Amplifier les valeurs

Kaori Nakano

©yusuke miyazaki

Loin du podium classique, la collection automne/hiver 2019-2020 de Jun Ashida a été présentée sous la forme d'une installation vivante destinée aux acheteurs et à la presse, où vingt-cinq mannequins se sont succédés sur les escaliers de pierre d'un jardin intérieur conçu par Isamu Noguchi dans l'enceinte du Sogetsu Plaza. Les spectateurs ont ensuite pu déambuler librement parmi les mannequins pour observer les pièces sous toutes leurs coutures au son d'une performance live du musicien Keiichiro Shibuya, qui « amplifiait » ainsi l'harmonie envoûtante entre la collection et le public.

La direction de cette collection est revenue à Tae Ashida et le résultat fait preuve d'un style simple empreint du luxe et de l'élégance que Jun Ashida a toujours recherchés, tout en offrant une touche de modernité inopinée. Le nouveau mode de présentation a également permis de marquer le passage à la génération suivante. Outre l'attrait des créations originales, j'ai été particulièrement touchée par la volonté de la nouvelle directrice de relever des défis inédits, tout en mettant à profit le savoir-faire technique et l'esprit traditionnel de la maison.

Le jour du défilé, je suis allée admirer une exposition sur des bonbonnières à Tokyo qui m'a aussi profondément marquée. Les bonbonnières sont des boîtes qui tiennent dans la paume de la main et qui étaient offertes en cadeau par la famille impériale lors d'événements importants, tels que l'accession au trône, les mariages ou encore les naissances. Ces boîtes ne contenaient que des petites friandises, quelques bonbons à l'ancienne par exemple, mais elles étaient soigneusement travaillées et exigeaient un savoir-faire sophistiqué.

Les bonbonnières ont vu le jour suite à l'édit d'interdiction des épées de 1876 qui eut pour corollaire de mettre sur la paille les artisans d'ornements sur métaux qui travaillaient jusque-là les épées. La famille impériale décida alors de faire perdurer les techniques de pointe qu'utilisaient ces artisans et d'en garantir la transmission aux générations futures par la conception de bonbonnières. Ces boîtes devinrent ainsi un support destiné à transmettre cet art traditionnel, sous le prétexte d'offrir des confiseries. La volonté de la maison impériale de sauver ce savoir-faire et de continuer à le valoriser, plus encore que la beauté des objets eux-mêmes, m'a profondément touchée.

Dans la même lignée, cela me rappelle l'ancienne boutique Chiso de Kyoto, fondée en 1555, qui utilise encore aujourd'hui une technique de teinture traditionnelle des tissus, le Yuzen. Il y a quelques années, quand j'ai découvert les archives de la boutique, j'ai été frappée par un certain kimono dont je garde encore un vif souvenir. Il s'agissait d'un kimono qui était immettable puisqu'il ne couvrait que le bas du corps.

Il faut savoir que, le 7 juillet 1940, quelques temps avant que le Japon ne plonge dans la Seconde Guerre mondiale, des restrictions sur la fabrication et la vente de produits de luxe furent promulguées, entraînant une chute de la demande pour les kimonos de luxe. Les responsables de la boutique Chiso furent néanmoins autorisés, dès 1943, à fabriquer des produits haut de gamme en tant qu' « artisans qualifiés pour préserver la technique traditionnelle Yuzen ». Malgré cela, la demande pour ce genre de kimonos restait inexistante et le pays faisait face à une grave pénurie de tissus. Dans ce contexte général de pauvreté, l'entreprise se mit alors à fabriquer des kimonos qui ne commençaient qu'à partir de la taille : ils créèrent des articles invendables uniquement dans le but d'empêcher le savoir-faire des artisans de tomber dans l'oubli. En somme, ces kimonos ornés de broderies raffinées servaient de plan de travail à un art d'excellence et exprimaient la ferme volonté des autorités de transmettre cette technique aux générations suivantes, ce qui me remplit encore d'émotion aujourd'hui.

