



Maillot de bain
deux pièces Miami
Été 2005
© ERES

ERES

LA RÉVOLUTION DU MAILLOT DE BAIN A UN DEMI-SIÈCLE

SI LA MAISON EST AUJOURD'HUI TOUT AUSSI CONNUE
POUR SA LINGERIE, C'EST BIEN LE MAILLOT DE BAIN
QUI A ÉTÉ L'AMORCE D'UNE HISTOIRE ÉTONNANTE,
DANS LE BROUHAHA DE MAI-68...

*Eres: The bathing suit revolution - half a century later
If this name is equally well known today for its lingerie, it was the bathing suit that was at the beginning
of an astounding story, born with the upheaval of May 1968 in Paris...*

ERES

Irène Leroux, une pionnière

La maison a fait sienne une formule choc : non pas le «culte du corps», si prisé par les hédonistes, mais «l'art du corps». Il tient à la qualité des coupes et au choix des étoffes mais aussi à une philosophie qui défend une féminité moderne. Cette année 2018 n'est pas comme les autres : Eres fête son premier demi-siècle. Lorsqu'elle porte la société sur les fonts baptismaux en 1968, Irène Leroux ne fait que reprendre la boutique de ses parents. Mais en y introduisant une petite révolution : elle y vendra des maillots de bain en permanence et pas seulement à la belle saison.

Irène Leroux, a pioneer

This fashion house made a shock slogan its own: not the "cult of the body", so repeated by hedonists, but rather the "art of the body". Its success is due to the quality of its cuts and the choice of fabrics, but also to a philosophy defending a modern femininity. This year, 2018, is not just another year: Eres celebrates its first half century. When she baptized her company in 1968, Irène Leroux had simply taken over the boutique of her parents. But she also introduced a little revolution: she decided to sell swimwear throughout the year, and not just during the summer season.



Maillot de bain
une pièce Playa

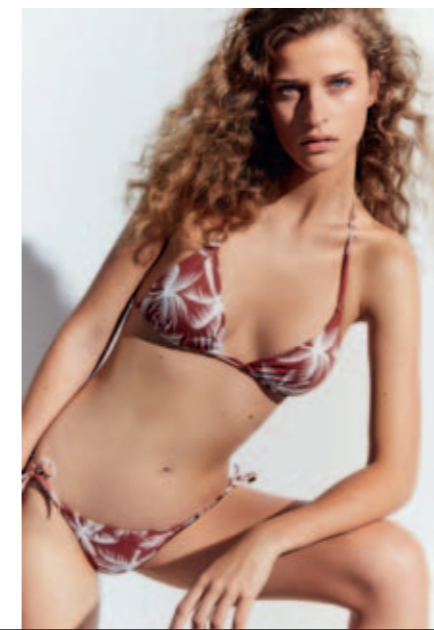
© ERES

Intuition brésilienne

La légende dit que l'intuition lui est venue après avoir servi une cliente brésilienne qui exigea une panoplie pour toute l'année. L'époque était au développement du tourisme (le Club Med était tout jeune!), aux vacances plus longues (les semaines de congés payés augmentaient), mais aussi à une audace accrue dans l'apparence physique. La femme (et l'homme, aussi!) de la fin des Sixties assume son corps, le soigne, le bronze et ne dédaigne pas le montrer. Le maillot de bain n'est plus un accessoire secondaire et standardisé, il devient une marque d'élégance, de personnalité.

Brazilian Intuition

Legend has it that this idea came after having served a Brazilian client who ordered a panoply of swimwear for the entire year. It was a period of intense touristic development (Club Med had just begun!), of longer vacations (the number of paid holidays increased), but also of keen attention to personal appearance. At the end of the 1960's, women (and men too!) assumed their bodies, pampering themselves, basking in the sun, with no fears of exposing their bodies. The bathing suit was no longer a secondary and standardized accessory. It became a mark of elegance and affirmation of personality.





Maillot de bain
une pièce Sirène
coloris Laqu.

© ERES



Le secret d'un nom

Curieusement, Irène Leroux, qui vient de finir ses études de lettres à la Sorbonne, est en phase avec une autre révolution, celle de Mai-68, puisque la boutique qu'elle renouvelle de fond en comble place de la Madeleine est inaugurée au début du mois – soit quelques jours seulement avant l'érection des barricades! La société a conservé jusqu'à nos jours le même nom, qui conserve pour la plupart des clients une touche de mystère avec sa sonorité un peu mythologique, un peu exotique: Erès correspond simplement à R.S., les initiales de l'ancien propriétaire...

