

Lafont plonge le workwear dans un bain de mode

Le spécialiste du vêtement professionnel lance une collection de prêt-à-porter.

LAFONT ouvre sa boîte à souvenirs pour rentrer dans le prêt-à-porter. Le spécialiste du vêtement professionnel, repris en 2016 par le groupe *Cepovet*, est sans doute l'un des plus connus du grand public. Les images de la salopette de Coluche sont imprimées sur la rétine de l'inconscient collectif français. De même que toute une génération, celle qui avait 15 ans dans les années 80, se souvient de la toute jeune Sophie Marceau, révélée par «*La Boum*», dans une salopette trop grande pour elle. Une pièce emblématique, au nom de code très workwear : la «cotte à bretelles 406».

Pour les deux, c'était du Lafont, que l'on appelait encore *Adolphe Lafont*. Fondée en 1844 à Villefranche-sur-Saône, l'entreprise a pour ainsi dire inventé le vêtement professionnel. On lui doit aussi la fameuse veste *Coltin* et autour d'elle tout un imaginaire d'une France artisanale et industrielle. Aujourd'hui, Lafont est toujours à la pointe pour garantir aux professionnels un confort total au travail, grâce à des vêtements techniques, fonctionnels et durables. Cependant, l'entreprise a également décidé de s'adresser au grand public, en proposant une collection mode qui puise dans la richesse de ses archives. Elle espère profiter d'un moment où les passerelles entre l'urbain et le workwear répondent à une tendance forte.

Baptisée *Lafont 1844*, cette nouvelle ligne a été dessinée par Louis-Marie de

Casteljac. Clin d'œil de l'histoire, son père, Jean-Charles, a commencé sa carrière comme stagiaire chez Lafont. Au-delà de l'anecdote, le jeune créateur propose des pièces sincères, fonctionnelles, solides, indémodables... tout en étant très contemporaines. «*J'aime la durabi-*



Modèles Lafont. La collection de prêt-à-porter propose des vestes, des chemises, des combinaisons en moleskine revisitées avec des color blocks, des sacs et des tee-shirts, le tout «Made in France». *Costanza Casali*

lité, j'aime aussi placer des parcelles de poésie dans la vie quotidienne. Quoi de plus concret qu'un vêtement de métier, quoi de plus propice au détournement ?» explique-t-il.

Vestes inspirées du modèle *Coltin*, chemises, combinaisons en moleskine sont revisitées de color blocks francs et purs (orange, bleu travail, kaki, noir, blanc) et de détails ingénieux : découpe discrète sur la manche pour pouvoir consulter sa montre sans avoir à dégager le poignet, pattes et col de veste rétrotréfléchissants, poches secrètes, zips graphiques... Le tout est coupé dans des tissus «Made in France», essentiellement de la moleskine de coton et du coton-polyester recyclé. Quelques sacs inspirés de la trousse de plombier, ainsi qu'une courte gamme de tee-shirts aux graphismes originaux complètent l'ensemble.

Une belle ode urbaine aux métiers populaires, qui répond à un besoin de racines et d'authenticité... Tout en se positionnant sur un créneau haut de gamme. Designers, architectes, créatifs de tout horizon devraient être séduits par cette ligne. Ils iront la chercher sur le site partenaire de Lafont, *De toujours*, mais aussi dans une sélection de concept-stores et de grands magasins. «*Nous ciblons une certaine de points de vente. Cette diversification se veut sélective et qualitative*», précise Alexandra Avram, la directrice marketing et commerciale de Lafont.

ODILE MOPIN ●