

nettes de soleil rivées sur le nez qu'il fait encore nuit, il s'impatiente. ans que je ne suis pas retourné à on voir mes potes. J'irai aussi voir be de ma mère et visiter un dépôt gier», lâche-t-il dans un étrange e, la lèvre supérieure ourlée sur des d'un blanc flamboyant.

taquer l'Europe» en étant basé tats-Unis voilà sa dernière straté- garde un souvenir amer de l'en- se en France. En 1995, après vingt ans le jean et un dépôt de bilan, sier n'épargne qu'une table et chaises. «Les clients ne payaient L'Urssaf ne m'a laissé aucun répit.



avais: j'avais déjà de belles bagno- belles femmes – parfois celles des – et les plus belles fêtes.» Philo- , il balaie les regrets de la main: n'est prophète en son pays». C'est outre-Atlantique que ce styliste ce aura sa revanche.

## CHAQUE JOUR, ON ENVOIE PAQUETS AUX STARS»

01, il est directeur artistique de Von , une marque connue pour custo- des motos. Affairé sur sa première tion textile dans sa boutique de ise Avenue, à Los Angeles, il sort, par des paparazzis qui traquent y Spears. Il propose alors à la star sser chercher des vêtements au in. Peu après, la chanteuse quitte ncé Justin Timberlake et fait la une agazines people... portant une ette bariolée de la marque repré- t un oeil ailé. Le lendemain, la foule ise devant la boutique!

### UN HOMME PRESSÉ

L'ancien chef de bande, qui n'était pas revenu à Avignon depuis cinq ans, s'est recueilli sur la tombe de sa mère (3). Entouré de ses amis d'enfance, «les Vifs», qui l'accompagnent dans le business (2), il a retrouvé la torera Marie Sara (1).

**«J'avais pas de fric pour me payer des pubs, alors, j'ai inventé le marketing sauvage»**

«J'avais pas de fric pour me payer des pubs, alors, j'ai inventé le marketing sauvage», pour populariser Von Dutch, puis Ed Hardy, Smet (la marque de son ami Johnny Hallyday) et Audigier. Joignant le geste à la parole, il montre les magazines qu'il vient d'acheter: «Regarde: dans *Voici*, K 2000 [David Hasselhoff, NDLR] porte la veste camouflage Ed Hardy. Et là, dans *Gala*, Sharon Stone et son enfant sont total look Ed Hardy. Là, Madonna a un pantalon Ed Hardy et un T-Shirt Smet. Tout ça, c'est de la pub gratuite. À 25000 euros la page de pub, c'est bon, non? Je ne paie rien, j'emploie juste des gens qui envoient des paquets toute la journée. La promotion est plus importante que le design.» Une idée qu'il envisage d'enseigner aux élèves de sa future école de mode.

Ne serait-il pas un brin mégalo? «Bien sûr, c'est comme ça que j'ai monté mon business!» Il est comme ça Audigier, mégalo par utilité. Ce chef de bande d'Avignon n'a pas tellement changé. Entouré

de ses «poteaux», il revendique une excellente productivité car, «avec les potes, on s'amuse en travaillant et, quand on s'amuse, on parle boulot!» Entre eux, ils s'appellent les «Vifs». «On nous a toujours surnommés comme ça, explique-t-il en exhibant un tatouage «VIF» sur son pouce droit. Ça veut aussi dire... Very Important French!»

### CRYSTAL, SA FILLE, VIENT DE LANCER SA GRIFFE

Claude, Harry (ex-secrétaire particulier de Van Damme), Manu, un ancien pizzaiolo d'origine sicilienne, sont donc des Vifs. Tout comme Angélique, la fille des patrons de son café fétiche, le bar de l'Horloge, devenue directrice artistique de l'empire. Ou Dominique, un copain d'enfance, qui, muni d'un sac Vuitton customisé des logos Von Dutch et Audigier, lui porte son téléphone, ses gouttes et l'appelle «mon roi!». À Los Angeles, son neveu, ancien maître-chien à Carrefour, est même devenu vice-président de la marque Audigier. Fidèle en amitié, il jure que «ces poteaux [il] ont planté dans le sol et [il] aident à avancer»... Pour lui, la sape est un art de vivre qu'il a transmis à sa fille. Crystal, 16 ans, vient de lancer sa propre griffe, Crystal Rock, qui génère un chiffre d'affaires de 5 millions de dollars... dès sa première année. ■

(\*) *Mon American Dream*, avec Gilles Lhote, éditions Michel Lafon.