A black and white photograph with a warm, golden-yellow tint. A woman in a white dress is embracing a man in a dark suit. The woman's face is partially visible as she leans towards the man. Her hands are resting on his chest. In the upper right corner, a portion of a keyboard is visible. The overall mood is intimate and romantic.

**renoma**  
... maurice :  
modographe

MARVAL

**renoma**  
... maurice :  
modographe



Si les anciens clients de Renoma se retrouvaient –à l’occasion, par exemple, d’une exposition–, les souvenirs se bousculeraient jusqu’à les suffoquer d’enthousiasme : “Dire que j’osais remonter les Champs-Élysées dans ce costume de velours vieux rose !” “Lorsqu’il m’a vu en manteau de python, mon père m’a flanqué dehors !” Chez Castel, le barman exhumerait quelque bouteille poussiéreuse calligraphiée à leur nom, et tous trinqueraient aux décennies soixante et soixante-dix, cette seconde adolescence du siècle où leur jeunesse flamboya de mille atours. Ont-ils été vingt mille ? Trente mille ? Quoi qu’il en soit, ces élus forment un club : la génération Renoma. Elle incarne ce moment unique, dans l’histoire du vêtement, où la mode masculine émergée de l’inexistence pour prendre le pas sur les “vanités” des femmes. S’habiller chez Renoma vous décernait alors un brevet de parisianisme, certificat d’une jeunesse à consommer sans modération... Par la suite, les innombrables collections créées par Maurice Renoma purent scander le siècle en un kaléidoscope de formes et de couleurs, dont la mode masculine compte, aujourd’hui encore, peu d’équivalents. En cette époque marquée par l’autocensure et la litote zen, qu’on nous pardonne de relater la saga d’une génération qui plia le réel à son désir de vivre.

Ses prémisses nous ramènent jusqu'en 1960, haute époque des Trente Glorieuses. En cette année du franc lourd et des barricades algéroises, nous avons troqué un maréchal contre un général, et les uniformes étaient omniprésents. Ceux des permissionnaires revenus des Aurès ou de Kabylie, képis blancs et vestes de drap dont de Gaulle – ce fut l'un de ses premiers actes lorsqu'il arriva au pouvoir – avait ôté la martingale. Mais aussi la casquette du composteur qui guettait les tickets dans sa guérite du métro. La blouse grise de l'instituteur, blanche de la mercière. Et partout, les costumes des employés de la décennie 1950, avec leurs vestes immenses aux épaules tombantes, raides comme une armoire normande, où la génération précédente, encore largement calamistrée à la gomina, glissait l'impeccable filet blanc d'un mouchoir plié. Un univers presque hermétique aux modes, encadré par les intangibles diktats du "correct", dont les tailleurs jouaient les gardiens du temple.

Simon Renoma, comme tant d'autres, eût pu s'en tenir là. Arrivé de Pologne juste avant la guerre, sans un zloty vaillant, pour vivre en homme libre dans "la patrie des droits de l'homme", cet héritier d'une dynastie de tailleurs se mit au vert durant l'Occupation, et revint ouvrir son atelier à Paris, au



Robert Doisneau, 1955, © Rapho

lendemain de la Libération. Son choix se porta sur le carreau du Temple, royaume vibronnant de la confection et du faux bijou, cœur populaire de la ville qui avait aimanté ses rêves de voyage. Il y œuvra un moment en technicien de la vieille école, inflexible sur la largeur des revers comme sur la qualité des finitions. Mais l'aiguillon qui tenaille tous les immigrants lui interdisait de végéter en tailleur de quartier – d'autant que ce sur-mesure qu'il maîtrisait tant ne le passionnait pas outre mesure... L'abondance des confectionneurs dans le périmètre où il exerçait, derrière la République, ainsi que les nouvelles colportées par les clients, amenèrent cet esprit vif à conduire son affaire vers les rives dorées du prêt-à-porter – ou ce qui en tenait lieu alors : la confection. Dès le début des années cinquante, il équipa de machines à coudre l'appartement qu'il louait rue du Temple avec sa famille – non loin de l'actuel magasin Tati – et s'épuisait quinze heures par jour au travail, coupant les pièces à livrer et remontant, le soir venu, ses trois étages d'escalier chargé d'un ballot de costumes qu'il cousait ensuite, avec sa femme, avant de repartir les livrer aux clients. "J'ai grandi dans cet appartement-atelier qui sentait les chutes de tissus, la poussière et la craie, en permanence secoué par le fracas des machines à



Maurice Renoma et son père, 1943

coudre”, se souvient Maurice Renoma, son fils, qui en a conçu une horreur absolue du bruit. “Sans parler des ciseaux électriques qui coupaient les « matelas », constitués d’empilements d’une vingtaine de pièces de tissus.”

À force d’obstination, la prospérité tant guignée s’approcha sur la pointe des pieds. Le tailleur devenu confectionneur s’arrête de fumer, et, se collant en bouche une cigarette éteinte, engage deux employés, puis trois, puis quatre... S’adjoit plusieurs coupeurs et livre du travail à domicile. Juste en face, un local s’offre pour ouvrir boutique. Reste à trouver une marque. “Renommée” semble un irrésistible appel à la bonne fortune. Mais cette enseigne aux sonorités agréables existe déjà. “Par chance, explique Maurice Renoma, mon père pratiquait l’écriture phonétique. En ôtant la dernière lettre de « Renomai », il obtint « Renoma ». Il y a parfois du bon à commettre des fautes...” De fait, le talisman opère. Les détaillants passent le lundi pour s’approvisionner, le stock se reconstitue, l’affaire tourne rondement. Quittant la rue du Temple, Simon Renoma enfonce son commerce plus avant, dans les entrailles de ce faubourg de grossistes et d’artisans. En coulisse du boulevard Bonne-Nouvelle, derrière la rue Meslay, s’étendent les pentes à petit pavés de la rue Notre-Dame-de-



Michel et Maurice, 1944



Maurice Renoma et Jean-Paul, 1953

Nazareth. Une synagogue et quelques hôtels XVIII<sup>e</sup> meublent les trottoirs fins de ses pentes un peu tristes. Le tailleur suspend ses costumes à quelques mètres d’un hôtel Louis XV, passablement décrépit, mais qui porte encore assez beau pour dorer le blason du nouvel arrivant. Une longue enseigne “Renoma Fabrique Confection” vient chapeauter les portants ployant sous les pardessus, les pantalons et les gabardines, par-dessus lesquelles volettent deux panneaux peints à l’effigie des clients idéaux : à gauche un homme du monde, à droite un sportsman en pantalon de golf, armé d’une raquette. Pas de quoi faire accourir ici des meutes de blousons noirs...

Simon Renoma, confectionneur, vit avec son temps. Chez lui, pas de buffet “Henri XV”, de rideaux à cretonne ou de lustre à tulipes, mais un mobilier contemporain sobre et net, de style Lévitane, où la famille s’attable, le soir, autour de petits plats polonais. Les deux fils, Michel et Maurice, vouent à ce travailleur obstiné une affection complice, non exempte de crainte et de révolte sourde. Le même appétit de vivre où Simon puisait l’aliment de sa réussite, s’exprime chez ses fils dans une soif extraordinaire de sorties...



Maurice Renoma et Michel Klein, 1955

Au tournant de ces années 1957-1960, la génération de l'immédiate après-guerre peine à trouver ses propres marques dans l'univers figé de leurs aînés, moralement ruiné par cinq années d'apocalypse. Perceptible dans tous les grands pays industrialisés, ce malaise est d'autant plus aigu dans une France diminuée par la défaite, l'Occupation, sans parler des décolonisations successives qui réduisent au pré carré des Gaulois un empire autrefois gigantesque. L'Hexagone emploie alors les derniers feux de sa puissance vieillissante à reculer une amputation que les chancelleries savent indispensable... Dans les rues, où d'énormes titres donnent aux journaux l'aspect de faire-part de deuil, passent des essaims hagards et vaguement honteux de képis blancs et d'uniformes sable. Maurice sera réformé, Michel accomplira son service... Il ne s'ensuit pas que les Renoma se soient enflammés pour le drame algérien : leur prudence d'immigrants les détourne de l'engagement politique. Comme la plupart des jeunes de leur âge, ils n'ont d'yeux que pour l'Amérique victorieuse, qui épand sur le monde les rayons de sa modernité, et conserve des bases en France –notamment à Saint-Germain-en-Laye– où les jeunes raffent gratos des cigarettes et des microsillons, ces nouveaux disques haute définition qui vont instiller



Maurice Renoma, 1954

la subversion du jazz dans les foyers français. L'Amérique déploie ses premiers *technicolors* dans les grands cinémas d'alors, comme le Marignan, le Napoléon et le Gaumont Palace où, entre les informations Pathé, le concert d'orgue et une attraction désuète, surgissent les grand espaces de l'Ouest américain (*Fort Apache*), les guerriers de légende (*la Revanche du Sicilien*, avec Charles Bronson) et autres niaiseries merveilleuses (*Peter Pan*) d'un pays-continent en pleine apogée.

C'est là qu'après bien d'autres, Maurice Renoma encaisse de plein fouet *La Fureur de vivre*. Ce film culte de Nicholas Ray, dont les naïvetés –l'adolescent "incompris" et ses boy-scouts crâneurs– font sourire notre époque accoutumée aux *serial-killers*, fait alors exploser dans tous les pays le "surmoi" des adolescents : pour la première fois, à l'écran, un garçon lève la main sur son père. Générant ainsi, sans s'en douter, deux générations de "parricides", dont la violence renouvellera le vieux monde. "Cette scène, explique Maurice Renoma, je ne connaissais personne qui n'en rêvait pas. Nous vivions dans une société de carcan, où le patriarche s'arrogeait tous les droits chez lui. Notre génération était terriblement brimée. Et elle avait envie de tout casser." En regard de la révolte qui incendie les fors intérieurs, les brimades semblent en

vérité vénielles : "J'avais quinze ou seize ans lorsque j'ai acheté mon premier *jean Levi's*. Jugeant qu'il s'agissait là d'un vêtement de travail, non de ville, ma mère se faisait un devoir, chaque soir, de le jeter à la poubelle –où je le retrouvais ensuite. C'était un rite que nous avions pris." Éduqués dans la religion du vêtement, les frères Renoma ne la renieront jamais. Mais ils feront exploser son champ d'expression...

Pour l'heure, Maurice et son frère –c'est bien le moins– ne sortent que tirés à quatre épingles, suscitant admiration et jalousies. Le garçonnet au *jean*, qui s'est barbé à la communale et ne s'exaltera guère au lycée, réalise fort bien, en revanche, le pouvoir social des apparences. En attendant de mettre le savoir-faire et l'outil de production familiaux au service de ses petits camarades, il fouille les balles des Puces –où les vêtements militaires se recyclent aux civils– à la recherche de chemises américaines, et innove dans son propre *look*. "Il n'existait pas de mode pour les jeunes. Tout était gris, pesant, coincé." James Dean oblige, il commence par se confectionner un blouson en suédine. Vers quinze ou seize ans, il s'attaque au *duffle-coat*, dont l'acquisition exigeait alors d'aller en Angleterre. Réalisé en loden –une première–, ce vêtement-emblème lui vaut un grand succès et, déjà, quelques commandes. Le pantalon à pattes



Ed Van der Elsken, *Chez Moineau, Saint Germain-des-Près, Paris, 1954*, © Rapho

d'éléphant, dont il s'attribue la création dans ces années-là –soit près de quinze ans avant la déferlante des années soixante-dix– reste sujet à controverse, puisque les mondains des années trente défilaient déjà sur la Croisette dans des pantalons de marins larges du bas. "Il s'agissait, pour ma part, du pantalon camarguais de ma copine, que j'avais transformé à mon goût. Dommage qu'à l'époque, mon père n'ait pas voulu le fabriquer". Car cette géniale résurrection, bien dans l'air du temps, a pour seul tort d'avoir cinq ans d'avance. Alors qu'en Angleterre, vers 1962, les *flaired trousers* démodent progressivement les pantalons étroits à l'italienne, les fils de famille s'en font confectionner des ersatz dans le XVII<sup>e</sup> arrondissement, où un vieux tailleur nommé Marina déploie pour les excentricités de la jeunesse une compréhension que ses confrères jugent coupable... Bientôt baptisé "pantalon Marina", ce pattes d'eph' avant la lettre (sans pinces et à petits revers) vaut vite à ses adeptes un sobriquet charmant : les Marinettes. Avant que Maurice Renoma, s'estimant dépossédé de sa trouvaille, ne ressorte le sien, promis à devenir, lui aussi, un best-seller. "C'était de vrais pattes d'éléphant, qui faisaient jusqu'à trente centimètres de long, précise-t-il à Farid Chenoune, l'auteur de *Des modes et des hommes* (éditions Flammarion). En banlieue, j'ai failli



La Dodge parrainée, 1954

me faire casser la figure par des loubards". Plus tard, d'autres en feront la tragique expérience : parfaits pour la parade, les ailerons du patte d'éph' ne sont pas l'idéal pour mettre les voiles, en cas d'urgence... Avant même qu'il ne dépiaute son pantalon camarguais, c'est-à-dire vers l'âge de quinze ans, Maurice, aimanté par le théâtre de la sape et la chaleur de l'amitié, est allé traîner ses mocassins dans ce Saint-Germain-des-Prés, où les soupirs navrés de l'existentialisme chassent les derniers zazous qui dansaient le jazz avec les GI's. Ayant adopté le look *no future* de la secte (pantalon cigarette et chaînette en or sur col roulé noir), il sirote ses cafés-crème sur les chaises en fer de la terrasse du "Bonap" ou des "Deux Mégots", ce concurrent du Café de Flore rebaptisé d'après ses duettistes illustres, Jean-Paul Sartre et Simone de Beauvoir. Laisant aux fils de famille le luxe douxce-reux des projets de suicide, l'adolescent caresse des ambitions brillantes... Les mathématiques l'intéressent autant que la gymnastique du tailleur, qu'il peut observer chez lui. Tout en aidant son père, il étudie la comptabilité aux cours du soir. "Gestion, droit des sociétés... Je me destinais à être avocat ou comptable, non à travailler dans l'entreprise familiale". Supputant probablement la chose, Monsieur Renoma père -qui possède lui-même une Dodge décapotable- gratifie



Maurice au volant de la TR3, 1961

son fils exemplaire d'un cadeau royal : puissante et profilée, la Triumph TR3 est ce coupé jaune qui propulse les stars tristes de l'époque (Sami Frey, Françoise Sagan...), et dont tous les adolescents rêvent. Avant que de parader sur les artères à la mode, ce bolide va jouer les livreurs de classe pour Renoma Confection. "Plus d'une fois, j'ai roulé comme un fou jusqu'à Cannes avant de regagner Paris dans la nuit, juste à temps pour ouvrir la boutique. Qu'avais-je fait là bas ? Garer ma Triumph devant les clients, sortir mes trois costards et constater qu'ils avaient plu. En somme, je faisais le représentant pour mon père, qui me donnait dix francs sur chaque costume vendu. J'œuvrais en dilettante, mais au bout du compte, cela faisait pas mal d'argent. Et c'était tant mieux, car j'avais 22 ans, j'en avais besoin..."

Domage que les occasions d'investir soient si peu nombreuses. À la charnière des décennies cinquante et soixante, les plaisirs que Paris offre aux jeunes n'excèdent pas ceux d'un bourg de province actuel. Des caves à jazz démodées, quelques cafés pour tuer les heures -ou se faire tuer par elles... Où s'étourdir, à cet âge où l'alcool fait tousser, lorsqu'on ne possède ni Vespa, ni auto ? Dès qu'il en a eu l'âge, le jeune Maurice a rejoint le bal des patineurs sur la glace de Saint Didier. À l'instar d'autres patinoires parisiennes

Maurice à la patinoire Saint Didier, 1955





Mods à Hastings, 1964, © Rue des Archives



Teddy boys, 1972, © Rue des Archives

(le Palais des Glaces, Molitor...), cet établissement offrait aux jeunes "le" sport du moment, tant le patin semblait avoir été exprès inventé pour eux : folie de vitesse, féerie de la glace, jolies *petites* et rock'n'roll... "On s'éclatait comme on s'éclate aujourd'hui au roller. Sauf qu'on tournait en rond." À ce manège de la séduction, Maurice se découvre bientôt de première force. Aujourd'hui encore, il ne manque pas de témoins pour remémorer sa virtuosité quand passait *Le vol du bourdon*. "Gagnant toutes les courses, j'avais fini par être très connu." Cette popularité lui valait bien des flirts –le plus souvent innocents : la pilule n'existait pas encore–, ainsi que l'estime des diverses bandes, qui croisaient parfois les fers dans ces champs clos de la jeunesse.

Car des bandes, il y en a partout... Les moins de vingt ans, qui ne s'appellent plus Raymond ou Roger, mais Franck, Michel ou Alain –quand ils ne vous toisent pas du haut de leur double prénom : Jean-Lou, Jean-Jacques, Charles-Henri... – vont représenter en 1963

Al R. à la patinoire Saint-Denis, 1956



la moitié de la population : soit un Français sur deux. Sans attendre Mai 68, ils sont déjà dans la rue. Flânant, riant, laissant pétarader leur Vespa, bref, se dissipant gentiment comme ces *vitelloni* ("petits veaux") qu'avait filmés Fellini dès 1953. Mais ce n'est pas toujours avec douceur que les ados du baby-boom, dont la vague submerge alors le monde entier, imposent leur existence aux aînés. En 1953, les gangs de teenagers sont plus de quarante à s'affronter dans les rues de Boston. Quatre ans plus tard, les *halbstarken* ("demi-durs") allemands sont en émeute dans la RFA du plan Marshall. L'Angleterre a ses *teddy-boys*, l'URSS ses *stiljag*, le Japon ses *taiozoku*... Il n'est pas jusqu'à Stockholm l'endormie qui ne se réveille, en 1956, sous le butoir de cinq mille teenagers ivres de baston et qui saccagent tout. Au banc des accusés : une éducation moins rigide que par le passé (que les jeunes, à l'instar du héros de *la Fureur de vivre*, prendront pour de l'indifférence), un système enseignant "qui exclut", la séduction modérée du

travail, l'urbanisation galopante, l'accroissement des plaisirs à consommer, qui suscite de nouveaux besoins d'argent... Choses à peine entrevues à l'époque, où les plus compréhensifs s'arment de rudiments de psychanalyse pour questionner le "malaise des jeunes".

Quant aux autres... Il faut voir le ton emprunté par Philippe Bouvard dans *le Figaro* en novembre 1961, pour stigmatiser le concert de Vince Taylor au Palais des Sports : "Les dégâts se chiffreront sans doute à plusieurs milliers de francs. Je ne m'apitoie pas sur les organisateurs, qui ont délibérément joué la carte du scandale et de l'hystérie. Ce genre de festivités constitue un véritable appel au meurtre. (...) On veut espérer que les pouvoirs publics auront à cœur d'éliminer, désormais, un prétexte aussi dégradant." Deux ans plus tard, le même journal s'interroge : faut-il interdire le twist ? On réquisitionne un psychanalyste, qui déclare sans rire : "L'élément le plus dangereux dans le twist, c'est la guitare électrique. Ses notes aiguës, criardes, parfois presque insoutenables, ont un effet anesthésiant sur le cerveau humain, etc." Encore le sérieux *Figaro* n'a-t-il pas la palme de la virulence...

En 1963, Bertrand Blier fait scandale avec un premier film *-Hitler, connais pas-* qui apporte une réponse



Jean-Philippe Charbonnier, 1959, © Raphi

inquiétante aux questions des parents français. Dix "enfants sages" de quinze à vingt-deux ans confient sans fard à la caméra leur philosophie de la vie, leurs habitudes, leurs flirts et leurs espoirs. Et les spectateurs en apprennent de belles ! Nicole, 19 ans, avoue froidement "faire les sacs" et commettre des vols à l'étagère. Christian, 18 ans, raconte avoir menacé les participants d'une surprise-partie avec des "barres de fer" (en fait, les tringles du tapis du palier). Zoute, 19 ans, a volé près de 200 000 francs lourds à son grand-père et confie : "Au départ, ce qui me plaît chez les garçons, c'est le physique". Logés en chambre de bonne ou au domicile parental, leur première occupation consiste à trouver, chaque jour, un commensal pour souper au restaurant ("arabe" ou "spaghetti"), et des plans de fêtes... Ces petits paladins de la bourgeoisie, qui se refusent à emprunter la conduite intérieure de leur père et préfèrent slalomer en Mini Cooper parmi les Dauphine, les 4CV et les charrettes à cheval des marchands de glaces, emploient leur romantisme à vivre "dangereusement", affirmant leur différence par des actes asociaux que l'on jugerait aujourd'hui tout juste vilains. Comme d'escamoter sous leur parka le dernier disque des Platters, d'Art Blakey ou d'Harry Belafonte, dans ces boutiques du Quartier Latin où les vendeuses modulent encore



Boris Lippitzky, acteurs "nouvelle vague" autour de la voiture des Tricheurs, 1958. © Roger-Viollet

l'accent grand genre de l'avenue Montaigne et des speakers de la TSF.

On ne peut dire que la politique les passionne : "Un croulant fait un discours, un autre croulant lui répond", résume Laurent Terzieff, l'archange gentiment *destroy* des *Tricheurs*. Dans ce film culte de 1958, Marcel Carné chorégraphie déjà les errances d'une jeunesse qui se cherche –et se manque. Les fils à papa du XVI<sup>e</sup> arrondissement s'y font appeler "Bob" (Jacques Charrier en petit "costard" sage, œil de faon et fossette avenante), les filles de boutiquiers portent le pantalon et adoptent le prénom de "Mick". On appelle les "souris" "ma caille", et l'on "débloque" à grands soupirs : "Comme tout est répugnant dans la vie !" Des questions essentielles fusent : "Le suicide, tu es pour ou contre ?" "Tu es existentialiste ? –Je l'ai été : maintenant, c'est dépassé." Par la bouche d'un adulte philosophe, le réalisateur tire la morale de sa blquette : "Cinquante ans de pagaille derrière eux, sans doute autant devant : pour des jeunes, c'est lourd !

Marcel Carné présente Les Tricheurs, 1958. © Rue des Archives



Lâchés dans un monde qui se débîne !" Le monde "qui se débîne", c'est la société rigide, encore si paysanne, issue de l'avant-guerre, qui maintiendra ses lourdeurs et ses conservatismes en reconduisant vingt-trois ans de plus de Gaulle et ses héritiers. Poussé par la rapidité des mutations techniques, l'accélération des modes et l'irrépressible émergence de la société de consommation, un autre monde s'annonce, que cette marée d'enfants tristes issue de la prospérité –Françoise Giroud leur a déjà trouvé un nom : "la Nouvelle Vague"– s'apprête à libérer par césarienne. Les "tricheurs" évoluent entre le Panthéon et la Porte d'Auteuil, mais conservent leur base à Saint-Germain-des-Prés. Localisation vague, peu dans l'esprit du temps... Car dans l'univers parallèle des jeunes, les villages du Paris de 1962 se sont territorialisés à la façon des villes anglo-saxonnes. À chacun sa bande, nommée d'après son Q.G. ou sa rue emblématique. Il y suffit parfois d'un rien... À deux, voire trois avec la Triumph, les fils Renoma forment un tandem tiré à quatre épingles, en chemises à faux cols. Ajoutez-y d'autres mauvais sujets du quartier, comme James Aïch –surnommé Arch : l'homme qui ouvrira le Bus Palladium–, le jeune Moustique ou le zazou Stéphane Davidoff, cet autre fils de confectionneur qui possède un Teppaz où rugissent les derniers microsillons de

Bill Haley, d'Elvis Presley, des Everly Brothers et de Keith Richard. Le tir aux pipes et les auto-tamponneuses des forains de la République. Deux ou trois cafés sur la même place, comme la Chope ou le Savoie, pour le flipper –l'ex-billard électrique–, la partie de barbu et l'ennui en groupe. Voici le quarteron désœuvré qu'on dénomme avec emphase "la bande de la République". Le boulevard Beaumarchais mène aux terres d'un autre clan : "la bande de la Bastille". Des blousons noirs, ceux-là, de vrais voyous. Les petits gars de la Répu ne s'y frottent qu'au *baby-foot*. Bien qu'eux-mêmes aient assez mauvais genre, aux yeux des bandes de l'Ouest...

