

Gracyn Karp

Corinne Dumas

1/5/2022

Internship Class

### Les différences de mode entre la France et les États-Unis

Les maisons de design en France, telles que Chanel et Christian Lacroix, influencent fortement la mode américaine. Cependant, l'esthétique américaine a également eu un impact sur la mode française, lui conférant une influence plus décontractée. Chaque pays a une vision très différente des vêtements, découlant de leurs différentes approches du style, de l'étiquette et du consumérisme. La mode américaine est audacieuse et anguleuse, avec des touches quelque peu masculines. Les styles ouvertement racés, plutôt que sensuels, sont populaires; les tendances et les goûts des très jeunes règnent. Les États-Unis promeuvent et poursuivent de manière agressive le chic décontracté : les jeans, les t-shirts et les baskets de créateurs très chers sont des incontournables de nombreuses garde-robes. En France, cependant, le style est presque opposé. Pour les femmes, la féminité règne. Une femme française achètera quelques pièces de créateurs bien faites et les changera avec des accessoires chics, évitant les vêtements bon marché des chaînes de magasins courants en Amérique. La mode américaine est audacieuse et anguleuse, avec des touches quelque peu masculines. Pour comprendre qui est la Française, il faut vraiment comprendre où elle a commencé. Tout a commencé avec des icônes de la mode comme Brigitte Bardot et Jane Birkin. Ces femmes ont vraiment défini ce que signifiait avoir le style "fille française" et ont ouvert la voie à certaines des filles françaises modernes que nous voyons aujourd'hui. Les filles françaises d'aujourd'hui sont comme Jeanne Damas et Camille Charrière.

Vous verrez leurs looks cool sans effort, des versions souvent mises à jour de ce que portaient leurs prédécesseurs, partout sur Instagram et Pinterest. Les médias sociaux ne sont pas le seul endroit pris avec French girl chic. Regardez Emily à Paris. Le vêtement français s'est également développé à un rythme plus soutenu au cours de l'histoire, le XVIIIe siècle étant l'une des époques les plus dramatiques. En France, la mode est l'une des principales racines de ce qui fait France - France. De la grandeur baroque du "Roi Soleil" Louis XIV au "Roi de la mode" du XXe siècle Paul Poiret, qui a annoncé une ère de haute couture fantastique, le style français a toujours penché vers l'extravagance. La lignée de la mode française remonte à la cour follement somptueuse de Louis XIV, et son arrière-arrière-arrière-petit-fils, Louis XVI, a continué avec l'opulence exagérée, alimentant la Révolution française. De nos jours, la Fashion Week de Paris est la plaque tournante de l'extravagance de la mode française. Nous sommes à la fin du XVIIIe siècle et les volants règnent en maître alors que l'aristocratie se démène pour vivre à la Marie-Antoinette. Le but principal de la mode est de signifier la richesse; si vous avez l'argent, cela signifie faire des folies sur des couches frou-frou de tulle, de soie et de velours, ainsi que des broderies complexes et des embellissements lourds. La mode féminine fait écho à son statut et à sa place dans les échelons supérieurs de la société et est une visualisation de l'adage selon lequel "les femmes doivent être vues et non entendues". Cet appétit insatiable de la cour de France pour les vêtements opulents anime le commerce textile du pays qui, dans un acte d'élitisme effronté, est sous domination souveraine depuis Louis XIV, jetant les bases de la haute couture. La cour rococo de Louis XVI continue de surveiller de près une industrie de "fabricants royaux", dont Rose Bretin, la "ministre de la mode" de Marie-Antoinette, considérée comme la toute première créatrice de mode. Répondant aux fantaisies de la royauté et des aristocraties françaises ici et à l'étranger, les couturiers de luxe contribuent à cimenter la culture de la mode d'élite. Le XVIIIe

siècle, le rococo, regorge de ce que les psychologues appellent les « formes féminines ».

