Styles

100 % mode TONI GARRN



L'EXPRESS

PHOTO : BENJAMIN LENNOX POUR L'EXPRESS STYLES. SUPPLÉMENT DE L'EXPRESS N° 3373, DU 24 FÉVRIER AU 1ER MARS 2016. NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT.





www.chanel.com La Ligne de CHANEL - Tél. 0 800 255 005 (appel gratuit depuis un poste fixe).





SHOP ONLINE AT FENDI.COM

FENDI

PRADA





ART. VPR21S PRADA.COM


BOSS
HUGO BOSS


HUGO BOSS FRANCE SAS Téléphone + 33 1 44 17 16 70
HUGOBOSS.COM



©2016 CHLOÉ. ALL RIGHTS RESERVED.


Chloé
44, AVENUE MONTAIGNE, PARIS 8ÈME
253, RUE SAINT-HONORÉ, PARIS 1ER
CHLOE.COM


ARMANI.COM
EMPORIO ARMANI
EMPORIO ARMANI
SOUNDS

Sommaire

19... L'ÉDITO
de Lydia Bacrie

32... L'INSPIRATION
Issey Miyake. Matières à réflexion

LA SEMAINE... MODE
35... **L'essentiel.** Plissé soleil
36... **L'esprit.** Sapeuse mode d'emploi
38... **Paper Doll.** Barrée, la rayure !
40... **L'icône.** Constance Jablonski au top
A voir. Les 1 001 vies de Barbie
42... **Sur le ring.** *Street metal*
44... **Showroom.** Faites-vous une fleur !
46... **A la manière de...** Paul Klee
48... **La pièce culte.** M comme Maje
La collab... J Brand pour Comptoir des cotonniers
50... **L'esprit.** *Fashion circus*
52... **A volonté.** Western moderne
54... **Talent à suivre.** Vivetta Ponti
56... **Le moodboard de...** Valentino



80

58... **A volonté.** Miss Mode
60... **Showroom.** Out of Africa
62... **Débat.** Doit-on montrer sa lingerie ?
Phénomène. Pub fantôme
64... **Working girl.** Anya Ziourova
Tribune. Où sont les tops arabes ?

LA SEMAINE... BEAUTÉ
66... **Dans la salle de bains de...**
Lisa Gachet
68... **Parfums.** Une rose sinon rien !
70... **Focus.** Retour au hammam

LA SEMAINE... STYLES DE VIE
72... **On a testé.** La détox d'Anne-Sophie Pic
Food. Epicerie fine
74... **A voir.** Royère en majesté
Respect ! Noémie Caillault
76... **Phénomène.** *Zoolander,* le retour

L'ÉPOQUE
79... L'astrologie vue par Susan Miller
80... **Portrait.** Alessandro Michele, le gourou de Gucci
84... **Portfolio.** Au-dessus du volcan
118... **Portfolio.** De nuit comme de jour
Toni Garrn photographiée par Emma Tempest et par Benjamin Lennox



84

KEVIN TACHMAN/GUCCI – EMMA TEMPEST POUR L'EXPRESS STYLES



GIVENCHY.COM | JE SUIS UN ENFANT SUR LE FLEUVE ET L'AMOUR ATTEND EN AVAL D'UNE CASCADE AFIN DE VOLER MON SOUFFLE ET ME TRANSFORMER - ANOHNI, DEC. 2015

GIVENCHY



I am a child on the river and love waits downstream
A waterfall to steal my breath and Change My Mind
Anahori Dec. 2015.

SNOW BIRD

Un film de Sean Baker
kenzo.com/snowbird



KENZO PARIS

132... **Enquête.** La mode, fille publique
136... **Rencontre.** Gemma Gvasalia. L'expérience Vetements
140... **Mode d'emploi.** Comment porter le workwear
144... **Histoires.** Susan Miller, consultante planétaire
148... **Beauté.** Une saison monomaniaque
152... **Restaurants.** Papillon. L'Alcazar. L'Atelier des gourmets



148

LA CULTURE
155... **Hommage.** Serge Gainsbourg
156... **Cinéma.** *Je ne suis pas un salaud, Nahid, Pattaya...*
158... **Actus. Théâtre.** *Rumeurs.* **Télé.** *Les Mondes de Philip K. Dick* **La preuve par 3...** Rock au féminin
160... **Expo.** Ugo Mulas à la Fondation Cartier
162... **Livres.** *Parmi les dix milliers de choses,* de Julia Pierpont
164... **Portrait.** A pas de Loulou
165... **BD.** Les esprits de Juliette **Jazz.** La galaxie Truffaz
166... **Codé/décodé.** Etoiles **Cinéma.** La DVDthèque idéale de... Clément Cogitore

168... CARNET D'ADRESSES
170... DANS LE SMARTPHONE DE... #Dita Von Teese



118



76



140

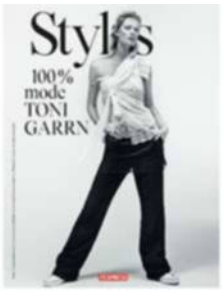
ALESSANDRO ZENO/IMAXTREE – BENJAMIN LENNOX POUR L'ESPRESS STYLES – PARAMOUNT PICTURES 2016 – ANTONELLO TRIO/IMAXTREE

Styles

Directeur de la publication : CHRISTOPHE BARBIER *Rédaction de Styles. Directrice de la rédaction :* LYDIA BACRIE *Directeur artistique :* SERGE LATIL
Rédactrice en chef : ELVIRA MASSON *Rédacteur en chef délégué :* GILLES MÉDIONI *Rédacteur en chef délégué (saveurs, design, voyages) :* FRANÇOIS-RÉGIS GAUDRY
Rédactrice en chef adjointe (mode) : CHARLOTTE BRUNEL *Rédactrice en chef adjointe (photo) :* NATHALIE MARCHETTI *Premier secrétaire de rédaction :* MARC ALCOVER
SYLVIE WOLFF *(chef des infos, design)*, NATHALIE CHAHINE *(chef de service voyages)*, DELPHINE VIVIER *(rédactrice photo)*,
GHISLAINE PERARIA *(responsable de la production images/mode)*, CHRISTIANE MARTORELL *(assistante)*.
Directrice mode image : MIKA MIZUTANI
Photogravure : L'EXPRESS - *Imprimerie :* ROULARTA (Belgique) - L'EXPRESS, *29, rue de Châteaudun, 75308 Paris Cedex 09. Tél.: 01-75-55-10-00. CPPAP n° 55931*


Paul Smith
3 RUE DU FAUBOURG SAINT-HONORÉ, PARIS
32 RUE DE GRENELLE, PARIS
24 RUE PASTOURELLE, PARIS
Paulsmith.fr

L'Edito





EN COUVERTURE (à g.)
Toni Garrn porte un top en crêpe de jersey blanc, un pantalon en cady stretch avec une jupe en Nylon brodée de dentelle noire, le tout Givenchy par Ricardo Tisci. Baskets All Star blanches, Converse.
Photos : Benjamin Lennox pour L'Express Styles.
Réalisation : Mika Mizutani.
Coiffure : Vi Sapyyapy c/o Management+Artists.
Mise en beauté : Mathias Van Hooff c/o Management+Artists.
Manucure : Odile Sibuet.

EN COUVERTURE (à dr.)
Toni Garrn porte un manteau tissé à motif ethnique, Giorgio Armani, et des boucles d'oreille en or, Aurélie Bidermann.
Photos : EmmaTempest pour L'Express Styles.
Réalisation : Mika Mizutani.
Coiffure : Alessandro Rebecchi pour Bumble & Bumble.
Mise en beauté : Sandra Cooke c/o The Wall Group using Mac Pro.

Rêver LA MODE...

Autant le dire d'emblée. A force d'évictions de créateurs, de démissions avant burn-out et autres rumeurs sur la mauvaise santé de certaines maisons, on avait un peu le sentiment que la mode était à bout de souffle. Cela reste vrai, mais il faut aussi se rappeler que les crises portent souvent en elles leur renaissance. Et nous sommes sans doute à l'aube de cette résurrection, même si les contours en sont encore flous. Le renouveau, c'est en tout cas le *motto* de ce numéro spécial, où nous avons choisi de mettre en lumière les prémices d'une nouvelle ère... Avec des créateurs qui pensent autrement, et nos deux invités d'honneur en sont le parfait symbole. Inconnus il y a encore un an, ils sont aujourd'hui sous le feu des projecteurs, et pour cause. L'un fait la révolution chez Gucci, l'autre mènera sans doute celle de Balenciaga – il présentera sa première collection dans quelques jours. Alessandro Michele et Demna Gvasalia ont en commun de bousculer tous les codes : celui des genres, du vintage et du contemporain, du luxe et de la rue. Et les fans de mode en redemandent. Ceux-là mêmes qui souhaitent plus que jamais devenir des acteurs à part entière de cet univers. En s'invitant aux défilés, en bousculant le rythme de la production avec leur désir de posséder, en instantané, les pièces présentées. Et derrière ce grand chamboule-tout se cache un signe éminemment positif. La mode fait plus que jamais rêver, et ce numéro spécial en est aussi la preuve...

LYDIA BACRIE




LONGCHAMP
PARIS



ISABEL MARANT




MARINA RINALDI
women are back*


PATRICIA ARQUETTE
*LE RETOUR DES FEMMES
REGARDER LA VIDÉO SUR MARINARINALDI.COM



diesel.com



it's
*complicated**



**c'est compliqué*

DIESEL



PARIS LYON MARSEILLE CANNES NICE SAINT-TROPEZ LILLE BORDEAUX BCBG.COM



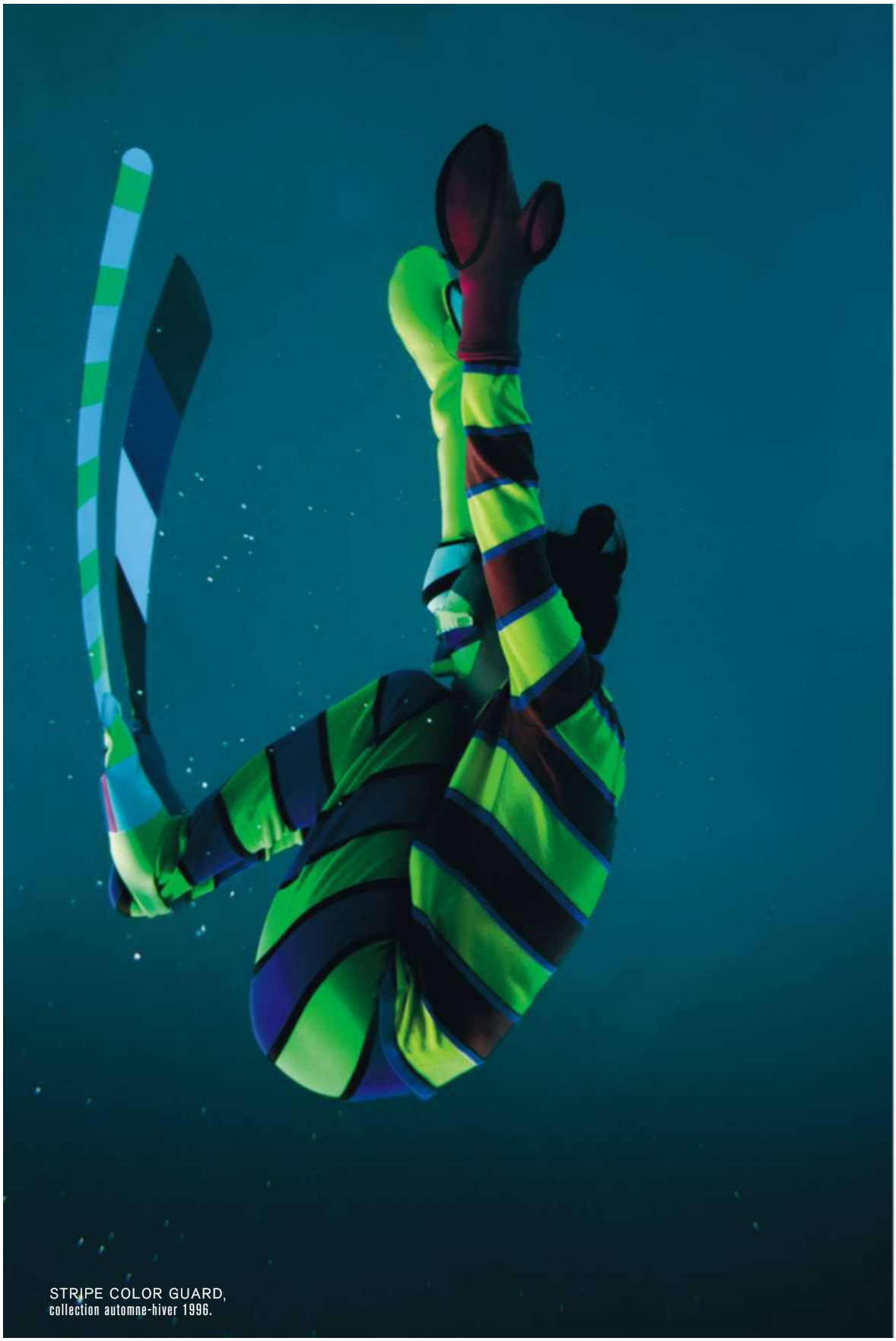
BCBGMAXAZRIA





IKKS

Instagram @ikksofficial



STRIPE COLOR GUARD,
collection automne-hiver 1996.



Retiré de la scène, ISSEY MIYAKE a laissé son empreinte poétique dans la mode. Une MONOGRAPHIE déroule le fil de ses créations.

MATIÈRES à réflexion



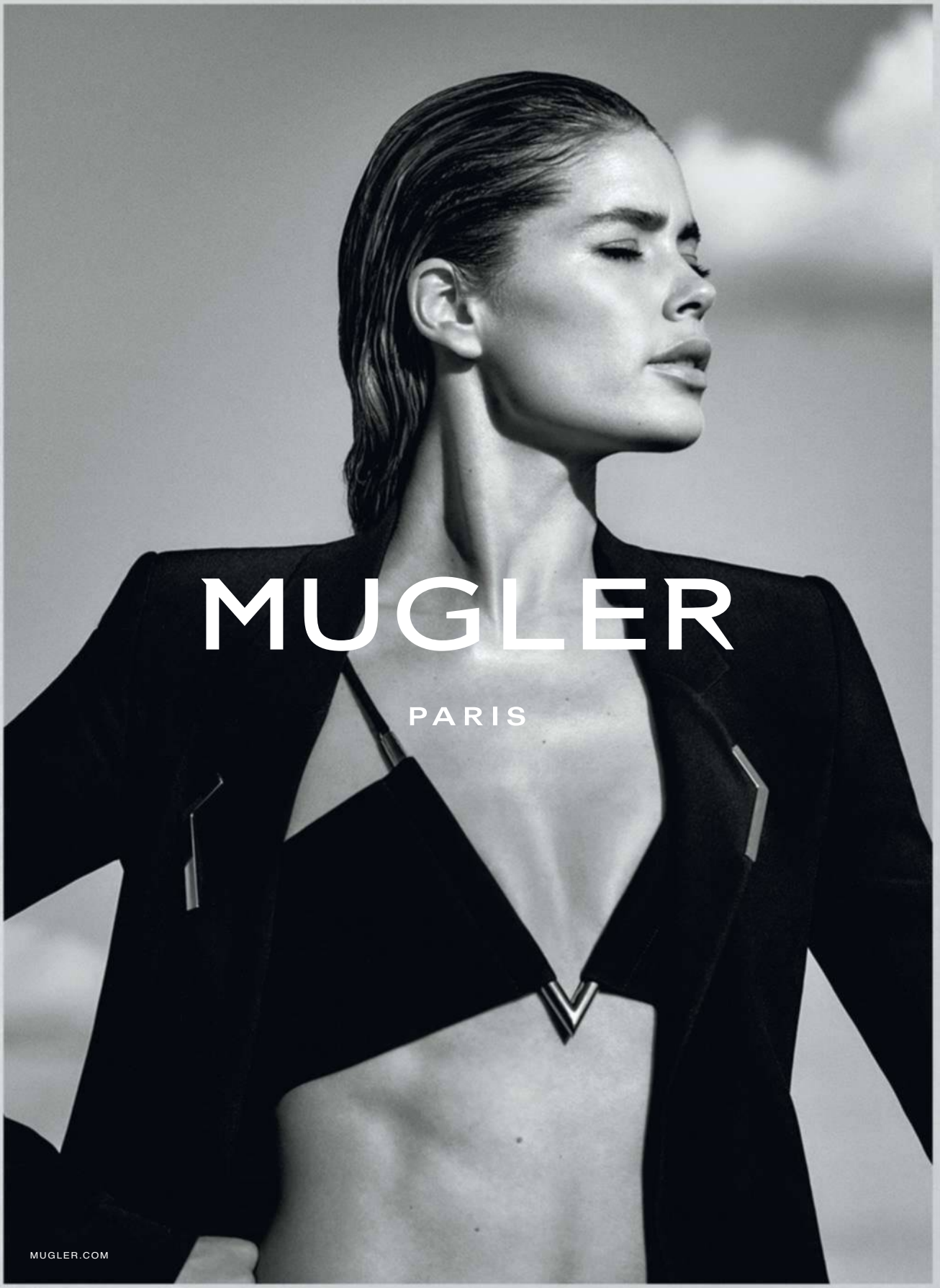
Manteau PAO, collection printemps-été 1995.

YURIKO TAKAGI

Ses vêtements enflent comme des ballons colorés sous le vent, dessinent une armure futuriste ou enveloppent le corps d'une matière apparemment brute. Au fil de ses collections, à redécouvrir dans le nouvel ouvrage qui lui est consacré et au fil de l'exposition organisée à Tokyo, Issey Miyake a fait le choix de ne pas choisir. Rescapé de Hiroshima, où il est né, le styliste japonais a exploré tous les territoires avec l'énergie d'un survivant. L'organique et le technologique, la puissance de la nature et la poésie géométrique, la joyeuse polychromie et le noir et blanc ascétique. Récompense ultime d'une démarche artistique aboutie, ses plissés, ou « Pleats Please », créés au départ pour un ballet de William Forsythe, sont devenus des classiques. Cette saison, plusieurs créateurs, Stella McCartney en tête, leur rendent hommage. Auteur en titre des clichés de l'ouvrage, la photographe Yuriko Takagi capture la présence humaine à travers le vêtement. Issey Miyake imagine ce dernier comme un espace accueillant le corps et ses mouvements. Il définissait lui-même son travail comme du « *skin-making* », soit la recherche perpétuelle d'une seconde peau idéale. Belle philosophie de la mode.

■ LOUISE PROTHERY

Issey Miyake. Taschen, 512 p., 50 €.
Exposition *Issey Miyake* au Centre national des arts de Tokyo, du 16 mars au 13 juin, www.nact.jp


MUGLER
PARIS
MUGLER.COM

La Semaine Styles

PIÈCES CULTES, TALENTS À SUIVRE, LIEUX À TESTER… NOTRE SÉLECTION D'ADRESSES ET D'ENVIES



L'ESSENTIEL

Plissé SOLEIL

Anobli en 2000 par la reine pour bons services rendus à la mode britannique, fraîchement décoré, en France, de la légion d'honneur, sir Paul Smith mériterait une autre breloque : celle de l'optimisme, qui infuse sa collection printemps-été 2016, inspirée de la rétrospective *La Vie en couleurs* du photographe Jacques-Henri Lartigue. Le dandy nonchalant offre une palette chromatique éclatante, comme, ici, ce cabas en cuir marron glacé paré d'un éventail de tons chauds. P. N.-N.
Sac Concertina, en cuir, Paul Smith, 1 100 €.



CRISTOBAL BALENCIAGA S'EXPOSE
Il a réinventé la silhouette féminine avec ses volumes architecturés. Le musée de la Mode d'Anvers lui consacre une exposition qui témoigne de son influence sur la mode d'aujourd'hui.
Game Changers, du 18 mars au 14 août.



TAILLÉE POUR LE SUCCES
L'e-shop Monnier Frères présente sa collection capsule Crystal Spring, en collaboration avec Swarovski. Le cristallier a réalisé les créations de huit designers, dont cette boucle d'oreille arc-en-ciel d'Anton Heunis. *200 €.*



TÊTE DE MULE
Après le succès de ses sacs seaux, la marque new-yorkaise Mansur Gavriel s'est trouvé une nouvelle obsession, la mule, déclinée en neuf modèles aux accents très seventies.
En daim, 485 €, disponible sur Net-a-porter.com

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

FRED LANDRY POUR L'EXPRESS STYLES – SDP

Q ET R AVEC… JEAN-PAUL GOUDE



Le photographe culte immortalise Aurélie Dupont, nouvelle directrice du ballet de l'Opéra de Paris pour la campagne printemps-été de Jérome Dreyfuss.

Racontez-nous l'histoire de cette campagne ?
Jérôme Dreyfuss a eu une idée que j'aime beaucoup : donner des noms d'hommes à ses sacs, comme Maurice. J'ai donc imaginé un triangle amoureux improbable : la danseuse étoile Aurélie Dupont amoureuse à la fois de Jean-Paul et de Maurice.

Vous avez un point commun avec ce créateur : l'humour...
Disons que Jérôme et moi-même sommes des adeptes d'une tradition bien française qui, envers et contre tout, consiste à mêler l'humour à la publicité.

Quelle icône rêveriez-vous de photographier ?
Si j'ai eu la chance de photographier des personnalités qui sont devenues des icônes, je préfère avoir le « coup de foudre » pour quelqu'un. Ça n'arrive pas tous les jours. Je suis dans l'expectative...
PROPOS RECUEILLIS PAR P. N.-N.





Chapeau en feutre de laine, BIG ARISTOTE, 170 €.



Chevalière en or rose, GINETTE NY, 405 €.



Pantalon en laine mélangée, PAUL & JOE, 265 €.



Slippers en cuir, FRATELLI ROSSETTI, 430 €.



GUCCI



Lunettes solaires, MARC JACOBS, 199 €.



Veste en laine mélangée, PAUL & JOE, 490 €.



Chemise en soie, STELLA MCCARTNEY, sur Farfetch.com, 895 €.



Montre à gousset en laiton palladié et verre minéral, TISSOT, 470 €.

L'ESPRIT

SAPEUSE mode d'emploi

Costume clinquant, lunettes de soleil et chevalière démesurée, attention aux yeux ! Si la Sape, pour société des ambianceurs et des personnes élégantes, est un mouvement vestimentaire transgressif popularisé au Congo dans les années 1960, elle s'est depuis imposée comme une forme de dandysme, qui se féminise. C. Be.

ALOIS BEER POUR L'EXPRESS STYLES – DAN & CORINA LECCA/SDP – ÉRIC DAHAN – AURÉLIE DUPONT POUR JÉRÔME DREYFUSS PAR JEAN-PAUL GOUDE



Publicis EtNous



TELLE MÈRE, TELLE FILLE

Alors que Cindy Crawford tire sa révérence au monde de la mode, sa fille Kaia Gerber prend la relève ! A 14 ans, la jolie brune a été choisie par le créateur Alexander Wang pour incarner sa campagne printemps-été 2016.



MANOLO BLAHNIK A TOUT PRIX

Le chausseur chouchou de Carrie Bradshaw, coutumier des paires à 950 euros, serait prêt à créer une collection de souliers pour des marques comme H & M ou Topshop. En attendant ce rêve, un documentaire lui sera prochainement consacré.



LA PAIRE PRÉCIEUSE

Après sa collaboration avec Alexandre Vauthier, la maison Mauboussin confie sa ligne de haute joaillerie à la créatrice parisienne Bouchra Jarrar. Il faudra patienter jusqu'au mois de juillet pour découvrir ses parures inédites.



Lunettes Cathy, en acétate, LOUIS VUITTON, 475 €.

Boucles d'oreille Saint-Tropez, en résine, LUC KIEFFER, 145 €.

Pull en cachemire, GIORGIO ARMANI, 800 €.

DOLCE & GABBANA

Serre-tête Betty, en coton et satin, BENOÎT MISSOLIN, 206 €.

Short en coton, MARA HOFFMAN, 147 €.

Sac Frame, en veau à rayures bayadères, PRADA, prix sur demande.

Derbys en cuir, SARTORE pour Le Bon Marché, 475 €.

PAPER DOLL

Barrée, la RAYURE !

Verticale, horizontale ou diagonale, tout en sobriété ou rebrodée de motifs comme sur le défilé Dolce & Gabbana, la rayure traverse sans compromis le vestiaire estival. Graphique sur un sac à main Prada ou en transparence cinétique sur une robe Stella McCartney, on en use et abuse pour un été qui file droit. C. Be.

ALOIS BEER POUR L'EXPRESS STYLES

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

STYLISME RÉALISE PAR JESSICA GORDON



Publicis EtNous



FERRAGAMO À LA LETTRE
On l'a vu sur les défilés cet été, la logomania est de retour. La maison Salvatore Ferragamo se prête au jeu avec ce foulard pop à la typo cartoonesque, on adore ! *195 €.*



PIÈCE COUTURE
La postérité n'a pas de prix, du moins pour Yves Saint Laurent, qui a été choisi pour représenter la France sur une pièce de monnaie en or et en argent auprès de sa célèbre robe Mondrian.



CITÉ DE LA MODE
L'eldorado hype qu'est Brooklyn n'en finit plus de fasciner. Le livre *New York Street Style. La mode made in Brooklyn* capture l'essence de son style, entre inspiration et bonnes adresses. *La Martinière, 240 p., 25 €.*



L'ICÔNE DU MOMENT
Jablonski au top !

Du haut de son 1,80 mètre, Constance Jablonski est l'un des rares mannequins français à arpenter les podiums du monde entier. Gucci, Elie Saab, Balenciaga... tous les grands noms de la mode la réclament. A l'affiche de la campagne Majestic Filatures depuis la saison dernière, les directeurs artistiques de la griffe, Roland Chelly et Franck Ellia, l'invitent à imaginer une collection à l'image de son look, simple et naturel. La beauté lilloise a ainsi revisité 20 basiques, comme ce tee-shirt en lin qu'elle magnifie sous l'objectif du photographe Fred Meylan. P. N.-N. *70 €. A découvrir dans les boutiques Majestic.*



LA PIÈCE PRÉCIEUSE
Roksanda en première ligne

Adoubée par la presse anglo-saxonne, Roksanda Ilincic twiste les tenues des tapis rouges depuis plus d'une décennie à coups de volumes audacieux et d'imprimés graphiques – Michelle Obama et Keira Knightley en raffolent. Pour 2016, la créatrice d'origine serbe se lance un nouveau challenge : créer sa collection de joaillerie. Résultat ? Une ligne de bijoux en or plaqué marquée par des influences modernistes et des jeux de formes géométriques dont elle a le secret. On n'est pas loin du chef-d'œuvre ! P. N.-N. *Bracelet, 701 €. www.lyst.com*

À VOIR
Les 1 001 vies de Barbie

Jeremy Scott l'a rhabillée pour Moschino et trois expositions lui sont consacrées : c'est l'année Barbie ! La plus célèbre des poupées a fait rêver des générations de petites filles, ouvert le débat sur les stéréotypes de la femme moderne. Le musée des Arts décoratifs décrypte à son tour le phénomène. C. BE. Barbie, *du 10 mars au 18 septembre au musée des Arts décoratifs, Paris (Ier).*



PHOTOS : SDP

CARNET D'ADRESSES PAGE 168


MaxMara
MAXMARA.COM



Blouson *oversized* en Nylon perforé argent, I.CODE BY IKKS, 155 €.