Si la jeunesse de banlieue se retrouve au snack Saint Lazare –juste devant la gare où transitent ses escapades–, le *wild ouest* commence aux Champs-Élysées. Divers groupuscules s'y partagent les "blousons dorés", fils de famille "mal aimés" qui évacuent dans le saccage nihiliste leurs angoisses existentielles. À la haute époque, ces "Attila" de surprise-parties, sécheurs de cours, casseurs d'ascenseurs et glandeurs d'élite migrent, au gré des affinités et des déménagements, de la bande du Palais (des Glaces : la patinoire) jusqu'à la bande de Janson (le lycée) ou celle de Molitor (la piscine), et inversement... Dans un roman (*De si braves garçons*) paru en 1982, Patrick Modiano



Janine Niepce, À la piscine Molitor, ca 1960, © Rapho



Kay Lawson, Le Palais des Glaces, ca 1960, © Rapho

dresse un aperçu de leurs loisirs : "Rallyes des quartiers d'Auteuil et de Passy, organisés par une bourgeoisie et une petite noblesse pimpantes qui fréquentaient les plages de La Baule ou d'Arcachon. Rallyes plus spectaculaires de la Muette et de l'avenue Foch, où les rejets des banques protestantes, catholiques et juives, côtoyaient les blasons les plus scintillants de l'aristocratie française et quelques noms exotiques aux consonances chiliennes ou argentines." Mais la transgression n'est pas loin : Philippe Yotlande, le très modianesque héros de ce récit, s'est vu renvoyer du collège pour trafic de blue-jeans et de disques américains... Les groupes qui vont assurer la relève nourriront leur réputation d'exploits destructeurs. Les archives du bouche à oreille prêtent à la bande de l'Etoile –établie au café George V– maints chapardeurs en gros et braqueurs de scooters, qui multiplient les rixes avec la bande de la Muette, autre harde issue du bel ouest. Au Parc de la Muette, le café-QG qui réunit cette dernière, croisent des jeunes à haut pedigree : Olivier Dassault, Frank Fernandel, sans oublier Caroline Cellier, qui épousera l'acteur Jean Poiret. "Nous formions, raconte l'un de ses membres, une sorte de société secrète, soudée par ses rites et ses tics, et dont la presse ignorait tout." La bande du Drugstore va les sortir de l'ombre...

En 1958, le Drugstore ouvert par Publicis dans le haut des Champs-Élysées, au rez-de-chaussée de l'ancien Astoria (il disparaîtra en 1972 dans un attentat revendiqué par les Palestiniens), déploie un cocktail de services jamais vu à Paris. Restaurant, café, tabac, journaux, fleurs, parfums, "gadgets à la mode" et mille autre choses s'y offrent dix-huit heures par jour à la foule des badauds, où l'on reconnaîtra parfois La Callas, Joseph Kessel, Léon Zitrone, Guy Bedos, Jacques Martin, Bernard Blier – bref, tout ce qui compte alors. Dès 1960, des transfuges de la bande de la Muette ont élu pour vitrine ce temple rutilant de la consommation, riche en miroirs où vérifier sa mise, et pourvu d'une boutique à disques permettant de longues après-midi d'écoute. Les jeunes affidés y errent par petits groupes, prenant position vers trois ou quatre heures sur les marches afin d'échanger leurs projets de soirées. Logés à si prestigieuse enseigne, les quelques dizaines de dandys (le chiffre variera) aux jolis minois, que l'on appelle désormais la bande du Drugstore, vont donner le "la" des modes à la France lycéenne, en attendant d'embrigader les adultes. "Ne riez pas d'eux, avertissent les narquois Gault et Millau, car ils lancent la mode". Pour quelques-uns qui peuvent dire : j'en étais, combien auraient voulu en être ?



Jean Nèpce, Le Drugstore Publicis, ca 1960, © Rapho

Si forte est leur *aura* qu'*Adam*, magazine masculin hérité de l'avant-guerre et relifté au goût de l'heure, consacre en 1963 trois longues pages d'enquête au phénomène. On y apprend que ces "drugstorien" forment le fer de lance des Marinettes, qu'ils se sont rebaptisés Mickeys et Miquettes. Auréolés par la protection de Jean-Pierre Léaud et de Jean-Claude Brialy, Michel Taittinger, le futur pilote de formule 1 Jean-Pierre Jabouille, le futur réalisateur Benoît Jacquot, François Pardo –le futur peintre de Mitterrand–, Claude Challe –le futur DJ des Bains– et aussi, sans doute, Jean-Paul Goude, sont alors lycéens ou étudiants à Science-Po. Si tous n'ont pas grandi sous des lambris, leurs goûts musicaux sont les mêmes : le Ray Charles d'*I can't stop loving you*, le Dave Brubeck de *Take five*. Et encore Sheila, Leny Escudero, Clif Richard ou Françoise Hardy. Ils dansent le tamouré tahitien et la bossa-nova de Sacha Distel, non sans

prêter une oreille attentive aux pas plus éphémères –le *shout*, le *mashed potatoes* et le *locomotion*– qui font et défont les réputations nocturnes. Rares sont ceux qui, comme le héros du roman de François Armanet (*La bande du Drugstore*, Denoël 1999) s'éclateront sur le cri des Kinks : *You really got me*, et rouleront bientôt leurs premiers joints. Pour l'instant, les drugstorien s'en tiennent à la Gitane, ou bien –pour ceux qui n'aiment pas fumer– aux Kool. Même s'ils adorent souvent, comme les autres bandes, s'adonner au flirt Tefal, scandaliser les rallyes provinciaux, "faire" les portefeuilles hors du nid familial, mélanger la sangria dans des vases Ming, et tout casser ensuite... Il faut bien que les jeunes s'amusent.

"Je ne crains pas les petits minous qui mangent leur ronron au Drugstore / Ils travaillent tout comme les castors : pas avec leur tête, pas avec leurs pieds". Même s'ils dansent volontiers sur d'autres chansons de leur tourmenteur, les drugstorien haïssent Jacques Dutronc pour ce couplet des *Playboys*. Il est vrai que leur coquetterie leur a valu un sobriquet très "suivez mon regard", alors décoché aux adolescents soucieux de leur mise : on les appelle les minets. Tout cela –et aussi le cheveu un brin long, à l'anglaise, la lourde mèche d'avant-guerre rajustée d'un hochement de tête, la démarche fatiguée, l'œil mou– est monnaie



Jacques Dutronc, 1966. © Rue des Archives



courante dans les autres bandes, qui imposent toutes à leurs membres les mêmes détails vestimentaires ultra-stricts. "Il faudra un jour éclaircir, confie Patrick Bensard, directeur de la Cinémathèque de la danse et qui fut affilié aux bandes, pourquoi des jeunes gens des VII<sup>e</sup>, VIII<sup>e</sup> et XVI<sup>e</sup> arrondissements ont simultanément décidé de se vêtir de manière excentrique..." À quoi Maurice Renoma répond : "La révolte des jeunes est d'abord passée par les fringues. Car jusque là, il n'existait pas de mode pour adolescents : le père emmenait le fils chez son tailleur. Et les plus réactionnaires étaient les familles bourgeoises. C'est donc là que les fils avaient le plus envie de se libérer, d'accrocher, de prouver..."

Maurice Renoma est un type "extra" : vif, malin, chaleureux... Peu importe qu'il vienne d'un "mauvais" quartier, on n'est pas bégueule quand on a vingt ans. En outre, le lascar possède une Triumph TR3, ce n'est pas rien. C'est sportif, mais pas prétentieux. Intellectuel, même. "Je descendais de ma voiture avec un beau costard, et tout le monde regardait. La Triumph m'a permis de rencontrer beaucoup de gens..." Elle lui offre, par surcroît, une liberté fantastique. Oubliés, les quartiers-citadelles. En deux coups de champignon, Maurice Renoma roule de la République jusqu'aux Champs, du seizième jusqu'au Golf



Maurice, Gina et la Dodge de 1956

Drouot. "Ça me permettait de rentrer dans les bandes". Peu à peu, d'autres enfants gâtés le rejoignent avec leurs bolides –AC Bristol, Jaguar, TR3, TR4...– et la caravane rutilante, après une petite parade autour du génie de la Bastille, prend son envol pour la France profonde. La nationale 7, voie royale des congés payés chantée par Trénet. Mais plus fréquemment la route de Deauville. Et là, pas question de rouler au pas pour se faire klaxonner –"Rheu ! Rheu !"– par les tacots ruraux ! "On faisait du deux cents à l'heure, explique Maurice. Je crois que nous sommes de vrais survivants... Mais à vingt ans, on est immortel". L'exemple fastueux de Françoise Sagan, les bancs de coquillages des Vapeurs, à Trouville, l'appel du twist au Bahut la boîte de Villerville, les cabines de bains où pousser les flirts, ou encore la maison des parents d'un copain, réquisitionnable pour les haltes scotch aux Petites-Dalles, aux Grandes-Dalles ou ailleurs, justifient moins cette équipée semi-sauvage que le désir ardent de "tout faire très vite." Les poches trouées ne sont pas un obstacle : "C'était le temps, explique Stéphane Davidoff, où l'on payait nos dix litres d'essence en offrant au pompiste un gilet en shetland".

Virées à Juan-les-Pins, dans les discothèques (*Les Enfants terribles*) de Megève. C'est par ce genre de

Le succès :  
 C'est dangereux, car rien n'est plus difficile que de le gérer. Le succès ne dure pas tout seul. Nous l'avons conservé vingt ans sans la béquille du matraquage marketing, quand la plupart des marques rivent au mieux dix ans d'apogée. La mode, c'est comme de peindre un tableau qui ne sera jamais fini. On peut toujours améliorer...

flambées glorieuses que Maurice pointe aux bandes les plus fermées. Pour autant, le César à la Triumph et aux beaux costards n'oublie jamais qui il est –un enfant de la confection– ni ce qu'il veut : le succès. Et ceci doit venir de cela. "Si j'avais été dans les voitures, dit-il, j'y aurai réussi tout autant." Par chance, il tient le bon endroit : les gosses sont fous de fringues. Maurice connaît chaque détail de leurs uniformes : l'imper crème droit Old England, les chemises américaines à col long ou à col boutonné, la cravate club griffée Club Colours, London, les blazers à écusson, le shetland étriqué ou long cardigan cachemire, portés sur le pantalon Marinette taille basse, le manteau en poil de chameau des affidés de La Muette, les Carvil, derby Lobb à boucles ou "moc's à pompons" marrons, qu'on glace à la pelure de banane, sans oublier l'indispensable parapluie... Démodant le jean et les blousons noirs prolétaires, les petits princes des beaux quartiers imposent un look réactionnaire inspiré des standards américains, et plus encore anglais, qu'ils francisent et rajeunissent en y "superposant", selon le mot de Benoît Jacquot, "des maniérismes tels qu'un bas de pantalon plus large, un revers de veste rétréci ou des fentes légèrement plus hautes". Encore y faut-il la contribution d'un tailleur complaisant, aux tarifs modérés. Pour l'heure, c'est Marina.





Francis Blanche en essayage chez Renoma, 1970

Un croulant. Maurice mûrit sa revanche. Puriste, Monsieur Renoma père a refusé de confectionner ces grotesques vêtements de jeunes. Il confie tout de même à son fils douze ou quinze mètres carrés de couloir, attenants à la boutique familiale et meublés d'un petit bureau de quarante centimètres avec une chaise, pour y réaliser ses "expériences". Gonflé à bloc par la lecture du magazine *Entreprise*, Maurice mobilise ses neurones. "J'ai d'abord taylorisé le sur-mesure, afin d'économiser du temps. Le couloir comportait un rang de quatre ou cinq tissus sur cintres (gabardine, serge ou velours côtelé, dans des couleurs vives qui ne se portaient pas) avec, en face, un autre rang de prototypes. Ces derniers n'étaient proposés qu'en deux ou trois tailles, car notre génération n'était ni haute ni grosse, et nous nous ressemblions tous. Le client choisissait son tissu à gauche, essayait le prototype à droite, et je notais ce qu'il fallait modifier sur la longueur de veste ou de pantalon. Le soir, je déposais la fiche à l'atelier, et voilà comment je vendais trente costumes par jour, rien qu'en agrafant et en dégrafant !" On venait nous voir, car nous avions lancé cette ligne que tous les jeunes voulaient. Instinctivement, Maurice Renoma comprend ce que d'autres apprendront par la suite : la mode des jeunes vient de la rue. Il observe, écoute, questionne. Et in-

vite chacun à s'offrir la tenue idéale en lui rendant visite. "Les Renoma avaient longtemps tourné autour de nous, sourit le réalisateur Benoît Jacquot, parce qu'ils savaient qu'il y avait un peu de fric... Quand je n'allais pas chez Dean, le puriste qui a monté les Arthur & Fox, je confiais aux deux frères mes costards rapportés d'Angleterre, pour qu'ils les copient ou les retapent à nos critères. Ils faisaient ce qu'on leur demandait. Et même, ils nous faisaient crédit : c'étaient des malins !" De cette alchimie symbiotique est sortie la coupe Renoma : veste cintrée à revers larges, aux fentes profondes et aux épaules étroites, rigoureuses, presque "pagode" ; pantalon droit taille basse ; le tout moulant, collant même, gainant les corps adolescents d'une carène sensuelle, constituera l'uniforme de l'ère minets. "On se demandait comment ils faisaient pour bouger !" Flairant la tendance, Maurice a choisi des tissus "qui se trémoussent : tricotine, gabardine, flanelles...", mais ne s'interdit pas de puiser dans les magasins d'ameublement. Du jamais vu ! "Le plus fort, c'est que je ne maîtrisais absolument pas la technique. J'ai fait cela en amateur. Je parlais de ce que j'aurais porté moi-même." Restait à l'imposer aux autres. Casser les tabous vestimentaires décrétés par les parents et les tailleurs traditionnels, comme le vert "qui porte malheur" et les vestes courtes "qui font des



Que vous soyez  
**HOMME**  
**POLITIQUE**  
OU  
**ARTISTE**

jeunesse et la décontraction des vêtements (un vendeur ressemblant à son client).



Costume en velours à l'ère à l'italienne.

Jean Schaeffer, l'un des dirigeants de Renoma, maison tout récemment installée à Nantes sur 11, de la rue Coetzer-carpe, nous déclare :

« Nous nous voulions à la tête de la révolution vestimentaire, notre design correspond à la nouvelle morphologie de la race. Les jeunes Français ressemblent à Gregory Peck et Gary Grant. En habillant les jeunes avec élégance originale, nous avons également rajouté les générations suivantes. Notre programme est très simple : agrandir les poches, rétrécir les grands. C'est une question de proportion ».

Le magasin Renoma se distingue de la masse des magasins conventionnels par les couleurs de la décoration, la



Un air de l'air et l'air en large.



Un air de l'air et l'air en large.

tant par le rouge cerise, le jaune citron, le bleu du ciel, le vert mangou, le jaune d'œuf, le bleu de Tenore, le bleu roi et tous les gris des ciels au-dessus de la Bretagne, et tous les verts du Kentucky, et tous les ocres de l'Arizona. C'est la révolution du coloris.

Certains costumes Renoma sont faits dans un velours de rêve qui n'a ni côtes, ni lustre : cela ressemble à une peau rasée qui prendrait les reflets au petit comme l'eau d'un étang. La dernière commande de Val Bryson chez Renoma est un smoking en velours noir à col indien se fermant par deux grands revers très plats.

Renoma compte parmi ses clients : Belmondo, Christophe, Johnny Hallyday, Zagari, les Elx Debré, les Elx Mitterrand.



Renoma compte parmi ses clients : Belmondo, Christophe, Johnny Hallyday, Zagari, les Elx Debré, les Elx Mitterrand.

les fils Mendis. Son rêve est prodige habiller un jour le Chef de l'Etat. Quant à la qualité du tissu, Renoma est formel : elle a une importance capitale. Pas d'esthétique raffinée, pas d'élégance réelle si le tissu n'est fait de fibres naturelles et nobles. Tous ses vêtements sont réalisés en pure laine vierge garantie.

Pour combler ceux qui voudraient être hippies et se prévenir, pour des raisons professionnelles, venir au bureau qu'en veston et cravate, Renoma a créé en France le caleçon américain à bretelles. Premier nobleur : Valéry Giscard d'Estaing. Depuis ce jour, le vente des caleçons blancs aurait baissé de 10 %.



**Maurice et Michel Renoma premiers au Hit-Parade de la mode**



Le fils de Patocho.

10 heures du matin, à deux pas de la République, rue Notre-Dame-de-l'Assommoir, une petite boutique de tailleur; sur le pont (en stationnement interdit); avec chauffeur, une MG. Nous cherchons les frères Renoma (21 et 23 ans), mais vous des fils à papa du XVI<sup>e</sup>. « Vous essayez le blazer de Laurent ? Il est « terrible » avec ses épaules à l'Amédée ! »



Le fils d'un général.

« Notre secret ? Une ligne jeune, bien sûr. Prés du corps, veste assez longue, petits revers, basques évasées, pas de pinces sur le devant du veston, des pantalons de 22, 23 centimètres avec revers de 4 centimètres.



Le fils d'un général.

**Numéro un avec Pétula**

TF 1 20 h 30

Il a obtenu l'air d'un jeune homme comme à lui avec ses traits, ses cheveux tout mouillés, ses yeux qui brillent, son air de jeune homme qui a tout fait pour être aimé, son air de jeune homme qui a tout fait pour être aimé, son air de jeune homme qui a tout fait pour être aimé...



Le Smoking de Baggio.



Le Smoking de Baggio.

Le "roi" Patocho à New-York où il était le beau jeune d'un club professionnel "Common", qui s'efforce de populariser le ballon rond au pays du petit ballon ovale. Mais c'est à Paris qu'il a brillé.

**LE ROI "PELE" S'HABILLE**

vous remercions la société Renoma, et sa boutique située au 121 bis, rue de la Pompe, 75016 Paris, d'avoir « habillé » très classe, Roberto Baggio à la « une » de notre dernier numéro. Chemise blanche, œufs papillon et smoking ont bien supporté le voyage Paris-Turin-Paris. Le montage de cette photo avait d'ailleurs provoqué, au centre d'entraînement de la Juventus, le 10 décembre dernier, un grand moment de curiosité chez les journalistes italiens présents. Et dans la Gazzetta dello Sport, le grand quotidien milanais, du lendemain, on pouvait lire que « Roberto avait posé à la « une » de Crise Modestini avec une réplique du trophée.

« Vous voyez les premières prises de vue d'un film qui fut consacré Frédéric Reichelbach et qui produit Claude Lelouch, il profite de son séjour parisien pour renouveler sa garde-robe.

Edouard Aranda de Nascimbeno (Pato, à l'Etat civil) ne se distingue pas seulement sur les stades (il est à la ville l'un des hommes les mieux habillés du monde et tient à le rester.



Le Smoking de Baggio.

**Débuts de « RENOMA » au cinéma**

On l'a annoncé plusieurs fois, et les images ont été projetées souvent à la télévision - américaines. Mais cette semaine l'événement devient officiel : Renoma fait ses débuts au cinéma.

Dans « Le Lagon Particulière », Michel Béranger a tourné une séquence rue de la Pompe avec Renaud Verly, son principal interprète : il s'agit d'une scène d'essayage en intérieur, avec Michel Renoma dans son propre rôle d'animateur, et d'arbitre des « élégances » parisiennes. D'ailleurs, pour les « jeunes » de Jean-Pierre Badoir, ainsi que pour les fans du cinéma, de la télévision et du music-hall, un samedi, après-midi, chez « Renoma » rôtis en peu le goûter traditionnel de Gilberte Bismont.

Signalons encore une contribution du baroque né chez « Renoma » à l'ORTF même, où l'émission de fin d'année consacrée au réveil et tournée par Michel Taittinger représenta une débauche somptueuse de costumes.

A l'approche des fêtes, les vitrines offrent de véritables « light-shows » permanents, où plus d'un opérateur aurait pu

**モーリス・レノマ**

モーリスのエスプリ解放

On l'a annoncé plusieurs fois, et les images ont été projetées souvent à la télévision - américaines. Mais cette semaine l'événement devient officiel : Renoma fait ses débuts au cinéma.

**Monzon : boxeur acteur et mannequin**

Monzon est un touche à tout, Boxeur exceptionnel, acteur de cinéma au physique qui ne laisse pas indifférent il est maintenant mannequin. Depuis hier, et pour 24 h, Monzon est à Paris. A ses côtés sa compagne, celle qui partage maintenant sa vie : l'actrice Susanna Gimenez. La Belle et le Boxeur ont présenté la collection Renoma, l'une aussi à l'aise que nous les professionnels, l'autre que sur un ring ?



petits torsos". "Nos vêtements étaient très près du corps, parce qu'ils étaient vraiment faits pour les jeunes. Après quoi tout le monde a voulu les porter." Un requin mange un mérou qui gobe un maquereau, lequel digère un gardon qui venait juste d'avaler un hameçon... Au bout de la canne à pêche se tient l'heureux bénéficiaire de cette prise multiple : Maurice Renoma. Promu confectionneur, l'infatigable jeune homme a d'abord dragué les chefs de bandes, et "quand vous avez le leader, les autres suivent". Les Brummel du Drugstore ont donc ouvert la voie aux preux de la Muette, aux zélotes de Molitor, aux chevaliers du snack Saint-Lazare... Qui entraînent à leur tour l'innombrable tribu des minets, dispersée dans les boîtes à bac et les lycées du Grand Paris. Monsieur Renoma père ne sourit plus de ces "costards pour ramoneurs", si dense est la foule des teenagers qui trépigne à présent dans ses murs. "Les gens voulaient tout avoir tout de suite, explique Maurice. On a commencé par faire un costume en dix jours. Puis il en a fallu quinze. Après, j'ai constaté l'embouteillage : nous vendions trop." Avec sa baguette de sourcier, Maurice Renoma vient de révéler que les *baby-boomers*, loin d'être un simple agrégat de casseurs névrosés, forment le noyau actif d'une galaxie de consommation, dont le potentiel –incalculable– est encore en friche.



Ce glissement d'époque sévit déjà sur un autre front : la musique. Si baladins et pythies chevrotantes hantent toujours les caves à chansons du Quartier Latin, la jeunesse a besoin de rythmes. Les premiers rock avaient choqué. Ils relèguent à présent le jazz au rang de discipline cérébrale. Peu importe si les pionniers –Annie Cordy, Richard Anthony...– ne font que franchiser les tubes américains. Le Golf Drouot sera le berceau de la vague yéyé. Fusionnant les bandes du snack Saint-Lazare et du square de la Trinité, cette boîte occupée par un golf miniature et qui ferme à une heure (Maurice ne s'en plaint pas : il n'a la permission que de dix heures), réunit les teenagers dans une ambiance bon enfant, sous l'œil compréhensif de son barman, Henri Leproux. Repaire de "pépées" choucroutées et de copains fils de famille, fameux pour ses longs slows, cette "maison des jeunes et de leur culture", selon le mot de François Jouffa (*Les Années Yéyé*, éditions Michel Lafon), était aussi "le seul endroit, raconte Maurice Renoma, où les jeunes arrivant de province jouaient devant un public. J'y ai croisé Dutronc, Halliday, Gene Vincent, les Chaussettes noires... C'est toute une jeunesse qui explosait là." L'ancien batteur des Pirates, Michel Oks, se souvient que Johnny Halliday ("il était mon meilleur ami") venait le chercher en Vespa pour aller au Golf :



"Johnny ne chantait pas encore". Il y chantera. Tout comme Eddy Mitchell (qui travaillait en face, dans une banque), Dick Rivers, Sheila, Moustique et bien d'autres... Le public du Golf génère même une bande à son nom, vite qualifiée de "péquenots" par les drug-storiens, et qui se retrouve, à la fermeture, au fast-food Wimpy d'à côté, ouvert par un certain Jacques Borel. Les filles les surnomment "les gonflants" : "ce sont les minous les plus horribles, les plus vulgaires qui puissent exister. Ils sont blonds décolorés et se frisent au fer électrique. Ils se crépent, ils se font des gonflantes immenses... avec une mèche qui tombe bien bas. Ensuite, ils se mettent du fond de teint."