Révulsée par l'opulence de la royauté, une ère « d'anti-mode » succède à la Révolution française ; la société adopte un uniforme ouvrier composé de tabliers, de sabots et de mobcaps. Le gouvernement s'inspire de la Grèce - le berceau de la démocratie - et la mode se tourne vers des robes grecques fluides qui reflètent la fascination de la société pour l'égalitarisme. La cocarde (une rosette de rubans portée pour la première fois par des hommes libres dans la Grèce antique) devient le symbole durable de la révolution, apparaissant sur tout, des chaussures aux chapeaux. Cependant, la réfutation de la mode opulente par la société s'avérerait être une tendance en soi - et une tendance qui serait dépassée. Alimentée par la domination empirique de la France et son obsession pour l'exotisme, la mode cherche plus loin son inspiration au début du XXe siècle.

Entrez Paul Poiret, le célèbre designer qui transforme les influences orientales en créations fantastiques de haute couture. Finies les restrictions de la France post-révolutionnaire ; la mode somptueuse est de nouveau à la mode alors que l'art nouveau déferle sur l'Europe. Libérant les femmes de la corseterie qui écrase les organes, Poiret introduit des kimonos gonflés, des sarouels fluides et des turbans et des jupes de sultane richement décorés, consolidant sa réputation de roi de la mode. Inspirée par les silhouettes libérées de Poiret, en 1912, Coco Chanel assouplit encore les contraintes du vêtement moderne, avec une première ligne de pantalons marins et de rayures bretonnes dans des tissus de tous les jours. Mais avant que Jane Birkin n'ajoute à cela dans son canon vestimentaire des années 1960, le pendule des tendances oscille à nouveau. La silhouette en sablier des années 1950 est enflammée par le "New Look" de Dior de 1947 - à savoir le costume "Bar", une jupe ample et une veste cintrée qui manipule les courbes. Il va à l'encontre des silhouettes fluides de Chanel et évoque la robe de Marie-Antoinette à la française. Mais, naturellement, le "New Look" de Dior devient vite l'ancien look ; la collection printemps 1958 de

la maison est un exemple frappant de ce changement de forme. Suite au décès prématuré de Monsieur Dior, son jeune protégé Yves Saint Laurent lance sa première collection « Trapeze ». En s'éloignant de la silhouette établie de son maître, le "boy wonder" révèle une forme qui n'étreint pas le corps mais capture l'humeur changeante. Nous sommes en 1973, et c'est sur cela que d'autres créateurs fondent leurs collections. Aux côtés de quatre autres créateurs français – Hubert de Givenchy, Pierre Cardin, Emanuel Ungaro et Marc Bohan de Christian Dior – Yves Saint Laurent s'apprête à voir son règne concurrencé par cinq créateurs américains dans le concours de mode du siècle. Oscar de la Renta, Bill Blass, Anne Klein, Halston et Stephen Burrows arrivent à Versailles. La bataille de Versailles est conçue pour financer la restauration du palais du même nom ; il a des célébrités et la haute société en ville pour récupérer des billets. La dynamique des créateurs américains et de leur armée oblige la France à renoncer à sa couronne – au moins temporairement. Des changements sismiques se sont répercutés sur la piste et ont forcé l'industrie de la mode française à reconnaître l'Amérique comme un concurrent tout en reconnaissant l'importance du vêtement de sport et de la commercialité. Le concours a également inauguré l'ère des émissions à succès. La bataille de Versailles et ses décors franchement ridicules (Pierre Cardin a commandé une fusée ; Emmanuel Ungaro, une roulotte tirée par un rhinocéros ; et Yves Saint Laurent, une limousine pleine longueur) ont établi la norme pour l'extravagance des défilés de mode. Sans la bataille de Versailles, nous n'aurions peut-être jamais vu le supermarché Chanel, le manège scintillant de Louis Vuitton ou l'un des spectacles de Galliano pour Dior. La mode française a prospéré pendant si longtemps grâce à l'innovation et à la reconnaissance de l'évolution des attitudes sociétales - que ce soit Yves Saint Laurent enregistrant le pouvoir d'achat des Beatniks, Pierre Cardin et Paco Rabanne puisant dans l'excitation de la course à l'espace des années 1960, ou, plus récemment, les conglomérats de

