

Le soleil brille dans un ciel d'hiver bleu pâle, le jour se lève sur l'élégant VIII^e arrondissement de Paris. Au mur de l'immeuble, seule une discrète enseigne en laiton indique que, derrière cette grande double porte, se trouve le show-room du label anglais Mulberry. Hauts plafonds en stuc, vastes fenêtres et, sur une table, des scones et des sandwiches.

Le thé est servi dans de la porcelaine délicatement peinte. En France, on n'attend pas l'après-midi pour le *tea time*. En même temps, Johnny Coca, le directeur artistique de la maison, est Espagnol. Ses longs cheveux d'un noir profond sont parfaitement coiffés. Il porte un costume rouge vif avec des shorts descendant jusqu'aux genoux, qui rappellent un kilt traditionnel, et des bottes militaires noires.

Johnny Coca vient de Séville, il a étudié l'architecture et le design à Paris, puis fut directeur des accessoires chez Louis Vuitton et Céline pendant plus de dix ans. Il a connu un succès immense en dessinant pour cette dernière marque le célèbre sac Trapèze.

A sa fondation en 1971, Mulberry était un maroquinier, avant de s'imposer également dans le monde de la mode.

Au fil des années, il s'était cependant un peu endormi. Johnny Coca a réveillé ce grand nom historique de la mode britannique. Les collections, depuis celle de cet automne, sont désormais en vente tout de suite après le défilé. Et ses créations innovent aussi.

BOLERO Vous venez du monde de l'accessoire. Quelle différence importante y a-t-il avec votre travail maintenant pour le prêt-à-porter?

JOHNNY COCA Pour les vêtements je travaille sur mannequin, c'est-à-dire en 3D. La forme du corps est ma base, et je drape dessus. Il y a beaucoup de possibilités, beaucoup de paramètres à considérer. Pour les accessoires, c'est différent, c'est plus proche de l'architecture. Un sac à main est comme une petite construction. On doit y insuffler ce quelque chose qui va le différencier de tout ce qui a déjà été vu.

Etes-vous strictement fidèle à une vision ou aimez-vous explorer les chemins de traverse?

C'est essentiel de poursuivre d'autres directions. Pour faire surgir de nouvelles silhouettes, proportions et matières. Que chaque collection soit différente de la précédente, c'est vraiment une revendication chez moi. Mais, pour autant, je veille à ce que l'ADN et les racines de la marque soient toujours préservées et identifiables.

...

Interview NINA RINDERKNECHT

Johnny Coca est aux commandes de la maison anglaise Mulberry. Avec ses idées innovantes et une attitude très British, il remet la marque sur la scène internationale de la mode.

(R)ÉVOLUTION

ARRÊT
SUR IMAGE
Pour le lookbook,
la cinéaste
Sharna Osborne
a créé une
installation
vidéo dont les
flous évoquent
les souvenirs
d'enfance.



INCONTOURNABLES
Les articles en cuir doivent survivre à la saison des garden-partys.



«L'ADN de la marque doit toujours rester tangible.»

JOHNNY COCA,
créateur de mode

Comment travaillez-vous?

Je commence systématiquement par des tableaux d'inspiration et des palettes chromatiques. Vêtements et accessoires ne doivent pas provenir exactement du même monde, ils ont leur propre identité. J'ai toujours l'entier de la collection en tête avant de me mettre à dessiner.

BOLERO Quel était votre concept pour la collection printemps-été?

JOHNNY COCA J'avais envie de concevoir quelque chose de très léger et de très ludique. J'étais avec des amis à la campagne, en dehors de Londres, et nous avons parlé de porcelaine. Là, une jeune femme m'est apparue, dans un garden-party typiquement anglais. Elle porte d'immenses chapeaux, de gros bijoux, des vêtements à volants, un peu comme les enfants qui se déguisent pour jouer. Les talons des chaussures ressemblent à des tasses en porcelaine. Les tenues sont raffinées, pleines d'humour, avec une touche de nostalgie.

La collection est très British. Quel est l'ingrédient spécifiquement Johnny Coca là-dedans?

Du point de vue chromatique, c'est totalement moi. Je ne fais pas de tenues monochromes. Le noir et le gris, ce n'est pas mon truc – la faute à mon côté espagnol. J'aime les couleurs, elles mettent de la joie dans la vie.

Un héritage aussi riche que celui de Mulberry est-il une bénédiction ou une malédiction?

Enormément de bonnes choses m'ont servi de base. Mais j'ai dû faire le tri. J'ai

gardé le meilleur et j'essaie désormais de donner une dimension plus internationale à cette coolitude British. Les Anglais sont attachés à Mulberry et je ne dois pas perdre de vue ce lien étroit.

A quoi votre bureau ressemble-t-il?

Il est tout blanc, très lumineux. Les couleurs me déconcerteraient. J'aime travailler par terre. Quand je fais une séance avec mon équipe, nous nous installons sur le canapé ou dans la cuisine. Je suis très détendu avec mes collaborateurs. Ils doivent apprécier leur travail, c'est la seule manière d'amener chacun à donner le meilleur de lui-même.

MODE

ROYAL ASCOT
Les chapeaux sont des accessoires indispensables pour les dames de la bonne société.



JOHNNY COCA
Depuis 2014, il est responsable de la création des collections femme et homme chez Mulberry.