

La haute couture, un label très français

Alors que commence la semaine des collections parisiennes, la mode célèbre les 80 ans de son appellation la plus prestigieuse.

PAGE 28

« La haute couture est l'expression de la création à l'état pur, sans contrainte de prix ou de fabrication »

Alors que l'appellation célèbre ses 80 ans, Bruno Pavlovsky et Pascal Morand de la Fédération de la haute couture et de la mode reviennent sur la pertinence de cet exercice

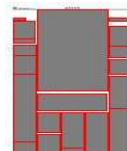
de style au savoir-faire unique au monde.

Propos recueillis par
Hélène Guillaume

Combien de fois depuis qu'est apparu le terme (qu'on attribue à Charles Frederick Worth, le premier à ouvrir une maison de couture, à Paris, en 1858) a-t-on prédit la fin de la haute couture ? Elle s'est pourtant relevée après chaque crise, les krachs boursiers,

les guerres, la concurrence du prêt-à-porter, les adieux de Saint Laurent, etc. La haute couture sera même célébrée toute cette semaine à Paris avec, entre autres, la dernière collection de Chanel signée par le studio, les débuts de Glenn Martens chez Maison Margiela et l'ultime « couture » de Demna pour Balenciaga. On regrette l'absence de Dior, mais ce n'est que partie remise en janvier 2026 avec les débuts de Jonathan Anderson pour la maison. La prochaine saison s'annonce d'ailleurs exceptionnelle avec les « premières fois » d'Anderson chez Dior, donc, de Matthieu Blazy chez Chanel, de Pierpaolo Piccioli





chez Balenciaga, et, qui sait ?, peut-être des surprises du côté de la marque Jean Paul Gaultier, qui a récemment nommé Duran Lantink et de Givenchy menée par Sarah Burton.

Cet écosystème créatif qui reste un soft power français, repose sur un décret du 23 janvier 1945 émis à l'initiative du ministère de l'Industrie suite à la menace qui avait pesé sur la haute couture durant les années de guerre lorsque les Allemands avaient tenté de la délocaliser à Berlin. Aujourd'hui, si seulement treize maisons peuvent se targuer de l'appellation, le grand public ignore en général les subtilités de cette sémantique, pensant par exemple que Saint Laurent et Hermès font de la haute couture - ce qui a été le cas pour le premier et devrait bientôt l'être pour le second, mais ne l'est pas aujourd'hui.

Cette appellation vieille de quatre-vingts ans est-elle désuète ? L'exercice créatif en lui-même intéresse-t-il encore les jeunes générations ? La haute couture doit-elle être portable ou extravagante ? Bruno Pavlovsky, président de la Fédération de la haute couture et de la mode (également président des activités mode de Chanel), et Pascal Morand, le président exécutif, nous répondent.

LE FIGARO. - Cette saison marque les 80 ans de l'appellation haute couture. Quelle en est l'histoire ?

BRUNO PAVLOVSKY. - Si l'on date symboliquement la naissance de la haute couture à la seconde moitié du XIX^e siècle, elle est juridiquement protégée depuis le décret du 23 janvier 1945 et l'arrêté du 6 avril 1945, qui en définit les critères essentiels et institue la Commission de contrôle et de classement « Couture Création ». Cette initiative du ministère de l'Industrie visait à sécuriser l'approvisionnement des matières.

PASCAL MORAND. - Depuis, l'appellation relève d'un agrément délivré par le ministre de l'Industrie après avoir recueilli l'avis de ladite commission qui dispose d'un règlement intérieur pour examiner les candidatures. Cette procédure pose les bases de notre exception française et les critères des métiers de la haute couture.

Quels sont ces critères ?

