



PressBook
PEGGY HUYNH KINH

contact@phk.fr - www.phk.fr



PARIS
Talent pluriel

STYLISTE DE MODE ET ARCHITECTE D'INTÉRIEUR, PEGGY HUYN KINH EST UNE FEMME ORCHESTRE. EN TÉMOIGNENT SES SACS, BIJOUX, PRÊT-À-PORTER ET APPARTEMENT. ELLE FAIT PARTIE DE CELLES QUI VONT COMPTER...

Par Esther Henwood ; photos : Vincent Knapp

AD Septembre / Octobre 2004



DANS LA CHAMBRE RESTRUCTURÉE PAR PEGGY AVEC UN BEL ESCALIER-SCULPTURE MENANT AU DRESSING, FAUTEUIL « LITTLE ALBERT » DE RON ARAD (ÉDIFICES), HUILE ET CIRE SUR TOILE D'HUGUES DECOINTÉ (AGENCE ARTGATES - EMMY DE MARTELAERE). PAGE DE GAUCHE, SUR LA TABLE BASSE SAARINEN (KNOLL), COLLIERES EN GRENATS, ARGENT MASSIF ET BOUCLES EN PIERRES DURES (PEGGY HUYN KINH). LAMPES BALADEUSES « MAYDAY » (FLOS). SUR LE LIT, MANTEAUX RÉVERSIBLES EN MOUTON DE MONCOLTE (PEGGY HUYN KINH).

AD Septembre / Octobre 2004

septembre - octobre 2004 ■ 117



Admiratrice de Mies van der Rohe, elle applique à toutes ses créations la formule du maître : *less is more*. Et ça lui réussit. Après un diplôme à l'école Met de Penninghen et une activité d'architecte d'intérieur, son parcours est un impressionnant sans-faute : d'abord styliste pour le prêt-à-porter et les accessoires chez Grès, Balmain, Patou, Céline, Cartier, Dunhill, Mugler, elle crée très vite sa propre marque. « Un accessoire bien conçu est "immortel", rappelle-t-elle. Il a une autonomie de vie que n'a pas le vêtement. J'aime les stéréotypes, les clichés tellement ordinaires qu'ils en deviennent extraordinaires. La tong, le tee-shirt, le trench coat en font partie et sont devenus les mythes que l'on connaît. Voyez ce dernier : il est beau, fonctionnel, protecteur, sexy. Même ultra-patiné, il reste élégant. N'ayant pas d'épaulettes, il est indémodable. Porté comme une robe de chambre et pieds nus, ou sur une robe du soir, il est d'un chic imperturbable. » Après cette envolée lyrique sur les qualités de l'imperméable sacralisé par Humphrey Bogart et Michèle Morgan, on apprend que Peggy Huyn Kinh l'a inscrit parmi ses priorités dans son « salon de couture sur mesure » qui ouvrira en septembre, tout près de sa première boutique, rue Coetlogon à Paris. Minimalisme, fonctionnalisme, universalisme, luxe... selon la créatrice, la forme découle de la fonction. Elle aime la technique, les détails, la sobriété, la rigueur. Immédiatement après Mies van der Rohe, elle place John Lautner, qui fut l'assistant de Frank Lloyd Wright. « Il concevait des maisons imposantes, lumineuses, cerclées d'immenses baies vitrées, idéales pour les *James Bond* qu'on y a tournés. » Pour le tout nouveau département homme de sa boutique, elle a restructuré l'espace. Au centre, un grand mur en béton brut, comme posé en équilibre, rappelle celui de la boutique femme. Elle a dessiné une console en plexiglas et une armoire à multiples portes recouvertes de cuir couleur coquille d'œuf. A ses talents de styliste de mode, Peggy Huyn Kinh conjugue ceux d'architecte d'intérieur, avec une remarquable cohérence. ■

Lire adresses p. 177



AD Septembre / Octobre 2004



PEGGY HUYN KINH

1979-1992 Directrice artistique chez Grès, Pierre Balmain, Céline.
1992-1997 Designer d'accessoires chez Patou.
1992-2002 Designer de maroquinerie chez Cartier et Dunhill.
1999-2002 Accessoires Thierry Mugler, ligne joaillerie Van Cleef & Arpels, Tad's, Swarovski...
1996 Création de la marque Peggy Huyn Kinh.
1997 Première boutique, rue Coetlogon à Paris.
2004 Département homme et salon couture sur mesure.



Brunet et fine fumeuse de havanes, Peggy Huyn Kinh est créatrice de mode. Ses bijoux géométriques, modernes, luxueux, en pierres dures – améthyste, calcédoine, turquoise, onyx – et argent massif se reconnaissent au premier coup d'œil ; quant à ses sacs en veau glacé, croco, autruche ou python peints à la main, ils ressemblent à de petites architectures élégantes, pratiques, indémodables. Dans son appartement situé dans un hôtel particulier du XVIII^e siècle, peu de meubles, de grands classiques uniquement : Charles & Ray Eames, Castiglioni, Le Corbusier, Saarinen. « Dans mon ancien appartement d'esprit 40, avec son immense terrasse plein sud, je m'étais inventé une histoire : celle qui l'habitait était une starlette des années 50, une héroïne modianesque... Ici, le climat étant l'extrême opposé, je ne me suis pas raconté de roman, j'ai appliqué la carte fonctionnelle tout de suite », raconte Peggy. Elle a donc essentiellement corrigé les volumes de la chambre : « J'ai abattu la mezzanine. Le lit était en haut, le dressing en bas, je les ai intervertis. Dans tout nouveau lieu, je pense d'abord à la circulation. Il manquait une pièce dans cet appartement. J'ai donc mis la cuisine dans le salon, sans élever de cloison. C'est beaucoup plus moderne ! » Un charmant espace à colonnes avec son plafond ovale gris perle permet une halte poétique, quelque peu hors temps dans cet environnement contemporain. « J'y prends parfois mes petits déjeuners ; je viens aussi m'isoler, loin des téléphones... », précise-t-elle. Un lustre de Castiglioni aux multiples ampoules transparentes dans le salon-cuisine, une suspension à ampoule géante des années 60 dans la bibliothèque-bureau et d'autres plus modestes dans la chambre rappellent le goût de Peggy Huyn Kinh pour le cercle. Une forme que l'on retrouve souvent dans ses bijoux. >



CI-DESSUS, DANS L'ATELIER : BUREAUX (KARTELL), LAMPES DE PAOLO RIZZATO (LUCEPLAN), BIBLIOTHÈQUES DESSINÉES PAR PEGGY ET LUSTRE AMPOULE GÉANTE DES ANNÉES 60 (MARCHÉ AUX PUCES). EN HAUT À GAUCHE, SUR UN CANAPÉ (POLTRONA FRAU), PEGGY, FUMEUSE DE HAVANES. À DROITE, SACS À BANDOULIÈRE EN PIERRES DURES ET PYTHON À MOTIFS PEINTS À LA MAIN (PEGGY HUYN KINH). PAGE DE GAUCHE, DANS LE COIN CUISINE DU SALON, LUSTRE AMPOULES DE CASTIGLIONI (FLOS), ÉLÉMENTS DE CUISINE EN ACIER ET BOIS (BOFFI).

AD Septembre / Octobre 2004
 septembre - octobre 2004 # 115

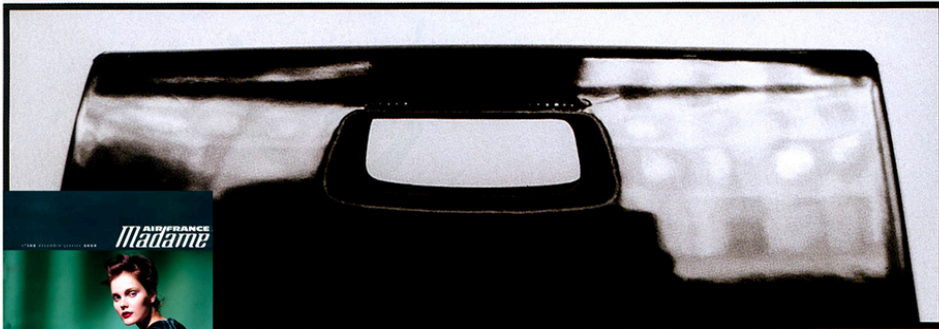


AD Septembre / Octobre 2004



DANS LE PETIT SALON OVALE PEINT EN GRIS PERLE, TABLE DE JEAN NOUVEL, CHAISES EN FER FORGÉ ANNÉES 40 (MARCHÉ AUX PUCES). AUTOUR DU MIROIR GRAVÉ DES ANNÉES 40, ICÔNE RUSSE, COLLAGE ET PEINTURE D'HUGUES DECOINTET. PAGE DE GAUCHE, BIJOUX CRÉÉS PAR PEGGY HUYN KINH : DISQUES EN ARGENT MASSIF ÉMAILLÉ ET BAGUES BOUCLES EN PIERRES SEMI-PRÉCIEUSES (CALCÉDOINE, TURQUOISE, ONYX...).

AD Septembre / Octobre 2004



VOYAGE INTÉRIEUR CRÉATRICE

Par Séverine Werba
Photos Patrick Swire

Peggy Huyn Kinh est une alchimiste qui fond le quotidien en luxe. Ses créations épurées ne se consacrent qu'à l'essentiel. Racolier avec une débauche d'artifices n'est pas le genre de la maison. Pourtant, rien ici n'est ennuyeux ou rigide puisque tout est créé pour faire plaisir et embellir la vie. Elle a le goût de la perfection sans se prendre au sérieux. "L'avion est un endroit magnifique pour créer. Dans ce no man's land, je travaille en rêvant, et puis je suis dans ma problématique typique. Créer une poche utile, une place pour un châle que l'on garde à portée de main." Comme s'il fallait ce voyage sans contraintes pour trouver les réponses aux besoins du quotidien qu'elle donne dans ses créations.

Depuis la naissance de sa marque en 1996, Peggy Huyn Kinh crée ses accessoires et bijoux en alliant l'utile au beau sans surcharge aucune: "Quoi de plus simple qu'un anneau et une perle? Ce que je cherche, c'est la forme et la couleur." Une simplicité dont elle fut la pionnière, avant d'être largement copiée, même si elle prétend "ne rien avoir inventé de révolutionnaire". Sa modestie ne saurait faire oublier qu'elle fut bien la première et unique créatrice à faire du sac en plastique un objet de désir. "Lors d'un voyage en Russie, j'ai constaté que beaucoup de femmes avaient pour unique sac à main un sac en plastique. Je me suis dit qu'il suffisait de le transformer avec de belles matières pour l'anoblir." Méconnaissable, il crâne désormais en serpent. Le doggy bag et le duty free bag muent en croco ou en cuir glacé. Un seul regret: avant, le modeste sac rendait service sans complexes; depuis qu'il a fait peau neuve, on a tendance à moins lui en demander.

Elle voit du beau dans le fonctionnel: "Toutes ces choses qui ont été faites pour être utiles et qui, grâce à leur intelligence, sont belles." D'ailleurs, avant de créer

FASHION UNDERSTATEMENT

Peggy Huyn Kinh's designs are simple, straightforward... and sublime.

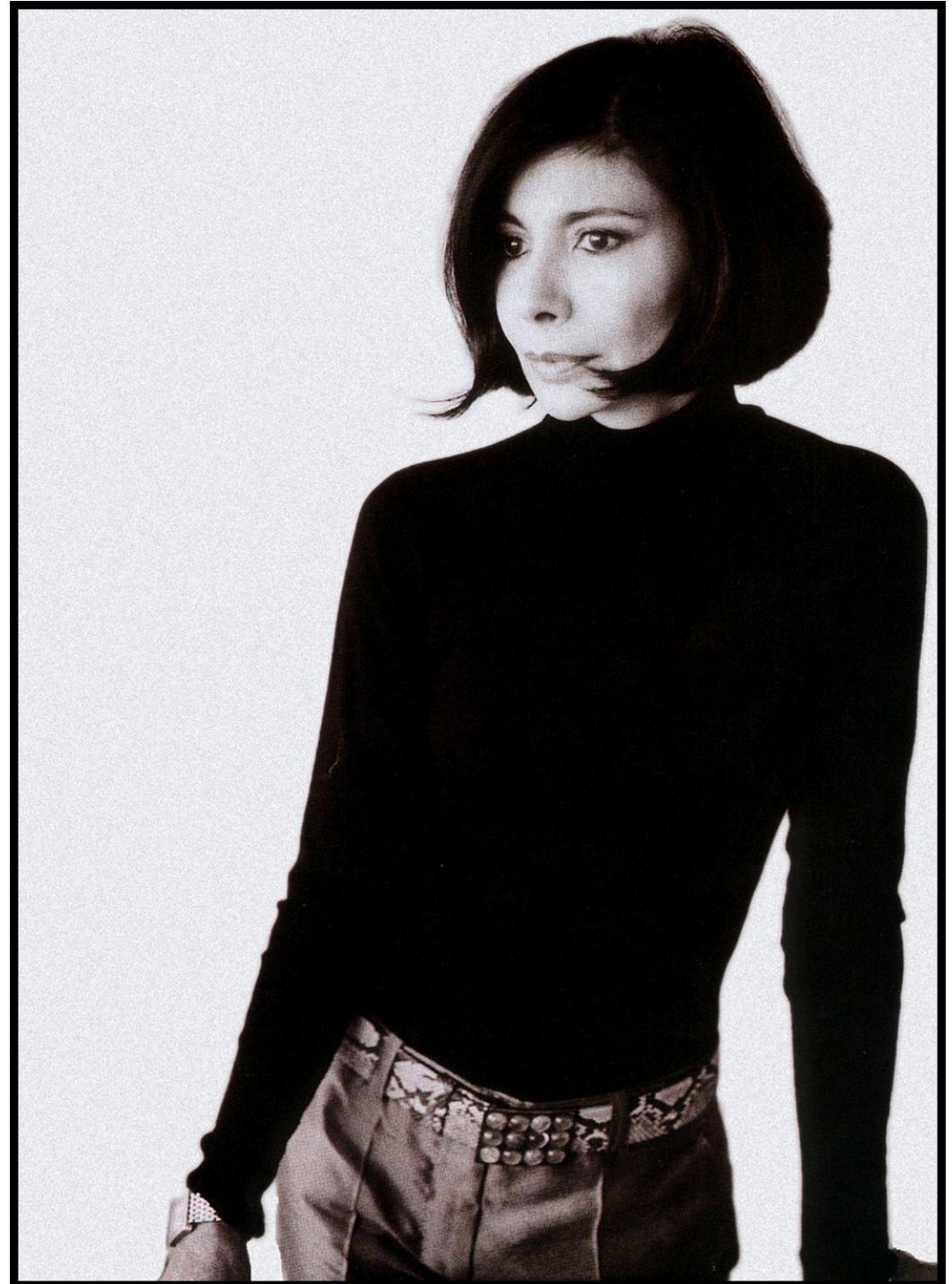
She's an alchemist, transmuting the commonplace into the precious. Her spare creations are stripped to the essentials, yet never austere or mundane. Peggy Huyn Kinh is a perfectionist who doesn't take herself too seriously. "I do some of my best work on planes," she says. "An airplane in flight is a no man's land where I can create in a dream-like state, and confront my eternal predicament: how to create a convenient pocket, a place to keep a scarf so it's always within reach..." It's as though she needs the exceptional context of travel to find solutions to the ordinary problems she seeks to solve in her designs.

