



## «Les années 80. Mode, design, graphisme en France »

Cycle Expos + [www.artist.fr](http://www.artist.fr)

Musée des Arts décoratifs

jusqu'au 16 avril 2023

107 rue de Rivoli, 75001 Paris

Ouvert du mardi au dimanche de 11h à 18h

Nocturne le jeudi jusqu'à 21h dans les expositions temporaires Métro Palais-Royal ou Bus 95 depuis Montparnasse

Cette décennie historique résonne en France comme un **tournant à la fois politique et artistique** dans les domaines de la mode, du design et du graphisme, depuis l'élection de François Mitterrand en 1981 jusqu'à la chute du mur de Berlin en 1989. Les années 80 voient naître une nouvelle génération de designers dans un contexte propice à la liberté d'expression. La silhouette, elle aussi, se libère des injonctions de style et certains créateurs de mode sont élevés au rang de superstars comme Jean Paul Gaultier ou Thierry Mugler. La publicité, le design graphique et l'audiovisuel connaissent leurs années fastes avec Jean-Paul Goude, Jean-Baptiste Mondino et Étienne Robial. De la musique new-wave au post-punk en passant par le hip-hop : c'est toute une histoire de la fête qui s'écrit dans des lieux mythiques fréquentés par les noctambules du Tout-Paris.

L'exposition est rythmée par **trois thématiques** qui reflètent le grand télescopage des idées et des formes propres à la décennie: **une nouvelle ère politique et culturelle, le design en effervescence et le look des années 80.**

L'affiche au slogan « *La force tranquille* » du publicitaire Jacques Séguéla, commandée par Mitterrand ouvre une nouvelle ère de communication visuelle globale et signe l'arrivée du marketing électoral. Les médias et l'audiovisuel connaissent un essor sans précédent. Cette multiplication des chaînes de télévision entraîne l'âge d'or du film publicitaire avec des réalisateurs emblématiques tels Étienne Chatiliez, Jean-Paul Goude ou Jean-Baptiste Mondino. La presse écrite se transforme : Claude Maggiori repense les couvertures du quotidien *Libération* et l'art du slogan investit tous les domaines.

Dans cette période d'effervescence, le créateur des années 80 brasse plusieurs esthétiques, tout comme le monde de la mode. Un design moderniste aux accents high-tech côtoie des univers néo-baroques ou primitifs qui exaltent les savoir-faire.

\*Élizabeth Garouste  
et Mattia Bonetti -

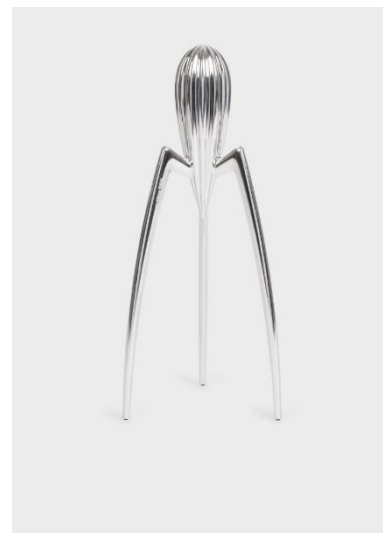
Chaise - Mobilier pour la Maison de Couture Christian Lacroix - 1987



L'action du VIA (Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement), initié en 1979 par le ministère de l'Industrie, attribue des « cartes blanches » à toute une génération de jeunes créateurs. \*Bibliothèque Carlton – 1981 – Ettore Sottsass *Venu de Milan, le courant-style Memphis propulse le design dans une ère nouvelle tonitruante, loufoque et colorée. Cette étagère se définit par un design azteco-pop-art.*

Contrairement aux décennies passées, plutôt que des écoles ou des courants, ce sont de brillantes individualités qui sont mises en lumière : François Bauchet, Martine Bedin,

