

Musée YVES SAINT LAURENT Paris



SAINT LAURENT

rive gauche

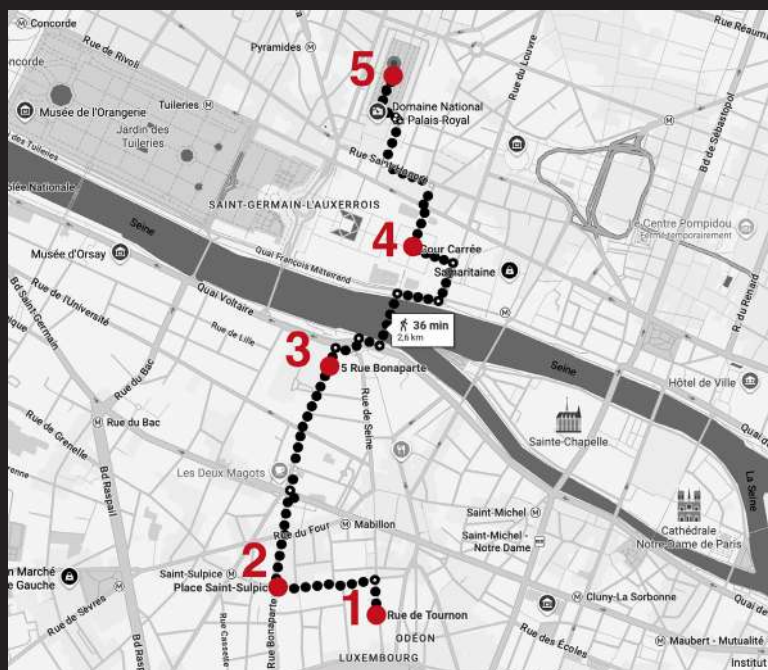
À l'occasion des Journées européennes du patrimoine 2026, les 19 et 20 septembre, le Musée Yves Saint Laurent Paris, actuellement fermé pour rénovation, propose une promenade urbaine guidée au cœur de Paris.

Plongez dans l'histoire de SAINT LAURENT *rive gauche*, une aventure qui a révolutionné la mode. Le 26 septembre 1966, Yves Saint Laurent ouvre au 21 rue de Tournon, dans le 6^e arrondissement de Paris, sa première boutique de prêt-à-porter. Plus qu'une nouvelle adresse, c'est une véritable vision

qui prend vie : un prêt-à-porter conçu avec la même exigence créative et la même attention que la haute couture.

De la rue de Tournon en passant par la rue Bonaparte, jusqu'à la cour Carrée du Louvre, où se tenaient les défilés SAINT LAURENT *rive gauche*, laissez-vous guider sur les traces d'Yves Saint Laurent et de Pierre Bergé. Cette promenade inédite dévoile les lieux emblématiques, les inspirations et les coulisses d'une aventure qui a profondément marqué l'histoire de la mode.

1. Rue de Tournon
2. Place Saint Sulpice
3. 5 rue Bonaparte
4. Cour Carrée du Louvre
5. Jardin du Palais Royal



Haute couture et prêt-à-porter

*D i s t i n g u e r d e u x i n d u s t r i e s
d e l a m o d e*

Pour mieux comprendre la révolution lancée par Yves Saint Laurent avec l'ouverture de boutiques SAINT LAURENT *rive gauche* à partir de 1966, il est nécessaire de saisir la différence entre les deux approches de création d'un vêtement : la haute couture et le prêt-à-porter.

La haute couture repose sur la création de pièces uniques faites entièrement sur-mesure et à la main, au sein des ateliers de la maison de couture à Paris. Le prêt-à-porter, lui, se caractérise par une production plus importante, en séries industrielles, fabriquées en usine.

Ces deux façons de penser et produire les vêtements semblent au premier abord inconciliables, et pourtant, certains grands couturiers (Christian Dior, Carven...) se sont essayés à la production de collections de prêt-à-porter dès les années 50. Ce « prêt-à-porter des couturiers » bénéficiait de l'aura de la haute couture, tout en profitant d'une distribution étendue.

Yves Saint Laurent fut cependant le premier, avec SAINT LAURENT *rive gauche*, à remporter un succès commercial aussi retentissant : en l'espace de 20 ans, 150 enseignes ouvrirent dans le monde.