À ces bricoleurs navrants, Maurice Renoma préfère la compagnie des vrais garçons coiffeurs. "C'étaient des jeunes qui travaillaient déjà et qui gagnaient pas mal d'argent : ils le dépensaient pour s'habiller." Sa rencontre avec Jean-Marc Maniatis date de 1961. Elle a lieu au cours du dîner annuel où Marcel Bleustein-Blanchet invite les jeunes espoirs. Au Golf Drouot ou au Bus Palladium, trop ado à son goût, Maniatis préfère se faire connaître dans les discothèques huppées qui fleurissent à Paris : Castel, la Pergola de Régine... Un autre monde. "La décontraction recherchée de la mise, la coiffure, la précision du rasage, toute l'apparence était primordiale, explique le coiffeur.

#### les licences :

Certaines se sont créées, d'autres se sont défaites, mais j'ai toujours fait en sorte qu'elles soient respectées. Le message de l'avant-garde ne passait pas partout, en tous cas pas de la même façon à Grenoble qu'à Los Angeles. En outre, le plus difficile est de contrôler le produit et de vérifier qu'il soit bien livré. De nos jours, les marques ont leurs usines en propre, leur distribution intégrée. C'est un autre monde, où les boutiques sont livrées clés en main. Je ne voudrais surtout pas être industriel car je n'en ai pas les qualités. Il faut être très rigoureux, et dans la mode, on ne peut pas être rigoureux.

Celui qui manquait la mode était un ringard."

À l'inverse, on peut étouffer sous le succès. En 1963, il devient patent que la caverne d'Ali Baba du Temple, trop exigüe et dépourvue de cabines d'essayage, est un anachronisme. Son coupeur et ses trois tailleurs ne fournissant pas plus de cinquante costumes par mois, la seule issue devra consister à louer à des fabricants-diffuseurs, moyennant royalties, la recette magique des jeunes et la marque –on ne disait pas encore la griffe– qui les fait courir. C'est le système révolutionnaire des licences, inventé par Pierre Cardin et qui commence à faire sa fortune. Maurice Renoma avait-il déjà, comme il l'affirme aujourd'hui, ce projet tout casqué en tête ? S'il veut bâtir un tel empire, le plus urgent –pour l'heure– consiste à garantir le sérieux de sa petite entreprise en lui offrant un local plus digne... Si possible en l'embourgeoisant, car les petits messieurs de l'ouest n'osent avouer à leur parents qu'ils s'habillent à deux pas de la place où les "cocos" concluent leurs défilés...

"La clientèle est là où il y a l'argent. Je savais donc où je devais aller : au plus près de Janson de Sailly." Fort Knox de l'argent de poche des 16-24 ans, cet établissement du seizième arrondissement est aussi le phare des élégances lycéennes. Proche de La Muette et de sa bande, il regroupe les trois quarts de la jeune





clientèle des frères Renoma –une clientèle que le flux tranquille de la rotation scolaire peut renouveler à l’infini, pour peu que les deux frères continuent de lui servir la croûte du gratin. Fort de cette martingale infaillible, l’enfant du troisième arrondissement se lance sans hésitation à l’assaut d’un donjon du conservatisme, où sont pendues les clés de la fortune et du pouvoir. “Ne connaissant pas le seizième, je me promenai dans la rue de la Pompe et la trouvai déserte. Et je remarque une boutique d’antiquaire. Je me suis dit : c’est là !” On l’avertit : “Ouvrir un magasin dans cette rue, c’est de la folie : c’est un quartier mort. On ne peut rien y vendre.” Mais la chance est là. Comme par fait exprès, Maurice se découvre avoir pour client le propre fils du syndic de l’immeuble. “Le lendemain matin, je suis parti avec les clés de la boutique. L’antiquaire m’a dit : j’ai soixante-dix ans, je ne souhaite plus continuer. Moi, j’ai confiance en vous : voici les clés. S’il le faut, vous me paierez dans deux ou trois ans.” Le vieil homme ne se casse pas la tête. Son jeune interlocuteur a beau débarquer de Mars –la confection du troisième arrondissement–, l’antiquaire possède un sixième sens pour pressentir la rareté des choses. Sans rien savoir du petit tourbillon de mode qui auréole les Renoma, il a décelé la flamme du succès. Et, tout comme Bonaparte rétrogradait, à

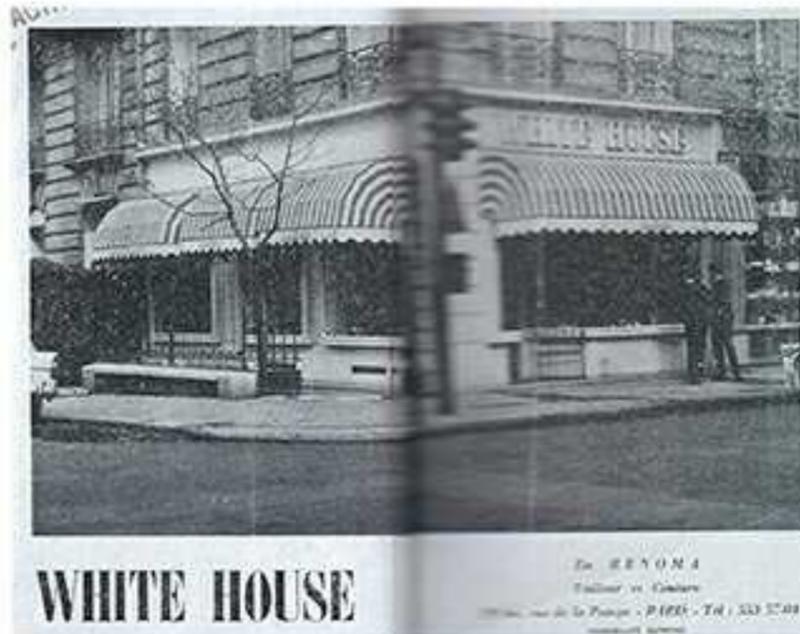


l’inverse, ses généraux marqués par la déveine, ce monsieur s’en remet à celui qui respire la chance. D’autant qu’il aperçoit la silhouette rassurante de monsieur Renoma père, qui apporte des petits capitaux venus d’un peu partout...  
Il est vrai qu’en 1968, Maurice offrira au magazine *Entreprise* une version leste de cette saga : “Toute la rue de la Pompe étant alors à vendre à des prix très abordables, nous nous sommes installés en face, chez un décorateur, puis dans le magasin de quincaillerie contigu”. Il faut savoir contenter les lecteurs des journaux, toujours friands de jolis contes... Toujours est-il qu’en 1963, un commerce en travaux ne passe pas inaperçu dans ce bastion du XVI<sup>e</sup> résidentiel. Les badauds s’interrogent un instant, puis passent leur chemin. Ils ont tort. Sur les bancs de Janson de Sailly, leurs enfants savent déjà tout. Les frères Renoma ont suractivé le bouche à oreille, cet indispensable radio-débrouille des adresses underground, qui leur avait tant réussi à leur précédente adresse : distribution de cartes de visite, rabatteurs influents, etc.  
Le 23 octobre, le rideau se lève sur quarante mètres carrés, doublés par la même surface en sous sol. “Comme j’aime le billard, j’en avais placé un dans l’entrée : il mangeait toute la place. Le décor était assez poétique, bien travaillé. J’ai disposé des tentures



rouges, des fauteuils et de la moquette vert vif, pour obtenir une sorte de salon d'hôtel anglais dans un goût très cosy." La coupe italienne, qui avait marqué la fin des années cinquante, s'efface désormais – et pour trois décennies – devant la coupe anglaise. Renoma sera la tête de pont parisienne de Carnaby street. Mais en cette année 1963, la rue de la Pompe est loin d'être tout à fait mûre pour les folies du *Swinging London*. John Fitzgerald Kennedy, le président aux dents blanches, a renouvelé l'aura de l'Amérique en offrant une icône jeune et sexy du pouvoir. Traditionnels, mais non conformistes, ses costumes étroits sont devenus le nouvel uniforme des jeunes et les journaux offrent en prime à Jean Lecanuet, Rouennais au sourire inoxydable, le surnom de "Kennedy français". Empruntant cet auguste patronage, la boutique du 129 bis choisit pour enseigne le nom de White House. John Kennedy n'y survit probablement pas, puisqu'il se fait tuer dès le mois suivant. Les Renoma, eux, conservent leur Maison Blanche. Ils attendront des années pour lui substituer leur propre nom...

Sans le concours de l'Amérique, en effet, les débuts de White House auraient tourné à la catastrophe. La chronique adolescente de l'époque parle d'un personnage nommé Franklin Souhami, et doué, selon



Philippe Labro, d'"une divine perception du goût des gosses : on compte bien une centaine de boutiques nouveau genre, qui ne se seraient jamais montées sans son conseil, ses idées, son concours." Les frères Renoma respectent ce dandy gracieux et cultivé, issu de la bande de la Muette. "Franklin fut le premier à importer les chemises à double boutonnage de col. Pour les chaussures, il était le plus top : c'est lui qui a lancé Burlington et Sisley. En général, d'ailleurs, il avait tous les produits qu'il fallait : chemises en python, chemises à chevrons avec pincés et triplures, etc." Accord est pris : les chemises de Franklin Souhami feront l'ouverture de la rue de la Pompe. Mais soudain, ce pape de la fringue réalise que son créneau est trop petit pour deux. "Deux jours avant l'ouverture, raconte Maurice, il ne me livre pas ses produits : il les offre à la concurrence." Un moment sonné, Maurice réfléchit, puis prend un billet pour New York. "Le lendemain, j'étais là bas chez Eagle, Arrow, Manhattan..., et j'achetais dix mille chemises à dix francs pièces. Qui ont fait un malheur !"

Chaque mois qui passe maximalise le succès... Préfigurant les global stores des années quatre-vingt-dix, la conviviale White House est devenue un rendez-vous où l'on cause et l'on s'amuse, géré par le très liant Michel Renoma. Sans oublier de puiser dans



Val Brysner et Michel Renoma, 1970

les porte-monnaie... "J'avais disposé deux miroirs, des casiers et des rangs de costards. Nous habillions sur-mesure derrière le billard." Concession probable à monsieur Renoma père, ce service désuet disparaît bientôt, car "tout se passait au sous-sol, où l'on pouvait choisir son costume pour l'emporter aussitôt." On ne s'en faisait d'ailleurs pas faute... "Ils sont tous venus : les types du Drugstore, ceux du Golf, et les autres... Les gens repéraient un costard dans la rue et demandaient : ça vient d'où ? Et comme il n'y avait pas mille-endroits où se fournir, nous les avons vus arriver. Cela a fait une extraordinaire boule de neige. Je vendais jusqu'à cinq cents costumes par jour. Certains jours, la file d'attente allait jusqu'au Stella, la brasserie de l'avenue Victor-Hugo. Nous avons vite fait un chiffre monstrueux !"

Le *Kennedy look* a fait sauter la caisse enregistreuse. Transcendant les fantaisies vestimentaires –forcément modestes– du président des États-Unis, ce nouvel uniforme appartient en propre aux étudiants américains. Mocassins surpiqués (où l'on cale, bien en vue, la pièce de monnaie qui paiera le ticket de bus), chemise Oxford sur jean, et veste légère à trois boutons. Cool, urbain, rayonnant de respectabilité juvénile, bref, très seizième relax. Détail de mode : la veste et la chemise peuvent être en madras. Les deux frères les

**constantes :**

Depuis mon plus jeune âge, j'ai toujours cherché à réaliser ce que j'ai fini par réaliser : lancer un style et une marque de qualité, de mode, et de style, qui exprimerait ma façon de voir. J'avais ce but et j'ai écarté tous les obstacles qui se présentaient. Lorsque vous conduisez une voiture, il vous est impossible de tout voir, mais l'inconscient le fait pour vous. Mon outil étant l'art, j'ai donc cherché à créer une image. Car mes sens premiers sont le toucher et le regard. La familiarité des tissus. Mais aussi l'art de saisir les choses. De les casser pour les assembler de façon cohérente. Tout est déjà là, en effet, il suffit d'assembler.



proposent donc en vrai madras... Un madras qui rétrécit dans le lave-linge, avant de dégorger une eau très sombre... Au premier effort ou par soleil trop vif, les glandes sudoripares dissolvent ses couleurs sur le jeune buste du propriétaire, pour la plus grande joie de ses copains de plage. Maurice Renoma s'en amuse encore : "Nous avons vingt ans et c'était merveilleux !" Concomitamment au madras repris des USA, White House s'attaque au blazer anglais, triste compagnon du pantalon de flanelle grise dont les bourgeois affublaient jusqu'ici leur progéniture, et dont la version écussonnée avait servi d'emblème aux bandes. Les deux frères l'accommodent à leur sauce : ils vendent l'écusson à part, étriquent les épaules pour rendre le blazer glamour et plus près du corps. Bestseller, il fait leur fortune.

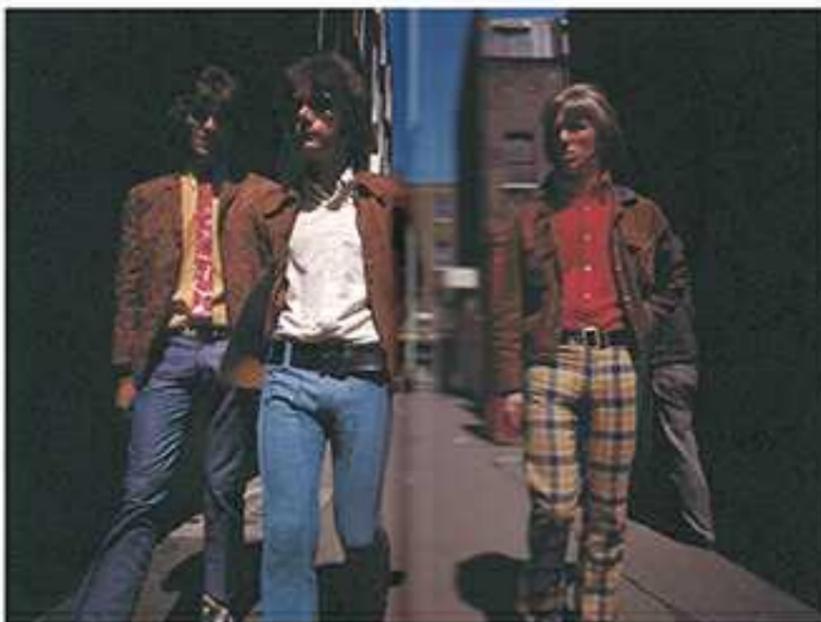
Confirmant les prédictions de Maurice, le seizième, cet arrondissement du bout du monde, s'est révélé une terre promise. "Les jeunes y disposaient d'un potentiel infiniment plus grand. En revanche, ils avaient plus de mal qu'ailleurs à faire tout accepter par leur famille. Et nous leur proposons quand même des couleurs assez hard. Certains devaient refaire leur coiffure et se changer avant de rentrer chez eux. Quand ils recevaient à dîner, les parents n'osaient même pas présenter leur fils : il rejoignait la cuisine



par l'escalier de service, puis directement sa chambre." Bien vite, la vague s'enfle et l'on accourt de tout Paris. En voiture de sport, bien entendu. Bien qu'on tolère la Harley Davidson ou la Triumph Bonneville, les MG et coupés Mercedes tiennent le haut du trottoir. De temps à autres, une Rolls débarque sa cargaison de petits minets sous l'œil attendri du chauffeur. "Des fils de ministres, de présidents de sociétés... La jeunesse dorée nous a offert une déferlante extraordinaire. Ils arrivaient avec leurs belles voitures et leurs jolies nanas. C'était déjà un autre monde. Ils témoignaient d'un élan de consommation centré sur les vêtements. À croire qu'ils ne pensaient qu'à ça. Ils étaient déjà, avant la lettre, des *yuppies*. Ces *yuppies* yéyés incarnaient la réaction contre l'intolérance d'une jeunesse qui, en attendant Mai 68, se traduisait dans le langage vestimentaire."

Pour tous les autres, le lèche-vitrines avait un goût amer. Plus de trente ans après, ils en ragent encore : "Les Renoma calibraient leurs prix pour les fils à papa !" Maurice s'en étonne : "Les gens pensaient sans doute que nous vendions cher. Pourtant, un costume équivalait chez nous à deux mille cinq cents de nos francs actuels. À l'époque, je court-circuitais les grossistes en travaillant en direct avec les fabricants. Je faisais faire mes tissus, je les déposais dans les

Jean-Philippe Charbonnier, Carnaby Street, 1965.  
© Rapho / Top.



ateliers et nous recevions les costumes finis." Maurice Renoma récupère des fins de série –préfigurant ainsi, sans le savoir, la vogue actuelle des éditions limitées. Ravis d'afficher leurs créations dans ce qui devient très vite un temple de la mode, les fabricants lui offrent des tissus. "Je grattais tout."

Les coups de feu devenant la règle, la famille se serre les coudes. Pendant que l'invisible Maurice combine, affine les stratégies, choisit les tissus et visite les fournisseurs, Simon Renoma veille au grain et surveille son monde. Michel, le fils aîné, s'est réservé l'animation de la boutique. À l'heure où ses homologues s'appellent encore Andrew ou Raymond et portent bien en vue leur chevalière, ce jeune "farfelu" irradie de chaleur dans l'accueil des clients, les conseils lors des essayages, les étreintes de paluches et autres serrages de coudes, exercices favorisant la circulation des espèces sonnantes et des idées neuves, sans lesquels aucune boutique ne reste longtemps à la mode...

Et en 1964, la mode vient de Carnaby Street. Maurice part donc à Londres. Il y découvre la révolution vestimentaire qui s'annonce, sous l'égide d'un groupe dont le nom seul fait chanceler les filles : les Beatles. Costume étriqué sans col porté sur des boots pointues, coiffure au bol d'étudiants sages, les *Fab Four* proposent, à travers leurs mélodies suaves, une version



Le "roi" Pelé chez Renoma, 1972

gentiment grand public des Mod's, ces tribus des quartiers populaires fous de fringues multicolores, de castagne et de rythm'n blues. Maurice Renoma observe, ausculte, refuse les joints qu'on lui offre ("moi, je suis avant tout un commercial"), et revient avec quelques emplettes.

Dès qu'il sent la situation mûre, le traqueur de modes lance plusieurs collections de costumes cintrés en velours. On s'étonne : qui utilise encore le velours ? Et qui voudrait de couleurs pareilles ? Du vert, du grenat, du violine même, que le vendeur de White House conseille d'assortir avec des mini-pulls shetland aux teintes violemment acides, comme le bleu ou le rose layette... Au fil des rues en noir et blanc, les bourgeois enfouis dans leurs couleurs sourdes grommellent : "pédés !" Les homosexuels crépitent d'envie, c'est vrai, pour ces tenues aux couleurs de bonbon. Mais au royaume de la provocation, tous les autres s'en voudraient de leur céder la place... D'abord timides, les ventes gonflent pour s'installer durablement dans le superlatif. Uni, milleraie, côtelé ou caviar, le velours devient l'un des tissus fétiche de Renoma.

Haussant les épaules, changeant les *padding*s, allégeant, restructurant en un *crescendo* savant, Maurice a fait exploser le costume masculin et l'a sorti de ses tabous. Désormais, rien n'est plus comme avant. "Ce

#### le marketing :

Pour ce qui me concerne, il n'est pas directeur. Je suis du côté de la mode. D'où mes dissensions avec les industriels : je travaille pour l'art, et eux pour leurs biftecks. Je n'ai pas les mêmes besoins que les grands industriels qui ont trois cents magasins, des charges et des obligations. Je ne souhaite pas que les représentants m'imposent leurs vues. J'essaie d'être libre dans mon métier.



que je regrette le plus, confie-t-il, c'est d'avoir détruit beaucoup de tailleurs de quartier. On les a démodés : ils ne pouvaient pas suivre, enfermés qu'ils étaient dans leurs bouquins. Car la mode, elle, venait de la rue. Et nous montions de la rue..." Ailleurs, il n'existe toujours pas de vêtements pour jeunes. Les créations de Pierre Cardin pour l'homme sentent trop la couture. Ted Lapidus habille l'employé sage de trente ans. Bidermann confectionne trop souvent derrière le rideau de fer, et ce qu'il en résulte est parfois brejnévien. En attendant l'explosion de New Man, dans les années 1966, Renoma règne seul. Ou presque, car en 1964, un vieux routier de la mode homme, Jean Bouquin, a rejoint la rue de la Pompe pour ouvrir boutique à six numéros de là, sous une enseigne très tory : Mayfair. Un an plus tard, un troisième larron -Harvard- s'installe à proximité de Janson de Sailly. Et bientôt, les vitrines pour teenagers prolifèrent dans cette rue désolée de l'ouest. Jusqu'à déborder largement sur l'avenue Victor-Hugo. Même si les prix qu'on y pratique sont incomparablement plus "seizième", la menace a de quoi inquiéter. Mais Michel sourit : "le soleil brille pour tout le monde. Et nos clients font la différence." La mode attire la mode, le succès aime le succès. Tant mieux si la rue de la Pompe est en vogue : seul dans un désert, un roi ne règne sur rien...





