

MODE/

Pluie de nouvelles têtes sur les grandes maisons

Les marques de mode les plus importantes entament cette saison un tournant majeur, avec notamment l'arrivée de Jonathan Anderson chez Dior, Pierpaolo Piccioli chez Balenciaga et Matthieu Blazy chez Chanel.

La Fashion Week qui s'est ouverte lundi à Paris et se poursuivra jusqu'au mardi 7 octobre s'annonce déjà l'une des plus intéressantes à observer des dernières années. Jamais on n'aura vu autant de nouvelles têtes prendre la direction de maisons prestigieuses alors que l'industrie du luxe vit des temps difficiles liés à la récession mondiale. La tectonique des plaques de la mode aura-t-elle un effet sauveteur sur la création ? Une génération de designers doit faire ses preuves avec une pression grandissante liée à des enjeux économiques toujours plus gigantesques.

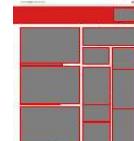
76 défilés. A Milan où les défilés précèdent ceux de Paris, les premiers pas de Dario Vitale, venu de Prada, chez Versace, dézingué sur les réseaux sociaux, mais globalement soutenus par les médias, démontrent encore que l'exercice est périlleux. Il faut avoir le cœur bien accroché et beaucoup de sang-froid pour assurer le show. En Italie, on a aussi découvert la première collection

de la Britannique Louise Trotter chez Bottega Veneta et les premiers looks de Demna chez Gucci, navire amiral du groupe Kering, accueillis avec une bienveillance qui confirme le capital sympathie, au-delà de leur talent, de ces deux figures désormais bien connues.

Paris accueille de son côté 76 défilés et 37 présentations (inscrites au calendrier officiel de la Fédération de la haute couture et de la mode), ce qui confirme par les chiffres que cette Semaine de la mode reste la plus importante de l'industrie. Un nombre impressionnant de créateurs (des hommes dans leur immense majorité) présenteront leur première collection féminine (printemps-été 2026).

Parmi les grandes maisons du luxe, c'est vers Dior et Chanel que tous les regards se tourneront, avec un face-à-face a priori de haute qualité. Jonathan Anderson à la tête de la création de la maison Dior (LVMH) dévoilera sa première collection femme, après son galop d'essai à l'homme en juin dernier.





De son côté, l'arrivée de Matthieu Blazy chez Chanel marque un tournant et le début d'une nouvelle ère pour ces marques qui incarnent une certaine idée de la femme française, et qui restent, avec Hermès, les plus prestigieuses de l'industrie de la mode. L'Irlandais est attendu mercredi. Le Franco-Belge, lui, défilera exceptionnellement le 6 octobre à 20 heures. Le préfet de police de Paris a en effet demandé à la Fédération de décaler les plus gros événements prévus mardi 7 octobre, jour de commémoration des deux ans de l'attaque du Hamas en Israël, pour éviter les rassemblements trop importants.

Inconnus du grand public. Outre les deux mastodontes de la mode qui seront, on le présume, largement comparés, notamment par une nouvelle génération d'influenceurs-commentateurs très en verve sur les réseaux sociaux (*lire ci-contre*), Paris accueillera Miguel Castro Freitas chez Mugler, Mark Howard Thomas chez Carven, Jack

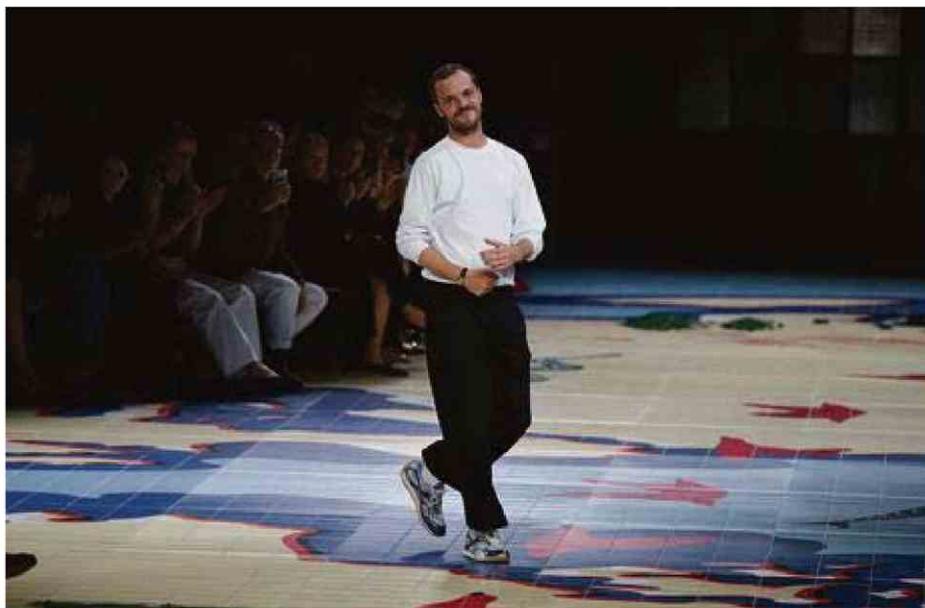
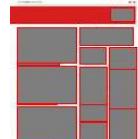
McCollough et Lazaro Hernandez chez Loewe, Pierpaolo Piccioli venu de Valentino chez Balenciaga, Duran Lantink pour Jean Paul Gaultier. A noter aussi le «chapitre 2» de Sarah Burton pour Givenchy après son show très prometteur en mars, tout comme Julian Klausner chez Dries Van Noten et Haider Ackermann chez Tom Ford, ainsi que Michael Rider chez Celine.

Le grand point commun à l'ensemble de ces designers, pour certains totalement inconnus du grand public, est qu'ils conservent une posture en retrait pour laisser exister la marque dont ils prennent les rênes, un paradoxe à l'heure des réseaux sociaux tout-puissants. Tous se doivent aussi de faire perdurer une marque prestigieuse, en se réappropriant ses codes tout en faisant oublier le fondateur de la maison ou un prédecesseur à l'aura écrasante. Avec par ailleurs un sens du produit et l'envie de briller, pour mettre Paris à ses pieds.

M.Ott.

**Le point commun
à ces designers
est qu'ils conservent
une posture en retrait
pour laisser exister la
marque dont ils prennent
les rênes, un paradoxe
à l'heure des réseaux
sociaux tout-puissants.**

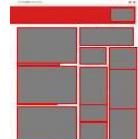




Matthieu Blazy (Chanel). PHOTO GIORDANO RICCARDO. IPA. ABACA



Pierpaolo Piccioli (Balenciaga). PHOTO GETTY IMAGES VIA AFP



Jonathan Anderson (Dior). PHOTO GETTY IMAGES VIA AFP