

L'élu

Hedi Slimane chez Saint Laurent, un retour salubre

Par Laurent Dombrowicz

Cette nomination est à la fois symbolique, stratégique et donne un nouvel élan, non seulement à la griffe mythique mais à la mode toute entière qui semblait depuis quelques années réduite à des choix quelque peu timorés. Hedi Slimane, créateur atypique, chantre d'une esthétique pointue devenue souveraine (la rançon du succès !) au fil des années 2000, trouve une place juste et méritée à la direction du prêt-à-porter et de l'image Saint Laurent. Si cette arrivée n'est pas tout à fait une surprise pour les observateurs les plus avisés, elle résulte tout de même d'une vraie logique créative : la griffe française, qui réalise de jolis succès avec ses accessoires, doit être légitimée et boostée sur le prêt-à-porter. Cela ►

Chantre d'une esthétique pointue devenue souveraine



Exposition *California dreamin: myths and legends of Los Angeles*, à la galerie Almine Rech de Paris

PHOTOS, D.R./Y.R.



tombe bien, Hedi Slimane connaît parfaitement le sujet. Né en 1968, l'année de toutes les révolutions, il est appelé en 1996 par Pierre Bergé au poste de directeur des collections masculines chez YSL. D'emblée, il installe des codes d'épure et de raffinement et fait chavirer les médias. Mais l'héritier désigné (tout comme Alber Elbaz pour le prêt-à-porter féminin) sera emporté par la tornade Tom Ford en 2000, scellant ainsi le schisme entre Yves Saint Laurent (l'homme, le mythe) et la griffe qui porte son nom. Ce retour aux commandes, voire aux pleins pouvoirs, pourrait donc être aussi une réconciliation bénéfique entre Pierre Bergé (qui n'a guère lésiné sur les manifestations spectaculaires, hommages sublimes et explorés au couturier disparu) et la marque qu'il créa il y a plus de cinquante ans. C'est parce

*Sur un axe géographique Paris-Berlin-Londres-Los Angeles,
il saisit l'énergie de la génération 2.0*

qu'elle a bel et bien une âme que la maison Saint Laurent doit se remettre en phase avec son passé, son présent et son avenir.

Les années Dior Homme sont celles de la consécration. Hedi Slimane y installe un langage très particulier et une esthétique qui vont marquer à jamais la mode, bien au-delà des limites du prêt-à-porter masculin. Aux muscles des athlètes, il préfère l'allure longiligne des skaters ; aux palais feutrés de la République, il préfère la rébellion de la culture rock ; aux hommes, il substitue les garçons ; le concept de confort est balayé par celui de rigueur. Chez Dior Homme, la cohérence n'est



Ci-contre: catalogue de l'exposition *California Song*, au MoCa de Los Angeles
Page de droite: *Fragments Americana*, à la galerie Almine Rech de Bruxelles



PHOTOS, D.R.

pas un vain mot. Du casting du défilé au relifing des boutiques, la ligne — très droite! — est tracée sans trembler. La religion du slim fait des adeptes, bien au-delà du cercle des initiés, pour devenir la nouvelle norme du bon goût, de Shanghai à Toronto. La fine cravate noire, autre signature, scellera cette identité d'une élégance au formalisme ultramoderne. Un peu trop simple, cependant, de limiter le prodige Slimane à une silhouette unique, aussi marquante soit-elle. À travers plusieurs de ses collections (notamment celle qui tutoyait le fantôme de Wolfgang Amadeus Mozart), mais aussi la création du parfum *Dior Homme*, de la ligne *Dior Homme Time* et de nombreux autres projets connexes, son talent de chef d'orchestre s'est vite affirmé comme précis, exigeant, imparable. Personne ne s'inquiète d'ailleurs de savoir si la femme Saint Laurent vue par Hedi Slimane sera crédible ou non, on la sait déjà désirable. Les questions, pour l'instant chuchotées, sont davantage sur la remise en question des fameux codes Slimane : le slim, le rock, certes, mais encore. Lever de rideau fin septembre.

L'autre œuvre d'Hedi Slimane, photographique cette fois, est un pivot dans son identité créative. Sur un axe géographique et chronologique Paris-Berlin-Londres-Los Angeles, il saisit non seulement l'esthétique mais surtout l'énergie de la génération 2.0. Photographe de mode (entre autres pour *Vogue Homme International Japon*), de publicité (Dior Homme mais également Prada...), Hedi Slimane est incontestablement un artiste en phase avec la jeunesse d'aujourd'hui à travers ses témoignages ou ses récits de la rock attitude. Au-delà des genres et des a priori générationnels. Cinq ans après son départ de chez Dior Homme, Hedi Slimane aligne toujours la même rigueur dans sa carrière de photographe : des premiers pas en 2003 au KunstWerke de Berlin jusqu'à *California Song*, exposé en 2011 au MoCa de Los Angeles, en passant par la publication d'ouvrages déjà cultes, tel *Anthology of a Decade*, publié la même année. Visionnaire et réaliste, Hedi Slimane n'a d'ailleurs pas renoncé à sa résidence californienne. Entre ombre et lumière, le créateur n'aura pas à choisir. —