

## STYLE

# La Fashion Week de Paris et ses instants de grâce

Les larmes à l'issue du défilé de Pieter Mulier chez Alaïa, les applaudissements pour les enfants concertistes et le vestiaire prometteur de Glenn Martens chez Maison Margiela, et les frissons devant la gardian sexy d'Hermès... L'émotion était de la partie ce week-end sur les défilés.

**Hélène Guillaume**

**D**ans le foot comme dans la mode, le mercato a un impact psychologique, émotionnel et créatif souvent négligé. On s'inquiète en général des transferts ultramédiatisés qui vivent la pression colossale du premier match (Kylian Mbappé au Real) ou du premier défilé (Jonathan Anderson chez Dior). On se demande souvent comment le club ou la marque qui a perdu sa star va repenser son schéma tactique - un PSG qui fait grandir Dembélé, un Loewe qui recrute Jack McCollough et Lazaro Hernandez avec succès. On observe parfois le sursaut des « anciens » qui montrent que l'expérience fait la différence, comme Modric à Madrid et, lors de cette Fashion Week, Anthony Vaccarello chez Saint Laurent ou Nadège Vanhée chez Hermès.

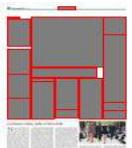
En revanche, quid de ceux dont le nom

a circulé pour rejoindre une « plus grosse » équipe sans que ça ne se soit concrétisé ? Dans le foot, les exemples sont légion de joueurs qui, sous la pression des rumeurs, gâchent leur saison mais, une fois le mercato terminé, reviennent meilleurs que jamais (Marco Reus devenu une légende de Dortmund, Gerrard de Liverpool, etc.). Est-ce le cas du créateur Pieter Mulier ? Le nom du designer belge depuis 2021 chez Alaïa (dans le giron du groupe Richemont) faisait partie de la « top list » (du moins, selon les rumeurs) d'à peu près tous les recrutements depuis plus d'un an, et en particulier de Chanel et de Balenciaga. En mars dernier, si son défilé avait été plébiscité par son fan-club, il nous avait semblé forcé, avec ses femmes entravées dans des robes sculpturales à l'excès comme si le créateur dont l'esprit était probable-

ment occupé par les rumeurs et les négociations, avait besoin de prouver quelque chose. Mais ça y est, la saison des transferts est enfin close ! Et, ce samedi matin, Pieter Mulier nous semble enfin libéré, délivré.

Pour le plaisir des stakhanovistes de la Fashion Week qui fatiguent en ce dernier week-end de collections, il offre un moment de grâce à la Fondation Cartier du boulevard Raspail, dont ce défilé Alaïa est le tout dernier événement (avant son déménagement place du Palais-Royal le 25 octobre). Alors que la pluie frappe les vitres de la structure, les visages en gros plan des mannequins (Vittoria Ceretti, Loli Bahia, Julia Nobis...) apparaissent sur le sol et se reflètent sur le plafond en miroir. « Nous avons réalisé ce film nous-mêmes pendant deux nuits, avec l'idée de créer pour vous une bulle de beauté loin d'Instagram et





de l'actualité», explique le directeur artistique quelques minutes après le show.

En quarante-six looks tous extrêmement raffinés, Mulier marche dans les pas d'un géant (de 1,57 m), Azzedine Alaïa. Et propose de très beaux archétypes de la maison (veste sans revers fendue sur les côtés vert saphir, Perfecto en cuir, blouse en popeline noire, caban en python) et des pièces hybrides renversantes de beauté, comme ce pantalon (ou serait-ce une jupe ?) taillé dans un coton rouge magenta complètement ouvert sur la jambe et noué à la cheville. Le soir est particulièrement puissant, entre lyrisme d'un autre temps et radicalité moderniste, à l'image de ce manteau échevelé en franges de soie ivoire ou ce jupon de soie vert forêt qui s'évase en drapé.

«*J'ai dit à mon équipe que je voulais des vêtements qui pleurent, d'où ces franges, mais aussi ces drapés qui pendent du cou. Mais avec romantisme, car il y a de l'espérance dans tout cela. Toute la collection existe dans cette tension, entre ce qui est relâché et ce qui est tiré.*» Il dit aussi qu'il voulait «des extrêmes de luxe et de simplicité, sans rien entre les deux». Le show s'achève, le designer sort saluer tout sourire jusqu'à ce qu'il croise le regard de son mentor et ami, Raf Simons, en larmes. Ils se serrent dans les bras alors que tout le monde, ému, applaudit, y compris Kim Kardashian, quasi méconnaissable avec ses cheveux courts à la Kris Jenner, sa mère.