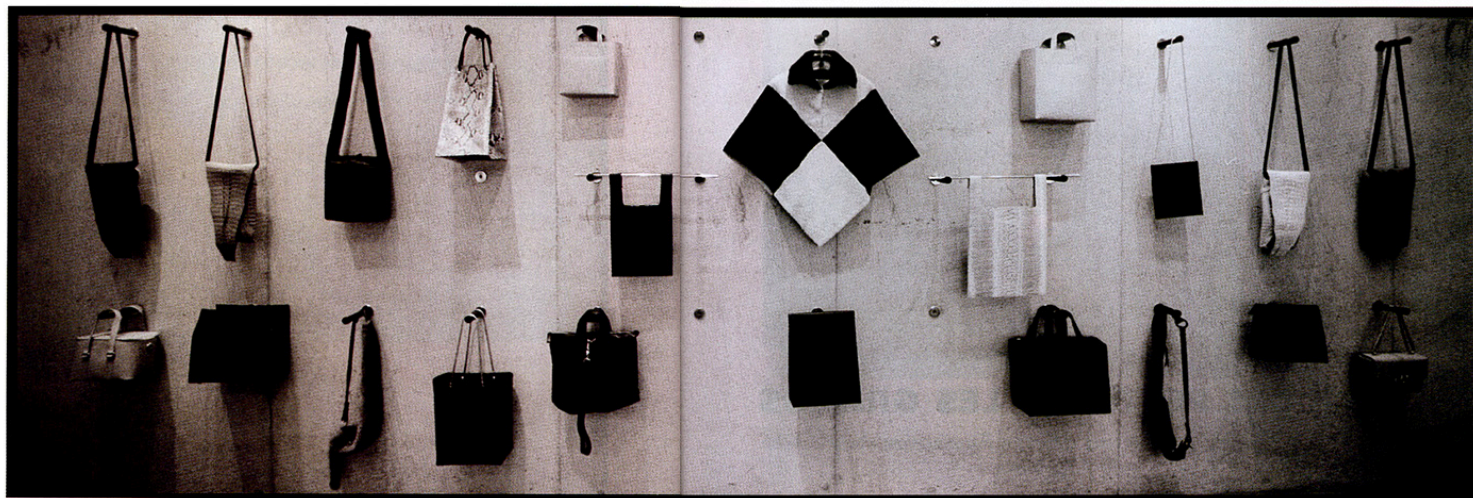
Since the founding of her brand in 1996, Peggy has been creating accessories and jewels that unite the useful with the beautiful, eliminating all extraneous elements. "What could be simpler than a ring and a pearl?" she asks. She pioneered a simplicity that is now often imitated, although she claims to have "invented nothing revolutionary." Modesty aside, she was the first designer to make the plastic bag an object of desire. "I was traveling in Russia, where I noticed a lot of women using plastic bags as handbags. It occurred to me

CI-contre, la créatrice Peggy Huyn Kinh.

172 AIR FRANCE MADAMÉ

AIR FRANCE MADAMÉ n°109 / Décembre-Janvier 2006





*"J'achète pour empêcher la disparition totale des objets...
C'est en observant les meilleurs qu'on apprend à l'être."*

un sac, Peggy réunit toujours sur sa table de travail les objets qu'elle compte y glisser. Les belles matières suivent. Collectionneuse de sacs depuis l'enfance, elle hérite un authentique cabas poireaux-pommes-de-terre qui ne se fabrique plus – "j'achète pour empêcher la disparition totale des objets" – tout autant qu'un sac Hermès car "c'est en observant les meilleurs qu'on apprend à l'être". Obsédée assumée de perfection formelle et de qualité, elle désamorce tout de suite: "Je ne crée jamais dans la douleur, quelle horreur!" Et comme elle s'amuse, elle se lance des défis: faire un sac avec une peau entière de crocodile sans la couper, revisiter le sac cabine des compagnies aériennes des années 60 en

imitant le Skaï avec du buffle magnifique, épais et doux comme une peau de pêche... Cette simplicité n'a l'air de rien et c'est ce qu'elle aime. Peggy veille à tout: le secret d'une couture qui ne gêne pas, la perfection du point ou le toucher sensuel d'un carnet en cuir sublime. Le vrai luxe ne triche pas.

Née à paris d'une mère française et d'un père sino-vietnamien, Peggy se rêve architecte, dans la mode ou avocate. Finalement, elle s'inscrit à Penninghen en architecture d'intérieur. Elle y apprend la rigueur et la construction par le détail, qui définiront son approche de l'accessoire et du vêtement. Elle débute dans la mode auprès de madame Grès, "l'un des derniers grands artistes de la couture", puis enchaîne les directions artistiques et les collaborations avec des noms prestigieux: Pierre Balmain, Celine, Jean Patou, Cartier. Aujourd'hui encore, elle crée avec plaisir pour des maisons très connues, qu'elle ne peut citer, et avoue que cela lui donne les moyens de son indépendance. "Ma marque est petite mais elle me ressemble, on ne me dicte rien." Elle supporte difficilement d'être copiée par les

"It's by studying the best that you learn how to be the best."

that with quality materials you could make it into something nice." In her hands, the lowly sack comes dressed up in snakeskin, the doggy bag or duty free bag in crocodile or glazed leather.

For Peggy, beauty arises from function. Before creating a bag, she spreads out on the table everything she intends to put in it—the fine materials come second. A collector of handbags since her childhood, she cherishes an old supermarket carryall of a type that isn't made any more. "I buy them to protect them from extinction," she says. But she can be equally fond of an Hermès bag, because "it's by studying the best that you learn how to be the best." She likes to have fun in her work, and she likes to give herself challenges: to make a bag using an entire uncut crocodile skin, or to update the sixties-style airline flight bag, replacing the Leatherette with a magnificent bison leather, thick and soft as peach skin.

As a child, Peggy dreamed of becoming an architect or lawyer. From early studies in interior design, she learned professional strictness and how to build up a whole from the details, skills that would define her

grandes marques, qui "vous écrasent avec leur marketing", car elle n'a pas les moyens de faire de la publicité. Elle déplore que le luxe de certaines maisons se transforme en consommation pure en perdant qualité et histoire. Car elle "n'aime pas le faux chic" pas plus que le faux populaire. En vraie parisienne, elle a la nostalgie du marchand de couleurs où elle trouvait ses sacs en papier et du petit maroquinier qui aime le beau travail. Elle lutte pour que Paris ne devienne pas un immense grand magasin et résiste à sa façon en proposant ce qui lui paraît juste et manqué dans un monde "qui tue la diversité".

Dans sa mission du luxe quotidien, elle crée en 2005 des vêtements sur mesure pour habiller les femmes, parce qu'elle trouve plus intéressant d'être bien dans sa peau toute la journée et qu'il manquait une offre entre la couture très soir et le tailleur pour homme. D'un geste précis

et gracieux, elle démontre pourquoi le sur-mesure est nécessaire pour qu'un vêtement vive d'une même manière sur telle ou telle personne. Vous n'en doutez plus. Tous les indispensables, du tailleur à la petite robe, se déclinent en shantung de Chine, satin cuir, douppion, super cent masculin. Sur l'étiquette est brodé "Sur mesure, fabriqué en France". Son goût pour la tradition et les belles matières ne se fige pas dans un petit salon chichiteux avec chaises Louis XVI et petits fours. Pour accueillir cette ligne, Peggy renoue avec ses premières amours architecturales et conçoit un espace pop et chaleureux. Les films d'Audrey Hepburn y passent en boucle, parfaits pour apprécier la précision d'une jolie silhouette gaie et légère. Car elle trouve presque "ridicule de mettre quelque chose en plus si ce n'est pas nécessaire", même si elle est touchée par la sophistication chez les autres.

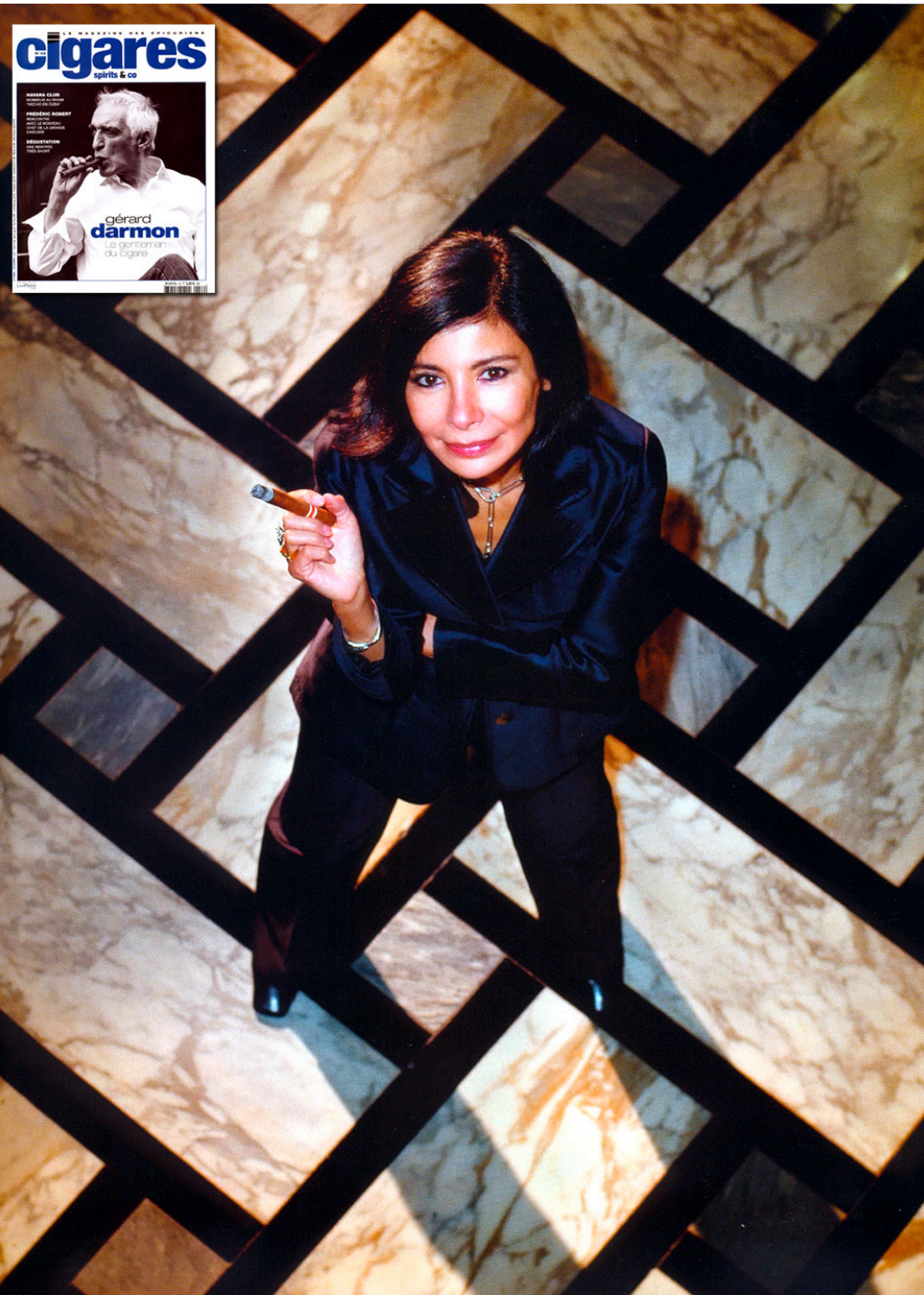
De sa formation d'architecte, elle garde le désir profond de créer une ambiance globale. Après avoir conçu sa boutique et sa maison, et conseillé quelques amis, Peggy rêve à présent de décorer un hôtel, "toujours pour améliorer le quotidien et faire du bien". Un autre rêve hante ses nuits: "Je perds mon sac et c'est terrible! Si seulement on avait simplement des poches comme les hommes, ce serait merveilleux. Moi qui cherche toujours à faire mieux avec un nouveau sac, finalement, le mieux absolu, c'est la poche!" Ne pas se prendre au sérieux, disait-elle. A n'en point douter, cette poche sera sur mesure. □

approach to accessories and garments. She got her start in fashion with Madame Grès, "one of the last great couture artists," before embarking on a string of prestigious collaborations with Pierre Balmain, Celine, Jean Patou and Cartier. To this day she enjoys working for well-known houses (whose names she cannot reveal) and admits that thanks to them she can remain independent. "My label is small but it's me," she says. "Nobody tells me what to do."

As part of her mission to bring luxury and pleasure to daily life, in 2005 she began offering made-to-measure garments for women. She crafts all the indispensables, from suits to dresses that adapt to every occasion, using materials like Chinese shantung, satin and douppion. Reviving her architectural skills, she designed an eye-catching, inviting space for her clothing line. Having created her own store, now she dreams of decorating a hotel. "Once again in order to enhance people's everyday lives." In addition to this dream, she also has a recurring nightmare: "I lose my bag and it's terrifying! If only we could have pockets like men—that would be great. I always try to improve the handbag with each new design, but really the best possible solution is pockets." As she says, perhaps we shouldn't take her too seriously. And of course if she did convert to pockets, they would be made to measure.



