



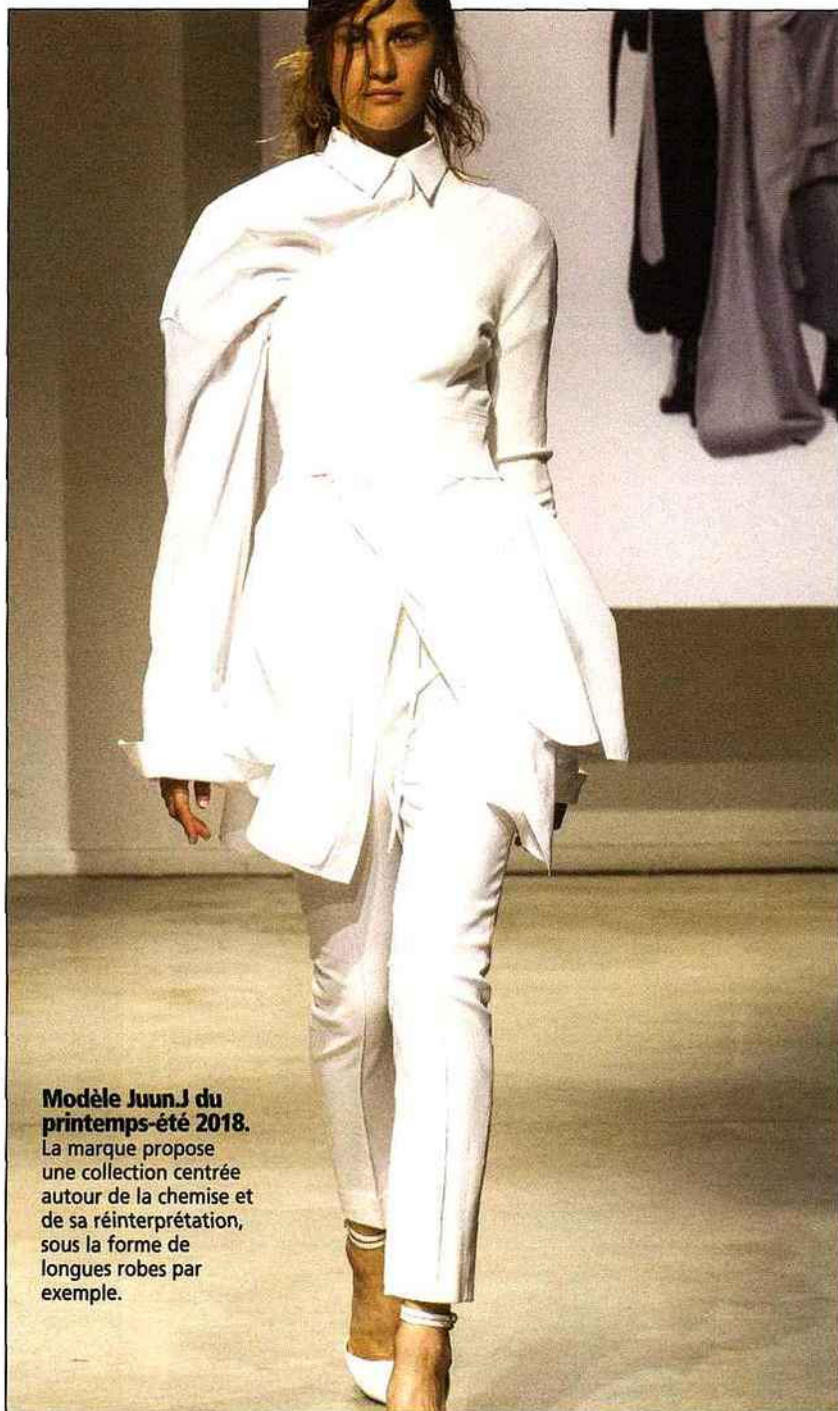
# Juun.J applique son street tailoring à la femme

LA MARQUE DE MODE MASCULINE SUD-CORÉENNE DÉCLINE SON UNIVERS À LA MODE FÉMININE.