Deux heures plus tard, à l'autre bout de Paris, un autre Belge doit lui aussi enfiler le costume d'un monstre sacré de la mode, Martin Margiela. Il s'agit de Glenn Martens, 42 ans, dans l'écurie de Renzo Rosso (le groupe OTB) depuis 2020 chez Diesel, et donc nommé chez **Maison Margiela** en janvier dernier. En juillet, il présente une première collection couture bluffante à tous égards, et pourtant la barre est haute puisque l'ultime défilé de son prédécesseur direct, John Galliano, en janvier 2024, est entré dans les annales. En revanche, durant son règne, le Britannique s'est moins intéressé au prêt-à-porter, ce qui laisse le champ à Martens pour redéfinir les fondamentaux de Margiela.

À commencer par le lieu et la scénographie de la collection, présentée au Cent-quatre, dans le 19<sup>e</sup> arrondissement. Si le centre culturel accueille régulièrement la mode, il est toujours assez troublant de

voir des kilomètres de berlines noires déposant des gens luxueusement habillés dans ce quartier populaire à la frontière d'Aubervilliers. Ce qui nous rappelle évidemment ce jour d'octobre 1989 lorsque Martin Margiela faisait venir ce public VIP dans un squat du 20<sup>e</sup> arrondissement où il avait aussi convié les enfants du coin à participer aux invitations et à assister au défilé. Certains y avaient vu une exploitation de la misère, comme Gérard Lefort, qui écrivait dans *Libération* : «*Cette fois, on a franchi une frontière - de la Cour Carrée du Louvre à la cour des Miracles - qui n'aurait jamais dû être franchie : celle de l'indécence.*» De nos jours, ce choc des cultures ne choque plus. Et lorsque les soixante et un musiciens de 7 à 15 ans paraissent dans leurs costumes trois fois trop grands, le public de Glenn Martens (dont les guest-stars Kylie Jenner et Kim Kardashian) applaudit à tout rompre et rit lorsque ces violonistes, trompettistes, pianistes en herbe (tous originaires de Romilly-sur-Seine) entament le *Zarathoustra* de Strauss avec beaucoup d'enthousiasme et de fausses notes.

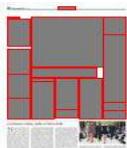
Lorsque le premier mannequin arrive dans une longue veste en cuir ouverte sur le torse nu et pantalon assorti, très beau, quelque chose nous gêne pourtant. C'est l'écarteur en métal enfoncé dans la bouche de la jeune femme qui lui donne des airs de Hannibal Lecter ou de sculptures de Messerschmitt. Est-ce un clin d'œil à l'habitude margielesque d'anonymiser les mannequins, souvent en leur couvrant le visage ? Mais, passé cette gêne visuelle, on s'attache aux vêtements, du vrai prêt-à-porter de créateur comme on n'en avait pas vu depuis longtemps. Martens, dont le travail a toujours été influencé par Margiela, ne boude pas son plaisir en reprenant les classiques jean, trench, veste en cuir, mais aussi des nuisettes «trashisées» par du scotch collé sur les ourlets et des robes en soie imprimée à partir de scan de vraies fleurs. Il reprend aussi le concept de prendre une pièce ou une tenue complète et de l'envelopper sous plastique ou nylon entre housse de pressing et blister de supermarché (magnifique, cette robe faite d'une housse recouvrant un blazer porté par Hanne Gaby). Une prestation plus que prometteuse qui s'achève dans les applaudissements et le sourire des enfants qui ont eu le temps de massacrer joyeusement *Le Lac des cygnes*, *Carmen* et Beethoven.

Ces jours-ci, la campagne pour les nouveaux rouges à lèvres Hermès bat son plein à Paris. «*Le rouge, tout le rouge, rien que le rouge*» («*Red, only red, nothing but red*» chez nos amis anglo-saxons) a tout du slogan percutant qui devrait inciter les filles de tous âges à pousser la porte du sellier. Plus tard, peut-être qu'elles achèteront un parfum, puis un carré, et un jour, on leur souhaite, un sac (le grail de la maroquinerie mondiale). Encore mieux, un jour, l'une d'entre elles sera peut-être une VIC (Very Important Client) invitée à un défilé de Nadège Vanhée comme celui de samedi après-midi à la garde républicaine. Voilà déjà de nombreuses saisons que la marque défile à la caserne des Célestins, dans le manège principal entouré des écuries. Et le cheval est encore au cœur de cette collection de l'été 2026 que la directrice artistique appelle joliment «À brides lâchées».