Sac Bao Bao, en PVC, ISSEY MIYAKE, 995 €.

Teddy en python or, SAINT LAURENT PAR HEDI SLIMANE, prix sur demande.

Sac Florent, en croûte de velours doré, JÉRÔME DREYFUSS, 500 €.

Pantalon en cuir argent, TOD'S, 3 200 €.

DIANE VON FURSTENBERG

Collier en métal doré, VERSACE, 290 €.

CARVEN

Short Maz doré, BCBG MAX AZRIA, 270 €.

Ballerine Sunset, en cuir, LONGCHAMP, 280 €.

SUR LE RING

STREET Metal

Cinquante-cinq ans après le Space Age, les créateurs explorent la galaxie des métallisés à travers un dressing plus urbain que jamais. Teddy or ou anorak argent, short lamé et pantalon façon aluminium, on ose le total look. Effet apesanteur garanti ! S. E.D.M.

ALOIS BEER POUR L'EXPRESS STYLES – SDP

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

STYLISME RÉALISÉ PAR JESSICA GORDON


I R O
AVAILABLE WORLDWIDE IROPARIS.COM SPRING SUMMER 16
PARIS NEW YORK LOS ANGELES MIAMI MONTREAL SYDNEY MADRID ROMA
MUNICH LONDON COPENHAGEN ISTANBUL BEIRUT SEOUL HONG KONG BEIJING

1. Sac en tapisserie et cuir, SAINT LAURENT PAR HEDI SLIMANE, 1 450 €.
2. Sandale compensée en soie, polyester et Lurex, DRIES VAN NOTEN, 647 €.
3. Fleurs en soie, KARUNA BALLOO, 125 € chacune.
4. Bottine en cuir et broderies, LAURENCE DACADE, 661 €.
5. Sandale compensée en cuir brodé à talon en bois et métal, ALEXANDER McQUEEN, 1 995 €.
6. Sac en toile et fleurs brodées, GUCCI, 2 590 €.
7. Sac en veau, satin et cabochons strassés, DOLCE & GABBANA, prix sur demande.
8. Ballerine en dentelle à broderies en raphia, TABITHA SIMMONS, 675 €.
9. Sandale en veau velours à semelle en cuir brodé, MINELLI, 139 €.
10. Sac en python avec broderie de fleurs en cuir et fourrure, FENDI, à partir de 2 400 €.
11. Lunettes en acétate, PAUL & JOE EYEWEAR, 290 €.
12. Chaussure en toile brodée et corde, SERGIO ROSSI, 890 €.



BENJAMIN BOUCHET POUR L'EXPRESS STYLES

SHOWROOM

Faites-vous UNE FLEUR !

La mode a la main verte et les fleuristes se frottent les leurs. Les créateurs nous invitent à leur garden-party. Canevas bucolique, imprimés floraux naïfs, bouquets en 3D... bourgeonnent sur les accessoires de la saison. On les aime un peu, beaucoup, à la folie. P. N.-N.

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

STYLISME RÉALISÉ PAR JULIE NIVERT



WWW.CARVEN.COM



1.



2.



3.

1. Chemise en twill de coton, BA&SH, 140 €.
2. Lunettes roses Lucia collection Tuttolente, RETROSUPER FUTURE, 199 €.
3. Veste en cuir, MIU MIU, 3 500 €.
4. Boucles d'oreille en résine, MARNI, 390 €.
5. Ceinture en cuir, LOUIS VUITTON, 395 €.
6. Escarpins en cuir à talon en bois verni, MULBERRY, 445 €.





5.

7. Sac Charlie, en buffle, LANCEL, 1 090 €.
8. Jupe plissée en viscose et laine, BOTTEGA VENETA, chez Matchesfashion.com, 2 500 €.



4.



6.



7.



8.

À LA MANIÈRE DE...

PAUL KLEE

L'œuvre du prolifique artiste allemand de la première moitié du XXe siècle sera à l'honneur au Centre Pompidou ce printemps. Pilier de l'art abstrait, ce peintre poète compose ses toiles colorées et géométriques comme une symphonie. Côté mode, on retrouve sa palette chaude de rouge orangé dans le vestiaire de la saison. Tout comme ses motifs cubistes, à suivre sur cette jupe Bottega Veneta. Ou cet effet bois un peu vintage à porter fièrement au talon. La Klee du style. S. E. D. M.

SENECIO (1922), DE PAUL KLEE, THE GALLERY COLLECTION/CORBIS – SDP

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

STYLISME RÉALISÉ PAR JESSICA GORDON



s a n d r o

PARIS

VOIR LE FILM SUR SANDRO-PARIS.COM
PRINTEMPS/ÉTÉ 16

LE PODIUM DES TOPS



LA PLUS CONNECTÉE
Avec 49 millions d'abonnés sur Instagram, la cadette des Kardashian, Kendall Jenner, a déjà tout d'une grande. A 20 ans, la belle brune cumule les contrats, les défilés et les *followers* ! (4 fois plus que sa copine Gigi Hadid).



LE COME-BACK
Elles étaient les visages de la mode des années 1990. Claudia Schiffer, Cindy Crawford et Naomi Campbell reprennent du service pour Balmain, qui fait de ces icônes les têtes d'affiche de sa nouvelle campagne.



LA PLUS ENGAGÉE
Depuis douze ans, le mannequin Natalia Vodianova lutte pour aider les enfants défavorisés en Russie, son pays d'origine, avec sa fondation, Naked Heart. Le 6 mars, elle organise un semi-marathon avec Guerlain. On y court.



LA PIÈCE CULTE

M comme…

… (Judith) Milgrom, fondatrice de Maje, et comme son nouveau sac qui porte son initiale et compte bien se faire une place au panthéon des it-bags, puisqu'il est prévu qu'il soit reconduit chaque saison. Côté design, le M épouse un format idéal – petit et rectangulaire –, est orné de jolies franges et d'une poignée intégrale et se porte aussi bien à la main que sous le bras. Pratique, donc, et adaptable à tous les looks, puisqu'il se décline déjà dans sept coloris, des cuirs noir et rouge façon rock'n'roll au veau velours vert ou bleu électrique. On garde une légère préférence pour sa version rose presque nude. M comme must ? C. BE.
195 €.



LA COLLAB

On se fait une TOILE ?

Qui d'autre que Charlotte Gainsbourg pourrait mieux incarner le jean ? Depuis son rôle dans *L'Effrontée,* elle le porte comme une seconde peau. Cette saison, l'actrice et sa fille Alice Attal l'enfilent pour incarner la collection capsule de J Brand, jeaner californien, et Comptoir des cotonniers, dont elles sont les ambassadrices. Au menu : deux pantalons iconiques du label, le Ginger et le Super Skinny, une veste safari et une robe saharienne déclinées dans cinq coloris. Une collection bien pensée pour l'été qui devrait faire l'unanimité auprès des mères et de leurs filles. P. N.-N.
J Brand pour Comptoir des cotonniers, disponible dans les magasins Comptoir des cotonniers.

VALERIE MACON/AFP – DENNIS VAN TINE/PHOTOSHOT/NURPHOTO – SDP

CARNET D'ADRESSES PAGE 168



shop at santonishoes.com

Santoni

Q ET R AVEC… ÉTIENNE DEROEUX



Cocorico ! Cette saison, l'un des piliers de la nouvelle garde française rhabille quatre modèles pour le chausseur parisien Carel.

Comment est née cette collaboration ?
De l'envie commune de créer quelque chose qui nous ressemble. Pour moi, une ligne de chaussures alliant exigence, savoir-faire et créativité. Et pour Carel un retour en fanfare à ses premières amours : les jeunes créateurs parisiens et le design audacieux.

Quelles sont vos inspirations pour cette collection ?
Le travail de Constantin Brancusi, autant dans la couleur, la forme que dans certains effets de matière (l'or, les tissus marbrés…). Des femmes aussi, comme Charlotte Rampling et Gia Coppola.

Des projets pour 2016 ?
L'ouverture de notre pop-up store, rue Saint-Honoré, proposant la collaboration Etienne Deroeux et Carel, à partir du 2 mars.
PROPOS RECUEILLIS PAR P. N.-N.



Sandale en cuir, ÉTIENNE DEROEUX POUR CAREL, 295 €.



Lunettes cœur Ultracandy, collection Andy Warhol, RETROSUPER FUTURE, 500 €.



Veste en laine, GUCCI, sur Net-a-porter.com, 2 500 €.



Bague en bois de myrte, ivoire de mammouth, or blanc, ébène et ambre, HARUMI KLOSSOWSKA DE ROLA, prix sur demande.



Jupe en denim, MANOUSH, 210 €.

MARC JACOBS





Boucles d'oreille en PVC doré, MARNI, 550 €.



Sac GO-14 Malletage Hologram en cuir peint, LOUIS VUITTON, 3 100 €.



Pantalon pattes d'éléphant boutonné, ROSIE ASSOULIN, sur Matchesfashion.com, 2 090 €.



Richelieus en cuir, GEOX, 130 €.

L'ESPRIT

Fashion CIRCUS

Bienvenue au grand cirque de la mode ! Marc Jacobs joue les Monsieur Loyal de la saison et ouvre le bal avec ses hôtesses apprêtées façon cigarette-girls. Si Gucci assure le cérémonial avec une veste officier galonnée d'étoiles d'or, la joaillière Harumi Klossowska de Rola nous jette droit dans la fosse aux lions. Que le spectacle commence ! C. BE.

ALOIS BEER POUR L'EXPRESS STYLES – SDP


maje
PARIS



1. Santiag en cuir, MAJE, 395 €.
2. Bottine Cosplay, en cuir et métal, LOUIS VUITTON, 1 100 €.
3. Bottine Frame, en cuir, CÉLINE, 850 €.
4. Santiag Cara, en cuir et clous, ZADIG & VOLTAIRE, 485 €.
5. Chelsea boots Bandit, en cuir, daim et python, COACH, 595 €.
6. Boots western en cuir, SARTORE, 575 €.

BENJAMIN BOUCHET POUR L'EXPRESS STYLES

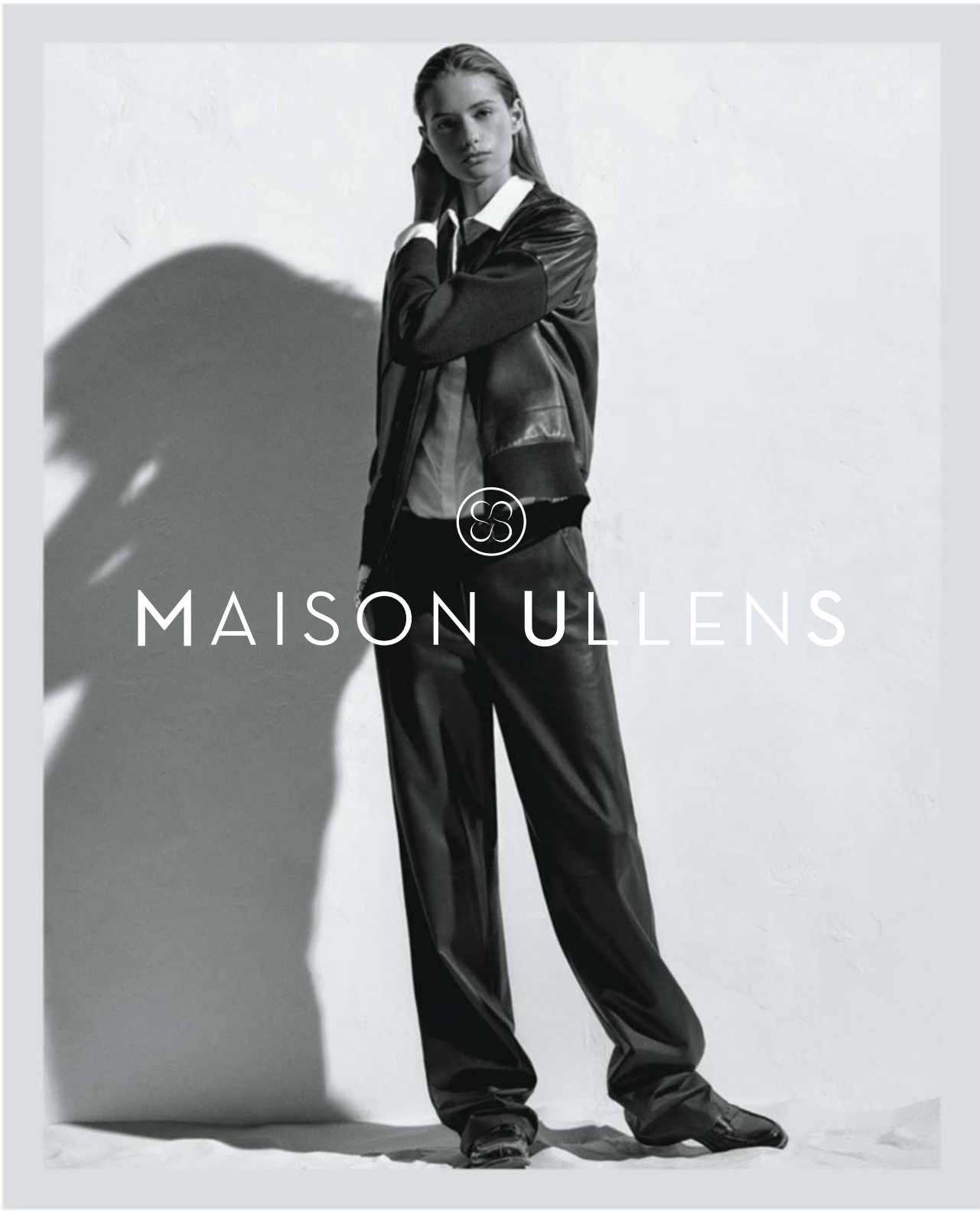
À VOLONTÉ

WESTERN moderne

Exit les saloons et les plaines de l'*american dream*. Cette saison, les nouvelles Calamity Jane délaissent leurs chevauchées sauvages pour cavaler en santiags sur le bitume. Chez Zadig & Voltaire, ces bottes renouent avec l'esprit western en noir et blanc, l'éternelle minimaliste Phoebe Philo les préfère hautes et cloutées sur la semelle chez Céline, tandis que Coach leur offre l'effet ultragraphique du patchwork. P. N.-N.

STYLISME RÉALISÉ PAR KANNIKA CHHIT

CARNET D'ADRESSES PAGE 168



collection SPRING-SUMMER 2016
4, rue de Marignan, Paris
WWW.MAISONULLENS.COM



RETOUR VERS LE FUTUR
Le Salon du vintage rend hommage à André Courrèges avec l'exposition *Space Age* et présente d'étonnantes pièces évoquant l'utopie futuriste des sixties. *Les 12 et 13 mars, au Carreau du Temple, Paris (III^e^).*



LA VISION BRIT'
Le pilier de l'avant-garde british Christopher Kane lance sa première collection de lunettes unisexes. Son inspiration ? Les lunettes de chirurgien utilisées dans les hôpitaux dans les années 1980. Pointu ! *270 €.*



#VERSACESHARESLOVE
Kim Kardashian n'est plus la seule à s'inviter dans nos smartphones ! Versace lance une appli pour personnaliser ses photos avec des emojis Medusa et des fonds d'écran. En prime, la griffe propose des tee-shirts à leur effigie.



TALENT À SUIVRE

VIVA Vivetta !



Silhouette VIVETTA, printemps-été 2016.

Elle aime les chats, les jouets anciens, la nouvelle vague, Catherine Deneuve… Vivetta Ponti, qui a fait ses classes auprès de Roberto Cavalli, a créé sa marque en 2009. Si le succès a grandi peu à peu, la reconnaissance internationale est arrivée presque d'un coup, portée par les it-girls milanaises ou londoniennes. Chiara Ferragni, Alexa Chung ou Pixie Lott adorent ses coupes romantiques et ses broderies naïves. « Fraîche, contemporaine, avec des détails surréalistes » : la trentenaire originaire d'Assise résume ainsi sa propre collection printemps-été 2016, vendue chez Colette et au Bon Marché, à Paris. Un vestiaire parfaitement dans l'air du temps : couleurs saturées, années 1960, ultraféminité. Et plus encore : « Je dessine les broderies de toutes mes collections, explique Vivetta Ponti, qui propose également une ligne pour enfants. Dès lors, chacune de mes pièces finit par ne plus être uniquement un vêtement. J'y exprime mes sentiments, tout ce que j'ai appris à aimer au fil de mes expériences. » Les costumes masculins et les robes longues sont brodés de champs de fleurs, les chemises sont imprimées de façades néoclassiques, avec des fenêtres découpées au laser pour laisser apparaître la peau. Et des cygnes blancs sculptent le haut d'un bustier, comme s'ils portaient l'étoffe jusqu'à la naissance du cou. Des vêtements avec un supplément d'âme… K. P.

www.vivetta.it

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

L'OFFICIEL DE LA MODE, 1969 – SDP



intimissimi

Italian lingerie

Achetez en ligne sur intimissimi.com

Paris - Bordeaux - Lille - Lyon - Marseille - Mulhouse - Nice - Nîmes - Toulouse





LE MOODBOARD DE...

VALENTINO

Maria Grazia Chiuri et Pierpaolo Piccioli nous ont surpris en s'éloignant de leur chère histoire de Rome – mais pas de l'artisanat romain – et en présentant une collection influencée par l'Afrique. « On ne voulait pas créer une carte postale, explique Pierpaolo. On s'est inspiré de la culture tribale, mais aussi de la façon dont les artistes européens, pendant les années 1920, ont interprété l'art africain. » « On a beaucoup pensé à Picasso et à Braque, et à la naissance de l'art moderne, ajoute Maria Grazia. On souhaitait instaurer un dialogue entre les deux cultures. » M. R.



Sac en cuir, VALENTINO GARAVANI, prix sur demande.

GREG KESSLER/KESSLER STUDIO


geox.com
GEOX
#STARTBREATHING*
NEBULA™
*COMMENCEZ Á RESPIRER
Geox - Respira - - are trademarks of Geox Spa

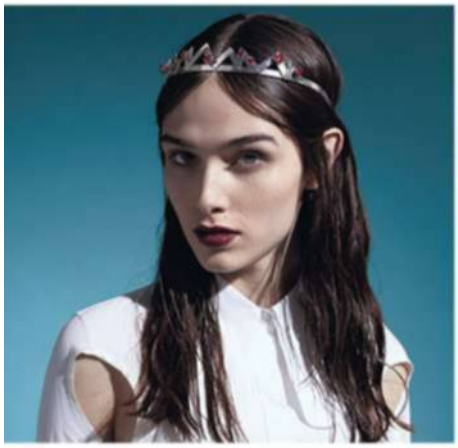
En laiton et cristal Swarovski, CÉCILE BOCCARA, au Bon Marché, 270 €. Robe en coton, AALTO, 770 €.





En laiton et cristal de roche, EDDIE BORGO, 835 €.

En métal et cristaux, MIU MIU, 450 €.





En laiton et cristaux, SAINT LAURENT PARIS, 1 295 €.

En métal et strass, CHERRY CHAU, 398 €.





En vermeil, AMBER SAKAI, 850 €.

À VOLONTÉ

MISS mode

Le diadème, consécration absolue. Cette saison, cet accessoire triomphe sur les podiums. Chez Louis Vuitton, les princesses du *catwalk* revêtent leurs tiares d'héroïnes de manga, Prada contre-attaque avec une version plus sage, rehaussée de pierres gothiques. Et l'égérie incontestée des nineties Courtney Love prête son diadème de Prom Queen un peu grunge à Saint Laurent, le temps d'un été. P. N.-N.

DAVINA MULLER POUR L'EXPRESS STYLES – COIFFURE ET MISE EN BEAUTÉ : RIMI URA

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

STYLISME REALISÉ PAR JULIA JEDLINSKI


PAUL & JOE
paulandjoe.com

1. Bracelet en bois, SCOOTER, 40 €.
2. Bracelets en bois, CÉSARÉE, 120 €.
3. Sandales compensées en daim, STUART WEITZMAN, 455 €.
4. Minaudière en bois et métal doré guépard, VALENTINO GARAVANI, prix sur demande.
5. Ceinture perlée, ASPIRA, au Printemps, 95 €.
6. Chapeau en paille bicolore, COTÉLAC, 135 €.
7. Collier ras-de-cou en résine multicolore, MARION GODART, au Bon Marché Rive Gauche, 95 €.
8. Bottes plates en veau velours, JIMMY CHOO, 1 550 €.
9. Pochette avec perles brodées à la main, MALIPARMI, 228 €.
10. Sandales en veau, BOTTEGA VENETA, 590 €.
11. Boots en cuir et raphia, CHRISTIAN LOUBOUTIN, 1 695 €.
12. Pochette en toile, raphia à galons fantaisie, SESSUN, 60 €.
13. Ceinture tressée en cuir et suédine, CLAUDIE PIERLOT, 75 €.



SHOWROOM

OUT OF AFRICA

Bouclez vos valises : cet été, la mode voyage ! Si Olympia Le-Tan ou Tommy Hilfiger nous emmenaient, lors de leurs derniers défilés femme, au Japon et dans les Caraïbes, Valentino virait sur le continent africain pour nous offrir une magnifique plongée au cœur des tribus masaï. Le message est passé : perles, peaux et paille tressée sont le mot d'ordre de la saison. C. Be.

BENJAMIN BOUCHET POUR L'EXPRESS STYLES

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

STYLISME RÉALISÉ PAR JULIE NIVERT


Repetto
PARIS
www.repetto.com



LA PLAYLIST DE… STAZ LINDES

Sensation rock du moment, fille du guitariste rythmique de Dire Straits, la nouvelle muse de Saint Laurent nous livre ses morceaux favoris.

X – ADULT BOOKS
Parce qu'il me ramène à mes 12-13 ans. L'odeur pourrie de la teinture pour les cheveux, ma première paire de Dr. Martens, l'interminable attente du bus. Ce morceau comporte aussi l'un de mes solos de guitare préférés.

NIRVANA – CLEAN UP BEFORE SHE COMES
C'est très difficile pour moi de choisir un titre de Nirvana. J'ai été très inspirée par cet enregistrement maison, surtout quand j'ai commencé à utiliser moi-même un multipiste.

BO DIDDLEY – CRACKIN' UP
J'aime cette chanson depuis si longtemps... Bo Diddley n'a pas eu la reconnaissance qu'il méritait. C'est un des piliers du rock. Regardez ses guitares, ses bottes : une vraie duchesse !

THE SHIRELLES – PUTTY IN YOUR HANDS
Cela me plaît quand les filles n'ont pas peur de ne pas avoir l'air jolies. Mais j'aime surtout les garçons manqués : leurs chœurs sont les meilleurs !
PROPOS RECUEILLIS PAR P. N.-N.



DÉBAT

Doit-on MONTRER sa LINGERIE ?

OUI !
Parce que, si elle est belle, pourquoi la cacher ? Et parce que, cette saison, le soutien-gorge porté sur un top n'est pas un signe de sénilité, mais de chic (demandez à Dries Van Noten, *photo*). Mais la vraie raison, c'est que l'apparition triomphante d'un bas, d'un collant ou d'un corset est une invitation irrésistiblement tentante au dévoilement total. En deux mots : *so sexy !*
M. R.

NON !
Attention au premier degré. Il en aura fallu, du temps, pour mettre au placard le look *skater boy*, popularisé par Avril Lavigne en 2002. La culotte qui dépasse (si délicate soit-elle), non merci, pas plus que le kilt sur le baggy. Quant au soutien-gorge porté dessus, l'idée est intéressante sur le papier, mais, sortie du contexte d'un défilé au stylisme impeccable, difficile de rester crédible.
C. BE.

PHÉNOMÈNE

PUB fantôme

Cette saison, toutes les campagnes qui nous font craquer ont quelque chose en commun : les vêtements n'y apparaissent pas vraiment. La tendance de ces « pubs fantômes » était lancée il y a quelques semaines par Courrèges, qui, sous la direction artistique d'Arnaud Vaillant et de Sébastien Meyer, présentait une affiche ultraminimaliste avec pour seule image les mots « jacket », « dress » ou « skirt » écrits en énormes caractères. Aussi simple que brillante, l'idée était également à l'origine de la campagne automne-hiver 2016 de Jacquemus : une série de portraits d'enfants sur des fonds de couleurs primaires, sans rapport manifeste avec les pièces du créateur français. Christopher Kane, lui, fait du teasing en nous laissant seulement apercevoir les franges multicolores de ses robes. Reste à savoir si ces campagnes conceptuelles se traduiront matériellement par des ventes... On croise les doigts ! M. R.





ILYA SAVENOK/AFP/2014 GETTY IMAGES - FRANÇOIS GUILLOT/AFP - SDP

CARNET D'ADRESSES PAGE 168


J BRAND
X
COMPTOIR DES COTONNIERS
Charlotte porte la robe en denim - 165€
#jbrandxcomptoirdescotonniers
www.comptoirdescotonniers.com
#comptoirdescotonniers

3 INSTAGRAM À SUIVRE



@ALEXDEBETAK
L'homme aux 500 défilés, le producteur de shows Alexandre de Betak, nous dévoile les coulisses de ces grand-messes, ses amours, et son *moodboard* arty en noir et blanc.



@ISARTINFASHION
Lindsey Wixson et Velazquez ? Karlie Kloss et Van Gogh ? Les collages de l'Italienne Maria Sheila Miani mélangent mannequins et œuvres d'art de façon hilarante. Peter Lindbergh est fan. Nous aussi.



@ALEXANDERFURY
On adore le critique de mode du journal britannique *The Independent* et sa passion pour l'histoire de la mode. Sur son compte, les clichés nineties de Dior ou Lacroix se mélangent à des pépites pop comme RuPaul. Un must.



WORKING GIRL

ANYA ZIOUROVA



« L'Amérique a Jackie O, le monde a Audrey Hepburn, mais la Russie n'a jamais eu d'icône de mode », confiait Anya Ziourova au *New York Times*. Désormais, la Russie en compte cinq, le *« Russian fashion pack »* : Vika Gazinskaya, Miroslava Duma, Ulyana Sergeenko, Lena Perminova et... Anya. Cette ex-danseuse de ballet au carré délavé et au look ultrapointu est l'une des cibles préférées des photographes de *streetstyle*. *Vogue* chinois, *Vanity Fair* et *Harper's Bazaar* espagnol... elle a collaboré avec les plus grandes revues internationales et lancé la version russe des magazines anglo-saxons *Tatler* et *Allure* en tant que rédactrice mode. Depuis février dernier, elle est la rédactrice en chef du site de e-commerce de luxe Farfetch, qui regroupe 400 boutiques dans le monde. « Anya sera essentielle à la définition du style et de l'orientation du contenu de notre site ; elle développera aussi des partenariats clefs avec les photographes, les designers et les marques », déclare Stéphanie Horton, directrice du marketing de Farfetch. Après les lancements des pôles prêt-à-porter enfant et beauté, la start-up, estimée à 1 milliard d'euros en 2015, suit les traces de son concurrent Net-a-porter, qui a révolutionné la vente 2.0 en proposant un véritable magazine en ligne. P. N-N.



TRIBUNE

Où sont les TOPS arabes ?

