

LE TEMPS MODE

LA MODE EN RÉVOLUTION

DEMNA GVASALIA
VANESSA SEWARD
MARCO DE VINCENZO
JAMES GOLDSTEIN
RENCONTRES



De la HEAD aux grandes maisons de prêt-à-porter

Plusieurs diplômés de la Haute Ecole d'art et de design de Genève travaillent pour des marques de renom. Ces jeunes talents contribuent, souvent en catimini, au rayonnement des collections. **Par Emilie Veillon**



> Qkentin Favrié,
junior designer pour les imprimés
chez John Galliano, à Paris

Il a la délicatesse des imprimés et broderies qu'il aime développer. Le visage fin. La voix élégante. Le trait facile... Après un passage dans la maison Carven, ce diplômé de la volée 2014 a rejoint l'équipe de Bill Gaytten, à la tête de la marque John Galliano, à Paris. D'abord en tant qu'assistant styliste puis junior designer pour les imprimés des pré-collections femme et homme. «Généralement, on me confie quatre ou cinq imprimés *all over* et d'autres non répétitifs, qui peuvent être des logos ou des broderies placés. Je suis libre de créer des ébauches de dessin selon l'histoire de la saison, l'ambiance choisie par le directeur artistique et le patrimoine de la marque. C'est une contribution importante, car j'interviens sur des pièces phares, mais aussi sur les sacs, foulards ou chaussures», se réjouit le Français d'origine. A l'instar de cette veste pour homme de la collection automne-hiver 2015-2016 sur laquelle est brodée une rose argentée, en clin d'œil à une broderie que la maison John Galliano avait déclinée dans la collection femme printemps-été 1994. Un poste dans lequel il s'épanouit: «J'ai toujours aimé dessiner des imprimés, que ce soit en sérigraphie ou en impression digitale. Et je me sens en phase avec l'expérimentation, l'exubérance de la maison.» Plus tard, il se verrait bien travailler à Milan ou à Anvers. Mais bien plus tard.



> Lucille-Clotilde Mosimann,
assistante du designer cuir
chez Acne Studios, à Stockholm

Lors du défilé de sa collection de diplôme à la HEAD qui a remporté le prix HEAD Master Mercedes-Benz en octobre 2015, elle avait ému le public en disant qu'elle n'avait pas percé dans la moto, comme ses parents bikers, mais qu'elle allait peut-être malgré tout réussir dans la mode. On n'en doute pas. Repérée par Acne Studios, qui a apprécié la maîtrise du cuir dans sa collection taillée pour les fausses bourgeoises modernes roulant en deux-roues, elle a rejoint la marque basée à Stockholm en février dernier en tant qu'assistante du designer cuir pour les pré-collections et collections femme. «On est une trentaine. La semaine démarre par un petit-déjeuner pris en commun. Elle se poursuit par des recherches sur les inspirations et thèmes du directeur artistique. Puis le designer commence à dessiner les vêtements, à partir desquels je fais des patrons et des maquettes pour les modèles. Après un premier prototype en calicot, un second en cuir révèle le tombé du vêtement. On adapte ensuite les finitions», développe la jeune diplômée. A la fin de son stage, elle partira à la Nouvelle-Orléans rencontrer un club de motardes afro-américaines, toutes maquillées, en talons aiguilles, leggings ultra-moulants et décolletés. L'idée étant de les suivre pour créer une collection personnelle de vestes inspirées de leur personnalité. Un projet rendu possible grâce à une bourse octroyée par le Fonds cantonal d'art contemporain de Genève.



> Elodie Verdan,
mewear designer au sein
d'une grande maison, à Paris

Diplômée en 2011, Elodie Verdan fait partie d'une première volée de la HEAD à avoir pris le chemin des grandes maisons plutôt que de lancer leur propre collection. Avec l'envie d'apprendre des meilleurs et de se confronter à d'autres critères que l'expérimentation pure et libre de toute contrainte fonctionnelle ou commerciale. Après un stage chez Bernhard Wilhelm à Paris, elle est engagée comme assistante styliste dans le studio de création homme, puis bijou et maille, d'une grande maison de luxe française. Depuis janvier 2015, elle est designer pour la maille et le jersey travaillant pour les pré-collections et les défilés, ce qui représente une grande part de marché. «Je dessine une partie de la collection. Inspiré des thèmes lancés par le directeur artistique, chaque designer apporte sa pierre à l'édifice: ses *mood boards*, ses recherches, en achetant des pièces *vintage* ou lors de voyages d'inspiration proposés par la maison à travers le monde. Puis on tisse différentes histoires, on bâtit un plan de collection, on fait le choix des matières, les croquis. On suit tout le processus, qui est sans cesse en évolution, en lien avec le chef de produit et les usines de production en Italie», détaille la jeune femme de 28 ans qui se verrait bien dessiner des chaussures, un jour, peut-être.