Sylvain Dubuisson, Olivier Gagnère, Andrée Putman, mais aussi Philippe Starck ou Martin Szekely. \* Presse-agrume Juicy Salif pour Alessi – 1988 – Ph. Starck *Durant l'hiver 1988, Philippe Starck déjeune en Italie, en bord de plage, cherchant à presser du citron sur ses calamars, quand il conçoit l'idée de cet objet devenu depuis une icône domestique. Inspiré par la forme du calamar dans l'assiette, il donne peu à peu naissance à un presse-agrumes extraterrestre. Dès sa sortie, en 1990, le Juicy Salif fait polémique : on lui reproche en effet sa faible efficacité à... presser des agrumes ! Le designer français assume, et s'en amuse même.*



Un vent de fête et de liberté souffle sur les années 1980 : les défilés se muent en shows spectaculaires, ouvrant la voie aux folles soirées dans des lieux devenus mythiques comme *Le Palace* et les *Bains Douches*. Dans ces clubs où le paraître est capital et l'excentricité, la règle, le Tout-Paris danse sur de la musique new-wave, rock et hip-hop. La jeunesse diversifie ses groupes d'appartenance, faisant naître une multiplicité de sous-cultures possédant leurs propres looks. De l'Antiquité aux années 30, un phénomène de revival s'empare de la mode.



Thierry Mugler ou Claude Montana s'inspirent alors des silhouettes historiques quand Jean Paul Gaultier, Vivienne Westwood ou Chantal Thomass les parodient. À l'inverse, Martin Margiela ou Rei Kawakubo pour *Comme des Garçons* tentent de déconstruire la notion de vêtement. Les corps athlétiques des mannequins sont moulés dans les créations d'Azzedine Alaïa ou de Marc Audibert quand les formes amples d'Issey Miyake ou d'Anne-Marie Beretta se veulent architecturales et deviennent un véritable support d'expression

pour Élisabeth de Senneville et Jean-Charles de Castelbajac.



\* L'habit du dimanche - robe-chasuble – 1982 - J.-Ch. De Castelbajac  
*Sur une forme on ne peut plus simplifiée, inspirée de la tunique de Saint Louis, les artistes sont conviés à poser leurs pinceaux. Jean Charles Blais peint un vêtement sur le vêtement. « L'habit du dimanche », c'est son titre, oppose un costume d'homme rouge sur la robe nue.*

La mode s'empare du vestiaire masculin à l'instar de la célèbre marinière de Jean Paul Gaultier.

Il caricature la virilité masculine tandis que les dessous féminins deviennent des dessus ! \*Ensemble deux-pièces, corsage et pantalon - 1985 - J.-P. Gaultier *C'est en voyant une amie porter un soutien-gorge sous sa veste Chanel, le soir au Palace, que l'image des corsets de sa grand-mère s'est imposée. « Je me suis dit c'est ça ma collection ! Je vais tout faire à partir du corset couleur saumon, qui deviendra mon emblème. » Il s'entoure alors d'une corsetière et transforme ce dessous en vêtement du dessus.*



Décennie du fric et de la frime, les années 1980 évoquent aujourd'hui une forme d'insouciance et de légèreté d'une époque où les médias et la communication étendent leur influence à l'ensemble des champs de la société. Les marques grand public inondent l'espace urbain de leurs campagnes publicitaires comme *Naf Naf*, *Kookaï* ou *Benetton*. Au même moment, depuis le quartier des Halles alors en pleine mutation, Agnès B. conçoit le vestiaire intemporel de la parisienne.



Le grand défilé anniversaire de la Révolution française en 1989, à qui Jean-Paul Goude donne tout son éclat, conclut le parcours. \*United Kingdom – The Royal Tatoo – Multi Ethnic London – 1989 – J.-P. Goude  
*Jean-Paul Goude est alors un créatif réalisateur de films de publicité. Ce sera un défilé festif, nocturne et non-militaire au résultat bluffant d'une durée de trois heures. Ce spectacle d'envergure internationale, est suivi par un million de spectateurs massés le long de l'avenue, et 800 millions de téléspectateurs à travers le monde.*