The secret behind its name

Strangely, Irène Leroux, fresh out of her university studies at the Sorbonne, was in complete synchronization with another revolution, that of May 1968 in France. The boutique at the Place de la Madeleine, which she renovated from cellar to rafters, was inaugurated at the beginning of the month, just several days before the hostilities began! The company has retained the same name since that period, a name that for the majority of its clients has a touch of mystery with a lilting, somewhat mythical and exotic touch. The name Erès derives simply from RS, the initials of its former owner.

ERÈS

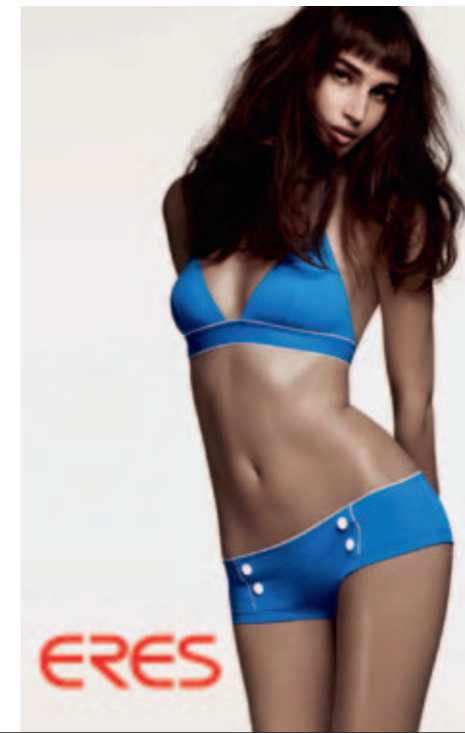


Maillot de bain deux
pièces Surligné
coloris Graphite

© ERES

Offrir des maillots tout au long de l'année implique la capacité de créer des lignes nouvelles, modernes, alléchantes, aussi bien pour occuper les piscines en hiver que pour se montrer sur la plage en été... Irène Leroux s'éloigne de la mode dictée par les traditions du XIX^e siècle avec ses baleines et ses armatures: le maillot de bain devient quasiment une seconde peau, un vêtement certes minimal mais plus naturel, qui épouse les formes au lieu de les cacher. Irène Leroux, dans cette démarche pionnière, a un autre coup de génie: elle propose l'achat séparé du haut et du bas. Les clientes ont toute latitude pour composer, imaginer, assembler.

Adieu gaines et baleines



ERES

Goodbye stays and corsets

Selling bathing suits all during the year implies being able to create new, modern, and appealing collections suited as much for swimming pools in winter as for strutting on the beach in summer. Irène Leroux moved away from the styles dictated by the traditions of the 19th Century with stays and corseted waists: the swimsuit became nearly a second skin, a minimal but natural garment that marries one's curves rather than hiding them. Irène Leroux, in her role as a pioneer, had another stroke of genius: she decided to sell the top and the bottom separately, giving clients the latitude to compose, imagine and assemble at will.

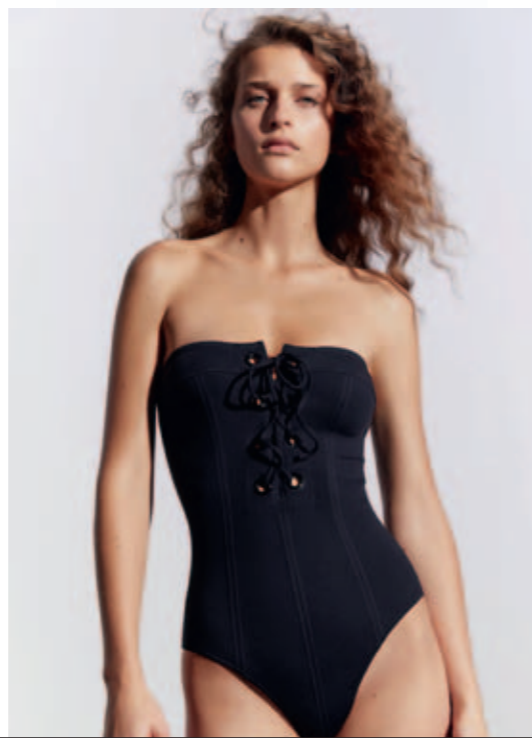
Au fil des années, Eres multiplie les innovations. Dans les coupes (comme ces décolletés généreux en V) et les couleurs (conçues en interne, et renouvelées à chaque collection) mais aussi dans les matériaux. Dès 1968, elle fait le choix du Lycra, une fibre synthétique révolutionnaire développée par DuPont – et aussi connue sous le nom d'élasthanne. Suivront le Parachute (80% de polyamide, 20% d'élasthanne), qui a la vertu de sécher de manière quasi instantanée – idéal pour l'arrière-saison! – et Peau Douce, qui offre, comme son nom l'indique, un confort unique au contact de l'épiderme.

