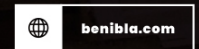




# Sur les traces de Benibla

TEXTE Mélodie Raymond @melow\_shoesup



**« Benibla is not a brand, this is a secret club » : tel est le leitmotiv des fondateurs de Benibla. Kevin Benosa (Vinké) et Aimery Gonzalez (Goons) ont déjà bien roulé leurs bosses ces dix dernières années. Rares d'ailleurs sont les acteurs de la culture urbaine que nous avons rencontrés, au fil des numéros, qui n'avaient pas un lien étroit avec cette marque de l'ombre toujours subtilement mise en lumière. Tantôt glissée dans des clips ou à même le béton d'un trottoir, cette paire de ciseaux ailée s'est propulsée comme une véritable référence pour les amateurs de streetwear français et de rap francophone.**



À sa création en 2008, Benibla sait doré et déjà qu'elle ne fera certainement rien comme les autres. Issu d'une famille dont certains membres sont en rapport avec la couture, Vinké s'intéresse rapidement à la discipline. Dès ses années collège, il mixe ses vêtements. Il découpe les manches d'un pull, les assemble sur une autre pièce avec l'idée de ne jamais avoir les mêmes vêtements que les autres. « Quand tu es au lycée, que tu commences à te saper et que tu as une machine à coudre, tu te rends compte que tu peux vraiment avoir des vêtements différents. C'est un sentiment de liberté. » Avant même de déposer la marque, il réfléchit déjà en 2007 à un concept audacieux de marque en pièces détachées où chacun pourrait personnaliser ses pièces. Plus tard, il s'installe dans le garage de son père vers Drancy où naîtront les premières pièces de la marque.

La première collection de Benibla est full color, elle compte plusieurs prints de super héros « l'époque des fluo kids » se souvient Vinké. Au bout de quatre ans, il s'associe à Goons dont le parcours est aussi peu conventionnel. Ancien vendeur eBay de vêtements en drop shipping, ce dernier voit sa carrière se briser net après avoir vendu, à l'insu de son plein gré de la contrefaçon. Son état d'esprit et sa vision anti-conformiste matche parfaitement avec l'univers du premier fondateur. « On a tendance à dire qu'il n'y a pas vraiment de marketing chez Benibla, c'est à dire que ce n'est pas le marketing qui commande l'artistique. » Une valeur qui leur est chère tandis que d'autres voient dans leur démarche une stratégie commerciale que l'on pourrait qualifier comme de « l'anti-marketing ».

C'est finalement de cette approche que naît l'idée des pochoirs au sol. Alors que certaines enseignes les boycottent à l'époque, ils décident de prendre le contre-pied et de guider la clientèle d'un grand magasin parisien, à l'aide de pochoirs, vers un pop-up niché dans l'arrière d'une boutique d'alcool. En fin de compte, le concept signature des ciseaux sur le bitume perdure. Benibla s'installe au gré des saisons dans des lieux dits secrets, aux quatre coins de la France. La voilà l'histoire de Benibla : toujours transformer ses faiblesses en forces. Affichages sauvages, stickers distribués et collés dans chaque recoin : se revendiquer de la rue, c'est aussi savoir y rester.

Depuis juin 2017, la marque a par ailleurs un véritable QG parisien : la TRAPHOUSE. Une maison de 110m<sup>2</sup> dissimulée dans les rues du 18<sup>ème</sup> arrondissement. La règle du jeu ? Partez du métro Barbès et suivez les ciseaux. Trois étages qui illustrent à merveille l'état d'esprit Benibla. Véritable lieu de rencontres dans lequel certains membres de l'équipe vivent, la maison compte aussi bien leur studio de création que des événements. Vous pourriez d'ailleurs



aussi bien partager une bière avec la team qu'assister à un DJ set, croiser un tatoueur ou un cuisinier aux fourneaux. Une bâtisse qui a vu défilé depuis de nombreuses années multiples histoires. Invités dans leur humble demeure, c'est au cœur de cette ambiance chill et chaleureuse qu'ils nous ont raconté leur histoire.

Souvent inspirée d'une esthétique 90's, de la pop culture ou encore des temps forts des mouvements hip-hop qui ont traversé les décennies, Benibla se renouvelle à chaque collection avec une puissante volonté d'authenticité. Nombreuses sont d'ailleurs les références qui parlent à toutes les générations. Récemment, la marque s'associe au célèbre artiste graffeur, tatoueur et illustrateur FUZI UV TPK le temps d'une collection capsule intitulée « Ignorant People ». À cette occasion, l'artiste fait le déplacement de Los Angeles pour résider deux jours à la maison Benibla. Fuzi a même laissé sa patte en tatouant le créateur de la marque dans une laverie. Autre référence marquante longtemps présente dans l'univers Benibla : les patches. « À l'époque dans mon collège, tout le monde portait des bombers Schott de toutes les couleurs. C'était super côté, à tel point que t'avais la possibilité d'en choper au marché pour wallouh. Evidemment, c'était des contrefaçons, on y lisait Scoot à la place de Schott. Il n'y avait qu'à récupérer un vrai patch et ton faux se transformait instantanément en vrai ! » se rappelle Vinké.