C'est qu'il devient impossible de les contourner. Cite-t-on l'un de leurs proches concurrents ? On le situe "près de chez Renoma". Vend-il des articles analogues ? Il est dit "style Renoma". C'est un bel hommage, que les deux frères acceptent avec simplicité. "Plus que des modèles, nous avons lancé un style, affirme Maurice. Un univers de vie, encore plus qu'une mise. Une façon d'être bien dans ses vêtements. Le voila, l'esprit Renoma." Mais rien n'est plus volatile qu'un style convoité par tous, et que chacun s'approprie en rêve... Comment le verrouiller ? Ils ont bien déposé quelque temps des modèles, mais leurs créations se renouvellent à un rythme trop vif, leur influence est trop puissante. "Nos clients directs ne devaient pas excéder vingt mille et pourtant, nous gardons l'impression d'avoir habillé toute la France. Il y a vraiment eu une génération Renoma." Car White House est l'antenne de Carnaby Street en France, et la France n'a d'yeux que pour Carnaby Street. Viendront Jean-Louis Scherrer, Giorgio Armani, Gianni Versace, Marc Bohan (Dior), Karl Lagerfeld (Chloé), Yves Saint Laurent même, qui les recommande à la presse... Tous ces couturiers qui dessineront bientôt des lignes masculines, s'habillent pour l'instant chez Renoma. Ils viennent volontiers y humer les tendances, dont Maurice pense avoir retrouvé l'écho, plus tard, dans

**le changement :**

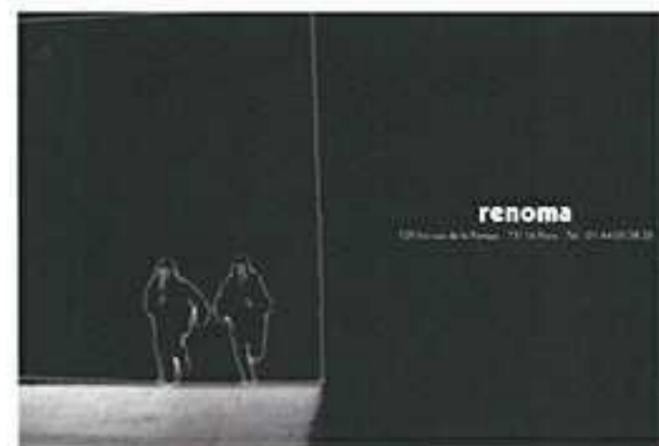
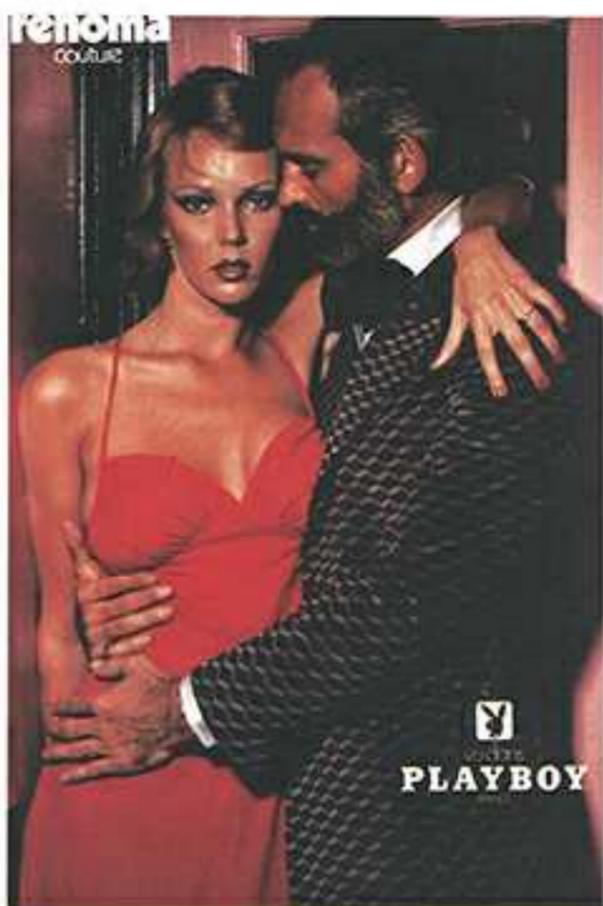
La mode, c'est le mouvement. On vit dedans et il faut changer pour y rester. Certains restent bloqués dans un mouvement. Si un hippie restait hippie, il vendait son passeport pour vivre aux Indes. Pour ma part, je ne tiens pas à conserver trop longtemps une image. Si quelque chose marche, je l'arrête. Pour ne pas me retrouver comme Burlington "qui fait des chaussettes", ou Burberrys "le créateur de trench". Quand le blazer a marché, j'ai vite arrêté, sinon nous n'aurions fait que cela. Pour moi, Renoma est avant tout un univers. Ce n'est pas le vêtement qui s'élève, c'est l'homme qui fait le vêtement.



leurs vitrines. Les frères Renoma sont l'indispensable référence du chic masculin de Paris.

En 1965, Lyndon Johnson bombarde le Nord-Vietnam. Puis c'est l'affaire Ben Barka et la réélection du général de Gaulle. Un an plus tard, Mao lance ses gardes rouges à l'assaut de la Chine. Électrisés par tant d'actualité, les journaux penseraient offenser leurs lecteurs en se faisant l'écho de spasmes impubères. Difficile, pour autant, de le taire : le tout-yéyé campe chez deux plaisantins, au fin fond de l'ouest. *La Voix des poètes* se fend d'une ode : "Frères qui eûtes le génie / De réveiller l'ardeur coquette / Des Adonis en léthargie ! (...) Velours dorés et chemisettes / Twoods éclatants, folles casquettes / Complets de rêve en alpaga..." *L'Aurore* conseille d'y croiser Nino Ferrer et Catherine Deneuve, Françoise Hardy, Dutronc, Jane Birkin, les Beatles, Yves Robert, Serge Gainsbourg, Antoine, Christophe, Paul Wermus, Jean-Paul Belmondo, Georges-Marc Benamou... Qui n'a jamais poussé, un jour ou l'autre, la porte du 129 bis ? "Quand c'est *fashion*, résume Maurice, tous les gens *fashion* sont là, simplement parce qu'il le faut." Pendant que les yéyés gardent les yeux fixés sur Londres, la renommée des Renoma va franchir le Channel. Eric Clapton, alors guitariste des Cream, "veut savoir ce que les jeunes portent en France"







et recommande Renoma : "il n'y a pas en Angleterre un endroit où l'on achète des costumes aussi bien taillés." À chaque escale en France, les stars y font des folies. Un jour, c'est Bob Dylan qui vient s'offrir une panoplie. Un autre, c'est Elton John que l'on voit ressortir avec soixante chemises, ou Bill Wyman, armé de ceintures en croco.

En 1964, White House a doublé sa surface pour atteindre cent cinquante mètres carrés. Deux ans plus tard, elle en totalise trois cents. Ils ne tiennent plus leur chiffre d'affaire : cinq cents millions de francs lourds en 1966. À son tour, leur portefeuille de licences s'emballé. Un magasin à Cadaquès, un autre à Barcelone. S'ajouteront Marseille, Madrid, Abidjan, Bruxelles, Grenoble, l'Alpe d'Huez... "Cinquante points de vente en province, écrit *Candide* en 1967, qui ont vendu vingt mille chemises en un mois. Cinquante pour le Bénélux et vingt en Allemagne diffusent le sigle magique." Mieux : leur empire a désormais un pied à Londres, où leurs "coordonnés" de velours font fureur, un autre en Italie. Rien de plus inaccessible, dit Maurice, que ces terres transalpines, où l'on tient les Français pour les gens les plus mal habillés du monde. Nous y avons vendu à la haute bourgeoisie près de dix mille blazers par saison !"

Encore faut-il approvisionner en tissus cette foule de

visite Renoma au Quers, 1998



licenciés, les former, les conseiller dans leur mise en place, stimuler leur zèle, gérer les stocks... Maurice passe bientôt sa vie dans les avions et s'épuise au travail. "Le succès nous a emportés. Nous étions jeunes, peu nombreux, mal préparés à un envol aussi rapide. Tout s'accomplissait en amateur, pour s'amuser. Mais le diable se cachait partout : dans les dépôts de marques, les recouvrements, le racolage des clients, tout apportait son lot de pièges... Je n'ai pas pu éviter certains... Et cela m'a beaucoup appris." Pour Maurice Renoma, un échec n'est jamais un échec, pas plus que le succès n'est vraiment un succès. "Le succès, je l'ai traqué partout. Et je me suis battu pour le garder. Mais les échecs sont plus intéressants..." Chez Renoma, l'ambiance est "snob" –vingt ans plus tard, on aurait dit "branchée". La petite équipe a engagé comme vendeuse la propre fille de Bao Dai, l'empereur déchu du Vietnam. On rétribue en costumes la bande de copains qui vient prêter main-forte, car la file d'attente s'allonge, désormais, du matin jusqu'au soir. Mais en fait, le travail est souvent amusant. Pour que la boutique, en effet, soit un *happening* total, il faut faire vivre les vêtements. La vitrine est un petit théâtre qui change tous les mois. Cette formule encore inédite surprend, puis captive. On fait le voyage, juste pour voir ce que le duo terrible a encore





inventé. "Vers 1970, j'ai lancé la mode Bonnie & Clyde. Nous avons « mitraillé » la vitrine en y disposant de petits calicots qui suggéraient les trous. Plus tard, à la Noël, j'ai disposé des religieuses, mais là, des gens sont venus tout casser." Car les sulfureux Renoma offusquent le quartier. La greffe n'a pris qu'en apparence : la rue de la Pompe se cramponne à sa morgue. "Pendant que les parents d'élèves de Janson nous citaient en justice, on nous défonçait quasiment les vitrines trois fois par semaine. Notre mode gênait trop : ces actes fachos étaient une façon de nous cracher à la figure." Parfois, les limiers de la police découvrent sur les lieux de "mystérieux" sigles anarchistes. Maurice Renoma concède : "Il y avait aussi certainement des gens qui cassaient pour voler, parce qu'ils n'avaient pas d'argent."

En mai 1968, Maurice accourt de la Côte d'Azur et trouve la boutique close, les vendeurs paniqués. Ouvrez tout, dit-il, il faut vivre ce moment extraordinaire. "Comme on était catalogués plutôt à gauche, c'est l'un des rares mois où la vitrine n'a pas reçu de pavé." Les Renoma peuvent être fiers : ils ont lancé la rue et la rue, désormais, est à l'œuvre. Elle inspirera les révolutions vestimentaires à venir, des tuniques à zip de Ruben Torres à l'antimode gauchiste d'Adolphe Lafont. Les frères Renoma ne sont plus seuls. En

#### la boxe :

Le tennis, le sprint... J'aime à peu près tous les sports. Mais j'ai une affection particulière pour la boxe, qui – à l'instar d'autres activités que j'adore : le billard, les échecs... – est une compétition à deux. M'étant moi-même bagarré dans les affaires, je sais que l'important n'est pas de gagner, mais de s'élever. Pour cela, il faut prendre l'énergie de l'autre et avoir la volonté de vaincre. La boxe est un sport assez bestial, encadré par des règles très strictes. J'ai été spectateur assidu des rings et j'ai même sponsorisé plusieurs matchs. Avec Carlos Monzon, il y a vingt ans. Et surtout le combat Tyson-Douglas, où j'ai eu l'opportunité de prendre un coin de ring. Dès qu'on les connaît un peu, les boxeurs sont intéressants. On s'y attache, on a l'impression de recevoir des coups à leur place...



avec Jerry Lewis, 1974

ouvrant la boîte de Pandore, ils ont libéré une vague multiple et foisonnante – la révolte de la jeunesse – sur laquelle ils devront, désormais, guider leur barque. La permanence du succès a transformé ces révolutionnaires en classiques, "les grands couturiers Renoma," qui habilleront bientôt Pierre Mendès-France, François Mitterrand, les fils Debré et Giscard d'Estaing, les hommes d'affaire, et même les parents de leurs premiers clients. Maurice mettra toute son énergie à casser cette image, au moyen d'une formidable surenchère créative.

Le rythme des collections s'accélère. Une chaque mois, parfois deux, trois ou quatre. Lorsqu'on vend dix mille costumes par mois, il faut aller plus vite que le succès. Maurice est donc de toutes les modes, quand il ne les lance pas lui-même. "Je voulais que le costume soit constamment en changement, dit-il, alors j'ai tout fait." Chinant ses idées dans l'obscurité des cinémas (*Docteur Jivago*, *l'Inspecteur Harry...*) ou la lumière de la rue, au fil d'un livre ou d'un entassement de magazines, Maurice Renoma mouline sa révolution permanente. Vestes en Harris tweed, avec col en cuir. Veste de chasse à plis creux et à martingale. Veste à fleurs, à motifs escaliers, ou léopard. Coordonnés, puis décoordonnés. Costumes en velours de lin, que tout Paris portera. Cravates à carreaux

le champion de boxe Valéry, 1974





### Acte Pulsionnel

En occasion du 50<sup>e</sup> Pitti Immagine Uomo, sarà inaugurata alla Loggia Rucellai di Firenze, la mostra fotografica del francese Maurice Renoma. Voluta e organizzata da Italseta, azienda leader nel settore delle cravatte con cui Renoma collabora da anni, la mostra presenta per la prima volta in Italia oltre 50 foto in bianco e nero che celebrano la figura umana e il corpo femminile.

portés sous des costumes en satin de velours. Pantalons collants en velours viscosé. Dans l'explosion mi-rétro, mi-hippie des années soixante-dix, Maurice joue les artificiers du chic : costume rayé Borsalino ; manteaux de fourrure, ou de python ; blousons de cuir à revers, peints de saynètes en bleu et rose ; macfarlanes en daim ; vestes en velours chenille ; maxi-manteaux à col Bonaparte (à ne pas porter dans les escaliers mécaniques) ; smoking-damier en shantung bicolore ; manteau-couverture ; vestes multipoches Lénine et super-Lénine ; une ligne de bagages à filets que s'arrachera le monde entier... De cette usine à rêves sortent bien des innovations qui ensemencent les décennies à venir, comme le pantalon à poche ticket, les pulls jacquard à motifs figuratifs, les chemises d'homme en crêpe de soie -matière féminine s'il en est-, les patchworks de matières (cuir et velours), le smoking blanc, la chapka en python, les caleçons de soie à motifs, la prolifération des poches appliquées -si pratiques pour égarer ses affaires- sur les vestes, les manteaux, les sahariennes... L'humour à la Wolinsky de Maurice se déchaîne dans les vêtements parfumés (un grand succès qui tourna court, car le parfum tournait), et mille autres gimmicks... Il arrive aussi que parfois, la provocation ne soit pas là où l'on l'attendait. Le scandale occasionné vers 1969

### Ramplimg-Renoma : une même passion



Maurice Renoma a été décoré de la médaille des Arts et Lettres par Charlotte Rampling qui était la présidente du jury du Festival de Paris qui s'est achevé hier soir. (Photo: M. B. / G. B.)

Même la présidente du jury du Festival de Paris et le couturier ont tous deux le même hobby : la photographie

Maurice Renoma a marqué la mode masculine depuis le début des années 60. Il y a apporté la fantaisie et le coloris dans une institution jusqu'alors austère et peu créative. Intimidé et néanmoins heureux de voir ses amis - Jean-Marc Martinat, le diffuseur, Louis Maurin, l'organisatrice de la manifestation - cinématographique, Henri Chaplet, le journaliste - rassembler autour de lui au Festival du Film de Paris qui vient d'achever hier soir au Théâtre du

Grand-Palais, sur les Champs-Élysées, il a reçu l'insigne de chevalier des Arts et des Lettres. La médaille récompense sa jeune carrière de photographe - il se passionne en effet pour le travail derrière l'objectif depuis 1993. « Je suis un modographe », s'amuse-t-il à se définir. Ce qui n'est pas pour déplaire à la présidente du jury, Charlotte Rampling. Lettrée, elle aussi impliquée dans l'art de la photo, a observé le détail des franges de Maurice Renoma, exposés dans le hall du théâtre. Le créateur rejoindra ensuite le Japon pour une expo sur le thème « Renoma story », qui regroupera une sélection de 140 vêtements depuis ses débuts jusqu'à l'an 2000, et l'ensemble de ses photos. A Spirale Ha2, la plus grande galerie de Tokyo, 50 000 visiteurs sont attendus.

C. B.

renoma STORY展  
開催中 ▶ 7/3 ◎ スパイラルガーデン  
←ヴィンテージ・コレクションより

ジェーン・バーキンをも虜にした  
ヴィンテージrenomaを大公開！

70年代に熱狂的なブームを巻き起こしたrenomaのヴィンテージ・コレクションと、ディレクターのモーリス・レノマが選りためている写真作品を中心に、renomaの魅力を大公開。

■ 会場 スパイラルガーデン 会場番号03-3  
458-1171 観11.00  
～20.00 定なし

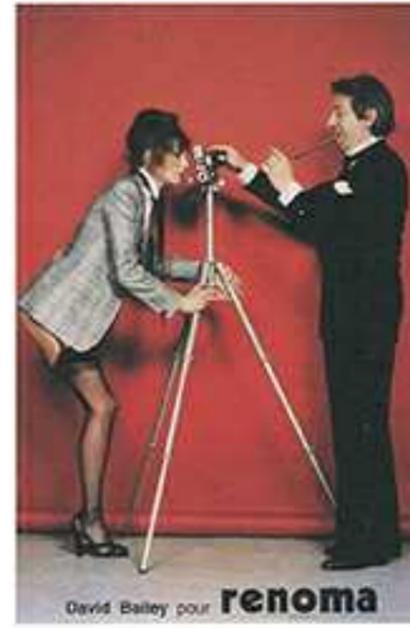
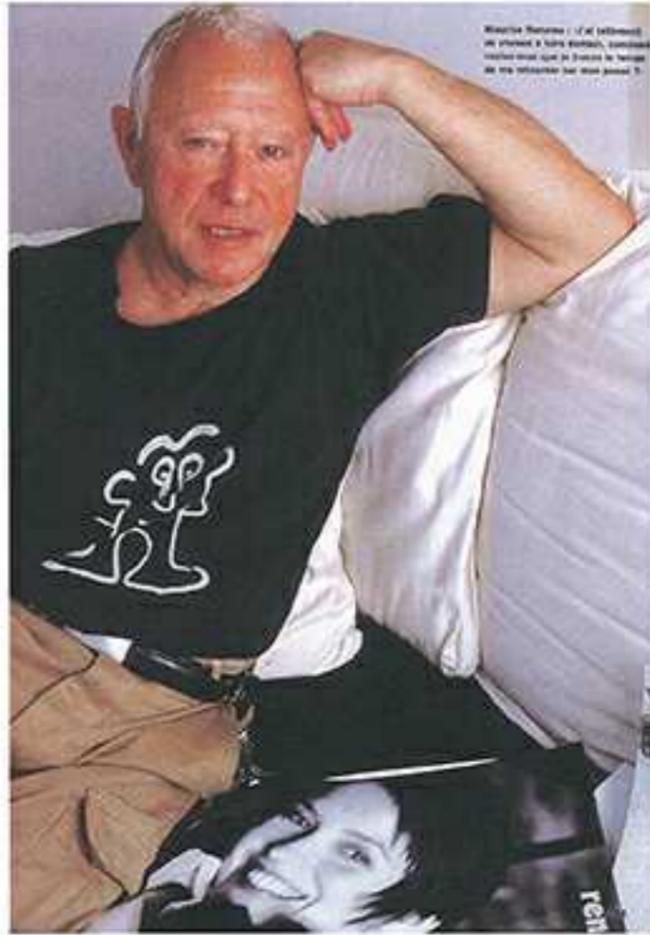
par ses costumes en lin -comment ose-t-on proposer des vêtements froissés ?- fera sourire les publicitaires des années quatre-vingt, qui en feront leur uniforme, et paraîtraient presque d'un classicisme ennuyeux aux adeptes actuels du *tye and dry*. "Tout cela, sourit Maurice Renoma, était quand même de très mauvais goût. Nous avons vraiment créé une mode horrible. Mais elle était portée par des jeunes, et bien portée. S'il fallait la proposer à nouveau, je crois que personne ne pourrait l'assumer. L'homme actuel est à l'aise dans ses vêtements : il n'est plus mode, il est tranquille. Je ne sens plus cette force qui a mené mes amis à tout renverser." Dans les années quatre-vingt, l'icône du doux marginal mystique est fracassée par les enfants de la bulle financière, qui affichent au travers de tenues amples et structurées leur insatiable appétit de pouvoir et d'argent. Tandis qu'émergent des griffes nouvelles, qui seront les institutions du futur (Jean-Paul Gaultier, Thierry Mugler...), les grands noms du passé se replient sur leurs clients fidèles. Renoma s'embarque dans une aventure noctambule en ouvrant un complexe (salon de coiffure, restaurant...) attendant à l'Élysée-Matignon, la boîte "bourgeoise" des Champs-Élysées. On voit de plus en plus Maurice avec Gainsbourg, l'homme à la tête de chou et au verbe

Serge Gainsbourg :  
Ça m'embête de parler des gens quand ils ne sont pas là. Je parle rarement de lui, mais j'écoute ses disques. Nous avons été copains pendant vingt ans, et il m'a donné mes plus grandes rigolades. Il y avait sans arrêt des gags, car quand il était là, il se passait toujours quelque chose. De midi à cinq heures du matin, en buvant dans les boîtes. C'était un môme, et moi aussi. Autant dire que nous pétions les plombs. À l'époque, il n'avait pas encore la grosse tête.

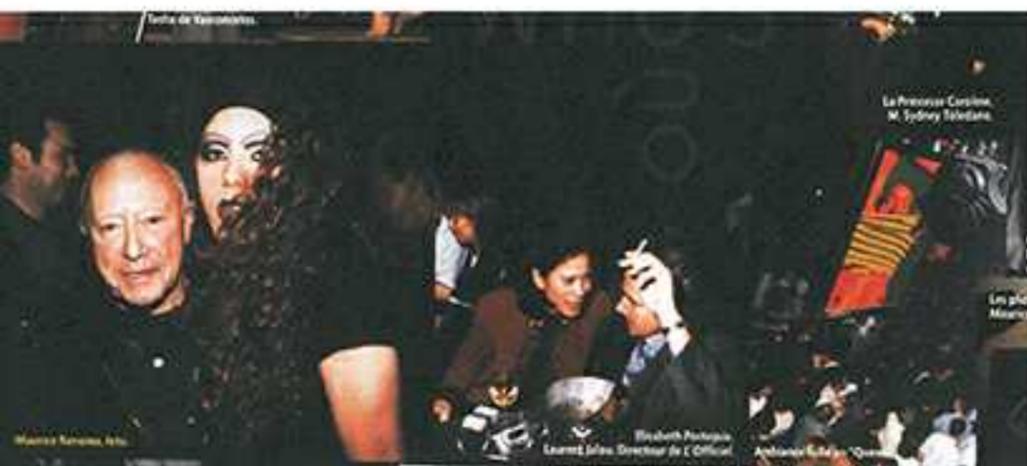


### RENOMA DE PARIS A TOKYO

Maurice Renoma « Festival du film de Paris », au pavillon Elysées, 10 avenue des Champs-Élysées, Paris 8<sup>e</sup>. Du 8 au 26 juin.  
Et « Renoma story : passé, présent, futur », à la Spirale Hall de Tokyo, au Japon. Du 25 juin au 3 juillet.  
Maurice Renoma, Créateur-photographe, est présent sur deux continents avec deux expositions. A Paris, il s'associe au festival du film de Paris et présente ses plus belles photos. A Tokyo, l'expo marie le monde de la mode et de la photo. Maurice Renoma retrace l'histoire de la maison de sa création à nos jours. Une centaine d'images inédites du styliste dont le visuel ci-dessus.



campagne publicitaire pour le Japon, 1975-1985



soirée Renoma au Queen, 1990



corrosif, en compagnie duquel il traque la nuit jusqu'à l'heure où les mentons bleuissent. Lorsqu'il ne fait pas feu de toutes fêtes, Maurice prend pension dans les longs courriers pour stimuler ses licenciés aux quatre coins du globe. En 1980, il pose à Tokyo la première pierre de son empire japonais, qui comptera bientôt six cents boutiques et corners. En marge de l'archipel, il investit la Corée, Singapour et, fort de cent vingt licences internationales, s'apprête aujourd'hui à conquérir la Chine. Ce renouveau de stratégies se poursuit largement tout au cours des années quatre-vingt-dix. Mais entre temps, l'entreprise Renoma s'est offert un virage à cent quatre-vingt degrés en direction du minimalisme. "C'est une mode qui ne se voit pas, tant les formes sont discrètes et simples, mais elle se ressent," explique avec ferveur le dynamiteur d'antan, qui propose, avec sa première ligne Renoma Paris, une collection jeune et *casual* baptisée "Up by Renoma", ainsi qu'une autre plus créative, "400 A", où les matières nouvelles sont à l'honneur. Dès les années 1993, l'inépuisable émotivité du prince de la fringue s'est découvert une autre passion : la photographie. Comme souvent en pareil cas, elle est née d'un incident frustrant : aucune des photos proposées pour son catalogue ne trouvait grâce à ses yeux. Maurice Renoma prit donc place derrière l'appareil



—et y resta. "La première raison, explique-t-il, est que je désire contrôler totalement l'image de Renoma. Ce n'est plus un vêtement, en effet, qu'on achète aujourd'hui, mais un style authentifié par une griffe." Voilà pourquoi il explore, depuis plus de dix ans, l'art subtil de résumer en un cliché l'image d'une marque. "Mais je crois aussi que l'essentiel, dans la vie, est de toujours s'exprimer. La photographie me permet d'aller plus loin. Elle est un art, et j'ai toujours voulu pratiquer la mode comme un art, sans tabous ni *a priori*. Un lien puissant m'unit désormais à la photographie, qui exige de moi beaucoup de sensibilité." L'homme, qui se refuse le titre de photographe, n'est pas devenu pour autant un technicien. Maurice crée ses images comme il a toujours tout créé : en dilettante. Les fragments de jeunes femmes diversement dévêtues, qui s'inscrivent dans des cadrages très soignés, résultent à ses yeux d'un "acte pulsionnel", dicté par ses préoccupations "esthétiques et psychoaffectives". Son eau provient de la même fontaine qui fertilisa ses quarante ans de création. Et qui dit : la générosité du plaisir et l'obstination du goût conduisent au bonheur.

