

La mode a-t-elle encore besoin de designers stars ?

Par Hélène Guillaume | Le 15 mars 2017



Tandis que les chaises musicales des directeurs artistiques se poursuivent, certains évoquent de nouveaux mod es créatifs, privilégiant les collaborations et le décloisonnement.

Vendredi dernier, la maison Chloé annonçait l'arrivée de Natacha Ramsay-Levi, transfuge de Louis Vuitton, pour prendre la succession de la Britannique Clare Waight Keller dont on ignore encore les projets (au studio d'une grande marque anglaise ?). Givenchy, depuis le départ de Riccardo Tisci qui vient de signer un nouveau partenariat avec Nike avant peut-être un contrat en bonne et due forme avec un grand nom du luxe (Versace ?), n'a pas encore r v el e l'identité de son futur directeur artistique. Ce matin, Jil Sander diffusait un communiqu e au sujet de sa séparation avec Rodolfo Paglialunga – le nom de Lucie Meier ex-Dior circule pour le remplacer.

De nouvelles formes de collaborations

Mais alors que le mercato tourne à plein régime, certains tentent de nouvelles propositions, des alternatives au fameux binôme créateur star/PDG qui prévaut depuis Yves Saint Laurent/Pierre Bergé. Andrew Rosen, vice-président du groupe Fast Retailing (Uniqlo, Helmut Lang, Theory...) est de ceux-là. Pour la marque Helmut Lang, il tente une approche différente, nommant une journaliste du magazine anglais pointu *Dazed & Confused*, « éditrice à résidence » qui, à son tour vient d'engager une collaboration ponctuelle avec Shayne Olivier, le styliste de la marque américaine Hood by Air. Selon M. Rosen, c'est la forme la plus aboutie du *turn-over* des designers qui, de fait, ne dépassent plus guère les cinq ans dans les maisons.

« En réalité, le concept de nommer une personnalité qui n'est pas du sérail, existe depuis longtemps, nuance Anne Raphaël, responsable de la practice luxe, mode et retail au sein du cabinet de chasse de tête Boyden. Carine Roitfeld du temps de Gucci par Tom Ford était déjà considérée comme une muse aidant aux arbitrages et étant extérieur à l'organisation de la société. Ce qui me frappe aujourd'hui, et qui est au demeurant passionnant, c'est le décroisement s'opérant un peu partout dans la mode. L'exemple le plus frappant est la collaboration entre Louis Vuitton et la marque de skate Supreme. Aujourd'hui le luxe ne peut rester dans une posture de tour d'ivoire, il est au bout de la rue. »

Découvrir le défilé Hood by Air printemps-été 2017

E *En images*

Est-ce la fin des designers stars ?

« C'est la fin d'un modèle unique et raide. C'est aux dirigeants de gérer les rythmes : il faut passer par des phases de designers stars qui provoquent la rupture – et souvent des difficultés dans l'organisation - et par des phases plus stables, plus sereines. Plus collaboratives aussi, poursuit la spécialiste. D'ailleurs on observe aussi un renouvellement de génération chez dirigeants : quand à 40 ans, on est à la tête d'une entreprise de mode, on entretient un rapport nécessairement plus décomplexé à l'image et au digital, mais aussi au décloisonnement. Mais attention, l'idée du collectif n'a rien d'humaniste. C'est pour gagner. »

La rédaction vous conseille :

Chloé annonce l'arrivée de Natacha Ramsay-Levi

Louis Vuitton, Paul & Joe... Paris renforce son statut de place forte de la mode

Chanel, Alexander McQueen... Des collections en apesanteur à Paris

Tags : Helmut Lang seen by Shayne Oliver, mercato

À PROPOS DE L'AUTEUR

Hélène Guillaume Le Figaro



Journaliste

SES DERNIERS ARTICLES

Karl Lagerfeld embarque Chanel à Hambourg pour son défilé des métiers d'art

Karl Lagerfeld : "Je suis à 90% virtuel"

Les «petites» marques fétiches de Brigitte Macron

© Madame Figaro