

► Cet écran a été partagé à partir de La Presse+
Édition du 28 février 2014, section PAUSE CHIC!, écran 2



5. MISER SUR LA RELÈVE

La Semaine de la mode de Montréal (SMM) aurait dû avoir lieu ces jours-ci. Mais l'événement tel qu'il a existé pendant 25 éditions est bel et bien enterré. Nouvelle choquante ou désolante pour les uns, inévitable pour d'autres, l'annonce n'a laissé personne indifférent, mais ouvre du même coup la porte à une réflexion sur l'avenir de cette industrie.

IRIS GAGNON-PARADIS
LA PRESSE

L'avenir, cela va de soi, passe par la relève. Mettre en place des outils pour soutenir les designers émergents ne peut qu'aider l'industrie de la mode à rayonner davantage.

Plusieurs jeunes designers ont perdu un espace de diffusion et de promotion avec la disparition de la Semaine Mode Montréal (SMM). Qu'à cela ne tienne, les stylistes Nancy Richard et Geneviève Allaire ont décidé de prendre le taureau par les cornes en créant D Moment, un événement consacré exclusivement aux créateurs de la relève, qui se veut une première plateforme plus conviviale et moins formelle pour les aider à se faire connaître.

« Nous cumulons chacune plus de 10 ans d'expérience dans l'industrie et nous avons souvent vu à quel point les jeunes designers manquent de soutien. Ils sortent de l'école sans mode d'emploi pour comprendre comment se tailler une place dans l'industrie », soutient M^{me} Richard.

D Moment, qui s'est déroulé les 24 et 25 février en plein cœur du Technopôle Angus, a attiré environ 200 personnes par défilé et 500 personnes chaque soir – autant des gens du public, des médias que de l'industrie. Les deux fondatrices, qui affirment avoir atteint leurs objectifs, espèrent bien répéter l'expérience l'automne prochain.

En plus de mettre sous le feu des projecteurs neuf designers de la relève (Marilyne Baril, 3.Paradis, KQK, House of Sins...), D Moment a été l'hôte du défilé présentant les 25 finalistes du concours Télió (dédié aux étudiants en mode partout au pays), qui se déroulait depuis huit ans dans le cadre de la SMM. Des cinq gagnants dévoilés mardi, quatre sont des étudiants du collège LaSalle.

« Évidemment, nous étions déçus que la SMM soit annulée. Mais D Moment se concentre sur la relève et le design émergent, ce qui est exactement notre mission. Ça ne pouvait pas mieux tomber dans les circonstances », remarque Rebecca Lawson, coordonnatrice du concours pour Télió, qui en est à sa 9^e édition.

Génération fonceuse

Malgré le milieu difficile, cette nouvelle génération de designers fait preuve d'une belle résilience. Plus que jamais ouverte sur le monde et n'hésitant pas à réinventer les modèles d'affaires traditionnels, la relève sait tirer son épingle du jeu et est inspirante, constate Diane Duhamel, du Bureau de la mode de Montréal.

« Il y a une effervescence en ce moment chez les nouveaux designers, et on voit poindre énormément de nouveau potentiel. Ce que je trouve extraordinaire de ces jeunes-là, c'est qu'ils ont une vision très globale et internationale. C'est toujours difficile de passer à travers des changements structurels comme ceux qu'a connus l'industrie de la mode. Ces jeunes ont mis sur pied de nouveaux modèles et sont capables de s'adapter, ce qui me rend optimiste pour l'avenir de l'industrie. »