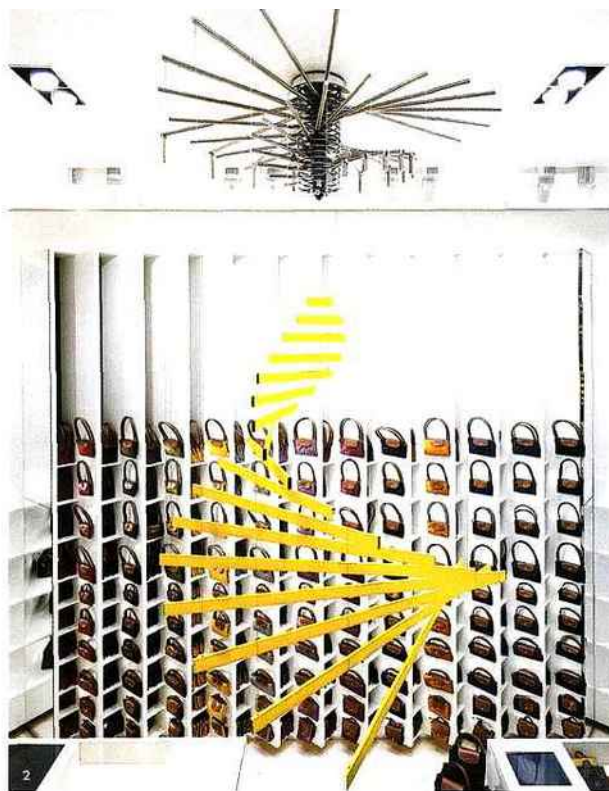
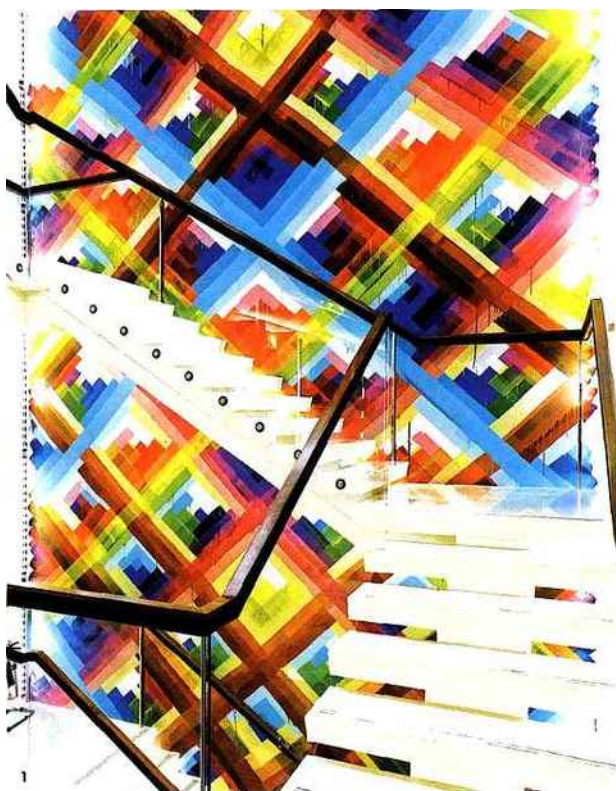