JACQUES BRUNET



exposition  
renoma, 40 ans de création  
au Centre culturel de Boulogne



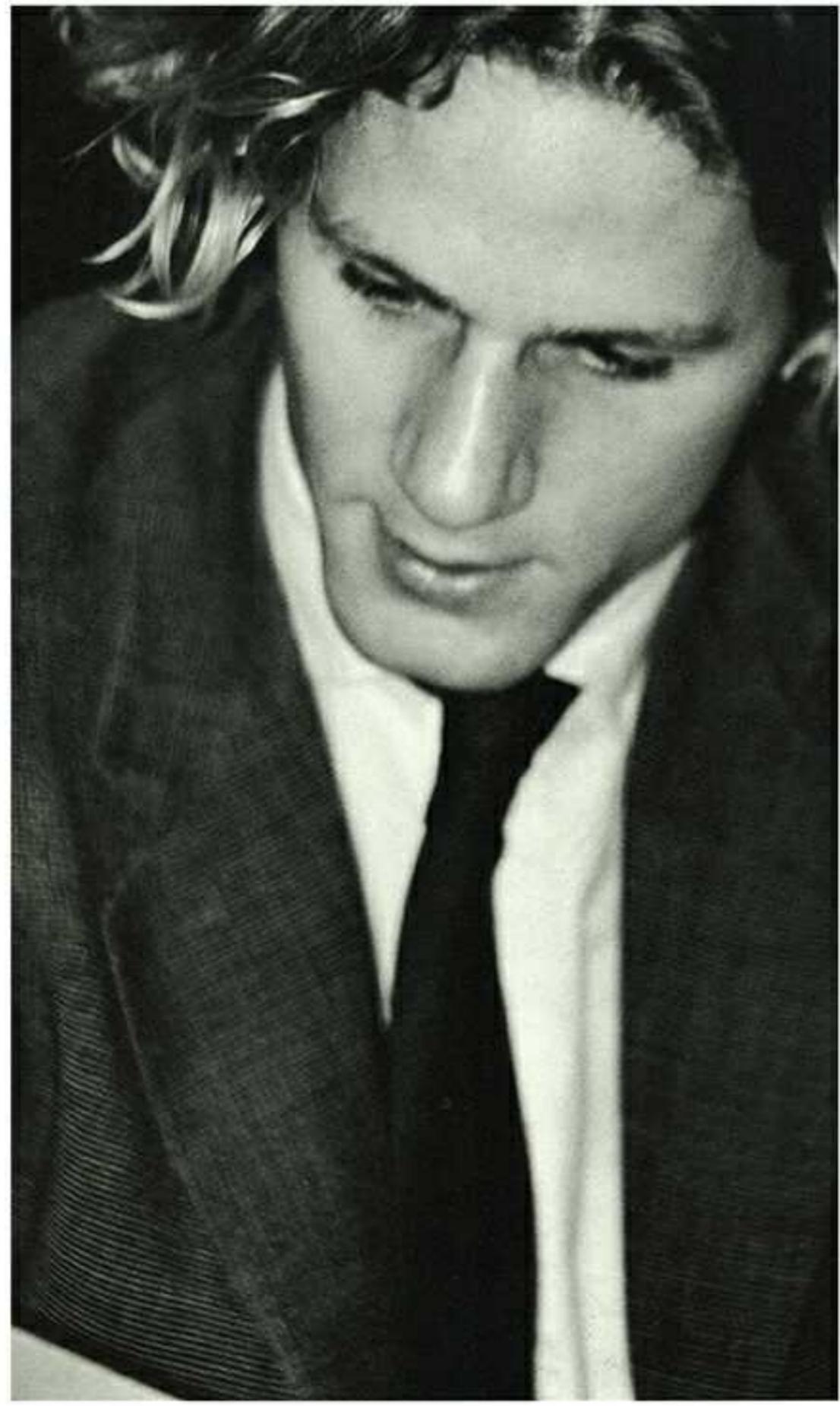
MAURICE RENOMA : EXPOS

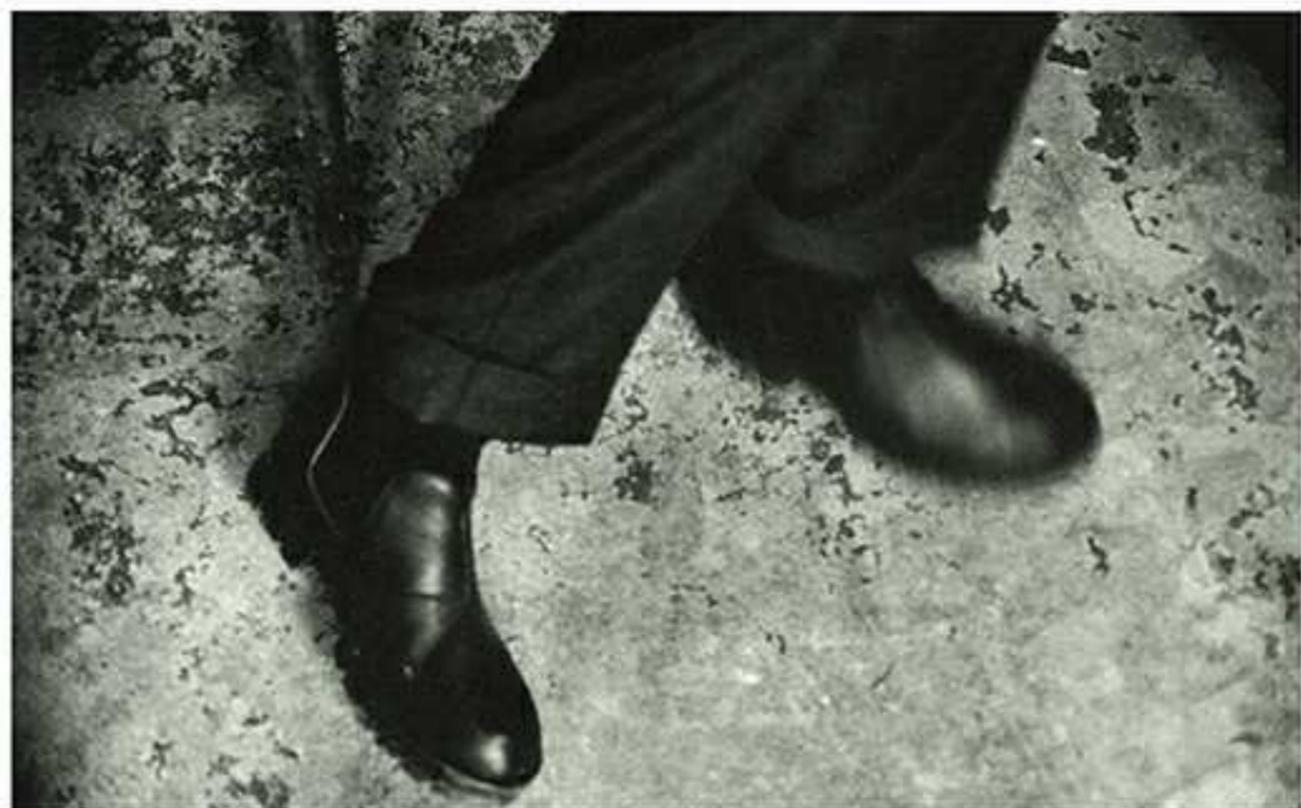
- 1 9 9 3  
Festival du Film de Paris  
le Key's  
espace Kronenbourg  
l'Arc
- 1 4 9 4  
"Renoma Vision"  
les Bains  
Festival du Film de Paris  
Japon  
Singapour
- 1 9 9 5  
"Acte Pulsionnel"  
les Bains  
Picto Bastille  
galerie Pons  
"les Seins Continents"  
Festival du Film de Paris  
Christal Palace  
restaurant Max  
boutique Renoma, Guam
- 1 9 9 6  
"Ombre et Lumière"  
Barfly  
L'Art au Marché  
Festival du Film de Paris  
théâtre du Rond Point  
galerie Loggia Rucellai, Florence  
palazzo della Triennale, Milan
- 1 9 9 7  
Festival du Film de Paris  
Spiral Hall, Tokyo  
Semaine française, Hawaï
- 1 9 9 8  
Festival du Film de Paris  
les Bains  
le Queen
- 1 9 9 9  
Festival du Film de Paris  
Centre Culturel de Boulogne  
le Man Ray



