

Fashion Week 2025 : nouveaux visages, vieux débats ?

par **Manon Renault**



Du 23 septembre au 7 octobre, Milan puis Paris s'apprêtent à dévoiler les collections femme printemps-été 2026. Mais cette saison ne ressemble à aucune autre. En quelques mois, une dizaine de grandes maisons ont changé de direction artistique, dans un contexte d'instabilité économique et de montée des politiques conservatrices. Pourquoi cette Fashion Week est-elle déterminante ?

Un an de rumeurs, de communiqués laconiques et de spéculations échauffées sur les comptes Instagram mode : en 2024 la planète fashion a joué au Monopoly de la DA. Chanel annonçait l'arrivée de Matthieu Blazy il y a près de dix mois, et les couloirs soufflaient déjà le nom de Jonathan Anderson chez Dior, tandis que Louise Trotter quittait Carven pour Bottega Veneta.

Vingt maisons, peu de nouveaux visages (et encore moins de femmes), et un air de déjà-vu : le "big bang" de 2025 rejoue à sa manière celui de 1997, documenté dans l'exposition *1997, Fashion Big Bang* présentée en 2023 par Alexandre Samson au Palais Galliera. Cette année-là, la haute couture, en pleine crise existentielle, s'était offerte une mue spectaculaire, initiée par les grands groupes de luxe en pleine expansion, et marquée par l'arrivée de jeunes créateurs comme Marc Jacobs chez Louis Vuitton, Alexander McQueen chez Givenchy ou Nicolas Ghesquière chez Balenciaga. *Vogue* Paris titrait alors : *"Le choc qu'il fallait à Paris"*.

28 ans plus tard, le décor a radicalement changé, et à la veille des défilés, l'air est lourd d'attente. Le contexte n'aide pas : climat économique incertain, retour du conservatisme politique, effritement des utopies d'hier. Le futile est-il encore nécessaire ? Et si oui, comment ?

Le calendrier répond par le volume : plus de 70 défilés à Paris avec Chanel par Matthieu Blazy, Jean Paul Gaultier par Duran Lantink, Mugler par Miguel Castro Freitas, Loewe par Jack McCollough et Lazaro Hernandez ou encore Margiela par Glenn Martens et Balenciaga par Pierpaolo Piccioli.

Comment regarder la saison ? Réponse en trois points.

Ne pas juger à l'aune du passé

Premier réflexe, premier écueil : comparer. Mesurer la nouveauté à l'aune d'un passé magnifié, chercher la fidélité aux codes maison, reconnaître l'ombre d'un fondateur dans chaque coupe. Mais faut-il vraiment juger un nouveau directeur artistique à sa capacité à réciter le passé comme un catéchisme ?

Et que reste-t-il d'un passé aussi varié quand il s'agit de Gucci, dont la mémoire navigue entre Tom Ford, Frida Giannini et Alessandro Michele ? De Celine, entre Michael Kors, Phoebe Philo et Hedi Slimane ? Ou de Dior, qui n'a jamais eu autant de vies qu'il n'a eu de directeurs artistiques ?





Ce qui importe n'est peut-être pas tant la fidélité à l'histoire que la manière dont elle est mobilisée pour capter le présent. Un présent marqué par de nouvelles tensions : conservatisme ambiant, ralentissement économique, quête de sens. Dario Vitale, chez Versace, l'a montré récemment : plutôt que de mimer Donatella, il a préféré suggérer un archipel sensible silhouettes esquissées, images en fragments.

Chez Gucci, Demna amorce une mue lente mais stratégique. Désormais à la tête de la marque phare du groupe Kering, le créateur géorgien a dévoilé sur Instagram ce lundi les premières silhouettes de ce qu'il appelle lui-même des "*baby steps*". "*Je ne définis pas encore ma vision de Gucci, mais je pose les bases, la plateforme sur laquelle je vais construire*", précise-t-il au *WWD*, une première série de 37 silhouettes présentées comme une galerie de personnages familiaux : des manteaux du soir épais à la lisière du *camp*, des allusions au glamour hollywoodien vintage (cheveux brushés, robes cintrées) rappelant Michele, mais aussi des ruptures : des garçons en slips comme une relecture du porno chic de Tom Ford.