Au fil du temps et des nouvelles générations, les attentes des consommateurs évoluent tout naturellement. Cependant, les techniques raffinées et le sens esthétique – les piliers de l'artisanat – représentent toujours l'essence de la sagesse et du savoir-faire des hommes, des valeurs qui ne devraient pas être négligées. Certains l'ont compris : ils ont fait de la transmission de ce savoir-faire leur vocation, ont longuement réfléchi à de nouvelles solutions et ont parfois dû consentir à des sacrifices. Cette volonté exaltante est ce qui nous permet de transcender le temps et l'espace et c'est aussi de là que peut germer l'innovation.

Les bonbonnières ne sont pas les seuls exemples d'objets nés dans le but de transmettre une technique artisanale. Lorsque les automobiles commencèrent à remplacer les calèches à chevaux, une entreprise transforma le savoir-faire utilisé dans la manufacture de selles et harnais pour fabriquer des sacs de luxe, et en fit la pierre angulaire de sa marque. Mentionnons une autre histoire à succès : celle de ces frères qui avaient hérité d'un moulin à eau, alors devenu obsolète, et l'avaient transformé en laminoir à métaux pour fabriquer des engrenages. Ils appliquèrent par la suite leur procédé à la fabrication de moulins à café puis à la confection de crinolines, des structures renforcées que l'on plaçait sous les jupes pour leur donner de l'ampleur. Lorsque la crinoline passa de mode, les frères firent une fois encore évoluer leur technologie pour fabriquer des machines à coudre, des vélos et des voitures. Ainsi, même face à l'obsolescence des objets, les technologies continuent d'être le moteur de l'innovation, pour autant que l'on soit prêt à protéger et transmettre l'atout qu'elles représentent.

La présentation de la collection sous forme d'installation vivante est elle aussi une innovation. Hériter d'une marque ne consiste pas à reproduire à l'identique les méthodes utilisées par son prédécesseur, ni à les exprimer de la même manière. Ce sont les valeurs établies par le fondateur, à savoir l'esthétisme et le savoir-faire, matérialisés par les nombreux artisans de la marque, qu'il faut préserver et perpétuer. Tant que perdurera la volonté de comprendre et de transmettre ces valeurs, toutes les formes d'expression pourront être « amplifiées ».

Tout cela m'a fait beaucoup réfléchir. J'ai longtemps étudié les sciences humaines, mais ce domaine est aujourd'hui considéré comme démodé. Pourtant, les valeurs fondamentales que l'humanité protège depuis la nuit des temps sont immuables et on devrait dès lors en amplifier le mode d'expression pour les transmettre aux générations futures. De quoi nourrir une lueur d'espoir…

KAORI NAKANO

Historienne de la mode / Directrice générale de Kaori Nakano Co., Ltd / Professeure invitée à la Showa Women's University.

Après l'obtention de sa maîtrise à l'université de Tokyo, Kaori Nakano a travaillé en tant que chercheuse invitée à l'université de Cambridge au Royaume-Uni et en tant que professeur associée à l'université Meiji de Tokyo. Elle rédige aujourd'hui des chroniques pour de nombreux médias, dont les quotidiens Nihon Keizai Shimbun et Yomirui Shimbun. À travers ses activités de conférencière, consultante et rédactrice, elle tisse des liens entre les domaines de l'art, des médias et des affaires. Elle a écrit plusieurs livres, parmi lesquels « *The Gentleman's World Through Fifty Masterpieces* » aux éditions Shogakukan, « *The Lineage of Dandyism – Men Admired by Other Men* » aux éditions Shinchosha, ainsi que « *Royal Style : A History of the British Royal Family Through Fashion* » à paraître aux éditions Yoshikawa Kobun Kan en juin 2019.
www.kaori-nakano.com