



# Pascal Monfort

Le sociologue et historien de la mode revient sur la place stratégique de Paris dans l'univers de la mode.

“ Dans la mode, c'est à Paris que tout se joue ”

Capitale de la mode depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle, Paris a cette responsabilité d'être la ville garante de l'élégance. C'est là qu'est née la haute couture. La Ville lumière reste le berceau des deux plus grands groupes de luxe au monde, les géants français LVMH et Kering, et des plus prestigieuses griffes de mode, des marques globales dont le siège se trouve à Paris. Et c'est à Paris qu'elles dévoilent leurs collections lors de la fashion week. Incontournable, la semaine parisienne de la mode est le rendez-vous le plus important d'une série de défilés qui se tiennent à New York, Londres et Milan. C'est elle qui génère le plus d'engouement en termes d'influence et de rayonnement, qui a le plus fort impact commercial au monde car s'y pressent le plus grand nombre d'acheteurs, de journalistes, d'influenceurs, d'égéries et de visiteurs internationaux. Son effet est décuplé grâce aux nouveaux moyens numériques : la diffusion de la mode s'est démocratisée, les défilés se déroulent en direct sur les réseaux ; ce qui, auparavant, était réservé à une petite élite peut désormais être suivi en

temps réel par des fans de haute couture du monde entier.

Londres est un dénicheur de talents et de jeunes créateurs. Milan revient dans la course mais a perdu de sa superbe. Quant à New York, elle a du mal à renouveler ses grands noms. Dans la mode, c'est à Paris que tout se joue. Ici, de nouveaux talents perpétuent la magie des maisons ancestrales. La capitale est continuellement célébrée par l'univers de la mode. Le mythe de Paris fait toujours rêver et la Parisienne, même si elle évolue, demeure très inspirante.

Cette responsabilité de la mode rayonne même sur son club de football, le PSG, considéré comme le club le plus mode au monde. À Paris, tout est passé par le prisme du style. J'y vois une jeunesse qui n'a jamais été aussi fière de revendiquer son appartenance à la ville. Elle se rend compte qu'elle vit dans un écrin extraordinaire. Il y a un courant d'optimisme, de fierté et d'énergie créative de la nouvelle génération qui a compris que ce n'était pas mieux ailleurs. En France, on aime aller de l'avant. Paris n'oublie rien. Son mythe en est la preuve vivante. ◇

The sociologist and fashion historian discusses Paris' strategic position in the world of fashion.

“ In the world of fashion, everything happens in Paris ”

Paris, the capital of fashion since the 18<sup>th</sup> century, is considered a centre of elegance. This is where haute couture was born. The City of Lights is home to the two largest luxury groups in the world, French giants LVMH and Kering, and of the most prestigious global fashion labels. And they unveil their collections in Paris during Fashion Week, the major event in a series of fashion shows also held in New York, London, and Milan. It generates much excitement and influence, and has a major global commercial impact with large number of buyers, journalists, influencers, muses, and visitors flocking to the capital. Its impact has increased tenfold thanks to new digital tools: fashion has become more accessible with shows aired live on social networks; what was once reserved for a small elite can now be followed in real time by haute couture aficionados all over the world.

London finds talent and young designers; Milan is back in the race but has lost its former lustre; and New York is struggling to renew its big names. In the world of fashion, everything happens in Paris. Here, emerging talents perpetuate the magic of time-honoured houses. The capital is forever celebrated by the fashion world. The myth of Paris is always a dream and the Parisienne continues to inspire.

Paris' high-fashion influence even touches the Paris Saint-Germain football club, considered the most fashionable team in the world. Everything in Paris is seen through the prism of style. I see young people taking pride in being part of the city and realising how fortunate they are to live in this extraordinary setting. There is an undercurrent of optimism, pride, and creative energy from the new generation which understands that the grass is not greener elsewhere. In France, people like to look ahead. Paris never forgets - as exemplified by its enduring myth. ◇