B.P. - Des critères relatifs à l'intelligence

de la main, à la personnalisation, au rythme des collections, au savoir-faire des ateliers. (Il lit un extrait du règlement intérieur de la Commission de classement 1945) « Les modèles originaux doivent exclusivement être conçus par le créateur de la maison, et exécutés dans les ateliers de la maison. Ceux-ci devront comprendre au minimum 20 salariés concourants à la création et à la réalisation de la collection. Les ateliers doivent réaliser des modèles aux mesures de la cliente, avec un ou deux essayages. Les collections doivent être présentées à Paris deux fois par an, aux dates fixées par la fédération, et compter au minimum 25 passages, etc. » Certaines règles ont vieilli, nous avons donc engagé une réflexion sur le caractère à la fois intangible et immuable des critères, mais aussi sur leur interprétation. Notamment la question des deux défilés par an, que nous avons assoupli.

Ce décret de 1945 n'est-il pas désuet ? Ces contraintes juridiques ne vont-elles pas à l'encontre d'un renouveau créatif ?

B.P. - Si ces textes peuvent paraître datés, ils ont le mérite d'être structurants. C'est à la commission d'accorder des dérogations si nécessaire tant que cela reste dans l'esprit des textes. Elle a vocation à sanctuariser la singularité de cette création sans équivalent, et c'est justement cette singularité qui fait que la perception de la haute couture est, de nos jours, si positive, notamment auprès des jeunes générations.

Au-delà des règles, quelle est l'essence même de la haute couture ?

B.P. - Le défilé de prêt-à-porter est un exercice imposé à un créateur qui est censé proposer une garde-robe complète et avoir vingt minutes pour convaincre. À l'opposé, la haute couture est l'expression de la création à l'état pur, sans contrainte de prix, de faisabilité, de fabrication. Elle se définit par des pièces uniques faites aux mesures de la cliente et souvent personnalisée par la cliente. Le principe de la pièce unique réalisée spécifiquement pour la cliente me paraît fondamental. Y déroger dénature l'essence même de la haute couture. C'est ce que viennent chercher les femmes qui sont prêtes à « payer » le prix pour avoir accès aux ateliers, aux conversations avec les chefs d'atelier, voire avec le couturier, pour vivre cette

expérience de « construire » entièrement sa pièce à soi, en partant du patron, de la toile. C'est très différent que de rentrer dans une boutique et de partir de l'existant pour adapter et ce, même si on essaie d'offrir la meilleure expérience avec un retoucheur. La dimension temporelle n'est pas la même. C'est rare d'entendre une cliente de haute couture exiger d'avoir sa robe pour demain. Ce qu'elle cherche avant tout, c'est d'avoir une pièce parfaite pour elle.

Certaines maisons ont l'appellation, d'autres sont dites « invitées » ou encore « membres correspondants ». Qu'est-ce que cela signifie ?

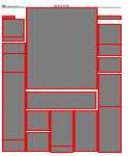
P.M. - Nous comptons aujourd'hui 13 membres bénéficiant de l'appellation haute couture qui sont Adeline André, Alexis Mabille, Chanel, Christian Dior Couture, Franck Sorbier, Giambattista Valli, Givenchy, Jean Paul Gaultier, Julien Fournié, Maison Margiela, Rabih Kayrouz, Schiaparelli, Stéphane Rolland. Les membres correspondants ont des caractéristiques similaires de celles de la haute couture, mais n'ont pas d'ateliers en France. C'est le cas historiquement de nombreux Italiens, comme Valentino, Giorgio Armani et Versace, du Libanais Elie Saab, des Néerlandais Iris van Herpen et Victor & Rolf. Chaque saison, sont également sélectionnées des maisons invitées. C'est l'un des rôles du comité haute couture, présidé par Sidney Toledano et composé de six membres élus de maisons bénéficiant de l'appellation haute couture. Cette saison Rami Al Ali est entré au calendrier officiel de la haute couture.

Qu'en est-il alors d'une maison comme Balenciaga ?

P.M. - Balenciaga est une maison invitée au calendrier officiel de la haute couture. Avant de déposer un dossier pour bénéficier de l'agrément, une maison doit avoir été inscrite plusieurs saisons en qualité d'invitée au sein du calendrier. La commission ne s'est pas réunie depuis quelques années car nous avons travaillé à des ajustements de son règlement intérieur, afin de nous conformer à la réforme plus globale des statuts de notre Fédération.