PAUL SMITH écharpe en laine vierge, 150 €, cahier grand modèle, 3 col., 25 € PRADA agenda répertoire en cuir, 3 col., 210 € PEGGY HUYN KINH porte-billets en cuir, 418 € SERGE THORAVAL bracelet en argent, 220 €



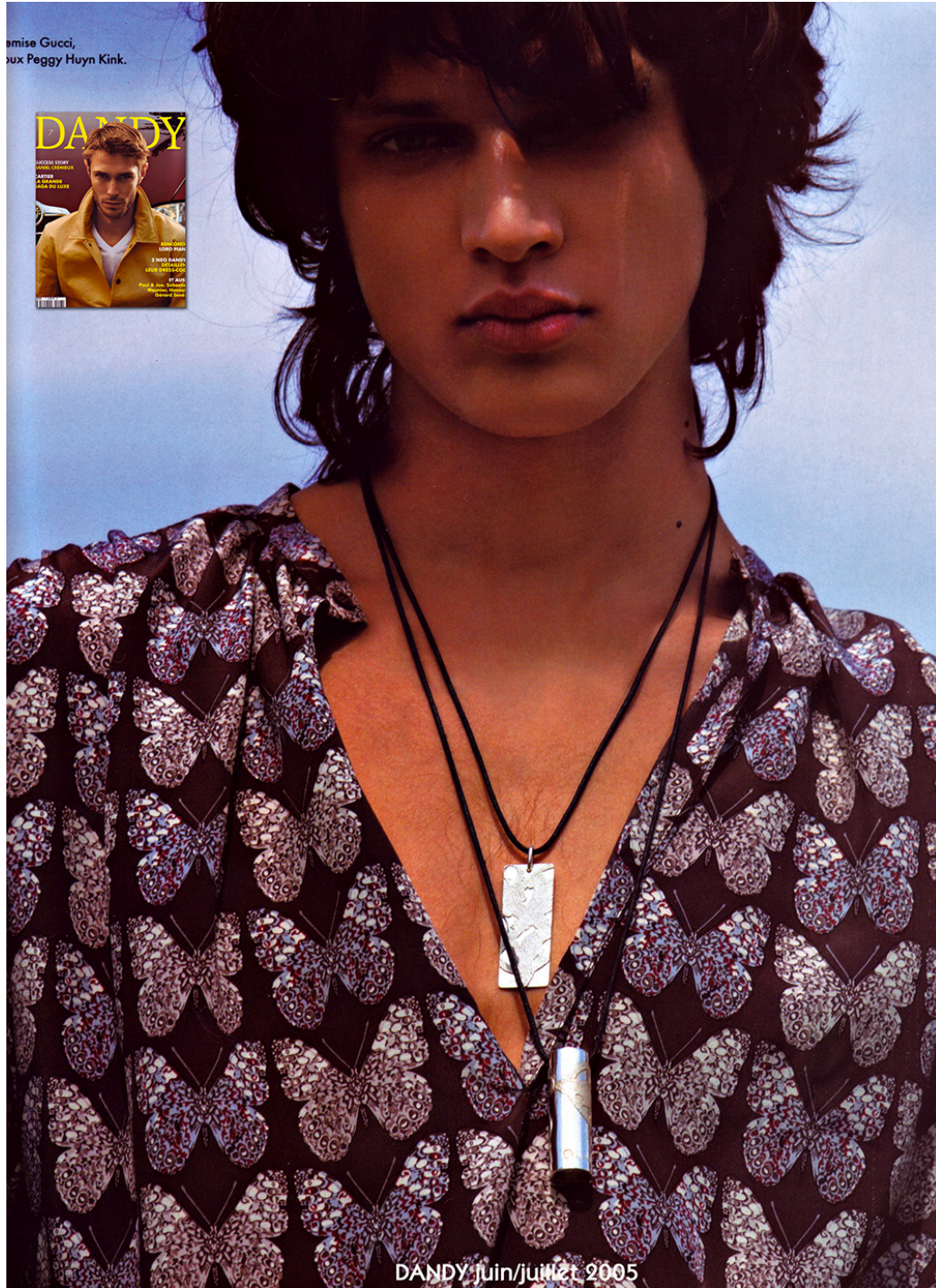
peggy huyn kinh

l'élégance pure

C'EST AU CŒUR DE SAINT GERMAIN QUE PEGGY HUYN KINH A TROUVÉ SES MARQUES. OU PLUTÔT AFFIRMÉ SA GRIFFE À TRAVERS DES CRÉATIONS QUI REVISITE LE LUXE AVEC UN RAFFINEMENT DES PLUS ÉPURÉ.

Je suis une femme futile et j'aime développer cette futilité à travers mes créations" affirme Peggy Huyn Kinh. Une futilité noble, chic et inspirée alors ! Il suffit de jeter un œil à ses collections ainsi qu'à son parcours pour en être convaincu. Diplômée de Penninghen, en architecture d'intérieur, la mode mais surtout la haute couture fait très vite une entrée remarquée dans sa vie. Pour être, aujourd'hui encore, au cœur du sujet. Chez Madame Grès, elle occupe le poste de Directrice Artistique six années durant avant de se concentrer sur le prêt-à-porter et les accessoires féminins pour Pierre Balmain. Puis, notre Directrice Artistique rejoint Céline, fraîchement racheté par le Groupe LVMH. L'occasion de découvrir tous les rouages de la maroquinerie et de faire plus ample connaissance avec l'Italie et le travail de ses artisans. L'aventure est belle, mais l'envie de créer en toute liberté, d'affirmer son style, sera la plus forte. En 1996, la marque Peggy Huyn Kinh voit enfin le jour ce qui n'empêche pas notre créatrice prolifique, désormais free lance, de collaborer avec des maisons comme Cartier,

Berluti, Dunhill, Samsonite, Zegna ou encore Baccarat et Helena Rubinstein. Si elle se plaît à s'approprier l'histoire des marques avec qui elle collabore, elle a besoin de liberté, retrouvée à travers ses propres créations. D'autant qu'elle rêve de trouver l'uniforme, la recette qui rendrait la femme belle et élégante, sans trop de contrainte. Il est vrai qu'elle aime les choses simples et qui durent, les lignes pures et les matières nobles, les créations mixtes, loin des clichés féminins. Cette femme attachée à une certaine forme d'esthétisme aime le chic mais aussi le confort. Les sacs à main, elle les crée et les collectionne passionnément, mais pense que l'idéal serait de ne pas en avoir. Vous l'aurez compris, Peggy ne manque ni de style, ni d'humour. Tout à la fois créative et chef d'entreprise, elle reconnaît ne pas créer dans la douleur même si le calendrier est parfois difficile. Il semblerait d'ailleurs que le cigare l'aide à dompter cette pression. Découvert lors d'un voyage à Cuba, le cigare lui permet de se sentir mieux avec elle-même. Son moment préféré pour déguster un de ces *puros* venus du Nouveau Monde ? Le soir, après le dîner, seule, au bar du Lutetia. C'est peut-être sa façon d'être en rébellion : elle sait bien qu'une femme avec un cigare, seule de surcroît, va être regardé et impressionné même. Mais elle s'en moque et préfère se laisser emporter par l'ivresse de son cigare. Et par là même penser à ses prochaines créations dans les volutes de son Montecristo. Et, au regard des étuis à cigare qu'elle a signés, on imagine aisément que la dégustation a été bonne.



DANDY juin/juin 2005

armise Gucci,
aux Peggy Huyn Kink.

4 < PORTRAIT



PEGGY HUYN KINH

DESIGNER ET CRÉATRICE

ÉTOILE DE LA PLANÈTE LUXE, LA CRÉATRICE PEGGY HUYN KINH CRÉE CHEZ TOUS LES GRANDS. SA PROPRE MARQUE AFFICHE ÉGALEMENT SON ESPRIT, UN SIGNE DU LUXE OSTENSIBLE, JAMAIS OSTENTATOIRE.

Mardi 15 heures, bar du Lutetia (Paris). Peggy Huyn Kinh, fourrure blanche qui laisse deviner un ensemble en python, franchit le seuil de ce palace de la rive gauche. Sur son passage, l'ambiance feutrée s'illumine. Incontestablement, cette étoile de la planète luxe a le chic pour détourner les usages et les codes. Peggy Huyn Kinh est moderne. Une modernité qui ne fait pas fi de l'élégance et des valeurs aristocratiques. Et dans un sourire, elle confesse que travailler dans le luxe est son "nec plus ultra !". Les grandes enseignes ne s'y trompent pas et lui confient les créations de lignes exclusives. Sa personnalité s'imprime chez Cartier, Daniel Swarovski, Dunhill, Van Cleef, Berluti, pour lesquels elle réalise sacs, foulards, bijoux... Elle sait transformer l'accessoire en essentiel. Depuis bientôt dix ans, Peggy Huyn Kinh préside aussi aux destinées de sa propre marque. Dans sa boutique de Saint-Germain-des-Prés, elle a décidé de pousser les murs pour proposer deux lignes de

vêtements féminins puis masculins. L'homme est son terrain favori d'investigation. "Autour de moi, j'ai des hommes muses. Des hommes qui m'inspirent...". Malicieuse, elle développe. "Ils ont des métiers et des besoins différents. Un sac pour voyager, un autre pour travailler avec telle ou telle contrainte". Dès lors, Peggy met en forme les désirs de ces messieurs.

Ses lieux d'inspiration ? "N'importe où. Là, en vous parlant ou bien en vacances". Le sac Origami en cuir est né à l'ombre d'un jardin, chez des amis. "J'ai commencé à jouer avec une feuille de papier et l'idée m'est venue assez vite". La griffe Peggy Huyn Kinh s'identifie par la touche de raffinement apportée à chaque création. Alchimiste des matières, elle dompte avec élégance crocodile, cristal de roche, cachemire, vison...

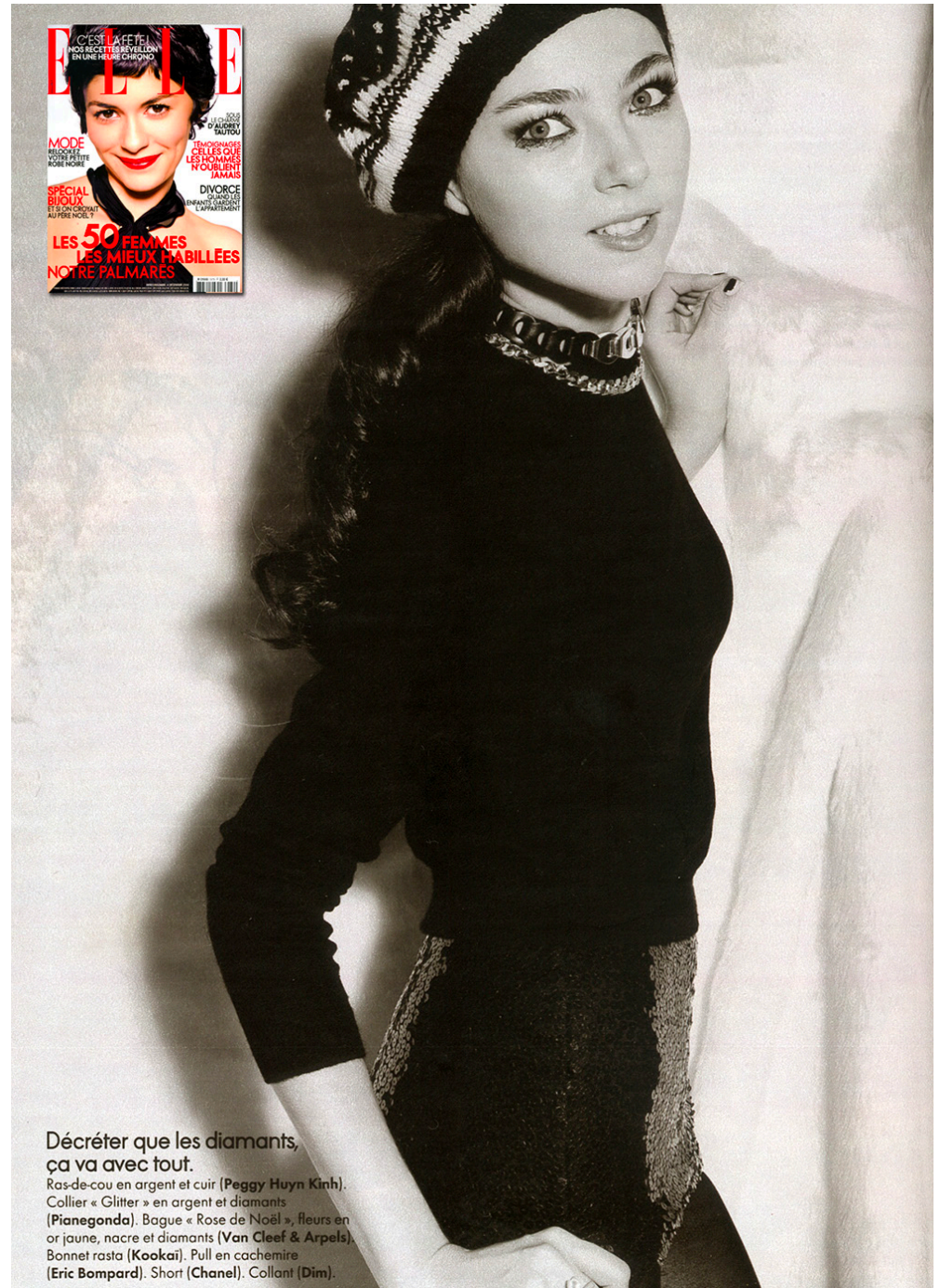
La créatrice confesse son amour du luxe. "Le luxe est nécessaire pour améliorer le quotidien. J'aime les belles matières, les beaux endroits. Mais il est vrai qu'aujourd'hui, le luxe est aussi de trouver des choses toutes simples, comme des tomates goûteuses ou un petit coin de nature avec vue sur la mer..."

Cette architecte d'intérieur de formation serait-elle tentée par la décoration d'un hôtel ? Son regard pétille... "Ah oui ! Cela m'a toujours fait rêver ! Ce serait formidable... J'ai toujours été très attachée à améliorer le quotidien, histoire de rendre la vie un peu plus légère". L'appel est lancé...