De la même façon que pour la haute couture, Yves Saint Laurent dessine les collections de prêt-à-porter, et fait réaliser les prototypes au sein des ateliers de la maison de couture. La production est ensuite majoritairement prise en charge dans les usines angevines de l'entreprise C. Mendès. Enfin, les pièces sont distribuées dans les boutiques *rive gauche*, célébrant ainsi « une certaine façon de vivre plutôt qu'une certaine façon de s'habiller » (Interview d'Yves Saint Laurent, Dim Dam Dom, 10 mars 1968).

21 rue de Tournon

Une boutique manifeste

UN DÉPLACEMENT SYMBOLIQUE

En septembre 1966, Yves Saint Laurent inaugure au 21, rue de Tournon, dans le 6^e arrondissement de Paris, la première boutique SAINT LAURENT *rive gauche*, consacrée à une idée encore inédite : un prêt-à-porter de couturier conçu non comme une déclinaison secondaire de la collection, mais comme une ligne à part entière, une véritable création... Située dans une ancienne boulangerie reconvertie par Isabelle Hebey,

la boutique exprime par son architecture, ses objets, ses couleurs et sa scénographie, une esthétique nouvelle, à la fois radicale, joyeuse et profondément ancrée dans l'esprit bohème et intellectuel de la rive gauche parisienne. Ce choix d'implantation, au sein d'une rue calme bordée de librairies, d'encadreurs et d'antiquaires, à deux pas du Sénat et du Jardin du Luxembourg, est tout sauf anodin : il s'agit d'un geste politique, volontairement éloigné du Triangle d'Or et de ses dorures.



UN MANIFESTE STYLISTIQUE ET SOCIAL

Avec SAINT LAURENT *rive gauche*, le couturier refuse l'élitisme de la haute couture. Il défend un prêt-à-porter plus accessible, pensé pour toutes les femmes, notamment les étudiantes et les jeunes actives. « Ce que je voudrais, c'est vraiment être Prisunic », déclare-t-il alors, assumant le paradoxe d'un luxe démocratisé, qui refuse l'exception pour préférer la circulation. Les prix sont étudiés (250 à 750 francs), les tailles standardisées, les modèles simples mais parfaitement coupés. Catherine Deneuve, marraine de l'ouverture, résume l'étonnement général :

« On trouvait ici, accessible sur des cintres, tout ce qui représentait le luxe de la rive droite. » (Entretien avec Catherine Deneuve, 5 novembre 2009)

Les rédactrices de mode se pressent pour photographier les pièces dans la rue même, captant en temps réel le choc d'une révolution en marche. La rue de Tournon ne désemplit pas, les files d'attentes s'allongent ; « Du jamais vu ! », dira Clara Saint, attachée de presse *rive gauche* (entretien avec Clara Saint, 26 octobre 2009). Plus qu'un commerce, la boutique devient un laboratoire d'attitudes, un lieu de

métamorphose instantanée où l'on compose librement des silhouettes à l'aide de pulls, smokings, jupes et accessoires formant un vestiaire modulable, jeune et désinvolte.

UNE GRAMMAIRE DE LA LIBERTÉ

Ce lieu ne propose pas seulement des vêtements, mais une autre idée de la « femme » : libre, active, urbaine, affranchie des carcans codés de l'élégance haute couture. Yves Saint Laurent invente ici un vêtement à vivre, à emporter immédiatement, sans cérémonial, porté non pour représenter mais pour s'exprimer et profiter de la vie. Il s'adresse à celles qui n'ont ni le goût ni les moyens de la haute couture, mais dont l'existence — moderne, mouvementée, engagée — appelle une nouvelle syntaxe du style.

« La haute couture débarque rive gauche », titre *Elle* (*Elle France*, 29 septembre 1966) — Et *Vogue* (*Vogue*, États-Unis, décembre 1966) commente : « Paris: Saint Laurent turns left, crosses the river and, everybody — watch out! »

Dans ce « drugstore de la mode », ouvert jusque tard dans la nuit, le shopping devient un acte ludique, libéré des contraintes. Plus qu'un geste commercial, cette boutique est une capsule utopique à l'échelle d'une rue, où les Nanas de Niki de Saint Phalle côtoient les banquettes violettes d'Olivier Mourgue, les lampes Noguchi et les meubles d'acier. Le décor lui-même, comme le stylisme, épouse l'humeur du moment : brutaliste, pop, conceptuel, accueillant. La rue de Tournon devient ainsi, à la fois physiquement et symboliquement, le laboratoire de la modernité selon Yves Saint Laurent, un espace manifeste où s'invente une mode libératrice, portée à la rue comme un étendard.





