





tout en gris

T-shirt rayé
coton des
maillots de
rugby surteint

Robes chemises
de
peinture ou
de sculpture

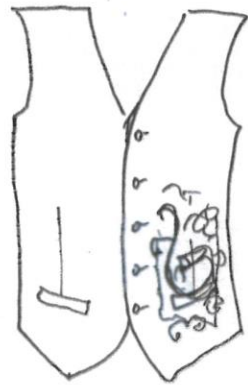
Combinaison
de travail
surteinte avec
serigraphies
FURY

Coton
rayé de
travail
reste de
seveur









le costume
pour ses 60 ans

vest

silk screen
printed

charcoal ink (a little
sparkling)

drawing by Ryan McGinness

ARNAS



0124027DB

BAD BOY GAUSE



0156225DB

11898 → colors 000



BREL



0127369

BAD BOY



0152395BD

11113

colors 405



Colors 490



SID



0127428

BAD BOY



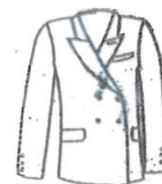
0152395BD

11301

colors 308



NAPOLI



0123687DB

DAVID



015P501DB

11319

colors 000



18115T

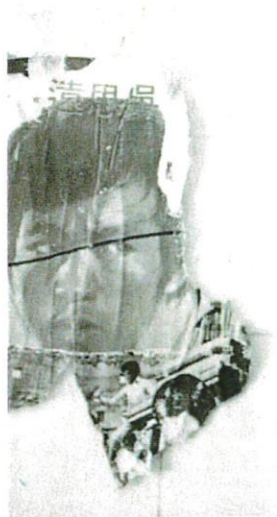
colors 471



BAD BOY



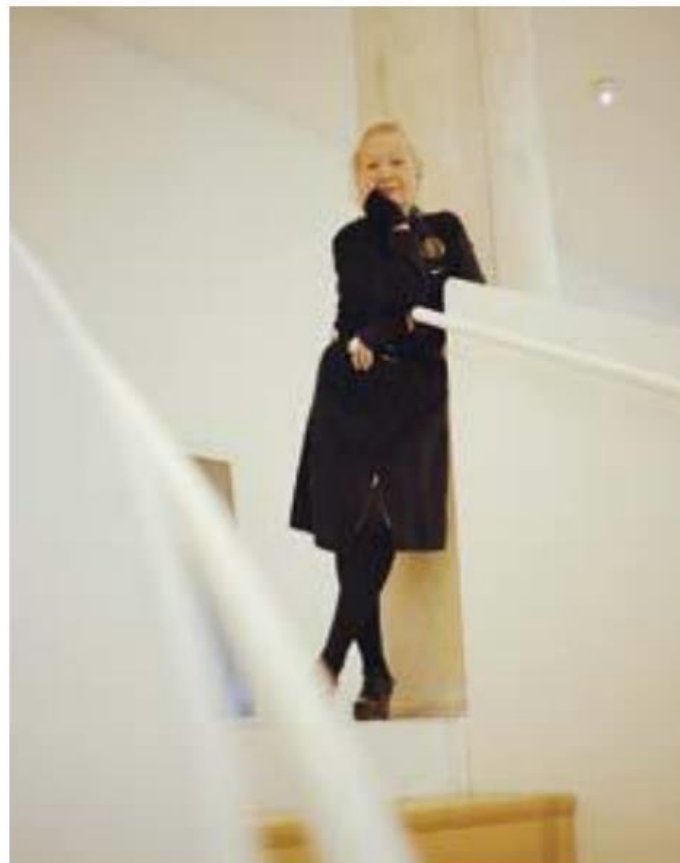
0152395BD



-- et tout a commence' avec Jean René'



LE GOÛT



CRÉEZ VOTRE POCHETTE DE PRÉSERVATIF JUSQU'AU 31 MAI

Les 5 créations préférées
d'agnès b. et les 5 plus likées
seront produites et distribuées
gratuitement dans les boutiques
agnès b. à partir du 1er décembre,
journée mondiale de lutte contre
le sida.