A tout juste 18 ans, Imaan Hammam devient le premier mannequin d'origine marocaine et égyptienne à défiler pour la marque de lingerie Victoria Secret. Si la belle brune a gagné sa place parmi les filles les plus en vue en défilant pour toutes les pointures du luxe, elle reste cependant l'une des rares. Depuis Farida Khelfa, la pionnière des tops maghrébins révélée par Jean Paul Gaultier dans les années 1980, les beautés orientales manquent à l'appel. Même si quelques marques font figure d'exception, comme Lancôme, qui a recruté la Tunisienne Hanaa Ben Abdesslem pour devenir son ambassadrice en 2012. Est-ce dû au fait que ces filles refuseraient elles-mêmes de s'exposer par respect pour la religion musulmane et son tabou, la nudité ? Ou bien parce que les professionnels de la mode sont trop frileux ? Le débat est ouvert. P.N.-N.

ANYA ZIOUROVAINSTAGRAM - JAMIE MCCARTHY/AFP/2014 GETTY IMAGES - ALEX DE BETAK - MARIA SHEILA MIANI - ALEXANDER FURY - DANIELE OBERRAUCH/IMAXTREE.COM

CARNET D'ADRESSES PAGE 168


MAJESTICFILATURES
deluxe teeshirt
www.majesticfilatures.com
100% LIN

SES INDISPENSABLES

SA ROUTINE VISAGE

« Le soir, je nettoie ma peau avec un nettoyant moussant bio, puis j'applique ma Crème de la mer. Le matin, j'opte pour un soin plus léger, puis j'utilise mon fond de teint Clinique. Un peu de Touche Eclat mon blush Nars, c'est parti. »

AVANT UNE SOIRÉE

« Je laisse poser un masque Sisley ou une monodose de chez Sephora. Ensuite, c'est plutôt *less is more* : je mets un rouge à lèvres qui claque et j'accentue un peu mes sourcils. Comme j'ai la flemme de bien me démaquiller j'ai opté pour les extensions géniales les Cils de Marie (Cilsdemarie.fr). C'est un luxe que je m'offre chaque mois : le résultat est incroyable et l'entretien facile, il suffit juste de les brosser chaque matin. »

SON RITUEL CORPS

« Quand je décide de prendre le temps, je fonce chez O'Kari, un hammam-spa où l'on se fait chouchouter, gommer, masser de la tête aux pieds pendant deux heures. Et les cheveux sont rincés à l'eau de rose, c'est juste fou ! »

22, rue Dussoubs Paris (IIe), 01-42-36-94-66.

SON APPLI « LIFE SAVER »

« Dans les tutos et vidéos DIY du blog, on voit beaucoup mes mains. Du coup, je suis devenue accro à Simone, le Uber de la manucure, pour mes poses de vernis semi-permanent. Elles se déplacent au studio dès que j'ai trente minutes de battement. »

Appli Simone.





A l'arrière-plan, de g. à dr. : cologne Néroli, ANNICK GOUTAL, 140 € les 200 ml. Shampooing sec Take 2, KARDASHIAN BEAUTY, 18 €. Touche éclat collector, YVES SAINT LAURENT, 36 €. Masque éclat express, SISLEY, 78 €. Dior Addict Lip Glow Pomade, DIOR, 36,50 €. Eau de toilette, BONTON, 35 €. Au premier plan, de g. à dr. : La crème du teint, ABSOLUTION, 38 €. Crème régénération intense, CRÈME DE LA MER, 270 € les 60 ml. Blush Orgasm, NARS, 31 €. Crème de corps soy milk & honey, KIEHL'S, 36 € les 226g. Masque yeux Perle, SEPHORA, 2 €, et masque Lotus, SEPHORA, 4 €. Fond de teint ongles BB Nail, NAILMATIC, 8 €. Superbalanced makeup teint équilibre parfait, CLINIQUE, 33 € les 30 ml.

MATHIEU ZAZZO POUR L'EXPRESS STYLES

DANS LA SALLE DE BAINS DE...

LISA GACHET

Styliste de formation, cette jolie brunette de 27 ans est passé par l'école Duperré, Saint Laurent et Bonpoint. Elle crée son blog Make My Lemonade en 2012 pour partager ses inspirations et ses créations *homemade* tous azimuts : couture, loisirs créatifs, décoration, cuisine... Hyperactive, hyperdouée, elle est désormais à la tête d'une petite entreprise qui tourne à plein régime, et enchaîne les collaborations en tant que directrice artistique ou set designer. Aujourd'hui, Lisa revient au stylisme, avec le lancement de Wear Lemonade : tous les mois, un nouveau patron à commander en ligne, mais aussi la pièce prêt-à-porter, fabriquée en série très limitée. Prochaine étape de la success story, l'ouverture d'une « Lemonade Shop » ? C. F.

CARNET D'ADRESSES PAGE 168


ba&sh



1. Eau de parfum Rose Oud, Secrets d'essence, YVES ROCHER, 70 € les 50 ml.
2. Eau de parfum Dolce Rosa Excelsa, DOLCE & GABBANA, 115 € les 75 ml (disponible en mars).
3. Eau de parfum L'Extase Caresse de roses, NINA RICCI, 72 € les 50 ml.

PARFUMS

Une ROSE sinon rien !

Les tendances vont et viennent mais elle réussit toujours à tirer son épin(gl)e du jeu. Alors oui, peut-être a-t-elle souffert d'une image un peu surannée face au flot de partitions « florientales », gourmandes et plus pushy qui trustent le marché depuis quelques années. Mais elle se rebiffe avec panache : associée au bois d'oud par Annick Menardo pour Yves Rocher, l'essence de rose de Damas révèle ses accents les plus épicés et opulents. Chez Nina Ricci, Francis Kurkdjian exalte les facettes onctueuses et poudrées des roses turques et bulgares dans un grand souffle charnel. Quant au dernier opus de D & G, il met en scène la *Rosa canina,* ou églantine : cette cousine de la rose apporte une douceur plus végétale à la note rose traditionnelle. C. F.

ÉRIC DEGRANGE POUR L'EXPRESS STYLES

CARNET D'ADRESSES PAGE 168


AKILLIS
JOAILLERIE PARIS
CHEZ L'ECLAIREUR PARIS / JULIAN JOAILLIERS COURCHEVEL / BELLINI AIX-EN-PROVENCE / TEMPS ET PASSIONS MONACO
BOUTIQUE AKILLIS 332 RUE SAINT-HONORÉ PARIS +33 1 42 96 47 20
WWW.AKILLIS.COM

UN RITUEL EN 4 TEMPS



1. LE SAVON NOIR
Après avoir fait trempette dans un bain (très) chaud, laisser poser une couche épaisse de savon noir sur tout le corps pendant dix minutes, puis rincer.
Savon noir à l'eucalyptus, Baïja, 15 €.



2. LE GOMMAGE
Etape clef du rituel du hammam, le gant kessa s'utilise sur le corps en frictions vigoureuses et circulaires, afin d'ôter toutes les peaux mortes.
Gant kessa, Charme d'Orient, 8 €.

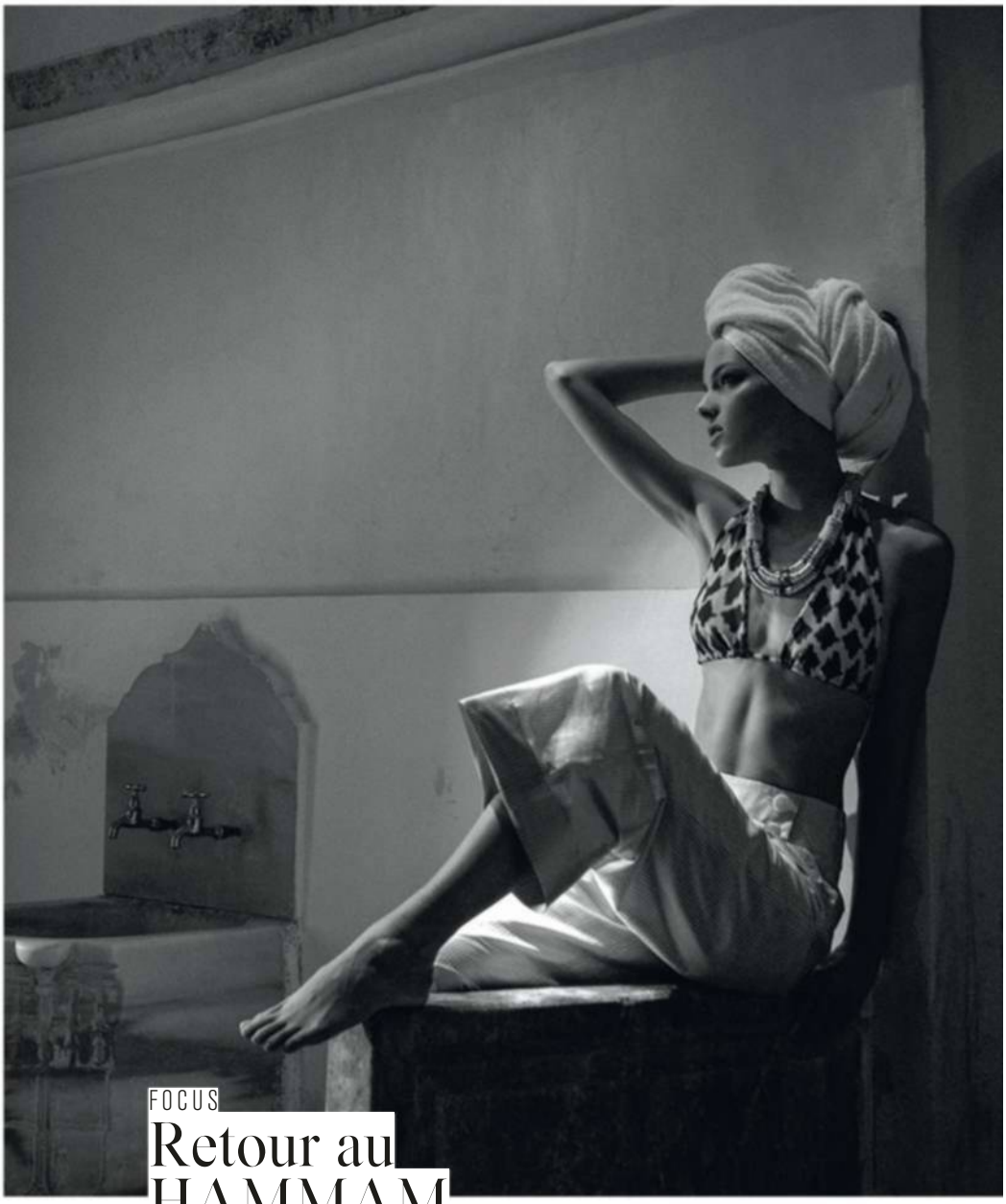


3. LE RHASSOUL
Mélangée à un peu d'eau, cette argile naturelle forme une pâte purifiante et adoucissante. A laisser poser quinze minutes sur le corps, et même les cheveux, avant de rincer.
Rhassoul Oriental, Les Sens de Marrakech, 21 €.



4. L'HUILE D'ARGAN
En touche finale, quelques gouttes de cette huile suffisent pour laisser la peau lisse et satinée.
Huile d'argan à l'eucalyptus, Hammam Massage, Rituals, 13,50 €.

CARNET D'ADRESSES PAGE 168



FOCUS

Retour au HAMMAM

L'institut des Cultures d'Islam de Paris présente, jusqu'au 3 avril, l'exposition *Regards posés. Hammams de la médina de Tunis.* L'occasion pour une vingtaine de photographes de livrer leur vision sur ces lieux chargés d'Histoire et de tradition... Mais aussi d'alerter sur le manque de moyens mis en œuvre pour leur conservation. Derrière chaque hammam qui ferme ses portes, des siècles de pratiques, de croyances et de professions risquent en effet de tomber dans l'oubli. Une actualité qui nous invite à rendre hommage à ce patrimoine menacé en Tunisie, et à renouer avec la part la plus féminine et voluptueuse de ce rituel ancestral : immersion dans un bain de vapeur – « hammam » signifie « eau chaude » en arabe –, gommage au savon noir et enveloppement au rhassoul : ou comment faire peau neuve dans les règles de l'art. C. Be.
www.ici.paris.fr

Pour faire PEAU NEUVE dans les règles de l'art oriental.

THANASIS KRI KIS/FOLIO-ID.COM – SDP

UNE **EXCLUSIVITÉ** DANS MON **CODE BEAUTÉ**



mes envies de beauté sur **marionnaud.com**

Marionnaud
PARIS

la beauté qui *me* ressemble

(1) TIME-FILLER® 30ml - Offre valable du 22 février au 16 mars 2016 dans la limite des stocks disponibles. Offre réservée aux porteurs de la carte de fidélité Marionnaud ou pour toute souscription à celle-ci. Offre non cumulable avec d'autres opérations promotionnelles en cours et valable dans les Marionnaud de France métropolitaine participant à l'opération et dans la limite des stocks disponibles. Photo non contractuelle. Marionnaud Parfumeries. SAS au capital de 76 575 831,50€ - RCS Paris 388764029. (2) Laboratoire Français de médecine esthétique fondé en 1978.

Q ET R AVEC ASTIER DE VILLATTE



Benoît Astier et Ivan Pericoli, les deux fondateurs d'Astier de Villatte, publient un guide d'adresses insolites à Paris.

Pourquoi ce livre ?
Depuis quinze ans, nous révélons à la fin de nos agendas annuels nos adresses préférées. Nous avons décidé de les rassembler dans un ouvrage doré sur tranche.

Combien de lieux référencez-vous ?
Il y en a environ 400, qui vont du serrurier au professeur de yoga et de l'acupuncteur au réparateur de parapluies.

Trois adresses que vous recommandez ?
L'Académie de la Grande-Chaumière, un des derniers ateliers de dessin avec modèle vivant où l'on peut venir sans inscription *(www.grande-chaumiere.fr)*.
Le Bazar de l'électricité, une mine pour faire réparer ses anciens modèles et trouver tout type d'ampoules *(www.bazarelec.com)*.
Et La Maison du miel, le plus ancien magasin, qui rassemble une cinquantaine de variétés *(www.maisondumiel.fr)*.
S. W.
Ma vie à Paris, *45 €, en vente sur www.astierdevillatte.com*





Au BEAU RIVAGE PALACE, menu remise en forme et bien-être total. Divin.

ON A TESTÉ

La détox d'Anne-Sophie Pic

Des copeaux de courge au curcuma disposés en rosace comme un vitrail. Des écrevisses du lac Léman rôties au navet étuvé et saké. Tout est divin, pour les papilles comme pour la diététique, car ces merveilles reposent dans des jus aériens, faits de thé Pu'er ou de bouillon aromatisé à l'aspérule. Signée Anne-Sophie Pic, dans son restaurant deux étoiles du Beau Rivage Palace à Lausanne, cette gastronomie légère symbolise tout l'esprit d'un lieu voué à la zénitude depuis sa naissance, en 1861. La détox se poursuit en petites foulées dans les 4 hectares du parc, avec Jérémie, le coach sportif, ou dans la grande piscine ouverte sur les nuages, avant le réconfort d'un massage aux huiles ayurvédiques au Spa Cinq Mondes. Le cours de yoga du lendemain devrait brûler les derniers capitons résistants. A chaque étape, au balcon de sa chambre ou sur un banc au bord du lac, on respire. Une brume métaphysique voile à peine la crête des Alpes. L'état végétatif n'est pas loin, le bien-être total non plus. N. C.
Beau Rivage Palace, Lausanne. www.brp.ch. A partir de 375 € la chambre double.



FOOD

Epicerie fine

Un graphisme moderne et élégant, des gourmets mais pas chichi, on n'en attendait pas moins des propositions maison de la Grande Epicerie de Paris. Mention toute spéciale à la préparation d'abricots du Roussillon, cuits au chaudron – qui n'a pas le droit à l'appellation « confiture » car son taux de sucre n'est pas assez élevé –, juteuse, ultraparfumée et pas trop sucrée donc, aux caramels au sésame, hautement addictifs, à la belle tenue des sardines, millésimées... L'inventaire compte 370 références, impeccables. A un bémol près : on aurait envie de savoir qui se cache derrière les produits, les hommes et les femmes qui les fabriquent un peu partout en France. Apparemment, c'est une piste de réflexion pour la suite. Egalement en vente également en ligne : *www.lagrandeepicerie.com* E. M.

GILLES LANSARD/PHOTONONSTOP - SDP - ALEX POMMIER

PSCHITT MAGIQUE

Nouvelle Peau®

10 ans de succès

ÉDITION COLLECTOR

MICROPEELING SANS GRAIN

Un grain de peau
+ JEUNE + FIN + LUMINEUX
en 30 SEC. CHRONO.

2 pressions de son **nuage de mousse** suffisent à **transformer la qualité de votre grain de peau** en 30 secondes :



Test clinique sous contrôle dermatologique, 21 sujets.

Son secret ?
6 extraits botaniques et une fabuleuse **Enzyme BREVETÉE** qui fait fondre les cellules mortes.

Laissez-vous envoûter par son **édition collector Holographique** pour célébrer ses **10 ans de succès** ...

1 flacon 100ml = 2 mois de soin
Env. 30,50€

En Pharmacie, Parapharmacie et SEPHORA
www.garancia-beauty.com



GARANCIA

PARIS

L'ALCHIMIE BOTANIQUE DU FUTUR



VASE D'EXCEPTION

Depuis 1912, l'anémone fait partie du répertoire de la maison Lalique. Elle se décline aujourd'hui sur une série de photophores, vases et flacons en cristal. Photophore à partir de 90 €, *www.lalique.fr*



VEGAN ET GIVRÉ

Stracciatella à la mandarine bio : c'est le nouveau parfum d'Amorino, sans matière animale. De son côté, Ben & Jerry's réédite ses parfums best-sellers façon vegan. *www.amorino.com, www.benjerry.fr*



DES PRÉSIDENTS A CROQUER

En attendant 2017, l'e-shop Hello Standard nous invite à refaire le portrait de nos présidents et de leurs chats. 18 illustractions réunies dans un cahier de coloriage. 9 €. *www.hellostandard.fr*

LA SEMAINE STYLES
A ÉTÉ RÉALISÉE PAR PAULINE NGO-NGOK, AVEC CLAIRE BEGHIN, REBECCA BENHAMOU, NATHALIE CHAHINE, SANDIE ERCEAU DE MEGLIO, CHARLÈNE FAVRY, ELVIRA MASSON, KARINE PORRET, MARTA REPRESA ET SYLVIE WOLFF

À VOIR

ROYÈRE en majesté



Il n'y a pas eu d'exposition sur ce grand décorateur, en Europe, depuis celle aux Arts déco en janvier 2000. Précurseur du courant moderniste de l'après-guerre, Jean Royère a fait preuve très tôt d'une fantaisie et d'un humour rares. Aujourd'hui, la galerie Patrick Seguin de Londres rend hommage à cet artiste – qui a habillé son époque à la manière d'un couturier – en organisant un événement où sont présentées une quinzaine de pièces exceptionnelles des années 1930 et 1940. Couleurs vives et formes organiques caractérisent son style libre et joyeux, à l'image de ce fauteuil Elephanteau. S. W.
Du 25 février au 23 avril, 45-47 Brook Street, Londres, www.patrickseguin.com





RESPECT !

NOÉMIE CAILLAULT

A l'âge de 27 ans, cette comédienne originaire de Tours apprend qu'elle a une boule de 6 centimètres dans le sein gauche. Le diagnostic tombe : c'est un cancer. Effets secondaires des médicaments, opération, réactions de l'entourage, congélation de ses ovocytes... La maladie bouleverse son quotidien. Mais pas question de s'apitoyer sur son sort. Ni angélisme ni larmes : elle décide d'en rire. Le théâtre de la Pépinière, à Paris, où elle est alors caissière, lui conseille d'écrire son histoire et d'en faire un spectacle. L'idée ne tombe pas dans l'oreille d'une sourde. Après avoir triomphé au Festival d'Avignon et au théâtre du Petit-Saint-Martin, à Paris, en 2015, elle est sur les planches à la Pépinière jusqu'au 2 avril. Et vient de publier le livre-témoignage *Maligne* (Payot), du même titre que sa pièce. R. B.

NICOLAS BERGEROT - N. CAILLAUT/SDP - LALIQUE SDP - MARTYNA PAWLAK

MEPHISTO

CHAUSSURES D'EXCEPTION

50 ANNÉES DE SANDALES À VOÛTES LIÈGE AVEC LA TECHNOLOGIE SOFT-AIR POUR LA FEMME ET L'HOMME



IRMA 6230
(35-42)

Lauréat du „Perfect Piece Award“, dans la catégorie sandales

HANA 1181
(35-42)

LIDIA 1189
(35-42)

HELEN 1196
(35-43)

IVANA 1130
(35-42)

MINOA 4228
(35-42)

VALIA 1162
(35-42)

HARMONY 1155
(35-42)

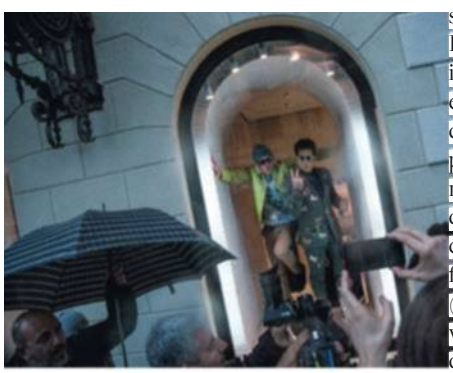
WWW.MEPHISTO.COM

La veille de sa sortie en France, ZOOLANDER 2 fait déjà un tabac. Mais comment cette SATIRE de la mode est-elle passée d'un flop au box-office à un phénomène de masse ?

Zoolander le RETOUR

C'est le mannequin le plus hot du moment. Pour le seul mois de février, il a fait la Une d'*Esquire,* de *V Man* et de *Vogue,* inspiré la création d'un nouveau Ken, réalisé une performance à la boutique Valentino de Rome, défilé au côté de Gigi Hadid et fait la fête avec Marc Jacobs et Cara Delevingne. Non, nous ne parlons pas de Lucky Blue Smith, mais de… Derek Zoolander. Quinze ans après sa première apparition sur grand écran, l'inimitable auteur des regards « Blue Steel », « le Tigre » et « Magnum » fait, plus que jamais, perdre son sang-froid au milieu de la mode, pourtant blasé à perpétuité.

Qui aurait prédit un tel succès en 1996, lorsque Ben Stiller imaginait le personnage d'un top-modèle à l'intelligence de cactus pour un court-métrage de la chaîne américaine VH1 ? Ainsi naissait *Zoolander,* à qui, cinq ans plus tard, s'unissait Hansel, l'apollon yogi-skateur-stoner aux longs cheveux blonds (incarné par Owen Wilson, eh oui, on a un petit faible pour lui). « Les résultats du premier long-métrage furent décevants », admettait Stiller dans *Vogue* le mois dernier. En effet, le monde de 2001 n'était pas prêt à l'avènement des deux mannequins. C'était l'âge de l'innocence : Snapchat, Facebook et YouTube n'existaient pas, on sirotait du Coca au lieu de *green juice* et on mangeait du gluten tout en ignorant qu'il nous tuait lentement et délicieusement. Et pour ce qui était de la mode ? Loin d'être inlassablement livestreamée, instagramée et bloguée par nous tous, elle n'était là que pour les insiders et quelques fans frôlant l'obsession. C'est presque comme si Derek et Hansel n'étaient qu'un mirage de ce que nous deviendrions avec le temps : des narcissiques incontrôlables, accros aux selfies *duck face*. Et si l'argument loufoque (une bande de créateurs diaboliques veut obliger Derek à assassiner un chef d'Etat) ne séduisait pas les masses en 2001, un petit groupe de fans de mode apprenait vite chacune des répliques par cœur, octroyant à *Zoolander,* au fil des années, le statut de film culte.





Ci-dessus, Hansel et Derek provoquent une scène d'hystérie à Rome, lors de leur apparition à la boutique Valentino. Ci-contre, le KEN Zoolander, dont on ne sait pas s'il sera commercialisé.

Cela explique la crise d'hystérie collective, en mars 2015, lorsque les deux mannequins ont fait une apparition surprise au défilé Valentino. « Je pensais que les gens nous applaudiraient un peu, expliquait a posteriori Owen Wilson, mais je n'étais pas du tout ➤

PARAMOUNT PICTURES 2016 – MATTEL 2016/INSTAGRAM ZOOLANDER



BEN STILLER (Derek) et OWEN WILSON (Hansel) en plein « walk-off » pendant la première new-yorkaise de *Zoolander 2*.

BRIAN ACH/GETTY IMAGES/PARAMOUNT/AFP

prêt à cette avalanche de cris et d'Instagram ! » Finalement, le monde avait rattrapé *Zoolander*. « Ce succès ne m'étonne pas, car la marque de toute bonne représentation cinématographique de la mode est d'être accessible au grand public, en gardant une atmosphère dans laquelle les professionnels de l'industrie peuvent se reconnaître », nous dit Diane Pernet, critique de mode, directrice du festival de films de mode A Shaded View on Fashion Film et extra de luxe dans *Zoolander 2* (vous la reconnaîtrez grâce à sa tenue d'un noir sépulcral et à sa mantille). Elle n'a pas tort : mannequins écervelés, créateurs qui se prennent pour le Roi-Soleil, rédactrices glaciales... Que des personnages familiers pour toute personne ayant goûté aux nombreux plaisirs de l'industrie de la mode. Car, qui d'entre nous ne s'est pas fait jeter un *latte* à la figure la veille d'une Fashion Week par un boss tyrannique façon Mugatu ? Ou rencontré – probablement en backstage d'un défilé Rick Owens – une créature comme All, le mannequin androgyne incarné par l'inimitable Benedict Cumberbatch ? Ou porté un total look en latex et fait des commentaires *bitchy* sur le style démodé de quelqu'un d'autre ? Ben Stiller – qui, en plus de jouer, a coécrit et dirigé les deux films – est généreux à l'heure de se moquer du milieu. Et le milieu en redemande.

Car, même si on peut leur reprocher d'être superficiels, névrosés, *drama queens* et nombrilistes, on ne pourra jamais dire que les gens de la mode manquent d'humour. « J'adore nous voir caricaturés à l'écran ! *Zoolander*, *Ab Fab* ou *Le diable s'habille en Prada*... Je les ai regardés mille fois. Oui, je me sens souvent visée, mais aussi, en quelque sorte, cocréatrice de cet humour acide », explique Diane Pernet. « Les satires font souvent des portraits plus réalistes de la mode que les drames, ajoute Michel Gaubert, le plus célèbre des illustrateurs sonores, car la mode est souvent aussi comique qu'elle le paraît... Et je dois avouer que je connais par cœur tous les dialogues de *Qui êtes-vous, Polly Maggoo ?* » Pas étonnant donc que, de Valentino à Marc Jacobs, en passant par Tommy Hilfiger, toutes les marques s'arrachent Derek et Hansel, au point de les transformer en phénomène ultramarketable. Reste à savoir si ce nouveau film atteindra le niveau de perfection de l'original. Une chose est sûre : Derek Zoolander... *so hot right now.*

■ MARTA REPRESA



www.chacok.com

CHACOK

L'Epoque Styles

RENCONTRES, MODE, BEAUTÉ…



GUCCI DARLING
Ses filles brillantes à lunettes et à jupes plissées rétro ont redonné le sourire à la mode. Mais qui est donc Alessandro Michele, le nouveau DA de la maison florentine ? P. 80



SOUS LE SOLEIL
Des tons chauds, des motifs audacieux et l'allure sensuelle du top Toni Garrn devant l'objectif d'Emma Tempest : notre portfolio révèle une saison aventurière et lumineuse. P. 84



SHOW LA RÉVOLUTION
Les défilés bousculent leur calendrier pour être instantanément accessibles, et s'ouvrir au grand public. Quand la mode révise son système pour mieux toucher ses clients. P. 132



SAISON MONOMANIAQUE
Que retenir des défilés printemps-été ? Que le maquillage nude a fait son temps et que les fards se portent dorénavant à l'unité, comme un détail mode à part entière. *Showtime !* P. 148



ASTROLOGIE

GRIGRI Fashion

Mary-Kate Olsen, Tavi Gevinson, Dree Hemingway, Jeremy Scott… Le monde de la mode et le Tout-Hollywood suivent à la lettre les conseils de l'astrologue Susan Miller. Avec près de 6.5 millions de visiteurs uniques par mois sur son site Astrology Zone, cette New-Yorkaise pur jus est aussi une reine du digital. Son mot d'ordre ? Rendre les arts divinatoires plus pragmatiques et accessibles. A l'occasion de ses vingt ans de carrière, elle se confie à L'Express Styles.
Fortune Earrings, en métal doré, Louis Vuitton, 295 €.