LE BAR DE L'HÔTEL LUTETIA : "C'EST UN ENDROIT QUE J'ADORE. LE PERSONNEL EST FIDÈLE À CETTE MAISON ET C'EST TRÈS AGRÉABLE DE SE SENTIR AINSI ACCUEILLIE. LE BAR A UNE AMBIANCE PARTICULIÈRE ET PLUS PRÉCISÉMENT CETTE PETITE SALLE, TRÈS COSY. J'AI L'IMPRESSIION D'ÊTRE À L'ABRI, PROTÉGÉE. EN HIVER, JE M'Y SENS PRESQUE COMME DANS UNE COUETTE. ET PUIS, C'EST ICI QUE J'AI RENCONTRÉ MON FIANCÉ..."

EDGAR / Avril 2005



un poil de poulain Rasé ou velouté,
le poulain revient à bride abattue.



SPECIAL ACCESSOIRES

Cabas plat en cuir
« accordéon »
ajouré, doublé
de jersey multicolore
(Upla, 105 €).



Sac plat en veau,
anses sangles
en coton
(Longchamp, 195 €).

Minisac en serpent
(Peggy Huyn Kinh,
950 €).

SHOPPING BAGS Inspirés des sacs plastique, des pochons ultrachics.

FATALES ET MINIMALES

1 et 3. Boules en amazonite et en agate (2 cm de diamètre), montées sur un anneau en argent (Peggy Huynh Kinh). 2. Corail faceté (1 x 1 cm), sur un anneau en or blanc pavé de diamants (Pomellato).



ELLE / 26 Mai 2003

Belle et rebelle, Peggy Huynh Kinh est un électron libre, une résistante sur cette planète mode qui dicte ses lois au gré des saisons. Architecte d'intérieur, elle se lance dans la mode. Elle y rentre par la grande porte en devenant directrice artistique du prêt-à-porter et des accessoires chez Madame Grès. Les grands noms lui font les yeux doux, de Balmain à Céline où elle reste près de six années. C'est dans les années quatre-vingt-dix qu'elle se spécialise et devient designer indépendant, dessinant pour les plus

grandes maisons: la maroquinerie et les foulards pour Cartier, les accessoires masculins pour Dunhill et Berluti, la joaillerie pour Van Cleef & Arpels. Toutes ces années au service de ses clients prestigieux lui procurent un savoir-faire hors du commun. En 1996, Peggy crée sa marque et ouvre sa première boutique rue François I^{er} à Paris. Le passage vers le nouveau millénaire la pousse à traverser la Seine. Elle s'installe au cœur de Saint-Germain-des-Prés et signe l'aménagement d'un espace pur et élégant.

Les accessoires et les bijoux semblent répondre à ses aspirations. L'architecture la pousse dans son travail vers une vision globale et cohérente. Elle n'obéit à aucun calendrier technique mais à une envie du moment. «Il faut retrouver le sens de l'harmonie, du jeu et du temps», dit-elle. Cette notion de temps est essentielle pour appréhender et apprécier un modèle. Sortes de classiques résolument modernes, ses créations perdurent et trouvent une identité au fur et à mesure des saisons. Une idée glanée au cours

d'un voyage ou une réflexion viendront enrichir son inspiration. Les formes simples des cabas et sacs pour le shopping jouissent d'une finition et d'un toucher exceptionnels. Sa dernière collection sur le thème du plage lui a inspiré une ligne originale, drôle, chic et pratique destinée aux personnes qui voyagent beaucoup. Pour tous les goûts et tous les moments, le choix, l'originalité et la qualité des créations de Peggy Huynh Kinh font l'unanimité!

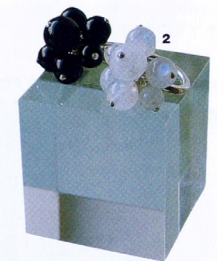
PAR ISABELLE DUPUY-CHAVANAT
PHOTOS YUTAKA YAMAMOTO

PEGGY HUYNH KINH
DURE À CUIR!

Venue de l'univers de la déco, elle crée des objets de cuir et matières semi-précieuses à la fois drôles, chics et pratiques*.



1. Peggy Huynh Kinh, une créatrice à la page.
2. Jeu de noir et blanc pour ces bagues en onyx et labradorite.
3. Variation sur le thème du sac à main.



* Peggy Huynh Kinh,
11, rue Coehogon,
Paris-6^e.
Tél.: 01 42 84 83 82.



ELLE DECORATION novembre 2003



1 Mauve suave
Collier triple rang
d'améthystes brutes
(1 575 F environ,
chez Joyce & Co).

Patrick Swirc

2 Chic pochette
Sac en peau
de porc (1 450 F,
chez Victoire).

PEGGY HUYNH KINH
la créatrice
d'accessoires
d'exception

Balmain, Céline, Patou, Cartier... Peggy Huynh Kinh a laissé la trace de son raffinement partout où elle est passée. Aujourd'hui, elle lance une collection à son nom. Des sacs en porc ou en python pensés comme des sacs en papier, des formes détournées et sublimes, des bijoux bruts en pierre et des ceintures attachantes comme de beaux objets... Voici, en avant-première, des accessoires qu'on rêverait de collectionner !



3 Cascade de turquoises
Collier triple rang de turquoises,
mousqueton amovible en argent massif
(1 575 F, chez Joyce & Co).

4 Tout net Cabas en porc, anses en
métal articulé (2 550 F, chez Kabuki).

5 Juste à la taille
Ceinture en peau de porc,
boucle rectangulaire amovible en
argent massif, 4 cm de large
(1 510 F, chez Victoire).

6 Billes de cou Chapelet-collier
en turquoises mates sur chaîne
en argent massif (1 950 F environ,
chez Joyce & Co).

accessoires d'exception

- 1 Semi-précieuses et serpent** Ceinture en python coloré, 1,5 cm de large, boucle en argent massif ornée de quatre cabochons en améthyste (1 680 F, chez Joyce & Co).
- 2 Argent élégant** Portefeuille en python, intérieur en agneau gold piqué sellier, cinq poches intérieures dont une zippée, compartiment porte-cartes (1 550 F, chez Joyce & Co).
- 3 Ceinture-bijou** En python coloré, 4 cm de large, boucle rectangulaire en argent massif pavée de cabochons en quartz et citrines (2 970 F, chez Joyce & Co).



- 4 Python dompté** Sac à rabat, en python coloré (3 100 F, chez Victoire).
- 5 Trio précieux** Bague en argent massif, cabochons en citrine, améthyste et amatonite (990 F environ, chez Joyce & Co).
- 6 Métal noble** Chevalière bombée en argent massif (480 F environ, chez Joyce & Co).
Le tout : Peggy Huynh Kinh.
● Pour les adresses, reportez-vous p. 117 ou téléphonez au 36 68 87 78.
Réalisation Caroline de Fayet.



BRIDGES

Peggy Huynh Kinh goes shopping

Peggy Huynh Kinh has transposed packaging archetypes into minimalist luxury, revealing a commitment to function, aesthetics and the pure essence of things.

In a fashion world where accessories are treated as inferior products and the person who designs them as a 'mere' stylist, Peggy Huynh Kinh has done much to give them new status. The fact that she studied interior architecture and design at Met de Penninghen certainly helps. It has meant that, irrespective of the subject, her approach has always been one of construction rather than design. When first drawn to fashion, she proved her worth with Madame Grès, that early minimalist, before going on to a position at Balmain.

There, she had fun creating an award-winning telephone that was chosen by Jean-Michel Wilmotte for his new offices. Next, she moved to Céline where her brief was to develop the global image of the fashion and accessory range. Later, she worked with Patou, followed by Cartier and Dunhill, specialising more and more, as she continued, on accessories. However, it is within her own range, PHK, that her admiration for the stringent rigour of a Mies Van Der Rohe or the almost mystic purity of a Tadao Ando, becomes most evident.

We understand this better when we know that at the outset of every project Huynh Kinh writes a set of strict technical specifications after asking a number of essential questions. Why this bag? Who will use it? On what occasion? What will be put in it? Only after, does she put pencil to paper, drawing plans like an architect - recto verso, as though it were a piece of furniture. A veritable construction puzzle. "I never think in terms of a silhouette, I think about the contact with an object. I think about the object itself," explains Huynh Kinh. "A bag ought to be a beautiful object, capable of expressing something on its own. A collection of necessities resolved by means of a constructed elegance. Notice, I discount pure decora-

tion." The amusing notion of salvaged shopping bags corresponds perfectly to her obsessive syndrome of essence-function. What could be more functional than a shopping bag? "All the basic forms exist, all that was needed was to reinvent them to adapt to a modern way of living. Of course, I also integrate the level of quality I believe in." From these ideas emerged a collection of forms inspired by the paper, stiff paper and plastic bags given out in department stores, supermarkets, newsagents, and green-grocers, even by the everyday shopping bags used for the weekly market. In superb materials of course, including box-calf leather, stiffened leather, boar skin, snakeskin and so on. "Bauhaus furniture is back in vogue. In the same way, I would like my basic models to endure. We have to stop running, throwing away, and wasting everything."

One wouldn't dream of throwing out her 'Market' bag, descendant of the mythic string bag, made of the softest and most supple lambskin, heat-sealed at the seams and saddle-stitched in the traditional way. Neither would we part easily with her 'Leeks and Potatoes' bag, its strong household identity reflected in its chrome-plated brass eyelets and nylon pocket which transforms it into a hold-all. 'Doggy Bag' is a direct descendant of the drugstore's brown paper bag with its rough edges, sealed string handle and zipped flap which can be invisible, small inside pocket and useful key-ring attached by a chain. 'Newspaper' is a reinterpretation of the classic plastic folder one finds in bookshops, complete with the spring close and similar details. The geometry is light, no-nonsense; no lining, no decoration.

"The material itself, just as the paper in the paper bag, ought to stand alone." This work on the essence of things also confers a universal appeal on her creations. Her objects are never imbued with an overpowering sense of femininity; they are neutral, and thus in keeping with our current era of sexual uniformity. Femininity can only be said to be present in the proportions, the bags being designed for a finer body and hand.

With the same forthright intelligence, the talented Peggy Huynh Kinh has 'constructed', in parallel, a range of bags destined for artists and those in the professions, in the same spirit of functional-essential luxury with universal appeal.

EVENTS

Feet on the ground

Sommer has its feet planted firmly on the ground, and 'Sommer Time' has invited a group of designers to share the floor. Christian Ghion and Olivier Védrine are the faces behind this initiative which has brought together a bunch of talented designers to work on the theme of floor covering. The result is an impressive collection based on an innovative industrial technique.

In all, twelve designers exhibited their work on the original Sommer material (Tescocom 410 leaded textile tile) at the Carole de Bona gallery; Abdi, Marc Atlan, Ronan Bouroullec, Pierangelo Caramia, Mathilde Brétillot and Frédéric Valette, Christian Ghion, Eric Jourdan, Patrick Nadeau, Nestor Perkal, Christophe Pilet, Matt Sindall and Olivier Védrine. The sources of inspiration were many; some favoured games of geometry with a possible repetition of a motif; others preferred a background pattern lost in infinity. The abstract geometric motifs and the narrative designs were placed against vibrantly coloured backgrounds.



"Sommer Tin Exhibition" by Olivier Védrine

Photo: C. Fillaux/Doc. Sommer Botinier



la typographie à savoir 4 euros la lettre de 7,5 cm.

Place aux chaises

Promosedia donne une vision instantanée de la production du secteur avec environ 200 sociétés présentes et 15 000 m² investis. En 2004, six designers (Gaetano Ceschia et Federico Mentil, Lorenzo Damiani, Christophe de la Fontaine, Stefan Diez, Patrick Frey et Markus Boge, Renaud Thiry) étaient invités à dessiner une chaise dans le cadre de l'animation "By Invitation". Cette année "By invitation" convie trois designers, Konstantin Grcic, Jasper Morrison et Marco Romanelli, à présenter chacun deux jeunes designers dont les chaises en bois seront réalisées par les industriels de la région. Konstantin Grcic a choisi l'allemande Clemens Weisshaar et le groupe autrichien "Polka" (Marie Rahm & Monica Singer). Jasper Morrison parraine l'allemand Klaus Hackl et le britannique André Klaus. Marco Romanelli a porté son choix sur l'italienne Donata Paruccini et le groupe finlandais "Front" (Sofia Lagerkvist, Charlotte von del Lancken, Anna Lindgren et Katja Sävström). Ces collections seront présentées à la 29^{ème} édition de Promosedia.



01. "Sven Chair", design Renaud Thiry
02. "Nori", design Patrick Frey et Markus Boge
03. "Udine Chair", design Lorenzo Damiani
04. "Kare Ga", design Gaetano Ceschia et Federico Mentil
By invitation Promosedia 2004



Chez Walldesign, des mots à taguer sur les murs, les fenêtres...



Un nouvel espace Peggy Huynh Kinh pour un vestiaire sur mesure

des plus grandes au plus petites, des institutions aux fondations privées, des musées aux centres d'art, et autres Frac... classés par ordre alphabétique, par ville.

La base de loisirs de Cergy-Pontoise compte une nouvelle œuvre de **Bernard Venet**, une sculpture monumentale qui s'ajoute aux cinq premières et s'inscrit dans la continuité de la politique culturelle de la communauté d'agglomération de

Cergy-Pontoise. Un lieu emblématique qui témoigne, au-delà des musées et des galeries, de la présence de l'art contemporain et de son accessibilité pour tous.

Le Sommet du luxe et de la création organise chaque année ses rencontres internationales et récompense les meilleurs créateurs des différents métiers du luxe. Les candidatures à ces talents du Luxe sont à déposer jusqu'au 15 septembre 2005. www.sommet-du-luxe.com

M/M (Paris), Michael Anzlag et Mathias Augustyniak, signent l'installation "Tokyo Palace" et hissent les pictogrammes de la police de caractères du Palais de Tokyo au rang d'icônes monumentales. C'est le chantier d'installation de la future centrale du froid Climespace qui a donné l'occasion d'installer cette fresque immense qui restera en place durant toute l'année 2005. Climespace doit climatiser le Palais de Tokyo et distribuer du froid dans le réseau proche du Palais.

Deux nouveaux **Ily Bar** concepts ouvrent à Nice et à Shanghai, dans la zone piétonne à Nice et dans le nouveau quartier de Pudong, dans le hall de la tour Jin Mao, un des plus hauts gratte-ciel du monde. Le bar est signé Luca Trazzi. Le leader de l'espresso haut de gamme compte cinq Ily bar concepts en France et plus d'une cinquantaine dans le monde. Un développement constant pour la marque qui sert plus de 5 millions de tasses d'espresso Ily par jour.