**renoma**  
... maurice :  
photographe







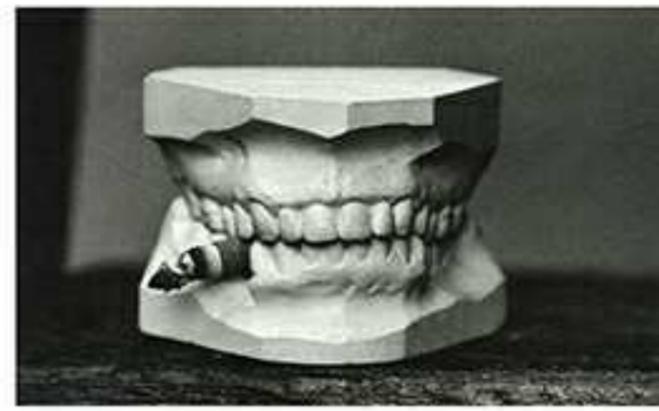






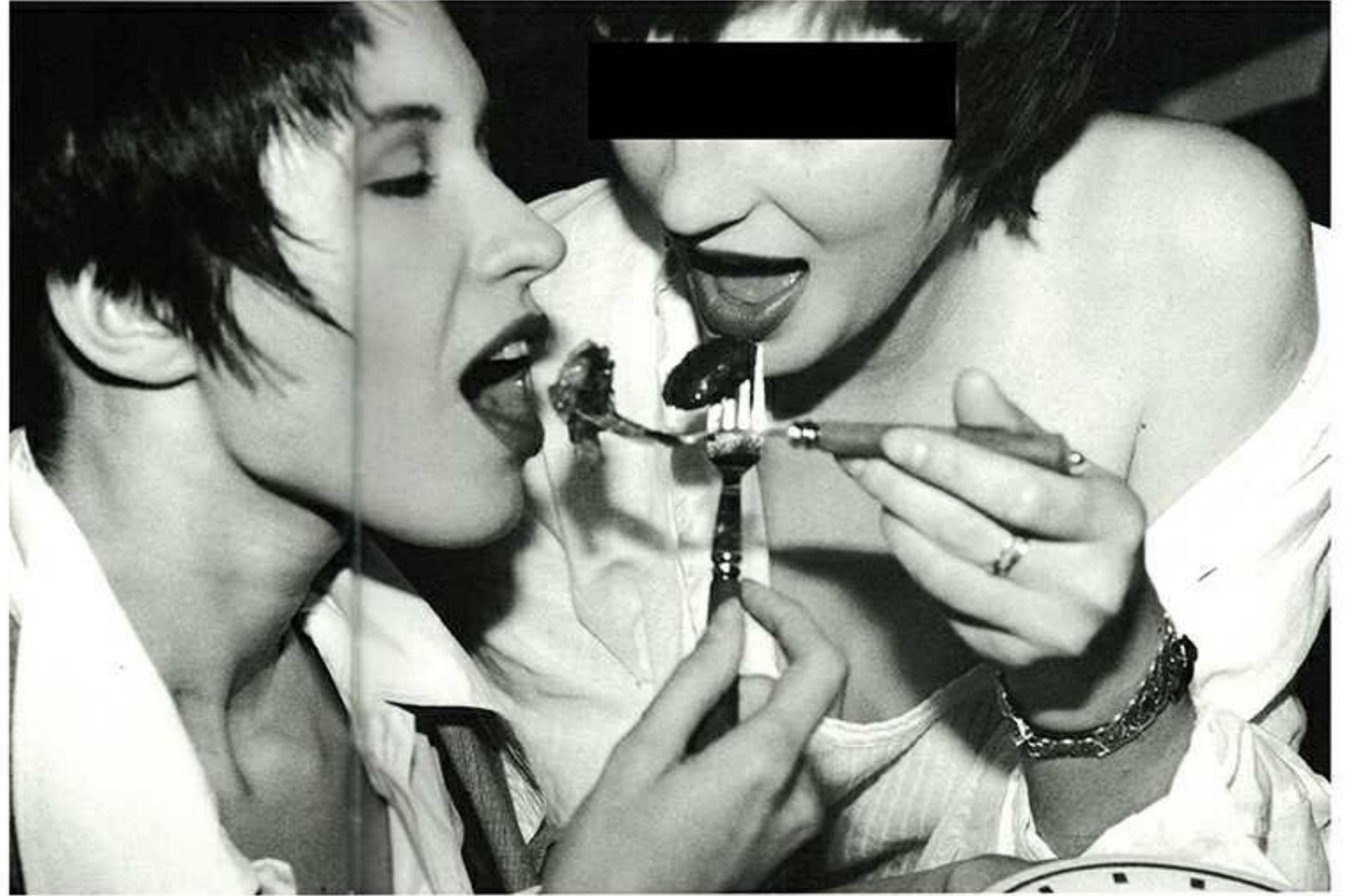












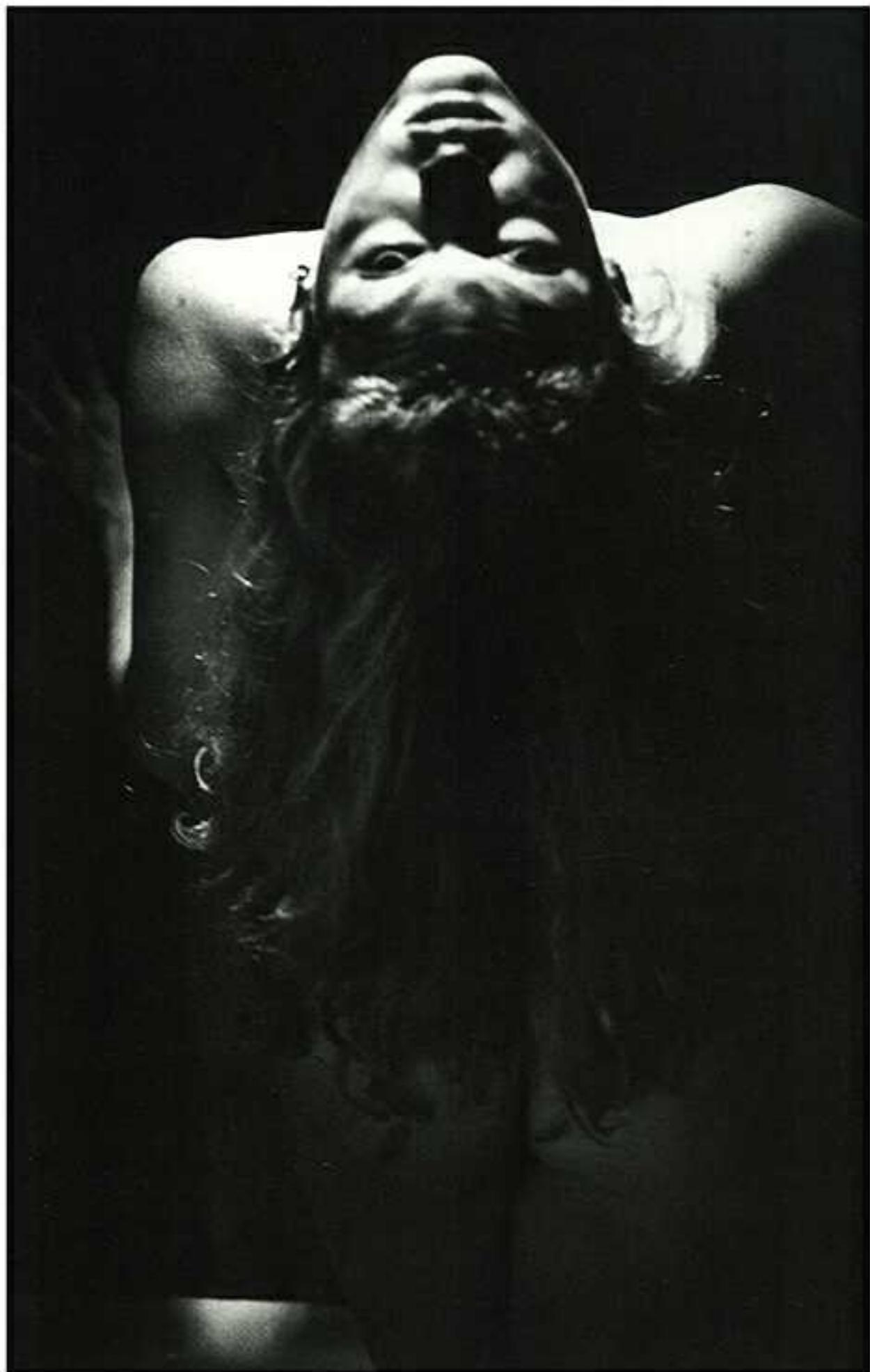




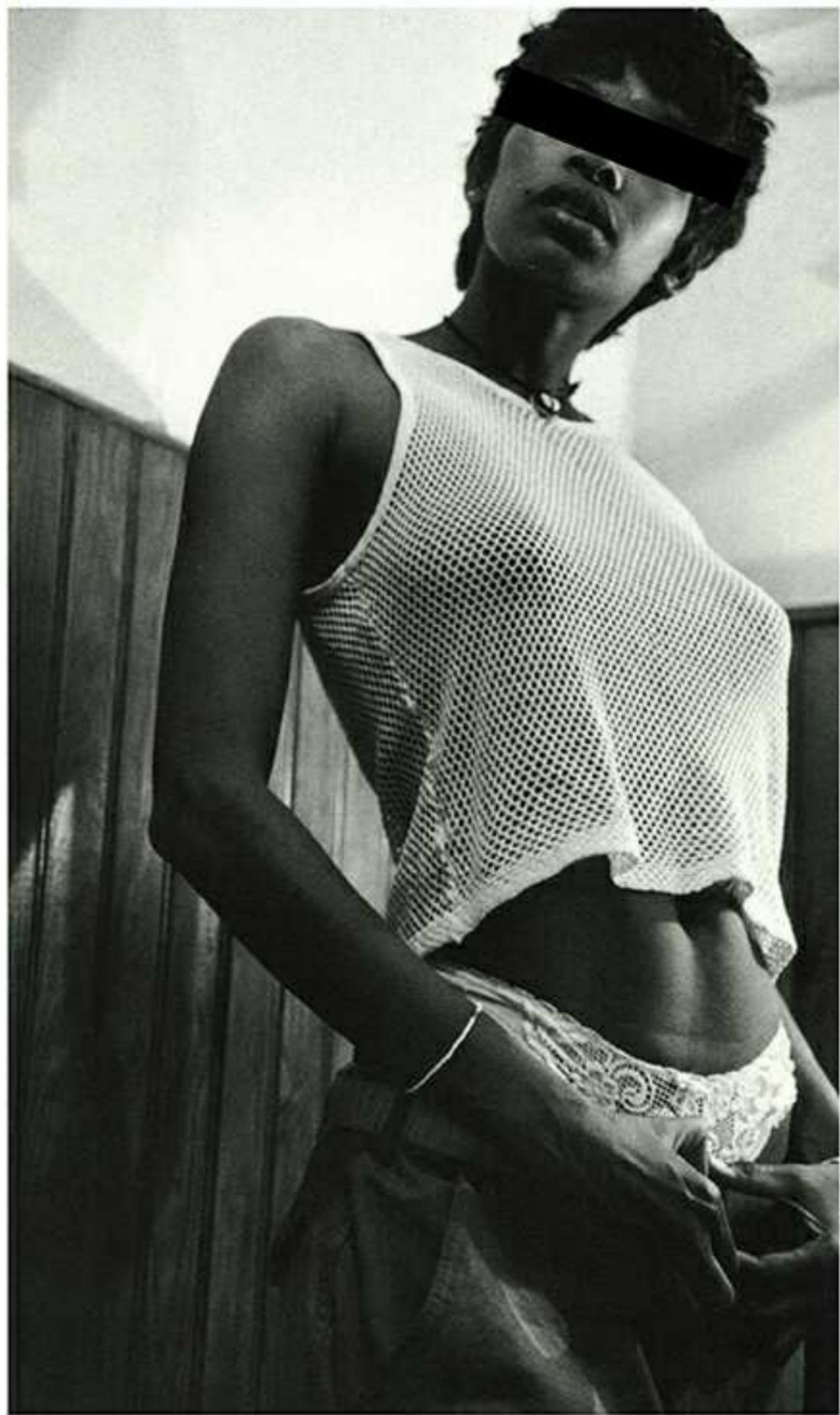


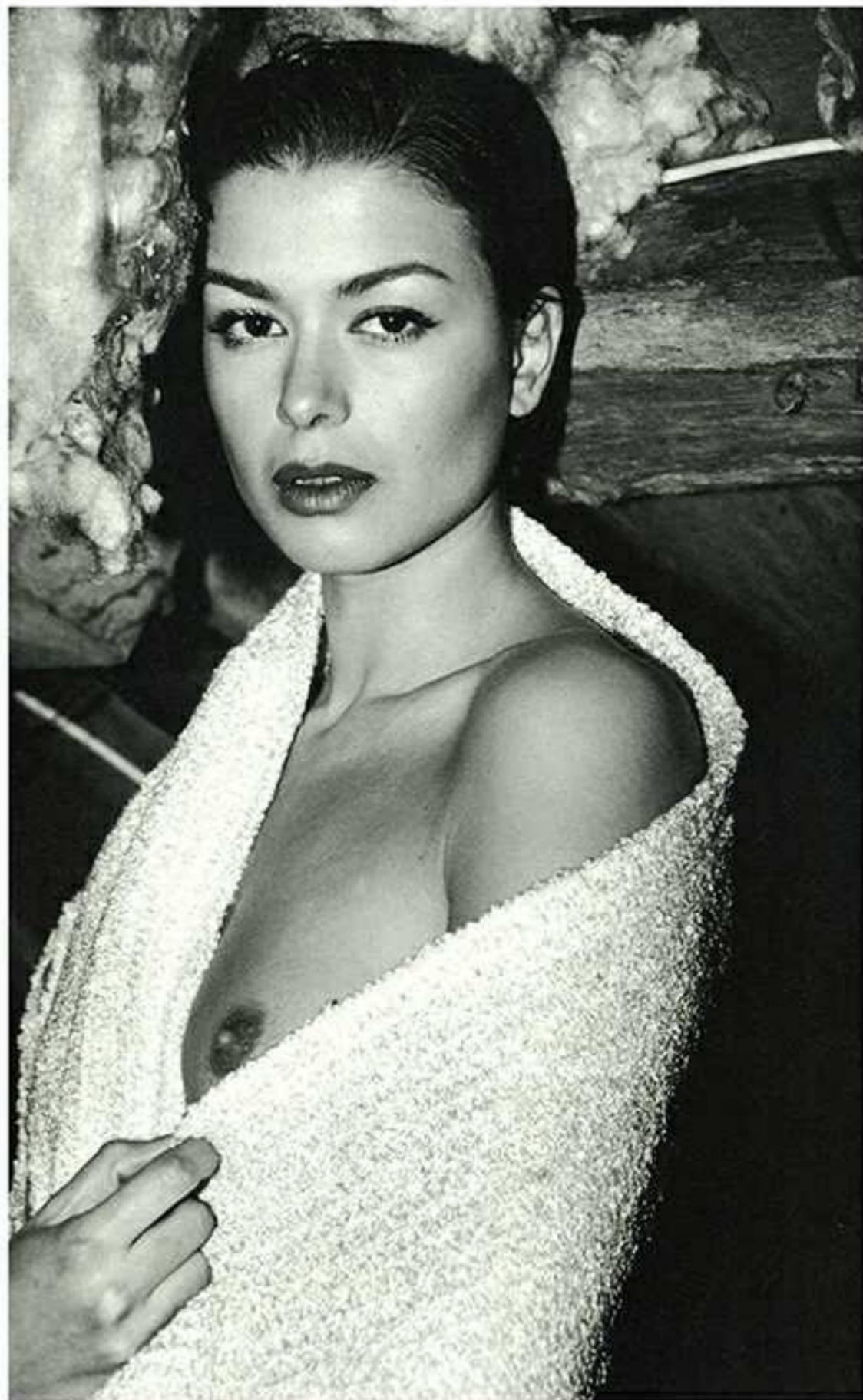


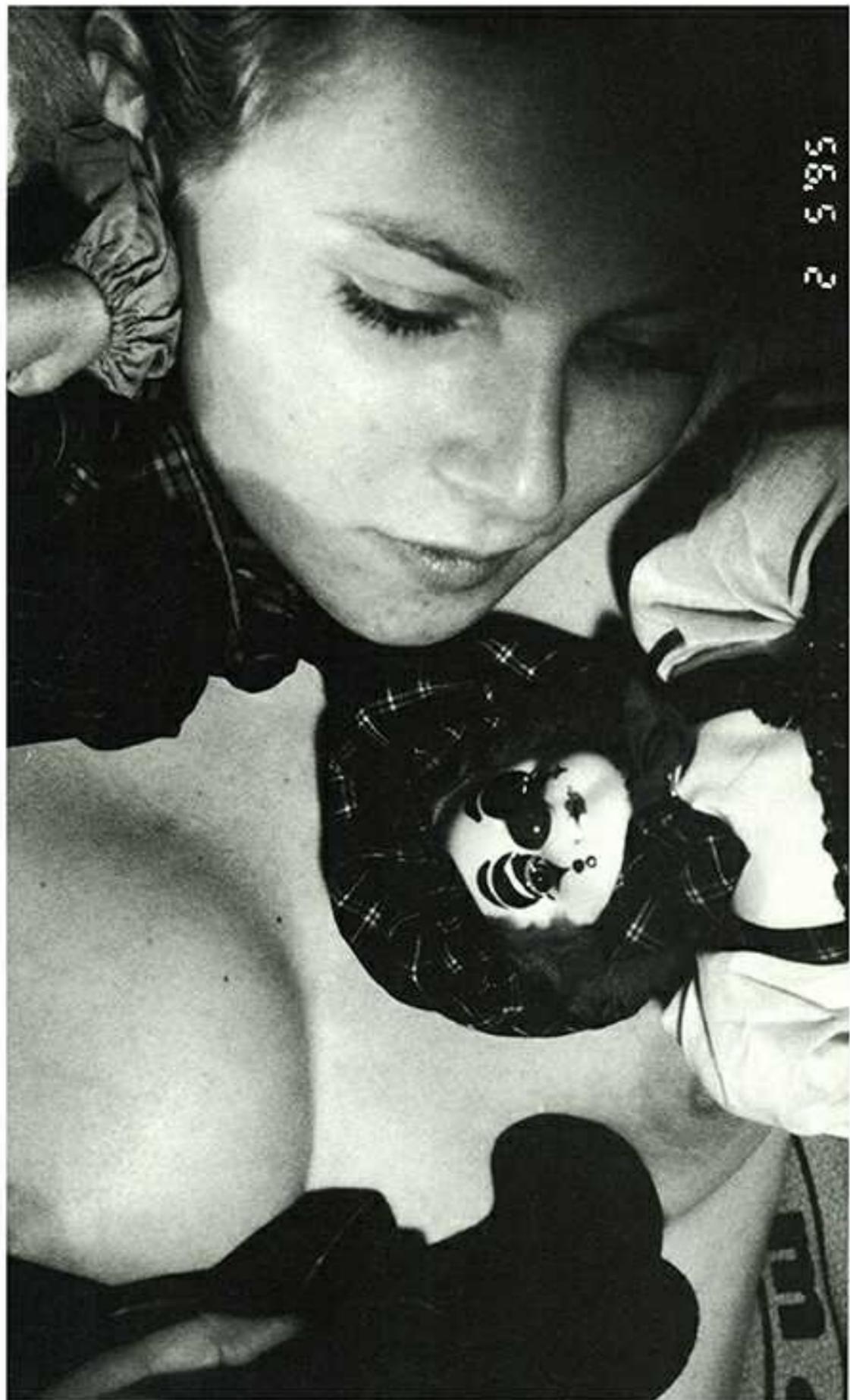




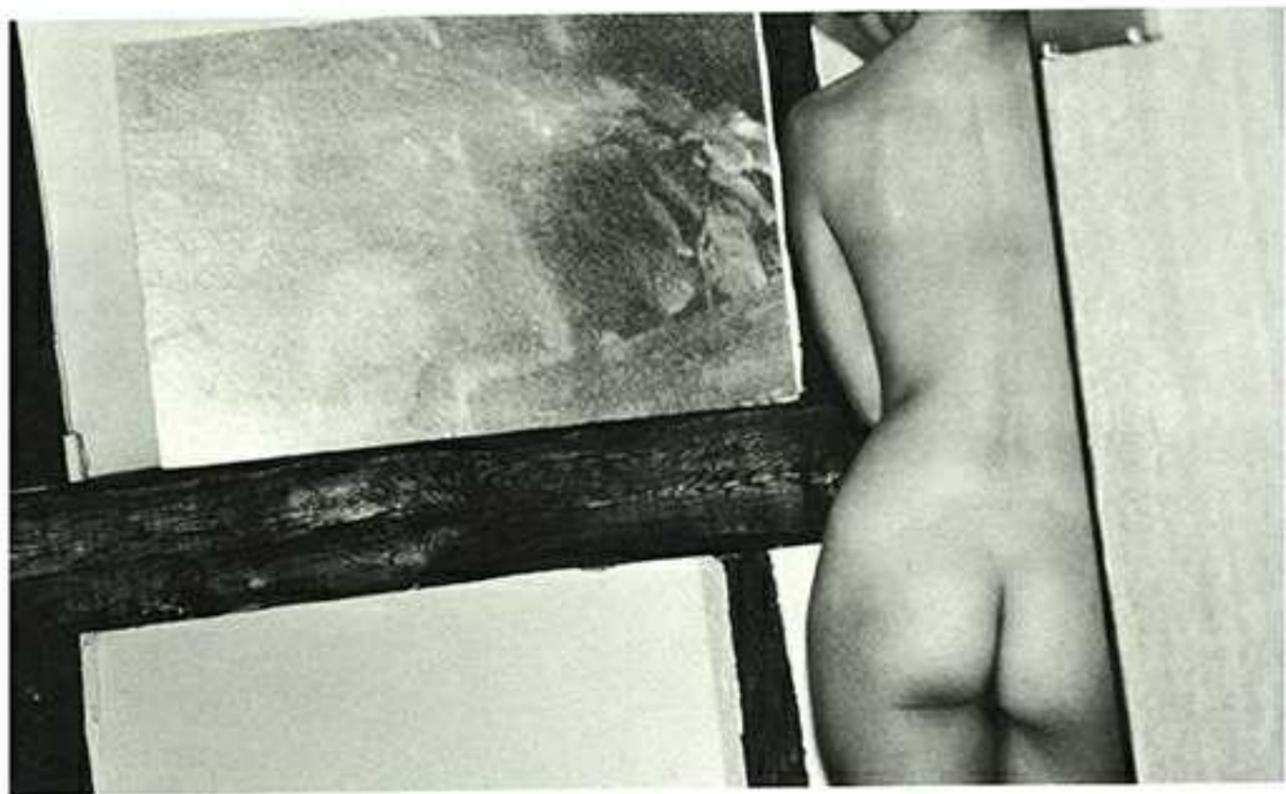










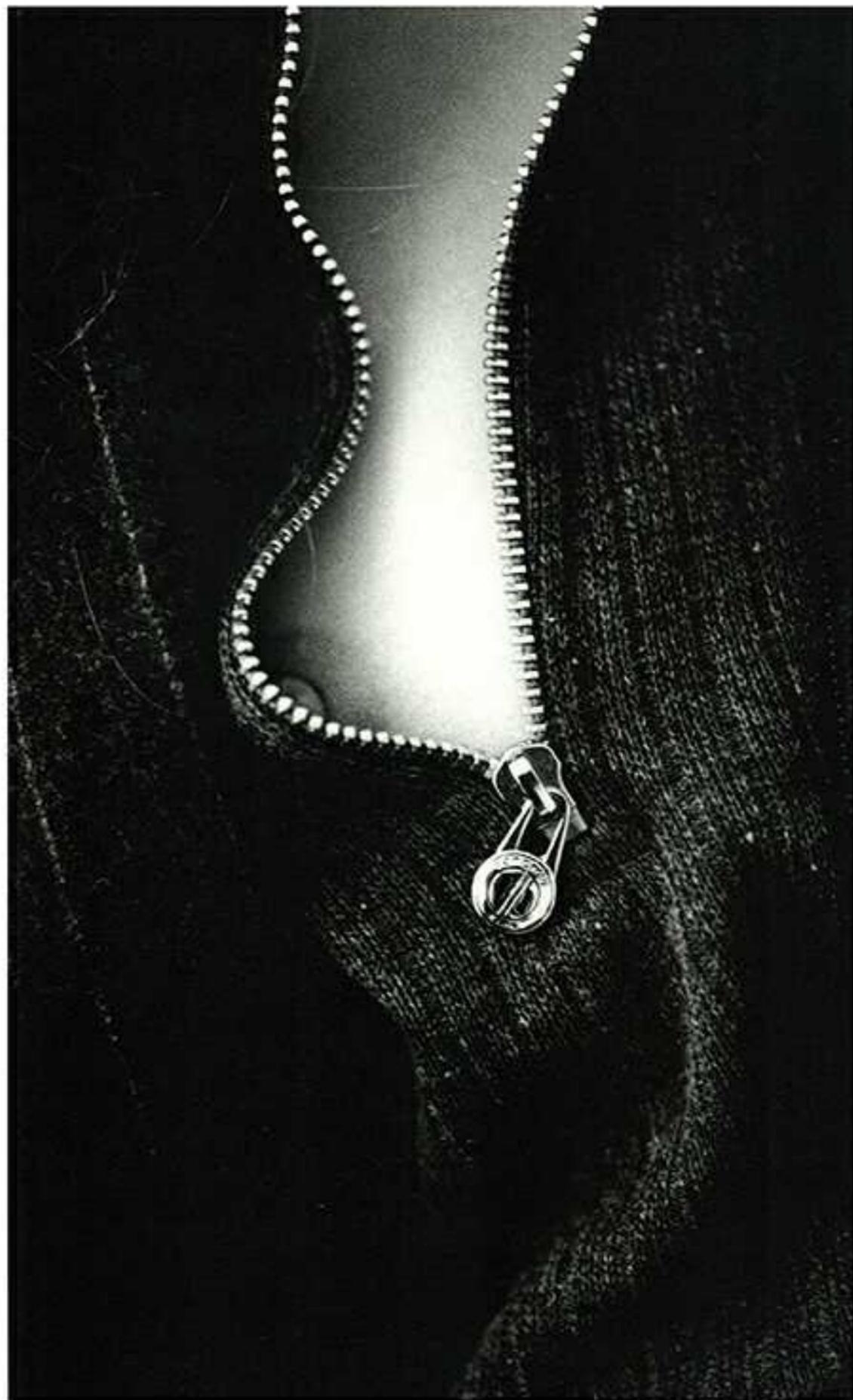
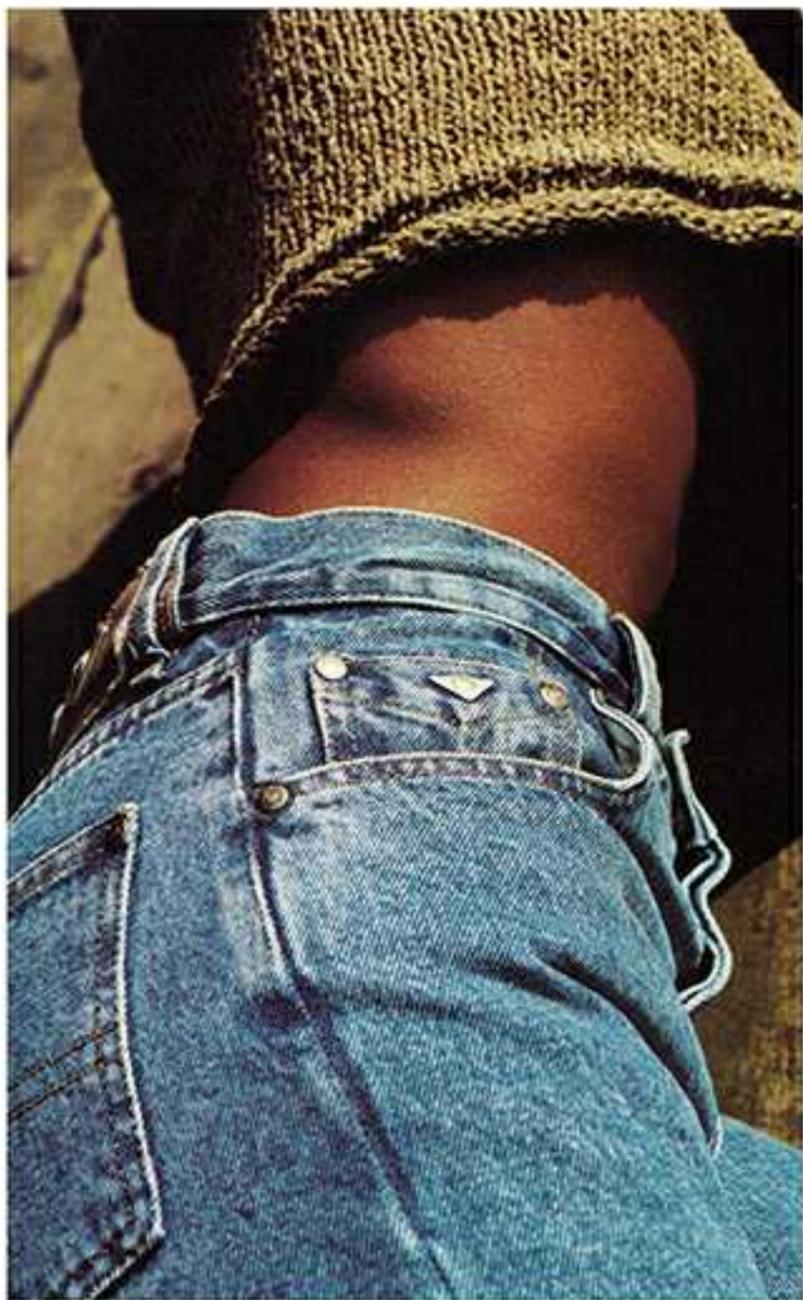


