Redoute (qui a vendu certains vêtements sur son site Internet) et le Printemps. Les Galeries Lafayette y songent. « On n'est pas là pour faire du mécénat de pseudo-artistes, pose clairement Vincent Blanquart. On explique à la créatrice qui veut vendre sa petite robe à 380 euros qu'il vaut mieux en vendre vingt à 150 euros qu'attendre une hypothétique cliente ! Dans le Nord, on ne peut pas se permettre de faire une mode ultrapointue réservée aux catégories sociales les plus favorisées. Il faut une mode accessible, qui tient compte des tendances, qui peut se vendre... donc qui sera pérenne à terme. Il est parfois difficile de faire entendre raison aux jeunes créateurs, qui ont l'impression de faire la tendance. Mais quand l'acheteuse pour les Galeries Lafayette passe, c'est elle-même qui leur dit : "A ce prix-là, je ne prends pas !" »

Seconde confrontation avec la dure réalité : la boutique. Aux créateurs déjà aguerris, Maisons de mode offre d'occuper d'abord gratuitement, puis à très bas prix, pendant vingt-trois mois, une petite boutique-atelier (parfois surplombée d'un logement). Onze ont déjà ouvert rue du Faubourg-des-Postes à Lille, et

eu les honneurs de la boutique Colette à Paris, puis ont fait un malheur au Printemps de Lille. Pourtant, les habitants de Lille-Sud ne poussent encore que rarement les portes de sa boutique. « Un chemisier à 70 euros, une robe à 195 euros, pour eux, c'est très, très cher, sait-elle maintenant. J'ai envie de faire une série "Faubourg des Postes" à des prix plus bas. Parce que les gens qui entrent me permettent de prendre du recul. Ce sont eux qui m'ont signalé qu'il manquait des ensembles, qui me montrent des associations de vêtements auxquelles je n'avais pas forcément pensé. »

« Energie positive »

Dans la petite boutique d'à côté, Aurélie Louvion (Lili é Lou), 26 ans, fabrique des vêtements aux lignes sobres dans des matières synthétiques innovantes. Et fréquente assidûment le café-friterie de la rue. « On vit ici et il n'y a pas encore de petit bar branché... Au café d'en face, le soir, il y a de la musique, c'est la fête. Au début, les gens étaient assez réticents mais on leur a expliqué que nous non plus, on n'a pas les moyens de s'acheter ce qu'on vend, comme ma robe kimono à 195 euros. Et que si je la vends ce prix-là, c'est parce qu'elle est fabriquée dans le coin, non pas en Chine. Qu'on est là pour valoriser



Costumes flashy.
Les créations de Rafael Valeron et Alexandre Treuillet (Arteria, à Lille) sont des pièces uniques inspirées de l'univers du théâtre.

« Il fallait un positionnement d'excellence qui permette à Lille-Sud, doté d'une vraie vitalité, de changer d'image » Martine Aubry



dix nouvelles apparaîtront début 2009. A Roubaix, deux magasins égalaient l'avenue Jean-Lebas, qui s'étire de la gare à la mairie. Bientôt, on en comptera sept et, au premier semestre 2008, huit stylistes s'installeront dans un vaste bâtiment jouxtant le Musée de la Piscine. Du plus épuré au kitsch gothique, les créateurs déjà installés débarquent de galaxies à des années-lumière les unes des autres, mais apprécient unanimement d'être entourés, promus par Maisons de mode, qui leur ouvre la porte des grands salons professionnels, et de pouvoir se soutenir les uns les autres. Au fil des mois, tous découvrent l'impact du quartier, où ils habitent désormais, sur leur travail.

« J'adore être à Lille-Sud. A Londres aussi, j'étais installée dans un quartier qui n'était pas chic mais qui bougeait, où tout le monde veut être maintenant. On a la sensation qu'il se passe quelque chose de nouveau », estime Daniela Sevarolli, 30 ans. Les vêtements aériens, gais, travaillés jusque dans le détail, de cette jeune Brésilienne ont

le quartier, et que d'autres commerces s'installeraient grâce à nous... Maintenant, les gens sont supergentils. Ils ont vécu la crise, la pauvreté, mais ce sont eux qui nous boostent, qui nous remontent le moral. Ils ont une incroyable énergie positive. »

Peu à peu, le quartier revit. Il y a même une pharmacie, de nouveau. Celle de Jean-Michel Foiret, venu s'installer il y a trois ans lorsqu'il a compris qu'avec l'opération Maisons de mode le faubourg avait un gros potentiel de développement. Il s'est pris au jeu, a tagué son enseigne, organisé une rencontre internationale de graffeurs et apprécie la transformation de ce quartier, « qui était si triste ». « Les gens ont un peu d'ironie sur le projet, ils sont spectateurs. Ils ont compris qu'ils n'iraient pas acheter. Mais ils aiment bien. Cela renoue avec l'histoire industrielle de la région : beaucoup d'entre eux ont travaillé dans le textile. Et puis, ils ressentent une certaine fierté. Pour la première fois, on parle positivement de Lille-Sud qui avait une réputation pourrie. » La mode, doucement, rhabille le quartier. ●