

LA FASHION SPHÈRE DANS SES NOUVEAUX HABITS



© STEPHANE MURPHY

PLUS LE TEMPS EST À L'INCERTITUDE POLITIQUE, ÉCONOMIQUE ET SOCIALE, PLUS LA MODE S'EFFORCE DE MAINTENIR LA PLACE QU'ELLE ESTIME LUI REVENIR À UNE ÉCHELLE PLANÉTAIRE. LES FASHION WEEKS EN SONT LES HÉRAUTS PORTANT AU-DELÀ DES FRONTIÈRES UN MESSAGE DE LENDEMAINS INVENTIFS. PAR YANN KERLAU

DÉCIDÉE À SURVIVRE dans un monde cherchant ses repères, la mode d'aujourd'hui se veut engagée et militante, humant l'air du temps pour n'en garder que le meilleur. En souhaitant lier leurs créations à la vie quotidienne des citoyens du monde, les couturiers ont sonné le glas des bals d'un temps révolu. Bienvenue à un *fashion street art* au sein duquel les femmes se reconnaîtront. Où que se portent les regards, chacun joue le jeu : parkas, chemises immaculées unisexes, baskets et tenue de soirée font bon ménage dans un cocktail détonnant mais portable. Le "vivre ensemble" se chante dorénavant dans toutes les langues et sous toutes les latitudes.

En Angleterre, Stella McCartney (groupe LVMH) poursuit ses combats pour une

couture écolo et fluide qui unit la féminité, le raffinement et le confort d'un prêt-à-porter aussi douillet que luxueux. Chez Alexander McQueen (LVMH), c'est à Sarah Burton que la marque doit d'avoir conservé le formidable élan donné par le créateur de génie que fut McQueen. Après dix ans à la tête de la direction artistique, les créations de Sarah Burton iront aussi bien aux femmes actives qu'aux stars qu'elles choisissent d'être le soir venu. L'arrivée en 2015 du Géorgien Demna Gvasalia chez Balenciaga (groupe Kering) électrise une maison jusque-là considérée comme intouchable. Gvasalia y tient un langage créatif et audacieux qui n'était pas gagné d'avance. Le grand événement à venir, la relance de la haute couture chez Balenciaga annoncée par

la presse en janvier 2020, donne à Demna Gvasalia un exceptionnel tremplin : sa première collection de haute couture sera présentée en juillet prochain.

Même défi pour la créatrice Clare Waight Keller chez Givenchy (LVMH) qui a pris en 2017 la direction artistique de la haute couture et du prêt-à-porter femme et homme. Choisie par Meghan Markle pour dessiner sa robe de mariée en 2018, la créatrice surfe depuis sur la vague du succès. Au sein de la maison Yves Saint Laurent, la disparition de ses fondateurs a changé la donne. Devenu Saint Laurent (Kering) le prêt-à-porter de luxe, entre les mains du couturier belge Anthony Vaccarello, fait le pari de booster la maroquinerie et les accessoires pour en faire les figures de

1. La nouvelle enseigne Louis Vuitton, à l'angle de la place Vendôme et de la rue Saint-Honoré.

2 et 3. Le nouvel immeuble provisoire de la maison Dior, sur les Champs-Élysées, dont la façade a été calquée sur celle de la maison mère, avenue Montaigne, actuellement en pleins travaux de rénovation.

proue de ses points de vente. Qui vivra verra! Toujours en Europe, mais cette fois en Italie, six marques de grand prestige se partagent le pouvoir: Prada, Fendi, Gucci, Zegna, Loro Piana et Bottega Veneta. Qu'elles restent des affaires familiales, comme Prada, Fendi, Zegna ou appartiennent au groupe Kering, comme c'est le cas de Gucci et Bottega Veneta, ou à LVMH, comme Loro Piana, toutes sont fières de leur authenticité et de cette capacité à aller toujours plus loin et plus haut dans leurs conquêtes de nouveaux marchés.

