

Fashion Week de New York : Marc Jacobs brille, Under Armour se dévoile

18 septembre 2016

Le créateur Marc Jacobs a clôturé jeudi la Fashion Week de New York avec une collection scintillante et radicale, tandis que l'équipementier sportif Under Armour a tenté une première entrée dans le monde de la mode.



Seul grand nom de cette dernière journée de la Fashion Week, Marc Jacobs est d'abord parvenu à réunir le plus bel aréopage de mannequins de toute la semaine, coiffés de fausses dreadlocks colorés.

La coiffure en a ému quelques-uns sur les réseaux sociaux, choqués de voir le designer recourir à cet artifice plutôt que de prendre des mannequins noirs avec de vraies dreadlocks. Pour ajouter à l'aspect théâtral de sa production, Marc Jacobs avait choisi le Hammerstein Ballroom, une salle de concert et également un ancien opéra.



Marc Jacobs - Spring-Summer2017 - Womenswear - New York - ©

PixelFormula

Insensible aux modes, qu'elles soient commerciales (la mode vendue tout de suite après le défilé) ou esthétiques (peu de fleurs jeudi), Marc Jacobs reste un animal à part de la mode américaine. Il l'a encore montré avec une collection aux reflets argentés omniprésents et avec quelques tenues d'inspiration militaire, deux angles quasiment pas vus cette saison ailleurs que chez lui.

Alors que jupes à godets et robes aux genoux avaient envahi les podiums depuis le début de la saison, accompagnées d'un parfum de romantisme, le couturier new-yorkais s'est lui arrêté, au mieux, à mi-cuisse.



Marc Jacobs - Spring-Summer2017 - Womenswear - New York - ©
PixelFormula

A l'heure où les grands anciens, dont il fait désormais partie, cherchent de nouveaux

repères, à l'instar de Tommy Hilfiger, Calvin Klein, Oscar de la Renta, Carolina Herrera ou Ralph Lauren, Marc Jacobs tient son cap. Il décline, pour ce faire, une mode qui ne fait sans doute pas l'unanimité et n'y aspire visiblement pas d'ailleurs, mais dégage une aura qui se fait rare aujourd'hui.

Under Armour en terre inconnue

A des années-lumière de Marc Jacobs, l'équipementier américain Under Armour a profité de la Fashion Week pour dévoiler une nouvelle marque censée lui ouvrir les portes du monde de la mode.

Créée en 1996, Under Armour a atteint 3,96 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2015 et dépassé Adidas sur le marché américain. Elle cherche régulièrement de nouvelles voies de croissance pour ne plus dépendre des seuls équipements sportifs.

Jeudi, elle a présenté la première collection de sa nouvelle marque UAS (pour Under Armour Sportwear), dans une mise en scène inspirée de la Fashion Week.

Ben Pruess, le vice-président senior pour le sportswear, a convaincu le créateur belge Tim Coppens de rejoindre Under Armour pour mettre en musique cette nouvelle ligne. Le couturier, qui a lancé sa marque en 2012, est une étoile montante du monde de la mode et défile notamment lors de la Fashion Week hommes de New York.

Le sportswear, parfois appelé « athleisure », est à la mode, et presque tous les grands équipementiers sportifs s'engouffrent dans la brèche pour élargir leur marché. Nike a collaboré sur une collection, sortie cet été, avec le designer star de Givenchy, Riccardo Tisci.

Samedi, le créateur Alexander Wang a dévoilé, à la fin du défilé de sa propre collection, quelques pièces conçues en partenariat avec Adidas. Mais ces vêtements restent très proches de l'univers du sport.

Under Armour, lui, aspire davantage à se rapprocher de la grande tradition du sportswear américain, incarnée par Ralph Lauren, l'homme par qui tout a commencé.

« Le sportswear américain est influencé par le sport mais aussi par la rue », a expliqué Ben Pruess. « Mais nous essayons aussi d'intégrer du sportswear américain classique, comme les chinos (des pantalons en toile souvent beige ou kaki). C'est un cocktail spécial », résume le dirigeant.

Le décalage est particulièrement marqué chez les femmes, où deux ensembles jupes et hauts assortis et deux robes, toutes avec des bandes de couleur en biais, auraient pu trouver leur chemin jusqu'à la Fashion Week.

Pour Ben Pruess, il était capital de prendre part à cette grand-messe : « Si nous parlons d'être authentiques et ambitieux, nous devons venir », a-t-il déclaré. Cette incursion en marge de la Fashion Week est appelée à se renouveler, a indiqué Ben Pruess.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés. © 2018 AFP-Relaxnews.