luxe saisissant de nouveaux talents, dont Virgil Abloh pour Louis Vuitton et Demna Gvasalia chez Balenciaga. Cette capacité à changer et à identifier ce qui est tendance, associée à l'héritage durable de la mode française, verra probablement des personnes chercher un accès comme les courtisans des XVIIe et XVIIIe siècles pendant de nombreuses années à venir. En Amérique, la mode s'est développée différemment. Les robes des femmes américaines coloniales de la haute société provenaient du fabricant de mantua local, ou couturière, avec des touches importées d'Angleterre. Les styles étaient attrayants, mais pas aussi ornés que ceux de la France. Des créateurs du monde entier fabriquent leurs robes à Paris et inventent tous des styles différents. En termes d'état d'esprit, les stylistes parisiens pourraient être plus susceptibles de voir la mode comme une forme d'art d'avant-garde, tandis qu'aux États-Unis, la mode est conçue comme un vêtement de sport minimaliste. En France, l'accent est mis sur la créativité et l'originalité. Paris est le berceau de la haute couture et c'est toujours le premier endroit qui vient à l'esprit quand on pense à la mode. Il y a une élégance française instinctive que les femmes ont adoptée. La France a inventé la Haute Couture et Paris est sans doute le symbole de l'élégance et du luxe. Au-delà du patrimoine culturel inégalé de l'Île-de-France, l'industrie de la mode est un contributeur majeur au PIB français - 3,1 %, plus que l'industrie automobile - et à l'emploi avec plus de 600 000 emplois dans cette industrie. Historiquement, l'Île-de-France a toujours été une référence majeure pour la mode et le luxe. La région parisienne abrite plusieurs maisons de haute couture telles que Dior, Givenchy, Jean-Paul Gaultier, Chanel et des marques de mode de luxe haut de gamme telles que Saint-Laurent, Céline, Hermès, Lanvin et Louis Vuitton. En effet, toutes les grandes enseignes internationales ont un magasin phare en Île-de-France. De la mode et du design textile à la gestion des marques de luxe et à la durabilité de la mode, Paris Region abrite plusieurs leaders de l'enseignement de la mode attirant des étudiants du monde entier, parmi lesquels

l'Institut Français de la Mode - IFM (Institut Français de la Mode), ESMOD Paris, Studio Bercot, ENSAD (Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs), and Ecole Duperré.

L'industrie est bien structurée autour d'organisations dédiées au soutien des créateurs de mode.

La Fédération de la Haute Couture et de la Mode vise à promouvoir la culture française de la mode, en alliant savoir-faire traditionnels et technologie contemporaine. Elle contribue à

conforter Paris dans son rôle de capitale internationale de la mode en coordonnant la Paris

Fashion Week. Ils pensent moins à ce qu'ils vont porter, alors que c'est plus réfléchi aux États-

Unis. Par exemple, lorsque des amis américains organisent un dîner, ils élaborent un menu,

recherchent des recettes et magasinent en conséquence. Quand les Français ont des amis qui

viennent chez eux, ils se disent : "Eh bien, qu'est-ce que j'ai dans le frigo ?" La mode est

importante pour une sélection de New-Yorkaises mais c'est une chose à laquelle presque tous les

