



Quid des salons créateurs hiver 2009-2010 ?

Le spectre de la crise financière d'octobre dernier planant encore dans nos mémoires, les salons créateurs de deuxième sessions vont devoir faire preuve d'authenticité, d'inventivité, créer la surprise et optimiser leur visibilité pour se démarquer, séduire et convaincre les visiteurs.

Rendez-Vous (du 6 au 9 mars, Espace Pierre Cardin, Galerie Arianc Dandois) continue sur sa lancée de salon prescripteur d'idées neuves pour les opérations promotionnelles. Nick Jones, le dirigeant, inaugure officiellement le site www.lenewblack.com (un showroom en ligne qui crée un lien entre les acheteurs et les marques), une vente aux enchères de pièces créateurs vintage le dimanche 8 mars et une collaboration entre le magasin japonais Beams et la styliste anglaise Sophie Hulme. **Rendez-Vous** continue d'abriter des jeunes sous bannière (Espagne, Belgique, Allemagne) et reçoit de nouvelles marques notoires (Yazbukey) ou avant-gardistes (Yulia Yusupova, ancienne assistante chez Balenciaga). Les responsables de **Atmosphère's** (du 6 au 9 mars, Jardin des Tuileries et **Hôtel Saint James & Albany**) et **The Box**, salon dédié à l'accessoire (du 6 au 9 mars, Pavillon Cambon), restent concentrés sur la volonté de s'imposer comme précurseurs et agissent de front avec la Mairie de Paris, via la Fédération française du prêt-à-porter féminin, pour soutenir la jeune création française. Les responsables mettent l'accent sur les incontournables et les produits phares de la saison. Ils zooment sur Seiko Taki, créatrice d'origine japonaise installée à Paris, qui a fait ses classes chez Anne

Valérie Hash et a reçu, au début de l'année, un des prix Paris Capitale de la création, après avoir été lauréate du Grand Prix de la Ville de Paris en 2006. Seiko Taki joue avec élégance des superpositions de matières dans un esprit rock'mantique. **Atmosphère's** parie sur le "retour en force du tricot" via des marques comme Everlasting Sprout ou Of Hand Made, tandis que **The Box** est heureux, à juste titre, de recevoir nombre de créateurs d'accessoires dont, entre autres, les chaussures colorées de Rodolphe Menudier ou les pièces de joaillerie fantaisie signées Les Précieuses.

Première Classe, salon historique de l'accessoire (du 6 au 9 mars, Jardin des Tuileries) mise, comme à son habitude, sur les savoir-faire adaptés au goût du jour et valorise les collections exposées à travers la noblesse des matériaux utilisés. Sylvic Pourrat, directrice commerciale, enrichit ces valeurs chères à l'esprit **Première Classe** avec des envies de développement durable, d'hyposophistication, entre couture et show off, d'ultraféminité, de glamour et d'humour. Elle donne une vitrine aux anciennes maisons de couture qui veulent se positionner sur l'accessoire (Augustine, Philippe Ferrandis, Miriam Haskell...). Ses désirs s'expriment à travers la thématique de la dentelle, l'arrivée des montres (Lip, Ascete...),



PHOTO TRANOÏ: SANDRINE ALOUF, RENDEZ-VOUS: PIRELFORMULA

les cols-colliers en métal nantis d'une bouche "rouge à lèvres" de Yunju Lee ou encore les chaussures aux talons noués, "fetish chic" de David Wyatt. De l'humour, il en est aussi question au **WorkShop** (du 5 au 8 mars, **Hôtel Régina** et Cercle Républicain) qui met en scène le seul plaisir qui, en pleine récession, ne coûte rien, si ce ne sont quelques secousses ravageuses. Cachées au fin fond du Cercle Républicain, pour plus de discrétion, les "dick dolls" de Marianne Battle seront certainement LE quart d'heure récréatif de la Fashion Week. Cet esprit ludique n'empêche pas **WorkShop** d'avoir le chic pour dénicher des marques précisément à même de surprendre. Autre exemple : Orlan Herbin qui réhabilite une ligne rock fluide ou Tuvanam, styliste turque présentée dans le cadre du showroom Mona Ferrat, qui emporte les robes du soir sur le terrain d'audacieux mélanges de couleurs, de textiles, de paillettes.

Sélection également de mise au **Show Room** (du 4 au 8 mars, Espace Riche-lieu) où Hortensia de Hutten continue d'imprimer sa vision d'un mix culturel sur les créateurs regroupés, avec une nette prédisposition pour le tricot (là encore) fait main.

La force des salons créateurs réside dans leur capacité à mettre en avant leur touche personnelle, leur regard et leurs options auprès des acheteurs. Gageons que la fraîcheur des propositions mode alternatives réveillera les clients fins et que ceux-ci trouveront dans les vêtements la juste expression de leur personnalité. ■

FLORENCE JULIENNE