PARTICIPEZ SUR LA PAGE FACEBOOK AGNÈS B.

give
love!





le cardigan pression



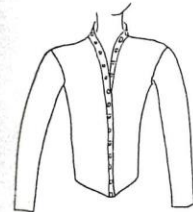
1979



1995



2003



2004



2009



2015



Pas de réunion de marketing – d'ailleurs il n'y en a jamais eu chez agnès b. – ni de service publicité pour qu'elle décide un jour d'ouvrir, par le milieu, d'un coup de ciseaux, un sweat-shirt blanc qu'elle aimait beaucoup porter et qui lui tenait trop chaud en plein été. Elle l'a découpé, l'a redessiné en trois coups de crayon et a fait poser par la maison EMO, à Troyes, des petits boutons nacrés les uns près des autres pour qu'il ressemble à un vêtement ancien, « un vêtement d'enfant pour grande personne ou le contraire ».

Devenu très vite un immense succès et une des pièces emblématiques de la maison, le cardigan pression continue de nous impressionner par sa grande simplicité et ses variantes au fil des saisons. Pression par-devant, le cardigan en molleton, toujours fabriqué en France, résiste aux modes, au temps et n'en finit pas d'en voir de toutes les couleurs.

Agnès n'hésite pas en effet à lui faire subir régulièrement des métamorphoses : treize ou quatorze boutons, en cuir ou en robe de crêpe, à manches courtes, en bustier, plus cintré, ouvert dans le dos, avec des boutons de cuivre ou de couleur... Du trois mois au XL, il ne finira pas de nous impressionner.

En 1986, dans le cadre du Mois de la photographie à Paris, soixante-cinq photographes sont invités à réaliser leur image du cardigan pression. Les plus grands photographes se prêtent au jeu : Martine Franck, Henri Cartier-Bresson, Steve Hiett, Bernard Faucon, Dominique Isserman ou encore Jean-Baptiste Mondino livrent leur vision de cette pièce devenue avec le temps un indispensable de notre garde-robe... Une exposition réunit ces œuvres au Centre Pompidou en 1996, puis en 2012, à Tokyo, avec des photographies inédites.



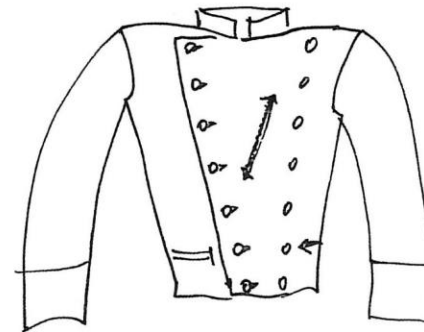
L'ouvrage *Des photographes et le cardigan pression* pour lequel Agnès a demandé à 65 grands noms de la photographie de s'approprier et de mettre en scène le cardigan.

La création du cardigan à pressions nacrées et ses déclinaisons au fil des collections.

Le cardigan est une pièce majeure des collections mixtes de l'hiver 1982-1983.



un des
tout
premiers
blousons
"fifre" !
(1977)