Parisiens pensent d'une manière ou d'une autre. Même les femmes qui ne se soucient pas de la

mode ont l'air présentables lorsqu'elles sortent. Le look français est sans effort. Elles ne sont pas

des esclaves à leurs cheveux, pas à leur maquillage, pas à leurs vêtements. Ils jouent avec la

mode et s'amusent plus. Le look américain est plus tendance et ambitieux, avec des femmes

susceptibles d'acheter une tenue ou un style pour ressembler au concept ou à la célébrité du

moment . En France, il est plus probable qu'un acheteur reste dans ses moyens, plutôt que d'étirer

ses dollars pour obtenir un sac à main ou une paire de jeans. comme un sac en alligator ou un

foulard Hermès. Le style en France est empreint de simplicité. La richesse et la qualité sont

véhiculées par des vêtements bien faits et une allure gracieuse. La richesse et la qualité sont

véhiculées par des vêtements bien faits et une allure gracieuse. En Amérique, cependant, le style

peut être transmis avec de nouvelles baskets chics ou des jeans de créateurs. Contrairement aux

États-Unis, les vêtements de loisirs ont une place très particulière dans la société française. Les

parisiens sont fiers de l'élégance et ils pensent qu'il est malvenu de porter des baskets ou des shorts en ville, même si c'est la tendance. Alors, quelles sont les principales différences en ce qui concerne les tendances de la mode en Amérique et en France ? Pour commencer, l'athleisure ne s'est pas imposé à Paris. Les Parisiens ne se soucient pas de la tendance athleisure qui balaie actuellement les États-Unis. Le sportswear est une contribution américaine essentielle au monde de la mode, mais les Parisiens s'en tiennent à porter des pantalons de yoga à la salle de sport, pas dans la rue. Le sportswear est la contribution américaine au monde de la mode. Au lendemain de la guerre, Paris revient au sommet avec l'arrivée de Christian Dior et du New Look. Ensuite, les américains ont commencé à se distinguer avec le sportswear. Autrefois, le prêt-à-porter américain était de meilleure qualité que ce qui se faisait en France. Les modèles copiaient la mode parisienne, mais les méthodes de coupe et de production étaient en avance sur l'Europe. La France avait tellement couturiers que personne n'achetait de produits de consommation. Mais au début des années 1960, les Français commencent à se dire : « Ne laissons pas les Américains copier nos vêtements, créons nos propres collections en association avec des créateurs locaux. C'est ainsi qu'est né le prêt-à-porter français. Il y a toujours chez les fashionistas le sentiment que la mode à Paris est plus artistique que ce que nous avons ici en Amérique. Certains stylistes américains proposent une mode de haute qualité artistique, mais parce que l'Amérique est plus soucieuse du grand public, de nombreuses pièces vues lors des Fashion Weeks de New York sont plus courantes que la mode expérimentale à Paris. Les Américains adorent copier le style et l'esprit français, avec des différences majeures. Les américains aiment acheter des vêtements toutes les semaines, les français recherchent des vêtements intemporels, de qualité plutôt que d'acheter un coup de coeur. Demander conseil est aussi très américain. Les gens aiment demander des conseils parce qu'ils ne se font pas confiance. En France, chaque femme a son