SDP/GUCCI – EMMA TEMPEST POUR L'EXPRESS STYLES – LUCAS JACKSON/REUTERS – MATTEO SCARPELLINI/IMAXTREE.COM

Derrière son look de barde hippie, Alessandro Michele cache une vision SINGULIÈRE et affirmée de la mode. Qui fait SENSATION.



Nommé à la direction artistique de la maison florentine en janvier 2015, Alessandro Michele RÉENCHANTE la mode avec son style exubérant et romantique. Et remet la marque dans l'orbite du désir.

Le gourou de GUCCI

Aujourd'hui, il tire la langue avec Jared Leto sur un selfie, envoyé par le chanteur et acteur américain sur son compte Twitter. Histoire d'annoncer, l'air de rien, que ce dernier a été choisi pour incarner l'image du jus Gucci Guilty et que les deux complices sont en train de tourner le spot publicitaire à Venise. Car même si Jared Leto a coupé son bun et rasé sa barbe, il n'en demeure pas moins l'idéal androgyne et le frère en excentricité du créateur chevelu qui l'habille de ses exubérants costumes à fleurs lors de ses apparitions sur *red carpet*. Bref, Alessandro Michele a beau clamer partout qu'il n'a aucune envie de devenir célèbre, on se dit qu'il va être obligé de faire avec. Car, en douze mois seulement, le nouveau directeur artistique de Gucci est devenu un sujet de curiosité peu commun : tapez son nom sur Google, vous obtiendrez plus de 31 millions de résultats... contre 17 millions pour Karl Lagerfeld.



Col et ceinture TROMPE-L'ŒIL, robe d'esprit kimono à la sauce sportswear, bouches SURRÉALISTES aux oreilles : le MIX AND MATCH rétro geek de Gucci.

KEVIN TACHMAN/GUCCI - SDP/GUCCI

Et c'est bien normal ! Qui aurait cru en effet que ce Romain au look de barde hippie – l'anti-Tom Ford par excellence – serait un jour l'homme providentiel de Gucci, remplaçant au pied levé Frida Giannini, partie précipitamment en janvier ? Alors que depuis des mois la rumeur annonçait l'arrivée d'une star – Riccardo Tisci, en l'occurrence – pour redresser les ventes de la maison florentine. Et qu'il réussirait surtout à y opérer une véritable révolution esthétique, plaquant les « glamazones » premier degré de Giannini pour des filles bohèmes et cultivées en jupes plissées, pulls de grands-mères brodés et grosses lunettes pailletées, devenues aussitôt une obsession de mode ? Personne n'y croyait, pas même lui ! Car quand il rencontre Marco Bizzarri, le nouveau PDG de Gucci, Alessandro Michele, 42 ans, n'est pas sur la liste des possibles remplaçants. Trois heures plus tard, il est l'homme de la situation.

Ce qui a plaidé en sa faveur ? Douze ans passés dans la maison – d'abord au département accessoires, puis à la direction de la création – lui ont donné une connaissance quasi organique de la marque, des archives et une maîtrise des codes qui lui permettront de mieux s'en émanciper. A cela vient s'ajouter la force d'une vision singulière, délicieusement excentrique, capable d'électriser en quelques passages la rétine d'une industrie fatiguée par des collections toujours plus commerciales. En cinq jours – et cinq nuits –, Michele dégaine une première collection homme qui remet en selle, à grand renfort de peignoirs soyeux, de pantalons pattes d'eph' à fleurs et de tops en dentelle, l'art de la parure masculine, héritée de la Renaissance et des années 1970, ses périodes de prédilection. La critique s'enflamme et se pique de curiosité pour ce créateur aussi décalé que sa mode, qui semble sortie d'un film de Wes Anderson.



Le serpent et les fleurs, nouveaux codes maison, BRODÉS sur un blouson en cuir du printemps-été 2016.



Le sac SYLVIE, en cuir.

Car voilà, dans la vraie vie, Alessandro Michele ne porte ni jeans ni Stan Smith, mais des cardigans roses de grand-mère et plusieurs bagues à chaque doigt. Il collectionne aussi les tapis et les tissus anciens, qui inspirent ses collections, et vit avec son ami, chercheur et enseignant en urbanisme, dans un appartement aux allures de cabinet de curiosité. Si le goût pour la beauté et l'Histoire coule dans les veines de tous les Romains, il atteint chez lui des paroxysmes. Né d'un père baba cool qui sait distinguer les oiseaux par leur chant et d'une mère assistante de production à Cinecitta, le créateur oscille très tôt entre nature et culture (ses collections foisonnent d'un bestiaire symboliste composé de serpents, d'abeilles ou de paons). Ce fan de Visconti et de Fellini rêve de devenir costumier pour le cinéma avant de découvrir, avec Karl Lagerfeld chez Fendi, que la mode peut être aussi une forme d'expression esthétique. Les films, la littérature, la philosophie (Alessandro Michele sollicite souvent les grands esprits pour appuyer ses théories auprès de la presse, ravie de cogiter un peu : à Roland Barthes, il emprunte l'idée que le contemporain est « l'inactuel »), l'histoire de la mode... Chaque collection est un assemblage savant et inédit de références qu'il emprunte généralement au passé, sa source d'inspiration préférée. On peut y retrouver Schiaparelli, dont les « jolies laides » et l'excentricité légendaire constituent pour lui un modèle ; le faste décoratif et joaillier de la Renaissance ; le dandysme décadent et androgyne des années 1970. L'ambiguïté sexuelle est chez lui un leitmotiv. Avec Frida Giannini, on savait qui était la proie de la femme Gucci, Michele, lui, prend un malin plaisir à brouiller les pistes. Et à réinventer une nouvelle géographie du sentiment, comme dans sa collection printemps-été 2016, qui s'inspirait de la Carte du Tendre de Madeleine de Scudéry.

Et si c'était cela, la grande subversion d'Alessandro Michele ? Réconcilier la

Les bijoux anciens et ETHNIQUES, l'une des plus fortes INSPIRATIONS, d'Alessandro Michele qui les collectionne.





L'esprit ABBEY ROAD au féminin ? Le défilé printemps-été 2016 photographié dans la rue. Ci-dessous, zoom sur les sandales à plateforme disco.



Michele prend un malin plaisir à BROUILLER les pistes. A réinventer une nouvelle géographie du SENTIMENT

mode avec son romantisme, sa folie des grandeurs, les imprimés floraux, les couleurs pétantes, bref la richesse de sa culture, quitte à frôler parfois le ridicule... Tant pis. Si candide et idéaliste soit-il, le directeur artistique de Gucci a aussi le sens du produit chevillé au corps puisqu'il a aiguisé son sens du détail et de la narration au département accessoires. Le succès des mocassins fourrés et du nouveau sac Dionysus, deux réinterprétations à succès de l'héritage maison, devrait apporter de l'eau au moulin du maroquinier. Même s'il est encore difficile d'apprécier encore le résultat des ventes, beaucoup sont enthousiastes.

« Nous savions qu'Alessandro était en train de pousser la maison vers une esthétique plus créative et nous l'avons soutenu dans ce sens depuis le début, explique Sarah Rutson, vice-présidente du site Net-à-porter. Nous sentions que sa vision serait un succès tant elle était rafraîchissante et nous avions raison : les clients l'ont plébiscitée dès son premier défilé et Gucci est désormais l'une des marques que nous vendons le mieux. » Dans le milieu de la mode, le designer a aussi provoqué un vent d'espoir en faveur d'une mode plus audacieuse, subjective. « La vision d'Alessandro Michele est très forte, on sent qu'il a envie de faire changer les choses chez Gucci », analyse Adrian Joffe, président des magasins Dover Street Market, qui l'a rencontré à Milan avec sa femme, Rei Kawakubo. Généreux, le créateur italien aurait même dévoilé ses tatouages à la créatrice de Comme des garçons.



Imprimé enrichi de motifs en BRODERIE, de trompe-l'œil et de vrai ruban... Où est le vrai, où est le faux ?

Pour l'heure, ses fans britanniques sont sur les starting-blocks. Depuis qu'il avait annoncé, en novembre dernier, aux British Fashion Awards – il y recevait le prix du meilleur « International Designer » de l'année – que le défilé croisière 2016 de Gucci se tiendrait à Londres en mai prochain, les conjectures allaient bon train. Désormais, c'est officiel : le show se déroulera dans l'abbaye de Westminster, ce joyau de l'art gothique anglais où sont intronisés depuis le XIII[e] siècle nombre de monarques britanniques. Une première dans l'Histoire, qui pourrait bien valoir à Alessandro Michele sa couronne officielle de roi de la mode. Une partie du clergé a beau s'indigner de la « disneyfication » des lieux de culte et Vanessa Friedman, journaliste au *New York Times,* se demander sur Twitter si elle est la seule à trouver ce choix « bizarre », une chose est sûre : la mode selon Gucci est aussi une religion. Temple austère ou chapelle chatoyante comme une enluminure, c'est selon... ■ CHARLOTTE BRUNEL

SDP/GUCCI - RONAN GALLAGHER/SDP GUCCI - KEVIN TACHMAN/GUCCI

Au-dessus du VOLCAN

Clash d'imprimés, effets métallisés en fusion, la mode du printemps-été 2016 bouilllonne d'ÉNERGIES SOLAIRES. Balade poétique et sauvage sur l'île de LANZAROTE en compagnie de Toni Garrn.

PHOTOS : EMMA TEMPEST POUR L'EXPRESS STYLES
RÉALISATION : MIKA MIZUTANI



BLOUSE ET JUPE PLISSÉE EN SOIE IMPRIMÉE, ET SANDALES À SCRATCH EN CUIR MÉTALLISÉ, **CHANEL**
COMBINAISON EN COTON LAMÉ, NOUÉE À LA TAILLE, **ISABEL MARANT.**



MANTEAU AVEC VESTE BOMBER INTÉGRÉE EN BRODERIE ANGLAISE, JUPE PLISSÉE EN LAMÉ DE SOIE ET SANDALES COMPENSÉES EN CUIR, LE TOUT **SACAI.** BIJOUX DE LÈVRES EN ARGENT, **SASKIA DIEZ.**



MANTEAU RAYÉ
EN CUIR VERNI
ET DAIM, ET BLOUSE
EN SOIE, **PRADA.**
BOUCLE D'OREILLE
SATURNE, EN OR,
CHARLOTTE CHESNAIS.



TUNIQUE EN POPELINE DE COTON AVEC ROBE EN CUIR TRESSÉE PAR DESSUS, **FENDI**. CRÉOLES GÉANTES SPIRALE, EN ARGENT, **Y PROJECT**.



VESTE EN COTON
À COL MONTANT,
J.W. ANDERSON.
PULL TRICOTÉ
À FRANGES,
MAISON ULLENS.
JUPE EN GABARDINE
PLISSÉE À PERLES
EN MÉTAL, **MUGLER.**



ROBE COURTE
EN SOIE IMPRIMÉE
À BRETELLES
EN CUIR, **KENZO.**

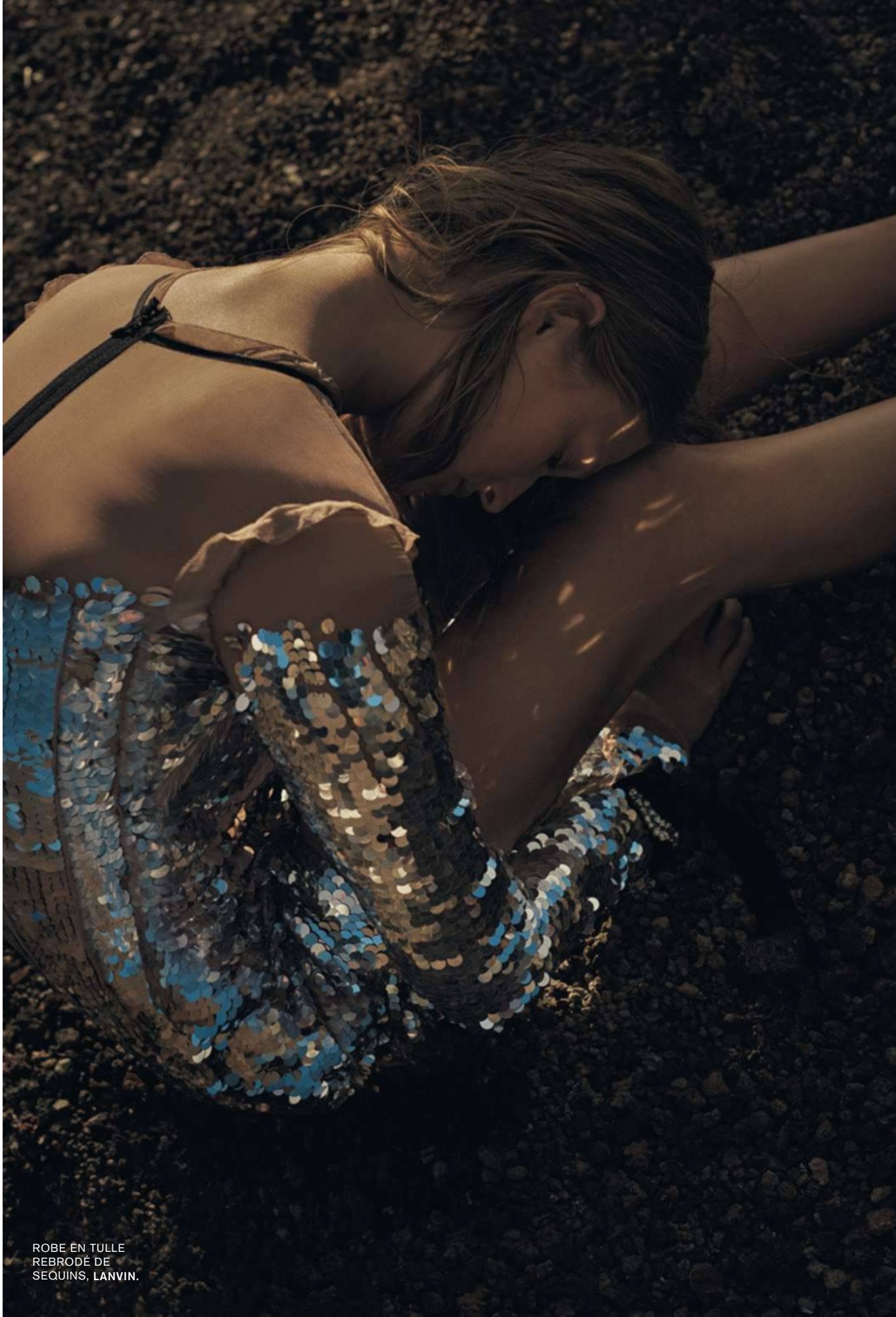


ROBE COURTE À PAILLETTES HOLOGRAM ET ŒILLETS EN MÉTAL, **LOUIS VUITTON.** HARNAIS EN CUIR, PORTÉ EN COLLIER, **ANN DEMEULEMEESTER.** TORQUE EN ARGENT, **ISABELLE MICHEL.** BIJOU DE LÈVRES EN ARGENT, **SASKIA DIEZ.**



ROBE EN SOIE
BICOLORE,
PAUL SMITH.
SANDALES À TALON
EN MÉTAL ET CUIR,
BALLY.





ROBE EN TULLE REBRODÉ DE SEQUINS, **LANVIN.**



TEE-SHIRT AVEC LOGO GRAPHIQUE, **CARVEN.**
JUPE PLISSÉE À VOLANTS EN MAILLE ABEILLE, **MAJE.**
PANTALON BRODÉ MIROIRS, **A.F. VANDERVORST.**
BASKETS EN CUIR, **ADIDAS.**
BRACELETS EN MÉTAL ARGENTÉ, **ISABELLE MICHEL.**
BIJOU DE LÈVRES EN ARGENT, **SASKIA DIEZ.**



HAUT EN COTON IMPRIMÉ ETHNIQUE, **BA&SH**
COLLIER EN ARGENT MASSIF GRAVÉ, **CÉSARÉE.**
BIJOU DE LÈVRES EN ARGENT, **SASKIA DIEZ.**



PARKA EN TISSU TECHNIQUE, **LACOSTE.**
PANTALON À TAILLE HAUTE EN COTON, **LIU JO.**
BOUCLE D'OREILLE SATURNE, EN OR, **CHARLOTTE CHESNAIS.**



ROBE LONGUE ZIPPÉE EN TISSU TECHNIQUE, **LACOSTE.**
ROBE LONGUE SANS MANCHES EN MAILLE ET SEQUINS, **SONIA RYKIEL.**
SANDALES COMPENSÉES EN CUIR, **SACAI.**



VESTE ET PANTALON
EN POPELINE
DE COTON, **TOD'S.**



VESTE BOMBER
EN SATIN ET
PAILLETTES, **IRO.**
ROBE EN CUIR
MÉTALLISÉ ET VISCOSE,
MAISON MARGIELA.





HAUT EN NYLON
ET PAILLETTES,
PAUL & JOE.
ROBE EN CUIR
À ŒILLETS EN MÉTAL,
DIESEL BLACK GOLD.



ROBE EN SOIE
BICOLORE
AVEC CEINTURE
EN CUIR, **HERMÈS.**
BOUCLE D'OREILLE
SATURNE ET BRACELET
EDEN, EN OR,
CHARLOTTE CHESNAIS.



ROBE EN SOIE
MULTICOLORE,
CHLOÉ.



HAUT BRODÉ DE SEQUINS ET CLOUS, **TRUSSARDI.**
JUPE EN CUIR METALLISÉ EFFET FILET DE PÊCHE, ET BOTTES À PLATEFORME EN CUIR, **IRIS VAN HERPEN.**



HAUT ET JUPE EN SOIE,
STELLA McCARTNEY.



PANTALON EN COTON, **MAX MARA.**
BRACELETS EDEN, EN OR, **CHARLOTTE CHESNAIS.**



VESTE EN LAINE BRODÉE DE CLOUS ET DE PERLES, **A.F. VANDERVORST.** PANTALON EN SOIE LAMÉE, **BCBG MAX AZRIA.** CEINTURE À DOUBLE BOUCLE, EN CUIR, **Y PROJECT.** BIJOU DE LÈVRES EN ARGENT, **SASKIA DIEZ.** COLLIER EN CUIR TRESSÉ, **CÉSARÉE.**



MAXI CAFTAN ET
PANTALON CIGARETTE
EN TWILL DE SOIE,
DOLCE & GABBANA.





ROBE EN ORGANZA PLISSÉ, **HUGO BOSS.**
SANDALES EN CUIR, **SANTONI.**
BRACELET EN PLEXI, **HOUSE OF FLORA.**



MANTEAU ET ROBE
À BUSTIER EN RAPHIA
À FRANGES,
VALENTINO.
SANDALES
COMPENSÉES
EN CRISTAUX
SWAROVSKI,
ESTEBAN CORTAZAR.



TUNIQUE ET PANTALON EN SOIE, **RALPH LAUREN.** BAGUE EN OR PLAQUÉ ET PIERRE PRÉCIEUSE, **VIVEKA BERGSTROM.**



VESTE BRODÉE
À SEQUINS MIROIRS
ET COL CLOUTÉ,
PANTALON EN TWILL
DE COTON ET HAUT
EN COTON LAMÉ, LE
TOUT **ISABEL MARANT.**



TOP EN POULAIN
JAUNE PORTE SUR
UN TOP EN NÉOPRÈNE,
PANTALON EN COTON
TECHNIQUE,
CHAUSSURES EN CUIR
ET BRACELET EN PLEXI,
LE TOUT **MARNI.**

Voyager semble faire partie de son quotidien depuis l'enfance. Son père, gérant d'une compagnie de gaz enclin à la vadrouille, emmenait sa famille ailleurs qu'en Allemagne – et Hambourg d'où elle est originaire. Ils ont ainsi connu Londres, Athènes... Et Toni Garrn arrive en pleine forme, malgré les kilomètres qu'elle a dû avaler en quelques heures pour cette séance photo et se rendre de Dallas à Lanzarote en faisant escale à New York puis Düsseldorf. « J'ai en permanence à côté de moi une grosse valise car je sais que je peux embarquer à toute heure. » Avec cette meilleure amie, Toni partage quelques astuces élémentaires : « Elle contient une tenue de yoga, quelques produits de médecine naturelle et des herbes pour faire des décoctions. » Tout ce barda, c'est peut-être le secret de ce mannequin de 23 ans dont la peau parfaite n'a pas besoin de la moindre retouche photo et qui brille naturellement sous le soleil de Lanzarote. Toni Garrn n'avait pas été préparée à être mannequin ; elle fut repérée dans les rues de New York à l'âge de 14 ans, avec l'assentiment de sa mère, mais n'avait aucune idée de la mode : « D'ailleurs, hors grand raout, vernissage ou festival, je porte encore mes habits d'avant, un tee-shirt me suffit. » Guère besoin de plus pour cette plastique parfaite, distinguée très tôt par la marque Calvin Klein, dont elle fait la campagne internationale à l'âge de 16 ans. Tout s'est enchaîné très vite : une succession de défilés, 60 en une saison, menant l'existence de ceux qui prennent l'avion comme on prend le bus. Elle pose sous l'objectif de photographes comme Mario Testino, Steven Meisel ou Corinne Day. Alors, Toni fait du sport pour se dégourdir de cette vie dans les airs, et réserve toujours la salle de sport la plus proche. Mais, ne pas s'y tromper, aucun régime pour cette blonde athlétique : « Je mange toutes les sucreries possibles ; les gâteaux secs rythment ma journée ! » Elle ne semble pas être une fille autocentrée : elle ne s'invente pas un univers étrange pour satisfaire les demandes d'une presse avide de détails. Elle a pour autre passion l'Afrique, qu'elle a découverte à l'âge de 7 ans avec ses parents. Elle y retourne désormais chaque année pour remplir ce que la mode et les paillettes ne peuvent peut-être pas satisfaire. « Je suis assez fière de mon lien avec ce continent fascinant, cet échange qui m'a tant apporté dans ma vie. » Depuis plus de six ans, elle s'occupe d'œuvres caritatives et est devenue l'ambassadrice de la campagne « *Because I am a girl* » (parce que je suis une fille), une association qui vient en aide aux jeunes femmes dans le besoin au Burkina Faso. Ce pays de l'Ouest africain est parmi les plus pauvres au monde. Les femmes particulièrement connaissent une situation des plus difficiles.

Quand Toni n'est pas en Afrique, ou à Dallas en compagnie de son ami, le basketteur Chandler Parsons de l'équipe des Mavericks, New York lui va très bien, à ceci près que, question musique, elle n'apprécie pas le hip-hop, l'hymne quotidien de cette ville qui gronde au son du rap. « J'aime danser, mais les clubs ne sont guère pour moi ici. Je préfère me dépenser sur des airs de salsa ou de samba. Alors, parcourir le monde me permet d'aller danser dans des lieux exotiques où l'on s'amuse très bien. » Nota bene : on sait tous que Toni a partagé sa vie plus d'un an avec un acteur célèbre qui vient de recevoir le Bafta du meilleur comédien pour son film *The Revenant*. Oui, on le sait tous, mais, l'entretien terminé, Toni préfère se rendre au yoga, et ne pas évoquer le passé. Une fille d'aujourd'hui.

■ FABRICE PAINEAU

Tout s'est enchaîné très vite pour TONI GARRN : une vie de défilés, 60 en une saison, de ces vies qui prennent l'avion comme on prend le bus.



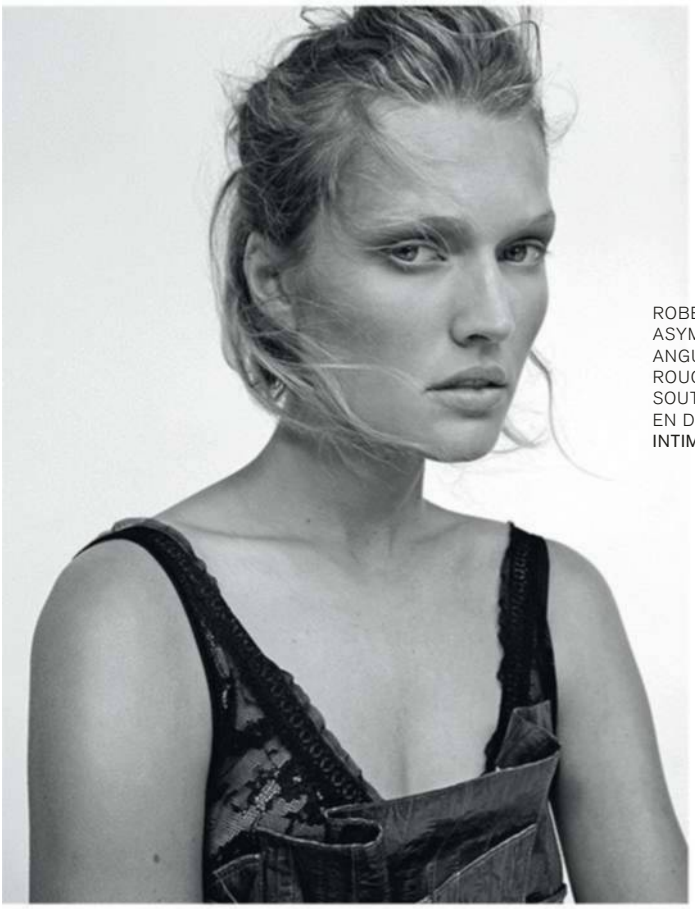
REMERCIEMENTS
À L'OFFICE DE
TOURISME ESPAGNOL

COIFFURE :
ALESSANDRO REBECCHI
POUR BUMBLE
& BUMBLE.
MISE EN BEAUTÉ :
SANDRA COOKE
C/O THE WALL GROUP
USING MAC PRO.
OPÉRATEUR NUMÉRIQUE :
JOE MURPHY.
ASSISTANTS
PHOTOGRAPHES :
CAMILLO GERMAIN
ET MANUEL GIRON.
ASSISTANTES STYLISTES :
CHLOÉ WILK MARTIN
ET LOUISE LEPOUTRE.
CASTING : GHISLAINE
PERARIA.
PRODUCTION :
GHISLAINE PERARIA,
AVEC THUY NGUYEN
ET ANTONIO PERULLI.