**A**PRÈS l'homme, la femme. La griffe sud-coréenne *Juun.J*, qui s'est lancée il y a dix ans avec des lignes masculines, va présenter sa deuxième collection féminine à Paris durant la Semaine de la mode. Dédiée au printemps-été 2018, elle a déjà défilé à Hongkong en septembre dernier dans le cadre de *CentreStage*, l'événement premium organisé par le Hongkong Trade Development Council (*Hktdc*) pour promouvoir la mode asiatique. Cette collection, centrée autour de la chemise et de sa réinterprétation (sous la forme de longues robes, par exemple), s'inscrit tout à fait dans l'univers de *Juun.J*, qui élabore de nouvelles silhouettes à partir des intemporels du vestiaire tailoring.

Le créateur *Juun.J* pratique cet exercice de style depuis le lancement de sa marque, en 2007, lors de la Semaine de la mode Homme de Paris, où il défile toujours. Il propose des pièces le plus souvent over-sized, avec, comme par contraste, des couleurs sobres, souvent neutres. Empruntant au vestiaire militaire et streetwear, le créateur a la volonté de pousser le costume classique au-delà de ses limites. Le terme «street tailoring» a très vite été utilisé pour désigner le style de ses vêtements. *Juun.J* est également reconnu pour son approche «no gender» de la mode. C'est-à-dire unisexue, qui s'inscrit parfaitement dans l'air du temps. Le créateur coréen a été en janvier 2016 l'invité d'honneur du Salon *Pitti Uomo*. Il a signé des collections capsules pour des marques telles que *Adidas*, *Moleskine* ou *Reebok*. L'absence de genre et les coupes impeccables de ses modèles ont séduit une centaine d'enseignes à travers le monde, dont des grands magasins comme *Harrods*, *La Rinascente*, *Selfridge* et les *Galleries Lafayette*, en Europe, *Harvey Nichols* à Hongkong et *Neiman Marcus* aux États-Unis.

Les deux premières collections pour femme reprennent les recettes appliquées à l'homme et semblent déjà remporter le même succès. «*La première collection femme pour l'hiver 2017-18 répondait à une vraie attente des acheteurs. Il existe un réel intérêt actuellement pour le street-tailoring, mais il y a peu d'offre pour la femme. En ce sens, l'arrivée de Juun.J dans le féminin est véritablement bienvenue. Bien qu'elle se positionne comme no gender, la marque a réussi à introduire une touche de féminité dans ses propositions*», avance Nathalie Hilaire, qui la commercialise dans le show-room *MC2 Diffusion*.



## Modèle Juun.J du printemps-été 2018.

La marque propose une collection centrée autour de la chemise et de sa réinterprétation, sous la forme de longues robes par exemple.



Le retour est tout aussi positif du côté des *Galleries Lafayette*, qui accueillent déjà l'homme dans le magasin parisien. «*Les tendances du street et du no gender sont de plus en plus présentes pour la femme et la demande des clientes est de plus en plus forte. Dans cette collection, nous avons retrouvé les pièces iconiques de Juun.J issues du vestiaire de l'homme, mais découvert également une attitude très féminine, assumée à travers des tailles hautes et marquées, des jupes fendues, des vestes épaulées, des pantalons en cuir et des bottes. Un street donc plus féminin, voire légèrement sexy, et ce avec élégance et finesse*», observe Alix Morabito, la fashion editor de l'enseigne.

Pour ses 50 ans, le créateur sud-coréen, formé à *Esmod* Séoul, dispose désormais d'un groupe solide pour l'épauler. Depuis 2012, il fait en effet partie de l'écurie de marques (en propre ou sous licence de distribution) de la division mode du groupe coréen *Samsung*. Selon Jean Colin, la vice-présidente de cette division, l'ascension internationale de *Juun.J* illustre bien l'influence grandissante de la mode asiatique. Elle estime que l'approche no gender du créateur a contribué à son succès, mais qu'il a également réussi à concilier tradition et modernité dans sa façon de construire ses collections. Jean Colin cite en particulier l'omni-présence de la couleur blanche, propre à la culture coréenne.

**BÉNÉDICTE JOURGEAUD ●**

### **Le créateur Juun.J.**

Il a construit son succès avec une approche no gender de la mode et un côté street qu'il réussit à rendre toutefois très féminin et élégant.