L'intérieur de la boutique. Photographie inconnu © Droits réservés



L'intérieur de la boutique. Photographie inconnu © Droits réservés

LES BOUTIQUES DE VOGUE *(Suite)*



à Toulouse...

1, place Wilson. Pardessus à chevrons pour Madame Pierre Jonquères d'Oriola.



à Genève...

51, rue du Rhône. Marina Doria devant le choix des ceintures...



à Saint-Tropez...

41, rue Gambetta. La comtesse Charles de Rohan Chabot avec l'écharpe à succès.



à Paris...

46, av. Victor-Hugo. Les pantalons larges d'Albina du Boisroux

17 rue de Tournon

Une mode pour les hommes libres



Détail d'une planche de collection SAINT LAURENT *rive gauche* hommes, automne-hiver 1969.
© Yves Saint Laurent © Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent

Moins souvent évoquée mais tout aussi essentielle dans l'univers *rive gauche*, la boutique SAINT LAURENT *rive gauche* hommes du 17 rue de Tournon constitue un jalon important dans l'histoire du vestiaire masculin contemporain. Elle ouvre en 1969. Adjacente à la boutique femme, elle est l'une des deux seules boutiques parisiennes exclusivement dédiées à la ligne masculine de la maison. Les autres — plus rares encore — se situent à Londres, New York, Beverly Hills, Tokyo, Monte-Carlo ou Toulouse.

Pour Yves Saint Laurent, ce projet va bien au-delà de la diversification commerciale. Il s'agit, comme pour les femmes quelques années plus tôt, d'accompagner une libération des corps et des styles, en réaction aux uniformes rigides qui corsètent encore l'homme moderne. En 1969, il confie au magazine *Elle* :

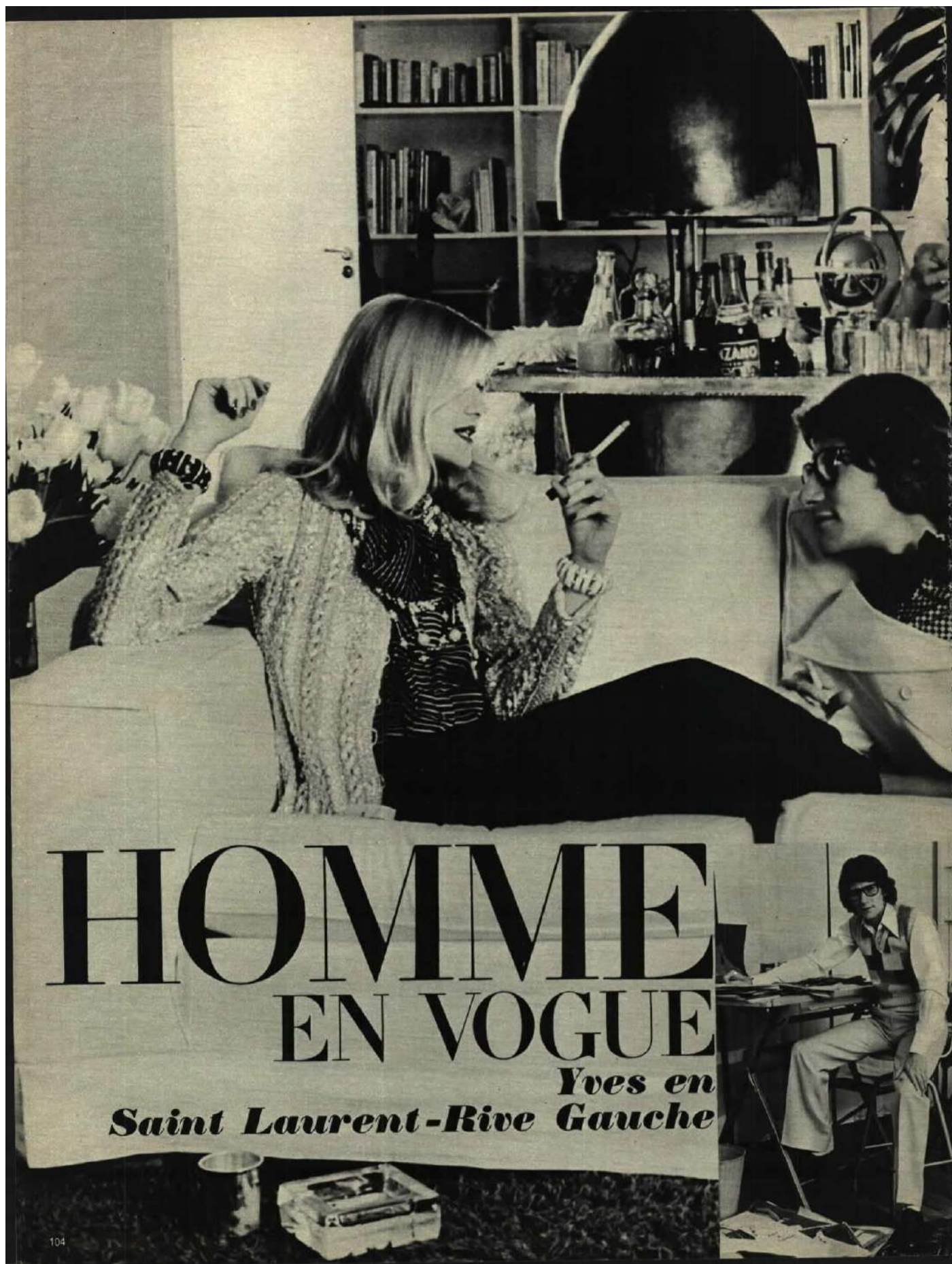
« Ce que j'aimerais, c'est que les hommes se libèrent de leur carcan comme les femmes viennent de le faire, elles qui sont tellement