À l'origine de ce vestiaire, une selle camarguaise réalisée dans les années 1930 par les artisans d'Hermès pour le comédien Charles Vanel et rachetée par la maison à l'occasion d'une vente aux enchères au début des années 2000. Une selle au cuir glacé presque acajou, au tresséquin relevé comme un dossier et au pommeau ergonomique comme un joystick. On en retrouve le sublime veau ciré à la main marron fauve façonné en un boléro équestre d'où dépasse une longue chemise en coton blanc craquant. Si la maison est extrêmement vigilante à rester fidèle à ses origines et à ses valeurs, Nadège Vanhée n'est pas la moins loyale, et, cette saison, elle explore une nouvelle fois le style équestre, mais plus libre, plus relâché, plus solaire, en écho à cette Camargue photographiée par Lucien Clergue (dont elle est fan). «*C'est une terre de bohème, une terre de rêve, de folklore, dit-elle quelques minutes avant le défilé. J'adore par exemple la fameuse histoire de la bête du Vacarès, qui était une sorte de minotaure et est l'un des derniers mythes folkloriques français.*»

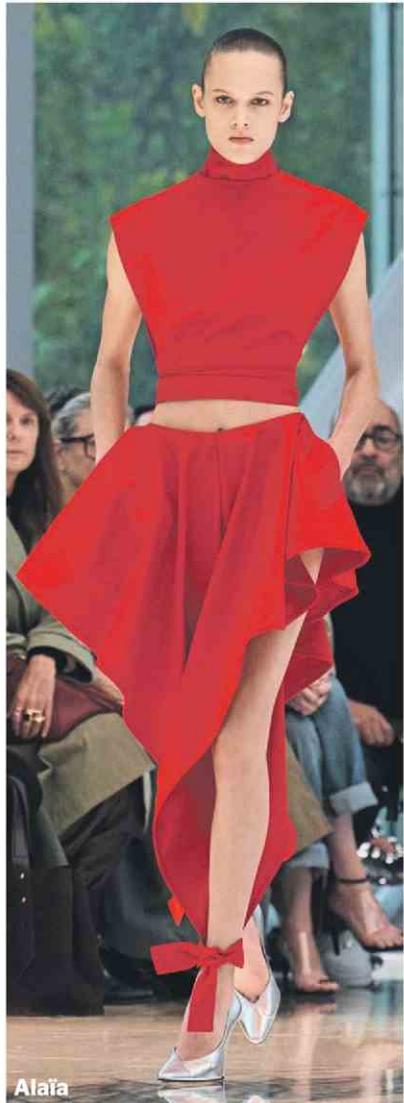
Il y a de la peau, de la sensualité, des brassières qui gainent les seins, des harnais lacés sur des vestes équestres et des mini-cyclistes en maille sous des shorts portefeuilles en cuir, dans le vestiaire de cette gardian de l'été 2025. Maximaliste, elle entortille un carré de soie dans son collier à maille gourmette, accumule les bracelets en argent Chaîne d'ancre Aléa II, enfile ses bottes de jumping en veau velours, et porte son Kelly hobo par-dessus l'épaule, ou ba-





lance du bout des doigts son très, très cool sac Bride de jour. Cette fille veut du cuir et du sex-appeal, elle aussi est libérée. Comme Nadège Vanhée, qui, après dix ans à la tête des collections féminines du sellier, s'autorise de plus en plus de pas de côté. «Avec tous ces changements de directeurs

artistiques, ça va être intéressant de voir comment les maisons vont revoir leur répertoire, dit-elle. Mais j'espère aussi qu'on va voir leur travail sur une longue portée. Un directeur artistique, c'est souvent comme les bons vins, qui se révèlent, se décantent avec le temps.» ■



Alaïa



Maison Margiela



Hermès

UMBERTO FRATINI / GORUNWAY.COM - SDP : FILIPPO FIOR / GORUNWAY.COM

