



Evan Sharma : le créateur âgé de 15 ans s'attaque au monde du streetwear

Robyn Turk | vendredi 8 mars 2019

PEOPLE

INTERVIEW

À seulement 15 ans, Evan Sharma, de l'Ontario, a été qualifié à juste titre de "prodige" pour sa contribution à la communauté artistique malgré son jeune âge. Après avoir vendu de nombreux tableaux à l'échelle internationale pour plus de 20 000 dollars, le jeune créateur entre dans l'industrie de la mode pour lancer le label de streetwear RBLB (Right Brain Left Brain).



Evan a récemment présenté la première collection de sa marque, pour le printemps 2019, lors du NYFW. Il a été sélectionné parmi 99 autres pour participer aux Fashion Future Stars de la Parsons School of Design. L'université a renoncé à la limite d'âge de 19 ans et plus pour l'admission à

l'événement pour permettre à Evan d'y participer.

Fashion Future Stars était une expérience en parallèle de la NYFW qui a permis d'offrir aux designers en herbe un camp d'entraînement pratique et éducatif sur la mode. L'événement de quatre jours a été organisé par la Parsons School of Design en partenariat avec Yellowbrick. Entre les masterclasses avec des personnalités de l'industrie telles que Launchmetrics et les retours d'experts, Evan et ses collègues participants ont été plongés dans la routine de la NYFW tout en apprenant des outils utiles au lancement d'une marque de mode.

"C'était une expérience incroyable pour moi d'être dans le même domaine que ces designers géniaux et de pouvoir vivre la semaine de la mode grâce au programme Parsons et Yellowbrick qu'ils avaient rejoint ", raconte Evan à FashionUnited.



Les inspirations d'Evan donnent naissance à une marque complète.

"Je m'inspire de la mode dans l'art et vice versa, de l'art dans la mode ", dit Evan. "Je pense vraiment que les deux mondes sont très similaires en ce moment, donc bien que je fasse les deux[art et mode], je dirais que les deux font aussi partie de l'autre."

Les inspirations derrière la collection Printemps 2019, le processus de création et le produit final se font aussi bien dans la partie droite du cerveau que dans la partie gauche du cerveau.



"Pour le processus de création, je passe en revue quelques inspirations que j'ai du côté de l'art, de différents artistes ou musiciens. Et sur le plan analytique, je rassemble des éléments de conception technique inspirés de la science, par exemple l'ingénierie de la NASA."

La première collection de la marque s'inspire également du design de certaines parties du cerveau pour revenir au concept original de RBLB. "Ça va être technique mais aussi très artistique", a dit Evan. "Presque représentatif de la culture de l'art mélangé à une partie beaucoup plus analytique."

La collection finale, qui sera probablement lancée en mai, comprendra des t-shirts, des hoodies et des pantalons. Tandis que les prix ne sont pas encore fixés, Evan prévoit qu'un hoodie se vendra entre 400 à 500 dollars.



"Je veux être à un carrefour entre le secteur du luxe et celui du streetwear", explique Evan. "Le fait que la plate-forme ait déjà été là, grâce à des designers comme Virgil Abloh qui ont commencé à combler cette lacune, donne un nouveau terrain d'action à la marque."

"C'est une période cruciale pour le streetwear, car le monde de la haute couture et celui du streetwear ne font qu'un, et beaucoup de maisons de luxe prennent des éléments de la culture streetwear dans leurs nouvelles collections."

En plus de la vente au détail par l'entremise de Shopify, RBLB s'associera avec le détaillant de streetwear canadien CNTRBND pour la création d'un pop up store et envisage également de lancer un pop up store à New York.

Cet article a été traduit et édité en français par Sharon Camara.

Photos: courtoisie de RBLB