



O

LES TENDANCES DE "L'OBS"

L'ordre de Chaos

Transformer de simples accessoires en pièces de mode, voilà la réussite de cette jeune pousse anglaise, qui séduit déjà les plus grandes stars

Par ELVIRE EMPTAZ

Kendall Jenner, Karlie Kloss, Victoria Beckham, Alexa Chung, Ireland Baldwin... Outre le fait d'être belles, riches et célèbres, ces stars partagent toutes... la même coque de portable ! Et leur marque fétiche se prénomme Chaos. Fondée il y a à peine un an et demi, celle-ci propose de nombreux accessoires très mode, à commencer par des coques pour iPhone, mais aussi des étiquettes pour bagages, des couvertures pour passeport, des lanières en cuir, etc. En sus, deux fois par an, elle édite un magazine-poster intitulé « Chaos SixtyNine », avec des photos des tops les plus célèbres, comme Cara Delevingne et Adwoa Aboah.

Derrière le succès fulgurant de cette marque se cachent deux Anglaises, Charlotte Stockdale et Katie Lyall. Ces deux stylistes font équipe depuis les années 1990, après s'être rencontrées sur un shooting pour le magazine « Vogue ». « Nous avons compris que nous arrivions à nous stimuler en termes de créativité et à relever des défis à deux. Nous travaillons ensemble depuis si longtemps que nous finissons les phrases de l'autre ! » expliquent-elles en chœur. Ensemble, elles ont collaboré avec les magazines les plus prestigieux, comme



« The Face », « Dazed & Confused » et « i-D », mais ont également été stylistes pour des griffes de luxe telles que Fendi, Gucci, Dior et Louis Vuitton. Il y a deux ans, elles ont eu envie de créer leur propre marque. Elles décident de faire non pas des vêtements mais de petits accessoires en cuir, à la fois luxueux et accessibles,



vendus entre 150 et 200 euros en moyenne. Elles estiment qu'il y a alors un manque sur le marché : « *La mode est rapide, il faut savoir rester ouvert, curieux et audacieux.* » Elles choisissent le nom Chaos car « *il décrit parfaitement notre vie, ce que nous aimons et le plaisir que l'on prend grâce à lui.* »

Les objets, comme la cordelette de coque de portable personnalisable, qui permet de le porter autour du cou, sont pile dans l'air du temps. Chaos fait ce que les autres maisons appellent les « produits compléments », des gadgets visuels qui ont pris leur importance à l'heure des réseaux sociaux. Ils séduisent essentiellement une clientèle de trentenaires à fort pouvoir d'achat. « *Cela plaît aux millennials qui s'habituent au quotidien de façon assez formelle et veulent un petit détail visuel, instagrammable,* analyse Dinah Sultan, consultante mode pour le cabinet de tendances Peclers. *Les grands magasins comme les Galeries Lafayette, où Chaos a un corner, sont en demande de ces produits d'appel, car ce sont des achats coup de cœur qui font du chiffre d'affaires.* » De leur côté, les créatrices développent leur gamme de produits et enchaînent les collaborations prestigieuses, entre autres avec Chanel ou la galerie londonienne Serpentine. Face au succès, elles ont bien l'intention de continuer à mettre le chaos dans la mode. ■



▲ MARS 2018, FÊTE
D'INAUGURATION
DU CORNER DES
GALERIES LAFAYETTE
À L'ENTENTE, LE
BRITISH BRASSERIE,
AVEC ADWOA ABOAH
(À DROITE).