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

DE JOUR comme de NUIT

PHOTOS : BENJAMIN LENNOX POUR L'EXPRESS STYLES
RÉALISATION : MIKA MIZUTANI



ROBE COURTE ASYMÉTRIQUE EN CUIR ANGUILLE POPPY ROUGE, LÉONARD
SOUTIEN-GORGE EN DENTELLE NOIRE, INTIMISSIMI.

Cette saison, le vestiaire nocturne et SEXY a des insomnies. Combinaison en DENTELLE, pyjama en SOIE ou peignoir prennent l'air sous des manteaux ou sur des pantalons. Ajoutez-y des baskets et vous obtiendrez l'allure COOL de la saison.



ROBE EN DENTELLE
NOIRE EN VISCOSE
ET POLYAMIDE,
SONIA RYKIEL.
CARACO EN CUIR VERT,
THE KOOPLES.
BAGUE HOMME EN OR
NOIR ET DIAMANTS,
STONE PARIS.
MANCHETTE DE MAIN
EN ARGENT,
CHARLOTTE CHESNAIS.
COLLIER EN LAITON
ARGENT, **EDDIE BORGO.**



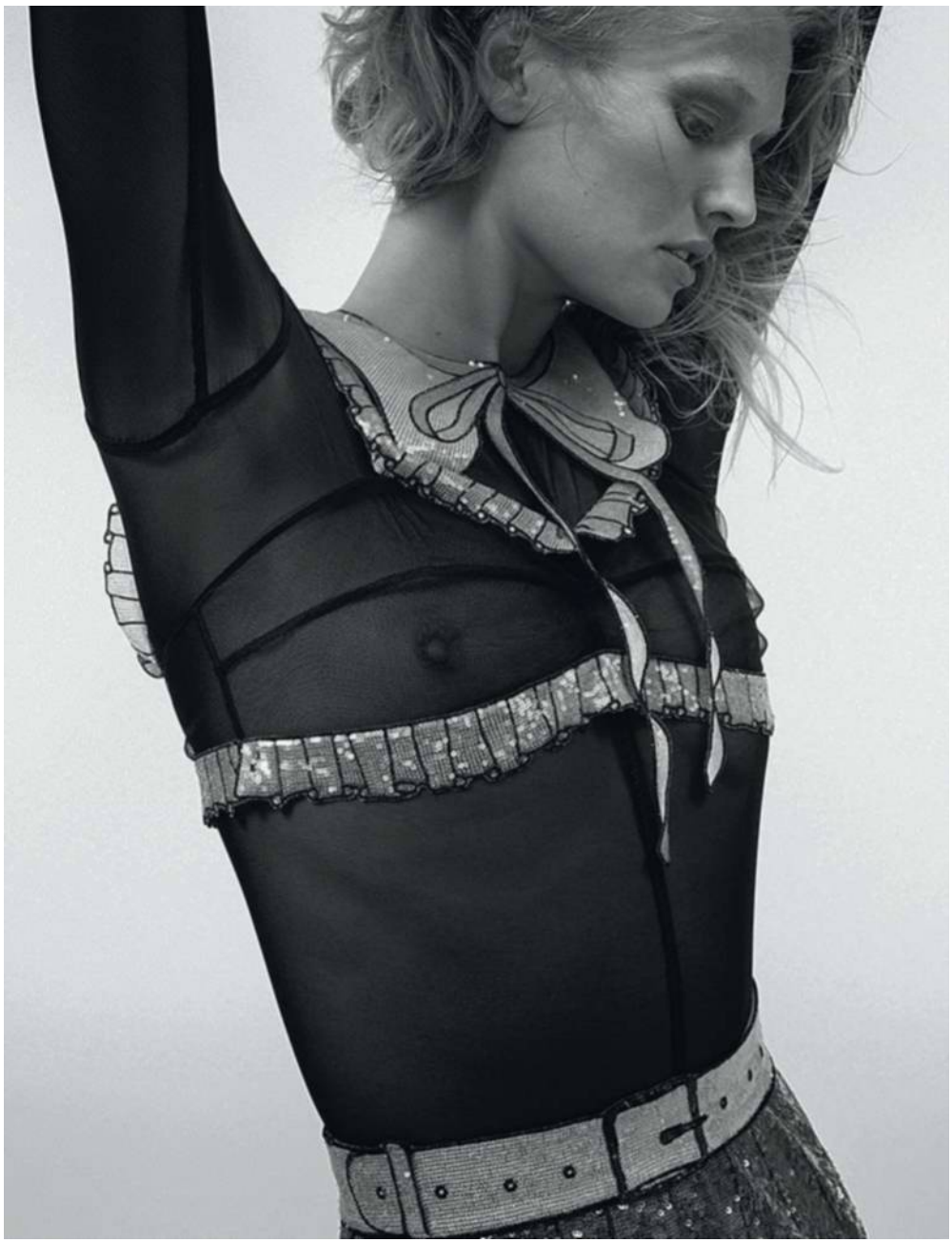
MANTEAU, TOP CAMISOLE ET PANTALON EN SOIE ÉCRUE, **CALVIN KLEIN COLLECTION.** CHAUSSURES ZIZI, EN CUIR BLANC, **REPETTO.** BOUCLE D'OREILLE, EN ARGENT, **CHARLOTTE CHESNAIS.** COLLIER EN LAITON ARGENT, **EDDIE BORGO.**



TRENCH-COAT
EN VISCOSE NOIR,
SANDRO.
ROBE EN DENTELLE
NOIRE, ET ENSEMBLE
SOUTIEN-GORGE
CULOTTE EN VINYLE
NOIR, **ROCHAS.**
CHAUSSETTES
EN CACHEMIRE
ET TULLE NOIR,
CALZEDONIA.
BOOTS 1460,
EN CUIR MAT VERT,
DR. MARTENS.
COLLIER EN COTON
ZIPPÉ NOIR, **ANN**
DEMEULEMEESTER.



VESTE EN COTON BLANC, **MAJE.**
SOUTIEN-GORGE EN DENTELLE NOIRE, **MAISON LEJABY.**
ROBE LONGUE EN TULLE BLANC, **GAT RIMON.**
PANTALON EN SOIE BLANCHE, **THEORY.**
CHAUSSURES SUPERSTAR, EN CUIR, **ADIDAS.**
MANCHETTE DE MAIN ET BOUCLE D'OREILLE EN VERMEIL, **CHARLOTTE CHESNAIS.**



COL, SOUTIEN-GORGE
ET JUPE EN TULLE
REBRODÉ TROMPE L'ŒIL,
GUCCI.
BODY EN TULLE NOIR,
ANN DEMEULEMEESTER.



ROBE EN ORGANZA NOIR ET CHEMISE EN VICHY ROUGE, **MIU MIU**.
CULOTTE EN POLYAMIDE NOIRE, **CALZEDONIA**.
DOUBLE CEINTURE EN CUIR NOIR, **Y PROJECT**.
MANCHETTE EN ARGENT, **ANNELISE MICHELSON**.
MANCHETTE EN CUIR NOIR, **MAISON BOINET**.



ROBE EN CUIR PLISSÉ
À BRODERIES
EN ORGANZA NOIR,
ERMANNO SCERVINO.
PANTALON EN CADY
STRETCH NOIR,
GIVENCHY PAR
RICARDO TISCI.
CHAUSSURES EN CUIR
BLEU MARINE,
J.M. WESTON.
MANCHETTE EN ARGENT,
ANNELISE MICHELSON.
MANCHETTE DE MAIN
EN ARGENT, CHARLOTTE
CHESNAIS.
BOUCLE D'OREILLE,
DEE THINGS.



VESTE SANS MANCHES EN LAINE À COL SATIN DUCHESSE BLANC, **BRUNELLO CUCINELLI.**
ROBE À BONNETS SURPIQUÉS EN SATIN DE SOIE BLANC, **BALENCIAGA.**
BRACELET JONC EN ARGENT, **GINETTE NY.**
BAGUE EN OR BLANC ET DIAMANTS, **STONE PARIS.**
BRACELET EN OR BLANC ET DIAMANT, BAGUE EN OR BLANC, ET BOUCLE D'OREILLE MASAI, EN OR BLANC ET DIAMANT ET BOUCLE D'OREILLE PENDANTE EN OR, LE TOUT **VANRYCKE.**



ROBE LINGERIE EN DENTELLE NOIRE, BLOUSON OVERSIZE EN CUIR NOIR ET DIADÈME EN STRASS, **SAINT LAURENT PAR HEDI SLIMANE.** COLLIER EN LAITON ARGENT, **EDDIE BORGO.** BAGUE HOMME EN OR NOIR ET DIAMANTS BLANCS, **STONE PARIS.**



ROBE EN DENTELLE NOIRE, **BURBERRY PRORSUM.**
BODY EN DENTELLE NOIRE, **ETAM.**
HARNAIS EN CUIR NOIR, **ANN DEUMELEMEESTER.**
BIJOU DE NEZ EN ARGENT, **SASKIA DIEZ.**
BOUCLE D'OREILLE MASAI, EN OR BLANC ET DIAMANT, **VANRYCKE.**



LONG PULL À CAPUCHE
EN COTON NOIR,
Y PROJECT.
ROBE EN MAILLE
DE SOIE NOIRE ET EN
DENTELLE BLANCHE,
CÉLINE.
CHAUSSETTES
EN COTON BLANCHES,
MIU MIU.
BOOTS 1460,
EN CUIR VERNI NOIR,
DR. MARTENS.
BOUCLE D'OREILLE
EN ARGENT,
ANNELISE MICHELSON.
BAGUE HOMME EN OR
NOIR ET DIAMANTS,
STONE PARIS.



PULL EN LAINE BLEU PALE, ROBE LONGUE EN ORGANZA DE SOIE RAYÉ, SHORT LINGERIE, EN VOILE DE COTON BLANC, PARKA PLISSÉE EN COTON ET SOIE ECRUE, LE TOUT **DIOR**.
COLLIER DIOROSCOPE, EN MÉTAL FINITION PALLADIUM ORNÉ DE DISQUES EN RÉSINE TRANSLUCIDE SUR RUBAN GROS-GRAIN. **DIOR**.
CHAUSSURES SUPERSTAR, EN CUIR, **ADIDAS**.
BAGUE EN ARGENT, **ANNELISE MICHELSON**.
BAGUE EN ARGENT, **GINETTE NY**.



ROBE ASYMÉTRIQUE EN DENTELLE CHANTILLY NOIRE AVEC FINES CEINTURES EN GROS-GRAIN À BOUCLES BIJOUX NOIRES, **LANVIN**.
GILET EN LAINE ROSE PALE, **AMERICAN VINTAGE**.
CHAUSSETTES EN CACHEMIRE ET TULLE NOIR, **CALZEDONIA**.
BASKETS ALL STAR NOIRES, **CONVERSE**.
COLLIER EN COTON ZIPPÉ NOIR, **ANN DEMEULEMEESTER**.

COIFFURE :
VI SAPYYAPY C/O MANAGEMENT+ARTISTS, ASSISTÉE DE SARAH RABEL.
MISE EN BEAUTÉ :
MATHIAS VAN HOOFF C/O MANAGEMENT+ARTISTS, ASSISTÉ DE STÉPHANIE JACQUET.
MANUCURE :
ODILE SIBUET.
ASSISTANTS PHOTOGRAPHES :
NATHAN JENKINS ET PAUL JEDWAB.
OPÉRATEUR NUMÉRIQUE :
JEAN-MARIE BINET.
ASSISTANTES STYLISTES :
LOUISE LEPOUTRE ET CHLOÉ WILK-MARTIN.
CASTING :
GHISLAINE PERARIA.
PRODUCTION :
GHISLAINE PERARIA, AVEC OLYA SINIAKOV.

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

Vous avez craqué sur la robe du dernier DÉFILÉ Paco Rabanne et vous voulez l'acheter tout de suite en boutique, vous rêvez d'assister à un SHOW comme une vraie journaliste, de rencontrer Zac Posen en backstage… Bienvenue dans le nouveau monde de la mode réalité.

La mode, fille PUBLIQUE

La Semaine de la mode new-yorkaise a donné le ton : on a vu Kanye West investir le Madison Square Garden pour présenter à 18 000 personnes sa collection Yeezy Saison 3 et dévoiler dans le même temps son album *Waves*, renoncer au défilé traditionnel et proposer à la place une présentation coïncidant avec la mise en vente de ses pièces. Ou Tommy Hilfiger annoncer vouloir démocratiser son podium en organisant, à partir de la saison prochaine, un système de réalité virtuelle permettant aux clients en boutique de visionner la collection, puis de l'acheter dans la foulée. C'est officiel : avec la révolution du smartphone, qui a ouvert à tous les coulisses des défilés et essore les tendances en les divulguant six mois avant leur arrivée dans les boutiques, la mode n'a d'autre choix que de se réinventer. Remise en question, elle cherche à renouer le dialogue avec les consommateurs, revoyant le planning traditionnel des Fashion Weeks, s'alignant avec le calendrier des ventes, mêlant notamment collections masculines et féminines. Alors que les maisons vont présenter à Paris leurs défilés automne-hiver 2016-2017, voici un état des lieux des nouvelles expériences de la mode.

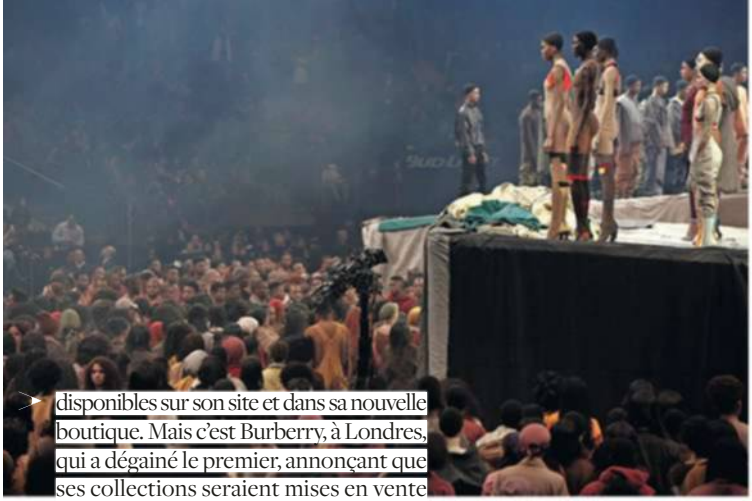
Fashion instantanée

Jusqu'à présent, il fallait attendre de quatre à six mois entre la présentation d'une collection à la presse et la disponibilité réelle des pièces. Pour devancer les enseignes de *fast fashion,* qui arrivent à reproduire, en moins de temps qu'un glissement de doigt sur l'iPhone, les modèles repérés sur les podiums ; pour répondre aux attentes des clientes ; pour jouer le jeu d'Instagram enfin, des marques ont choisi d'organiser quasi immédiatement la mise en vente de leurs collections. A Paris, la maison Paco Rabanne va même lancer une campagne d'affichage pour promouvoir les quatre looks du défilé qui seront ➤

LUCAS JACKSON/REUTERS



En septembre, à New York, pour fêter ses 10 ans à la direction artistique de GIVENCHY, Riccardo Tisci ouvrait son défilé au grand public.



disponibles sur son site et dans sa nouvelle boutique. Mais c'est Burberry, à Londres, qui a dégainé le premier, annonçant que ses collections seraient mises en vente à la suite de ses shows : « Les nouveaux formats et calendriers ont été conçus avec une audience mondiale à l'esprit », explique ainsi Christopher Bailey, directeur général de la marque. Aux Etats-Unis, Tom Ford a décidé de décaler sa présentation automne-hiver à septembre prochain (à la place de février), pour profiter de l'excitation engendrée par le défilé. Enfin, acmé – ou caricature ? – de ce nouveau phénomène, l'événement organisé par Kanye West à New York : le styliste-rappeur-businessman, qui a déclaré sur Twitter vouloir devenir le directeur de la création d'Hermès, avait installé dans le Madison Square Garden des boutiques éphémères qui ont été dévalisées après le spectacle. Et, comme pour un concert traditionnel, il avait mis en vente les places pour assister à l'événement. A plus de 50 dollars, les billets se sont écoulés en moins de dix minutes...



Le défilé YEEZY de Kanye West dans la « Grande Pomme » : places payantes, lancement de son nouvel album, du grand show !

La mode pour tous

Elargir l'audience des Fashion Weeks est un autre moyen de consolider des liens entre une marque et ses fans. Et ils sont de plus en plus nombreux dans la mode, devenue une industrie du divertissement avec ses shows mégalo, ses expositions culturelles à grand spectacle. En septembre 2015, Givenchy organisait ainsi à New York le défilé des 10 ans de direction artistique de Riccardo Tisci. 850 des 4 000 places disponibles étaient offertes au grand public sur Internet via une loterie, à laquelle s'étaient inscrites 25 000 personnes, dont 2 000 dans les deux premières secondes après la mise en ligne. « Bien sûr, il y a Instagram et Facebook, expliquait Riccardo Tisci, mais ce n'est pas pareil : les photos, comme les vidéos, ne procurent pas d'émotion. » Quelques jours plus tard, à Paris, Jacquemus lançait à son tour sur son site Internet un jeu-concours permettant de gagner quelques places. Dans la même logique, la jeune marque Koché avait choisi le Forum des Halles pour son premier show. « C'est un endroit unique à Paris de par son brassage social et culturel, expliquait sa créatrice, Christelle Kocher. Je voulais que ce défilé soit comme une fête démocratique, où tout le monde serait debout, au même niveau. » Loin de cette démarche généreuse, assister à un défilé est devenu un vrai business. Aux Etats-Unis, on trouve désormais des services spécialisés, tel VIP Concierge et son offre à 1 750 dollars, incluant l'entrée au show de Zac Posen « en siège premium, entouré de journalistes de mode », en backstage, et une rencontre avec le créateur. A Londres, on peut acheter des billets pour assister, pendant la Semaine de la mode, à un événement organisé à la Saatchi Gallery. Ce London Fashion Weekend incluait défilés, boutiques éphémères et conférences données par Nicholas Kirkwood ou Charlotte Olympia. Cinq forfaits étaient proposés, de 20 livres le simple Bronze à 200 le Luxe Premium, comprenant des cadeaux souvenirs, une place au premier rang pour le show d'Emilia Wickstead ou un cocktail de bienvenue au prosecco...

Christelle Kocher avait choisi le très populaire Forum des Halles pour présenter sa collection KOCHÉ printemps-été 2016.

Homme, femme, même combat

L'industrie est aussi en train d'ébranler les fondations traditionnelles des Fashion Weeks en mixant sur un même podium les collections homme et



ANDREW KELLY/REUTERS - FRANÇOIS GUILLOT/AFP

femme, comme le fait Burberry depuis quelques saisons... Guram Gvasalia, qui dirige avec son frère Demna le collectif Vetements, expliquait à *Vogue* que « faire défiler l'homme et la femme en même temps, c'est se connecter au monde réel. Le genre n'est plus une donnée immuable et immobile. » Mais, au-delà d'une certaine utopie à vouloir les décloisonner, ce mélange des sexes permettrait surtout de montrer les collections masculines au plus grand nombre. Les Fashion Weeks homme sont manifestement moins médiatiques, moins relayées sur les réseaux sociaux. Ces procédés permettent donc d'affirmer une vision de marque globale, partie intégrante d'un dialogue en train de s'instaurer avec le public. Ce dernier est en effet connecté en permanence, que lui proposer de plus ? De pouvoir mieux se projeter sur des podiums, plus représentatif d'une diversité bien réelle ? Les réseaux sociaux ont ouvert les yeux sur un éclectisme physique, sexuel que la mode, très conservatrice à ce sujet, commence à peine à prendre en compte. Aujourd'hui, beaucoup de castings se font d'ailleurs sur Instagram.

Réinventer le désir

« Le monde est devenu fou », s'exclame Paul Smith. Presque quarante ans après son tout premier défilé à Paris, le Britannique a choisi d'opérer des changements radicaux dans son entreprise, à la suite d'une baisse des ventes en 2015. Il a donc réduit le nombre de ses lignes à deux seulement, baptisées « Paul Smith » et « PS by Paul Smith », conçues à la fois pour homme et pour femme. « La domination des grands groupes comme des marques à bon marché, Internet et la vente en ligne... L'industrie de la mode a changé, explique le créateur autodidacte. Il a fallu procéder à des ajustements. Les gens se fichent de savoir que vous avez été bon dans le passé. Il faut accepter ces nouveaux défis et avancer. » Et observer l'industrie du luxe, happée par la vitesse d'Instagram et d'Internet, se débattre, ne sachant comment répondre à ces nouvelles dynamiques ? « La mode souffre dans la sphère du numérique d'une image un peu ringarde, analyse



Bientôt, tous les défilés de BURBERRY seront mixtes. Un reflet de la vraie vie.

JUSTIN TALLIS/AFP

Assister à un défilé est devenu un vrai BUSINESS. Aux Etats-Unis, on trouve désormais des SERVICES SPÉCIALISÉS

Michel Campan, fondateur de Same Same But Different, agence de conseil spécialiste du numérique en France. Il est urgent qu'elle entre dans le monde de l'immédiateté, les créateurs et le public ont besoin de se rencontrer. Et ces moments de communion qui passent essentiellement par les réseaux sociaux ont besoin de se réinventer. » En effet, si l'impulsion d'achat n'a jamais été si simple, se résumant à un simple clic sur une souris, les marques les plus prestigieuses ont tenté de dupliquer le système de *fast fashion.* Le luxe n'a manifestement pas été préparé à la révolution du numérique, remettant en question ses propres valeurs. Faut-il pourtant tout lui sacrifier ? Comme se le demandait Raf Simons lors d'une interview parue dans le magazine *System,* peu de temps après son départ de chez Dior. « Aujourd'hui, la mode est devenue populaire. Faut-il avoir honte de penser que c'était mieux avant, quand elle était élitiste ? Aujourd'hui, tout est si facile d'accès, on ne fait plus aucun effort... » Dès lors, comment faire en sorte que la mode crée à nouveau le désir, redevienne une expérience individuelle, faite de service et d'exclusivité ? Le luxe est, par définition, une humeur, un caprice, un coup de foudre. Ne serait-il pas temps de retrouver, comme le préconisait Raf Simons, l'éclat de l'extravagance et de rendre à la Fashion Week ses habits de fête ?

■ CHARLOTTE BRUNEL
ET KARINE PORRET

En recentrant la mode sur son essence, DEMNA GVASALIA a fait de ce label le symbole d'une nouvelle façon de créer qui enivre le marché. Se voit-il en maître à penser ? Ce serait mal connaître le goût de la LIBERTÉ de ce créateur rare. Rencontre.

L'expérience VETEMENTS

Le Paris mode a beau (sur)réagir au moindre mouvement de son mercato, cela faisait longtemps qu'il ne s'était pas senti électrisé à ce point. Et, comme souvent en affaire de séduction, c'est l'inconnu, le mystère, le différent qui attirent et finissent par aimanter. En trois saisons avec le label Vetements qu'il a fondé avec sept autres créatifs anonymes, le Géorgien Demna Gvasalia est devenu l'attraction phare des podiums de la Ville Lumière. Si bien qu'à la surprise générale il a été nommé directeur artistique de la vénérable maison Balenciaga en septembre dernier. Mais comment ce créateur timide à la mode sauvage, aux inspirations underground et aux desseins terre à terre a-t-il réussi à faire l'unanimité autour de lui, auprès de gens qui ne lui ressemblent pourtant en rien ? A mille lieues de l'intellectualisme ou de l'insoumission provocatrice qu'on pourrait lui prêter, lui parle de sincérité. Le rencontrer, dans un troquet du Xe arrondissement de Paris, près de ses locaux, c'est comprendre qu'il dit vrai. La star, ce ne sera jamais lui. Aujourd'hui, c'est plutôt la femme qu'il habille qui l'est devenue.



A 34 ans, le Géorgien Demna Gvasalia est l'un des sept membres du label Vetements, et le DIRECTEUR ARTISTIQUE de la maison Balenciaga.

Vous êtes rare dans la presse et sous les projecteurs. Est-ce pour vous protéger que vous avez créé un label anonyme ?

Il faut regarder les choses en face : nous faisons seulement deux collections de vêtements par an, il n'y a pas de quoi débattre pendant six mois dessus ! Pour notre marque, nous n'avions pas le choix car, à l'époque, nous étions encore tous sous contrat avec des maisons, nous travaillions donc le soir pour habiller quelques copines. C'est pour cela que nous ne pouvions pas donner notre nom à ce label.

Pourquoi, alors qu'on vous prédisait une brillante carrière dans les maisons pour lesquelles vous travailliez (Martin Margiela puis Louis Vuitton), avoir pris le risque de fonder la vôtre ?

Nous ressentions la même frustration. Dans les grandes maisons, il est demandé aux créatifs de vendre du ➤



Symbole de l'esprit de Vetements, cette robe en sequins de l'été 2016 DETONNE par un dos nu asymétrique coupé à vif.

PIERRE-ANGE CARLOTTI/SDP





Robe portefeuille aux manches XXL et cuissardes, body sur pantalon d'homme, l'esprit NÉO-FRIPERIE du label, photographié par Pierre-Ange Carlotti.

rêve, en suivant un schéma précis de plans de collection, de déclinaisons forcées et de communication gloutonne. Nous, ce que nous voulions, c'était vendre des vêtements, parce qu'ils sont actuels et désirables, pas pour la mise en scène qui les entoure. Pour être honnête, je ne veux pas faire des vêtements pour vendre des sacs.

Assumez-vous cette image de label rebelle ?

Absolument pas. Nous n'avons rien d'anarchistes ! Déjà parce que nous travaillons beaucoup, peut-être d'une manière différente, mais extrêmement professionnelle. Et puis, surtout parce que nous n'essayons pas de renverser un système en place. On fait simplement ce qui est bien pour nous. Par exemple, dès la prochaine saison, nous défilerons hors programme, deux mois plus tôt. La collection été sera donc présentée en juin prochain, et mélangera la femme et l'homme (une nouveauté). Cette décision n'est pas un coup de gueule mais le fruit d'une réflexion. Comme nous ne pouvons pas réaliser de précollections (qui représentent 80 % du chiffre d'affaires des marques aujourd'hui), nous aimerions que nos vêtements restent plus longtemps en boutique avant d'être soldés. De ce fait, il faut livrer avant.



La DISCRÉTION,, fil conducteur d'un créateur passionné : Demna Gvasalia dans le studio Vetements, situé à Paris (X^e).

Mais, en aucun cas, nous ne voulons convaincre les autres marques de faire comme nous !

Vos défilés, organisés dans des endroits incongrus comme un sex-club, avec un casting sauvage, n'ont donc pas de desseins provocateurs ?

Pas du tout ! Si nous avons choisi ces lieux, c'est qu'ils sont beaucoup moins chers que les salles classiques. De plus, le Dépôt est un endroit que je fréquentais et que j'ai toujours trouvé intéressant. Le Président, quant à lui, est le premier restaurant où j'ai mangé en arrivant à Paris. En ce qui concerne les castings, là encore l'aspect financier prévaut. Mais nous avons aussi besoin de voir nos vêtements sur les gens qui achèteront nos créations. Et ils ressemblent plus à nos amis qu'à des mannequins aux jambes interminables.