plus ouvertes, plus modernes qu'eux. »

Cette boutique incarne cette ambition : offrir aux hommes une élégance affranchie, nerveuse, subtilement transgressive, inspirée de la couture mais sans la raideur des conventions. Loin du costume uniforme, il imagine une garde-robe fluide — vestes ajustées, chemises de soie, pantalons fins — qui laisse place à l'individualité.

« Je laisse aux autres le soin de faire des costumes ennuyeux pour les gens ennuyeux et les circonstances ennuyeuses. Je m'adresse aux hommes libres, et ce que je leur propose ce n'est pas une nouvelle «ligne», donc une nouvelle contrainte, mais la liberté. » (Yves Saint Laurent, *Elle*, 5 mai 1969).

Cette boutique prolonge avec force le projet SAINT LAURENT *rive gauche* : faire descendre la beauté dans la vie quotidienne, affirmer que le style peut être un acte de libération, quel que soit le sexe.



Place Saint-Sulpice

Le cœur battant de la rive gauche

SAINT LAURENT

rive gauche

FEMMES

6, place Saint-Sulpice - 75006 Paris - 43 29 43 00

Chère Madame, Cher Monsieur,

*Nous serions heureux de vous accueillir aux soldes
réservés à notre clientèle qui se dérouleront à partir
du Lundi 4 Janvier 1988. 14H*

Carton d'invitation aux soldes SAINT LAURENT rive gauche, 6 place Saint-Sulpice
© Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent

UN ANCRAGE DÉCISIF

SAINT LAURENT *rive gauche* est un succès immense. Des boutiques fleurissent partout dans le monde : Lyon, Marseille, Rome, Madrid, Munich, Saint-Tropez, Bruxelles, Zurich, Londres, Milan, New York, etc. En 1979, Yves Saint Laurent installe une nouvelle boutique SAINT LAURENT *rive gauche* au 6, place Saint-Sulpice, dans l'un des quartiers les plus chics de la capitale. Ce choix n'est pas innocent : entre l'église classique, les fontaines, les galeries, les librairies et les terrasses de café, cette adresse devient rapidement le centre de gravité d'une féminité et d'une masculinité repensée — plus assurée, plus urbaine, plus affranchie encore.

Après l'audace de la rue de Tournon, le 6 place Saint-Sulpice marque une nouvelle étape :

celle de la consolidation, du rayonnement, de la diffusion massive d'une idée désormais parfaitement assumée. La mode *rive gauche* n'est plus un manifeste expérimental, elle devient la norme d'un nouveau chic : moderne et quotidien, sans jamais perdre sa puissance transgressive.

LE MIROIR D'UNE ÉPOQUE

Cette boutique, pensée pour être à la fois élégante, accessible et vivante, accueille les clientes habituées comme les passantes inspirées. Elles ne viennent pas chercher un uniforme, mais un supplément d'âme. Et c'est ce que SAINT LAURENT *rive gauche* propose. Chaque pièce — smoking, saharienne, blouse transparente, jupe fluide — y devient une proposition de style, un morceau d'attitude.

