

DOLCE & GABBANA

L'une des marques de luxe les plus célèbres au monde!

Si Dolce & Gabbana est connue d'une clientèle sophistiquée pour son industrie de vêtements prêt-à-porter, de parfums et d'accessoires haut de gamme – lunettes de soleil et de vue, chaussures, sacs, montres, bijoux –, seuls quelques « happy few » connaissent les collections de haute couture féminine, de haute joaillerie et de haute couture masculine. La marque propose des pièces aux couleurs éclatantes, innovantes et exubérantes.

Par Rosine Lagier.

De rares privilégiés très riches, quelques amis de la maison et une poignée de journalistes sont, chaque année, invités aux défilés féériques et aux festivités somptueuses qui se déroulent dans des lieux emblématiques et des sites époustouflants d'Italie.

Leur principe : reproduire en un seul exemplaire la robe choisie, pièce unique que la cliente sera impérativement la seule à porter.

Au cœur de Milan, 120 personnes travaillent à la réalisation de vêtements exclusifs faits à la main. Chaque silhouette fait appel à des trésors de savoir-faire. Les effets sont ciselés, ajourés, peints à la main, faufilés de coraux, brodés de pierres, décorés de plumes ou de feuilles d'or.

Depuis quelques années, la maison propose de la vaisselle et des meubles. Elle a également collaboré avec Smeg, une marque d'électroménager, pour créer des objets ultrachics, comme des réfrigérateurs et des machines à café, peints à la main. Une bouteille de gaz version « haute couture » a même fait beaucoup jaser !



Les débuts de Dolce & Gabbana

Domenico Dolce est né le 13 août 1958 en Sicile. On raconte qu'à l'âge de 6 ans, grâce à son père tailleur, il réalisait déjà des vêtements. Stefano Gabbana, passionné d'art, est né le 14 novembre 1962 à Milan. En 1980, ils travaillent dans la même maison de mode ; en 1982, ils fondent leur société Dolce & Gabbana et présentent leur première collection en 1985.

N'ayant que peu de budget, des amies remplacent des mannequins impossibles à rémunérer et un drap de lit de Dolce sert de rideau de scène. En 1989, la marque présente de la lingerie et des maillots de bain puis, en 1990, une collection pour homme.

En 1992, pour leur 3^e collection, les quelques mannequins se changent derrière un rideau bancal, les vêtements sont accompagnés de conseils sur la façon de les porter, chaque pièce pouvant

▼ **Une robe à traîne**
avec corset brodé et jupe garnie de plumes (deux photos : devant et dos).



se décliner en sept tenues grâce à un système de Velcro et de bouton-pression.

Cette même année, ils lancent leur premier parfum pour femme, récompensé l'année suivante. Leur premier parfum pour homme sera récompensé en 1995.

L'amour de l'Italie, le fil conducteur de la marque

Les collections de Dolce & Gabbana sont toujours en relation avec l'Italie – particulièrement à la Sicile –, pays d'origine des fondateurs Domenico Dolce et Stefano Gabbana. Elles s'imprègnent d'une vision théâtrale et romantique incorporant des références historiques et culturelles italiennes, de l'iconographie religieuse, des motifs baroques, des imprimés floraux.

L'utilisation de dentelle, de corsets et de broderies les rend sensuelles et féminines. Certaines créations (robes, manteaux, vestes) sont inspirées par les costumes traditionnels portés lors de processions religieuses, d'autres expriment l'admiration du duo pour Botticelli, Le Titien, Le Caravage...

L'une des pièces les plus emblématiques, *La Robe Sicilienne*, met en valeur les courbes, s'évasant aux genoux pour créer un mouvement gracieux lors de la marche. Elle est considérée comme l'essence du style Dolce & Gabbana.

Le film *Le Guépard* (paru en 1963) – qui met en scène la noblesse sicilienne du XIX^e siècle à travers des costumes somptueux, des décors majestueux et un raffinement propre à l'Italie de cette époque – influence la marque par son esthétique aristocratique et baroque. Peut-être par nostalgie de ce passé, la marque crée des robes opulentes avec dentelles, brocarts.

Petit à petit, la maison puise son inspiration dans divers métiers manuels et traditions artisanales comme les céramistes, les verriers (Murano), les plumassiers, mais aussi dans les palais où l'on retrouve ce luxe et savoir-faire...

Nouvelle inspiration, nouvelle réputation

Le duo incruste ses vêtements de cristal et de verre, rehausse la collection de bijoux et de corsets. Madonna porta d'ailleurs l'un des corsets incrustés de pierres précieuses au festival de Cannes en 1991. En 1993, le duo travaille sur les 1500 costumes commandés pour la tournée internationale *Girlie Show* de l'artiste.

En 1995, les deux hommes apparaissent dans le film *The Star Maker* (*L'uomo delle stelle*) puis dans différents clips. En 1996, Dolce & Gabbana créent les costumes du film *Roméo + Juliet*.





◀◀ Un manteau ayant nécessité sept mois de travail à cinq ouvrières...

◀ Des parures de joaillerie haute couture.



◀◀ Une robe de mariée : les motifs baroques et les chérubins sont modelés avec du crin et de la ouate pour donner du volume, puis recouverts de satin duchesse et de mikado pour reproduire l'éclat et la brillance des stucs de Serpotta.

◀ Une robe inspirée du film *Le Guépard*.

◀ Une robe entièrement perlée façon mosaïque.

► En 1995, les collections s'inspirent du thème des gangsters américains, les mannequins posant «en gangster chic» avec manteaux à larges revers et chapeaux en cuir noir, engendrant des polémiques.