Mais vos créations sont vendues au prix de vêtements de luxe. Vos amis, en dehors de Kanye West et Rihanna, ont-ils les moyens de les acheter ?

C'est une question qu'on se pose continuellement. Nous essayons donc de prévoir toujours quelques pièces en entrée de gamme dans nos collections. Après, même si nos créations ont une allure brute et n'ont pas les finitions de la haute couture, leur prix est à la mesure du travail que nous effectuons. Lorsque nous achetons un vêtement en friperie, nous décousons à la main chaque couture au lieu de le découper, le pressons à plat, le réassemblons pour lui donner une nouvelle vie. Cela nécessite énormément de temps et de précision.

Pouvez-vous justement nous expliquer comment naissent les collections dans le studio Vetements ?

Nous faisons simplement une liste des pièces qu'une femme moderne doit avoir dans sa garde-robe. « On a besoin

de trois pantalons, d'un hoodie, d'un trench-coat. » Après, nous commençons nos recherches en friperies, puis cherchons comment rendre telle pièce plus « Vetements », une à une, sans forcément une suite logique. Nous ne cherchons pas à créer quelque chose de nouveau, mais d'enviable.

Vous travaillez également avec un sociologue...

C'est vrai. Il interroge les gens dans la rue, à Londres ou à Paris, afin de comprendre pourquoi ils portent ce vêtement, cette couleur, cette longueur. Cela nous aide à prendre des décisions. Il ne faut pas oublier que je suis un homme et que je n'ai pas la prétention de savoir exactement ce que veulent porter les femmes. Je préfère les écouter plutôt que consulter des livres d'histoire de la mode...

Vous trouvez que la mode regarde trop souvent derrière elle ?

Bien sûr ! Les collections sont aujourd'hui basées essentiellement sur les ventes et réussites de la saison d'avant. Cela enterre la part créative de la mode et je pense que c'est pour cela que nous avons vu tant de démissions dernièrement. On fait trop, trop souvent, pour pas assez longtemps. Mais les choses sont en train de changer, la mode a ouvert les yeux, et même si cela va prendre du temps, nous sommes sur la bonne voie.

Martin Margiela a été l'un des premiers designers à avoir tiré la sonnette d'alarme. Comment vivez-vous cette inévitable filiation ?

Durant toutes mes années passées chez Maison Martin Margiela (après le départ du créateur), j'ai appris une façon de travailler, fondée sur la déconstruction et la reconstruction, qui me sert encore aujourd'hui. Cependant, je trouve que nous rapprocher constamment est une facilité journalistique. Martin Margiela créait des œuvres d'art, des pièces conceptuelles que l'on n'avait jamais vues auparavant. Moi, je suis plus dans le concret, je dessine simplement des vêtements pour la rue. Je suis très inspiré par la culture street, que Monsieur Margiela n'intégrait pas à ses collections. Alors, oui, j'ai été formé à Anvers, comme lui, j'ai travaillé dans sa maison, mais je n'ai ni la prétention, ni l'intention d'être un « nouveau Margiela »

Quelle place tient Paris dans vos créations ?

Elle est immense. Tout m'inspire ici : passer devant une boulangerie, la façon dont les gens servent des verres. Ce n'est pas au premier degré, mais cela installe une atmosphère propice à la création.

On vous dit très proche de la scène underground...

C'est vrai, je suis plus Château d'Eau que Café de Flore. Il y a trois ans, j'ai découvert un Paris underground et des personnes qui sont devenues ma plus grande source d'inspirations. Ils ont 23 ans et sont photographes, musiciens, stylistes, barmen, coiffeurs, ils sont libres et refusent de marcher dans les clous.

Cela vous fait-il sentir plus parisien que géorgien, votre nationalité d'origine ?

Je n'ai jamais été proche de l'état d'esprit de mon pays. C'est en le quittant que je me suis révélé. Pourtant, il est pour beaucoup dans le créateur que je suis devenu. J'ai grandi dans un pays communiste, où tous les garçons devaient être habillés de la même façon, coupés du monde et privés d'informations. C'est cette frustration qui a aiguisé ma curiosité : je me suis intéressé à la dimension sociologique des vêtements, puisque je ne pouvais pas choisir les miens.

Aujourd'hui, la pression qui pèse sur vous est très forte. Où iriez-vous si vous aviez deux jours off ?

Je resterais chez moi, car c'est là où je me sens le mieux.

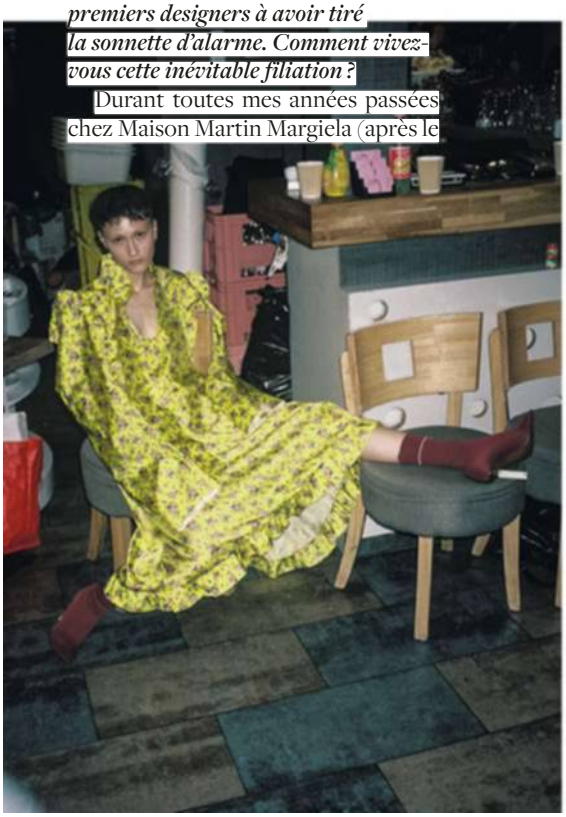
■ PROPOS RECUEILLIS PAR LOUIS BOMPARD

http://vetementswebsite.com

Le hoodie aux manches trop longues, l'une des PIÈCES CULTE de la marque.



« Nous avons besoin de VOIR nos vêtements sur les gens qui achèteront nos créations. Et ils ressemblent plus à nos amis qu'à des mannequins »



CASTINGS androgynes et sauvages – Demna Gvasalia fait défiler ses amies –, l'esthétique 100 % Vetements.

PIERRE-ANGE CARLOTTI/SDP

COMBINAISONS de pompiste, robes-tabliers et vestes multipoches de chantier, la mode emprunte aux vêtements de travail leur confort UTILITAIRE et leur beauté graphique. Petite leçon de travaux pratiques.

Comment porter le WORKWEAR



MOSCHINO

Les parkas de policier, les jeans de chercheur d'or, les chemises de bûcheron, les combinaisons d'aviateur... L'histoire de la mode regorge de pièces issues du monde de travail. Un vestiaire peu à peu détourné par les femmes dans un éventail de matières et de coupes de plus en plus flatteuses, après avoir été adopté au quotidien par les hommes, toujours en quête de confort. Cette saison, c'est Jeremy Scott chez Moschino qui a réveillé notre fibre ouvrière : panneaux de signalisation, casques de chantier, bandes réfléchissantes... La collision entre la rue et les tapis rouges est ici poussée à son paroxysme, à grand renfort de bombes aérosols en guise de sac à main. Un look qui se révèle paradoxalement hyperféminin, proche de l'image de la pin-up (Miss Travaux publics ?) qu'adopteront peut-être les plus excentriques. En attendant, voici nos trois options plus accessibles pour détourner ce look workwear.

■ KARINE PORRET

STYLISME RÉALISÉ PAR JULIE NIVERT

La veste MULTIPOCHE

C'EST QUOI ? En 1968, Yves Saint Laurent est le premier couturier à faire défiler la saharienne, pièce ultra-fonctionnelle empruntée au vestiaire militaire. Dans les années 1990, les vestes de bûcheron fabriquées par l'américain Carhartt sortent des bois pour se frotter au bitume via les skateurs. Une esthétique que l'on a vu revenir la saison dernière avec Vêtements et ses pulls de vigile.
COMMENT LA PORTER Ses lignes impeccables et ses nuances neutres séduisent les créateurs, de la New-Yorkaise Diane Von Furstenberg, qui l'imagine comme un symbole de la femme émancipée, au Parisien Cédric Charlier, qui en affuble des filles sur le point de partir en vacances. Chez Donatella Versace, la saharienne 2.0 est taillée tour à tour dans un kaki sage ou dans un imprimé camouflage un peu électrique. Dans tous les cas, c'est l'investissement le plus sûr d'une garde-robe d'été, à porter à même la peau les jours de météo caniculaire ou sur une minirobe pour les soirées les plus fraîches.
À ÉVITER Tout excès chromatique. On recherche une harmonie de couleurs minérales.



VERSACE

1.



2.



3.



4.



5.



6.

1. Body en coton et cachemire, UNIQLO & LEMAIRE, 40 €.
2. Saharienne en coton et lin, MAISON KITSUNÉ, 380 €.
3. Sac en toile, L'UNIFORM, 310 €.
4. Bottines en veau velours, JÉRÔME DREYFUSS, 530 €.
5. Short en lyocell et lin, AIGLE, 85 €.
6. Bracelet Clou, en or rose et diamants blancs, CARTIER, prix sur demande.

ANTONELLO TRIO/IMAXTREE – ALFONSO CATALANO/SGPITALIA – ALOÏS BEER POUR L'EXPRESS STYLES



1.





4.

3.



2.

La bonne COMBINAISON

C'EST QUOI ? A l'origine inspirée des vêtements d'aviateur, elle est adoptée par les femmes, lors de la Seconde Guerre mondiale, qui travaillent à la place des hommes dans les usines. Sacrée uniforme peace & love des années 1970, sublimée sur les podiums d'Yves Saint Laurent, réinterprétée par agnès b. dans les années 1990, elle revient aujourd'hui sur les it-girls les plus cool, Cara et Gigi en tête.

COMMENT LA PORTER Chez Louis Vuitton, Nicolas Ghesquière pare ses amazones urbaines de *jumpsuits* indigo, réinterprétation luxueuse du fameux bleu de travail, à porter dans un tissu poids plume, resserrée à la taille. Et puisqu'en mode tout est toujours une question d'équilibre, le petit sac à main de dame, le make-up élaboré et les souliers sophistiqués sont de rigueur, pour contrebalancer l'effet très masculin du vêtement.

A ÉVITER Godillots et casquette, à moins de vouloir reproduire cette scène de 1966, lorsque Pierre Balmain rencontra pour la première fois André Courrèges, vêtu d'une combinaison blanche et rose : « Pardonnez-moi, lui lança-t-il, je vous avais pris pour un pompiste ! »





5.



6.

1. Sac banane en cuir, KENZO, 295 €.
2. Collier en bronze plaqué or, ANNELISE MICHELSON, 500 €.
3. Blouson en tulle, satin et dentelle, 3.1 PHILLIP LIM, sur Net-a-porter, 760 €.
4. Lunettes en acétate, ACNE, 360 €.
5. Combinaison en coton, GALERIES LAFAYETTE, 70 €.
6. Sandales en cuir noir, HOGAN, 430 €.

DIGITAL CATWALK/PHOTOSHOT/NURPHOTO/AFP – ALOÏS BEER POUR L'EXPRESS STYLES



1.

2.



3.

4.



La ROBE-TABLIER graphique

C'EST QUOI ? Le tablier, par définition, est un vêtement de protection. Utilisé dès le Moyen Age, il devient l'uniforme des artisans, des commerçants et des domestiques, ce qui inspire à Jean-Paul Gaultier, en 1988, une collection très populaire baptisée avec humour : « La concierge est dans l'escalier. » Porté en robe, sans rien en dessous, il perd son côté trop fonctionnel.
COMMENT LA PORTER Cet été, le tablier devient une pièce maîtresse du vestiaire, réinterprété dans des matières plus fluides et plus sensuelles : on le trouve en soie chez Jil Sander, en mousseline chez Miuccia Prada. Chez Marni, Consuelo Castiglioni le propose dans une multitude de versions, en cuir ou en satin, façon tunique ou robe longue, inspirées des vêtements de forgeron. On suit son exemple en le portant sur un tee-shirt blanc (l'option la plus simple) ou une blouse imprimée en haut, un pantalon ultralarge ou une jupe en bas.
À ÉVITER Pour qu'on ne vous confonde pas avec une fleuriste, l'essentiel est de contraster jeux de matières et couleurs primaires, pour un effet color block radical, à mi-chemin entre esprit rétro et effet futuriste.

5.



1. Top en coton et cachemire, MAJESTIC FILATURES, 68 €.
2. Collier en Néoprène strassé, DSQUARED2, chez Monnier Frères, 350 €.
3. Pantalon en viscose et acrylique, DEVERNOIS, 148 €.
4. Robe tablier en coton, CAE, 169 €.
5. Enveloppe en cuir de vachette, LE TANNEUR, 45 €.
6. Derbies en cuir vernis, WALTER STEIGER, 495 €.

6.



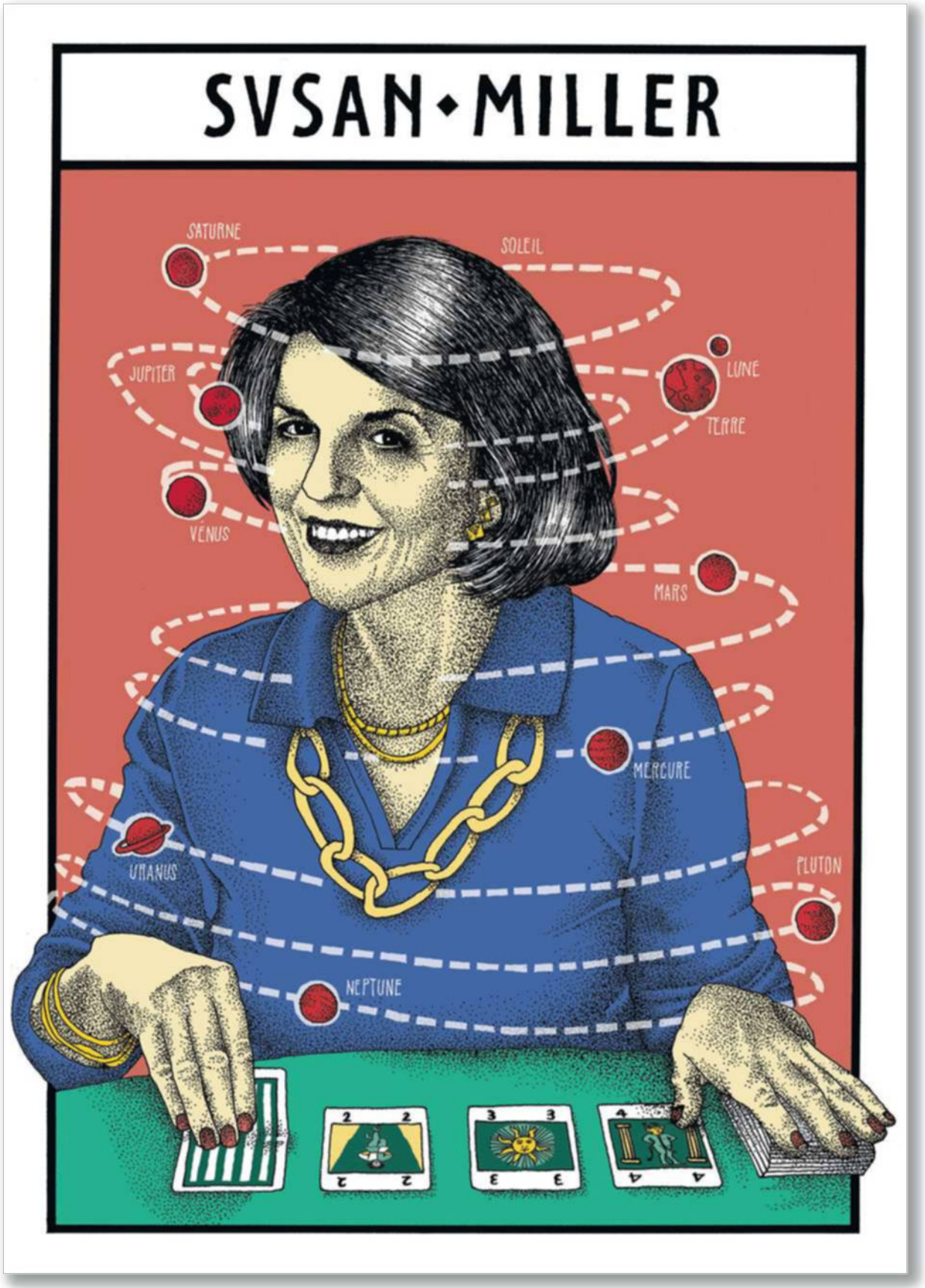
MARNI/SDP – ALOÏS BEER POUR L'EXPRESS STYLES

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

Suivie par des millions d'internautes, cette ASTROLOGUE new-yorkaise a mis le gratin de la mode à ses pieds. Son mot d'ordre ? Rendre les arts divinatoires plus pragmatiques. A l'occasion des 20 ans de sa carrière, elle se confie à L'Express Styles.

SUSAN MILLER, consultante PLANÉTAIRE

« Connaître son heure de naissance, c'est aussi important que son numéro de Sécurité sociale. Tout le monde devrait le savoir ! » explique, souriante, Susan Miller. On vient de lui révéler notre signe astrologique, mais on lui avoue, gênée, que l'on est assez néophyte. « Rappelez-moi quand vous aurez consulté votre acte de naissance, propose-t-elle, avec amusement. Je ferai ➤


SVSAN•MILLER
SATURNE
SOLEIL
JUPITER
LUNE
TERRE
VÉNUS
MARS
MERCURE
URANUS
PLUTON
NEPTUNE

« Connaître son HEURE DE NAISSANCE, c'est aussi important que son numéro de Sécurité sociale. Tout le monde devrait le savoir ! »

votre thème astral. » A première vue, l'astrologue américaine la plus connue – son look est un croisement improbable entre Elizabeth Teissier et Martha Stewart – a davantage le discours d'une coach de vie que celui d'une Madame Soleil. Fini, les boules de cristal et les pendules. Elle se fonde uniquement sur des données astronomiques collectées par la Nasa. Son but ? Faire de l'astrologie la science du timing, en déchiffrant l'impact que l'interaction des astres a sur nos vies. « *Plan by the planets* » (Planifiez vos projets selon les planètes), prêche-t-elle régulièrement à ses 215 000 abonnés sur Twitter.

Outre-Atlantique, cette sexagénaire (elle refuse de communiquer son âge... et son signe astrologique) est la grande prêtresse de la sphère fashion et du Tout-Hollywood. Depuis le lancement de son site Astrology Zone, en décembre 1995, son carnet d'adresses a explosé. Et ses prédictions mensuelles (gratuites !) sont parole d'évangile pour plus de 6,5 millions de visiteurs uniques par mois. Avec 50 millions de lecteurs sur douze mois, l'année 2014 a été l'un de ses meilleurs crus... Parmi ses fidèles, il y a Mary-Kate Olsen, les mannequins Molly Sims et Dree Hemingway, les socialites Cece Cord, Lauren Santo Domingo, et Gloria Vanderbilt – qui a peint des aquarelles pour ses calendriers.

« Les GENS DE LA MODE, et les créatifs en général, ont une attirance particulière pour l'astrologie, car ils sont dotés d'une sensibilité exacerbée »

Mais aussi le créateur Jeremy Scott, le photographe de mode Carter Smith, la blogueuse Tavi Gevinson, l'actrice Lindsay Lohan et le chanteur Pharrell Williams. Les grands noms du luxe se l'arrachent aussi : Chanel, Dior, Chopard... A l'occasion de la Saint-Valentin, c'était au tour de Chloé de la solliciter : la maison lui a demandé d'écrire un horoscope amoureux en ligne pour ses clientes.

Comment expliquer cet engouement ? « Les gens de la mode, et les créatifs en général, ont une attirance particulière pour l'astrologie, car ils sont dotés d'une sensibilité exacerbée, répond-elle. Ayant une vision du monde plus ouverte, ils n'ont pas peur d'aller chercher des réponses à leurs questions en dehors des sentiers battus. » Est-ce à dire que les modeux sont pistonnés par les astres ? Non, mais certains signes sont plus portés sur la création que d'autres. Dans l'industrie de la mode, les Lion auraient un don particulier pour les couleurs. Ils excellent dans le luxe, la haute couture. « C'est le signe idéal pour être un styliste en France ! » s'enthousiasme Susan Miller, qui rêve d'assister aux défilés de la Fashion Week parisienne. Les Poissons, quant à eux, font d'excellents costumiers, au théâtre ou au cinéma. Les Gémeaux, des scénaristes hors pair. Et les Bélier, de bons entrepreneurs. « Marc Jacobs est le parfait Bélier ! Il a à la fois la mode et le business dans le sang », poursuit-elle. A croire que les étoiles font du favoritisme...

Depuis quelque temps, Susan Miller a ralenti ses consultations privées. Ses conseils ne tombent donc jamais dans l'oreille d'un sourd... Dans une interview accordée au *New York Magazine* en 2013, Bevy Smith, présentatrice du talk-show *Fashion Queens,* sur la chaîne Bravo, a raconté une anecdote révélatrice : « J'étais en négociations pour la création d'un programme télévisé, et le contrat m'est revenu à un moment pendant lequel Susan m'avait clairement dit de ne rien signer. » Résultat : elle appelle son agent et reporte la signature. Sur le site Observer.com, la designer américaine Cynthia Rowley confiait une histoire similaire. A l'automne 2009, elle a invité à son défilé l'astrologue, qui l'a aussitôt convaincue d'en changer la date. Et pour cause : le timing était, selon elle, « astrologiquement désastreux »... Pour autant, Susan Miller refuse l'étiquette de diseuse de bonne aventure. Et affirme que l'astrologie n'est pas un déterminisme. « Plus j'étudie les planètes, plus je crois en la force du libre arbitre », confie-t-elle. Catholique pratiquante, elle assure que la connaissance des astres n'est pas non plus un substitut de religion.

C'est avant tout un art que lui a enseigné sa mère, son *role model*. D'origine allemande et sicilienne, Susan Miller est une New-Yorkaise pur jus. Comme elle est atteinte d'une maladie orpheline, son adolescence a été rythmée par de nombreux séjours à l'hôpital et l'obligation d'être scolarisée à domicile. Elle s'est alors tournée peu à peu vers l'astrologie. Il lui a fallu douze ans pour maîtriser les secrets des étoiles... Ce n'est qu'après avoir effectué des études de commerce à la New York University, et un début de carrière en tant qu'agent de photographes, que Susan Miller s'est consacrée exclusivement à l'astrologie. Vingt ans plus tard, elle est l'une des professionnelles les plus influentes du monde.

On ne résiste donc pas à la tentation de lui poser la question : 2016 nous réserve-t-elle des surprises ? Quels seront les temps forts des prochains mois ? Elle devine tout de suite où l'on veut en venir. « Si vous me demandez qui remplacera Raf Simons chez Dior, je ne peux pas prédire l'avenir, plaisante-t-elle. En revanche, si vous me donnez la liste des candidats en lice, je peux savoir qui a le meilleur potentiel. Idem pour les présidentielles américaines... » Alors plutôt Trump ou plutôt Clinton ? Sauvée par le gong : la sonnerie de son téléphone portable interrompt notre conversation. Elle s'excuse poliment quelques minutes plus tard : « Pardonnez-moi, c'était Deepak Chopra [NDLR : gourou de la "santé spirituelle" aux Etats-Unis], je ne pouvais pas raccrocher... » ■ REBECCA BENHAMOU
ILLUSTRATION : CÉLIA CALLOIS POUR L'EXPRESS STYLES

www.astrologyzone.com

Des conseils en vrac

Astrologiquement parlant, février est le mois préféré de Susan Miller. Voici quelques « intuitions ».

SOS BURN-OUT !
« J'ai beaucoup d'estime pour le travail d'Alber Elbaz chez Lanvin. En tant que Gémeaux, il est à la fois très créatif et travailleur. C'est un *workaholic*. Mais il doit ralentir un peu son rythme, il risque l'épuisement... »

LOVE, ACTUALLY...
Le 14 février est déjà derrière nous, mais Susan Miller est catégorique : pour les jeunes tourtereaux, mieux vaut se marier à six semaines de sa date de naissance – le timing serait apparemment de bon augure.

#MARSRETROGRADE
Attention au mouvement rétrograde de Mars. Cette planète nous galvanise, nous donne de l'énergie et booste notre esprit de compétition. Quand elle change de trajectoire, on se sent moins inspiré. Je ne vois donc pas de nouvelles idées émerger avant le mois d'octobre prochain. En attendant, on va regarder en arrière, réexaminer des faits ou des tendances qui appartiennent au passé. »

Tout miser sur UNE ZONE du visage, UNE COULEUR, et rien d'autre, dans une démarche quasi obsessionnelle : c'est la leçon à retenir des défilés printemps-été. La preuve par trois.

Une saison MONO MANIAQUE

Ambiance fin de règne pour le phénomène « *no make-up* ». Après une saison 2015 où l'absence de fard avait littéralement séché les plumes des rédactrices beauté, les chefs de cabine dans les coulisses des défilés ressortent leurs palettes et leurs pinceaux. Le mantra du printemps-été ? Mettre l'accent sur une couleur, un détail, et rien d'autre. « Cette saison signe un retour à une vision plus instinctive, vibrante et pleine d'audace, souligne Lyne Desnoyers, directrice du maquillage de MAC. Un splash de peinture d'un bleu très brut étalé sur la paupière, qui déborde sur les tempes et les sourcils ; un lipstick rouge très cru sur un visage nu ; des cils démultipliés et travaillés à l'extrême... » En creux, cette tendance raconte aussi une certaine lassitude envers les looks très construits, « yeux-teint-bouche » que l'on reproduit sur toutes les filles, à l'infini. Elle signe également une forme de rébellion contre le manque de spontanéité du maquillage-cérémonial, qui multiplie les étapes, véhiculé par les réseaux sociaux et les tutoriels postés sur YouTube. En 2016, un seul « *statement* » fort suffit à mettre en valeur la singularité de chacune.

■ CHARLÈNE FAVRY

ALESSANDRO ZENO/IMAXTREE.COM - PATRICK PARCHET

RIEN QUE DU BLEU !

Rarement couleur n'aura fait autant l'unanimité en backstage : l'été sera *« full blue »*, un point c'est tout. Mais pas ce bleu de naïade que l'on a l'habitude de voir dans les looks de plein été aux accents tropicaux. Cette saison, il se décline sur les yeux dans toutes ses nuances, du cyan au Klein en passant par l'outremer et le ciel, pourvu qu'il ait ce petit twist urbain, presque street art : un aplat qui mange la ligne des sourcils chez Missoni, une ligne mate et graphique chez Monique Lhuillier, un splash tribal sur les tempes chez Miyake, un liner pailleté chez Dries Van Noten... La palme revenant au halo azur façon masque de Fantômette, chez Chanel. Qu'on se le dise, l'été prochain, le bleu sera *« no limit »*.





1.

2.

3.

4.

LA RECO
1. Colorful Surfin USA, SEPHORA, 10 €.
2. Illusion d'ombre Ocean Light, CHANEL, 31 €.
3. Ombre Couture Bleu céleste, GIVENCHY le Make Up, 26,50 €.
4. Ombre Dual intensity Cressida, NARS, 28,50 €.