C'est le miroir d'une époque : celle des années 1980, des indépendances conquises, du travail féminin, du désir sans besoin de justification ou d'explication. Ici, Yves Saint Laurent continue son dialogue intime avec la rue, entamé dès les années 60, nourri par une obsession : faire tomber les murs entre le luxe et la vie.

DE LA HAUTE COUTURE AU QUOTIDIEN

En choisissant d'investir pleinement le prêt-à-porter, Yves Saint Laurent rompt symboliquement avec la haute couture classique. Il réduit ses défilés couture, les rend confidentiels, presque secrets, pour mieux se consacrer à sa vraie passion : la mode en mouvement.

Comme il le confie avec pudeur en 1971 :

« J'ai choisi de montrer l'image de ma mode à travers mon prêt-à-porter plutôt qu'à travers ma haute couture. Je pense que le prêt-à-porter est l'expression de la mode d'aujourd'hui. » (Yves Saint Laurent, *ORTF*, 30 octobre 1971)

La femme des années 60 et 70 est une femme en mouvement, capable de passer avec efficacité de la sphère professionnelle à la sphère domestique. Le prêt-à-porter devient le symbole de cette mobilité accrue et de ce style de vie dynamique.



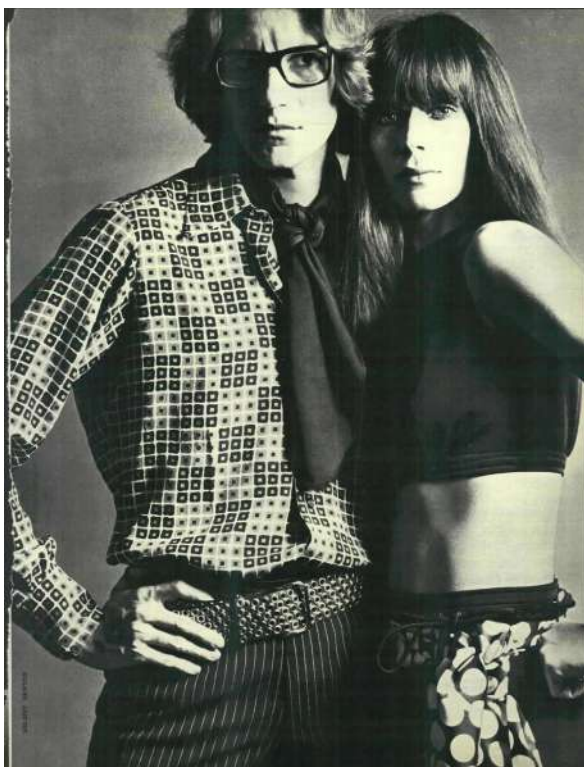
Yves Saint Laurent avec sa sœur Brigitte Mathieu-Saint Laurent
© Elle France / Helmut Newton

Place Saint-Sulpice, la haute couture devient un souvenir tendre. Ce qui compte, désormais, c'est la rue, ses fantômes, ses rumeurs, ses élans. C'est là que le couturier place son imaginaire — dans les pas de celles qu'il aime, et qu'il habille.

ÉGÉRIES EN MOUVEMENT

La boutique de Saint-Sulpice est aussi le théâtre d'une mythologie féminine en pleine expansion. Catherine Deneuve, bien sûr, qu'il appelle « la femme qu'il attendait », incarne la silhouette idéale de la *rive gauche* : mystérieuse, distante, solaire. Mais aussi Charlotte Rampling, Françoise Hardy, Françoise Giroud, Talitha Getty et toutes ces femmes réelles ou imaginées, qui investissent des féminités actives, fluides, libérées, paradoxales. Ce ne sont pas des muses figées, mais des femmes en marche : aventurières, secrètes, sensuelles. Elles portent des smokings au lieu de robes de bal, montrent leurs seins sous des blouses de mousseline.

Cette liberté de ton, ce regard sans hiérarchie, irriguent toute l'esthétique *rive gauche*, où le vestiaire devient un théâtre de la métamorphose immédiate.



