URL :http://www.lepoint.fr/
PAYS :France
TYPE :Web Grand Public
JOURNALISTE :Par Gilles Denis

► 25 juin 2025 - 19:01

> Version en ligne

Mbappé, Warhol et des œufs : la révolution Dior, selon Jonathan Anderson

Les indices distillés sur les réseaux sociaux sur le premier défilé du créateur pour la maison de l'avenue Montaigne créent le désir. Avec ironie et sourire.

Les indices distillés sur les réseaux sociaux sur le premier défilé du créateur pour la maison de l'avenue Montaigne créent le désir. Avec ironie et sourire. C onnaissez-vous l'« edging », cette pratique érotique consistant à stimuler les sens jusqu'au bord de l'orgasme sans jamais l'atteindre pour mieux recommencer ? Peut-être pas. Jonathan Anderson, directeur artistique de Dior , lui en maîtrise toutes les phases et tous les effets : il a ainsi fait du « teasing » de sa première collection chez Dior, dévoilée le 27 juin, un jeu de séduction auquel succombent en soupirant d'aise réseaux sociaux et fashion sphère, après une attente de plusieurs mois, où son arrivée avenue Montaigne était le secret le plus connu du luxe, avec effets d'annonce à double détente – il fut nommé à l'homme dès avril, puis à la femme, début juin. Ou comment créer plus que de l'excitation, une envie irrépressible des produits sans même les avoir vus. Un futur « business case » de stratégie d'offre qui sera enseignée un jour à Harvard et à Sciences Po. Voici les secrets de fabrication du désir de marque par le professeur Anderson…

Un sourire dans un lit

Un premier teasing pour l'Homme de Dior par Jonathan Anderson.

© DR Une semaine avant le défilé, première apparition sur les réseaux sociaux. Une photo d'un garçon souriant au réveil ou du moins dans un lit. Une connivence jolie et une image de masculinité non agressive, avec un zeste d'érotisme qui n'est pas sans rappeler la manière dont Gruau, illustrateur fétiche de Dior parfums, jouait avec la nudité ou dont plus tard Hedi

Tous droits de reproduction réservés

URL :http://www.lepoint.fr/
PAYS :France
TYPE :Web Grand Public
JOURNALISTE :Par Gilles Denis

► 25 juin 2025 - 19:01

> Version en ligne

Slimane caressait, caméra au poing, la plastique de Jamie Dorman , alors inconnu, pour la première publicité de Dior Homme. Message : oui, il va bien s'agir d'un défilé masculin ; oui, Jonathan Anderson est joueur ; oui, l'homme qui sera dévoilé pourra être au choix votre meilleur ami, votre lover ou vous-même. Quelqu'un avec qui passer du temps dans tous les cas de figure. Warhol, Basquiat et Lee Radziwill

Lee Radziwill par Warhol, une figure de style invoquée par Jonathan Anderson.

© DR Lundi 23 juin. Deuxième vague d'attaque avec deux photographies, l'une de Lee Radziwill, l'autre de Jean-Michel Basquiat, deux polaroïds signés Andy Warhol. Un clin d'œil immédiat à l'art avec lequel le luxe en général, Dior et Jonathan Anderson en particulier, entretient de vrais liens – Christian Dior lui-même était galeriste, Jonathan Anderson a toujours fait de ses défilés des moments artistiques, y exposant œuvres et commandes spéciales. Sachant que Warhol avait lui-même un lien un rien cynique avec les puissances de l'argent, et qu'il fut aussi le fil directeur de la deuxième collection de Raf Simons chez Dior en mars 2013… Le choix de Lee Radziwill n'est pas plus innocent. Figure tutélaire d'une élégance échappant aux modes, la sœur de Jackie O. sut exister bien au-delà de cette parentèle en imposant un style tout en essentiels. Une manière de bien rappeler aussi que Jonathan Anderson est responsable de toutes les collections de l'avenue Montaigne : si celle dévoilée le 27 juin sera bien masculine – son alter ego féminin défilera en septembre –, le créateur sait qu'elle sera perçue d'emblée comme un manifeste esthétique global.

Basquiat par Warhol, ou comment dire les rapports avec l'art de Dior.

