



WEBER

WEBER

SEPTEMBER

FASHION FASHION

FASHION

DATES DATES

DATES

UPDATE

FASHION NEWS

Cette veille mode compile les dernières actualités stratégiques, créatives et retail des grandes maisons de mode et du luxe

ACTU



Page 3-9

STRATÉGIES



Page 10



CAMPAGNES FALL 2025 : REGARDS EXTÉRIEURS

Pour la saison **automne 2025**, plusieurs marques du segment accessible premium ont fait le choix de **campagnes en extérieur**.

Zara et **Massimo Dutti**, en particulier, ont misé sur des décors naturels, urbains pour valoriser leurs silhouettes, Montrant une dimension plus vivante, spontanée et connectée à la réalité du quotidien.

Ce positionnement visuel reflète une **volonté de raconter une histoire** à travers le lieu, le mouvement et la lumière naturelle – une piste intéressante à observer pour nos réflexions à venir.

MASSIMO DUTTI

- **Nouveauté** : Campagne Fall 2025 à Kensington, Londres, Massimo Dutti x Angelina Kendall
- **Tendance** : classiques revisités, co-ords, tailoring, palette intemporelle
- **Positionnement** : raffinement épuré, haut de gamme accessible

ZARA

- **Nouveauté** : 50 ans de la marque : campagne « 50 Years, 50 Icons » en mai 2025, Campagne Fall 2025 à Londres
- **Tendance** : looks coordonnés, tailoring et accessoires "designer inspired"



DIRECTION ARTISTIQUE



MARK THOMAS

Nouveau Directeur créatif
de **Carven**



RACHEL SCOTT

Nouvelle directrice
artistique de **Proenza
Schouler**



DEMNA

Nouveau directeur de la
création **GUCCI**



MERYLL ROGGE

Nouvelle directrice
artistique de **Marni**



GUCCI

- **US Open 2025** : Forte visibilité, affirmant son image sportive et prestigieuse.
- **Festival de Venise** : Emma Watson remarquée dans une robe kaki années 60, soulignant l'élégance intemporelle de la maison.

JACQUEMUS

- **Festival de Venise** : Colman Domingo en total look blanc (PE 2026), silhouette épurée et lumineuse.

STRATÉGIE

Identifier les **mouvements récents** des maisons de mode concurrentes permet d'analyser leurs stratégies créatives, commerciales et médiatiques. Cette veille stratégique offre à Tara Jarmon une vision claire des **tendances actuelles** (campagnes, direction artistique, implantations, célébrités) et met en lumière les leviers à activer pour renforcer notre positionnement : plus de **visibilité internationale**, une **communication modernisée** et une présence accrue sur les **marchés émergents** et les **tapis rouges**.

AXES STRATÉGIQUES DE DÉVELOPPEMENT

IMAGE VIVANTE & RÉELLE

Shooting en extérieur & scènes de vie urbaine. ✨

IDENTITÉ CRÉATIVE

Valorisation de la DA & élégance parisienne. ✨

OPPORTUNITÉS

Pop-ups & croissance en Asie/Amérique latine. ✨

VISIBILITÉ ÉVÉNEMENTIELLE

Présence sur tapis rouges & festivals clés. ✨

Développer une image plus **vivante et connectée** en misant sur des **shootings en extérieur** : scènes de vie, lieux culturels ou cafés emblématiques. Mettre en lumière l'identité créative de la maison : féminité moderne, raffinement parisien, en **valorisant la directrice artistique** (Dominique) dans la communication. Utiliser des pop-ups expérientiels dans des villes stratégiques (Paris, Milan, Tokyo) comme levier de test avant d'envisager de **nouvelles implantations**, notamment en Asie (Séoul, Tokyo) et en Amérique latine (Buenos Aires, Mexico), en capitalisant sur le **storytelling** "Parisian chic". Enfin, renforcer la **visibilité** à travers des collaborations avec des actrices et ambassadrices françaises et internationales, en lien avec les grands événements culturels et sportifs (Cannes, Venise), pour ancrer l'image d'un **vestiaire élégant, accessible et photogénique**.