Yves Saint Laurent avec sa sœur Brigitte Mathieu-Saint Laurent
© Elle France / Helmut Newton



SAINT LAURENT
rive gauche

12 Place Saint Sulpice Paris 6^e 326 84 40

YSL

Le monogramme culte



Logotype de la maison de haute couture Yves Saint Laurent créé par l'artiste Cassandre (1901-1968), lors de la création de la maison de couture en 1961.
© Cassandre / Adagp, Paris, 2026 © Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent

En 1961, Yves Saint Laurent et Pierre Bergé font appel au graphiste Cassandre pour dessiner le logotype de la maison.

Né en Ukraine de parents français, Adolphe Jean-Marie Mouron, qui prend le pseudonyme Cassandre, est l'un des grands graphistes du monde de la publicité de l'entre-

deux-guerres. Son style, très synthétique et géométrique, plaît et les grands noms font appel à lui, à l'exemple de Christian Dior.

Pour Yves Saint Laurent, il imagine un monogramme à la fois élégant et moderne, à l'image du jeune homme, dont les trois initiales s'entrelacent avec simplicité.

5 rue Bonaparte

Le refuge érudit de Pierre Bergé

Situé au rez-de-jardin d'un immeuble du XVII^e siècle, où est né le peintre Édouard Manet, l'appartement de Pierre Bergé au 5 rue Bonaparte constitue un espace de collection révélateur d'une érudition rare. Pierre Bergé

achète ce bien en 1992. À proximité immédiate de la Seine, l'adresse, discrète, appartient au tissu historique du quartier de Saint-Germain-des-Prés, à la croisée des mondes littéraires, artistiques et politiques.



Le jardin, aquarelle © Isabelle Rey

UN PROJET ARCHITECTURAL D'ENVERGURE

D'importants travaux furent entrepris, confiés à l'architecte et décorateur François-Joseph Graf. L'objectif : accentuer les caractéristiques XVII^e du lieu tout en y intégrant une modernité subtile. Le plafond fut rehaussé, les espaces ouverts, la lumière valorisée. Un jardin luxuriant est aménagé, incluant une serre à orchidées, dans une volonté de continuité entre intérieur et extérieur, rigueur classique et exubérance végétale.

L'entrée, conçue comme un vestibule aux effets optiques, est entièrement tapissée de miroirs. Elle est gardée par quatre bustes féminins en bois polychrome du XVII^e siècle, représentant les continents, dans une allégorie à la fois encyclopédique et baroque. Ce seuil donne accès à une salle à manger où les murs sont habillés d'un papier peint du XVIII^e siècle à motifs de « chinoiserie », ayant appartenu à Mona Bismarck, figure du gotha mondain et mécène des arts décoratifs.

UNE MUSÉOGRAPHIE PRIVÉE

Le salon principal est dominé par une toile emblématique : *Le Désespoir de Pierrot* de James Ensor. Autour de ce chef-d'œuvre s'articule une collection exceptionnelle : œuvres d'Ingres, Géricault, Degas, Toulouse-Lautrec, Manet, Vuillard, Picasso, Braque. Les tables d'appoint croulent sous des objets d'art des XVI^e et XVII^e siècles, dans un dialogue maîtrisé entre peinture et arts décoratifs.

La bibliothèque, conçue comme une cellule de savoir, aligne éditions originales et manuscrits rares. Les murs tendus de cuir accueillent un ensemble d'émaux de Limoges, principalement acquis auprès des marchands Nicolas et Alexis Kugel. À cela s'ajoutent un portrait de Frans Hals, des objets allemands du XVII^e siècle — notamment des tours d'ivoire tournées — et un plafond peint acheté à l'antiquaire belge Axel Vervoordt, spécialisé dans les atmosphères épurées et les matériaux anciens.



Le salon principal, aquarelle © Isabelle Rey

UN SECOND NIVEAU, COMPLÉMENTAIRE ET CONTRASTÉ

Pierre Bergé achète ultérieurement l'étage supérieur, aménagé selon une autre logique temporelle. À nouveau confiée à Graf, la décoration privilégie une ambiance Empire ou Restauration : murs gris, plafonds très hauts, mobilier clairsemé mais choisi avec soin. Une atmosphère minimaliste, mais profondément parisienne, selon les mots de l'architecte : « C'est très français, très parisien. »

La salle à manger accueille des œuvres contemporaines, notamment des créations de Claude et François-Xavier Lalanne. La bibliothèque du premier étage, qui est orientée en direction des Beaux-Arts de Paris, complète celle du rez-de-jardin et offre une documentation quasi exhaustive sur l'art occidental.