propre style. Si vous lui donnez des conseils sur ce qu'elle porte, elle vous regardera comme si vous étiez fou. Une autre différence est que les Parisiens mettent l'accent sur leurs tenues de jour, pas sur leurs tenues de nuit. Se pomponner pour sortir ou pour un rendez-vous n'est pas comme ça à Paris. C'est une femme qui a une élégance naturelle. Cela ne dépend pas de la mode. En France, vous ne vous vantez jamais, vous n'essayez pas non plus d'attirer l'attention. C'est un mythe populaire et tenace qui a toujours fait partie de l'image de la mode parisienne - la Parisienne, plus féminine et élégante que les femmes partout ailleurs dans le monde. Vient ensuite la différence la plus importante : le style classique par rapport aux tendances. La plus grande différence entre le style américain et français est que les femmes françaises préfèrent s'en tenir aux vêtements classiques intemporels alors que les américaines suivent toujours les dernières tendances de la mode ! Les Françaises croient en l'uniforme vestimentaire, tandis que les acheteurs américains sont plus motivés par les tendances. Chaque fille française a un style individuel auquel elle adhère à chaque saison, tandis que les filles américaines sont plus susceptibles de changer fréquemment de style pour suivre les tendances. Vient ensuite les couleurs de la garde-robe. Les Françaises s'en tiennent aux couleurs neutres tandis que les Américaines possèdent des vêtements de toutes les couleurs de l'arc-en-ciel. Avec cela, les Parisiens ont tendance à acheter moins et à investir davantage dans leur garde-robe, tandis que les Américains achètent beaucoup de vêtements à des prix moins chers. La mode rapide est très importante aux États-Unis, mais en France, le shopping d'investissement est un mode de vie. Les filles françaises sont magistrales pour mélanger le haut et le bas, tandis que de nombreux Américains achètent avec un état d'esprit qui privilégie la quantité sur la qualité, minant les magasins de bonnes affaires pour des injections fréquentes dans leur garde-robe. C'est aussi la même chose pour les bijoux. Les Parisiens optent pour des bijoux délicats et de petits

accessoires, tandis que les Américains n'ont pas peur de porter des bijoux audacieux ! Les observateurs peuvent décider qui est français et qui est américain simplement en faisant une vérification rapide des accessoires. Les filles françaises vivent dans la sobriété et leurs accessoires sont très simples, élégants et classiques. À l'inverse, les Américains sont plus susceptibles de ramasser de gros colliers et des piles de bracelets. La poussée américaine pour suivre les toutes nouvelles tendances signifie que nous sommes plus susceptibles de dépenser moins pour nos accessoires, conscients que nous voudrions probablement un remplacement dans les 12 mois. Les Français investissent dans une bonne qualité qui dure éternellement et ne se démode jamais. Comme les Françaises ont tendance à dépenser un peu plus pour leurs sacs, elles ont aussi tendance à en avoir moins. Les femmes américaines ont tendance à acheter des sacs dans une gamme de tailles et ont la garde-robe de sacs ultime, avec un sac différent pour chaque occasion. Le fourre-tout gigantesque est une jolie chose américaine, les Français ayant tendance à utiliser des pièces plus petites. Les Américains préfèrent les sacs plus grands et surdimensionnés. Les Français sont très minimalistes. Malgré ce que vous dira Christian Louboutin, les françaises ne portent pas très souvent des talons vertigineux. Même les chaussures de soirée des filles françaises ont généralement un petit talon, pas un talon aiguille haut. Les femmes des deux pays sont à l'aise avec des talons et des chaussures plates, mais vous trouverez probablement plus de talons hauts dans les placards américains. La raison ? Les femmes américaines conduisent un peu plus que nous, donc les talons sont une option plus facile pour elles. La prochaine différence est la taille. Les Parisiens augmentent la taille de leurs vêtements pour une coupe ample et confortable. Les Américains prennent leur taille, voire la taille en dessous. Avec cela vient des vêtements moulants. Les filles américaines adorent porter des vêtements moulants (par exemple, Kim Kardashian), tandis que les parisiennes portent rarement

ces robes moulantes. Les américaines sont super soudées pour le travail, alors qu'en France elles sont chics, mais confortables. Ils mélangent des pièces sur mesure avec des pièces plus décontractées. Traduction : une Parisienne associerait sa jupe crayon à un t-shirt vaporeux, tandis qu'une Américaine la porterait avec un chemisier structuré ou un haut sur mesure. La même tenue portée sur une Américaine et une Française serait juste un peu différente sur l'Européenne en raison de petites touches. Qu'il s'agisse d'un bijou intéressant ou d'un foulard en soie savamment noué, il y a toujours quelque chose de spécial. Ce ne sont là que quelques-unes des différences entre la mode américaine et française, mais il est très intéressant de voir à quel point les deux sont si similaires et pourtant si différentes.