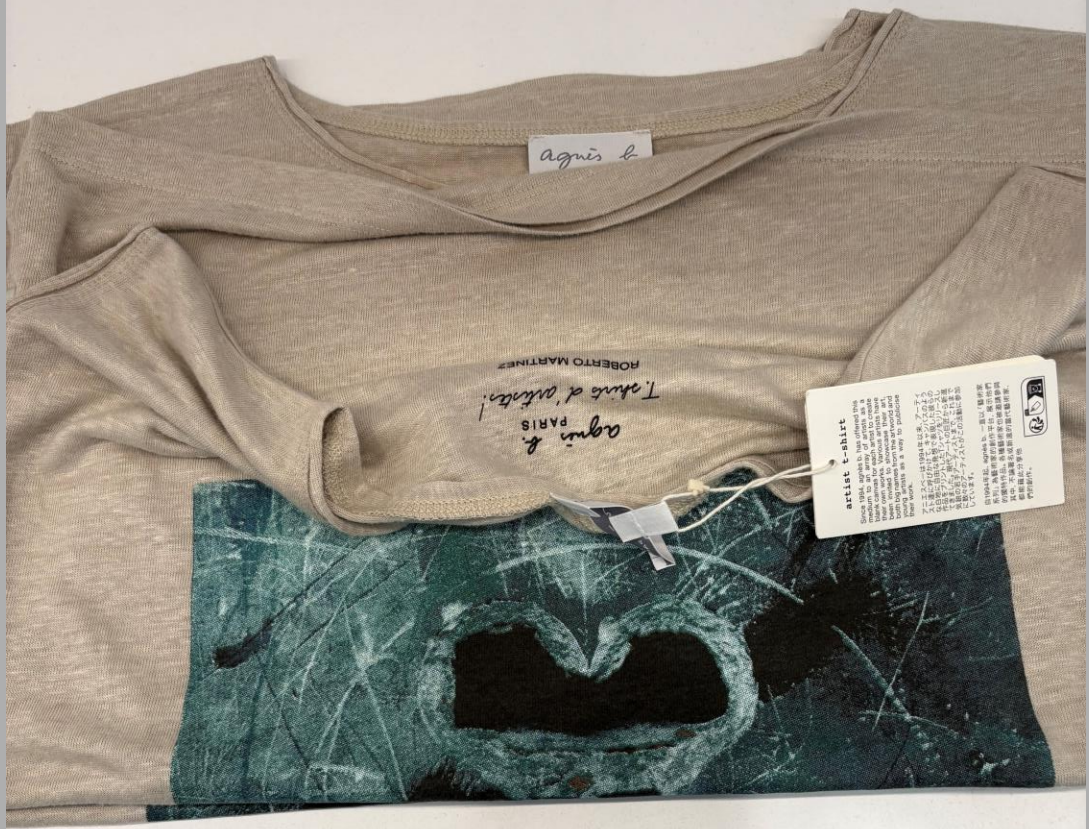
Collection hiver 2003-2004.

La Jeunesse : burin et eau-forte
de Nicolas de Larmessin, d'après
Nicolas Lancret, XVIII^e siècle.

Croquis du blouson *Fifre*, 1977.
Inspiré par un blouson de marin
hollandais, son nom vient du
tableau de Manet qui représente
un jeune garçon jouant du fifre.





