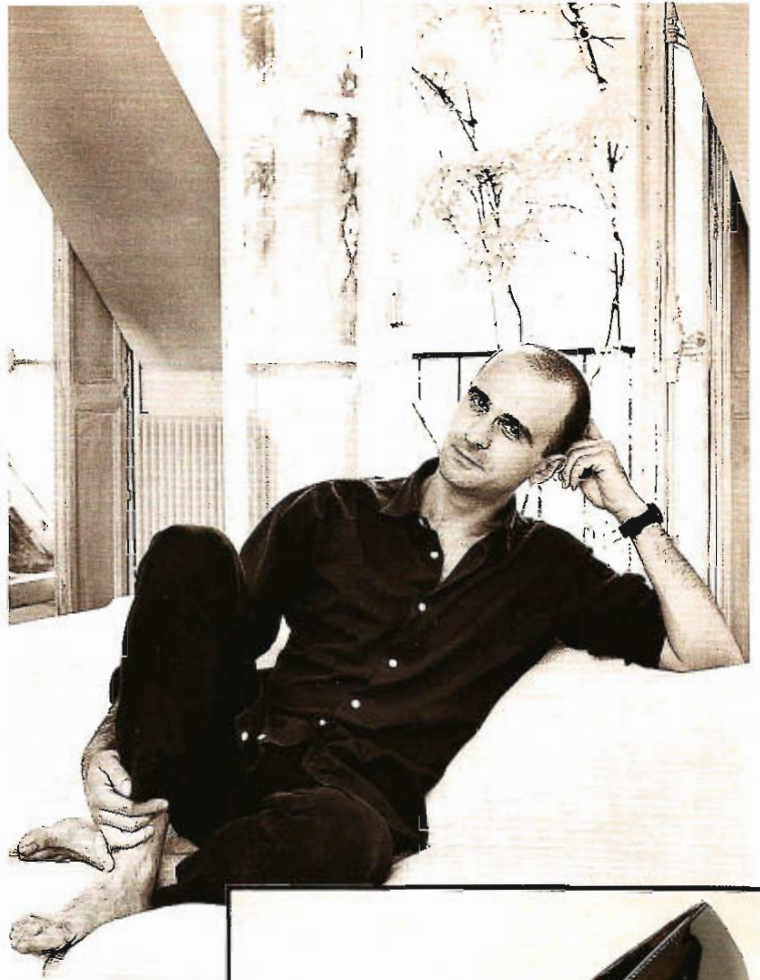


rencontres,

Alain Tondowski : le sens de l'élegance

« J'ai commencé à croquer des chaussures machinalement, comme on dessine des petits carrés quand on papote au téléphone! Ma mère adorait les chaussures; chez nous, à Metz, elle en possédait des dizaines de paires. D'ailleurs, elle adorait la mode en général. » Bac en poche, le petit Alain monte à Paris, direction le Studio Berçot, entre en stage chez Kélian et... se retrouve au département chaussures pour les défilés Dior. Un passage par la case théâtre et retour au sérail en tant que conseil en achats de mode créateurs et d'accessoires au Printemps. Mais la chaussure lui fait des appels du pied et il crée sa marque. Succès immédiat, de Londres à Tokyo en passant par Paris, où l'ouverture de sa boutique est imminente. Cet été, il a décliné le python sur tous les tons. Et tout en décriant le monopole italien en la matière, il se félicite de bénéficier, comme ses confrères, de l'effet marketing des Prada, Gucci, Fendi... qui ont bien « boosté » les accessoires! Michelle Pfeiffer (une fan du plat, bien qu'elle plafonne à 1,60 m), Madonna, Isabella Blow, Gwyneth Paltrow l'ont à leurs pieds.



Carlos Puig Padilla : mannequin chausseur

Sympa comme tout avec son accent chantant made in Barcelone, Carlos Puig (prononcez patch) Padilla, trente-trois ans, a commencé comme mannequin, tout en suivant les cours d'une école de modélisme-stylisme. Son premier job : responsable Espagne des licences pour Pancaledi. Il obtient une bourse, met le cap sur Paris direction Esmod (pour un passage éclair), dessine une ligne de vêtements pour Camper. Sa grande chance ? Une amie, journaliste de mode à « la Vanguardia », ne peut pas assister aux défilés à Paris, il la remplace illico presto, écrit les articles et devient rédacteur de mode. On se croirait dans un film! « Vogue », « Glamour », « Woman », « El País », « lo Donna »... toutes les rédactions se l'arrachent! Le monde de la mode l'a conquis, il crée sa première ligne de chaussures, Marisa Paredes (l'égérie d'Almodovar) et d'autres personnalités ibériques l'ont adopté... ça aide! Après avoir été inspiré en été par le rouge et les « plazas de toros », Carlos signe sa deuxième collection en référence au Moulin-Rouge et aux années 20. Tout en expliquant l'engouement pour son accessoire fétiche : « La mode minimaliste a dépouillé les femmes, en ramenant la féminité à sa plus simple expression. Tant et si bien qu'aujourd'hui, elles ne veulent plus être décorées comme un sapin de Noël : une bague ou mais superbe, un sac brodé, des chaussures sophistiquées, la touche précieuse qui fait la différence »! Poulain or, chevreau moiré, effet de relief et hauts talons signent son hiver.

Suite p. 134