La haute couture concerne finalement peu de maisons et peu de clientes. Est-ce aujourd'hui une activité





rentable ?

B.P. - Si l'on regarde seulement le versant commercial de la haute couture, c'est-à-dire les coûts des ateliers et des matières par rapport aux chiffres de vente, oui. Si l'on inclut les frais de défilé et de communication, non. Toutefois, l'image qu'offre la haute couture est bénéfique à d'autres activités, comme le prêt-à-porter ou les parfums.

Est-il si important que la haute couture survive ? Saint Laurent a incarné la haute couture pendant trente ans, l'activité s'est arrêtée, mais sa maison a survécu.

B.P. - La plupart des maisons n'ont pas besoin de cette activité pour vivre, ce n'est d'ailleurs plus un enjeu de business depuis cinquante ans. Mais, croyez-moi, ces mêmes marques chercheraient autre chose pour la remplacer, parce que c'est un exercice qui tire tout le monde vers le haut. Du reste, je trouve dommage que certaines maisons qui ont le patrimoine et l'identité pour relancer leur haute couture, n'en aient pas l'envie. Par ailleurs, les clientes de la haute couture ne venant pas systématiquement à Paris pour les collections, il faut plus que jamais aller à elles. Ce qui implique de s'appuyer sur une organisation internationale, d'avoir un pied à New York, à Los Angeles, à Miami, à Tokyo, à Hongkong, à Shanghai...

Pierre Cardin disait que, le jour où la haute couture serait portable, elle serait morte. Qu'en pensez-vous ?

B.P. - Si la question est de savoir si la haute couture doit être nécessairement extravagante, je ne le crois pas. En revanche, les clientes sont à la recherche de pièces exceptionnelles qui leur permettent de se sentir uniques. C'est ensuite le choix d'une maison, d'un couturier que de proposer des pièces, plus ou moins spectaculaires. Dans le cas de Chanel, nos clientes demandent des tenues d'une sophistication extrême qu'elles peuvent porter aussi bien le jour que le soir, sans ostentation. On observe aussi l'émergence d'un modèle très intéressant, non pas de haute couture mais de couture, des pièces uniques, très théâtrales, davantage destinées aux tapis rouges. C'est le cas d'une maison comme celle du jeune Robert Wun qui marche très bien.

Vous avez l'intention de postuler pour faire inscrire la haute couture au patrimoine culturel immatériel de l'Unesco.

P.M. - La haute couture rayonne comme en témoigne son impact médiatique (selon l'algorithme Media Impact Value, la valeur de cet impact serait passée de 48 millions de dollars en janvier 2022 à 210 millions en janvier 2025, NDLR). Elle est une exception française, ouverte au monde. Elle ne doit pas moins être protégée ainsi que les savoir-faire qui la composent. C'est la raison pour laquelle elle a à nos yeux toute sa place au patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Nous nous apprêtons à déposer un dossier au ministère de la Culture dans cette perspective. ■

« Les clientes de la haute couture sont prêtes à "payer" le prix pour avoir accès aux ateliers, aux conversations avec les chefs d'atelier, voire avec le couturier, pour vivre cette expérience de construire entièrement sa pièce à soi, en partant du patron, de la toile »