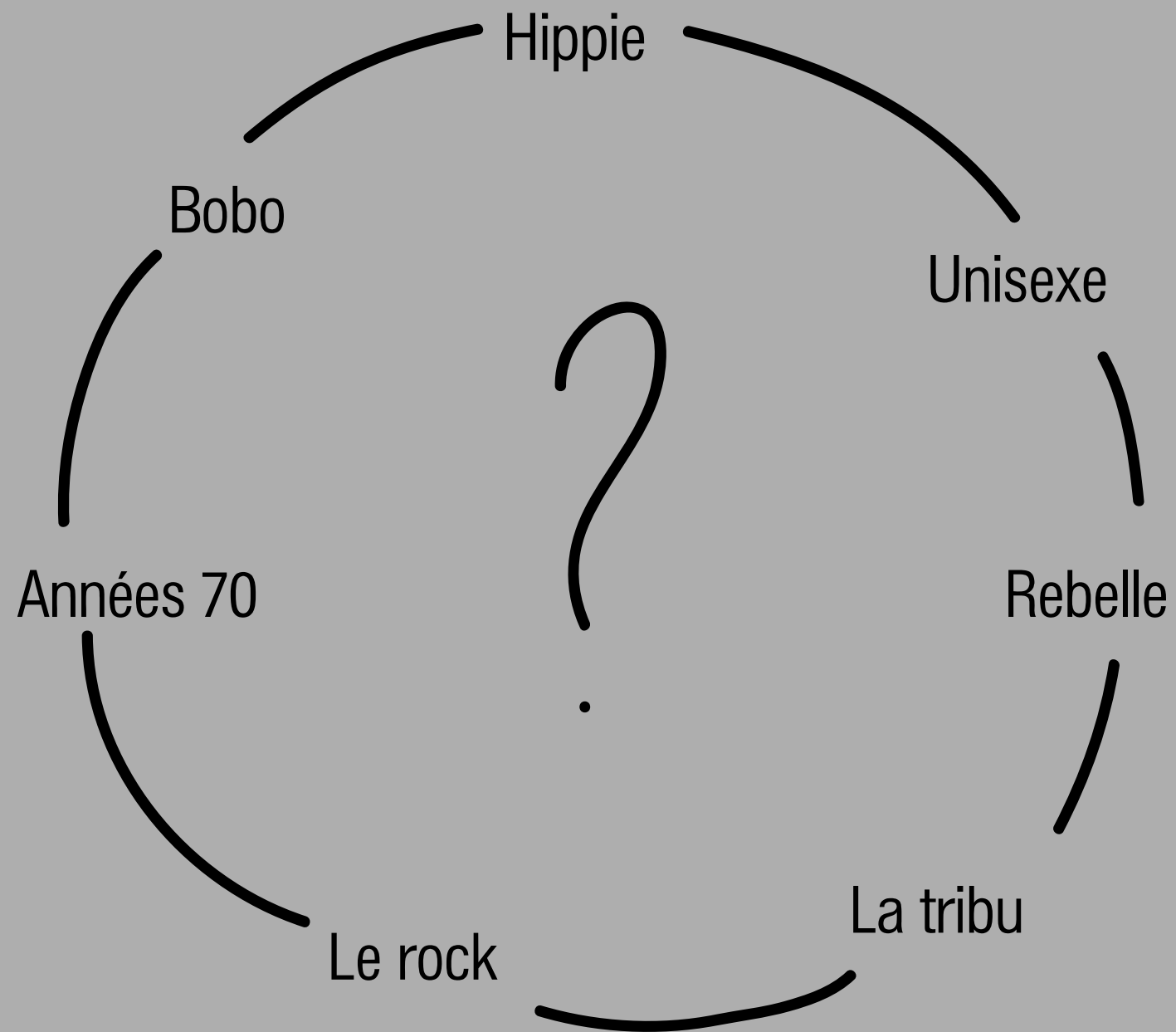






T-shirts d'artistes!







Jonas Mekas,
cinéaste expérimental,
Oxmo Puccino, chanteur,
John Waters, réalisateur,
André Magnin, galeriste,
Malick Sidibé, photographe,
et sa femme.

le point d'ironie

Le ¶ trouve son origine lors d'une discussion entre agnès b., Christian Boltanski et Hans-Ulrich Obrist en 1997. Six à huit numéros paraissent chaque année. Chacun est investi par un artiste qui se l'approprie pour en faire un objet d'art singulier. Périodique atypique tant par sa gratuité, son format et sa diffusion, le ¶ est distribué sur le mode de la dispersion

numéros déjà parus :

0 Jonas Mekas 1 Joseph Grigely special C.B./Remember James Lee Byars 2 Gilbert & George 3 Douglas Gordon 4 Marlene Streeruwitz 5 Annette Messager 6 Lawrence Weiner 7 Christian Boltanski 8 Itsuko Hasegawa & Dan Graham 9 Gabriel Orozco 10 Claude Lévêque 11 Hans-Peter Feldmann special Martin Parr 12 Harmony Korine 13 A. Ohannessian & Toni Negri 14 Louise Bourgeois special 2000 Frédéric Bruly Bouabré 15 Roni Horn 16 Richard Billingham 17 John Giorno & Ugo Rondinone 18 Rosemarie Trockel 19 Cedric Price 20 Ken Lum/hommage à Chen Zhe 21 Raymond Hains 22 Gilbert & George 23 Thomas Hirschhorn 24 Yona Friedman special Navin Rawanchaikul 25 Matthew Barney 26 Christian Boltanski 27 Hanne Darboven

(cent mille exemplaires à travers le monde dans des musées, galeries, librairies, écoles, cinémas, boutiques, etc). Inventé par l'écrivain français Alcanter de Brahm à la fin du XIX^e siècle, le ¶ est un signe de ponctuation employé à la fin des phrases (comme un point d'exclamation ou un point d'interrogation) pour indiquer les passages ironiques d'un texte.

