

## Le féminisme de Maria Grazia Chiuri, les finalistes de l'ANDAM, le nouveau Bottega... où est le cool cette semaine ?

par Manon Renault



**Maria Grazia Chiuri qui fait ses adieux à Dior après une dizaine d'années à la tête de la création féminine, la liste des finalistes du concours de l'ANDAM, le premier roman de Delphine Plisson et l'ère Louise Trotter chez Bottega Veneta... C'est le cool de la semaine.**

### Un T-shirt iconique

*We Should All Be Feminists*. Le message s'imprime en lettres noires sur un T-shirt blanc lors du premier défilé de Maria Grazia Chiuri pour Dior, en 2017. Une collection inaugurale, en plein essor #MeToo, où pour la première fois une femme accède à la direction artistique d'une des maisons les plus emblématiques du luxe français. Le slogan est emprunté à Chimamanda Ngozi Adichie, dont le texte dénonce les injonctions faites aux femmes à rester calmes, discrètes, conciliantes. Et voici ces mots projetés sur un podium mondial du luxe. Ainsi le T-shirt divise. Opportunisme ou prise de position ? On oublie souvent que le T-shirt blanc est le vêtement le plus facile à reproduire. En quelques semaines, le message se diffuse, copié, imprimé, porté partout, y compris loin des boutiques Dior. Et c'est un geste indéniablement politique.

Mais Chiuri ne s'arrête pas au slogan. En près de dix ans à la tête de Dior, elle compose un écosystème de collaboratrices. Judy Chicago imagine une déesse géante pour le décor haute couture de 2020. Claire Fontaine écrit "Consentement" ou "Nous sommes toutes clitoridiennes" sur les murs la même année. Elina Chauvet, Eva Jospin, Shirley Jaffe, Penny Slinger : à chaque saison, une plasticienne ou une théoricienne réinterprète l'imaginaire Dior. Un travail documenté en mars dernier dans *Her Dior*, le film de Loïc Prigent disponible sur la chaîne YouTube de la marque, et diffusé à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes en mars dernier.

Aujourd'hui, Maria Grazia dit au revoir à la maison Dior, laissant un paysage mode où les femmes sont de plus en plus absentes.

### Le 30 juin à Paris

Date à retenir : la finale de la 36<sup>e</sup> édition de l'ANDAM aura lieu à Paris. Parmi les douze finalistes, plusieurs figures fortes qui incarnent un tournant engagé de la mode contemporaine. En lice pour le Grand Prix, le créateur américain d'origine mexicaine Willy Chavarria, dont le tailoring oversize est traversé par des questions d'identité queer et de justice sociale. Côté Prix Pierre Bergé, Jeanne Friot,





figure montante d'une mode circulaire et non genrée, au vestiaire radicalement inclusif. Une sélection qui mêle propositions stylistiques fortes et prises de position affirmées. À suivre également : l'avant-garde de Meryll Rogge, le vestiaire à l'âme ludique de Zomer, le tailoring d'EgonLab ou encore Burç Akyol et son vestiaire déconstruisant les stéréotypes orientalistes.

## Le premier livre de Delphine Plisson

*Laisse aller, c'est une valse* : à 53 ans, Delphine Plisson, fondatrice de l'épicerie-restaurant Maison Plisson, troque les tomates anciennes pour les pages blanches. Dans ce premier roman à peine fictionnalisé, elle dresse le portrait d'une femme qui avance malgré le chaos : agressions, deuils, galères financières, mais aussi amour, travail, maternité. Un récit d'élan plus que de revanche, tricoté d'humour, de lucidité et d'un optimisme assumé. Car oui, "*vieillir, c'est une chance*", surtout quand on sait écrire la suite.

***Laisse aller, c'est une valse* de Delphine Plisson (éditions JC Lattès), 160 p., 19 €. En librairie.**

## Jeux de mains

Comment parler d'artisanat sans tomber dans l'iconographie poussiéreuse de l'atelier sanctuarisé ?

Avec *Craft Is our Language*, première campagne Bottega Veneta orchestrée sous l'ère de Louise Trotter, l'artisanat s'affirme comme une chorégraphie contemporaine où des mains tressent, touchent, transmettent, et surtout relie. Dans un film manifeste pour célébrer le sac intrecciato où se croisent Julianne Moore et Tyler, The Creator, se glisse un hommage à Edward Buchanan, premier directeur du prêt-à-porter de la maison dans les années 1990. Une manière pour Trotter de rappeler que Bottega s'est construite sur autre chose qu'un logo – sur une culture du geste, mais aussi de la transmission.