© DR Quant à Basquiat, il fut non seulement une figure majeure de l'art contemporain – et l'un des peintres favoris de Bernard Arnault, propriétaire de LVMH – mais aussi une icône pop, dont le look demeure une référence. Et un agitateur de codes et de références – comme Jonathan Anderson. Un tote bag et des aiguilles

Le tote book bag Dior version Dracula , par Jonathan Anderson

© DR Quel est le best-seller de Dior ? Le tote book bag. Voilà donc Jonathan Anderson qui en poste d'emblée sa propre vision sur Instagram – et il n'attend ni son défilé ni les collections féminines. Et les versions qu'il en propose jouent des références : un modèle jaune se présentant comme une couverture du Dracula de Bram Stoker , l'autre des Liaisons dangereuses de Choderlos de Laclos – deux titres loin d'être innocents par essence et un choix ironique donc. Quant au troisième modèle, il illustre une autobiographie de Christian par lui-même, « Dior by Dior », avec chaise à médaillon tout droit sortie des cabinets de Madame du Barry – où l'on trouve le modèle original de cette chaise dont Christian Dior fit un attribut esthétique. Le tote book bag Dior version Liaisons dangereuses , par Jonathan Anderson.

Tous droits de reproduction réservés

URL :http://www.lepoint.fr/
PAYS :France
TYPE :Web Grand Public
JOURNALISTE :Par Gilles Denis

► 25 juin 2025 - 19:01

> Version en ligne

© DR Un rapt littéraire qui vaut tous les effets logo – la toile oblique qui fit les beaux jours de ce modèle est peut-être en fin de cycle de vie. On notera aussi une dose d'autoréférence : Jonathan Anderson a déjà usé des classiques chez Loewe avec sa collection de mars 2018 – entre rééditions de Madame Bovary ou de Don Quichotte . Ou comment positionner une marque de luxe comme une plateforme culturelle. Un porte-aiguilles Dior dit l'esprit Couture de la maison.

© DR Des premiers sacs dont la rumeur dit qu'ils sont déjà sur liste d'attente et une manière aussi de s'inscrire dans l'histoire Couture de Dior, tout comme le teasing de porte-épingles en argent qui inscrit son propos dans l'héritage couture de l'avenue Montaigne tout autant que dans l'histoire de Dior Maison. L'ouragan Mbappé

Mbappé, image de Dior, dévoile le premier look de la collection de Jonathan Anderson.

© DR Mardi 24 juin. Rien ne sert de n'être qu'exclusif : en dégainant deux vidéos de Kylian Mbappé , Jonathan Anderson ne démontre pas seulement qu'il est économe – le joueur avait déjà signé chez Dior avant son arrivée. Il crée de la connivence : Kylian rate son nœud de cravate, plaisante, bref il est comme tout le monde. Et Dior de toucher de nouvelles populations, comme on dit en école de commerce, sans effrayer les plus tradi de ses clients – entre cravates clubs et chemises rayées. Puissant. Afficher cette publication sur Instagram

Une publication partagée par Dior Official (@dior)

L'énigme de porcelaine

L'invitation au premier défilé Dior de Jonathan Anderson : une assiette et des œufs de porcelaine.

© DR Et puis soudain, alors que s'ouvrait la Fashion Week, quelques privilégiés reçurent un sac blanc, frappé du nom de Dior. À l'intérieur, une boîte de serge gris. En l'ouvrant, les heureux élus au défilé découvrent une enveloppe portant leur nom et leur seating calligraphié mais surtout une assiette de porcelaine et trois œufs. Un objet intriguant, un objet devenant immédiatement viral sur les réseaux sociaux et soulevant une myriade d'interrogations. Il faudra attendre le 25 juin pour que Jonathan Anderson dévoile le sens de l'assiette, qu'il a choisie dans les archives – célébrant ainsi le territoire décoratif de la maison. Elle est la pièce centrale d'un plateau de petit-déjeuner : l'invitation à un premier goût de Dior, donc. Effet garanti. Et la preuve que l'humour, voire l'ironie, est une qualité de luxe. To be continued ...

Tous droits de reproduction réservés