28 Raqs Media Collective 29 Edouard Glissant 30 Claude Closky 31 Yoko Ono 32 Paul-Armand Gette 32 bis Hors série 33 Philippe Parreno 34 hommage à Michel Foucault 35 Yona Friedman special Nancy Spero 36 Tacita Dean 37 Ed Ruscha 38 Ryan McGinness 39 Richard Prince 40 Damien Hirst 41 hommage à Raymond Hains 42 Tobias Buche 43 Hreinn Fríðfinnsson 44 Hugues Reip & Melanie Counsell 45 Robert Crumb 46 Carlos Cruz-Diez 47 Koo Jeong-A 48 Walid Raad 49 Ryan McGinley special Stéphane Hessel 50 Christian Boltanski special Pierre Reimer 51 Dayanita Singh 52 Etel Adnan special Tara oceans 53 Peter Lamborn Wilson 54 Pierre Henry 55 Shimabuku 56 Robert Barry 57 Agnès Varda

* * * * *

Les armes du voyageur

À MA TRÈS CHÈRE FILLE

« AGNES B. »

J'E DÉDIE CE CÉLESTE

« RAYON SOLAIRE »

DESCENDU POUR LA RELIER

À « DIEU » !

PARIS, LE 9-9-1995

Paul

*

CHRISTO ET JEAN
Package, 1963



la « rue du jour » et après...

Depuis ses 20 ans, Agnès, en jeune femme libre, s'est inventé son propre style – une alternative à la mode des années 1960 – identifiable entre tous, qui est devenu celui de milliers de femmes à travers le monde et qui a contribué à marquer son époque, la nôtre. Mais, au-delà d'exprimer sa personnalité, Agnès a aussi créé une nouvelle façon d'acheter des vêtements, quand elle a ouvert, avec Jean-René de Fleurieu, rencontré quelques mois plus tôt, un lieu de partage et d'inspiration qui n'existait pas auparavant. Ce fut sa première boutique, au numéro 3 de la rue du Jour, à Paris.

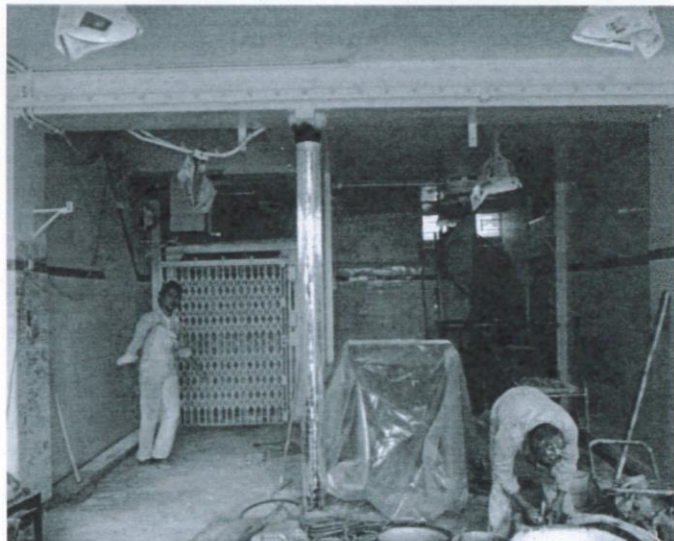
En 1975, en plein cœur des Halles alors en travaux, ils choisissent une boucherie qui vient de vendre ces derniers quartiers de bœuf pour installer leur première boutique, laquelle servira également de bureau et d'atelier. Au premier étage, la soupente où Agnès dessine et un petit bureau sur lequel sa chère Fanny Deleuze, épouse du philosophe, s'occupe des « paperasses ».