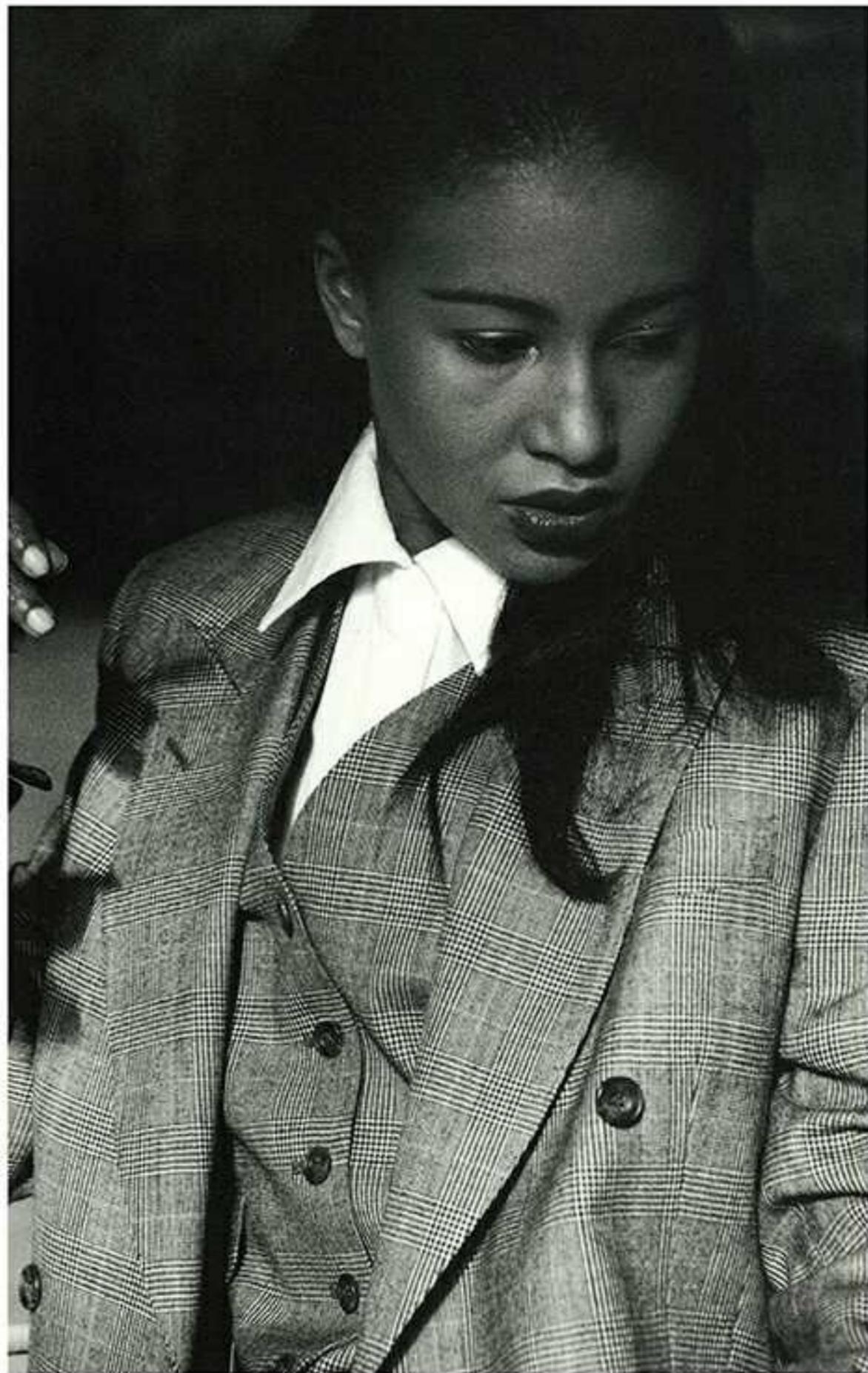


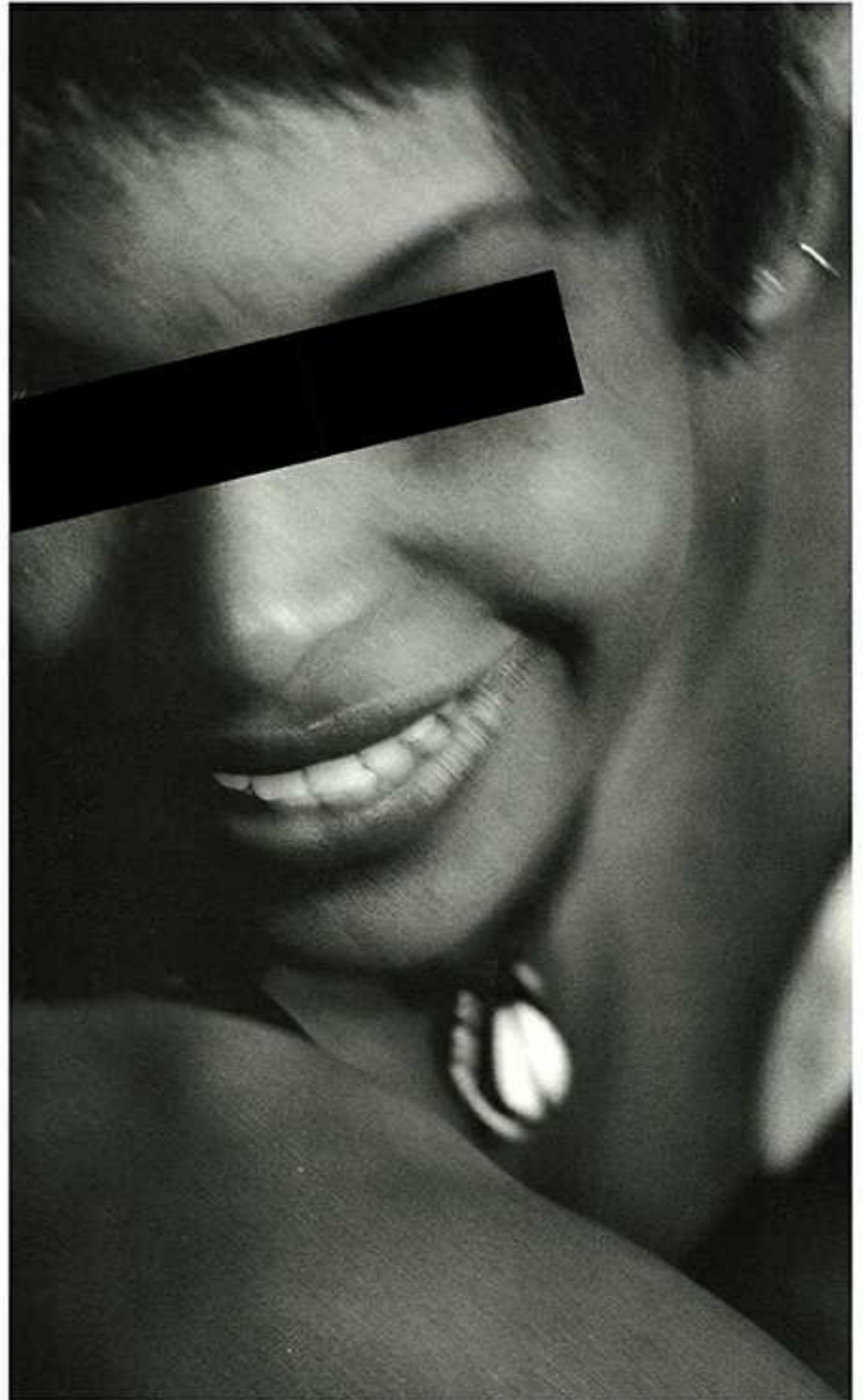










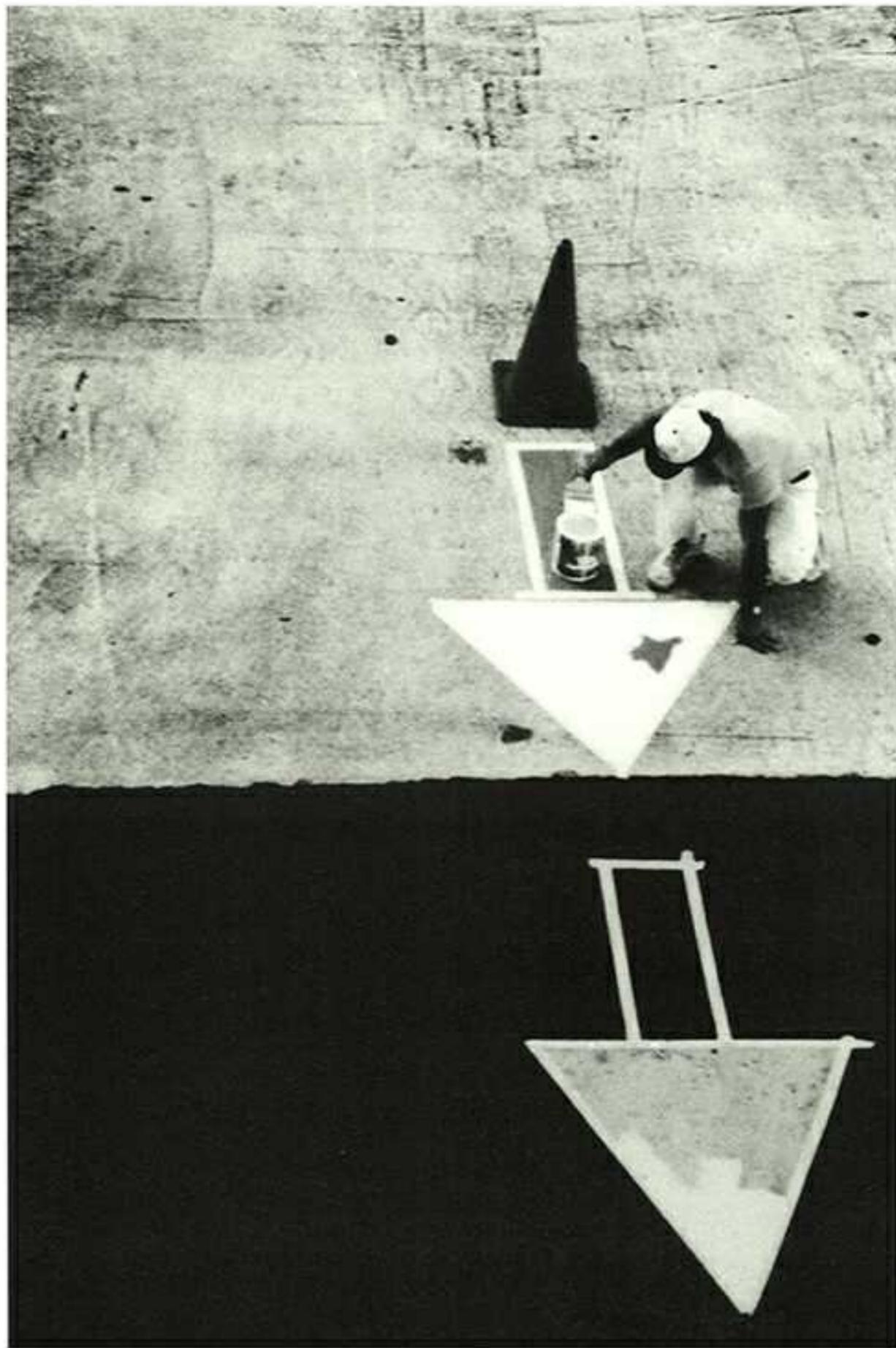


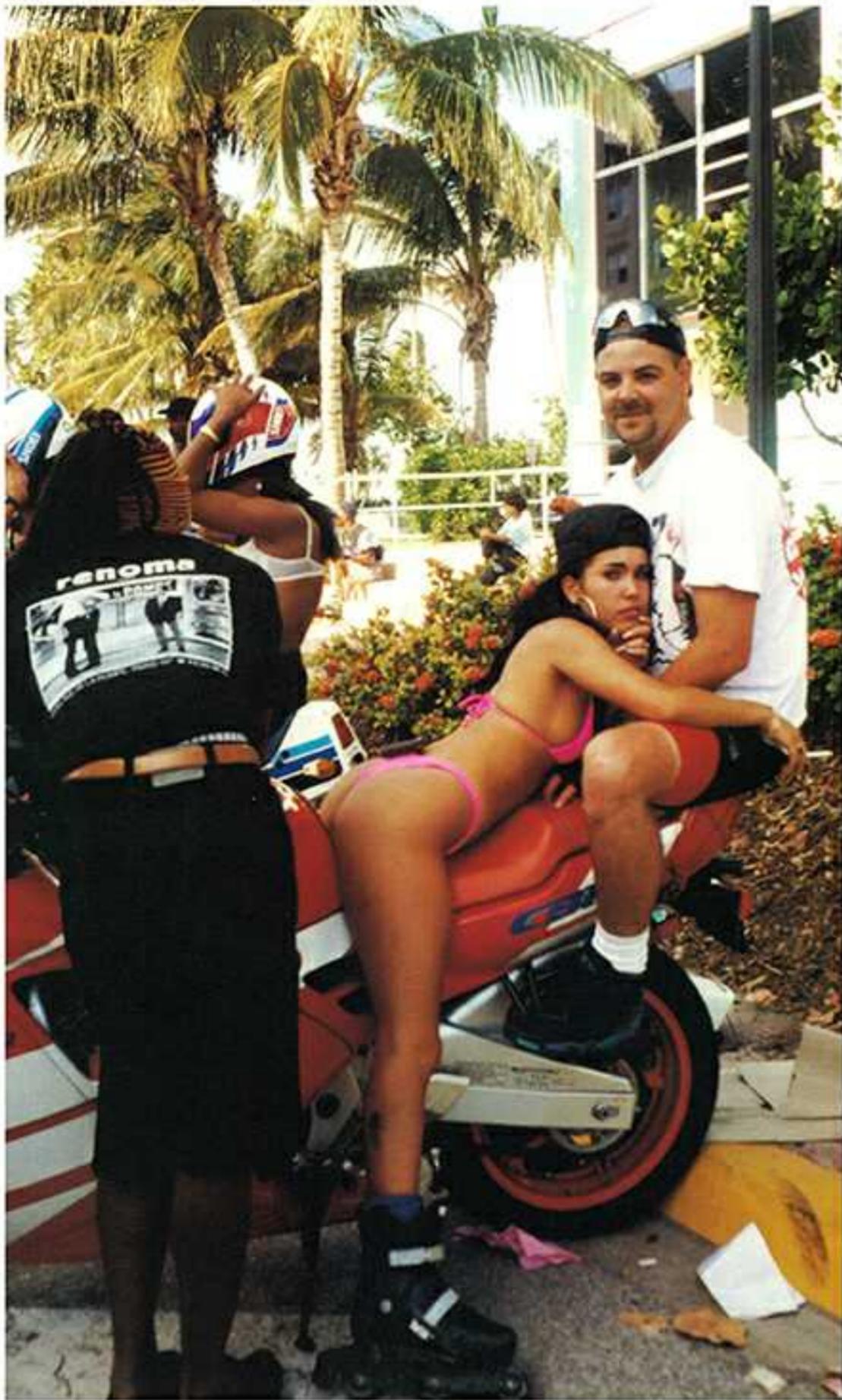


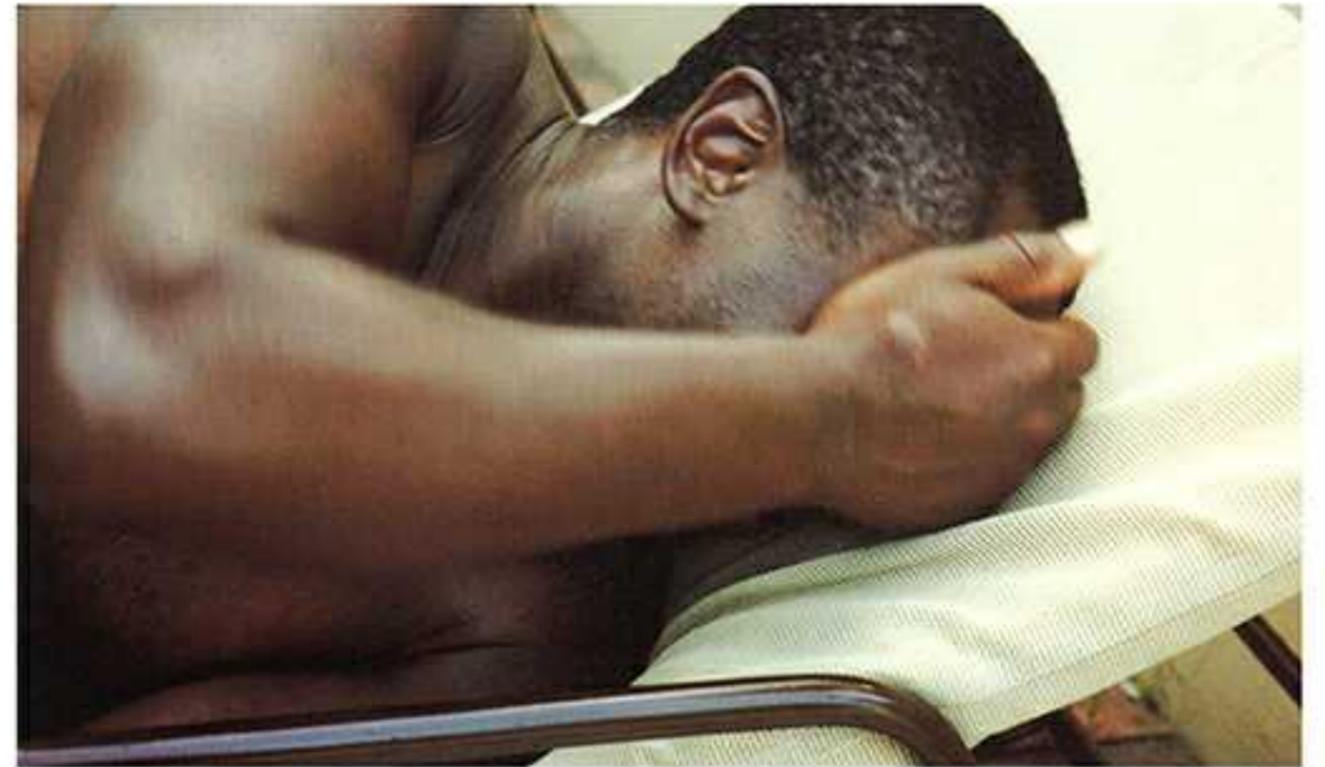


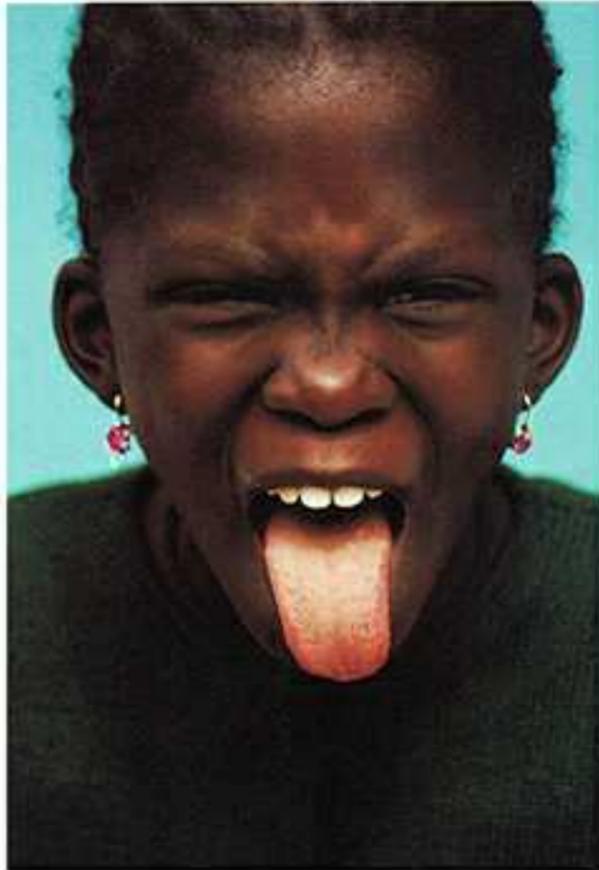


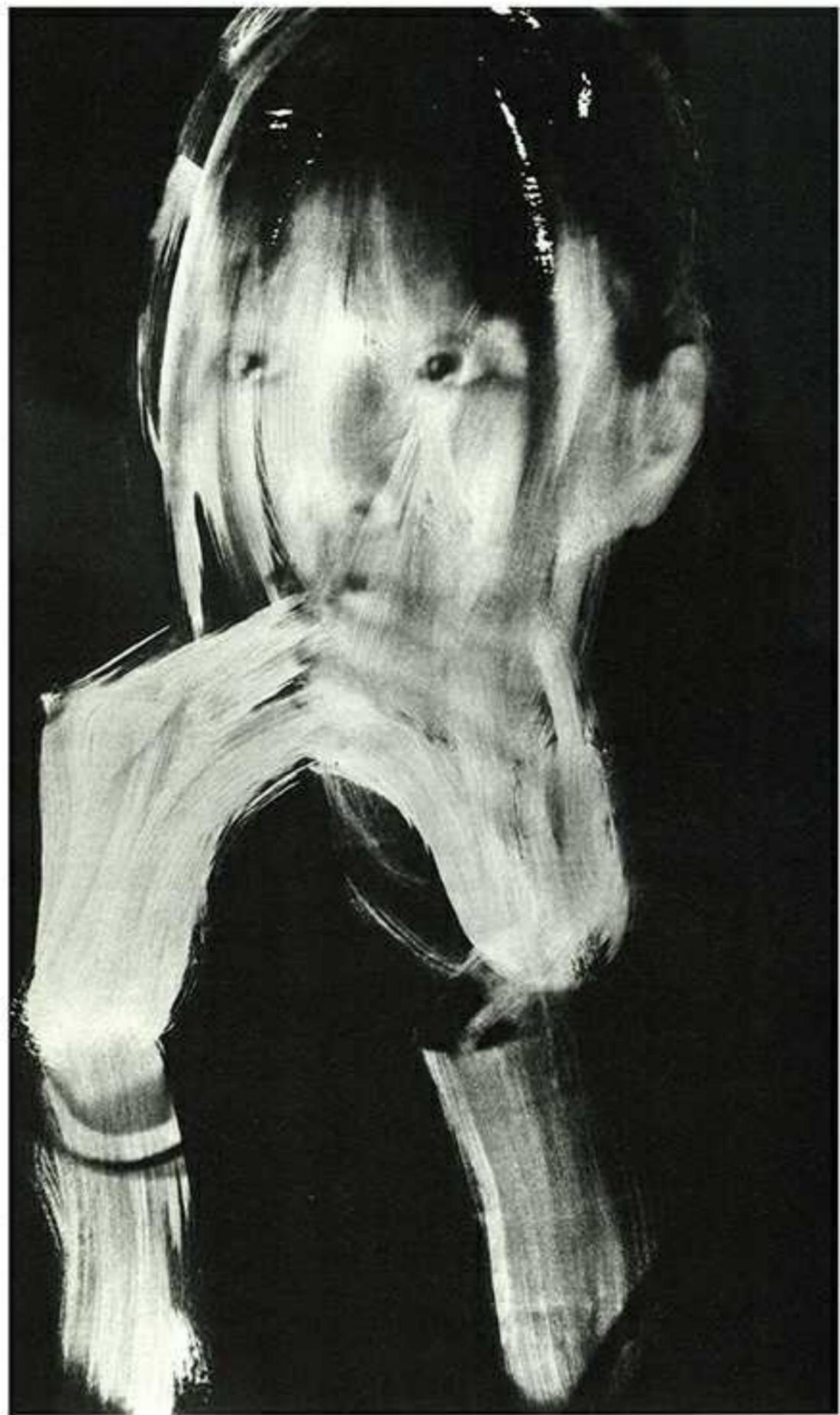




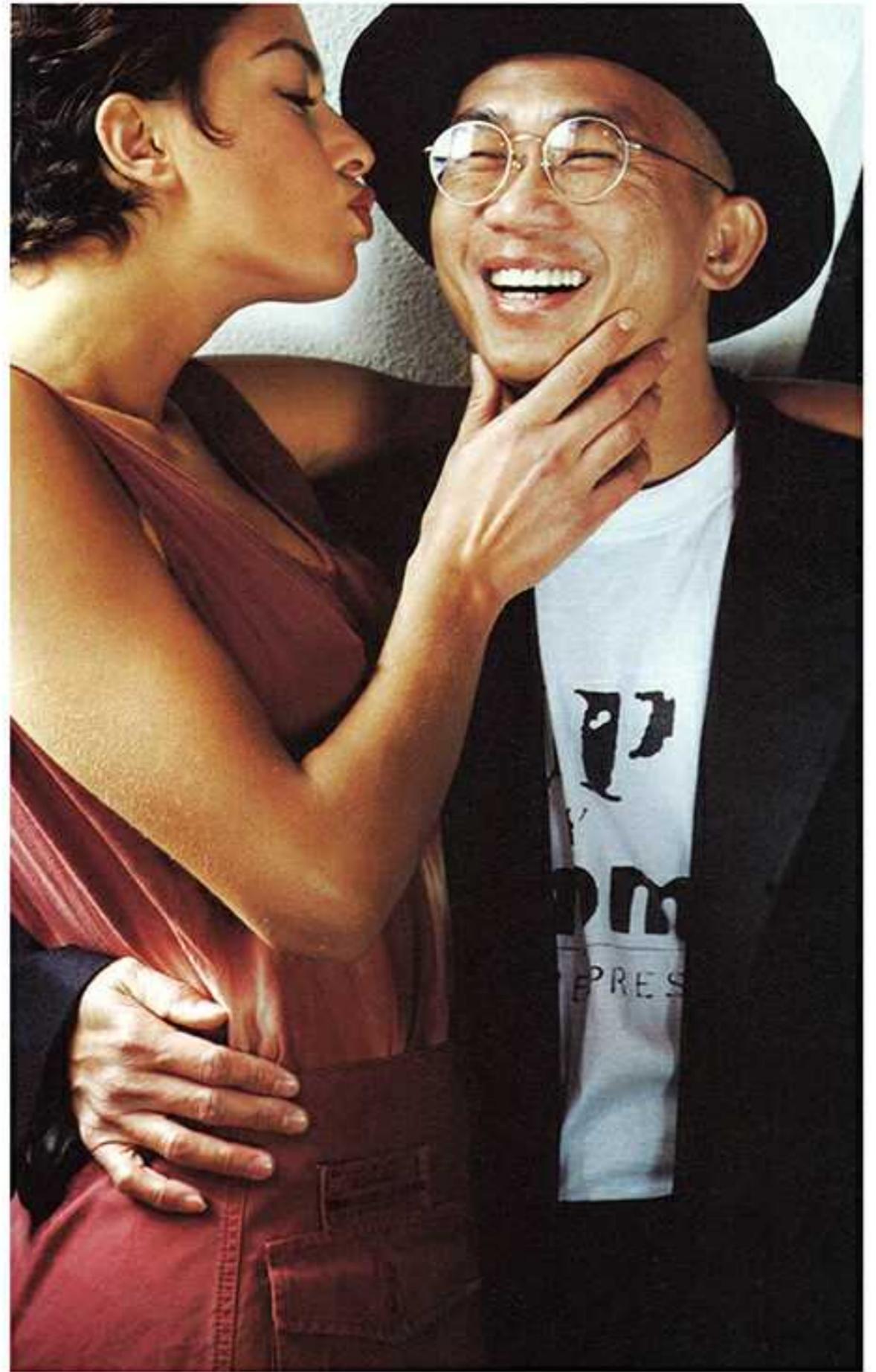


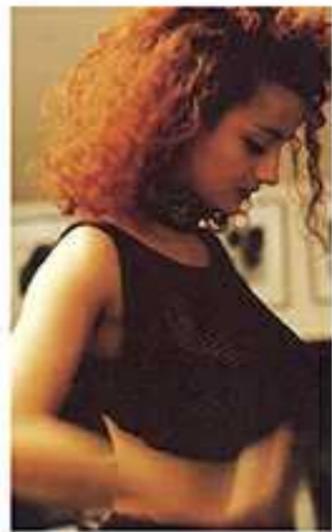
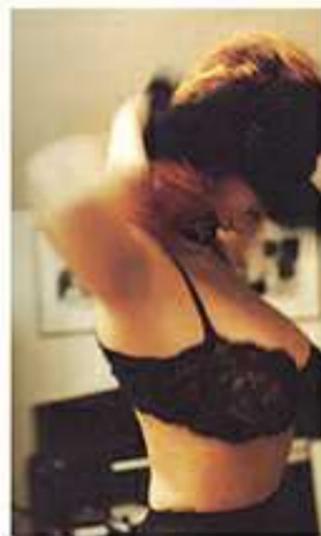