LIT "SCILLY HIGH", DESIGN PAOLA NAVONE, ORIZZONTI



LA BOUTIQUE SUR MESURE PEGGY HUYN KINH

6^e



SAC PYTHON NATUREL,
PEGGY HUYN KINH, ESCARPINS,
BURBERRY, SIFFLET, HERMÈS.

PAGE DE DROITE:
SAC AGNEAU PLONGÉ,
SEEGER, MULES À TALON
PAILLETES, CHRISTIAN DIOR,
LUNETTES MÉTAL ET BOIS
PRÉCIEUX, GOLD & WOOD,
MANUCURE: JUNA PARK
CHEZ CALLISTE.

ORIZZONTI

Havre de paix, la sieste en horizon, le show-room Orizzonti se repose au filtre d'une façade années 30 signée Mallet-Stevens. Invitation au sommeil, les collections de Paola Navone conjuguent, dormir à l'avant-garde, de systèmes et de mobiliers innovants. En portefeuille, d'un minimalisme enveloppant et confortable, bordés de luxe, les lits s'allongent au prestige de lignes pures et de profil en bois wengé. Gainés de cuir ou de tissu, démontables, déhousables et déclinables, les modèles s'offrent l'appoint de matelas (ressort, latex, écologique), de tables basses, de canapés et autres veilleuses king size.

An oasis of peace, thoughts of a siesta, the Orizzonti showroom brings both thoughts to mind as soon as you enter through the Mallet-Stevens designed façade from the 30s. Dedicated to all things somniferous, the collections designed by Paola Navone are avant garde in their approach to how we should sleep and use furniture. Reassuringly and comfortably minimalist, the sleek line is traced in wenge wood. Leather or fabric are used to cover the frames that can be taken down, unwrapped and come in a whole range of colours, complete with matching bedside tables, sofas and various other accoutrements.

Orizzonti
28, rue d'Assas - 75006 Paris
Tél. 01 42 22 43 35 - www.arenafurniture.com
Métro Rennes

PEGGY HUYN KINH

Loge de diva, Peggy Huyn Kinh ajoute une corde à son arc-en-ciel. Sa nouvelle boutique propose un concept de vestiaire sur mesure réalisé avec le concours des ateliers Grandis. Vitrine opacifiée pour anonymat assuré, parquet en chêne blanchi, mur miroir serti d'ampoules boules façon Harcourt, meubles first class de Le Corbusier, Mies Van der Rohe ou Verner Panton, le coup de griffe marque sans défigurer. Trench, tailleur, blazer déclinent l'archétype d'une garde-robe intemporelle. Le tombé est parfait, la coupe inimitable. Un espace paradoxal, non-fumeur et smoking. Peggy Huyn Kinh's newest boutique is like a super charged changing room. Designed with help from the Grandis workshops, its darkened window assures anonymity, while inside the bleached oak floors and wall to wall mirror dotted with light bulbs, is peppered with only the best in furniture from the likes of Le Corbusier, Mies Van der Rohe and Verner Panton. Trenchcoats, suits, blazers are all there, archetypes of the perfect, timeless wardrobe. The cut is perfect, the fit incomparable.

Peggy Huyn Kinh
9, rue Coëtlogon - 75006 Paris
Tél. 01 42 84 83 82 - www.peggy-huyn-kinh.fr
Métro Saint-Sulpice

Un artisan, un savoir-faire



1. Après la maroquinerie pour femme, Peggy Huyn Kinh (2) se tourne vers l'univers du bagage pour homme.
3. La ligne voyage aux volumes modulables, réalisée grâce à la technique de l'origami qui permet de plier et de déplier à l'infini (4).



Peggy Huyn Kinh ET SES PLIAGES DE SACS

C'est à Paris, au cœur du mythique Saint-Germain-des-Près, que cette virtuose de la maroquinerie de luxe ne cesse de dépoussiérer le genre avec ses créations. Son dernier coup d'éclat : une ligne de sacs pliants de voyage spécifiquement pensés pour les hommes.



Philippe Dayan
Photos : Véronique Dupard-Mandel

À LA VOIR, silhouette fine légèrement penchée sur sa table de travail et minois ravissant dont on devine l'héritage asiatique (son père est mi-chinois mi-vietnamien), en profonde concentration, on pourrait la prendre pour une joueuse de go. À ceci près qu'au bout de ses doigts, ce ne sont pas des pions mais un crayon avec lequel elle esquisse sur les feuilles de papier blanc disposées alentours une série de petits dessins aussi simples et précis dans les traits que de la calligraphie.

À intervalles réguliers, le crayon se fige, la main se lève, et les yeux sombres de notre conceptrice se rivent comme deux interrogations sur un délicat volume de papier plié posé devant elle. En réalité, il s'agit là d'une maquette en modèle réduit de sa dernière création maroquinère. En l'occurrence, des sacs de voyage conçus tout spécialement pour la gente masculine, « en réaction à la pauvreté esthétique de l'offre qui lui est faite dans le domaine ». Tandis que la jeune femme déploie avec précaution la minuscule maquette, elle explique avoir repris l'idée de l'origami, technique en usage depuis des lustres en Extrême-Orient qui permet de plier et de

déplier à l'infini des objets fabriqués avec une certaine qualité de papier sans jamais qu'il en subisse une quelconque altération.

Plier le cuir sans l'abîmer

Jusque-là, dans l'univers du bagage, on ne transposait le procédé de l'origami que sur du tissu et du Nylon. En fervente adepte d'une maroquinerie de luxe à la fois noble dans ses matériaux et ses finitions mais aussi pratique dans une utilisation quotidienne, Peggy Huyn Kinh a réussi ce qui, a priori, paraissait relever de l'irréaliste : pratiquer le pliage du cuir sans l'abîmer ni le déformer. « Même si je trouve très intelligent le tissu, j'ai toujours eu du mal à l'utiliser. Rien n'équivalait pour moi à la peau, à sa beauté, au fait qu'elle vit et vieillit avec vous. » Et cette ancienne étudiante de l'école Penningen, section architecture et architecture intérieure, de lier sa passion pour le cuir et ses techniques de fabrication à son obsession de la transformation. « Depuis l'adolescence, je pense à tout ce qui peut rendre les choses plus attractives et plus pratiques. »

Après deux ans de collaboration en free-lance au sein d'un bureau d'architectes, Peggy Huyn Kinh bifurque vers l'univers de la mode. Trois ans chez Torrente comme styliste-coordinatrice haute couture et prêt-à-porter. Deux ans comme assistante de Mme Grès. Cinq ans chez Balmain en qualité de directrice artistique du prêt-à-porter

féminin et des accessoires. Cinq ans chez Céline où elle assure la direction du studio de création. Puis, à compter de 1996, le lancement de sa marque entièrement vouée à la maroquinerie, à l'exception de quelques bijoux et foulards. D'emblée, des ateliers français (situés près de Dijon) ou italiens (à Florence et à Milan) spécialisés dans la fabrication de la maroquinerie haut de gamme décident de l'épauler dans ses recherches. « Je ne couds pas moi-même car je n'ai jamais appris, mais c'est moi qui indique aux ouvriers de quelle manière et où faire exactement les points », assure la jeune femme. Car Peggy Huyn Kinh possède une science approfondie de la peausserie. Un savoir qui lui a permis de réussir le procédé de l'origami. Ses secrets ? La qualité des peaux tout d'abord. Celles-ci doivent être plutôt sèches avec un toucher « papier ». Un impératif qui explique son choix du cuir de sanglier, de la chèvre crispée, du veau souple glacé et du python. Le léger affilage du cuir à certains endroits ensuite afin de permettre son pliage sans rien ôter de sa résistance. Pour l'heure, trois grandes formes de sacs (verticale, horizontale et rectangulaire) aux volumes modulables composent cette ligne voyage dont les prix vont de 460 à 2118 euros. Pliés, ils ne sont guère plus grands et presque aussi plats qu'une feuille de papier format A4. Dépliés, ils surprennent par leur design original en cube, en pochon ou en rectangle, et par la profondeur de leur contenant. Il ne reste plus qu'à hésiter sur la couleur : noir, vert pistache, jaune curry, bleu roi ou blanc optique. ■■■

Pour découvrir l'univers Peggy Huyn Kinh.

La créatrice a ouvert il y a quatre ans une boutique-studio de création au décor sobre et à l'éclairage de cinéma dans une rue légèrement en retrait de l'agitation du boulevard Saint-Germain et de la rue de Rennes. Une partie est réservée à sa maroquinerie pour femme, l'autre étant désormais exclusivement dévolue à l'univers du bagage pour homme que Peggy Huyn Kinh compte bien compléter par un concept de valises à roulettes.

11, rue Coëtlogon, 75006 Paris. Tél. : 01 42 84 83 82.

L'ENTREPRISE DE SÉDUCTION CONTINUE... APRÈS L'ACCESSOIRE, C'EST SUR LE VÊTEMENT QU'ELLE JETTE SON DÉVOLU. POUR CETTE CRÉATRICE, LE SUR-MESURE EST UNE NÉCESSITÉ. SA GARDE-ROBE? UN CONCENTRÉ D'ESSENTIELS INTÉMPORELS.

Par Élisabeth Paillière



PEGGY HUYNH KINH LES IMMORTELS

VOUS CONNAISSEZ la rue Coëtlogon, à Paris, dans le VI^e arrondissement? Une petite rue à la fraîcheur provinciale. Paisible. Et pas encore défigurée par un consumérisme agressif. Au milieu, trois vitrines d'un orange bouddhique – couleur code – étonnent et ravissent. En 2000, la créatrice, obsessionnelle d'un luxe épuré et fonctionnel, installe une boutique accessoires pour femme. Puis une pour homme. Elle aurait pu s'arrêter là... En décidant de s'attaquer au vêtement, la délicate et tenace fumeuse de havanes renoue avec ses premiers amours et poursuit sa quête d'universel. Aujourd'hui, au milieu d'un monde chaotique aux repères brouillés, la troisième façade vibrante annonce un concept atypique et novateur de vestiaire sur mesure. « Parce que le vrai luxe, c'est être bien dans son vêtement. » La proposition de celle qui ne sort jamais sans que tout soit à sa place sur elle, de l'escarpin Prada ou ballerine Chanel jusqu'à l'œil subtilement ombré? De grands classiques, des « immortels » qui croisent démarche couture et nouvelles technologies. Et là, Peggy Huynh Kinh s'inscrit pile-poil dans les tendances émergentes de retour à l'élégance et à la simplicité. « Être bien habillé, c'est être bien préparé. L'ordre dégage quelque chose de rassurant, d'harmonieux. Il donne une force. Comme une armure, il protège. » Ex-directrice artistique de maisons de couture et de luxe, elle sait. « Chez M^{me} Grès, Celine et Balmain, j'ai eu la chance d'avoir un vestiaire sur mesure, réalisé par l'atelier de prototypes. Je n'ai jamais pensé que c'était du luxe, mais une nécessité. C'est l'habit qui me porte, et pas l'inverse. » Sa démarche hybride est née d'une fascination pour les hommes qui s'habillaient chez

écran projette des films-cultes et leurs garde-robes de légende. Le premier d'atelier feuillette avec nous les prototypes réactualisés de tailleur Jackie O., robe trois trous d'Audrey, smoking, trench... Avec propositions de matières, doublures (soie façonnée motifs lézards entrelacés maison...), boutons, finitions, des exclusivités, bien sûr. Et prend nos mesures comme en couture avec un vrai mètre ruban jaune. Mesures transmises à l'industriel Grandis, près de Granville, fabricant renommé des grandes marques du luxe français. Là-bas, un logiciel adapte le patron à la vitesse de l'éclair. S'ensuit la fabrication. Dix à quinze jours plus tard, le vêtement est livré. Légère ivresse dans la facilité à l'enfiler, la sensation de bien bouger dedans, l'épaula à sa place, la taille pas serrée, juste bien... « On n'a pas l'impression que le vêtement est à soi, mais qu'il est soi. » Peggy Huynh Kinh s'habille aussi en jean... mais avec des mocassins en python.

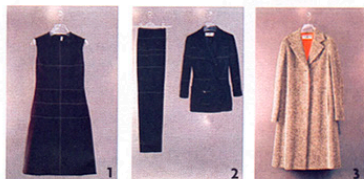
DÉTOUR OBLIGÉ POUR...

La robe trois trous (1) parce qu'elle va partout. Sur des jolies jambes avec de petits talons ou, plus tendance, des derbies pointus, ou en version tunique sur un pantalon (de 1300 € à 1600 €).

Le smoking (2) parce que c'est un indispensable. Un sans-faute chiquissime. On l'aime féminisé, en grain de poudre, crêpe de laine ou crêpe viscosé (2500 €).

Le manteau légèrement trapèze (3), très Belle de jour. Le choisir en shetland moussoux. Ou en tweed coloré gai. Ou en double crêpe de laine féminissime (de 1800 € à 2400 €).

Livraison : de 10 à 15 jours. Le plus? À la deuxième commande, le vêtement est livrable dans le monde entier.



De son trait exigeant, Peggy Huynh Kinh, formée en architecture et au design, a construit plutôt que dessiné son concentré d'essentiels, archétypes d'une garde-robe intemporelle. On pousse la porte orange et on se sent étrangement bien dans ce salon « lounge » intimiste et contemporain, où un

rencontres



les accessoires essentiels de Peggy Huynh Kinh

Sans fioritures. Avec de l'humour et de la classe. Directrice artistique de grandes maisons, Peggy Huynh Kinh a appris à aller droit au but. Ses sacs, ses bijoux et ses ceintures aussi.