Le salon de musique, autre pièce remarquable, expose deux sculptures emblématiques en bronze, représentant une tête de lapin et une tête de rat, provenant du palais d'Été de l'empereur Qianlong à Pékin.

ORFÈVRERIE ET ARTS PRÉCIEUX

Parmi les objets les plus exceptionnels, figure une collection remarquable d'orfèvrerie de Hanovre composée de coupes, de pokals¹, de fontaines et de hanaps² en argent et argent doré, abritée dans un petit salon conçu comme un écrin. Une seconde collection, consacrée aux émaux de la Renaissance vénitienne, y est exposée. Plus rare encore que celle de Limoges, elle témoigne du goût de Pierre Bergé pour les objets d'une grande technicité et d'une symbolique dense.

UN INTÉRIEUR TOTAL, À LA CROISÉE DES SIÈCLES

Le 5 rue Bonaparte ne saurait être qualifié de simple résidence : il s'agit d'un intérieur total, selon la tradition des grandes demeures d'humanistes et de collectionneurs. Lieu de retraite autant que d'exposition, il juxtapose les langages de l'histoire de l'art, les dialogues formels entre les siècles, et affirme une vision cohérente du goût, ancrée dans le classicisme français, mais ouverte aux expérimentations modernes.

1. Pokals : grands gobelets couverts, caractéristiques de l'orfèvrerie d'Allemagne et d'Europe centrale.

2. Hanaps : vases à boire souvent munis d'un couvercle, utilisés du Moyen Âge à la Renaissance.





Pierre Bergé, 5 rue Bonaparte © Éric Jansen

Cour carrée

Jean-luce Huré, Guy Marineau, Jacques Dubussy, François-Marie Banier figurent parmi les photographes qui captent à la fois l'image des défilés haute couture et ceux du prêt-à-porter.

Toute la semaine de la mode s'organise dans la Cour carrée du Louvre. Un calendrier avec des dates précises est fourni à tous les journalistes de mode afin ne rater aucun défilé.

Le Louvre inspire également certaines campagnes de photographies pour SAINT LAURENT *rive gauche* à l'instar du shooting réalisé par Mario Sorrenti en 1998.



Le Palais Royal

Le Palais Royal sera le théâtre de plusieurs shootings pour les catalogues de campagne SAINT LAURENT *rive gauche*

Si l'image du prêt-à-porter Saint Laurent se construit par le biais des magazines, elle passe également, à partir de 1979 et jusqu'en 1997, par un objet fabriqué par la maison de couture à destination de ses boutiques : le catalogue de campagne. Composé d'une dizaine de pages, ce fascicule fait la promotion des modèles les plus remarquables lors de la présentation des collections. Pour sa réalisation, la maison, aidée par l'agence MAFIA (Maïmé Arnodin Fayolle International Associés), passe commande d'une séance de prises de vues qui doit sublimer les textiles et susciter le désir d'une clientèle internationale. François Lamy, Helmut Newton, David Seidner, Gian Paolo Barbieri, Arthur Elgort et Mario Testino se prêtent à l'exercice. Pendant près de vingt ans, ces photographes utilisent la quinzaine de pleines pages qui leur

est dévolue pour développer leurs univers, proposant tantôt une recherche formelle dans la présentation du vêtement, tantôt une mise en scène onirique. Des couleurs vives des années 1980 à l'esthétique plus froide de la fin des années 1990, ces clichés sont le reflet des évolutions de la photographie de mode et du goût d'une époque. Accompagnées dans les rabats des couvertures d'une mosaïque de photographies prises lors du défilé, elles sortent parfois du catalogue pour paraître en tant que publicités autonomes dans la presse de mode.

Dans le jardin et la colonnade du Palais Royal viennent photographier Gian Paolo Barbieri pour la collection SAINT LAURENT *rive gauche* automne-hiver 1986, Arthur Elgort pour la collection SAINT LAURENT *rive gauche* automne-hiver 1989 ou encore Martin Brading pour la collection SAINT LAURENT *rive gauche* Hommes automne-hiver 1990.



Violeta Sanchez dans le catalogue de campagne SAINT LAURENT *rive gauche* collection automne-hiver 1986 © Gian Paolo Barbieri, courtesy of Fondazione Gian Paolo Barbieri ETS

Musée YVES SAINT LAURENT Paris