LE GRAND SHOW DES CILS

Quasi inexistants dans les défilés les deux dernières saisons, les cils reviennent en haut de l'affiche. Ultramaquillés et déployés en marguerite façon Twiggy, ramassés en paquets compacts, redessinés à l'eye-liner dans un esprit néo-punk, ornés de faux-cils XXL, ils occupent toute la place chez Vuitton, Daks ou Thomas Tait... Et plus ils ont l'air faux, mieux c'est ! La palme revenant au génial Tom Pecheux, qui a imaginé pour le défilé Marni des franges de faux-cils géants façon « pattes d'araignée », aussi impressionnants de face que de profil. Portés sur un visage nu, ils font exploser le regard, qui devient captivant, à la limite dérangeant. Une tendance radicale qui rappelle les délires psychédéliques des seventies, le côté flippant d'*Orange mécanique* en moins.



1.



2.



3.





5.



4.

LA RECO
1. Faux-cils Partial Flare, SHU UEMURA, 20 €.
2. Faux-cils Creative Impact, MAKE UP FOR EVER, 17,50 €.
3. Faux-cils la Délicate, L'ATELIER MAQUILLAGE, 12,90 €.
4. Mascara Chubby Lash noir, CLINIQUE, en avant-première chez Sephora, 21 €.
5. Mascara Volume Intense, Noir profond, GUERLAIN, 33 €.

MATTEO SCARPELLINI/IMAXTREE.COM - ANTONELLO TRIO/IMAXTREE.COM

CODE ROUGE

Le tangerine et le corail ont fait leurs valises, et c'est tant mieux. Habituellement associé à une sophistication toute hivernale, le rouge s'impose comme la couleur de l'été 2016 et se décline à l'infini à New York, à Milan et à Paris. Vibrant, franc, ni trop rosé, ni trop orangé, ni trop mat, ni trop brillant, ce rouge pomme d'amour parfaitement équilibré se porte sur un visage nu sans aucun autre artifice, et c'est précisément ce qui lui donne cette nouvelle aura cool et moderne. Chez DKNY et Jason Wu, le talentueux maquilleur Yadim a particulièrement brillé dans cet exercice de style, en assumant le contraste entre une bouche richement pigmentée et un teint, des yeux et des sourcils totalement nus. Moins femme fatale, plus casual, le rouge s'offre une nouvelle jeunesse !


1.

LA RECO

1. Rouge Volupté Shine, YVES SAINT LAURENT, 34 €.
2. Baume teinté Phyto Lip Twist Poppy, SISLEY, 32 €.
3. Encre à lèvres Versicolour Resilient rouge, MAC, 23,50 € (disponible en avril).
4. Rouge Edition Souffle de Velvet Coquelic'oh !, BOURJOIS, 14 €.
5. Diorific Mat Fabuleuse, DIOR, 39,50 €.



2.


3.


5.

4.

IVAN LATTUADA/IMAXTREE.COM

CARNET D'ADRESSES PAGE 168

Un ancien trois étoiles de la GALAXIE DUCASSE : l'ouverture la plus attendue de la rentrée 2016.

PAPILLON





LE STYLE Un bistrot moderne, avec devanture bleu nuit.

Demandez à Christophe Saintagne le pourquoi du nom. Il vous répondra : Steve McQueen dans le rôle du bagnard qui se fait la malle... Au risque de laisser traîner l'hypothèse selon laquelle il s'est pris pour « Papillon » en s'échappant de sa prison dorée du Meurice, le palace de la rue de Rivoli où Alain Ducasse l'avait chargé de faire briller ses trois étoiles Michelin. Chrysalide en sous-sol, à la tête d'une brigade de 25 personnes, envoyant du somptueux à prix somptuaires dans un Paris sous cloche, le cuisinier de 38 ans éclôt au grand jour et vole de ses propres ailes dans un restaurant, un vrai, doublé d'un garde-manger où sa compagne joue à la marchande de petits plats maison et de comestibles à fort pedigree. Avec ce Ducasse Boy, on pouvait s'attendre à tout : un bistrot tradi à la manière d'Aux Lyonnais, qu'il a requinqué en 2002, un cabinet de gastronomie nourri de ses exploits de palace, un concept simple et sain inspiré de Nature, la collection de livres aux éditions Alain Ducasse dont il a conçu les recettes. Derrière sa façade bleu nuit carrossée de métal, le chef-patron butine tous ces registres avec des antennes captant les moindres variations de l'air du temps. Le pigeonneau sauce salmis et ses navets ose le classicisme giboyeux ; l'œuf miroir, truffe noire et pancetta vogue sur l'apparat Riviera ; la poitrine du porc noir de Bigorre aux huîtres d'Utah Beach marie la terre et la mer dans un hommage personnel à la Normandie natale ; le gâteau au chocolat, servi à même le moule, tout juste sorti du four, flatte la nostalgie des plats de ménage. A côté de ces petits morceaux de bravoure, le saumon bio d'Irlande fumé maison à la betterave et à la crème aigre ou la poire « brûlée » et son pain perdu passent pour des clins d'œil un peu trop appuyés à la cuisine nordique. A l'image de ces peaux de bêtes qui donnent un curieux accent viking aux tables en chêne serties de laiton et aux banquettes en cuir caramel. Le compartiment du jeu où Christophe Saintagne semble esquisser son style, c'est cette rayonnante naturalité dopée aux céréales, aux légumes de saison et aux herbes fraîches. Cinglant boulgour ponctué de chou et de racines mijotées. Stimulante épaule d'agneau fumée au foin, puis dressée en fines tranches avec quelques feuilles entières de menthe, des pignons et une timbale de fregula sarda (des petites pâtes sardes). Epatant merlan à la chair soyeuse, posé sur une tartine de pain frotté à la tapenade avec une impeccable tombée d'épinards et des pousses de salades amères. Un petit bijou pioché dans le menu à 36 €, qui laisse espérer de ce Papillon bien d'autres envolées...

■ TEXTES ET PHOTOS : FRANÇOIS-RÉGIS GAUDRY



L'ENTRÉE Saumon fumé maison, betterave et crème aigre.



La fregola sarda, petites pâtes aux herbes et raisins secs.

LE CHEF Christophe Saintagne, ancien lieutenant de palace de l'écurie Ducasse.



8, rue Meissonier, Paris (XVII[e]), 01-56-79-81-88, www.papillonparis.fr. Menus (déjeuner) : 28 et 36 €. Carte : 60 €. Fermé samedi et dimanche.

INSTAGRAM : @FRGAUDRY



BRASSERIE CHIC – PARIS

L'ALCAZAR

Son histoire est un grand bazar. Cet ancien cabaret de transformistes a changé plusieurs fois de forme avant que sir Terence Conran (fondateur de The Conran Shop, Paris VII[e]) en fasse une brasserie branchée. La dernière mue de la maison, signée de la décoratrice Laura Gonzalez (le Bus Palladium, la Gare), a des allures de jungle urbaine avec son imposante verrière, ses alcôves et une immense mezzanine totalement végétalisée. Des photos de Madonna nue, un bar à cocktails... il y a du monde au Balcon dans cette volière géante. Sur les tables en marbre, l'assiette est parfois clinquante – tartare de veau de lait du boucher Hugo Desnoyer et caviar osciètre (47 €) – et pas toujours brillante : le cabillaud rôti en légère surcuisson se noie sous une écume marinière de coques et de palourdes, très mousseuse et trop évanescente. Le reste de la carte joue la brasserie moderne de bonne volonté : fish and chips croustillants, frites maison, ceviche de bar aux pamplemousse et granny-smith, sacrément tonique, et, dans une partition classique, la canette de Challans et endives grillées. Entre la carte des vins bien sentie – saint-chinian du Domaine de la Madura (34 €) – et le service soigné, l'Alcazar fait aussi bien les choses.

■ CHARLES PATIN O'COOHOON

62, rue Mazarine, Paris (VI[e]), 01-53-10-19-99. Menus (déjeuner) : 29 et 34 €. Carte : 50 €. Ouvert tous les jours.

RENNES – BISTROT

L'ATELIER DES GOURMETS



L'affaire semblait mal engagée quand, à peine assis dans ce bistrot de quartier rhabillé moderne, on vit débarquer une timbale de bretzels industriels tout juste bons à étouffer George Bush. Comme si le petit radis croquant ou la rillette de sardine n'étaient pas de meilleure compagnie avec notre pineau d'Aunis de Laurent Saillard, pioché dans une carte des vins « naturalo-centrée ». Ce fut la seule fausse note dans la petite musique joyeuse que jouent depuis peu le patron, Patrice Dumont, et son chef, Thomas Schoos. Le duo revendique « une cuisine bistrotière simple et sûre ». La preuve par l'assiette : un velouté de topinambours au lard fumé, perlé d'huile de noisette et flanqué de mouillettes de pain de campagne croustillantes, un sauté de veau aux chairs bien confites, avec carottes et cocos de Paimpol fondants, réveillé par un trait de porto, un lieu jaune effeuillant sa fraîcheur sous une aromatique croûte d'herbes, servi avec une purée panais-céleri. Quant aux desserts, ils jonglent avec doigté entre le répertoire de grand-mère – brioche perdue et son caramel au beurre salé, crème aux œufs et ses tuiles croquantes... – et le registre créatif, à l'image de cette fraîcheur d'agrumes à la mousse de kiwi et aux éclats de meringue. Dans cet Atelier, les gourmets sont servis...



Le sauté de VEAU au PORTO et aux légumes d'hiver.

■ F.-R. G.

12, rue Nantaise, Rennes (Ille-et-Vilaine), 02-99-67-53-84. Formule (déjeuner) en semaine : 13 €. Menu (dîner) : 29 €. Carte : 35-45 €. Fermé dimanche et lundi.

FOODOMÈTRE



L'AMANTE VERTE

De sa Bretagne, Adrien Poirrier deale ses excellentes herbes à infuser, qu'il cultive en agriculture biologique. Prenez un bol de Légèreté, l'infusion de basilic pourpre, de fenouil, d'origan et de fleur de guimauve. C. P. O'C.

9,80 €, à la Grande Epicerie, Paris (VII[e]).



PRIVÉ DE DESSERT

Le restaurant éponyme a désormais son comptoir salé. Derrière ses vitrines, les classiques du genre revisités : éclair comme un jambon-beurre, cheesecake au parmesan et gorgonzola ou religieuse au saumon. M. S.

De 3 à 6,50 €. 16, rue Saint-Augustin, Paris (II[e]).

PARIS PREMIERE
Retrouvez François-Régis Gaudry dans
TRÈS TRÈS BON !
l'émission gastronomique de Paris Première
SAMEDI ET DIMANCHE À 11 H 30. DISPONIBLE EN CLAIR, SUR LE CANAL 41 DE LA TNT GRATUITE.



maxemoi.com

La Culture Styles

UNE SEMAINE DE CINÉMA, DE MUSIQUES, D'EXPOSITIONS, DE SCÈNES…



DA-KUK/ISTOCK – FRANÇOIS GUILLOT/AFP

HOMMAGE

SERGE Gainsbourg

D'autres *Melody Nelson* ou *Javanaise* ont bien sûr coulé sous le pont de la chanson française depuis vingt-cinq ans. Mais Gainsbourg, disparu le 2 mars 1991, à 62 ans, reste ce diamant à facettes émergeant d'un nuage de provoc' et de rimes enjambées, comme le rappelle un cortège de nouveaux livres : *Tout Gainsbourg* (B. Dicale, éd. Jungle), *Passionnément Gainsbourg* (K. Hann, éd. du Rocher) ou *Gainsbourg confidentiel* (P. Mikaïloff, éd. Prisma). Cabotin, comédien, poseur, Gainsbourg s'expose aussi à la Galerie de l'instant (1) et dans sept lieux (2) autour de la rue de Verneuil, à Paris, où il a vécu. Gainsbourg entre les pages, et in et hors les murs. G. M.

(1) Du 11 mars au 31 mai. Paris (III[e]). (2) Du 4 mars au 8 avril, www.galeriehegoa.com.



BELLES FAMILLES
La vente d'une maison familiale est le prétexte à un vaudeville virevoltant signé par le réalisateur de *Tout feu tout flamme,* Jean-Paul Rappeneau. En bonus, making of et commentaire audio. *(ARP/Universal). 15 €*



BARBARA CARLOTTI
La chanteuse anime deux performances : *Dream Machines,* autour d'un concert-lecture de Jonathan Coe (27 février), et un labo onirique avec des invités (28). *Le Centquatre, Paris (XIX[e]).*



LA VRAIE VIE
Les nuits blanches et virtuelles d'un internaute emporté par le fracas de la réalité. Une bédé forte et juste signée Thomas Cadène et Grégory Mardon. *Futuropolis, 136 p, 20 €.*

LA CULTURE STYLES
A ÉTÉ RÉALISÉE PAR GILLES MÉDIONI, AVEC JULIEN BORDIER, CHRISTOPHE CARRIÈRE, NATHALIE CHAHINE, IGOR HANSEN-LØVE, ÉRIC LIBIOT, BAPTISTE LIGER, DELPHINE PERAS

Nicolas Duvauchelle, EXCELLENT comme jamais, mène jusqu'au bout ce MÉLO SOCIAL qui ausculte le monde d'aujourd'hui. Pas drôle mais fort.



LE GOÛT DES AUTRES

Je ne suis pas un SALAUD

★★★★

D'EMMANUEL FINKIEL.

AVEC NICOLAS DUVAUCHELLE, MÉLANIE THIERRY, MARYNE CAYON... 1 H 51.

C'est l'histoire d'un type qui ne sait plus comment vivre. Un gars du bas de l'échelle, trentenaire, parfois manutentionnaire, parfois rien, un couple qui s'étire, un gamin qui lui répond, un peu de picole, pas le mauvais bougre, non, même pas un salaud, juste un homme qui ne sait plus quoi faire avec le monde qui l'entoure. Trop dur. Trop violent. La survie d'Eddie passe par un mensonge dont il ne peut pas contrôler les conséquences. Nicolas Duvauchelle, silhouette traînante, mots effleurés, regard ailleurs, est magnifique. Emmanuel Finkiel, qui aime passer du docu à la fiction, le filme au plus près, caméra collée aux basques dans un souffle romanesque, ou en plan plus large, plus sobre, comme pour l'inclure dans la réalité (au travail, au bistrot, sur le canapé...). *Je ne suis pas un salaud* est un portrait d'aujourd'hui, ni sombre ni, encore moins, euphorique, mais très empathique. Finkiel ne juge pas son héros, il le présente comme le produit d'un environnement autant que comme un être conscient. L'enfer, c'est les autres, mais c'est aussi lui-même. Et il y a dans cette distance objective prise par Finkiel toute la dureté de la société actuelle qui laisse chacun se démerder. Eddie a constamment le désir de bien faire. C'est son drame. C'est ce qui donne toute sa force à ce mélo social. E. L.

Pas un héros non plus : PORTRAIT d'un brave type aux prises avec lui-même.

BAC FILMS - CHRYSALIS FILMS - 2015 JOHN WAXXX/GAUMONT PRESSE - JOUR2FÊTE - DISNEY ENTERPRISES, INC. - AD VITAM - HABIB MAJIDI/MEMENTO FILMS



Femme et mère, mère et FEMME, entre romanesque et quotidien. Une petite merveille.

UNE (AUTRE) SÉPARATION

NAHID

★★★★

D'IDA PANAHANDEH. AVEC SAREH BAYAT, PEJMAN BAZEGHI, NAVID MOHAMMADZADEH... 1 H 44.

Le premier long-métrage d'une nouvelle cinéaste iranienne et, déjà, un coup de maître(sse). Nahid est une jeune divorcée qui a obtenu la garde de son fils après avoir accepté de ne pas se remarier – un accord régi par la tradition iranienne. Mais sa rencontre amoureuse avec un homme va changer la donne. Portrait de femme et peinture de mœurs, *Nahid* impressionne par la façon dont Ida Panahandeh mène son récit : justesse du propos, réalisme nourri, acuité du regard, mariage du romanesque et du quotidien... *Nahid* est passionnant autant par la description d'un monde que par le suspense amoureux qu'il met en place. Le film est à ce point proche du travail d'Asghar Farhadi que l'héroïne de *Nahid*, Sareh Bayat, a obtenu un prix d'interprétation à Berlin pour son rôle dans *Une séparation*. Ce n'est pas un hasard. Puisse Ida Panahandeh marcher sur les traces de son aîné. E. L.



Déluge de vannes à Kaïraland: jeux de nains...

LES MOTS POUR LE RIRE

PATTAYA

★★★★

DE ET AVEC FRANCK GASTAMBIDE. ET MALIK BENTALHA, ANOUAR TOUBALI... 1 H 37.

Où l'on apprend que Pattaya (Thaïlande) est la destination favorite des cailleras, en général, et d'un Kaïra en particulier, Franck Gastambide, qui, avec Malik Bentalha, veut s'offrir des vacances en inscrivant un voisin au championnat du monde de boxe thaïe des nains, organisé par un bouddhiste marocain, Gad Elmaleh, qui... Le résumé pourrait continuer longtemps ainsi. *Pattaya* ne se « pitche » pas. Il faut le voir pour avoir une idée. Et le revoir pour apprécier tous les gags. Ou plutôt toutes les vannes. Outre d'excellentes parodies (*Enquête abusive*) et d'irrésistibles clins d'œil (*Bloodsport*), ce film tord la langue française et le politiquement correct avec une joyeuse insolence. C. Ca.

ET AUSSI...



MERCI PATRON !

★★★

DE FRANÇOIS RUFFIN. 1 H 20.

Rédacteur en chef du très à gauche *Fakir*, François Ruffin joue les Michael Moore et cherche à réconcilier Bernard Arnault avec des employés qu'il a virés. Jusqu'à soutirer au milliardaire des indemnités pour un couple de démunis. L'aplomb de Ruffin n'a d'égal que son humour. Car ce doc est très drôle. C. Ca.



TEMPÊTE

★★★

DE SAMUEL COLLARDEY. 1 H 29.

Le réalisateur de l'excellent *Apprenti* (2008) creuse sa veine naturaliste avec cette histoire d'un marin pêcheur divorcé et des deux ados dont il a la garde. Récit sobre, force du détail, empathie pour les personnages... C'est minimal, mais juste. E. L.



LA FABULEUSE GILLY HOPKINS

★★

DE STEPHEN HEREK. 1 H 39.

Abandonnée par sa mère, Gilly Hopkins est une petite boule de haine. Placée chez une femme pleine de bonté, l'ado s'adoucit, jusqu'au jour où sa grand-mère veut la reprendre. C'est bateau, oui, mais bien foutu et interprété au cordeau (la petite Sophie Nélisse est étonnante). C. Ca.



THÉÂTRE

FARCE survoltée

Dans une banlieue cossue de l'Etat de New York, Charly et Myra Brook s'apprêtent à fêter leurs 10 ans de mariage avec leurs amis. Mais quand les premiers invités arrivent chez eux, le lieu est parfaitement vide. Etrange... Un petit tour à l'étage et les choses se gâtent : le maître de maison agonise dans son sang, un pistolet à la main. Quant à sa femme, elle a disparu. Faut-il appeler la police ? Non, certainement pas, Charly est adjoint au maire et, à New York, le suicide est encore considéré comme un délit. Panique ! Avec ses dix comédiens géniaux et survoltés, cette farce signée Neil Simon et mise en scène par Eric Delcourt et Dominique Deschamps est un bijou de drôlerie et d'efficacité. Voici, une fois de plus, l'occasion de constater que le théâtre privé ne devrait pas être tributaire de ses têtes d'affiche. I. H.-L.

Rumeurs. *Théâtre Fontaine, Paris (IX^e^).*

TÉLÉ

Very DICK



A travers romans et nouvelles, Philip K. Dick, maintes fois adapté au cinéma *(Blade Runner, Total Recall, Minority Report),* n'a eu de cesse de s'interroger sur les réalités alternatives, et d'explorer les relations entre l'homme et la machine, les mécanismes du temps ou les dangers d'une société sécuritaire. Dans le documentaire *Les Mondes de Philip K. Dick,* Yann Coquart et Ariel Kyrou synthétisent – avec force témoignages – les obsessions du maître de la SF, et montrent l'impact de sa vie (la mort de sa sœur jumelle, son agoraphobie, sa consommation de stupéfiants) sur son imaginaire. En outre, un jeu vidéo, *Californium* (sur la plateforme Arte Creative), et un court-métrage en relief et à 360 degrés, *I, Philip* (sur l'application Arte360), prouvent que l'avenir, c'est donc maintenant. B. L.

Les Mondes de Philip K. Dick. *Arte, le 2 mars à 22 h 35.*



3



1



2

MUSIQUE

ROCK AU FÉMININ, la preuve par 3…

Les girls bands ont le vent en poupe. Les Madrilènes de Hinds [1] étrennent leur premier album, *Leave Me Alone* (Lucky Number), dans un style qui balaie rock garage et surf pop désinvolte. Les riffs de guitares lo-fi réussissent à être aussi crasseux qu'ensoleillés. Le son du quatuor franco-britannique Savages [2] frappe, lui, comme un coup de poing. Leur second disque, *Adore Life* (Matador/Wagram), est sombre et tranchant, puissant et racé, ancré dans une veine postpunk lyrique. Dans le rôle du leader, on retrouve la Française Camille Berthomier, alias Jehnny Beth, aperçue il y a quelques années au sein du duo John & Jehn. Le jeune power trio Toybloïd [3] – Lou (voix et guitare), Madeleine (basse) et Pierre (batterie) – vient d'enregistrer son premier album, *Toybloïd* (Bellevue Music/Differ-Ant, sortie le 11 mars), mais a déjà réalisé la première partie d'Indochine (la chanteuse est la fille de Stéphane Sirkis). Une déflagration rock et sexy qui rappelle le groove de Gossip et la nervosité de Joan Jett. Les rockeuses ne jouent pas les filles de l'air ! J. B.

Hinds, le 29 février au Badaboum, Paris (XI^e^). Savages, le 1^er^ mars à la Cigale, Paris (XVIII^e^) et en tournée.

DOMINIQUE DESCHAMPS/SDP – DUSTIN/COHEN/SDP – SYLVAIN GRIPOIX/SDP – SDP

SUPER! & A NOUS PARIS PRÉSENTENT

FESTIVAL ANOUSPARIS FIREWORKS

24 - 29
FÉVRIER
2016

TRIANON
TRABENDO
BADABOUM
POINT ÉPHÉMÈRE
POP-UP DU LABEL

WWW.FESTIVAL-ANOUSPARIS-FIREWORKS.FR

◆ OH WONDER ◆ ONEOHTRIX POINT NEVER ◆ BAIO ◆ LA PRIEST ◆ HINDS ◆ C DUNCAN ◆ FRANCES ◆ EMPRESS OF IÑIGO MONTOYA ◆ PUBLIC ACCESS TV ◆ BEACH BABY ◆ TEN FÉ ◆ SAINT SISTER ◆ GIGI MASIN PALEHOUND ◆ ◆ SASHA SIEM ◆ ALXNDR LONDON ◆ FHIN ◆ MAKENESS ◆

digitick · woodbrass.com music instruments · inRockuptibles · tsugi · Modzik · VICE · PARIS LANUIT.FR · Time Out Paris · FINDSPIRE · fip

conception graphique : stéréo buro



Autoportrait reflété dans un tableau-miroir de Michelangelo Pistoletto (exposition *Vitalita del negativo,* Rome, 1970).

L'IMAGE

UGO MULAS

Un homme de dos, bras tendu le long du corps, cutter dans la main droite. Face à lui, sa victime : un carré immaculé. Dans quelques instants, il va lacérer la toile verticalement d'un geste vif et chirurgical. Ce duel, remporté par l'artiste italien Lucio Fontana (1899-1968), est rythmé – découpé – en quatre clichés saisis par son compatriote et ami Ugo Mulas (1928-1973). Photographe officiel de la Biennale de Venise à partir de 1954, Mulas a documenté la scène artistique italienne et new-yorkaise des années 1960. Témoin privilégié, il est entré dans les ateliers d'Alexander Calder, Robert Rauschenberg, Andy Warhol, Jasper Johns, Barnett Newman... Ses images montrent moins des artistes que la créativité d'artisans penchés sur la fabrication de leurs œuvres, tel Frank Stella concentré sur la réalisation de bandes régulières de peinture noire. Plus qu'un simple observateur, Ugo Mulas est un portraitiste hors pair, immortalisant un Alexander Calder facétieux, le visage caché derrière un élément de ses grandes structures mobiles, ou plaçant Marcel Duchamp face à ses propres œuvres. La Fondation Henri-Cartier-Bresson présente aussi sa série de photos intitulée *Vérifications,* dans laquelle l'Italien expérimente le médium et interroge son essence. Fascinant. J. B.

Ugo Mulas. La photographie. *Fondation Henri-Cartier-Bresson, Paris (XIVe). Jusqu'au 24 avril.*

ESTATE UGO MULAS, MILANO, COURTESY GALLERIA LIA RUMMA, MILANO/NAPOLI



AG20637

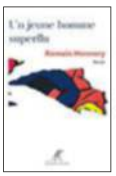
EN VENTE CHEZ VOTRE MARCHAND DE JOURNAUX



LE GOÛT DE L'HUMOUR,
PAR FRANCK MÉDIONI
(MERCURE DE FRANCE)
Il y en a pour tous les goûts dans ce florilège de citations qui convoque la fine fleur de l'esprit, d'Alphonse Allais à Oscar Wilde, en passant par Raymond Devos, Pierre Desproges, Jean Yanne... Mise en bouche, signée Feydeau : « Elle est très bien, vue de dot. » D. P.



CAMISOLE,
PAR SALOMON
DE IZARRA (RIVAGES).
Dans un hôpital psychiatrique du Vermont, des patients ont massacré le personnel. Présent dans les murs, un malheureux comptable découvre l'étendue des dégâts. Et tente de survivre... Cauchemars garantis. B. L.



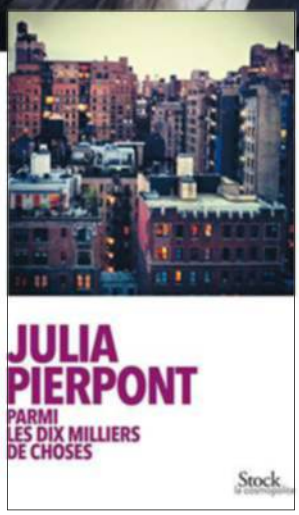
UN JEUNE HOMME SUPERFLU,
PAR ROMAIN MONNERY
(AU DIABLE VAUVERT).
Pas facile d'être trentenaire, colocataire et éternel stagiaire. Surtout quand on est entouré d'excentriques qui vous ressemblent... Bourré d'aphorismes et de saynètes, le troisième roman de Romain Monnery saisit quelque chose du désarroi d'une génération. Un peu foutraque, mais drôle. Très drôle, même. B. L.



