RADAR

Des Américains à Paris
«Ici, il y a une vraie fierté de l'industrie de la mode»

De nombreux acteurs du secteur quittent les Etats-Unis pour s'installer dans la capitale où se concentrent les poids lourds du luxe. Un choix motivé par un rejet de Trump, la vivacité créative locale et un coût de la vie attractif.

Par MARIE OTTAVI
Photos MATIKA ESLAMI, DIVERGENCE

En janvier, quand Will Welch, le directeur éditorial international du magazine GQ a annoncé qu'il quittait ses fonctions pour s'installer à Paris, l'annonce du départ de la mode a ému. Que venait faire le journaliste américain, homme fort du groupe Condé Nast (Vogue, Vanity Fair, The New Yorker), à la maison d'Anna Wintour sur les plateaux de famille, au pays des 35 heures ? Will Welch, 45 ans, a débarqué en France à la surprise générale pour travailler avec le chanteur-créateur Pharrell Williams et Pernod Ricard, qui a en temps géré les affaires du champion de Formule 1 Lewis Hamilton, sur un projet de holding encore tenu secret.

Welch est l'un des nombreux Américains travaillant pour l'industrie de la mode à faire le voyage vers l'Europe. Certains fuient l'administration Trump qui pousse les alliances et mine le moral des électeurs démocrates, sans renoncer dans leur témoignage patriotique des représailles du gouvernement en place. D'autres souhaitent surtout se rapprocher des grands acteurs du secteur, comme LVMH et Kering, basés à Paris.

«C'est tellement plus simple ici»

Quelques semaines après Will Welch, c'est Lauren Sherman, journaliste à la site de la newsletter mode Puck, très suivie pour ses informations exclusives (la plateforme Puck et le site lifestyle Air Mail, acquis à l'automne 2025, ont cumulé 80 000 abonnés l'an dernier) qui a décidé de faire le voyage. Jusqu'ici basée à Los Angeles, Lauren Sherman s'est définitivement en France où elle avait du domicile en 2019 avec son époux, journaliste comme elle. Cette fois, ils ont posé leurs bagages avec leur fils de 5 ans. Un rêve pour la journaliste était d'être au cœur de son sujet et d'éviter les vols de douze heures qu'exige multiplier ces derniers mois.

Plus que jamais dans la mode, tout se passe à Paris ou presque. «Je couvre ce secteur depuis Vogue et il n'est vraiment centralisé ici, notamment parce que c'est là que se trouvent Kering et LVMH, confirme-t-elle. Après la pandémie, j'ai commencé à venir quatre ou cinq fois par an depuis Los Angeles. Cette saison est plus simple pour moi, travail d'être basée à New York où d'où une multitude d'autres acteurs, la ville concentre l'industrie de la mode et de la joaillerie, un peu comme à Los Angeles où le cinéma domine tout.»

Vingt-neuf ans après l'arrivée tonitruante du New-Yorkais Marc Jacobs à la tête de la marque éponyme alors à être rachetée par LVMH à la société d'investissement WHP Global) à la tête des collections femmes de Louis Vuitton, une nouvelle génération de créateurs venus des Etats-Unis a pris récemment la direction artistique de maisons fondées en France de prestige plus. Daniel Roseberry est arrivé chez Schiaparelli et plus récemment Michael Rider s'est engagé chez Celine (groupe LVMH).

Des designers indépendants ont suivi le mouvement. Le Californien Rick Owens fut précurseur en 2003. Shayne Oliver, figure de la scène new-yorkaise, a lancé à l'automne 2025 le quatrième étage de l'artiste Tilda Swinton. Bryn Taubensee et Patric DiCaprio, duo créatif de la marque Vaquera, ont également quitté New York pour «se rapprocher de leurs partenaires commerciaux et de l'équipe de production de Dover Street Market (DVS est aussi un concept store dans le Marais, où l'Adweiss vient de s'installer). Ouvrir les ateliers de changement et c'est vraiment différent de se retrouver dans un nouvel endroit chargé d'histoire».

Cet attrait pour le haut parisien, la beauté de la ville et son cadre historique, est l'un des points forts de la cité, fait toujours exemplaire que rien ne semble pouvoir faire vaciller. Outre les secteurs de l'industrie, plus de 14 000 citoyens américains résident en Ile-de-France, selon Choose Paris Region, l'agence d'attractivité régionale.

Milan, autre capitale européenne de la mode, attire son lot des grandes forces qu'elle touche au parfumerie en proposant une fiscalité particulièrement avantageuse pour les hauts revenus venant s'y établir. Mais Paris a redoublé sa place de numéro 1 de la mode mondiale, notamment grâce à ses Fashion Weeks. Les six éditions des plusieurs 680 millions d'euros de retombées économiques chaque année. Indique la Fédération de la haute couture et de la mode (FHCM), à quoi s'ajoutent les salons professionnels, comme Première Vision, qui fête encore le cœur de 700 millions d'euros, soit 1,1 milliard d'euros, contre 809 millions d'euros pour Milan. «Paris est en train une place pour tourner le marché à cause du Brexit, mais aussi parce que la ville est plus lorsque l'heure qu'auparavant et que la nouvelle génération de Parisiens voyage beaucoup comme Lauren Sherman. Tout le monde parle anglais maintenant. Paris est beaucoup moins fermée et plus accueillante envers les étrangers qu'il y a dix ans.» Pascal Morand, président exécutif de la FHCM, ne relevait que «Paris (voit) de plus en plus attractive, grâce notamment à la manière en régler de sauter les Italian Weeks. L'écosystème autour de la mode et de la création marche bien avec toutes les marques prestigieuses, les pépinières des groupes qui ont stabilisé, les relations avec les pouvoirs publics et le secteur important de talents qui y travaillent, des coiffeurs, des maquilleurs, des stylistes, des photographes...». Et de citer des marques nées outre-Atlantique comme The Row ou Amiri qui ont choisi de défiler lors de la semaine de la mode parisienne.

