

# Mode in Japan

Quand ils visitent Paris, les Japonais sont prêts à faire la queue de longues heures pour dévaliser les boutiques... Pas de hasard: la shopping-attitude est ancrée dans leur culture. États des lieux avec Loïc Bizel, créateur de Fashion in Japan, société de consulting installée à Tokyo, qui propose aux grandes marques, designers ou fabricants de découvrir les nouvelles tendances.



Japonaises tendances.

## Femme en ville: Pourriez-vous faire un rapide tour d'horizon de la mode à Tokyo?

Loïc Bizel: Les jeunes entre 18 et 25 ans sont les plus attirés par la mode. Étant en uniforme la plupart de leur temps, ils cherchent à se différencier en créant leur propre style. Les quartiers de Harajuku, Shibuya, Aoyama, Daikanyama sont les plus novateurs en matière de nouvelles tendances. Parmi elles, celle des jeunes «shibuyettes», du quartier de Shibuya, en mini-short blanc ou rayé, tee-shirts ou polos imprimés. Les sacs en cuir blanc, grosses ceintures dorées, serretêtes ou mules très ouvertes se sont arrachés pendant tout l'été.

## FEV: Y a-t-il pour autant un look «tokyoïte»?

L.B.: Oui, et il est plein de détails: coupures, badges, poches... Les Tokyoïtes habitent dans de si petits appartements qu'ils n'y invitent pas leurs amis. Donc tout ce qu'ils possèdent, ils le portent sur eux, d'où le boom des accessoires et de la superposition de vêtements, très courante.

## FEV: Quelles sont les marques branchées?

L.B.: Samantha Thavasa, pour les sacs. Pour les vêtements, Roar ou Mastermind de Homma montent en puissance. À découvrir!



Le Matsuya Ginza Building, dédié à la mode (ci-dessus). Le Printemps de Tokyo (ci-contre).

## FEV: Quelles sont les différences majeures entre fashionistas française et japonaise?

L.B.: Il y a très peu de grandes chaînes de magasin à Tokyo, mais beaucoup de petites boutiques multimarques. L'offre est donc pléthorique, ce qui permet de trouver le produit unique. Il n'y a pas de fashion-victim au Japon: c'est normal d'être à la mode! Le shopping est un véritable sport. Quand les Japonaises vont faire du lèche-vitrine, elles mettent leur tenue la plus mode. Le regard critique de l'autre n'existe pas.

## Tourisme pratique

**COMMENT Y ALLER?** La compagnie aérienne ANA propose des vols directs Paris/Tokyo-Narita toute l'année.

En première classe, la compagnie met à disposition de ses clients des cabines privées avec siège transformable en lit, une exclusivité mondiale. Autres services proposés: téléphone, connexion Wi-Fi, écran vidéo 15 pouces et espace de travail.

En classe économique, là aussi, de nombreux services occupent les 11 heures de vol: connexion à internet, choix de vidéo et menus japonais, le dépayse-

ment commence dès l'embarquement! 01 53 83 52 52. [www.anaskyweb.com](http://www.anaskyweb.com)

**TÉLÉPHONER?** Seuls les téléphones mobiles 3G fonctionnent. Pour en mettre plein la vue aux Japonais, le Samsung Ultra-Slim SGH-Z510 (vidéo, internet, visiophonie, lecteur multimédia) évite de passer pour un touriste ringard, 449€.

**COMMENT PAYER?** Restaurants, hôtels et magasins refusent les cartes bancaires! Prévoir un maximum de cash... 1€ = 147,70¥.