



RIEN QUE DU RALPH

Ancien conseiller à Matignon, Séverin Naudet ne possède que des vêtements Ralph Lauren dans son dressing. Il est même convaincu que le créateur américain ferait un excellent président.

Texte **Pierre Groppe** Photographie **Géraldine Richard**

Certains collectionnent des œuvres d'art, d'autres des vêtements. Lorsque j'ai entendu parler d'un Parisien ayant accumulé des milliers de pièces Ralph Lauren, c'est la curiosité qui l'a emporté. Séverin Naudet, ex-conseiller au numérique à Matignon pendant cinq ans (époque François Fillon), habite au cinquième étage d'un bel immeuble haussmannien. Un grand brun de 50 ans aux allures d'éternel jeune homme m'accueille. Depuis qu'il a quitté la rue de Varenne, il a monté une société de marketing digital et s'intéresse aujourd'hui au luxe et au bien-être.

Devant moi, il déballe une partie de sa garde-robe et ce que l'on m'avait raconté n'est pas une légende : des dizaines de paires de baskets, des vestes de smoking et des souliers en velours, des pantalons et des chemises, des blousons, mais aussi des mugs, des livres, des cousins... Même dans la chambre, la parure de lit est griffée du designer américain, tandis que le service de table Burleigh attend, protégé dans son sac Carrefour,

de rejoindre la maison de Bretagne où sont stockées les pièces à l'esprit « plus voilier ». Restent les maillots de bain couleur sorbet, empilés sur les accoudoirs dodus d'un fauteuil club. « Il y a une vingtaine d'années, j'ai donné tous mes autres vêtements à une association. Depuis, je ne m'habille qu'en Ralph Lauren », explique-t-il, pieds nus, vêtu d'un jean et d'une chemise Polo, à côté d'une veste Denim & Supply, un label disparu que traquent les aficionados du monde entier. C'est le propre de sa collection : plus qu'un simple dressing, une manière de vivre qui épouse toutes les facettes de la marque américaine née en 1967, du cool preppy au chic sophistiqué à la Gatsby, en passant par l'imagerie « voile et bateaux », une autre passion de Séverin Naudet.

Mais comment tombe-t-on amoureux d'une marque, jusqu'à la vivre à 360 degrés ? « Adolescent, j'étais complexe. J'avais les jambes arquées, j'étais mal dans ma peau », explique-t-il. Pousser la porte d'une boutique RRL va alors

tout changer : « J'ai essayé un jean "Low Straight" et ça a été magique, il était parfaitement coupé, élégant, racé. Je me trouvais presque sexy. J'avais les jambes droites et un joli cul », dit-il en s'amusant.

Son rapport à la marque américaine en dit long sur cette formule magique que les enseignes du monde entier cherchent à appliquer, parfois sans succès : le narratif et l'attachement sentimental. « Polo a été un remède contre une certaine mélancolie d'une enfance morose. Ralph Lauren m'a communiqué cette joie où les jaunes, les roses, les bleus ciel, les rayures, les madras racontent l'été, les embruns, la voile », explique celui qui, au gré de ses voyages, a amassé plusieurs milliers de pièces.

À l'heure des achats en ligne, il n'adore rien tant qu'aller en boutique. Parce qu'y entrer, c'est pénétrer « dans la maison de famille que je n'avais jamais eue. Un *flagship* Ralph Lauren, c'est une maison de campagne, la promesse d'un week-end à Long Island, d'un hôtel parisien pour un Noël parfait, d'un appartement new-yorkais avec vue sur Central Park ». Ralph Lauren s'est donc invité dans son carnet de voyages d'entre-



preneur. À Manhattan, la boutique de Broadway est un passage obligé. Il connaît, bien sûr, celles de Londres et de Los Angeles, mais aussi Manda, le revendeur de vintage bruxellois. Mais sa boutique préférée reste bien celle de l'hôtel particulier du boulevard Saint-Germain, à Paris – avec son restaurant Ralph's, où il célèbre Noël tous les ans.

Mythologies apaisantes

On le dit « maniaque », mais lui se définit comme « soigneux », n'hésitant pas à rapiécer ses vêtements, quitte à sourcer les tissus d'origine ou à les rapporter pour faire réparer des attaches en cuir tressé. Passionné d'histoire, ce drôle de personnage s'est forgé une théorie à la croisée de l'esthétique et de la politique qui va bien au-delà de la marque et du produit. « Ralph Lauren est un génie du marketing et sa publicité n'est jamais de la publicité. Il travaille comme un réalisateur, il raconte une histoire. Il suffit d'une image, même sans produit. Il a inventé une famille à laquelle on rêve tous d'appartenir, en choisissant par exemple sa femme Ricky comme

égérie : leur mariage dure depuis soixante ans ! », insiste l'ancien conseiller. Et à l'heure où le monde s'interroge, voire s'angoisse, Ralph Lauren et ses mythologies se tiennent là, tranquilles et apaisantes : « Dans un quotidien saturé d'écrans, d'images et désormais d'intelligence artificielle, Ralph Lauren continue de proposer un monde profondément réel, tactile, habité. » La preuve ? Dans un monde de la mode parfois teinté de morosité, le chiffre d'affaires 2025 de la maison au cavalier affichait une hausse de 15 %, dépassant pour la première fois les huit milliards de dollars. Et au premier trimestre 2026, la croissance était déjà de 14 %.

Il cite de mémoire Tocqueville, et cette Amérique décrite en 1840 comme une « région livrée aux rêves de l'imagination, et que l'on devait abandonner aux libres essais des novateurs ». Ralph Lauren devient ainsi la marque au-dessus de la mêlée, qui métabolise « les

1. Séverin Naudet. 2. Une partie de sa collection de sneakers et de souliers. 3. Quelques tee-shirts RRL. 4. Casquette et gants Polo. 5. Livres et accessoires. 6. Pulls et chemises Polo.

très belles qualités des États-Unis, de Tocqueville à aujourd'hui. Incarnation ultime de l'*american dream*, Ralph Lauren, 86 ans, ferait-il un bon président ? Séverin Naudet, expert des coulisses du pouvoir, sourit : « Il possède au moins trois grandes qualités pour faire un bon président : il comprend l'époque, il rassemble très largement et il fait rêver. Le reste appartient au mystère de la démocratie. Et l'Amérique est une grande démocratie. »

Si le self-made man new-yorkais cherchait encore son plus grand fan français, aucun doute sur le fait que *Vanity Fair* l'a trouvé. Juste avant de se quitter, Séverin Naudet me confie qu'il vient d'acheter, comme tous les ans à la même époque, ses deux paires de jeans Heritage Straight et qu'il a déjà repéré une veste en cuir et peau lainée. Elle est « certes un peu chère », mais tellement idéale lorsque les températures auront baissé...□