CRÉA LIFESTYLE



Longchamp explore le contrechamp artistique

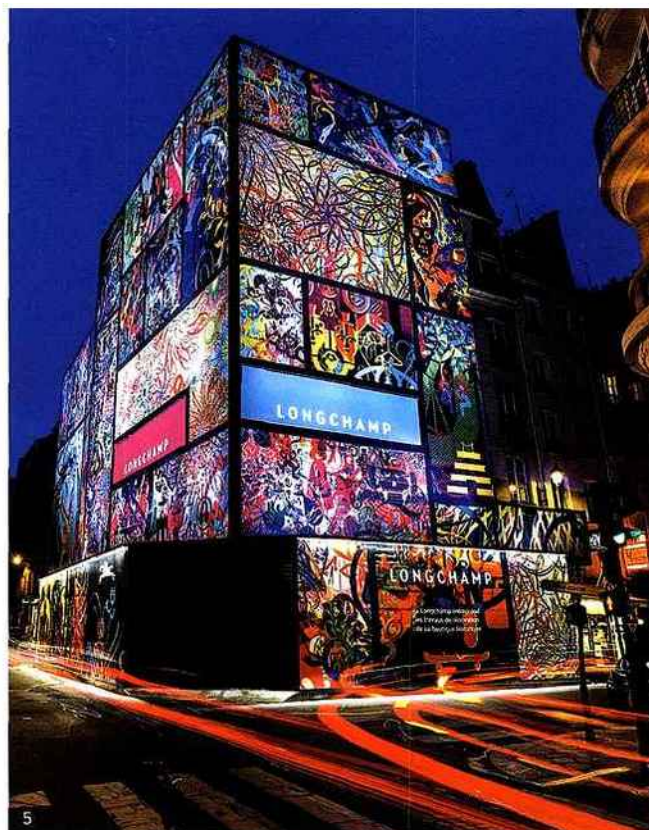
Boostée par les héritiers, la maroquinerie familiale de 70 ans s'est transformée en médium artistique total, affichant son image culturelle, glamour et parisienne jusqu'au bout du monde

Par Élisà Morère

Feutes et carnet Moleskine à portée de main, Sophie Delafontaine archive ses idées en notes et croquis. Certaines ont donné la vie à la collection d'été, qui fait claquer un bleu Wedgwood période Queen Charlotte contre un Extrême Orient rose corail. La directrice artistique, héritière de Longchamp, confesse volontiers : *« Les couleurs me donnent toujours le sens d'une narration, jusqu'au délicat cerisier en fleur japonais. J'adore ce pays complexe, qui sait comme nul autre allier héritage, patrimoine, culture et modernité débridée »*. Naître Cassegrain et se vouer à Longchamp, telle est donc la mission de Sophie Delafontaine et de son frère Jean Cassegrain, directeur général. Plongée dès le berceau dans l'univers familial embaumant le cuir, la troisième génération conduit désormais l'ascension très internationale de la maroquinerie française. Le nom fut déposé

en 1948 par Jean Cassegrain, leur grand-père ruraliste. Un stock de pipes qu'il fit gagner de peausseries le mena à la petite maroquinerie de bureau en 1955. Aux sacs et aux bagages en cuir des années 70 viennent s'ajouter un vestiaire féminin en 2005 et des souliers en 2012. 50 % des produits sont fabriqués en France, dans six ateliers qui emploient 900 personnes – 3 000 dans le monde. Cet écosystème comprend même une école : *« Nous avons du mal à recruter, et nos apprentis y sont rémunérés tout en se formant durant trois à quatre ans à la "man" spécifique de Longchamp »*, explique encore la jeune femme. Diplômée d'ESMOD en poche, Sophie Delafontaine résiste à l'attraction familiale en rejoignant d'abord Bonpoint et ses vêtements pour enfants rois : *« En 1995, en entrant ici, je tenais à apporter une dose d'émotion. Mon père, Philippe, a un œil rationnel. À 79 ans, il occupe son*





1/ Œuvre murale de Maya Hayuk dans la bout que de New Bond Street à Londres • MELVYN VINCENT 2/ Le mobile *Homograph* conçu par le collectif Troika dans la bout que londonienne de Regent Street • ALEX DELFANNE 3/ Sophie Delafontaine, petite fille du fondateur de Longchamp Jean Cassegrain, est aujourd'hui directeur de la marque • STEPHANE DE BOURG ES 4/ Palissade du chantier de la bout que Longchamp Kerry Center à Shanghai, réalisée par Franz Ackermann 5/ Habillage de chantier imaginé l'an dernier par Ryan McGinness pour la bout que par sienne de la rue Saint-Honore 6/ Jean Cassegrain, frère de Sophie Delafontaine, assure la direction générale de l'entreprise • STEPHANE DE BOURG ES

bureau présidentiel, où il dessine toujours. Il y a conçu le sac *Le Plage* en 1993. » Ce grand voyageur cherchait un bagage souple et léger, costaud, élégant et facile à ranger. Revitalisé deux fois par an depuis dix ans par le fashion-designer Jeremy Scott, cet origami en nylon incroyable a été vendu à plus de 32 millions d'exemplaires depuis sa création ! Jean Cassegrain et Sophie Delafontaine multiplient aussi depuis un moment les connexions artistiques, avec une pensée pour le photographe Serge Mendjisky et le peintre expressionniste Eugène Paul – dit « Gen Paul » –, des amis de la famille. « En 1971, Serge Mendjisky a réalisé un sac en patchwork de cuir, ce qui n'était pas courant pour une marque », précise la menuiserie Sophie, qui s'avoue par ailleurs peu collectionneuse. En fait, cette maison indépendante réserve sa moisson de talents exclusivement