C'est le rythme de vie qui a fait revenir Michael Schwartz, 40 ans, à Paris où il a été étudiant. Ancien de presse originaire du Maryland, il a quitté Manhattan où il a passé quinze ans et intégré l'agence de communication Burson. «Je travaillais trop vite, mais après cinq années dans le management et communication corporate, je m'y retrouvais sans plus motivation. J'avais envie d'une qualité plus rare et approuvé, explique-t-il. Paris reste l'héritière de la culture, du savoir-faire et du patrimoine dans la mode. Ici, il y a une vraie fierté de l'industrie, une profondeur historique et artisanale que l'on trouve nulle part ailleurs. Ce dernier à la mode européenne une légitimité et un attribut très particulier qui les pousse au respect.»

Pôle stratégique pour le vintage

Bryn Taubensee et Patric DiCaprio font le même constat. Ils saluent «l'art, il y a un respect pour la mode avec l'idée que c'est à la fois une forme d'expression artistique et une activité commerciale. A New York, le business passe toujours en premier et l'expression artistique est considérée comme secondaire, ou comme quelque chose que l'on fait uniquement pour son propre plaisir. On ne peut pas l'identifier ici».

La capitale est par ailleurs devenue un pôle stratégique pour le secteur du vintage. Outre le grand public, friand de seconde main les maisons de couture et les maisons de prêt-à-porter vivent y dénicher l'inspiration et pouvoir dénicher des trouvailles en [illegible]. Une matinale de boutiques vend des pièces vendues des quatre coins de l'Europe. Salima Boudellal et Roberto Cowan sont les fondateurs de Desert Vintage. Il s'intéresse du luxe de seconde main aux Etats-Unis, implantée à Tucson, en Arizona et à New York. Ils se sont rapprochés de nouvelles sources vestimentaires et ont démarré à la fin de l'été 2025 pour réaliser «un de leurs rêves professionnels, explique Salima Boudellal, qui faisait de plus longues parties de leur longues».

Desert Vintage dispose au-dessus d'une adresse rue de Bellechasse (VIIe arrondissement), prévue des antiquaires et... des tailleurs [illegible]. Pour eux, l'un des avantages de la vie parisienne c'est sa communauté [illegible] de la mode, qui a «toujours été d'une certaine manière, observe encore Salima Boudellal. Paris attire depuis longtemps des créatifs américains – designers, photographes, réalisateurs, acteurs – qui viennent y chercher une autre énergie». La compagnie d'Isaac Mizrahi [illegible]

> «Je suis née aux Etats-Unis. Prendre du recul par rapport au pays me permet d'y voir plus clair dans mon travail et mes relations.»
>
> **Erin Allweiss** New-Yorkaise installée à Paris

«J'en rêvais depuis douze ans»

Le trentenaire français dirige une agence de conseils pour des marques de mode et de design et profite [illegible] géographique de la ville et le gain financier qui a modifié sa petite agile américaine. Travailleur indépendant dans la mode et les «[illegible]», elle constatait pour l'instant de payer ses taxes aux Etats-Unis et gagne [illegible] une centaine de milliers de dollars [illegible] plus les bonnes années. «Je commence dans [illegible] dans des restaurants à 100 euros l'addition pour manger. Sortir en week-end en dépensant des dollars, et pouvoir suffire en quelque sorte, raconte Isaac. Je sais que je vais changer, mais pour ceux Paris est une sorte de tiers-monde très agréable mais un tiers-monde quand même. Le seul problème qu'elle et ses amis rencontrent, c'est qu'ils ont du mal à trouver un logement pérenne. Ils ne sont pas financièrement éligibles en France.» Erin Allweiss, New-Yorkaise toutes les cases de la cliente idéale, dépensière avec de gros revenus.

à la tête d'une agence de relations publiques, a fait le grand saut en août dernier en ouvrant un bureau dans le VIIIe arrondissement. «J'en rêvais depuis douze ans, précise-t-elle. Dans le domaine de la mode, Paris est unique, surtout en matière de [illegible] et de design [illegible]. » Elle parle d'un besoin de «changement de perspective» alors que la conjoncture politique américaine [illegible] les commentaires dans l'industrie, et précise : «Je suis une Américaine progressiste, ok et dans aux Etats-Unis. Prendre du recul et de la distance par rapport au pays me permet d'y voir plus clairement mon travail et mes relations.»

Elle Adweiss ajoute pour justifier son choix : «Il y a bien sûr l'élégance : la qualité de vie et le système bien plus agréable qu'à New York, mais tu reste une ville [illegible], l'atmosphère y est [illegible] [illegible] plus ouverte aux étrangers pour ses [illegible] tenaces, difficiles par une série comme [illegible]. En fait, mais aussi pour le coût de la vie et le dynamisme de l'industrie vestimentaire. Malgré la crise qui la touche. ➔

(1) Le prénom a été modifié.

Roberto Cowan et Salima Boudellal de Desert Vintage.

Patric DiCaprio et Bryn Taubensee, fondateurs de la marque Vaquera, le 22 mai, à Paris.

Erin Allweiss dans la boutique Turn, à Paris.