Parachute et Peau Douce

Parachute and "Peau Douce"

Year after year, Eres continued to innovate. For the cuts (such as the deep-cut V neckline) and colors (conceived in house and renewed for each collection) but also for fabrics. As early as 1968, she used Lycra, a revolutionary synthetic fiber developed by DuPont – also known as spandex. Then came Parachute fabric (80% polyamide, 20% spandex), its strong point being to dry nearly instantly – ideal for the off-season! – and "peau douce" (soft skin), which offers, as the name implies, a unique comfort and feel against one's skin.

Maillot de bain
une pièce Niko
coloris Charbon
© ERES



Maillot de bain
une pièce Surligné
coloris Graphite
© ERES



En 1996, la marque est rachetée par Chanel mais Irène Leroux reste encore pendant une décennie au timon de la société qu'elle a si bien développée. Cela lui permet notamment de concrétiser un désir ancien: la création, en 1998, d'une ligne de lingerie. Son soutien-gorge triangle devient emblématique et de nouvelles avancées techniques s'incarnent dans le Tulle ou le Jersey Lumière, d'une extrême légèreté. Avant tout le monde, Eres joue sur les coloris peau, anticipant la mode du «nude». Elle intègre aussi à ses modèles des accessoires qui deviennent autant de marqueurs: fronces, laçages, œillets, nœuds et drapés.

Nouvel élan avec Chanel

New momentum with Chanel

In 1996, the trademark was bought by Chanel, but Irène Leroux remained for a decade at the helm of the company she had developed so well. This would, in fact, allow her to realize a long-nurtured desire: the creation in 1998 of a line of lingerie. Her "triangle" bra would become emblematic, as well as the extreme lightness of tulle and Jersey Lumière, thanks to new technical advances. Before anyone else, Eres was creating lingerie in skin tones, ahead of the trend to "nude". Eres also introduced in its creations accessories that would become markers, gathers, laces, eyelet, bows, and draping.



Marie-Paule Minchelli,
directrice du
studio d'Eres
© ERES

En 2007, elle cède la place à Valérie Delafosse, venue de Princesse Tam-Tam. C'est aujourd'hui la Rochelaise Marie-Paule Minchelli qui préside aux destinées du studio de création. Diplômée de l'école phare de la mode, Esmod, à Paris, elle est passée chez Chantal Thomass et Princesse Tam-Tam, avant d'arriver chez Eres en 2008. Elle s'attache à renouveler le lien toujours fort de la maison avec la création contemporaine, en conservant ses deux volets – Homewear et Beachwear – et en appliquant une devise qui n'est simple qu'à première vue : «sublimier le corps sans tricher».

Passage de témoin

Passage of power

In 2007, Irène Leroux ceded her position to Valérie Delafosse, formerly with Princess Tam-Tam. Today, Marie-Paule Minchelli presides over the creation studio. A graduate of Esmod, a leading fashion school in Paris, she worked for Chantal Thomass and Princesse Tam-Tam before arriving at Eres in 2008. She aims to renew this trademark's link, still strong, with contemporary creation, retaining the two key elements – Homewear and Beachwear – and applying a motto that is only simple at first sight: "flatter the body without cheating".

Boutique Eres
40 avenue Montaigne,
Paris 8^e.
© ERES



Eres ne fait pas ses cinquante ans: la maison semble plus jeune que jamais. Ses créations ont été immortalisées par les plus grands photographes, de Karl Lagerfeld à Terry Richardson et Viviane Sassen. Et ses boutiques couvrent la planète: encore et toujours à Paris (avec neuf adresses différentes), mais aussi en province, de Bordeaux à Nice. Avec un maillage particulièrement impressionnant à l'étranger, d'Amsterdam à Capri, d'Anvers à Kiev, d'Athènes à Moscou, de Bodrum à Palm Beach, de San Francisco à Saint-Barth. On attend un deuxième demi-siècle aussi créatif que le premier!

Toujours jeune

Forever young

Eres doesn't appear to be fifty years old: the trademark seems younger than ever. Its creations have been immortalized by the greatest photographers, from Karl Lagerfeld to Terry Richardson and Viviane Sassen. And its boutiques dot the planet: still and forever in Paris (with nine different addresses), but also outside of the capital from Bordeaux to Nice. And with a particularly impressive network abroad, Amsterdam to Capri, Antwerp to Kiev, Athens to Moscow, from Bodrum to Palm Beach, San Francisco to Saint-Barts. The second half century will certainly be as creative as the first!

ERES

ERES

