

Défilés Haute couture : la France décourage-t-elle ses Yves Saint Laurent d'aujourd'hui ?

A l'heure actuelle, le passage dans une vieille maison pour un jeune créateur de mode semble incontournable. Pourtant les places coûtent cher et tous n'y ont pas accès. Focus sur un milieu aussi élégant qu'exigeant.

Avec Nadia Le
Gendre

Atlantico : Qui sont aujourd'hui les créateurs les plus prometteurs et où officient-ils ?

Nadia Le Gendre : Les créateurs prometteurs sont nombreux. On en retrouve chez Nina Ricci, chez Dior, chez Lanvin, etc. Parmi eux, on peut noter Alexander Wang, Américain d'origine chinoise, qui a repris Balenciaga. **Dans toutes les grandes maisons de mode, il y a des jeunes créateurs qui ont été recrutés récemment.** On peut noter également le Belge Cédric Charlier, qui vient de signer une collection pour La Redoute. Les maisons françaises attirent Français ou élèves issus d'écoles étrangères, qui sont sous le regard de tous les journalistes de mode.

Ce qu'il faut savoir, c'est qu'il y a une **forte influence d'Anna Wintour** (*rédactrice en chef de l'édition américaine du magazine Vogue, ndlr*) **et de la presse américaine**, qui ont placé Wang chez Balenciaga, et qui placent petit à petit d'autres créateurs.

Aujourd'hui, il y a un changement : on ne recrute plus de stars, on recrute des jeunes créateurs discrets, moins galvanisés par une aura médiatique. **Le phénomène Galliano est terminé.**

Le 20 janvier dernier, Marco Zanini a ressuscité l'élégante Elsa Schiaparelli. En effet, la légendaire maison Schiaparelli avait connu un coup d'arrêt avec la disparition de sa fondatrice Elsa. C'est Marco Zanini qui a eu le privilège de lui redonner vie avec la présentation de sa première collection. Auparavant la maison Carven avait, elle, mis sur un jeune styliste, Guillaume Henry, pour la rebooster. Les vieilles maisons françaises sont-elles un passage obligé pour les jeunes créateurs ? En a-t-il toujours été ainsi ?

Oui aujourd'hui, c'en est un. C'est un phénomène qui est nouveau, cela dit **Avant les maisons embauchaient des créateurs plus affirmés, qui avaient déjà fait leur chemin, et plus âgés.** Hermès, par exemple, a repris Christophe Lemaire alors qu'il était déjà connu. Egalement, Lacoste a fait travailler Felipe Oliveira Batista. Aujourd'hui on peut recruter des trentenaires.

Les jeunes créateurs sont obligés de passer par les vieilles maisons car autrement il n'y a pas de visibilité, ils ne peuvent pas être identifiés. La vieille maison leur permet de communiquer sur leur créativité à l'international. **La clientèle russe, chinoise, indienne, américaine, vient en France pour acheter la French Touch, c'est-à-dire l'élégance française.** Un jeune créateur a tout intérêt à passer par une marque avec un ADN fort, avec une histoire, un patrimoine, un passé. Quand on va acheter chez Elsa Schiaparelli, on achète l'histoire de la marque.

Une des anciennes élèves de LISAA Mode a été recrutée pour travailler sur la marque Chloé. Le bureau de style et la styliste sont à Londres. Elle, a été recrutée à Paris pour donner la touche française. Ainsi, la créativité est à Londres mais le savoir-faire est à Paris, ce qui confirme le côté « gage de bon goût » d'un œil français sur la mode. Le goût français passe par de jeunes créateurs français ou étrangers qui travaillent pour des marques françaises. **Ainsi, les créateurs viennent en France pour légitimer un certain sens de l'élégance, de la créativité, du bon goût français.** C'est ce qui marche dans la conscience collective internationale : La clientèle qui a de l'argent vient acheter un statut social au travers d'une marque historique française. Entre autres exemples, Balenciaga est un créateur espagnol célèbre dans les années 1950, le styliste est américain et les bureaux sont à Paris. **L'impact que représente Paris dans l'imaginaire de l'élégance mondiale est incroyable.**

Que se passe-t-il pour les créateurs qui n'ont pas l'opportunité de faire leurs preuves dans les grandes maisons ? Parviennent-ils à lancer leurs propres projets ? Trouvent-ils les investisseurs pour cela ?

Mode. Ce Festival de mode - très réputé - se déroule tous les ans à la fin du mois d'avril dans la villa Noailles à Hyères près de Toulon dans le sud de la France. **Cet événement dispose d'une forte communication qui fait que chaque année le réseau médiatique est très important autour des créateurs repérés au cours du Festival.** La marque la plus connue qui en est sortie est Viktor & Rolf. Quand on passe par le festival, on peut facilement lancer ensuite ses propres projets.

En général on arrive toujours à lancer ses propres projets à condition d'être financé par des industriels derrière Il est impossible de percer sans financement. Par exemple, la collection de la créatrice, ancienne diplômée de LISAA Mode Paris, Céline Méteil qui a gagné le concours du Festival International de Hyères en 2011 est financée par René Derhy. On ne peut pas financer tout seul sa collection. Lacoste s'est intéressé à un créateur parce qu'il a gagné le festival de Hyères. Il faut avoir déjà essayé de lancer avec un financier derrière pour intéresser une grande maison. **Ainsi, les jeunes créateurs qui ne sont pas passés par une grande maison n'ont aucune chance de lancer leurs propres projets sans financement.** Mais ils trouvent assez facilement des investisseurs donc, au final, les jeunes créateurs arrivent à réaliser au moins une première collection. La Chambre syndicale de la haute couture est très active dans le Festival et essaye de promouvoir le plus possible la création française.

Les jeunes créateurs peuvent également être aidés par l'Etat, grâce à l'Andam (*Association Nationale pour le Développement des Arts de la Mode, ndlr*), lancée par Jack Lang sous Mitterrand. Cette association décerne deux prix.

Le monde de la mode s'étant fortement internationalisé, avec de plus en plus d'acteurs asiatiques, les difficultés à trouver des fonds en France peuvent-elles inciter les jeunes créateurs les plus prometteurs à partir officier ailleurs ?

Non, c'est plutôt l'inverse : le monde de la mode s'internationalise mais c'est l'étranger qui vient en France. On voit de plus en plus de financiers asiatiques qui viennent financer des créateurs européens. Paris, la Tour Eiffel, la Place de la Madeleine, Brigitte Bardot, Inès de la Fressange, Dior, Guerlain, etc., sont autant d'éléments de la vitrine française, qui attirent le monde entier. Les marques françaises avec un fort capital de bon goût, de bonne réputation, d'élégance, de savoir vivre, marchent très bien : **on vend Paris ! Des écoles étrangères viennent même s'installer en France.**

Même si la France n'est pas le cœur mondial de la mode, car il y a aussi Milan, ou encore Londres, le terme « haute couture » n'existe que dans la capitale française. On n'a jamais essayé d'exporter la haute couture.