



A Milan, l'ambiance est à la constance

Pour les collections
printemps-été 2026,
présentées lors de la
fashion week italienne,
Prada, Max Mara
et Emporio Armani
misent sur leur style
intemporel, y ajoutant
parfois un brin
de fantaisie

REPORTAGE

MILAN (ITALIE) - envoyée spéciale

Après la tempête, le calme. Les premiers jours de la fashion week printemps-été 2026 de Milan (Italie), organisée du 23 au 29 septembre, ont été marqués par l'agitation autour de Gucci. Les 23 et 24 septembre, la marque florentine, qui compte sur son nouveau designer, Demna, pour se relancer après deux ans d'errance, a privatisé, au cœur de la capitale lombarde, le bâtiment abritant la Bourse pour y installer un cinéma éphémère et y mettre en scène sa nouvelle collection. La projection a attiré son lot de badauds venus voir le parterre de stars et a alimenté des conversations sans fin dans le milieu de la mode (un court-métrage peut-il sauver Gucci?).

Les jours suivant ce début en fanfare semblent d'autant plus calmes qu'ils sont dévolus aux marques les plus installées de la fashion week milanaise, celles qui font preuve de constance et dont les directeurs artistiques battent des records de longévité.

La journée du jeudi 25 septembre s'est ouverte avec Max Mara. Le sexagénaire britannique Ian Griffiths, qui a rejoint l'entreprise en 1987, y occupe le poste de directeur artistique depuis 2009. La marque a toujours mis en avant l'intemporalité de son style bourgeois, dont l'ample manteau beige constitue l'éternel symbole. L'heure n'est pas à la révolution. Et si elle devait advenir, ce ne serait sans doute pas par le biais d'une collection estivale qui a toujours représenté un petit casse-tête pour cette marque spécialiste du cachemire et de la laine.

Ian Griffiths, fidèle à ses habitudes, a cherché un personnage historique féminin comme source d'inspiration, en l'occurrence la marquise de Pompadour. Des tenues du XVIII^e siècle, il a retenu les volants et un certain sens du volume qu'il applique aux manches de ses tailleurs beiges

ou en ceinture autour de ses jupes crayon. Pour prendre un peu de distance avec le sujet, il ajoute aux silhouettes des élastiques noirs, qui, croisés dans le dos d'une robe, servent à la mouler sur le corps, ou, portés à même la peau sur le ventre, ne servent à rien. Les plus jolies pièces sont sans surprise les plus hivernales, à l'instar d'un pull en maille doté d'un col roulé ondulant autour du cou, d'un port aristocratique.

Chez Prada aussi, la formule est connue : le show a lieu à la fondation de la marque ; le quartier est bouclé par la police, qui essaie de gérer le flot automobile, les innombrables photographes de rue et les modeux errant sans invitation, mais avec un look très étudié, aux abords du défilé. Sans oublier les fans survoltés prêts à attendre des heures pour apercevoir leurs idoles, cette fois-ci des membres masculins des groupes sud-coréen Enhypen et thaïlandais Bus.

En matière de vêtements, Miuccia Prada, 76 ans – qui a rejoint l'entreprise familiale en 1978 –, et Raf Simons, 57 ans, réservent encore des surprises. Après avoir présenté une collection masculine un peu paresseuse en juin, le tandem reprend du poil de la bête. Cette saison, chaque vêtement est un transfuge ; il résulte de la fusion de deux idées connues pour aboutir à un format à la fois familial et nouveau. Une chemise de gardien, avec ses poches plaquées et ses pattes d'épaule, est transplantée dans une robe corolle ; une brassière, taillée dans une soie légère comme une nuisette, flotte autour de la poitrine sans remplir son rôle de maintien ; les pulls à col en V sont si courts et échancrés qu'ils occupent une fonction purement décorative.

Couleurs acides

« On regarde le passé, mais on ne veut surtout pas le copier. On recompose les pièces vers lesquelles on se sent naturellement attirés en ce moment », explique le duo, qui

veut, à travers cette collection, « prôner la liberté de s'habiller comme on veut ». Le détournement du vestiaire classique, qui est un principe fondamental chez Prada, est réalisé avec dextérité et dynamisé par un choix de couleurs acides (citron vert, tourmesol, turquoise...) qui en font une bonne collection estivale.

S'il y a une marque où le temps semble s'être arrêté, c'est bien chez Armani. Le fondateur, Giorgio Armani, qui n'a cessé de travailler jusqu'à sa mort, à l'âge de 91 ans, le 4 septembre, avait mis au point un format de défilé immuable, tant sur la forme que sur le fond. Pour la semaine de la mode milanaise, il organisait chaque saison deux shows, chacun dupliqué pour accueillir tous les invités : l'un pour Emporio Armani, sa ligne plus abordable ; l'autre pour Giorgio Armani, plus luxueuse. L'absolue constance dans le style des vêtements, le décor, le choix de la musique donnait parfois l'impression d'assister à un événement d'une autre décennie, d'un autre millénaire. Impression renforcée par le fait que, ses défilés ne réservant pas ou peu de surprises, la plupart des invités les regardaient sans sortir leur portable pour les photographier.

En l'absence du fondateur, rien ne change. Le défilé Emporio Armani est montré au siège de la maison, un bâtiment de béton conçu par Tadao Ando en 2001. La bande-son, entre lounge et musique du monde, qui évoque les compilations du Buddha-Bar, enrobe une collection qui commence par des tenues du jour souples, déclinées dans les tons beiges et gris, avant de progresser vers les tenues du soir, qui se distinguent par leur brillance et leurs nuances soutenues – du bleu roi au rose fuchsia. Cette saison respecte toutes ces règles tacites. Une seule différence : Giorgio Armani n'étant plus là pour saluer, c'est sa nièce Silvana Armani, chargée des collections féminines, qui est venue à sa place.

A quoi va ressembler l'avenir? A court terme, notamment dimanche 28 septembre, pour le défilé Giorgio Armani qui marquera les 50 ans de la maison, on peut raisonnablement penser que la formule n'évoluera pas. Mais d'ici à dix-huit mois, tout est possible: le testament de Giorgio Armani oblige les actionnaires à céder une part de son capital à une multinationale qui pourra devenir majoritaire. Alors, ce sera

l'heure des changements en profondeur. ■

ELVIRE VON BARDELEBEN

**Des tenues
du XVIII^e siècle
qui l'ont inspiré,
Ian Griffiths,
chez Max Mara,
a retenu
les volants
et un certain
sens du volume**



Prada. PRADA



Emporio Armani. EMPORIO ARMANI



Tod's. STEFANO RELLANDINI/AFP