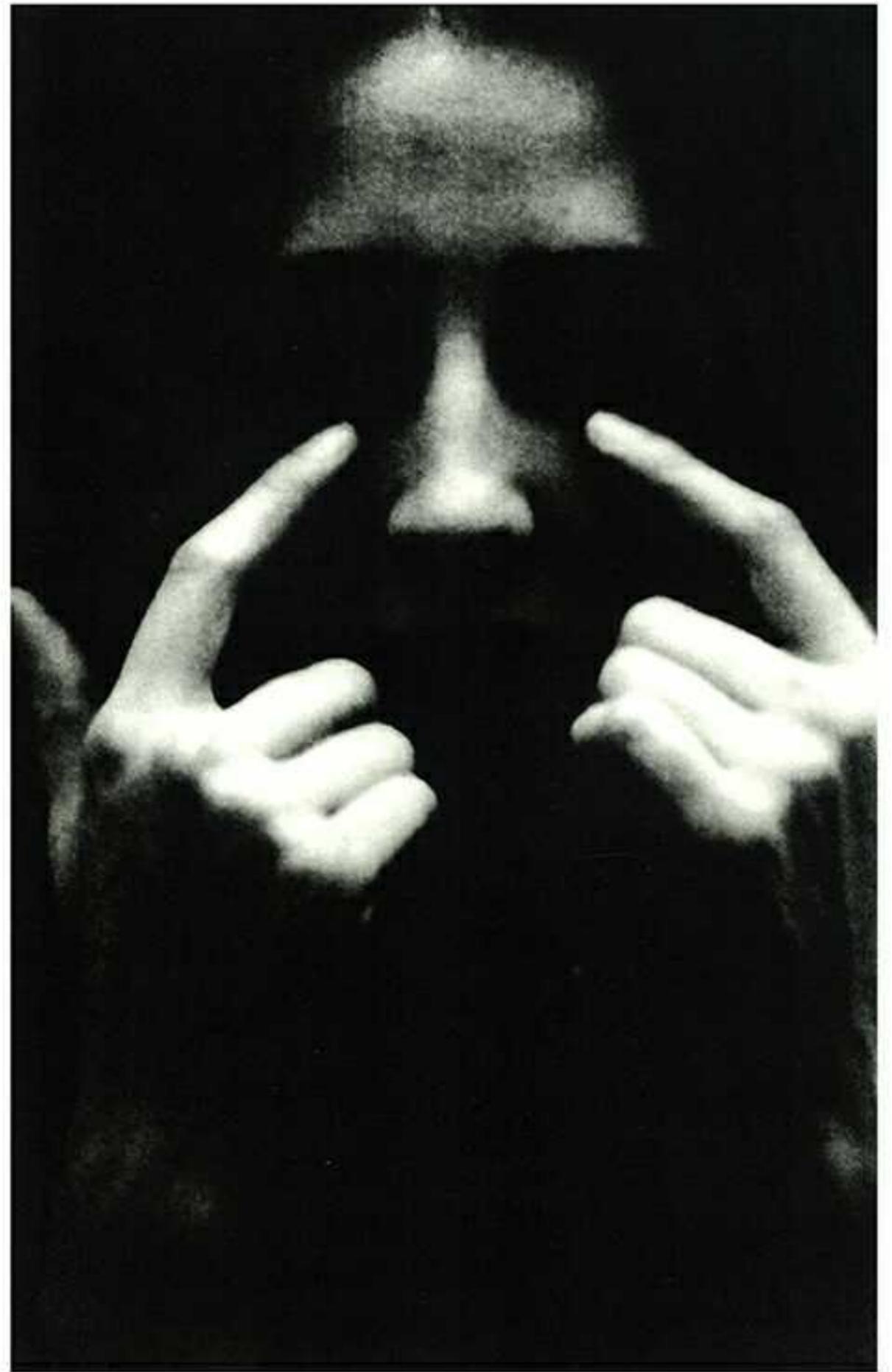


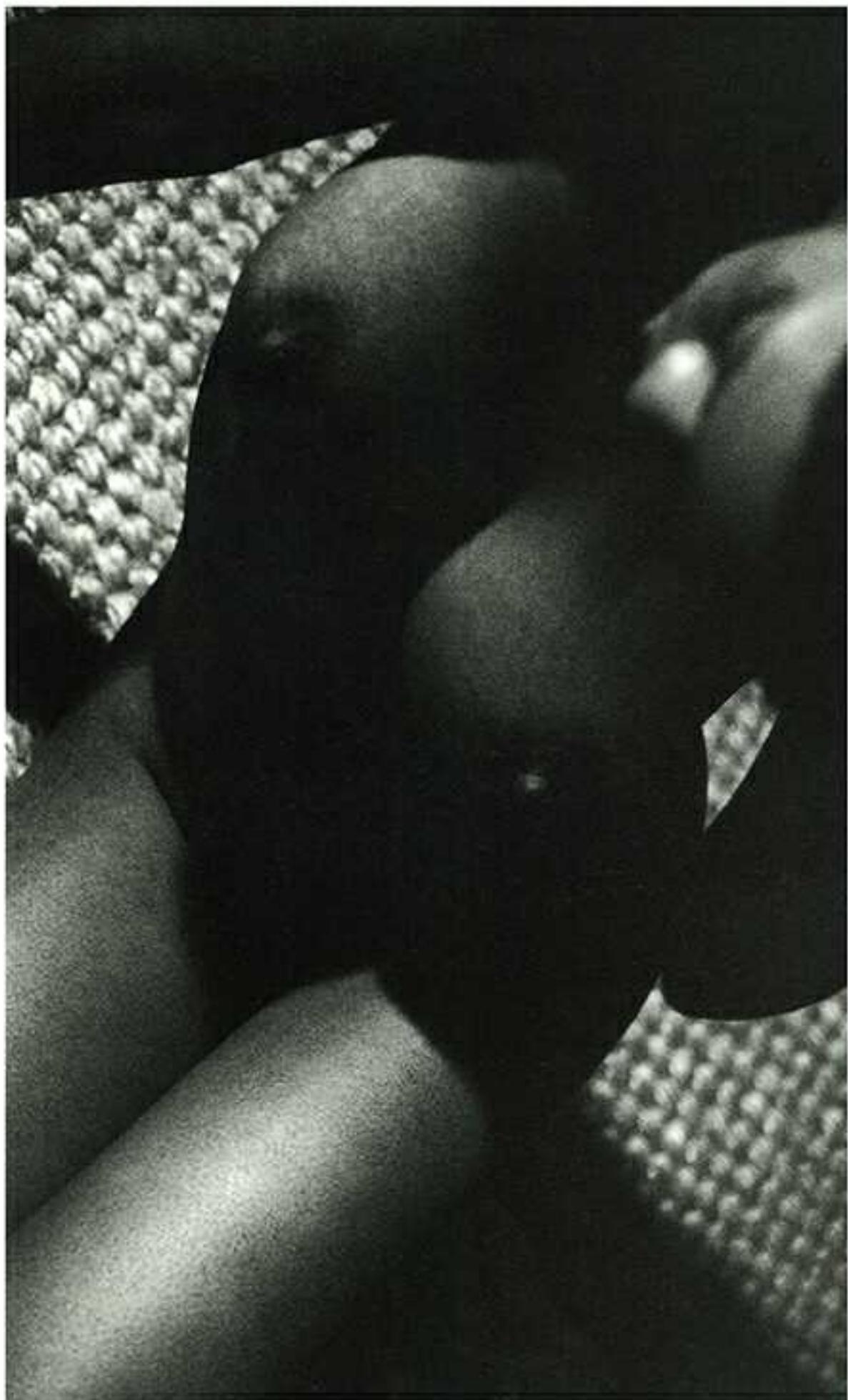


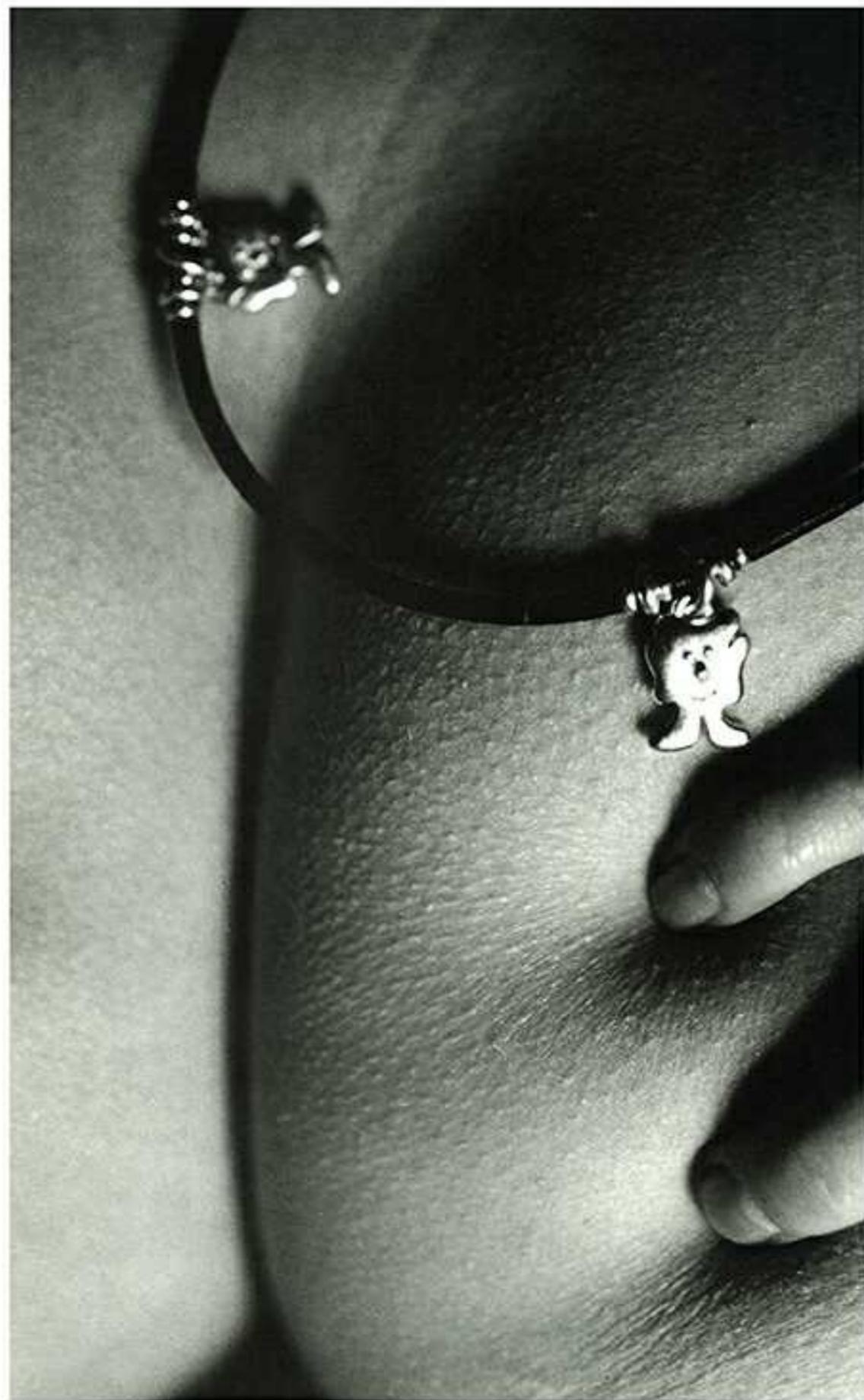




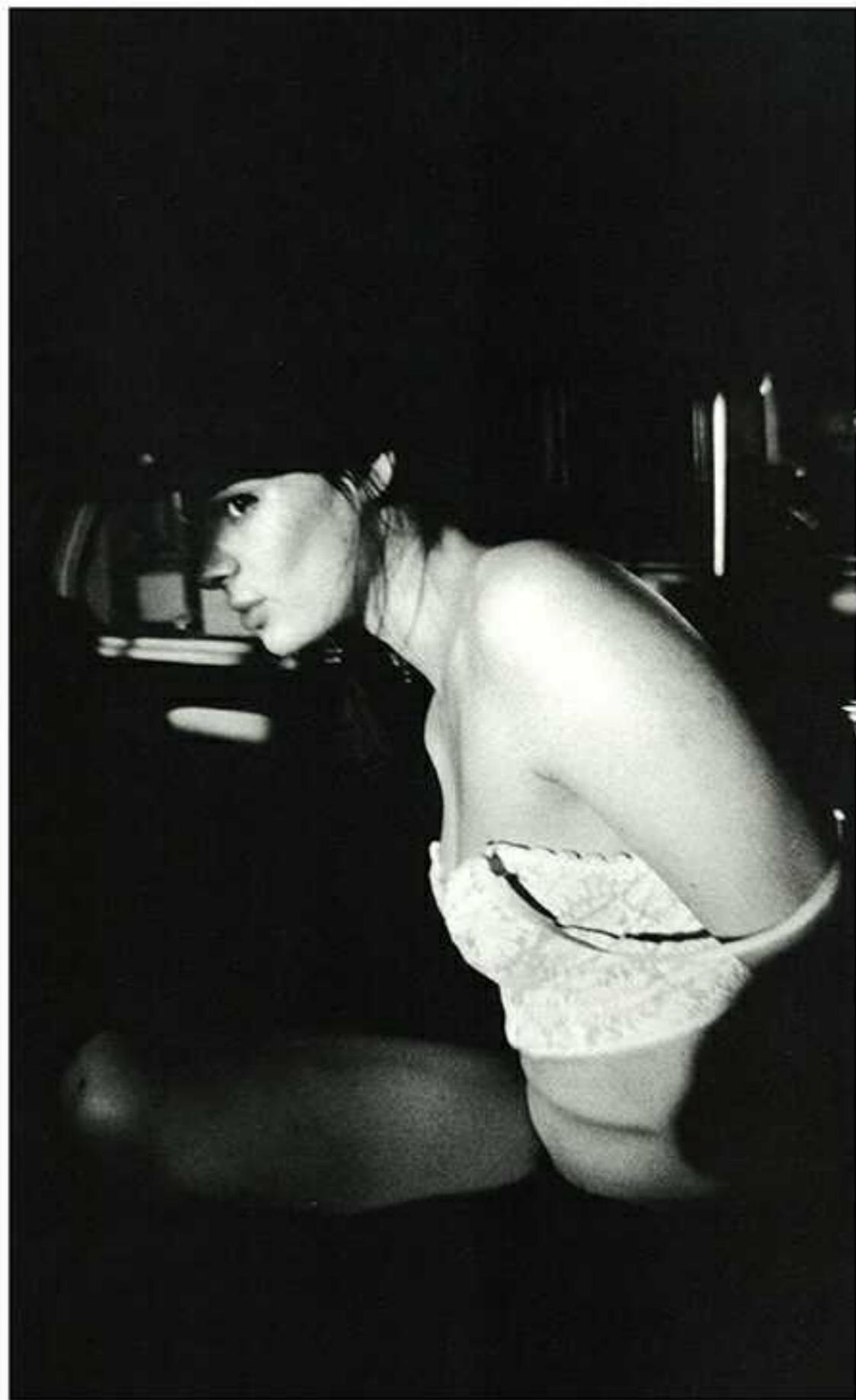
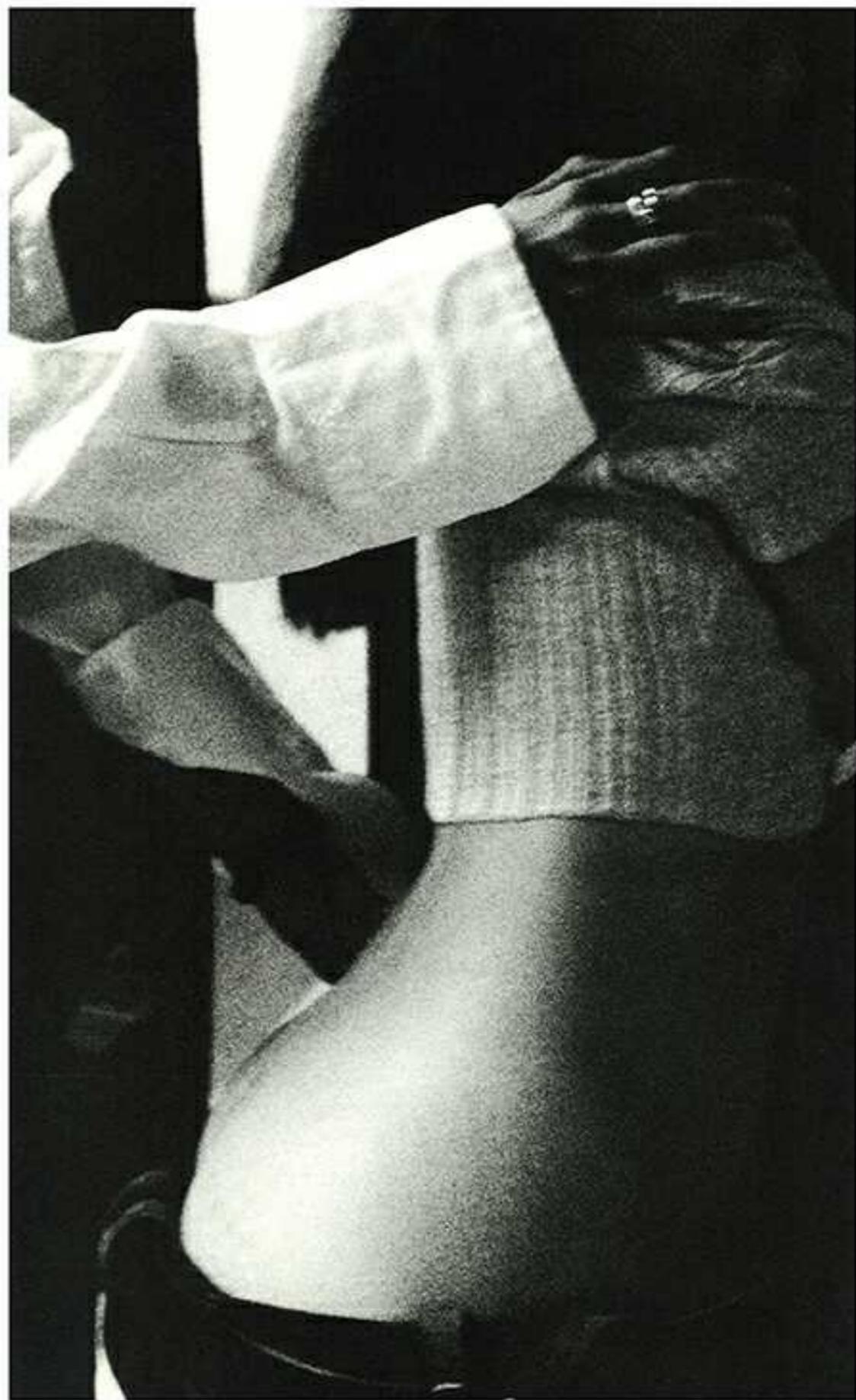






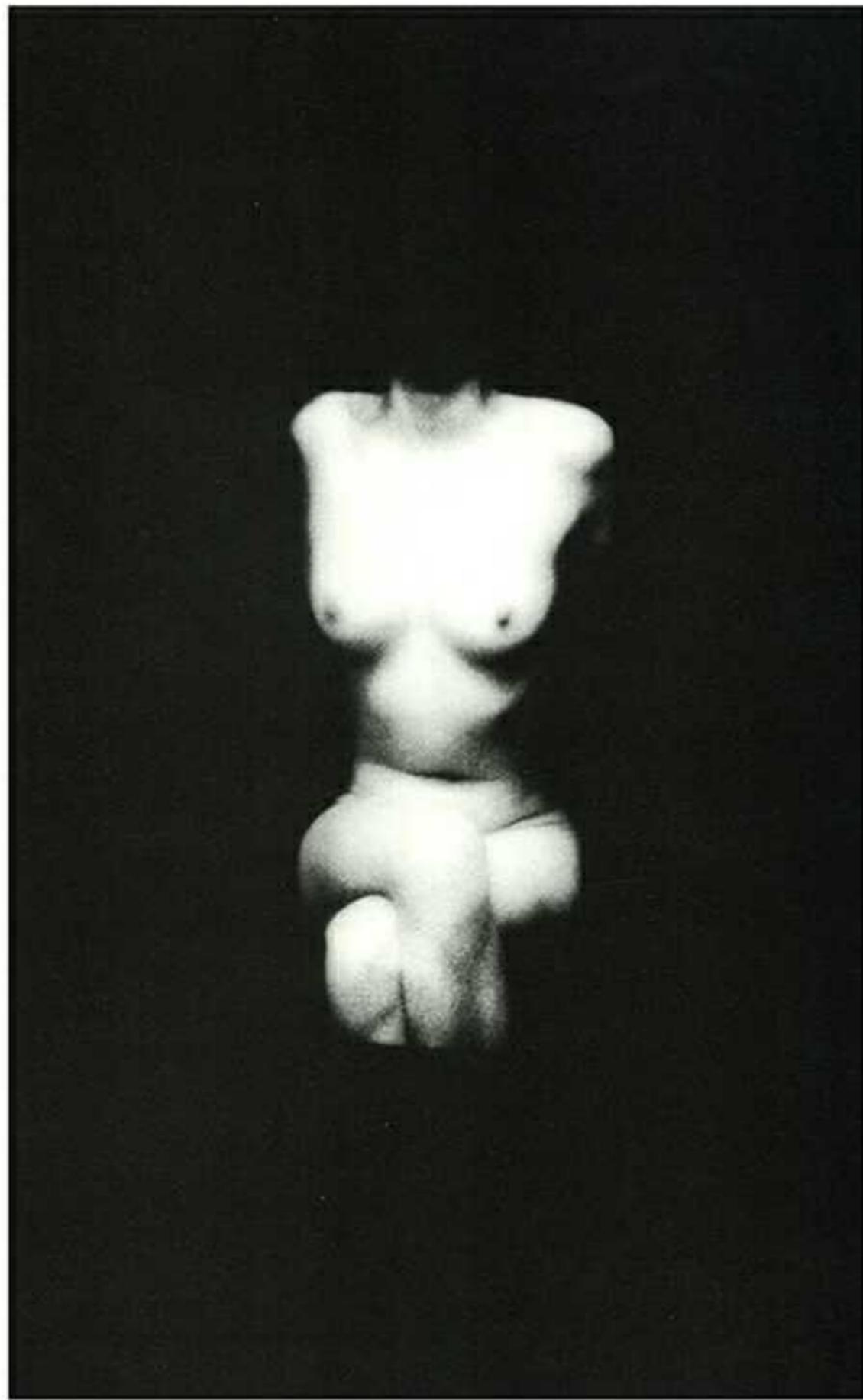
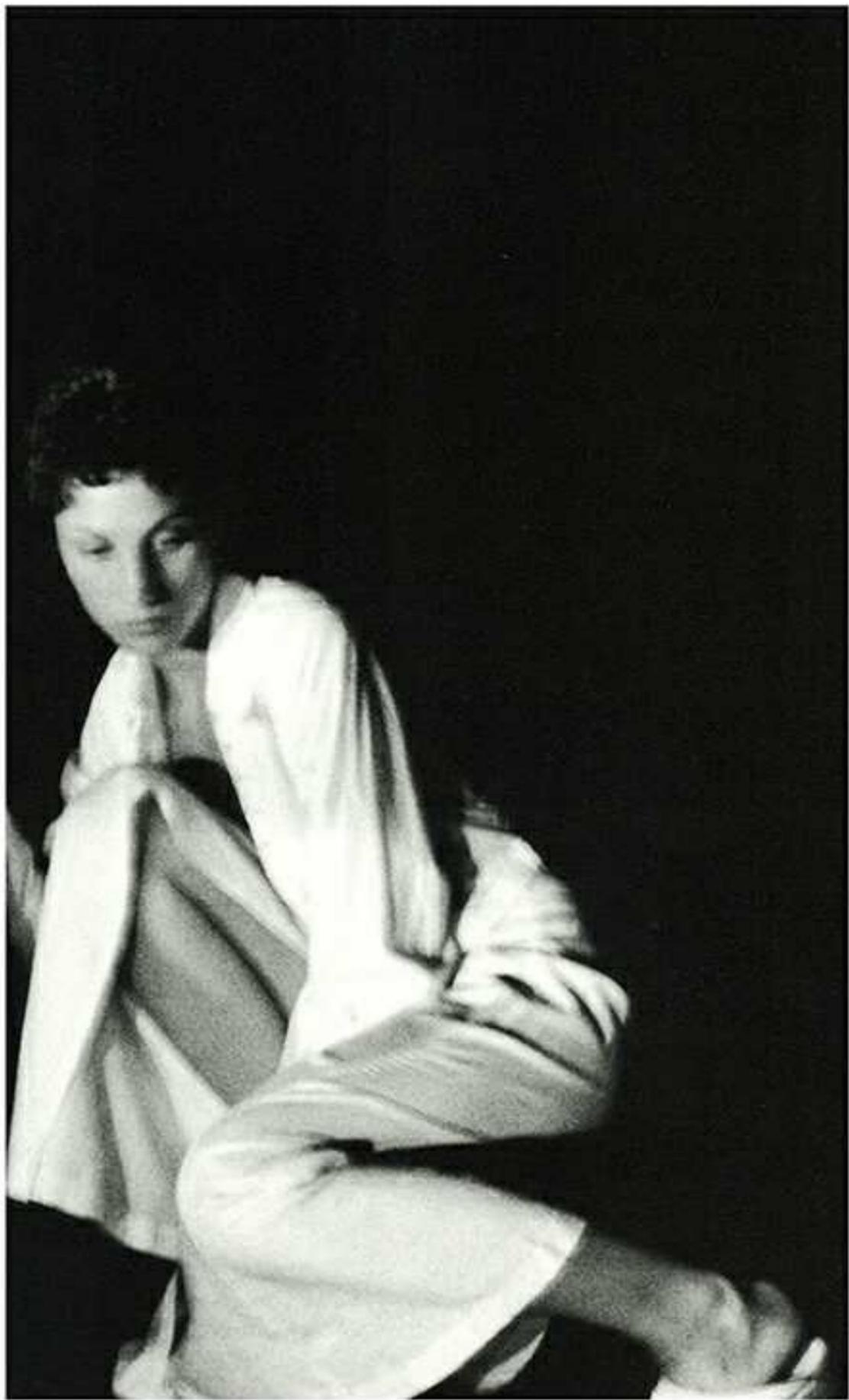


























Maurice Renoma remercie ses amies) Aïda, Alba, Aline, Antoine, Armelle, Barbara, Beata, Christina, Christine, Claire, Damien, Dominique, Fatima, Florence, Gina, Heather, Jacky, Jean-David, Karine, Kenneth, Kim, Laurence, Magalie, Magda, Marianna, Marie, Mayer, Michel, Nadash, Natanya, Nathalie, Ognée, Oumy, Patricia, Samira, Sandra, Serge, Shannon, Silvio, Sylvie, Thai, Wendy qui donnent vie à ce livre.

Il remercie avec amitié Bambou et Lulu, David Bailey, Dominique Issermann, Helmut Newton, Isvan Sandorfi.

Précurseur de la mode "yé-yé"  
au début des années soixante,  
Maurice Renoma devient très  
rapidement un des créateurs préférés  
du show-business et d'une jeunesse  
avide d'innovations et de liberté.

Dans sa boutique, on croise  
Brigitte Bardot, Catherine Deneuve,  
Elton John... Il bouscule les  
standards de la mode et crée le  
pantalon "pattes d'éph", le blazer  
en velours, le costume pour femme  
comme pour homme... Trente ans  
après, Renoma est présent aux quatre  
coins du globe et impose sa marque.  
Il y a quelques années, il s'approprie  
le langage de la photographie et  
crée un nouveau concept :  
la "modographie".



Comme pour la mode ou le design,  
il applique sa méthode : un mélange  
d'instinct et de réflexion.

Jacques Brunel, dans une première  
partie historique, abondamment  
illustrée, retrace la carrière  
exceptionnelle de ce créateur  
depuis les années soixante.

La deuxième partie du livre est  
consacrée à la photographie  
"acte pulsionnel" de Maurice  
Renoma : une nouvelle approche  
du réel dans laquelle il privilégie  
d'abord le charnel et le sensuel  
en célébrant le corps de la femme,  
sa nudité, ses attitudes, mais aussi  
le visage, les regards, le mouvement.

Ses images sont spontanées,  
charmeuses, teintées d'humour et  
d'un érotisme discret... exactement  
comme sa mode !