à Longchamp. « La maroquinerie a besoin d'un œil qui sache révéler son esthétique en dépassant l'aspect utilitaire de l'objet », souligne la directrice artistique. « Egoïstement, rencontrer des artistes me permet d'entrer dans des univers fascinants. Ils ont un regard vierge de toute contrainte sur des produits que je connais par cœur. Leur contribution est source de renouvellement pour la maison car ils ne se limitent jamais. »

Exploration de tous les champs

Exigeante, originale, la maroquinerie Longchamp fait provision de signatures internationales dans des domaines inattendus : logo réalisé par Turenne Chevallereau vers 1950, mais revu par Robert Combas plus récemment, cartes de vœux signées Vladimir Velickovic, palissade du chantier parisien confiée l'an passé à Ryan McGinness,





celle de Shanghai a Franz Ackermann, tandis que la spectaculaire fresque en cours sur la 5^e Avenue, a New York, revient a Guillaume Alby, alias Remed. À la direction generale, le bureau de Jean Cassegrain deborde de projets. « Ils reposent tous sur des rencontres, explique le dandy a barbichette et lunettes rondes, comme avec le maître de l'art cinétique Carlos Cruz Diez. En 2010, a 87 ans, il a accepte de livrer une œuvre pour la boutique de Madison, a New York. J'aime l'art cinétique pour son economie de moyens et le fait que cet artiste integre ses installations dans des architectures, a l'instar de celle du palais d'Iena, a Paris (Un Être flottant, en octobre dernier, NDLR). Bien sur, l'art motive nos clients car il touche leur inconscient. Sur nos 300 boutiques, 10 integrent des œuvres. Parmi mes preferences, a Londres la fresque de Maya Hayuk et le mobile a forme changeante de Troika, collectif d'ingenieurs et de matheux. »

Le blog de Longchamp lui-meme accueille la patte de Fabienne Legrand et son personnage de Parisienne. Le design, lui, entre dans les boutiques par le biais, notamment, de fauteuils dessines par Thomas Heatherwick – a Gunza (Tokyo) –, qui a aussi fait un sac tout rond zippe en colimaçon. Et l'architecte americain Eric Carlson collabore regulierement a divers projets. Enfin, quand

Kate Moss joue les egeries pour la marque, derriere le viseur se tiennent Mario Testino, Peter Lindbergh ou, cette saison, Mikael Jansson. Le festin se prolonge en editions limitees revisitees par la sulfureuse artiste britannique Tracey Emin, qui transforme sa vie en œuvres – a l'instar de Sophie Calle –, ou par la videaste et peintre americaine Sarah Morris. « Dans le cas de Tracey Emin, j'ai du me plonger dans le sens cache de son travail, se souvient Sophie Delafontaine. Elle voulait faire une valise et deux sacs Le Pliage dans sa couverture rose de petite fille. On a realise trente types de tissu pour trouver le bon, en y reproduisant fidelement les marguerites qu'elle avait brodees. Je me suis arrache les cheveux ! » Lors du 60^e anniversaire de Longchamp, en 2008, le frere et la sœur reperent a la Fiac l'artiste belge Jean-Luc Moerman. « Ses tatouages sur la peau de personnages de toiles celebres (comme L'Origine du monde, de Courbet) ou sur une photographie (Kate Moss transfigurée) nous ont seduits. Mon frere Jean et moi voulions le voir a l'œuvre sur du cuir. » Resultat : 60 sacs uniques, tatoués par Moerman en personne. En serrant ce tresor franco-belge sur notre cœur, une fois dans notre salon, reste a se poser cette question fondamentale : « Ce sofa est-il suffisamment arty pour y poser mon sac Longchamp ? »

Vingt versions détonantes du sac Le Pliage, le best-seller de Longchamp, créées entre 2006 et 2016 par le fashion-designer Jeremy Scott dans le cadre de sa collaboration avec la marque.