PAR ÉLISABETH PAILLIÈRE

Fine, si fine qu'on pourrait un peu vite l'étiqueter « fragile ». Grossière erreur... Peggy Huynh Kinh est un monstre de travail et de rigueur. Ça se devine à sa voix posée, à ses mots pesés, à sa silhouette. À son parcours, qui cumule les collaborations avec de prestigieuses maisons de couture, de joaillerie et de maroquinerie. Dans l'ombre. Formée en architecture intérieure et design à l'Atelier Met de Penninghen, Peggy Huynh Kinh entre dans la monacale maison de Madame Grès. Toutes deux se ressemblent, discrètes, rigoureuses, modestes, concevant leur travail comme celui d'un architecte. Directrice artistique du prêt-à-porter et des accessoires Balmain, Peggy Huynh Kinh habille aussi Isabelle Adjani dans la vie, et s'amuse même à créer un téléphone qui sera primé et sélectionné par Jean-Michel Wilmotte pour ses bureaux. Elle fait ensuite évoluer l'image de Celine. Encore dans l'ombre. Patou se l'attache. En 1996, elle lance son nom en choisissant l'accessoire – « même si on ne lui accorde pas autant de reconnaissance qu'à la mode » – et fait mouche

d'emblée, sans pub ni bureau de presse, en détournant les sacs de shopping – hypermarchés, grands magasins, aéroports... Anoblis par la matière – box, cuir glacé, veau souple, python, sanglier – et par les finitions, construits comme des objets (travaillés en plans, comme par un architecte, ils répondent à un cahier des charges drastique), ils feront le bonheur des « suiveurs ». Peggy s'en moque. Elle s'inscrit dans la durée, répétant qu'il faut arrêter de courir, de jeter, que les meubles du Bauhaus reviennent et que, de la même façon, ses basiques sont taillés pour l'éternité. Ou presque. Maligne, elle les réplique même en version pliée, pour qu'on les glisse dans nos bagages. On comprend pourquoi s'envolent ses Market, ses Duty Free, ses Pochette, ses Doggy Bag... Tout ça ne l'empêche pas de continuer à créer – côté maroquinerie et bijoux – pour Cartier et d'autres nobles maisons dont il faut taire le nom. Alors, détour obligé par sa boutique, rue Coëtlogon dans le VI^e arrondissement de Paris, petite rue paisible plus habituée aux belles façades de pierre de taille qu'à aux enseignes commerciales. On adore la devanture... orange. Une couleur bouddhique qui coexiste, dans sa gamme, avec le noir, le brun et l'acajou. À l'intérieur, sur un mur en béton coulé spécialement pour elle, ses sacs s'exposent comme des tableaux. Son univers n'a rien d'austère. Voir son sac Dragon, vrai petit crocodile en entier, au ventre zippé, à porter en bandoulière... Ultra-chic et gonflé. Ou le sac Munitions, en veau dévoré noir et orange façon camouflage. Certaines rédirectrices de mode ne le quittent pas. Et sa toute récente ligne de bijoux, inspirée par des pièces anciennes à micro-anneaux découvertes à Rio? Très élégamment codée « mouvance piercing » : épingle de nourrice attendrie d'un « Bise » ou d'un « Hello », bracelets et tours de cou en fil d'argent poli... Alors, forcément, Peggy Huynh Kinh collectionne les bijoux. Tous. Du pur luxe au populaire comme les petits bracelets de perles « dalaï-lama ». Tout ce qui signe une époque l'intéresse. Elle a même dessiné leurs rangements, grands tiroirs plats cloisonnés très design. Même combat avec les chaussures. Plus de quatre cents paires d'un 35 et demi italien, rangées proprement dans leurs boîtes. Un vrai mur dans ses dressings. On ne sera qu'à moitié étonné de savoir que son rêve était d'être ministre de l'Environnement. Pour améliorer la vie des gens. On l'a drôlement échappé belle, pensent ses amies en serrant bien fort leurs sacs contre elles...



Sac Dragon, en crocodile chocolat.



Sac Boutique, en sanglier orange et palladium.



Sac Baby Cabas, en lin et python naturel.



PEGGY HUYN KINH

CRÉATRICE DE MODE* ET ARCHITECTE D'INTÉRIEUR

« *Je culpabilise, mais c'est plus fort que moi!* »

- « **Shoes addict** » depuis... ?

- Mes 15 ans. Quand j'ai commencé à sortir. La coquetterie passait par les chaussures. Je me souviens que j'avais économisé des mois pour m'acheter une paire de mocassins Celine.

- **Pourquoi tant d'amour ?**

- Dans une tenue, la chaussure est le point le plus riche, celui qui vous définit plus que les autres. Les chaussures en disent long sur leur propriétaire. Et puis, j'aime l'objet. Je dois avoir un côté fétichiste : quand je pense que j'en ai trois mille paires...

- **La chaussure idéale ?**

- Celle qui est à talon mais dans laquelle on peut courir. Le talon doit être assez épais, et le chaussant irréprochable. Celles de Walter Steiger, par exemple : on peut être perchée sur 9 centimètres et se sentir à plat. Magique !

- **Marques préférées ?**

- Prada, Chanel, Saint Laurent, Sergio Rossi et Walter Steiger.

- **La paire à bannir ?**

- Les baskets. J'aimerais bien en mettre, mais je suis à côté de la plaque en baskets.

- **Le truc le plus fou ?**

- Je suis parfois capable d'acheter la même paire de chaussures dans six couleurs différentes... Je culpabilise comme une folle, mais c'est plus fort que moi !

- **Botte secrète ?**

- J'ai un très bon podologue qui me fait des semelles « gel » façon coussinet que je glisse dans la chaussure sous ma voûte plantaire. Je ne pourrais plus marcher sans.

* Boutique Peggy Huyn Kinh,
11, rue Coëtlogon, 75006 Paris.



Il faudrait créer mieux plutôt que plus, et se recentrer sur les choses essentielles. On a brouillé la vision du consommateur.”



Commençons par le commencement. Pourriez-vous nous expliquer à quoi sert le Sommet du luxe ?

Jacques Carles : La création est le moteur du luxe. Nous voulions réunir une fois par an les créateurs et les acteurs du secteur, tous métiers confondus, afin de décloisonner les activités. Le marketing a pris beaucoup d'importance dans les maisons de luxe aux dépens de la création. Or un bon équilibre entre les deux joue un rôle fondamental dans le dynamisme d'une marque.

Peggy Huyn Kinh : Oui, mais les objectifs marketing passent trop souvent avant la direction artistique. C'est un vrai combat.

J. C. : C'est vrai dans la plupart des entreprises. Par exemple, les créateurs ont payé cher l'échec financier de la création de la société Christian Lacroix. Mais est-ce l'échec de Lacroix lui-même ? N'est-il pas plutôt dû à une mauvaise analyse de l'exploitation de son – indéniable – talent ? Les hommes d'affaires craignent toujours de se tromper quand ils embauchent un créateur, de ne pas avoir fait le bon choix.

P. H. K. : Et il est encore plus difficile de créer sa marque tout seul, en dehors d'un grand groupe de luxe. J'en sais quelque chose...

J. C. : C'est ce qui explique que depuis trente ans, il n'y a pas beaucoup de création de nouvelles marques dans le luxe. Les plus grands noms, Chanel ou Dior, datent des années 30 et 50. La grande consommation s'est dotée de marques clés, pas le secteur du luxe.

P. H. K. : Ces créateurs étaient aussi leur propre patron, ce qui n'est plus le cas aujourd'hui. La plupart ne sont que des directeurs artistiques au sein de grandes sociétés, que l'on éjecte souvent avant qu'ils aient eu le temps de faire leurs preuves. Or il faut des années pour installer un style.

J. C. : Les règles du jeu ont changé. On est passé du stade de l'artisanat à celui de l'entreprise. Le génie du luxe français et italien a été de faire émerger des créateurs qui étaient aussi de très bons hommes d'affaires.

Les marques de luxe qui comptent sont le plus souvent aux mains de grands groupes...

J. C. : Les marchés se sont étoffés. Les opportunités de vente ont été démultipliées avec le développement des secteurs des accessoires, de l'horlogerie, des parfums, et maintenant de l'hôtellerie, des services, voire de l'aviation... La démocratisation des marques de luxe a été poussée à l'extrême. C'est à ce moment-là que les grands investisseurs s'y sont intéressés, et qu'ils ont rentabilisé ces marques.

P. H. K. : Oui, mais ce développement exponentiel des griffes existantes s'est fait au détriment de la création de nouvelles marques.

J. C. : Je suis tout à fait d'accord. En outre, les investisseurs français se sont tournés vers les nouvelles technologies, les sciences, et non vers la création. Ça leur paraissait plus facile. Une découverte scientifique est tangible alors que la beauté est d'ordre sensitif. Les financiers ont besoin d'yeux, pas d'experts. Ils ont une palanquée d'analystes financiers, d'ingénieurs, mais personne n'est là pour les tenir au courant de l'émergence de créateurs. Les Talents du luxe sont justement là pour ça.

P. H. K. : Bravo ! Je n'ai jamais entendu quelqu'un qui tenait ce discours. Pourquoi ne pas faire du neuf au lieu de tenter de ranimer de vieilles maisons ? On ne ressuscite pas un mort en lui faisant du bouche-à-bouche. Et des bouches nouvelles, il y en a beaucoup. Les investisseurs se font leurrer en achetant un nom. L'Histoire est fantastique, mais cela reste l'Histoire, pas l'avenir. Ce serait tellement plus simple d'investir dans de nouvelles marques. Personnellement, j'ai très bien gagné ma vie en travaillant pour de grandes maisons, et j'ai perdu beaucoup d'argent en créant la mienne. Si vous ne faites pas le premier pas, personne ne le fera pour vous. J'ai cherché des investisseurs. Peine perdue. Les créateurs sont condamnés à rester les employés du luxe. Je me sens très seule. Je n'ai pas encore rencontré quelqu'un qui croit en moi, comme Pierre Bergé en Yves Saint Laurent.

J. C. : Il faudrait passer du soutien affectif au soutien capitaliste. Faire comprendre le monde des créateurs aux financiers. C'est pourquoi je souhaite créer un fonds d'investissement. La création d'une marque ne sera pas rentable avant cinq ou sept ans. Mais les risques sont inférieurs et les fonds beaucoup moins importants que dans la recherche en génétique, où les résultats ne seront pas tangibles avant quinze ans. Alors que les investisseurs consacrent des centaines de millions à la sécurité informatique sans être assurés de trouver un système qui marchera, ils pourraient prendre un risque minime en consacrant 10 millions d'euros à la création d'une griffe. Avec 50 ou 100 millions d'euros, une société de mode est mise sur orbite durablement. Malheureusement, il n'y a pas d'expertise pour flécher ce type d'investissements.

Pourtant, il existe bel et bien un vivier de créateurs.

J. C. : En France, il y a un fabuleux potentiel. Chaque année, nous sélectionnons une centaine de candidats pour les Trophées du luxe. Jeunes ou moins jeunes, ce n'est pas le propos. Et aussi des créateurs très connus qui proposent des objets inattendus, certains ayant déjà une belle carrière derrière eux. Malheureusement, les marques ne transforment pas l'essai. Il y a une grande déperdition de talents.

P. H. K. : Pour minimiser les risques et accroître les ventes, il faudrait créer "mieux" plutôt que "plus", et se recentrer sur les choses essentielles. On a brouillé la vision du consommateur. Dans nos pays, on a tout et les choses moyennes, on n'en a rien à faire. Il faut succomber au coup de foudre. Or il ne se prévoit pas. Je suis en révolte contre la création régie par le marketing. Le créateur n'est pas un crétin. Il est responsabilisé, il a déjà intégré les codes marketing. Les responsables d'une maison se doivent de lui faire confiance. Il y a de la folie dans la création. Pour Balmain, j'ai réalisé des trucs dingues, comme ces combinaisons léopard avec de petites oreilles, simplement pour susciter le désir. Je ne crois pas à une règle prédestinée, à un mécanisme fait pour vendre. Ça ne marche pas dans le luxe.

J. C. : La reproduction de choses qui existaient déjà dans le passé et la normalisation d'une tendance, c'est l'inverse de la création. En grande consommation, les comportements raisonnables existent. Mais

dans le luxe, on ne va jamais autant au devant du désir de consommer qu'en faisant rêver les gens. Vous êtes toujours surpris par vos rêves. Ils vous tombent dessus, vous déstabilisent. C'est ensuite que l'on aspire à posséder. Il faut donc être un passeur de rêve...

P. H. K. : Dans l'univers du design, le créateur est mieux intégré. L'innovation technologique est fondamentale. On emploie des matériaux nouveaux, on colle à l'époque par ces inventions, sans perdre de vue ce qu'il y a de meilleur dans une entreprise et en protégeant les savoir-faire. Ainsi, le créateur est un alchimiste.

Que pensez-vous de l'évolution du luxe dans les pays émergents comme la Chine ou l'Inde ?

J. C. : Ces pays ont une histoire et une culture millénaires. Ils sont donc émergents du point de vue économique, pas culturel. Ils ont plusieurs siècles de déclin à rattraper. C'est un marché fabuleux pour les maisons de luxe. Ils consomment très rapidement et nous copient maladroitement. Mais je ne serais pas étonné que de grandes marques naissent là-bas. De nouveaux grands noms qui n'auront pas été créés par l'Occident.

P. H. K. : Ces pays sont plus rapides. Ici, on fonctionne au ralenti, on vit sur notre confort passéiste. On est entré en décadence, avec une suffisance très colonialiste. Moi, je suis ouverte à toutes les opportunités.

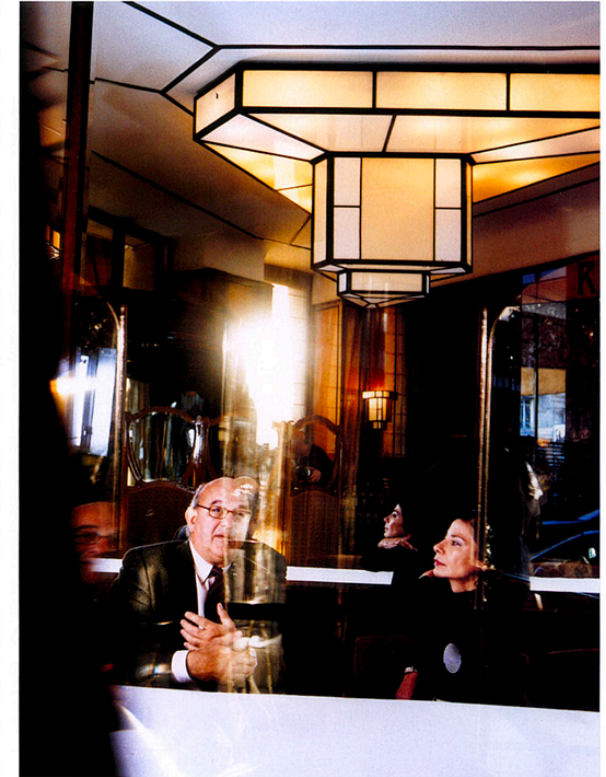
J. C. : J'ai été contacté par Abou Dhabi pour leur proposer une sorte de Villa Médicis, un Centre du luxe et de la création, un lieu d'échange ouvert à tous. C'est aussi un moyen d'intéresser les investisseurs du monde entier à certains créateurs. Il faut recréer des liens affectifs en donnant des clés pour comprendre la création. Transformer les financiers en mécènes avertis, grâce à ce point d'ancrage.

