

[Accueil](#) » [S'informer](#) » [Nouvelles](#) » Texte complet

Tokyo, le laboratoire de mode d'un chasseur de tendances

22 mai 2007 - 06h00

Agence France-Presse

Mié Kohiyama

Tokyo

De Paris Hilton, figure de la jet-set internationale à la reine du R&B Beyoncé Knowles, de nombreuses stars s'habillent désormais à [Tokyo](#), où certaines marques réussissent même à y lancer des concepts avant de conquérir la «Vieille» Europe.

Installé au Japon depuis onze ans, [Loïc Bize](#) a fondé «LeBiz Tokyo», une société qui veille le marché de la mode pour des sociétés étrangères et organise des visites guidées du [Tokyo](#) de la mode.

Chaque mois, ce Lyonnais met à disposition de ses clients 700 photos prises dans les rues de [Tokyo](#), notamment dans les quartiers jeunes comme Shibuya ou Harajuku, lieux de prédilection des «fashion victims».

«Ma journée débute vers midi quand les boutiques ouvrent. Je fais deux ou trois heures de photo et essaie de repérer les silhouettes intéressantes», explique-t-il à l'AFP.

Son travail consiste aussi à s'informer à l'avance auprès des acheteurs des tendances qu'ils comptent introduire six mois plus tard dans leurs boutiques puis d'observer leurs évolutions dans la rue nippone décrite comme «très créative».

«Vu de loin, on a l'impression que tous les Japonais branchés s'habillent pareil. Mais dès qu'on les observe de plus près, on s'aperçoit qu'ils sont tous différents», explique [Loïc Bize](#).

La caractéristique de la mode tokyoïte réside «dans la recherche du détail et de la customisation» des accessoires ou des coupes de cheveux, notamment «pour être différent», souligne-t-il.

En outre, le Japonais n'est «pas sectaire». «Il peut s'habiller en rocker le dimanche et être salarié le lundi».

Le chasseur de tendances compte parmi ses clients des directeurs d'achat étrangers, notamment de grands magasins parisiens tels que les Galeries Lafayette et le Printemps, de plus en plus nombreux à venir découvrir les dernières courants de mode à [Tokyo](#).

De fait, si Los Angeles domine en matière de «streetwear» (mode de rue), que Londres est devenu La Mecque mondiale des jeunes designers, [Tokyo](#), affirme-t-il, est un «laboratoire mondial», qui réunit tous les styles: luxe, marques japonaises branchées, nouveaux créateurs mais aussi derniers concepts des grands couturiers internationaux.

Plusieurs facteurs expliquent la place prépondérante prise par la capitale nippone, à commencer par un circuit de distribution extrêmement développé et une «énorme offre de produits».

«Les Japonais ont aussi un très fort pouvoir d'achat», souligne M. Bize, évoquant l'énorme masse d'employées féminines dites «office ladies», célibataires endurcies restant souvent le plus longtemps possible chez leurs parents.

«Ces office ladies qui gagnent entre 2000 et 2500 euros par mois dépensent tout dans la mode, les voyages, les restaurants et le bon vin», affirme-t-il.

Alimentée par les quelque 150 magazines de mode qui s'arrachent dans les kiosques, la passion pour la mode est «poussée à l'extrême».

«Les Japonais approfondissent leurs connaissances jusqu'à ce qu'ils soient au top, comme quand ils se mettent au golf. Certains n'ont jamais eu un club dans les mains, mais ils s'habillent comme Tiger Woods», assure-t-il.

Les innombrables magasins de vêtements de [Tokyo](#) rivalisent d'imagination en matière de design intérieur pour attirer et fidéliser le chaland, toujours accueilli comme un roi dans des boutiques impeccables, relève le Français.

[Loïc Bize](#) voit dans cette folie vestimentaire «une réaction à l'uniforme» imposé à tous les écoliers ou plus tard dans l'entreprise où est de mise le complet-veston sombre.

En outre, l'apparence «compte énormément» dans la société japonaise.

«Les Japonais n'invitent pas chez eux, car ils vivent dans de petits appartements. Du coup, ils expriment et montrent leur statut social par le vêtement», dit-il.

[Agrandir](#)

Des Japonaises font leur shopping dans le quartier Ginza, pôle mondial de la mode et du luxe, à Tokyo. Photo AFP

[Grossir caractère](#)[Imprimer](#)[Envoyer](#)[À consulter aussi](#)