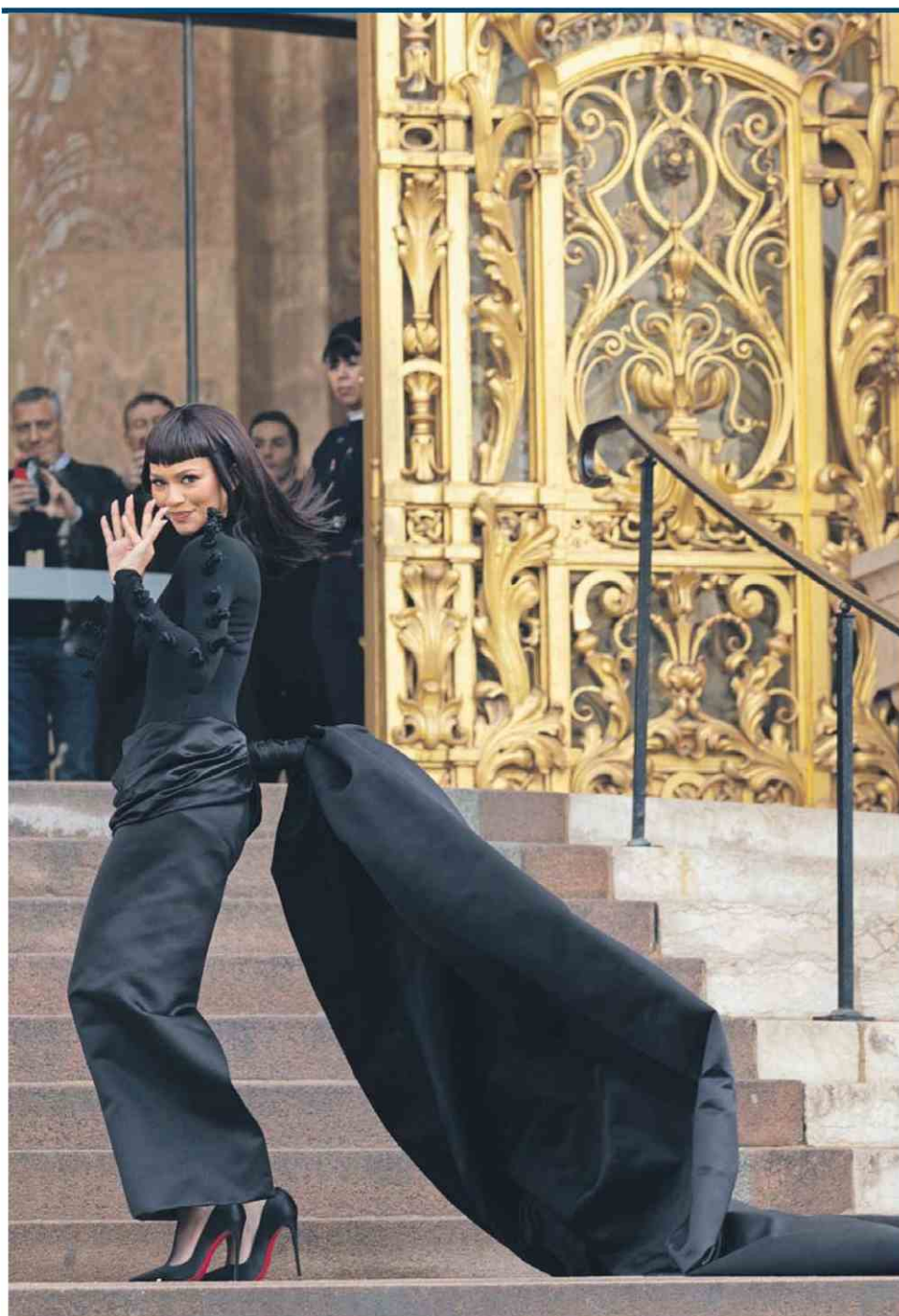
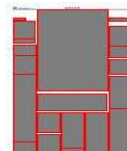
Bruno Pavlovsky

Président de la Fédération de la haute couture et de la mode

« La haute couture est une exception française, ouverte au monde. Elle ne doit pas moins être protégée. Elle a toute sa place au patrimoine culturel immatériel de l'humanité »

Pascal Morand Président exécutif de la Fédération de la haute couture et de la mode





**Zendaya sur les marches
du Petit Palais en robe haute couture
de Schiaparelli, en janvier 2024.**

PETER WHITE / GETTY IMAGES

