

Document 2 - Shoreditch un quartier devenu hipster

Pour découvrir un Londres loin de Westminster, de Big Ben et des hordes de touristes, un Londres où vibre ce puissant esprit artistique et rebelle, ce Swinging London, qui a nourri la musique anglaise depuis des décennies, c'est à **Shoreditch** qu'il faut se rendre.

Ce n'est plus à Nothing Hill qu'il faut chercher l'esprit bohème de la capitale anglaise mais à l'Est de la ville, du côté de Shoreditch. Sur Columbia Road, l'axe principal du quartier (...) les pubs traditionnels succèdent aux magasins d'alimentation multiculturels et aux antiquaires. Pourtant ce pêle-mêle de maisons du secteur de Hackney à quelques encablures de la City, ne semblait pas avoir beaucoup d'atout pour devenir un lieu branché dont le monde entier parle. Ancien marais, le quartier a été fondé par des huguenots français fuyant les persécutions. Le lieu devient rapidement une cour des miracles où les déshérités s'entassent. Peu touchés par la censure, les théâtres s'installent à Shoreditch et Shakespeare y vivra un temps.

Durant longtemps, le quartier est un coupe-gorge, où Jack l'Eventreur commettra ses atrocités. Au cours du 20^e siècle, ce quartier populaire deviendra l'emblème de la working-class londonienne, avec ses industries et sa population métissée d'ouvriers venant chercher du travail depuis les 4 coins du monde.

Shoreditch plein de charme, Shoreditch si central, Shoreditch et ses grands entrepôts abandonnés devenus repaires d'artistes et de graffeurs, il n'en fallait pas plus pour qu'il devienne le nouveau temple du cool. La gentrification est en marche, les groupes de rock y tournent leurs clips. Mais malgré tout le quartier garde son âme et sa forte personnalité d'enfant terrible de la capitale.

Les prix encore moins exorbitants qu'ailleurs, la situation idéale, les artistes installés ici et l'esprit bouillonnant en font un eldorado pour les créateurs branchés. L'équation est parfaite. Les gigantesques friches industrielles offrent d'innombrables perspectives dans ce que les influenceurs du monde entier qualifient de « *quartier le plus fashion de Londres* ». Si les modes migrent d'un quartier à l'autre année après année, l'hipsterisation (1) de Shoreditch semble s'ancrer dans le temps. Dans les rues de l'excentrique East End, on côtoie tous les looks du dandy au punk en passant par la pin-up rétro. Shoreditch est devenu le baromètre de la tendance où les créateurs puisent leur inspiration. Les fresques murales, dont celles de l'icône Banksy recouvrent désormais les murs de briques rouges et offrent un accès démocratisé à un art engagé. Les galeries d'art, bars et boîtes de nuit thématiques ont remplacé les vieux ateliers d'imprimerie désaffectés.

Shoreditch est devenu un **haut lieu du shopping**. Mais loin des grandes enseignes aux centaines de boutiques de par le monde (à l'instar de H&M ou Zara), ce sont les créateurs qui l'ont plébiscité. On trouve spécifiquement des concept-stores, des boutiques multi-marques où sont représentées des maisons introuvables ailleurs dans Londres, ou des centres commerciaux aux accents bohèmes et décalés. Un univers bigarré suffisamment désirable pour attirer des grandes marques comme Nike qui y a installé son Nike Lab 1948, où les modèles les plus pointus sont présentés.

Source - <https://www.thestorefront.fr/mag/guide-de-quartier-shoreditch-un-quartier-devenu-hipster/>

(1) Gentrification (de gentry : petite noblesse) : tendance à l'embourgeoisement d'un quartier populaire ». Étudié pour la première fois à Londres dans les années 1960 (1), le phénomène de gentrification se constate à présent dans toutes les grandes villes : des groupes sociaux aisés investissent petit à petit un quartier, ouvrant des commerces, s'installant dans les habitations, faisant au final flamber les prix de l'immobilier, forçant les plus modestes à déménager. En ce début de XXI^e siècle, le « gentrificateur » type n'est plus le bobo (bourgeois-bohème), mais le hipster. (...) Le hipster est généralement un jeune de classe moyenne-supérieure, sans enfant, travaillant souvent dans la communication ou la publicité, accro aux produits High-tech dernier cri, aux sorties, revendiquant une culture personnelle, et surtout, ne se qualifiant jamais lui-même de hipster. Il arbore bonnet et barbe, vêtements faussement négligés, a son propre langage truffé d'anglicisme, se déplace à vélo, ouvre des boutiques de cupcakes sans gluten, cherche à vivre des expériences culturelles (au restaurant, à un concert...), et fréquente d'autres hipsters dans des lieux de hipsters (source – Wikipédia)