

STYLE

L'actualité a-t-elle sa place sur les podiums ?

Dimanche dernier, Alessandro Michele faisait défiler chez Valentino des créatures fantômes du fascisme italien... tandis que chez Chloé renaissait un style eighties conquérant et que Lacoste revisitait son allure sportive.

Valérie Guédon

« Alessandro Michele est de ces créateurs si perméables au monde qui les entourent qu'ils ne peuvent s'empêcher d'injecter dans leurs créations les turpitudes de nos sociétés », nous glisse une consoeur alors qu'on échange nos impressions sur le dernier défilé **Valentino**. Ce dimanche après-midi, sur le parvis de l'Institut du monde arabe, tout commence dans une gigantesque « boîte » noire qu'on pénètre en suivant la lumière au bout du couloir. Les invités prennent place dans une arène carrée surplombée de projecteurs LED blancs qui tournoient au-dessus de nos têtes. Puis ils s'éteignent, et la voix douce de Pamela Anderson (présente dans les gradins ainsi que la chanteuse Lana Del Rey et l'acteur Colman Domingo entre autres amis stars du designer romain) déclame un texte en anglais : « Le 1er février 1941, en cette période sombre où la fureur de la guerre

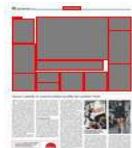
balaye le pays et où les unités anti-aériennes déchirent le silence des cieux, un étudiant envoie une lettre à un ami d'enfance. Il lui parle de la lueur changeante du désir - érotique, espiègle, innocente - qui continue de brûler malgré les ombres inquiétantes qui obscurcissent son présent. »

Cet étudiant, c'est Pier Paolo Pasolini. « Les lucioles qu'il évoque représentent, à ses yeux, la capacité à résister à la nuit la plus sombre : des lumières erratiques débordantes de vie, des fragments intermittents de poésie incarnée, des lueurs si insaisissables qu'elles survivent à l'obscurité du fascisme au pouvoir », reprend la voix de l'Américaine. Il est difficile de ne pas penser au rôle de la mode, à la futilité de la Fashion Week au regard des gouvernements qui tombent à la chaîne et à la montée des extrêmes menaçant plus que jamais nos démocraties. Mais arrive le premier mannequin, fin comme une allumette, perché sur ses hauts talons qui va-

cillent, vêtu d'un top drapé à noeuds bleu ciel et pantalon jaune citrine. Nos sièges vibrent suivant les basses de la musique dramatique. Au bout du dixième passage de robes du soir à manches gigot à l'allure années 1940, fourreaux drapés asymétriques et robes à traîne brodées de strass, on se croirait à une séance de cinéma dynamique. La « projection » s'arrête alors que les 80 mannequins faméliques reviennent pour faire les cent pas, puis s'arrêtent en levant la tête vers de petites lucioles lumineuses... Si on est loin du glamour jet-set du fondateur Valentino Garavani, on ne peut s'empêcher d'être touchée par ce show mis en scène par Alessandro Michele et l'artiste Nonotak. N'était-ce pas le but ?

Un vestiaire du quotidien, c'est ce que l'on s'attend à voir chez **Chloé**. Mais Chemena Kamali a décidé de prendre le contre-pied. « Je voulais repousser la perception que l'on se fait de





► 7 octobre 2025 - et vous

Chloé, explique la directrice artistique qui a pris ses marques depuis sa nomination en 2023. *Les codes de cette maison sont très forts et je crois avoir reconstruit ses fondations. J'ai l'impression que maintenant, j'ai l'espace pour explorer de nouveaux territoires, de nouvelles choses qui n'ont pas encore été faites, qui pourraient sembler contradictoires, voire paradoxaux par rapport à l'esprit Chloé mais qui ne le sont pas.* Ces choses, ce sont le drapé (un exercice que la styliste dit préférer aux dessins pour imaginer ses silhouettes) et le côté « couture qui n'en est pas » de Gaby Aghion quand elle a fondé sa marque en 1952, la première de prêt-à-porter de luxe.

« Gaby était vraiment anticouture, précise Kamali. Elle n'aimait pas l'idée qu'on s'en faisait pendant l'après-guerre qu'elle trouvait trop rigide. À l'époque, la presse la percevait comme une styliste « entre deux » car elle s'inspirait de la sophistication de la haute couture parisienne mais en la débarrassant de ses constructions trop lourdes et de ses présentations pompeuses dans des salons guindés. » Alors que sur tous les Abribus de Paris s'affichent les images « à la

cool » d'une Kendall Jenner en jean et débardeur blanc alanguie à côté de son Paddington, le sac best-seller des années 2000 que la maison relance cette saison, Chemena envoie sur le podium une jolie madame en total look fleuri, la jupe richement drapée enfilée sur un maillot de bain rétro du même motif. Elle a aussi des allures eighties avec son rouge à lèvres criard et ses cheveux plaqués au gel d'un coup de peigne. Le Paddington ayant été remplacé par une minaudière « hortensia » en cuir qu'elle balance par-dessus son épaule. Les blondes influenceuses au premier rang n'en perdent pas une miette !

Souvent, Pelagia Kolotouros, la directrice artistique de Lacoste, s'inspire d'images et d'histoires qui ont jalonné la vie de René Lacoste, le fondateur. Cette saison, rebelo. Un cliché des quatre Mousquetaires dans les vestiaires du Racing Club dans les années 1920 a attiré son attention. Mais c'est aussi ses conversations avec Venus Williams et Novak Djokovic, tous deux égéries de la marque, qui ont alimenté son esprit pour cette garde-robe estivale résolu-

ment sport - ce qui nous ravit. « À la suite de mes échanges avec ces grands athlètes, j'ai commencé à me questionner sur ce qui se passe dans le vestiaire avant ou après un match, et à leur psychologie, à leur vulnérabilité dans ces moments-là, qu'il s'agisse du bonheur de la victoire ou de la tristesse de la défaite. »

En ce dimanche matin, sur un podium de carreaux blanc et vert, entourés par un public assis sur des piles de serviettes de bain, filles et garçons déambulent dans la lumière solaire, sous la verrière de la cour du lycée Carnot. Ils portent (encore) ces costumes revisités qui, pour l'Américaine, incarnent le chic à la française et surtout celui du Crocodile... Mais aussi des joggings de nylon technique aux couleurs pop dont un orange terre battue très séduisant et des variations du polo en piqué de coton, emblème de la marque, décliné ici dans une version liquette en popeline, éponge, laine et mohair. ■



ALESSANDRO LUCONI : ALESSANDRO GAROFALO

