



## Newsbusinessmode

LE GÉANT DU WEB LANCE SUR SA PLATEFORME "ARTS & CULTURE" UN NOUVEL ESPACE ENTièrement DÉDIÉ À LA MODE. VIRTUEL MAIS HAUTEMENT STYLÉ.

# GOOGLE, le chic numérique ?

## # SUR TOUTES LES COUTURES

Vous aimeriez (re)voir la magnifique collection de photos de Carla Sozzani récemment exposée à la Galerie Azzedine Alaïa, à Paris ? Tout connaître de la petite robe noire de Chanel et l'admirer en réalité augmentée depuis le musée des Arts décoratifs ? Scruter un manteau Alexander McQueen au pixel près ? Depuis le 8 mars, tout est possible sans bouger de votre canapé. Google, via sa plateforme Arts & Culture\*, vient de mettre en ligne son nouvel espace, We Wear Culture, consacré à la mode, avec, entre autres, près de 50 expositions virtuelles, 50 visites de musées en vision panoramique à 360°, des expériences autour de vêtements iconiques... Sans oublier la vingtaine de pièces couture numérisées en gigapixels permettant de zoomer et de scruter des détails invisibles à l'œil nu. Technologique, chic, mais aussi démocratique. L'idée étant de rendre l'univers de la mode et de la couture accessible à tous.



## # FASHION HIGH-TECH

Pour mieux comprendre le concept, il faut remonter à l'année 2011, lorsque Amit Sood, un ingénieur indien qui travaille pour Google – le genre de trentenaire visionnaire qu'affectionne l'entreprise –, décide de créer Google Arts & Culture, le plus grand musée du monde sur le Web. Lui-même le reconnaît : il n'a reçu aucune éducation artistique et veut décomplexer ceux qui n'osent pas aller au musée. Comment ? En numérisant à très haute définition et en mettant en ligne les espaces et les collections des plus grands établissements de la planète. Se balader dans la galerie des Glaces de Versailles ou s'approcher au centimètre près du magnifique plafond de l'Opéra Garnier peint par Chagall devient un jeu d'enfant. Après l'art, le même concept est repris aujourd'hui pour la mode.

## # NO PROFIT

Google n'en retire aucun bénéfice. Même si son appli Arts & Culture est la plus téléchargée du monde (plus d'un million d'utilisateurs), aucune publicité n'y est accordée. De plus, le géant offre ses innovations à ses partenaires (environ 180 à ce jour pour la plateforme mode, dont le MoMA, le V & A Museum, le musée

des Arts décoratifs et l'Esmod), ces derniers ayant carte blanche quant aux contenus mis en ligne. Ainsi, la Cité de la dentelle et de la mode de Calais présente une sublime robe de cocktail signée Balenciaga (photo), en 1953, numérisée par l'Art Camera de Google, un appareil photo breveté ultra-haute résolution. Grâce au zoom ressortent comme par enchantement la dentelle rebrodée par Lesage avec des pierres cristal rubis, des paillettes irisées et des tubes en argent, ainsi que les motifs de danseurs et de danseuses vêtues de robes à volants en taffetas de soie rococo, rose, bleu, gris souris... Vertigineux et poétique en seulement quelques clics.

\* [www.google.com/culturalinstitute](http://www.google.com/culturalinstitute) et sur smartphone depuis l'application Arts & Culture.