

Les Echos

Entreprises Finance - Marchés Bourse Monde Tech-Médias

Fashion Week : le retour en force de la mode masculine

A Paris, la présentation des collections prêt-à-porter homme, qui s'achève ce dimanche, trouve un nouvel élan avec ses défilés physiques et grâce au retour de créateurs influents comme Hedi Slimane (Céline).



Défilé Givenchy Homme printemps-été 2023 présenté à Paris le 22 juin.

Publié le 24 juin 2022

Cela ne fait pas un pli, pour la mode masculine, la page de la pandémie est tournée. Cette semaine, Paris a renoué avec les défilés en public à l'occasion de la présentation des collections de prêt-à-porter printemps-été 2023.

Le calendrier, qui a pris du poids, a commencé mardi avec une palanquée de jeunes créateurs, avant de monter en intensité avec les shows en présentiel d'Issey Miyake, Louis Vuitton, Dries Van Noten ou Ami, la griffe d'Alexandre Mattiussi. La fin de semaine est quant à elle animée par Courrèges, Dior, Comme des garçons, Loewe ou Hermès.

Celine de retour

Mais l'attractivité de la mode masculine, un segment en forte croissance depuis une dizaine d'années dans les grandes maisons comme Dior ou Hermès, s'illustre surtout par le retour de Celine (une griffe de LVMH, propriétaire des « Echos ») après deux années sans Fashion Week. L'événement de la saison.

Son défilé clôturera dimanche soir la semaine de présentation des collections homme. Hedi Slimane, le directeur artistique de Celine, avait été à l'origine de la décision de quitter en 2020 le calendrier officiel de la mode, le jugeant « obsolète ». Avant de changer d'avis. « Nous sommes très heureux du retour de Celine, une maison très dynamique dont la création repose sur l'un des directeurs artistiques les plus influents et visionnaires », affirme Pascal Morand, président exécutif de la Fédération de la haute couture et de la mode.

Même les femmes...

Chez LVMH, Celine ne joue pas aujourd'hui dans la même cour des Louis Vuitton ou Dior, mais aurait tout de même le potentiel pour dépasser les 2 milliards d'euros de ventes annuelles. La marque dirigée par Sandrine Merle a connu la « croissance la plus fulgurante depuis l'été dernier », assure-t-on.

Au sein du luxe, les vestiaires masculins ont le vent en poupe, et attirent même des clientes féminines. Chez Dior Homme, les pièces du directeur artistique Kim Jones, mêlant au streetwear, un tailoring ultra-sophistiqué, les femmes représenteraient jusqu'à 20 % des ventes pour certaines collections - le retour de l'éternel chic du masculin féminin que prônait jadis Yves Saint-Laurent.

Dans le mode, plus globalement, l'habillement masculin est davantage à la peine. La pandémie et son lot de confinements ont développé le télétravail et bousculé certaines habitudes vestimentaires, les costumes restant plus souvent au placard que dans le « monde d'avant ». Celui-ci n'a plus la cote au-delà des jeunes de la finance, le casual chic s'étant normalisé dans de nombreux milieux professionnels.

Mais puisque le tailoring s'impose sur les podiums depuis plusieurs saisons, le retournement de tendance n'est peut-être pas si lointain. Ceux qui proposent des costumes plus stylisés pour séduire la jeune génération l'ont déjà compris. Le costume fait ainsi partie des pièces maîtresses chez The Kooples ou Zadig & Voltaire.

Virginie Jacobberger-Lavoué