À l'est du monde, après les grandes heures d'Issey Miyake, Kenzo et Yohji Yamamoto, Junya Watanabe et Rei Kawakubo assurent la relève japonaise. Pour sa collection Comme des Garçons automne-hiver 2019-2020, la valse du noir de Rei Kawakubo soulève l'enthousiasme de ses fans. Jupes boules en taffetas, pantalons bouffants, manteaux de guerrières en cuir basalte... Un régal!

S'agissant des maisons françaises que les temps avaient un peu chahutées, Balmain fait partie de celles qui ont le vent en poupe. Depuis 2011, sous la houlette d'Olivier Rousteing, la maison de couture a repris sa place au soleil. Les collections se suivent et la somptuosité des modèles est en ligne avec les attentes d'une clientèle qui, à l'image du couturier, est accro aux réseaux sociaux. Chez Mugler, l'américain Casey Cadwallader avance avec méthode depuis 2017 pour redonner à la maison sa place dans le sérail qui fut le sien. Autre bonne nouvelle, la reprise en 2018 par LVMH de la maison Patou. Guillaume Henry en est devenu le directeur artistique. Sa relance du prêt-à-porter féminin a démarré avec une première collection plus qu'honorable en septembre 2019. La volonté est là, la puissance financière aussi, amorçant la renaissance d'une grande maison française fondée il y a plus d'un siècle.

Que penser maintenant des géants que sont Hermès, Chanel, Vuitton et Dior, les quatre maisons les plus célèbres du monde? Entre chiffres d'affaires records et pérennité dans le succès, leur position dominante est aussi incontestable que leur attractivité. Si Hermès et Chanel sont restées des affaires familiales depuis leur création, Vuitton et Dior appartiennent au groupe LVMH. Leurs différences ne s'arrêtent pas là. Chez Hermès, le temps semble ne pas compter. Depuis 2014, Nadège Vanhee-Cybulski y poursuit son ode au culte



PHOTOS: © DR

du bien-vivre dans un sillage d'étoffes somptueuses et de coupes intemporelles. Au sein de la maison Chanel, Karl Lagerfeld n'est plus. Il laisse derrière lui le sillage créé par ce champion de la modernité. Pour l'heure, c'est Virginie Viard qui assure avec brio les collections de la maison.

EXCELLENCE FRANÇAISE

Du côté du groupe LVMH dirigé par Bernard Arnault, le premier groupe mondial du luxe tient avec Dior et Louis Vuitton ses deux pépites les plus prestigieuses. Après le licenciement de John Galliano en 2011, le départ de Raf Simons en 2015, l'arrivée de Maria-Grazia Chiuri en 2016 confirme le pouvoir des femmes dans cette entreprise où Delphine Arnault, fille du grand patron de LVMH, entrée chez Dior en 2000 à l'âge vingt-cinq ans, mène une carrière magistrale. Membre du conseil d'administration de LVMH dès 2003, elle est devenue directrice générale adjointe de Dior en 2008,

puis directrice générale adjointe de Louis Vuitton en 2013. Un an plus tard, elle donne son aval à l'embauche de Nicolas Ghesquière comme directeur artistique de Louis Vuitton qui saura porter la marque à son zénith. Ses collections de 2019-2020 scintillent de tous leurs feux. Du grand art et, à la clé, une clientèle de *fashion addicts* qui font de Vuitton la marque la plus rentable du monde. Que ce soit avenue Montaigne ou dans ses nouveaux locaux de la place Vendôme, Vuitton incarne l'éclat et la jeunesse dans une opulence pleine d'humour que masque le travail perfectionniste de ses équipes. Ces quatre marques françaises détiennent un passé qui, pour chacune d'entre elles, a des allures d'épopée. Quant à leur présent et à leur avenir, n'oublions jamais que l'emprise qu'elles exercent sur l'imaginaire du public se double d'une volonté de donner à leur renom une absolue légitimité. Inscrits dans leur ADN, leurs lendemains glorieux sont d'ores et déjà dans tous les esprits.