Le détournement des logos est aussi l'une des autres grandes spécialités de la maison. Logos Mastercard, BMW, Intel : rien n'est épargné. Toujours avec leur nostalgie nineties, ils dévoilent par exemple en 2014 la collection FILA / FAIL. « Je me rends compte que ce revival FILA, Ellesse et tout, c'est aussi grâce aux petites marques comme nous qui ont fait beaucoup de détournements et qui les ont remis au goût du jour. Ils sont revenus plus forts en misant sur les bonnes collaborations comme avec un Gosha Rubchinskiy par exemple. Aujourd'hui, ils cartonnent. » Si FILA va jusqu'à liker la collection, le Salade Tomate Oignon version logo The North Face n'a quant à lui pas vraiment fait rire la marque. En 2015 encore, soit deux ans avant le buzz autour des collaborations adidas x Dragon Ball Z, Benibla fait du bruit en s'associant à l'artiste Yanek PICTURES. Proche de la marque, il imagine et crée une collection de Jordan à l'effigie des méchants du manga culte. (Une Jordan 11 Freezer, une Jordan 7 Cell ainsi qu'une Jordan 13.) En associant leurs forces, ils créent une collection capsule qui fera trembler les bureaux de la Toei.

Côté production, si une grande partie est faite depuis plusieurs années au Portugal, Benibla tend désormais à aller puiser aux quatre coins du monde en fonction des matières et des savoir-faire. Les pays du Maghreb ont par exemple une plus grande maîtrise du jean. Parfois, des accessoires sont également produits à Paris. Les durags, gros succès de leur dernière collection, pourraient par exemple presque se targuer d'une mention *Made in Barbès*. « À la base, selon des historiens, ce serait un accessoire qui remonte au 19<sup>e</sup> siècle dont se servaient les esclaves pour se lier les cheveux et se protéger du soleil lors de leurs travaux dans les champs. Dans les années 30, le durag serait devenu un accessoire pour conserver sa coiffure. C'est seulement dans les années 60/70 et ce jusque dans les années 2000 que le durag est devenu un

véritable accessoire de mode » En le remettant au goût du jour, Benibla mise sur le fait que l'accessoire puisse faire son grand retour et voit juste. C'est aussi en s'inspirant de rappeurs comme Squidji, Jorrdée ou encore Captain Roshi que le durag de la marque voit le jour.

En effet, les liens entre la marque et les artistes hip-hop ne datent pas d'hier. Lorsqu'on leur demande comment ils en sont arrivés à rencontrer une grande partie des plus grands rappeurs français, Vinké nous explique qu'il « connaissait un grand de son quartier nommé Kamel, le gars typique qui te met des balayettes. Il connaissait L'Indis, qui était aussi prof de Français à Bobigny et ça a commencé comme ça » Il rencontre ensuite Nakk, Swift Guad. C'est aussi à la même période qu'il rencontre Goons, lui aussi passionné de musique « Je me souviens, il m'avait montré le clip d'ASAP Rocky ft ASAP Ferg « Get High », il avait à peine 20 000 vues ». Au même moment, l'un des plus gros tremplins de la scène hip-hop actuelle s'installe : les Rap Contenders. « On nous a fait rentrer pendant une session car notre beuh avait la meilleure odeur » s'amuse Goons. C'est comme ça qu'ils se connectent avec les plus grosses têtes de l'école : Nekfeu, Alpha Wann, Deen Burbigo, Dinos, Taipan et bien d'autres. Viennent ensuite les liens avec Alkpote comme en témoigne la vidéo de campagne « BNB TV : Benibla, Traffic Illégal » petite pépite old-school diffusée sur YouTube il y a cinq ans où l'on retrouve Serge Gainzbeur en bon présentateur de JT. Des anecdotes, Vinké et Goons en ont à la pelle. Comme le clip de *Meilleur lendemain* dans lequel on retrouve Alkpote en feat avec VALD, tourné dans la maison des grands-parents du créateur. « Alk avec la mère de Julius dans le lit de mes arrière-grands-parents, c'était quand même fantastique. Il y a aussi la fois où Alk s'est fait rapporter de la weed par un mec pendant qu'il organisait un casting. Le mec était fan et est venu de Suisse exprès. Pire, il



a ensuite fait 8h de route pour le ramener à Paris avant de repartir dans sa campagne. » Et puisque certaines histoires à se tordre de rire sont préférables à passer sous silence dans ce papier, notre meilleur conseil serait de vous joindre à eux et de ne pas hésiter à entrer dans le club.

Aujourd'hui la marque française trace son chemin et voit petit à petit son avenir se dessiner à l'international. Depuis 2014, elle organise des pop-up stores et réalise ses lookbooks un peu partout dans le monde. De Londres à Séoul en passant par Berlin, Stockholm, Genève et New-York, elle dévoilera bientôt celui de Los Angeles. Si Benibla donne si peu d'interviews, ce n'est pas seulement pour entretenir le mystère qui règne autour de la marque mais plutôt de la simple pudeur. Une chose est sûre : dans leurs choix de collaborations et connexions en tout genre, le feeling est de mise. C'est peut-être pour cela que Benibla perdure depuis dix ans et c'est en ne cherchant pas l'approbation du plus grand nombre qu'elle reste considérée comme incontournable.

