



JW Anderson se métamorphose en label lifestyle avec son nouveau site

Publié le

3 septembre 2025

JW Anderson dévoile son nouveau visage à travers un site Web entièrement renouvelé. Première étape dans la stratégie qui guide désormais la maison du créateur irlandais Jonathan Anderson. Son objectif ? Transformer JW Anderson en une marque lifestyle à part entière, où l'art, l'artisanat, les accessoires et les objets pour la maison prennent toute leur place, comme en témoigne le nouveau site marchand.

Ce t-shirt avec le logo signature est proposé à 190 euros sur le site - jwanderson.com

Entre sa première collection pour Dior homme en juin et le très attendu défilé pour le prêt-à-porter féminin de Christian Dior le 1er octobre à Paris, le nouveau directeur artistique de la maison vedette de LVMH a dû faire des choix. Renonçant pour l'heure à défiler avec sa propre marque, dont il va limiter les créations vestimentaires, Jonathan Anderson a repensé celle-ci comme une sorte de "cabinet des curiosités", surfant sur les collaborations avec des artistes ou artisans et une offre hétéroclite d'objets désirables.

Un avant-goût de cette nouvelle orientation a été donné en juillet avec le lancement de la collection resort printemps 2026 à travers un lookbook réunissant les amis et collaborateurs de la maison, tel que le réalisateur Luca Guadagnino ou l'acteur Ben Whishaw. Des personnalités que l'on retrouve aujourd'hui sur le site à travers des mini vidéos amusantes. Comme toujours chez le créateur, la veine ludique domine avec des exclamations telles que "Chic", "Yes", "Fab" ou "Wow", qui viennent s'afficher en grosses lettres sur certains produits, lorsque l'on clique dessus, dans un esprit interactif.

Entre deux pulls et deux sacs, jwanderson.com met en avant, à travers une mosaïque de photos et d'images en mouvement, toutes sortes d'objets, minutieusement sélectionnés par le styliste : accessoires, lampes, céramiques, porte-clés, tabourets, verres et carafe en verre de Murano, bijoux, etc. Comme le souligne le label, ce nouveau site "marque une étape clé dans le rebranding de la marque, avec la mise à jour de ses logos". Le logo signature entremêlant les initiales J et W avec une ancre a en effet été redessiné et affiné.

A défaut de défilés, JW Anderson occupe le terrain avec des initiatives. La prochaine étape est fixée à Londres le 19 septembre, où la marque va présenter sa nouvelle collection de vêtements et objets design lors d'un événement dans sa boutique de Soho, ouverte pour l'occasion.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.

© 2025 FashionNetwork.com