Quelles vont être les conséquences de la crise sur le luxe ?

J. C. : Personne ne le mesure. C'est une nébuleuse, on ne comprend plus rien. Tout s'entremêle. Mais les sociétés les plus solides s'en sortiront le mieux – celles qui ont investi dans la durée. J'espère que les maisons de luxe mettront à profit la crise pour revenir aux fondamentaux de la création. Privilégier la qualité à la quantité, ne pas proposer des collections de 400 sacs par an pour en revenir finalement au Kelly d'Hermès ou au 2.55 de Chanel.

P. H. K. : On ne sait plus si c'est le créateur qui crée ou si la communication a remplacé la création. On a perdu les bases, la terre tourne trop vite et on s'est emballé. Il y a beaucoup d'absurdités dans notre métier – le calendrier des collections, les défilés de mode, les dates de soldes trop avancées. J'espère que la crise sera une occasion de prendre un peu de recul et d'entamer une vraie réflexion. Je suis très heureuse d'avoir discuté avec vous, Jacques Carles. C'est la première fois que je rencontre quelqu'un qui pense comme moi dans l'univers du luxe. **PROPOS RECUEILLIS PAR DOMINIQUE SAVIDAN**

BOUTIQUE PEGGY HUYN KINH, 11, RUE COËTLOGON, 75006 PARIS. WWW.PEGGY-HUYN-KINH.FR
WWW.CENTREDULUXE.COM
REMERCIEMENTS À L'HÔTEL LUTÉZIA, À PARIS.



dossier

peggy huyn kinh

créatrice **Peggy Huyn Kinh**

Sa bague Fleur à pampilles a été mille fois copiée et ses portefeuilles en cuir épais gravés de dragons entrelacés sont reconnaissables entre tous. Peggy Huyn Kinh a imposé avec discrétion ses lignes de bijoux et de maroquinerie simplissimes aux formes graphiques et épurées. Cette ancienne de l'école Penninghen est passée par Balmain, Grès, Céline et Cartier avant de se lancer en solo.

Le premier accessoire dont vous vous souvenez ?

Des mocassins à talons très chic italien. Ils venaient de chez Céline. J'étais très jeune mais j'ai économisé pour me les offrir.

Pourquoi vous être concentrée sur l'accessoire ?

L'accessoire donne le style. Très jeune j'étais du genre à m'offrir quelques beaux accessoires et à me fabriquer des vêtements.

J'ai une formation d'architecte et pour moi l'accessoire est plus un véritable objet que le vêtement qui est plus fluctuant.

L'accessoire est-il avant tout pratique ou décoratif ?

L'élégance d'un objet pratique se découvre toute seule. Certains de mes sacs paraissent très simples, d'autres sont le fruit d'un jeu, comme le sac Croco où j'ai utilisé une peau entière.

Quels créateurs admirez-vous ?

Prada, car ils ont eu le courage d'innover avec leurs modèles très sport et futuristes, et Hermès pour la perfection, la fidélité, le refus des concessions au marketing. Cela dit, depuis Courrèges, personne ne crée plus vraiment. Nous faisons simplement du mixage.

Portez-vous vos propres créations ?

Oui, très égoïstement ! Je me fais même du sur-mesure. Si j'aime mes créations, je suis sûre qu'elles plairont aux femmes. Beaucoup de créatrices fonctionnent selon ce principe. J'ai commencé à faire des vêtements car je ne trouvais rien à porter à cause de mon gabarit.

L'accessoire que vous ne porterez jamais ?

Un chapeau, sauf quelquefois en hiver. C'est trop proche du ridicule. La voilette par exemple, il faut assumer.

Celui dont vous ne pouvez pas vous séparer ?

Les chaussures : c'est forcément le cas dans nos pays ! J'aimerais bien ne pas porter de sac parfois... Et j'ai également un porte-bonheur, même si je ne le mets pas toujours.

Votre client(e) rêvé(e) ?

Personne. J'aime les clients de tous âges, modernes et ouverts d'esprit, qui aiment les choses bien faites.

Votre best-seller ?

La bague Fleur qui existe depuis dix ans et qu'on a beaucoup copiée. La bague Perle aussi. Ce sont des bijoux de fille en pierres semi-précieuses avec beaucoup de couleurs.

Votre pièce phare de la saison ?

Je ne suis pas les saisons. Je fonctionne plutôt à l'envie...

En ce moment j'ai envie de faire des sacs mous.

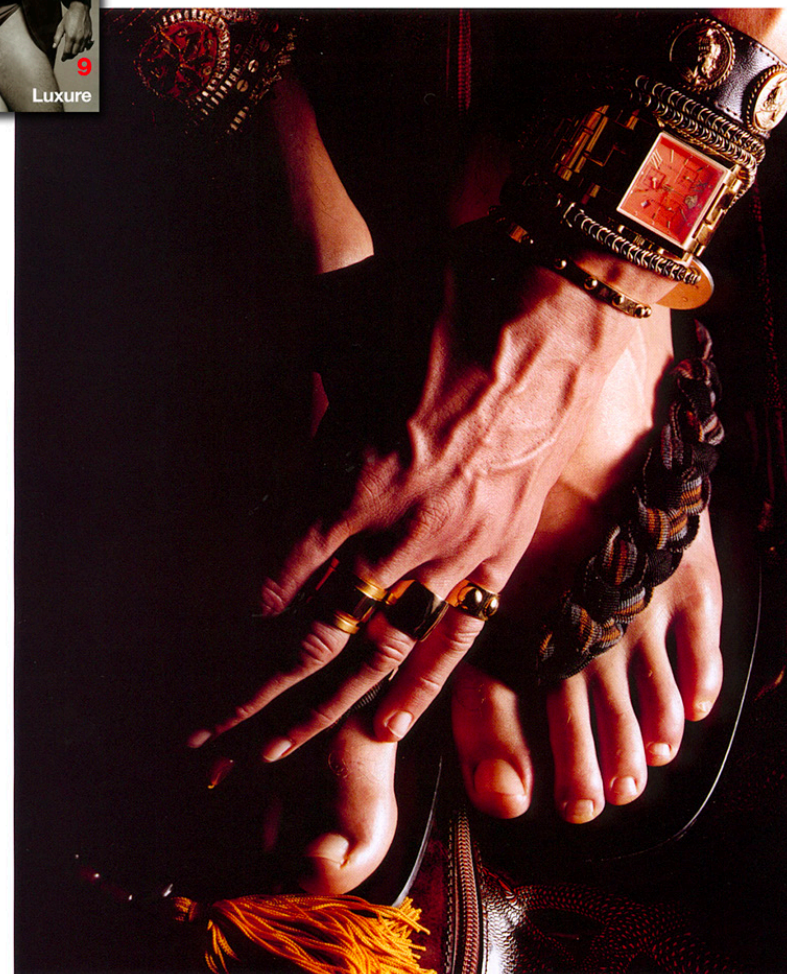


dressing Manteau zippé en crocodile patiné et veste de chasse en tweed de S.T. DUPONT. Pantalon en flanelle rayée et chemise imprimée, FRANK BOULET POUR FRANCESCO SMALTO. Gilet en cuir, BOTTEGA VENETA. Cravate en soie brochée, CHARVET. Lunettes solaires, VALENTINO. Montre "Pasha" en or rose et bracelet alligator, et chevalière "Santos Dumont" en or rose, CARTIER. Bague "4 ors" en or jaune, blanc, rose et or, BOUCHERON, BOUCHERON. Bagues "Alliance" en or rose, blanc et jaune, CHAUMET. Protège-casque porté-document et étuis en veau glacé gauré lézard, PEGGY HUYN KINH. Foulard en twill de soie imprimé, HERMÈS. Cartable en cuir grainé, PRADA. Cabriolet, ASTON MARTIN DB7 VANTAGE VOLANTE.



74 Racing Angel

Blouson motard en Nylon, **CHEVIGNON**. Pantalon en cuir vintage, **BOY LOOVE GIRL**.
Maillot de bain, **RALPH LAUREN**. Mitaines de tir, **DOURSOUX**. Téléphone portable "7270", **NOKIA**.
Chronographe "V14 racing", bracelet damier en cuir, **BRM**. Porte-clés avion
en cuir clouté, **PRADA**. Chaîne en argent, **DARY'S**. Pendentif en argent gravé, **PEGGY HUYN KINH**.



68 Hadrien

Sandales en cuir et toile
tressée, **GUCCI**. Bracelet médaillons en cuir
et métal, **PAUL SMITH**. Chaîne et
médaillon, **CARLOS DESOUZA**. Chronographe
"Caractère" en or jaune, **VERSACE**.
Bracelet et bague "Clou" en or jaune, **LOUIS
VUITTON**. Chevalière en or jaune,
BOUCHERON. Alliance "Party Game" en or
jaune, **THOMAS THORP**. Rosaire
en ambre, **DARY'S**. Sac "Salamandre" en cuir
de Cordoue, **PEGGY HUYN KINH**.
Mannequin: Fu'ad chez Click. Manucure:
Sara chez Aurelien.



86 Sunrise Warrior

Blouson et pantalon en Nylon, **HUGO BOSS**. Débardeur en résille, **RAF SIMONS**. Pantalon de jogging en coton, **DIESEL**. Maillot de bain, **KIM JONES**. Pendentif en argent et besace en toile, **DOLCE & GABBANA**. Bracelet en argent, **PEGGY HUYN KINH**. Chronographe "J12" en céramique, **CHANEL**. Bagues, **RACHIK**. Mannequin: Taua Moreira chez Bananas. Maquillage: Carole Hannah assistée de Yuni Endo.

NUMERO HOMME printemps/été 2005



84 Rock Rider

Blouson en cuir, **STRELLSON**. Veste zippée en velours éponge, **D & G**. Pantalon en cuir vintage, **BOY LOOVE GIRL**. Jeans, **GUESS**. Maillot de bain, **ISSEY MIYAKE**. Collier chapelet en argent et onyx, **PEGGY HUYN KINH**. Bracelet en caoutchouc et diamant brut, **PATRICE FABRE**. Rolex vintage chez **ALFRED DUNHILL** sur bracelet de force, **KM'RIL**.

NUMERO HOMME printemps/été 2005

Peggy Huyn Kinh, le luxe sobre



Du sobre, du basique, du pratique, mais version luxe...

Voilà la ligne de la créatrice d'accessoires Peggy Huyn Kinh, à qui l'on doit le fameux sac poireaux-pommes de terre, déclinaison chic du cabas de la ménagère, lancé par la maison Céline au début des années 90. Peggy était alors directrice artistique de la célèbre marque de maroquinerie, après un séjour chez Madame Grès puis chez Pierre Balmain, et avant de poursuivre sa carrière chez Samsonite, Jean Patou et Cartier. Jusqu'en 1996 où elle décide de lancer sa propre marque, diffusée dans une seule boutique, au 11 de la rue Coëtlogon, rue discrète du VI^e arrondissement. « J'aime l'idée d'être un peu à l'écart, qu'il faille me découvrir. J'ai une certaine conception du luxe, comme quelque chose de rare. » Quelques objets, essentiellement des bijoux et de la petite maroquinerie, exposés en vitrine.

Une vingtaine de sacs suspendus sur le mur du fond de son magasin. « Ce n'est pas la peine d'en montrer trop. Nous sommes envahis de produits de consommation. Ici, nous proposons une sélection. » Peggy continue son principe du relooking haut de gamme. « Regardez les gens dans la rue, ils se promènent tous avec des sacs de boutique ou de supermarché. J'en propose une version luxe, en agneau plongé, en python... Pourquoi pas ? J'aime assez cette petite provocation inoffensive. »

NADINE VASSEUR

Photographie Vincent Knapp



Peggy Huyn Kinh

PORTRAIT D'UNE STYLISTE QUI A PLUS D'UN TOUR DANS SES SACS. ET VISITE DE SA BOUTIQUE QUI L'HABILLE COMME UN GANT.

Dans la petite rue calme, à deux pas de Saint-Sulpice, on ne voit qu'elle. Une boutique sobre pimentée d'une joyeuse façade orange, la couleur fétiche de Peggy Huyn Kinh, déclinée sur la maroquinerie que l'on aperçoit à travers la vitrine. « J'aime bien cette idée d'être découverte dans une rue discrète, au hasard d'une promenade », explique-t-elle. Après avoir été styliste chez Madame Grès, Pierre Balmain et Céline, et tout en continuant à prêter son talent aux plus grands, la créatrice a lancé sa propre grille en 1996 et ouvert, quatre ans plus tard, sa boutique dans le 6^e. « Un quartier exceptionnel, presque anormalement parfait, s'enthousiasme-t-elle, qui marie élégance et simplicité, vie familiale, estudiantine et artistique ! » C'est de la terrasse du Flore ou de son QG – le bistrot situé en bas de chez elle – qu'elle aime puiser son inspiration, quand elle ne la tire pas de ses propres manques : « j'invente souvent parce que je ne trouve pas ce qui me plaît », confie-t-elle. C'est ainsi que l'idée lui est venue de concevoir aussi des bijoux et de se lancer, l'an dernier, dans la confection de vêtements sur mesure.