Inoubliable lieu baigné de lumière avec, au fond, un escalier en colimaçon, un monte-charge, une vitrine sans vêtements mais avec des plantes et des fleurs, des 33 tours de Bob Marley qui tournent, des bengalis qui volent librement en piaillant par-dessus la musique et une cabine d'essayage où, derrière un grand rideau blanc, les femmes se déshabillent ensemble, se regardent et se parlent. La réinvention d'une intimité partagée, de la parole d'un gynécée. Au mur, sur des cintres, des panoplies, mais aussi des affiches de cinéma fixées au scotch noir, des graffitis et des numéros de téléphone notés au feutre sur le carrelage blanc. Une balançoire pour tous, une table et des chaises où déjeunent les amis de passage, des piles de T-shirts rayés, des vestes chinoises, une image de Mao Zedong, un bonhomme Michelin comme grigris et, au-dessus de la tête, des jupons en toile à beurre de toutes les couleurs, tout juste teints et à peine secs, suspendus à la barre des crochets qui servaient à l'ancienne boucherie.

L'agneau sur l'enseigne de la boutique de la rue du Jour, peint par Jean-Michel Prudhomme, Paris, 1976.

Jean-René de Fleurieu et les travaux dans l'ancienne boucherie de la rue du Jour.

Nicolas, Ariane, Agnès et Étienne, vers 1976.

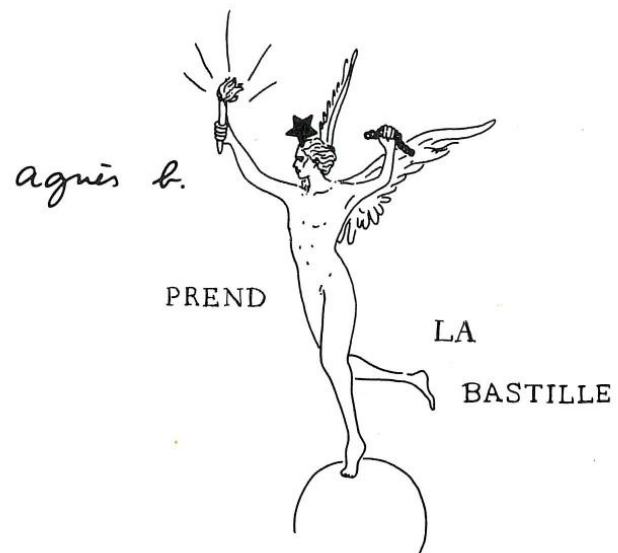


une collection, c'est quoi ?
une collection, c'est une réflexion.
Soit, penser à des femmes à des jeunes
filles que l'on veut idéales ---
penser à tous les moments de leur vie
qu'elles rêvent de vivre -
Cela veut dire, leur faire plaisir
autant que je peux ; leur donner
confiance en elle et aussi, dans les
vêtements qu'elles se choisissent
pour pouvoir les porter souvent, longtemps
en se les appropriant, en les mélan-
geant suivant sa propre personnalité
--- et aussi, ainsi les aider au
quotidien, qu'elles habitent Paris
ou bien d'autres capitales, ou ailleurs
hummm ! une collection, c'est pas facile !
mais c'est SUPER à faire !!





j'ai toujours aimé photographier mes vêtements



agnès b.
×
FURY
VÊTEMENTS UNIQUES SÉRIGRAPHIÉS

agnès b. vous invite à l'inauguration de sa nouvelle boutique
en présence de l'artiste Fury le vendredi 2 décembre 18h → 21h

FEMME HOMME ENFANT

nouvelle boutique !!