En 1983, un certain Karl Lagerfeld, fraîchement nommé chez Chanel, disait déjà que son travail relevait de "*l'exercice de style*". Ce n'était pas la Coco de 1925 qu'il copiait, mais celle qu'il imaginait pour la cliente de son temps.

Ne pas oublier les jeunes créateur·rices

Dans la mêlée médiatique des grandes maisons – budgets pharaoniques, shows scénographiés à la seconde, places disputées comme des sésames – on en oublierait presque l'essentiel : les jeunes créateur·rices.

Que leur reste-t-il, dans une Fashion Week dominée par les groupes de luxe, sinon l'espace exigu des calendriers off – et parfois l'endettement silencieux d'un défilé impossible ?

À Paris, la jeune création étouffe sous le poids d'un modèle hérité : deux collections par an pour rester visible, alors même qu'elle prône la durabilité, et qu'elle ne dispose ni des moyens ni des infrastructures pour suivre cette cadence industrielle.

Ce que certain·es continuent d'appeler "*émulation créative*" ressemble, pour beaucoup, à une épreuve d'endurance silencieuse – où l'énergie s'épuise plus vite que les idées.

Certain·es résistent autrement : la maison August Barron (anciennement All-In) ne présente qu'une collection par an, hors calendrier. Même logique chez De Pino, qui revient cette saison avec ses jeux de codes couture, ou chez l'Américaine Miss Claire Sullivan, attendue pour une présentation au Dover Street Market – elle travaille à la pièce, en custom, et habille déjà Shygirl, Addison Rae, Chloë Sevigny, Clairo ou encore DoeChii.

Également attendus : Hodakova, lauréate du prix LVMH 2024, et Burc Akyol, prix Pierre Bergé de l'*Andam 2025*, qui présentera sa deuxième collection femme. Des voix neuves, souvent engagées, comme Alphonse Maitrepierre, défenseur de l'upcycling – et qui rappelait récemment, après sa robe conçue pour les JO, qu'une visibilité médiatique ne suffit plus à faire tourner un business.

Inclusivité : ne pas refermer la parenthèse

Dans l'effervescence des annonces, entre shows pharaoniques et nominations stratégiques, il ne faudrait pas que la fête étouffe la question des corps. Depuis un an, les signaux d'alerte s'accumulent : chute de la diversité sur les podiums, retour massif des silhouettes ultra-fines, effacement progressif du "body positivisme" porté à son apogée après les mouvements MeToo et Black Lives Matter.

D'après *Vogue Business*, sur les podiums automne-hiver 2025-2026, parmi 8703 looks 97,7 % des modèles faisaient une taille 32, 34 ou 36 – un chiffre en hausse. Autrement dit : le fantasme d'un corps standardisé reprend le dessus. Dans le même temps, les hashtags glorifiant la maigreur se multiplient





sur TikTok, au point que la plateforme a dû bannir #SkinnyTok en juin 2025. Trop tard à l'ère où l'Ozempic est devenu une norme implicite ?

Dès 2022, la journaliste Eva Wiseman pointait dans *The Guardian* le retour de la minceur comme idéal esthétique. Dans son article *"Skinniness is back in fashion – but did it ever really go away?"*, elle analysait le retrait discret des implants fessiers des sœurs Kardashian comme un tournant culturel. La fin d'un cycle. Le retour d'un canon.

Parallèlement, la diversité en interne – dans les studios, les équipes créatives, les directions – peine à se maintenir. Et les grandes maisons semblent souvent plus enclines à nommer un énième directeur artistique blanc cis masculin qu'à faire émerger de nouvelles voix. À l'heure où les politiques conservatrices se durcissent, où l'agenda *"woke"* est brandi comme une menace, il devient urgent de rappeler que la mode ne peut pas se permettre de faire marche arrière, et de laisser l'inclusivité à une mode marquée.