VU DE NEW YORK

FAMILY LIFE

Encore une histoire de famille ? Certes, mais il faut reconnaître que le sujet est fécond en littérature. La preuve, à nouveau, avec ce premier roman de Julia Pierpont, 28 ans, née à Manhattan, diplômée de la New York University et collaboratrice au *New Yorker* : pas étonnant qu'elle ait été très applaudie outre-Atlantique pour sa plume audacieuse qui fait allègrement bouger les lignes. Et ce, dès le premier chapitre, lorsque parvient au domicile new-yorkais des Shanley une boîte en carton adressée à Deb par la maîtresse de son mari : rien moins que leurs échanges d'e-mails très hot... Or c'est leur fille, Kay, 11 ans, qui la réceptionne par hasard, avant d'en informer son frère, Simon, 15 ans. Malaise. Leur mère, déjà au fait des infidélités de Jack, encaisse tant bien que mal. Mais les enfants sont très remontés contre leur père, artiste dont la cote a brusquement fléchi après une exposition ratée, et le tiennent à distance. Deb les emmène en vacances à Rhode Island, tandis que Jack est invité par une université de l'Arizona. Le couple part à vau l'eau... Julia Pierpont décrit cette famille en décomposition avec une finesse psychologique peu commune. D'une facture éminemment américaine – dense, fourmillant de détails, jouant sur les registres et les temporalités –, son roman donne la vedette à chaque personnage et les rend tous très attachants. D. P.



PARMI LES DIX MILLIERS DE CHOSES,
PAR JULIA PIERPONT.
TRAD. DE L'ANGLAIS (ÉTATS-UNIS) PAR ALINE AZOULAY-PACVON.
STOCK, 314 P., 21,50 €.

SHIVA ROUHANI

Progressez à votre rythme, *vivez* votre passion !



Le magazine, les partitions, le CD ou le DVD pour s'exercer

AG20639



PORTRAIT

A pas de LOULOU

Loulou, c'est elle. Oui, la brindille qui, à 16 heures, dévore un sachet de chips en sirotant une bière. Loin des clichés sur les top-modèles, le naturel de cette ex-Messine de 23 ans surprend, aussi sûrement que son parcours. Au lycée, Loulou Robert se voyait comme le vilain petit canard qui se réfugie dans la lecture de John Fante et des classiques français du XIXe siècle. C'est d'ailleurs à Flaubert qu'elle doit son prénom, sa mère ayant opté pour Loulou en référence au perroquet d'*Un cœur simple !* Le bac avec mention très bien en poche, elle entame des études de philo et de sciences politiques. Mais, avant la fin de sa deuxième année, cette brune de 1,73 mètre plaque la fac pour le mannequinat et s'installe à New York. Celle qui était mal à l'aise avec son corps multiplie alors les couvertures de magazine et pose pour Diesel, Milly, Louis Vuitton ou Bulgari. L'an passé, elle écrit son premier roman – le fragile mais surprenant *Bianca* –, autour d'une jeune anorexique suicidaire qui se retrouve dans une unité psychiatrique. Les livres se révèlent décidément une affaire de famille puisque Loulou n'est autre que la fille du journaliste Denis Robert, connu pour son travail sur l'affaire Clearstream. « Je suis fière de lui, avoue-t-elle, même si ça n'a pas été tous les jours facile. » Mais la jeune femme, fan de Tim Burton, a déjà d'autres projets, entamant le soir des cours de comédie – avant d'aller danser. Et de prendre une dernière bière ? B. L.

Bianca (Julliard), 306 p., 19 €.

MAXIME REYCHMAN/SDP

BD

Les esprits de JULIETTE



Un raffinement extrême du trait. L'esthétique du « shabby chic ». Une trame aux lectures multiples et une architecture psychologique savante. *Juliette. Les fantômes reviennent au printemps,* de Camille Jourdy, est un grand roman graphique, qui met en scène la solitude. Un thème que l'on retrouvait déjà dans la trilogie *Rosalie Blum,* best-seller de l'auteur, adapté au cinéma par Julien Rappeneau (sortie le 23 mars). Les fantômes bousculent les souvenirs de Juliette, cette jeune femme hypocondriaque, tombée dans une « dimension dramatique » (dépression), quand elle retrouve sa famille, décomposée et sentimentalement en loques – la grand-mère est atteinte d'Alzheimer. La mémoire est d'ailleurs le cœur de cette histoire pleine de tiroirs secrets, de fantaisie et de détails qui semblent saisis sur l'instant et qui font toujours sens. Les aquarelles tout en nuances marquent l'apothéose d'un style, à travers les dessins délicats des cases comme les illustrations pleine page. Epatant. G. M.

Juliette. Les fantômes reviennent au printemps,
par Camille Jourdy. Actes Sud BD, 240 p., 26 €.

JAZZ

La galaxie TRUFFAZ



ROKIA TRAORÉ
Intime *(Doni Doni)* ou lumineuse *(Seydou),* sa voix, qui apparaît sur quatre titres de Truffaz, touche par sa sensibilité. Parallèlement, la chanteuse malienne vient de sortir le splendide *Né So* (Nonesuch/Parlophone). En tournée.



ERIK TRUFFAZ
Le trompettiste – et son quartet – explore, sans marquer le trait, les rythmiques africaines et le funk dans son nouvel album. Curieux et éclectique, le jazzman suisse aime toujours autant ouvrir grand les portes. Cette fois, il convie la Malienne Rokia Traoré et le rappeur Oxmo Puccino.
Doni Doni (Two Gentlemen/Parlophone).
En tournée.



OXMO PUCCINO
Ses mots chaloupent sur *Le Complément du verbe,* morceau soul et positif. Voilà dix ans, le tchatcheur se baignait déjà dans les eaux bleues du jazz (Oxmo Puccino & the Jazzbastards). Il avait aussi posé son flow sur les volutes d'un autre trompettiste, Ibrahim Maalouf.
La Voix lactée (Cinq7).
En tournée. J. B.

ACTES SUD BD - DANNY WILLEMS - SDP - VINCENT DESAILLY/SDP

CODÉ/DÉCODÉ

ÉTOILES

CLAIREMARIE OSTA ET NICOLAS LE RICHE, EX-STARS DU BALLET DE L'OPÉRA DE PARIS, ENCHANTENT UNE EXPOSITION SUR LA DANSE.





Le duo
En couple à la ville et souvent sur la scène, ils ont travaillé avec Roland Petit et Rudolf Noureev, et quitté le Palais Garnier après plus de vingt ans d'entrechats. Nicolas Le Riche a collaboré avec tous les grands Opéras du monde, et cumule les talents de danseur, de chorégraphe et de comédien. Depuis leur retraite en 2014, ils ont fondé une école de danse au Théâtre des Champs-Elysées, l'Atelier d'art chorégraphique (Laac).

L'expo
Sous les stucs et les moulures de l'Eléphant Paname – une galerie-centre de danse – ont été rassemblés des objets cultes, comme les premiers chaussons de la danseuse, de nombreux costumes de scène brodés que les artistes ont portés pendant leurs spectacles. La réplique d'une loge à l'Opéra plonge le spectateur dans une évocation poétique de l'univers de la danse.

Les films
Le temps fort de la visite est constitué par la collection de films, projetés sur très grand écran. Soit une heure et dix minutes de scènes de ballet exceptionnelles, comme le sublime pas de deux de la *Dame aux camélias* de John Neumeier que Sylvie Guillem et Nicolas Le Riche portent aux nues. *Odyssée,* la propre création chorégraphique de Le Riche, a été filmée par Vincent Perez. N. C.

Etoiles. *Eléphant Paname. Paris (IIe). Jusqu'au 29 mai.*

CINÉMA

La DVDthèque idéale de… CLÉMENT COGITORE

L'ARTISTE ET CINÉASTE DE 32 ANS SORT EN DVD *NI LE CIEL NI LA TERRE,* NOMINÉ POUR LE CÉSAR DU MEILLEUR PREMIER FILM.



Le DVD vu et revu ?
Les Ailes du désir, de Wim Wenders. Un film qui s'est construit au jour le jour : écrit la nuit, tourné le jour. Pour sa liberté et sa forme, à la fois expérimentale, littéraire et profondément cinématographique. Pour tout l'amour qu'il raconte, aussi.

Le dernier DVD visionné ?
La Sapienza, d'Eugène Green. Un magnifique film sur la nécessité absolue de l'art dans l'expérience humaine. Eugène est aussi un ami, et il m'arrive de faire de petites apparitions dans ses films, dont celui-ci.

Le coffret irremplaçable ?
L'intégrale Werner Herzog publiée par Potemkine/Agnès b. Ces trois coffrets permettent de prendre la mesure de l'étendue et de la force de frappe de l'œuvre de ce grand homme. Ses documentaires sont à découvrir absolument.

Le film d'enfance racheté en DVD ?
L'Histoire sans fin, de Wolfgang Petersen. Ce récit, à première vue très simple et naïf, transmet en fait des concepts philosophiques assez puissants. Les héros sont confrontés à des dangers comme le « néant », un phénomène qui transforme la matière en trou noir, ou les « marécages de la mélancolie ». J'ai le souvenir d'avoir beaucoup pleuré quand le héros y perd son cheval.
■ PROPOS RECUEILLIS PAR G. M.

Ni le ciel ni la terre. *Diaphana Distribution, 20 €. En bonus, le court-métrage* Parmi nous, *des scènes coupées, un entretien avec le réalisateur, etc.*

ANN RAY/SDP – PASCAL ELLIOT/SDP – JÉRÔME DORKEL/CUS

Envies

ACTUALITÉS COMMERCIALES DE L'EXPRESS STYLES



LA BAGAGERIE

La Bagagerie présente sa dernière création : le sac « Trotteur ». Glamour et résolument urbain chic, ce sac s'impose comme l'accessoire indispensable de l'été. Sa ligne intemporelle et ses détails modernes témoignent du savoir-faire du maroquinnier. Réalisé dans un cuir de belle qualité, il se décline dans une palette riche en couleurs à adopter selon votre style ou votre humeur : bleu, beige, gold ou noir. **www.labagagerie.com**



AMERICAN VINTAGE

Pour sa nouvelle collection, la marque nous propose cet été des looks tantôt « sporty », tantôt bohème, réveillant une âme d'enfant chez la femme American Vintage. La douceur de vivre des années 60 et 70 est revisitée à la lumière des années 90. A mi-chemin entre la légèreté italienne, le glamour hollywoodien et le réalisme « street », la collection ancre le romantisme dans la réalité du vestiaire urbain.
Veste : 122€. Robe : 100€.
www.americanvintage-store.com



GUERLAIN

Le tout nouveau « Honey Smile Lift, Soin Liftant Lèvres & Contours » de la gamme Abeille Royale de Guerlain est le premier soin qui offre une action globale sur toute la zone du sourire. Des rides et ridules des lèvres jusqu'aux sillons, il lisse, raffermit et redessine les contours. Ce soin sculpteur combine une formule aux actifs connus pour leur activité réparatrice. Onctueuse et fondante, elle glisse en douceur sur les lèvres qui apparaissent instantanément plus pulpeuses. Un plaisir gourmand pour nos lèvres que sa couleur miellée sublime davantage.
Abeille Royale « Honey Smile Lift, Soin Liftant Lèvres & Contours », 70€. **www.guerlain.com**



REMINISCENCE

Invitation au voyage...
Pour ses deux jus mythiques, Rem et Patchouli, Reminiscence sort un flacon de 20 ml habillé d'un élégant fourreau aux couleurs de la fragrance. Ce nouveau format nomade aux lignes épurées en parfaite cohérence avec l'univers singulier de la Maison se glisse facilement dans un sac à main, une valise ou un sac de plage pour l'emporter partout avec soi.
25€ l'un.
www.reminiscenceparis.com



ONE STEP

Cet été encore, le mix de styles tient le haut de l'affiche dans la collection One Step. Démonstration avec ce look ADN où les influences se mêlent avec brio : le cuir biker, rock et intemporel contraste joliment avec l'allure casual chic d'une jupe effet drapée à imprimé plumes. **www.onestep.com**

AG20621

Carnet d'adresses

LA SEMAINE

MODE. SAC XXX (P. 35)

PAUL SMITH, *01-53-63-13-19*
ANTON HEUNIS, CHEZ MONNIER FRÈRES, *www.monnierfreres.fr*
MANSUR GAVRIEL, SUR *www.net-a-porter.com*

LES SAPEURS SORTENT LES GRIFFES (P. 36)

BIG ARISTOTE, *www.bigaristote.com*
STELLA MCCARTNEY, SUR *www.farfetch.com*
FRATELLI ROSSETTI, *www.fratellirossetti.com*
GINETTE NY, *www.ginette-ny.com*
MARC JACOBS, *www.marcjacobs.com*
PAUL & JOE, *www.paulandjoe.com*
TISSOT, *fr.tissotshop.com*

BARRÉE, LA RAYURE ! (P. 38)

BENOÎT MISSOLIN, *www.benoitmissolin.com/*
GIORGIO ARMANI, *01-56- 62-12 16*
JUNKO SHIMADA , *www.junkoshimada.com*
LOUIS VUITTON, *09 -77 -40- 40 77*
LUC KIEPPER *www.luckieffer.fr*
MARA HOFFMAN, *www.marahoffman.com*
PRADA, *01-58-18-63-30*
SARTORE POUR LE BON MARCHÉ , *01-44-39-80-00*

STREET METAL (P. 42)

BCBG MAX AZRIA, *www.bcbg.com*
I-CODE BY IKKS, *www.icode.fr*
ISSEY MIYAKE, *01-44-54-56-01*
JÉRÔME DREYFUSS, *www.jerome-dreyfuss.com*
MARNI, *01-56-88-08-08*
SAINT LAURENT PAR HEDI SLIMANE, *01-42-65-74-79*
TOD'S, *01-55-35-20-20*
VERSACE, *01-47-42-88-02*

FAITES-VOUS UNE FLEUR ! (P. 44)

ALEXANDER MCQUEEN, *www.alexandermcqueen.com*
DOLCE & GABBANA, *www.dolcegabbana.it*
DRIES VAN NOTEN, *www.driesvannoten.be*
FENDI, *01-49-52-84-52*
GUCCI, *www.gucci.com*
KARUNA BALLOO, *www.karunaballoo.fr*
LAURENCE DACADE, *www.laurence-dacade.com*
MINELLI, *0-810-007-191*
PAUL & JOE EYEWEAR, *04-72-52-01-98*
SAINT LAURENT PAR HEDI SLIMANE, *01-42-65-74-79*
SERGIO ROSSI, *www.sergiorossi.com*
TABITHA SIMMONS, *www.tabithasimmons.com*

À LA MANIÈRE DE... PAUL KLEE (P. 46)

BA&SH, *01-45-08-14-15*
BOTTEGA VENETA, SUR *www.matchesfashion.com*
EMILIO PUCCI, *www.emiliopucci.com*
LOUIS VUITTON, *09-77-40-40-77*
MARNI, *01-56-88-08-08*
MIU MIU, *www.miumiu.com*
MULBERRY, *01-42-60-00-64*
RETROSUPERFUTURE, *www.retrosuperfuture.com*

FASHION CIRCUS (P. 50)

GEOX, *www.geox.com*
GUCCI SUR *www.net-a-porter.com*
HARUMI KLOSSOWSKA DE ROLA, *01-42 77-33-05*
LOUIS VUITTON, *09-77-40-40-77*
MANOUSH, *www.manoush.com*
MARNI, *01-56-88-08-08*
RETROSUPERFUTURE, *www.retrosuperfuture.com*
ROSIE ASSOULIN, SUR *www.matchesfashion.com*

WESTERN MODERNE (P. 52)

CÉLINE, *01-40-70-07-03*
COACH, *01-42-86-02-39*
LOUIS VUITTON, *09-77-40-40-77*
MAJE, *fr.maje.com*
SARTORE, *01-47-03-07-96*
ZADIG & VOLTAIRE, *www.zadig-et-voltaire.com*

MISS MODE (P. 58)

AALTO, *www.aaltointernational.com*
AMBER SAKAI, *www.ambersakai.com/*
CHERRY CHAU, *www.cherrychau.com*
EDDIE BORGO, *www.eddieborgo.com*
LE BON MARCHÉ, *01-44-39-80-00*
MIU MIU, *www.miumiu.com*
SAINT LAURENT PARIS, *www.ysl.com*

OUT OF AFRICA (P. 60)

BOTTEGA VENETA, *01-42-65-59-70*
CÉSARÉE, *www.cesaree.fr*
CLAUDIE PIERLOT, *http://fr.claudiepierlot.com*
CHRISTIAN LOUBOUTIN, *0-800-945-804*
COTÉLAC, *www.cotelac.fr*
JIMMY CHOO, *01-47-23-03-39*
LE BON MARCHÉ RIVE GAUCHE, *01-44-39-80-00*
LE PRINTEMPS, *01-42-82-50-00*
MALIPARMI, *www.maliparmi.com/fr*
SCOOTER, *www.scooter.fr*
SESSUN, *04-91-72-60-60*
STUART WEITZMAN, *01-42-60-47-92*
VALENTINO GARAVANI, *01-47-23-64-61*

ET AUSSI

CHRISTOPHER KANE, *www.christopherkane.com*
COMPTOIR DES COTONNIERS, *www.comptoirdescotonniers.com*
ETIENNE DEROEUX POUR CAREL, *www.carel.fr*
MAJE, *www.maje.com*
VALENTINO, *01-47-23-64-61*
VERSACE, *www.versace.com*

BEAUTÉ. DANS LA SALLE DE BAINS DE... LISA GACHET (P. 64)

ABSOLUTION, *www.absolution-cosmetics.com*
ANNICK GOUTAL, *www.annickgoutal*
BONTON, *www.bonton.fr*
CLINIQUE, *www.fr.clinique.com*
CRÈME DE LA MER, *www.cremedelamer.fr*
DIOR, *www.dior.com*
KARDASHIAN BEAUTY, *www.kardashianbeauty.eu*
KIEHL'S, *www.kiehls.fr*
NAILMATIC, *www.nailmatic.com*
NARS, *www.narscosmetics.eu*
SEPHORA, *www.sephora.fr*

UNE ROSE SINON RIEN (P. 68)

DOLCE & GABBANA, *www.dolcegabbana.fr/beauty*
NINA RICCI, *www.ninaricci.com*
YVES ROCHER, *www.yves-rocher.fr/parfum*

RETOUR AU HAMMAM (P. 70)

BAÏJA, *www.baijashop.com*
CHARME D'ORIENT, *www.charmedorient.fr*
LES SENS DE MARRAKECH, *www.lessensdemarrakech.com*
RITUALS, *www.rituals.com*

L'ÉPOQUE

PORTFOLIOS (P. 84 À 131)

ADIDAS, *www.addidas.fr*
A.F. VANDERVORST, *www.afvandervorst.be*
AMERICAN VINTAGE, *01-42-77-98-73*
ANN DEMEULEMEESTER, *www.anndemeulemeester.be*
ANNELISE MICHELSON, *www.annelisemichelson.com*
AURÉLIE BIDERMANN, *01-45-48-43 -14*
BALENCIAGA, *01-56-52-17-32*
BALLY, *01-44-55-34-90*
BA&SH, *01-42-33-77-92*
BCBG, *01-43-12-55-20*
BRUNELLO CUCINELLI, *01-42-65-57-38*
BURBERRY, *01-70-76-15-00*
CALVIN KLEIN, *www.calvinklein.com*
CALZEDONIA, *www.calzedonia.it*
CARVEN, *01-42-22-24-93*
CÉLINE, *01-55-80-14-99*
CESARÉE, *www.cesareebijoux.com*
CHANEL, *01-44-50-66-00*
CHARLOTTE CHESNAIS, *www.charlottechesnais.fr*
CHLOÉ, *01-55-04-03-30*
CONVERSE, *01-40-01-02-66*
DIESEL BLACK GOLD, *01-80-50-12-72*
DIOR, *01-40-73-73-73*
DOLCE & GABBANA, *www.dolcegabbana.com*
DR. MARTENS, *www.drmartens.com/fr*
EDDIE BORGO, *www.eddieborgo.com*
ERMANNO SCERVINO, *01-40-98-00-44*
ESTEBAN CORTAZAR, *www.estebancortazar.com*
ETAM, *01-45-48-21-33*
FENDI, *01-49-52-84-52*
GAT RIMON, *01-40-13-08-33*
GIORGIO ARMANI, *01-56-62-12-16*
GINETTE NY, *www.ginette-ny.com*
GIVENCHY, *01-44-39-80-00*
GUCCI, *www.gucci.com*
HERMÈS, *01-42-22-80-83*
HOUSE OF FLORA, *www.houseofflora.net*
HUGO BOSS, *01-47-03-94-00*
INTIMISSIMI, *www.intimissimi.com*
IRIS VAN HERPEN, *www.irisvanherpen.com*
IRO, *01-42-77-25-09*
ISABEL MARANT, *01-43-26-04-12*
ISABELLE MICHEL, *www.isabellemichel.com*
J.M. WESTON, *01-55-35-96-50*
J.W. ANDERSON, *www. j-w-anderson.com*
KENZO, *01-42-61-04-14*
LACOSTE, *01-42-73-18-88*
LANVIN, *01-44-71-31-73*
LÉONARD, *01-53-67-87-87*
LIU JO, *01-53-71-15-40*
LOUIS VUITTON, *09-77-40-40-77*
MAISON LEJABY, *01-42-65-06-77*
MAISON MARGIELA, *01-45-49-06-68*
MAISON ULLENS, *01-47-20-23-56*
MAJE, *01-42-82-62-76*
MARNI, *01-56-88-08-08*
MAX MARA, *01-42-61-75-67*
MIU MIU, *01-58-62-53-20*
MONNIER FRÈRES, *www.monnierfreres.fr*
MONTAIGNE MARKET, *01-42-56-58-58*
MUGLER, *01-44-78-78-44*
PAUL & JOE, *01-53-38-48-20*
PAUL SMITH, *01-53-63-08-74*
PRADA, *01-58-18-63-30*
RALPH LAUREN, *01-44-77-77-00*
REPETTO, *01-44-71-83-10*
ROCHAS, *www.rochas.com*
SACAI, *01-42-77-33-05*
SAINT LAURENT PAR HEDI SLIMANE, *01-42-65-74-79*
SANDRO, *01-42-18-40-67*
SANTONI, *www.santonishoes.com*
SASKIA DIEZ, *www.saskia-diez.com*
SONIA RYKIEL, *01-49-54-60-60*
STELLA MCCARTNEY, *01-47-03-03-80*
STONE PARIS, *01-42-22-24-24*
THE KOOPLES, *01-43-54-59-40*
THEORY, *01-42-86-85-37*
TOD'S, *01-49-95-97-89*
TRUSSARDI, *01-45-49-03-07*
VALENTINO, *01-47-23-64-61*
VANRYCKE, *www.vanrycke.com*
VIVEKA BERSTROM, *01-40-03-04-92*
Y PROJECT, *www.yproject.fr*

COMMENT PORTER LE WORKWEAR (P. 140)

ACNE, *01-49-96-96-91*
AIGLE, *05-49-02-38-98*
AMEY MARTIN, *www.ameymartin.com*
ANNELISE MICHELSON, *www.annelisemichelson.com*
CARTIER, *01-42-18-43-83*
CAUSSE, *www.causse-gantier.fr*
CAE, *www.cae-store.com*
DEVERNOIS, *www.devernois.com*
GALERIES LAFAYETTE, *www.galerieslafayette.com*
HOGAN, *01-55-35-20-20*
JÉROME DREYFUSS, *01-40-27-97-83*
KENZO, *01-40-39-72-03*
LE TANNEUR, *www.letanneur.com*
L'UNIFORM, *www.luniform.com*
MAJESTIC FILATURES, *01-40-30-50-55*
MAISON KITSUNÉ, *www.maisonkitsune.fr*
MONNIER FRERES, *www.monnierfreres.fr*
NET-A-PORTER, *www.net-a-porter.com*
OFEE, *www.ofee.fr*
SONIA RYKIEL, *www.soniarykiel.com*
UNIQLO, *www.uniqlo.com*
WALTER STEIGER, *01-42-66-65-08*

BEAUTÉ. UNE SAISON MONOMANIAQUE (P. 148)

ARMANI BEAUTY, *www.armanibeauty.fr*
BOURJOIS, *www.bourjois.fr*
CHANEL, *www.chanel.com*
DIOR, *www.dior.com*
GIVENCHY LE MAKE UP, *www.givenchybeauty.com*
GUERLAIN, *www.guerlain.com*
MAKE UP FOR EVER, *www.makeupforever.com*
M.A.C, *www.maccosmetics.fr*
NARS, *www.fr.narscosmetics.eu*
SEPHORA, *www.sephora.fr*
SISLEY, *www.sisley-paris.com*
SHU UEMURA, *www.shuuemura.fr*
YVES SAINT LAURENT, *www.yslbeauty.fr*



SALON

Vivre CÔTÉ SUD

Décoration • Jardin • Saveurs

AIX-EN-PROVENCE

DU 3 AU 6 JUIN 2016

PARC JOURDAN

CORA BUTTENBENDER

www.vivrecotesud.fr

AIX EN PROVENCE LA VILLE

La DANSEUSE de new burlesque et effeuilleuse américaine est l'invitée du nouveau spectacle du CRAZY HORSE*.

#Dita VonTeese



Que voit-on sur votre fond d'écran ?

En veille, c'est mon chat, un Devon Rex de 12 ans, qui vit à Los Angeles. La prochaine fois que je viens à Paris, je l'emmène. C'est une vraie star, qui a 60 000 followers sur Instagram. En fond d'écran, il y a une photo de moi et de mon *boyfriend,* Adam, qui est concepteur graphiste chez Disney.

Votre dernier tweet ?

Une photo de moi portant des gants de ma dernière collection, assortie d'un bon de réduction. Ma marque Dita Von Teese Gloves existe depuis deux ans. Je l'ai créée pour pouvoir porter les modèles que j'aime et qui n'existaient pas dans le commerce – des gants sexy qui montent au-dessus du coude et recouvrent soit le bras nu soit la manche d'un manteau.

Quelles sont vos trois applis préférées ?

Uber, que j'utilise tout le temps pour me déplacer. A Los Angeles, j'ai recours tous les jours à Postmates, un site de livraison de courses ultraperformant qui permet de recevoir chez soi et en deux clics un déjeuner ou vos achats dans les boutiques. Et HappyCow, qui donne la liste des restaurants et épiceries bio ou végétariennes dans le monde entier – même en Chine !

Votre photo la plus likée sur Instagram ?

Un cliché de pétunias noirs que j'ai pris chez mon amie Julie Newmar, une actrice et pin-up américaine. Il a reçu 70 000 likes ! C'est étrange, non ? La photo est jolie, mais pas extraordinaire. Les fleurs ressemblent à du velours noir et se rattachent à mon univers esthétique ; j'imagine que c'est ce que mes followers ont apprécié.

Le dernier numéro de téléphone que vous avez composé ?

Je n'appelle jamais de Paris, à cause du décalage horaire avec Los Angeles. Je fonctionne avec les e-mails et les SMS. Le dernier appel que j'ai reçu est celui de mon avocat, l'homme indispensable de ma vie, qui négocie mes contrats et règle mes problèmes. Parfois, je rêverais d'avoir un petit ami avocat, même si cela m'expose à de grandes difficultés en cas de rupture !

Votre actu en 140 signes ?

Mon spectacle *Dita's Crazy Show* au Crazy Horse. J'y ferai mon numéro de strip-tease dans la baignoire, et un effeuillage avec une mise en scène high-tech inédite.

■ PROPOS RECUEILLIS PAR NATHALIE CHAHINE

* Du 15 au 30 mars. www.lecrazyhorseparis.com

© DITA VON TEESE

American Vintage


dior.com - 01 40 73 73 73
Dior