Mais elle crée aussi par jeu, comme ce sac croco d'amazone, fabriqué à partir d'une peau entière de crocodile. Elle qui « aime transformer le basique en chic », déploie une panoplie qui revisite avec art et humour les besaces les plus quotidiennes : le sac plastique, le doggy bag, ou encore le fameux sac poireaux-pommes de terre de la ménagère, conçu il y a vingt ans pour Céline. « On n'est pas dans une grande époque de création mais de réinterprétation », commente-t-elle. « Je suis une interprète qui crée dans l'amusement, dans l'effervescence d'une femme futile, tout en cherchant toujours à atteindre un idéal. » Mais Peggy Huyn Kinh a plus d'un tour dans son sac : si elle avoue en fait, avec un soupçon de malice, « détester porter cet accessoire qu'on a toujours peur d'oublier quelque part », elle ajoute aussitôt, dans un rire : « mais je ne peux m'en passer et je montre une maniaquerie hallucinante à vider son contenu tous les matins pour faire l'appel, comme si je préparais mon cartable d'écolière pour la journée ! » On ne s'étonnera donc pas que la créatrice soit aussi une incroyable collectionneuse : au fil du temps, elle a amassé des centaines de sacs, des coups de cœur mais aussi des modèles qu'elle craint de voir disparaître. Une tendresse nostalgique qu'elle voue, par exemple, aux paniers en osier. Mais au fait, si elle-même était l'un de ses sacs ? « Alors, je pourrais être n'importe lequel, pourvu que je sois bien traitée et dorlotée ! »

On a quiet little street, two steps from Saint-Sulpice, this sober boutique stands out with its joyful orange facade, Peggy Huyn Kinh's, jetish color. « I really like this idea of being discovered in a discreet street », she says. After working as a stylist for Madame Grès, Pierre Balmain and Céline, and continuing to lend her talent to top names, the designer launched her own label in 1996. Four years later, she opened her shop in the 6^e. « An exceptional area, almost abnormally perfect, mixing elegance with simplicity, family life with students and artists ! ». She likes to draw her inspiration sitting at the terrace of the Flore or at the little bistro below her flat. « Often I just invent because I can't find what I like », she confides. This is how the idea came up of conceiving jewelry and launching herself in making customized clothing. But her creations are also playful, such as this Amazon bag, manufactured from the skin of an entire crocodile. She « enjoys transforming basic into chic », offering a wide array of humorous daily knapsacks: the plastic bag, the doggy bag, or the famous leek-potato bag, conceived twenty years ago for Céline. « This is not a great era of creation but more of reinterpretation », she comments. « While Peggy Huyn Kinh admits « hating this accessory that one is always afraid of forgetting somewhere », she is also an incredible collector owning hundreds of bags: some heart throbs but also models she fears might disappear. The designer also has a tender nostalgia for wicker basket. And if she were one of her bags? « Then I could be any one as long as I was well treated and cuddled ! »



CI-DESSUS BOTTES À BRIDE, INTÉRIEUR EN TOILE À MOTIF, 495 EUROS, HESCHUNG. ÉTUI À CIGARES EN PYTHON NATUREL, 250 EUROS. CEINTURE EN VEAU NOIR, 351 EUROS. BOUCLE DE CEINTURE EN ARGENT MASSIF GRAVÉE DE LÉZARDS, 615 EUROS. BESACE COMMANDO EN VEAU SOUPLE, 196 EUROS. LE TOUT PHK. PAGE DE DROITE BOOTS "MEMPHIS BELL" EN CUIR, 400 EUROS, LOTUSSE. SAC "ODEON" EN JEANS ET SUÈDE, 595 EUROS. PORTEFEUILLE "ODEON" EN JEANS, 155 EUROS. LE TOUT YVES SAINT LAURENT.



PARE GABIA
LÉGÈRES ET
CONFORTABLES...
Qu'il s'agisse de "Vapeur",
"Valme", des tongs "Farme" ou
du sac assorti "Valme Sacha",
tous ces modèles sont cousus
mains et signés de la
manufacture française
d'espadrilles Pare Gabia ("sans
égal" en basque). Pour l'homme
cet été, voici l'espadrille
montante à lacets en bachelite
et veau velours. Confortable,
cette paire existe en quatre
mixes de couleurs. Environ 89 €
la paire. **JBG** Renseignements
05 59 56 32 38 ou www.paregabia.com



PEGGY HUYN KINH
PETITE MAROQUINERIE

Voilà une collection fascinante de petite maroquinerie. Peggy Huyn Kinh a créé sa propre griffe en 1996 après avoir travaillé pour les plus grands (Dunhill, Cartier, Céline, Jean Patou, Berluti, Thierry Mugler). Peggy a su combiner le mélange des genres, entre motif tribal et technique artisanale de maroquinier. Les lézards en relief courent, glissent, s'emmêlent sur le cuir spazolato patiné à la main évoquant ainsi une estampe japonaise. Pourquoi des lézards, parce qu'ils sont à la fois sensuels et virils tout comme les hommes pour qui elle a imaginé cette ligne. Large et complète est la variété de chemises, pochette, portefeuille, porte yen, porte-billets, portes cartes et documents mais aussi pince à billet, étui à kleenex, à cigarette... qui vibrent à l'unisson au rythme des sinusoides des reptiles. **LB** Retrouvez l'intégralité de la gamme

au 9/11 rue Caillatogon, 75006 à Paris ou sur www.phk.fr



VOILE BLANCHE
NAVIGUER LÉGER
La nouvelle collection 205g s'inspire du style de vie dans le New Hampton dans les années cinquante. Naviguer était le passe-temps favori d'une élite sociale tandis que le concept de week-end et de loisir prenait naissance. Les pionniers de ce nouveau genre portaient des polos, chinois et jeans. Ils étaient de jeunes golden boys en pleine force de l'âge représentant la future génération de libéraux démocrates aux USA. Voile blanche retranscrit cette atmosphère avec 205g Royal Cup. Excellentes finitions et choix judicieux de matières appropriées à la navigation. L'empeigne en cuir blanc est huilée pour le protéger de l'eau. Le glissoire est en suède pour éviter les irritations du sel et du sable. La semelle, le bout et le talon sont en gomme. Les modèles sont déclinés en rouge, vert, bleu et saphir avec des rubans en satin. **LB**



TRÉPOINTES Juillet/Août 2005

> 080

T A L O N A I G U I L L E
L V F O N V I G U I L L E



NOBLESSE DU SIMPLE

PEGGY HUYN KINH

DESIGNER ET CRÉATRICE, PEGGY HUYN KINH S'APPROPRIE LES OBJETS SIMPLES DE NOTRE QUOTIDIEN ET LES FAIT ENTRER DANS L'UNIVERS DU LUXE. UN LUXE ÉPURÉ ET ÉLÉGANT QUI LUI RESSEMBLE TELLEMENT. AUJOURD'HUI, PEGGY, POSE ET SE PAUSE UN INSTANT POUR "TALONS AIGUILLES".

PAR DOMINIQUE PELTIER PHOTOS ROMÉO BALANCOURT

Hier, directrice artistique chez Pierre Balmain et Céline, elle laisse son empreinte chez Cartier et Patou, avant de se former près de Madame Grès, qui fut la reine du drapé. Aujourd'hui Peggy compte ces griffes prestigieuses parmi ses fidèles clients et préside depuis plus de dix ans à la destinée de sa propre Marque "PHK". Meticuleuse, obstinée et travailleuse acharnée, elle regrette seulement que l'argent soit trop souvent un guide pour la créativité. "Je ne fais aucune concession sur la qualité. C'est mon but. Croire en ce que je fais, sans recherche particulière de profit". Un brin nostalgique quand elle évoque l'époque où elle travaillait pour ces grandes maisons de couture. "Nous étions tous animés par la passion. Il n'y avait pas de perversion dans notre création, l'argent n'était vraiment pas notre moteur. Gardienne du patrimoine, Peggy revisite des objets de notre quotidien, le cabas pour les jours de marché s'habille des plus beaux cuirs, le croco, le serpent, le sanglier ou encore le veau se détournent en étuis, portefeuilles ou en couvre cahiers. Sa créativité semble insatiable, pour l'homme, elle conçoit des objets utiles, décalés et un brins rebelles. Une rébellion très chic ! Incontournable dans la planète luxe, Peggy ne le revendique pas, mais son nom jour après jour, rassemble de plus en plus d'adeptes. Le mieux que nous puissions vous conseiller, est de lui rendre visite. Vous succumberez à son charme, c'est évident ! Une femme moderne, inventive, créative, généreuse et heureuse dans un univers qu'elle a conçu de toutes pièces. Trépointes ne pouvait manquer ce rendez-vous pour talons aiguilles. Peggy Huyn Kinh a répondu à nos questions en toute simplicité, nous oserions dire en toute amitié, tellement son naturel et la fraîcheur de ses réponses furent un moment de bonheur.

Si j'avais été plus malin, je vous aurais bien chipé votre idée de sacs cabas ! Pourquoi n'y ai-je pas pensé ?
(Rires) Oui c'est vrai, mais en fait, je suis quelqu'un de très nostalgique... Nostalgique des choses populaires, parce qu'elles étaient faites d'instinct ; il s'agissait de vrais produits conçus pour être efficaces et sans la moindre fioriture. Ensuite, j'étais et suis toujours, amoureuse des artisans ; amoureuse de leurs gestes, de leur patience et de l'authenticité de leur travail. Donc, j'aime toutes ces choses, et le mixe donne par exemple, un sac cabas d'autrefois, revisité, parce que j'ai toujours peur que les choses disparaissent.

TRÉPOINTES Juillet/Août 2005

> 081



Vous avez déclaré que le luxe n'était plus en adéquation avec la réalité, vous maintenez ? Je ne me souviens plus de l'époque où je l'ai dit, mais je lutte, il est vrai, contre la consommation à outrance, le gâchis d'idées...

Le gâchis d'idées ? On lance des collections, certaines avec de vraies bonnes idées, mais ce n'est pas exploité : trois mois plus tard, c'est déjà oublié. C'est dommage ! Donc, on gâche des produits que le public n'a même pas le temps de connaître... Je reste sur mes positions : faire un bel objet pour qu'il dure. Et il vaut mieux un seul bel objet que dix bons marchés dont on se lasse très vite. Je préfère prendre un peu le large et rester plus fraîche.

Quand vous créez, vous pensez à... Je pense à des gens que j'aime beaucoup ou que j'admire, ou simplement à moi, mais aussi de manière plus pragmatique et en dernier recours, je me pose la question : mais toi qu'est-ce que tu ferais ? Il faut rester simple...

Quelle est la première chose que vous regardez chez un homme ? Ma réponse est : les chaussures. Mais je précise que Trépointes ne m'a pas fait du pied pour répondre. Non, c'est vrai, je regarde les chaussures parce que j'aime les chaussures. Et puis, elles me parlent !

Quelle langue parlent-elles ? C'est un langage codé. Elles me disent de nombreuses choses : chaussure cirée ou non, soulier verni ou basket, usure soignée ou négligée, etc. Tout cela donne des indications sur le propriétaire et un peu sur sa vie. Attention, je ne dis pas qu'une basket n'est pas chic, m'arrêtant au fait qu'elle soit en toile. Non, cela dépend de qui la porte et avec quoi, ah oui, c'est une analyse complexe (rires).

Que doivent-elles avoir pour vous interpeller ? J'ai, de tout temps, été habitué à côtoyer des hommes qui aimaient les beaux souliers, notamment les John Lobb, et j'ai participé aux séances de lustrage et de patine... C'est un univers qui m'a toujours passionnée.

Votre style, c'est quoi ? J'aime le classique avec de belles formes. Je suis touchée lorsque le pied est fin.

Vous aimez le cuir ? J'adore, c'est très sensuel, c'est une peau qui, souvent, est agréable au toucher. Le cuir vieillit, se transforme, c'est un peu son histoire que le cuir raconte. Avec le temps, il devient votre signature. J'aime les choses qui mûrissent au même rythme que moi. Je déteste les choses vieillies artificiellement, cela me laisse

se froide et indifférente. Je revendique ma patine, mon usure, et je ne laisserai personne le faire à ma place...

Si j'enlève mes chaussettes ça vous choque ? (autrement dit, porter des chaussures sans chaussettes ne vous incommoder pas ?) Moi, pas du tout. Si vous êtes bien dedans, que vous mettez du talc, ça ne me dérange pas. Je trouve ça chic et rebelle ! Ce que je déteste, ce sont les chaussettes avec des motifs, là c'est réhibitoire, on ne parle pas à ce monsieur... (rires)

Si les souliers préférés de votre ami étaient vraiment vilains, lui diriez-vous ? Je le lui dirais sans hésitation. Sans doute que je lui offrirais une paire faite sur mesure...

Pensez-vous qu'il est utile aujourd'hui de se faire faire des chaussures sur mesure ? Oui, c'est formidable, mais cela demande une implication et, de nos jours, ce n'est pas toujours compatible avec nos emplois du temps. Sinon, quoi de mieux que du sur mesure ?

Comment définiriez-vous l'élégance au masculin ? J'y reviens, mais l'élégance passe par le sur mesure. Je remarque immédiatement un homme qui a un costume sur mesure. Il a davantage d'allure, et il est à l'aise. C'est la même chose pour les chaussures. Être élégant n'est pas une fatalité, c'est une volonté.

Vous pensez un jour nous créer une chaussure ? Oui !

Non, vous êtes sérieuse ? Si, si, j'y pense très sérieusement. J'en profite pour dire que si un bottier lit cet article, je l'invite à prendre contact avec moi...

J'AIME LA GAÏTÉ,
LA FRAÎCHEUR ET
LA SINCÉRITÉ



PORTFOLIO

HIDE AND SLEEK
This page, white-gold panther pendant with diamonds, £16,800, by Cartier. Gold snake bracelet (on bag), poa, by Gucci. Pony-skin shoes, £345, by Christian Louboutin. Snakeskin shoes, £460, by Gucci. Crocodile-skin bag, €2,995, by Peggy Huyn Kinh. Opposite, black-diamond panther, £181,450, by De Grisogono. Large skull cufflinks with diamonds, £2,500 a pair; rose-gold skull cufflinks, £1,600 a pair, both by David Morris. Studded shoe, €685, by Azzedine Alaïa, from Harrods



PORTFOLIO

SNAKE CHARM
This page, 'Monaco' watch with python-skin strap, £2,300, by Tag Heuer. Emerald-cut diamond ring (on glove), £180,000, by De Beers. Python-skin bag, £1,240, by Peggy Huyn Kinh. Python-skin gloves, £275; python-skin knee-high boots, £840, both by Loewe. Opposite, gold cuff with crocodile print (left), €7,260, by Pomellato. Yellow-gold 'Sirene' bracelet (centre), £13,570; yellow-gold 'Galapagos' bracelet (right), €7,850, both by Fred Jewellery. Gold scorpion necklace, £4,225, by Elsa Peretti, from Tiffany. Python boots, £1,020, by Sergio Rossi. Crocodile-skin shoes, €3,375, by Azzedine Alaïa, from Harrods

