

Créateur tout-puissant

Responsable de la ligne homme chez Louis Vuitton, Virgil Abloh occupe l'espace et communique à tout-va. Sauf avec les journalistes. Entrevue express à Marrakech, à l'occasion d'une escale musicale.

EVA SAUPHIE,
envoyée spéciale à Marrakech

Il ne donne aucune interview! Telle est la ritournelle prononcée à l'envi par le manager du nouveau messie de la mode, Virgil Abloh. De passage à Marrakech à la mi-septembre, à l'occasion du festival électro Oasis, l'Américain fait l'effet d'une tornade. Si la plupart des visiteurs trépident d'impatience avant son DJ set, la grande majorité n'attend qu'une chose: se montrer au côté de celui que tout le monde adule.

Architecte de formation, DJ, créateur de mode, designer... À 38 ans, Virgil Abloh, très éclectique, est aussi le premier styliste africain-américain, et l'un des rares designers noirs, à prendre la direction artistique d'une maison de luxe. Depuis mars 2018, il est en effet chargé de la ligne homme de Louis Vuitton. Fils d'immigrés ghanéens installés près de Chicago, le trentenaire s'est construit seul, malgré une mère couturière, sans passer par le schéma classique de l'école de mode ni celui des studios de création. Autant de casquettes qui risquent bien de monter à la tête du styliste. Derrière son apparente décontraction se cache un art consommé de la communication de soi et de la bonhomie. Vêtu à Marrakech d'un simple tee-shirt noir (néanmoins

parfaitement coupé) et d'un short en molleton tout aussi sobre, Virgil Abloh parie sur le minimalisme à grand renfort de placement de produits. C'est chaussé d'une impressionnante paire de The Ten: Nike Air Presto, l'un de ses modèles créés en collaboration avec la marque à la virgule, qu'il s'adonne à quelques pas de kuduro derrière ses machines.

« Street culture »

Le créatif fait glisser son casque sur ses oreilles sans en emmêler les fils, se désaltère au vin blanc et joue même la carte de l'interactivité avec le public en saisissant, depuis la scène, le portable d'un fan – en quête de contenu viral – avant de jeter l'engin dans la foule avec désinvolture. Côté *backstage*, la jeunesse privilégiée marocaine se trémousse au son de remix allant de Drake à quelques pépites d'afro house comme Donae'o, un Anglais d'origine ghanéenne et guyanaise, en passant par la techno autrichienne d'Enzinger.

Virgil Abloh est international. « Il n'est ni américain ni africain... Il est tout, analyse Pascal Monfort, fondateur de REC, cabinet de conseil en marketing des tendances. On le voit à New York pour une soirée, puis à Bangkok pour un mix et le lendemain en Inde pour chercher une inspiration... Bref, il est l'incarnation



THIBAUT CANUS/AP/SIPA



CHARLES PLATIAU/REUTERS

Collection printemps-été 2019 de Louis Vuitton.

du nouveau monde sans frontières. Et cela, pour tenir les rênes d'une maison bâtie sur le voyage – à l'origine, Louis Vuitton est un malletier –, c'est la panacée. » Ce n'est donc pas un hasard si on le retrouve cette fois-ci au Maroc. Mais on nous aura prévenus: « Il ne donne aucune interview! » Et s'il y a



encore plus tenace que le staff de la star, ce sont bien les groupies en furie, prêtes à en découdre pour voler un selfie à leur mentor. « En tant qu'artiste international, c'est très important pour la jeunesse que je vienne ici, en Afrique, et que l'on partage un moment ensemble », nous confirme Virgil Abloh une fois sa prestation terminée. Une jeunesse qui joue d'ailleurs parfaitement les ambassadeurs, habillée de la tête aux pieds en Off-White. Ce label de streetwear a été fondé par Virgil Abloh en 2013 et lui a permis de figurer parmi les finalistes du prix LVMH – l'un des leaders du luxe – deux ans plus tard, puis de participer à la Fashion Week en un temps record.

Avec plus de 3 millions d'abonnés sur son compte Instagram, et plus de 5 millions sur celui de sa marque, le styliste talonne son

rappeur de copain Kanye West, pour qui il a officié à la création pendant près de dix ans. « Virgil Abloh est une marque! » s'enthousiasme le fondateur de REC. Une influence telle qu'il peut largement se passer de faire les gros titres – malgré une couverture médiatique d'ores et déjà considérable. On tentera toutefois d'approcher à nouveau le créateur tout-puissant entre deux dédicaces griffonnées au marqueur noir sur ses sweat-shirts best-sellers vendus à plus de 400 euros et autre basket orpheline lâchée audacieusement par un adulateur resté coincé devant l'entrée réservée aux VIP. « Je suis particulièrement content de jouer ici, au Maroc. Il y a une *vibe* incroyable », lâche patement le designer, avant de nous fuir littéralement pour saluer Amine Bendriouich, nouvelle

Le styliste lors de la présentation de sa collection Off-White.

coqueluche de la mode au Maroc.

« Virgil Abloh donne de l'espoir à la jeune génération. Lors de son premier défilé Louis Vuitton à Paris, en juin 2018, il a insisté pour que soient invités des étudiants d'écoles de mode. Tandis qu'avec Nike il a mis en place des *workshops* ouverts aux designers en herbe, rappelle Pascal Monfort. Il est en train de dire aux jeunes qu'eux aussi peuvent être créatifs et y arriver. » Mais ce que Virgil apporte avant tout, c'est l'image. Une image en phase avec son époque. Son coup de maître a été d'injecter une bonne dose de *street culture* à l'ADN bourgeois et poli de Vuitton. « Les marques de luxe aujourd'hui ne veulent surtout pas devenir poussiéreuses, c'est leur hantise », certifie Pascal Monfort. En bon « créateur entrepreneur », maître du marketing, Virgil Abloh a contribué à « augmenter les ventes mondiales de biens de luxe de 5 % l'année dernière, à 263 milliards de dollars [près de 231 milliards d'euros] », selon le cabinet de conseil Bain & Company. Ablohcadabra! [E.S.](#)

MEUBLES EN KIT

Ce n'est pas la première fois que Virgil Abloh collabore avec Ikea. En 2017 déjà, ce couteau suisse revisitait le désormais iconique sac Frakta de l'enseigne. Aujourd'hui, ce n'est pas à son talent de styliste que la marque fait appel, mais bien à celui d'architecte d'intérieur. Le fondateur d'Off-White a imaginé une ligne de meubles en kit, dont la collection sera disponible courant 2019, à destination des jeunes urbains: la cible favorite du designer. On ne serait pas surpris d'apprendre que, dans un futur proche, un autre géant suédois fasse appel à lui pour une collection capsule entre couture et style de rue... Pari lancé ?
E.S.