



## STYLE

## Lyas, l'influenceur français qui veut renverser la Fashion Week

Tout est parti d'une blague. Ou plutôt d'une grosse déception. « En avril dernier, je n'ai pas été invité au défilé Dior Homme, le premier de Jonathan Anderson, celui que j'ai attendu toute l'année, se souvient Lyas, de son vrai nom Elias Medini, influenceur de 26 ans suivi par près d'un demi-million de personnes sur TikTok (365 000 sur Instagram). Ma relation avec la maison a toujours été compliquée. Ils m'invitent, on s'embrouille (le garçon partage avec sa communauté son avis souvent tranché sur les défilés, NDLR), ils me blacklistent, puis finissent par m'inviter de nouveau. Et là, comme ils m'avaient permis de visiter leurs archives, ce qui est très rare, j'étais sûr de recevoir le précieux sésame. » D'autant que la hype autour de son compte Instagram ne cesse de grandir, il est même reçu sur les ondes de France Inter et le plateau de « Quotidien ». Mais quelques jours avant le show, c'est la douche froide : « J'étais de retour de la Fashion Week milanaise quand mon agent m'appelle et m'annonce : « Bon, c'est mort, tu n'es pas invité ! » »

Beaucoup auraient maudit le service de communication sur trois générations. Certains auraient fait des pieds et des mains pour rentrer par tous les moyens. Lyas, lui, estime qu'il y a quelque chose de positif à tirer de son amertume. « Mes plus grandes émotions de mode, je les ai ressenties dans ma chambre, devant mon ordinateur. J'ai voulu reproduire ce moment intime, mais en communion avec les autres. Je me suis donc dit : pourquoi ne pas organiser un visionnage du show en direct comme pour un match de foot ? Et recréer l'ambiance de défilé qui, à la fin, est une

expérience collective. Dans ma tête, il suffisait que j'organise ça dans un bar, que je dise à tout le monde de venir et que je croise les doigts pour qu'ils viennent ! » Ce que l'agitateur des réseaux sociaux n'imagine pas, c'est qu'ils sont nombreux, comme lui, à ressentir ce Fomo (« Fear of missing out », « la peur de rater quelque chose ») à l'occasion de ce premier défilé de Jonathan Anderson. Des passionnés de mode qui trouvent aussi « un peu triste » de découvrir les collections de leur designer préféré tous seuls chez eux.

Lyas propose l'affaire au bar près de chez lui, Le Saint Denis, dans le 10<sup>e</sup> arrondissement de Paris, et pense un moment descendre sa propre télévision pour diffuser le défilé. « Mais elle est très grande et j'avais peur que ce soit ridicule si on n'était que dix devant mon écran 65 pouces. » Il préfère acheter un écran plus modeste à la Fnac, « un modèle de démonstration, parce que c'était moins cher ! » Mais ils ne seront pas 10 à vivre cette première Watch Party, mais... 300 ! Instantanément, les images de cette jeunesse, bière à la main, qui vibre devant les premiers looks Dior de Jonathan Anderson, font le tour des réseaux sociaux. Les cadors de la communication du luxe sont bluffés par l'événement et son retentissement. Le New York Times le relate dans ses colonnes : « C'est comme la finale de la Ligue des champions pour les filles et les gays. » Même Meta a appelé le garçon « pour payer l'addition ! Aujourd'hui, leurs équipes nous aident beaucoup. »

## Une caserne de pompiers

Car le Parisien d'adoption, originaire de

Rennes, ne compte pas s'arrêter à cette première fois. Il a même réitéré l'expérience il y a huit jours à Londres, où il a réuni une centaine de personnes dans un pub pour le défilé de la créatrice Dilara Findikoglu. Le 26 septembre, même succès à Milan avec la diffusion du show The Attico et de Bottega Veneta, le lendemain, depuis la terrasse du bar Tommasi. La plupart des professionnels du secteur qui font aujourd'hui partie des premiers rangs applaudissent l'initiative : « C'est exactement ce dont je rêvais, jeune : un endroit où retrouver plein de gens comme moi qui aiment la mode, les défilés et les créateurs », nous confie l'un d'entre eux.

Pour Paris, le garçon a vu encore plus grand, en organisant une à deux Watch Parties par jour à La Caserne, l'ancienne caserne de pompiers au-dessus de la gare de l'Est reconvertie en lieu multiculturel et « incubateur de mode ». Le programme est même soutenu par plusieurs sponsors, dont MAC Cosmetics, Vinted et Budweiser - le géant de la bière américaine finance les boissons, mais aussi un écran de 3,5 mètres reprenant la forme d'un Mac Book. Outre la projection du show, les invités auront droit à des immersions dans les backstages, des sets de DJ, des tombolas pour gagner de vraies invitations aux défilés. Lancement des festivités hier soir à 18 heures pour le show Saint Laurent. Et si c'était au tour des happy few assis au show d'avoir le Fomo... ■

V. G.

Du 29 septembre au 6 octobre, à La Caserne, 12, rue Philippe-de-Girard, 75010 Paris.





**Le Rennais de 26 ans organise  
des projections de défilés  
pour les passionnés de mode.**

STEFANIA D'ALESSANDRO/WIREIMAGE

