

Le vintage, un temps que les moins de 20 ans veulent connaître



Mobilier, vêtements, art de vivre, le vintage n'a jamais été aussi tendance. / © L.L / France 3 Champagne-Ardenne

L'époque de nos parents, grands-parents n'a jamais été aussi tendance. Depuis plusieurs années, le vintage s'est imposé dans nos placards et notre quotidien. Les jeunes n'échappent pas au phénomène. Mais pourquoi le style rétro les fascine autant ? Pascal Monfort, expert mode, nous répond.

Par L.L / Audrey Natalizi / Arrantxa Belderrain

Publié le 01/06/2019 à 07:59

Passé 20 ans, un style devient vintage. Autant dire que nos vieux t-shirts de la fin des années 90 sont déjà *old-school* (NLDR : vieille école). Plus qu'une tendance, le vintage s'est pérennisé. Au départ, il y avait les antiquaires, on s'intéressait aux meubles, aux objets de décoration. Puis, décennie après décennie, on a continué à alimenter cette fascination pour le temps d'avant.

Pour certains, le vintage démarre dans les années 20, pour d'autres, dans les années 90. Les tendances actuelles, aussi, s'en inspirent. Les jeunes se l'approprient. La mode est un éternel recommencement. **Pascal Monfort** est le fondateur de **REC Trendsmarketing**, un cabinet de conseils en tendances, spécialisé dans les cultures jeunes. Cet expert mode décrypte pour nous le vintage, sa philosophie et ses adeptes.

Le vintage : le culte de la rareté

Il n'existe pas une mais des communautés "vintage". Il y a les fans de vieux vêtements *sportswear*, de costumes d'époque, de vinyles ou encore les collectionneurs de meubles. Bien souvent, ces jeunes passionnés fantasment une époque qu'ils n'ont pas connue. Ce qu'ils recherchent : la rareté, un bien de consommation moins formaté. Ils veulent se différencier, créer leur propre look avec des pièces originales que l'on ne trouvera pas dans les magasins des rues principales.

Les inspirations des jeunes

Le vintage, c'est d'abord une histoire de culture(s). Les séries télévisées, la musique, les jeux vidéo, le cinéma influencent les jeunes. Comment s'habillait mon idole, mon groupe préféré, telle ou telle icône ? Une saine curiosité qui les pousse à se documenter, à échanger avec les vendeurs. Cette démarche rend d'ailleurs l'acte d'achat beaucoup plus riche. Il y a une vraie valeur ajoutée, l'activité de shopping est plus drôle. Internet a également accentué ce phénomène, tout le monde peut faire des recherches sur la toile.

Autrefois, le vintage intéressait un certain type de jeunes. Les étudiants en arts, par exemple, avaient une certaine sensibilité, éducation. Aujourd'hui, le mot vintage s'est démocratisé.



Pascal Monfort, fondateur du bureau de tendances REC, spécialisé dans les cultures jeunes. / © Grégoire Alexandre / Cyril Masson

Le vintage dans le monde

Le Japon était précurseur dans les années 80, 90. Musique, mode, art, de nombreuses boutiques spécialisées ouvraient. Les Anglo-Saxons ensuite se sont appropriés la tendance. En France, dans les années 90, on parlait surtout de friperies, de produits de seconde main. Aujourd'hui, cette mode du vintage est beaucoup plus organisée. On peut presque parler d'industrie.

Le business du vintage

Pour Pascal Monfort, le vintage reste toutefois accessible. Exceptées quelques pièces rares, les prix n'ont pas vraiment augmenté. Et les "pépites" - un objet de décoration signé d'un grand designer, un jean Levi's des années 50- sont quasi impossibles à trouver.

Devenir un expert est devenu un jeu d'enfant. Il existe des émissions de télévision spécialisées dans les brocantes, des applications pour connaître la valeur d'un disque (**discogs**), d'une paire de baskets (**vinted**), des sites pour acheter un meuble d'occasion (**leboncoin**). Le profil des experts aussi a changé. Avant, ils avaient un certain âge, un certain niveau d'expérience. Aujourd'hui, ces nouveaux "gourous" de la mode ont moins de 20 ans. Ils sont très pointus dans leur domaine (baskets, sneakers, vêtements de sport).

La fripe, c'est chic et écolo

L'association vintage et développement durable est une notion assez récente. Il y a dix ans, on ne parlait pas d'éco-responsabilité. Aujourd'hui, c'est un ingrédient supplémentaire. La mode dite "circulaire", consommer moins mais mieux, donner plusieurs vies à un produit, est un nouvel élément à prendre en compte. Un nouvel argument aussi de marketing. Le vintage devient une réponse au marché de masse, à la *fast fashion*, cette mode rapide où l'on achète et l'on jette.

La tendance vintage



© L.L / France 3 Champagne-Ardenne

Enquêtes de région

Mercredi 5 juin, votre magazine du Grand Est, **Enquêtes de région** reviendra sur la tendance du vintage. Nous avons rencontré des passionnés. De leur tenue à leur intérieur, le vintage fait partie de leur mode de vie, de leur ADN. Rendez-vous après le Soir 3.