25 boulevard Beaumarchais 75004 Paris 01 45 66 47 18 du lundi au samedi de 10h30 à 19h30



agnès b. PARIS

agnès b.
concept store &
LOUVRE
Paris, France

« Je lance un appel aux marques de luxe pour défendre le savoir-faire français »

PROPOS RECUEILLIS PAR DOMINIQUE CHAPUIS - LES ECHOS | LE 31/03/2010

La fondatrice de la marque agnès b. inaugure aujourd'hui à Paris le Salon de la haute façon « made in France », qui regroupe les ateliers de confection français, sous traitants des grandes maisons de luxe. Jusqu'à jeudi soir, 80 d'entre eux exposent leur savoir-faire à la Bourse du commerce. Avec la crise, cette filière de la mode, qui compte environ 5.000 emplois directs est menacée. agnès b. a participé ces derniers mois aux discussions entre le gouvernement, les marques de luxe et les façonniers pour sauver ce savoir-faire français. Un engagement que cette patronne très « sociale » défend depuis la création de sa société. Elle va envoyer ses équipes sur le Salon pour trouver de nouveaux fournisseurs spécialistes notamment des vêtements pour enfants et des accessoires.

La marque agnès b. est-elle encore fabriquée en France ?

Nous sommes le premier donneur d'ordre français dans la mode. Depuis la création du groupe en 1979, je me suis engagée à faire fabriquer en France. Aujourd'hui, selon les collections, près de 50 % de notre production sont réalisés dans l'Hexagone. Nous travaillons avec une dizaine de confectionneurs, spécialistes du flou (jupe), des pantalons, de la maille, dont certains depuis l'origine de la maison. En trente ans, nous en avons perdu la moitié. Ces fournisseurs que je rencontre régulièrement, qui viennent chez nous, à nos défilés, représentent au total près de 650 emplois. Ils ont appris à travailler ensemble et se serrent les coudes.

Cette filière est-elle menacée ?

Les difficultés ne datent pas d'hier. Cela remonte à une quinzaine d'années. J'ai envoyé un courrier il y a un an à Christine Lagarde pour l'alerter sur la situation de ces fabricants, qui empire. Il est de plus en plus en plus dur pour ma société de maintenir une partie de sa production en France. Nos confectionneurs ont trop de charges et ne sont plus compétitifs. En plus, ils sont pénalisés par un euro fort. La crise a rendu les choses encore plus difficiles. Notre sous-traitant EMO installé à Troyes, qui réalise nos tee-shirts rayés, a vu ses commandes chuter de 50 % l'an dernier. La société a été placée en redressement judiciaire et bénéficie d'un plan de continuation. Elle a dû réduire ses effectifs. Nous continuons bien sûr de travailler avec elle. Mais force est de constater que nos partenaires disparaissent les uns après les autres, et avec eux, des savoir-faire. Ce qui nous contraint à chercher des fournisseurs ailleurs. Il n'y a par exemple plus de façonniers en France qui travaillent sur l'homme. Nous sommes contraints de faire faire nos costumes en Roumanie. Nos jeans, eux, viennent du Maroc. Nous nous approvisionnons aussi en Tunisie, à l'île Maurice et en Chine, notamment pour les pulls en cachemire.

Si agnès b. continue de fabriquer en France, pourquoi les marques de luxe ne le pourraient-elles pas ?

C'est clair, mes collègues sont en quête d'un maximum de profit. agnès b. n'est pas une marque de luxe. Hors du cuir, nos prix vont de 115 euros pour une jupe à 625 euros pour un manteau en drap de laine. Pourtant, nous restons fidèles à nos fournisseurs, c'est une question d'éthique. Comme les coûts de production sont plus élevés en France, nous faisons une gymnastique en établissant un prix moyen en fonction de nos coûts de revient les moins élevés et les plus chers. Les consommateurs sont prêts à payer plus pour de la qualité. En plus, nos vêtements ont un style intemporel qui permet de les garder longtemps.

Le fait d'être un groupe familial facilite-t-il cette stratégie ?

Effectivement, nous ne sommes ni Zara ni H&M. Notre chiffre d'affaires s'élève à 214 millions d'euros,