Ouvertement en couple pendant de nombreuses années, leur relation se termine en 2004 mais leur collaboration au sein de la maison continue, leur partenariat professionnel restant intact.

En 2009, Dolce et Gabbana possèdent 93 boutiques et 11 magasins d'usine : leurs créations se vendent dans plus de 80 pays.

Diversification, innovation : une marque entre tradition et modernité

En 2009, le duo collabore avec Sony Mobile Communications-Sony Ericsson pour proposer sa version de la ligne de téléphones mobiles Jalou, un petit bijou de technologie incrusté d'or 24 carats. Ils s'associent aussi avec Citroën pour créer une nouvelle version de la C3.

En 2010, ils collaborent avec Martini pour produire «une édition or» du Vermouth et en 2014, ils s'allient avec Stabilo pour proposer en coffret édition très limitée de quatre surligneurs Boss

Original. La marque évolue et se diversifie sans cesse. On la trouve associée au monde de l'édition, de la restauration, et la société possède des complexes polyvalents comme le Metropol, ancien cinéma milanais.

En 2015, pour fêter leur 30^e anniversaire, les créateurs organisent un événement somptueux à Portofino où l'une des surprises était une gigantesque pizza inspirée de leur logo, une façon de mettre l'Italie au cœur de la fête!

Selon le magazine *Forbes*, en octobre de cette même année, Dolce est la 27^e personne la plus riche d'Italie, avec une valeur nette d'environ 1,74 milliard de dollars. Trois ans plus tard, sa fortune est évaluée à 1,5 milliard de dollars.

Lors de la collection Automne/hiver 2018, la maison a surpris le public en utilisant des drones pour transporter des sacs à main sur le podium. Les deux hommes voulaient montrer leur capacité à allier traditions fortes et innovations technologiques.

En 2023-2024, Dolce et Gabbana aurait enregistré une augmentation de 17 % de leurs ventes, atteignant 1,871 milliard d'euros. Le duo réfléchirait à créer un *trust* pour leur succession, mais refuserait la vente de la marque.



► Les deux créateurs collaborent depuis plusieurs décennies avec des célébrités iconiques telles Monica Bellucci, Sophia Loren, Naomi Campbell, Madonna, Kylie Minogue, Bianca Balti... Monica Bellucci est la muse la plus emblématique de la marque. D'une beauté classique, d'une élégance sensuelle, elle apparaît fréquemment dans leurs campagnes publicitaires et les défilés. Sophia Loren, icône du cinéma italien, est décrite comme l'incarnation de la femme italienne : son charisme et son glamour sont souvent célébrés dans leurs créations. Avec son raffinement, Isabella Rossellini, fille de l'actrice Ingrid Bergman et du réalisateur Roberto Rossellini, illustre une version plus sophistiquée et cinématographique de la femme D&G (marque arrêtée en 2012).

La marque a beaucoup associé la mode avec la musique avec Whitney Houston, Missy Elliot, Beyoncé, Mary J. Blige. Quant à Madonna, la reine pop au glamour audacieux, elle a inspiré la marque par son esprit rebelle et provocateur. Muse de longue date, Naomi Campbell a apporté son énergie, son attitude sur les podiums des défilés, reflétant la confiance et la puissance que la maison cherche à transmettre dans ses vêtements. L'actrice et chanteuse Miley Cyrus était le nouveau visage de la campagne printemps-été 2024.

2025 : hommage à Madonna, l'amie, suprême et ultime icône du duo

Pour 2025, les créateurs ont réussi à inviter la suprême, l'ultime icône de mode : Madonna.

Mais au-delà d'individus célèbres, Dolce & Gabbana trouvent des muses dans les mères, grands-mères et figures familiales. Ils célèbrent la diversité de personnalités, de corps, d'âges et de styles.

Pour le défilé de mode 2025, tous les mannequins étaient coiffés de perruques blondes bouclées, clin d'œil à Madonna, égérie de cette année, qui est arrivée entièrement recouverte d'un voile de dentelle de Chantilly noire, une couronne d'or et de cristal sur la tête, longue robe fendue en mousseline et dentelle, corset noir, collier de haute joaillerie en or jaune et blanc avec diamants et têtes de mort.

Sur les mannequins, les robes bustiers à soutien-gorge conique en satin alternent avec des ensembles tailleur un peu érotiques, des robes-fourreaux fleuries – toujours en hommage à l'Italie –, de la lingerie à l'image de celle de Jean-Paul Gaultier, des boucles d'oreilles perlées en crucifix, des chapelets, toujours en clin d'œil à l'imagerie catholique.

Spectaculaire... et pour en savoir plus !

Après Milan, dans le cadre d'une tournée mondiale et jusqu'au 31 mars, la France est la première à accueillir au Grand Palais, à Paris, l'exposition « Du Coeur à la Main » sur 1200 mètres carrés. La scénographie immersive met en valeur, dans onze salles, 250 créations et 300 accessoires datant d'une trentaine d'années après le lancement de la maison. Un long voyage qui amène également dans un authentique atelier transféré en ces lieux. Chaque salle est thématisée autour d'une facette de la culture et du patrimoine italien en écho avec les vêtements.

L'exposition célèbre le minitieux, le travail fastidieux de la haute couture, les longues heures du travail fait main. Des pièces uniques époustouflantes : l'un des manteaux a nécessité sept mois de travail à cinq ouvrières !

◀ Un sac à main haute couture.

▲ Stefano Gabbana (à gauche) et Domenico Dolce (à droite).