

marie claire

Style



100% MODE

LE GUIDE ULTIME DES DÉFILÉS

AUTOMNE-HIVER 2026-2027

TENDANCES

Les nouveaux classiques

CRÉATEURS À SUIVRE

LOOKS INSPIRANTS

BEST OF ACCESSOIRES

HORS-SÉRIE MARIE CLAIRE STYLE N°31

L 13850 - 31 H - F: 19,95 € - RD





Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme depuis 1906





Perlée
Bracelets et bague

marie claire

Style

RÉDACTION

DIRECTRICE DES RÉDACTIONS

Katell Pouliquen

Delphine Elduayen, *assistante*: 01 41 46 88 47

DIRECTEUR ARTISTIQUE Adrien Pelletier

RÉDACTRICE EN CHEF MAGAZINE Nathalie Dolivo

RÉDACTRICE EN CHEF MODE Jeanne Le Bault

MODE Anna Quérroul, *rédactrice en chef adjointe et market editor*.

Agathe Gire, *rédactrice*. Delphine Elduayen, *assistante*: 01 41 46 88 47.

Judith Levent, *chargée du shopping*

PHOTOGRAPHIE Maria Bojkian, *directrice*

MAQUETTE Arnaud Mendes-Seignour, *chef de studio*.

Louise Gardebois, *rédactrice graphiste*

SECRETARIAT DE RÉDACTION

COM'Presse.

PROMOTION Vincent Leccia, *chef studio graphique*

ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO

Charlotte Brunel, Vicky Chahine, Alexandra Conti,
Julie Cristobal.

DIRECTION-ÉDITION

DIRECTRICE GÉNÉRALE DÉLÉGUÉE DU GROUPE MARIE CLAIRE

Gwenaëlle Thebault

Sophie Delisle, *assistante*: 01 41 46 85 51

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Arnaud de Contades

Marie Claire Style est édité par Marie Claire Album
SAS Capital 4 347 640 €.

Siège: 9, place Marie-Jeanne-Bassot, CS 50238, 92953 Levallois-Perret Cedex.

Tél.: 01 41 46 88 88. Durée: jusqu'au 31 janvier 2054.

Président: Arnaud de Contades.

Principal actionnaire: Holding Évelyne Prouvost SAS. N° 552 062 770

R.C.S. Nanterre. Commission paritaire 0314 K 84444.

Dépôt légal: à parution. ISSN 2116-6692.

PUBLICITÉ

GMC MEDIA Anouk Kool,

directrice exécutive régie: 01 41 46 88 60

DIRECTION COMMERCIALE BRAND

Claire Schmitt, *directrice*: 01 41 46 89 60

Zahra Nourhashemi, *assistante*: 01 41 46 88 22

DIRECTRICE PUBLICITÉ ET DIRECTRICE PÔLE MODE/

JOAILLERIE Clémence Procnard:

01 41 46 80 59 **DIRECTRICE PÔLE BEAUTÉ**

Valérie Vallejo **DIRECTRICE PÔLE LUXE**

& INTERNATIONAL/FASHION MARKET EDITOR

Laura Salvi **DIRECTRICE PÔLE DÉCORATION/**

AUTOMOBILE Séverine Petit **DIRECTRICE PÔLE**

DISTRIBUTION/ALIMENTATION/BOISSON/BANQUE/

ASSURANCE Géraldine Keller

DIRECTION COMMERCIALE PÔLE AGENCES ET ADV

Alexandra Gourguechon, *directrice commerciale*

pôle agences & trade: 01 41 46 80 41

RESPONSABLE TRADING PROGRAMMATIQUE

Anca Maria Ardélean:

01 41 46 85 36

COORDINATION COMMERCIALE Géraldine Verhage:

01 41 46 85 25

DIRECTRICE ADMINISTRATION DES VENTES

Daphné Roca

OPÉRATIONS SPÉCIALES

01 41 46 83 97

OPÉRATIONS PUBLICITAIRES Ali Kone, *directeur*

délégué de la transformation numérique

data & innovation GMC Media: 01 41 46 86 14

DIRECTRICE DU SERVICE PLANNING

Marie-Christine Sourimant: 01 41 46 88 41

RESPONSABLE DE PROMOTION

Carole Payen: 01 41 46 87 33

SENIOR BRAND MANAGER

Céline Hananel: 01 41 46 87 21

DIGITAL

Élodie Bousquet, *rédactrice en chef*

Emmanuelle Ringot, *rédactrice en chef adjointe*

RÉDACTION

Gwendoline Beauchet, Marie Dilou, Joanna

Gabriel, Juliette Hochberg, Tanissia Issad,

Sarah Duverger, Adèle Gireau.

Amalric Poncet, *directeur général délégué*

Véronique Fesquet, *web-éditrice*

MARKETING ET ÉDITIONS RÉGIONALES

Laurence Témin, *directrice*

DIVERSIFICATION

Céline Ettou, *responsable produit*

et diversification

Sonia Ducasse, *responsable diversification*

et partenariats

COMMUNICATION

Agence Chupa Renié Communication

(chupa@chuparenie.com)

ÉDITION LIVRES

Nathalie Viard, *directrice pôle édition*:

01 41 46 89 87

BOX MARIE CLAIRE

Claire-Marie Gautier, *responsable*: 01 41 46 87 88

OPÉRATIONS

Valérie Meyer, *directrice*

DIFFUSION

Élisabeth Anger-Moulard, *responsable*

produit vente au numéro

Abonnements: www.magazines.fr

Service client: leserviceclient@magazines.fr

01 84 888 222 (prix d'un appel local) du lundi

au vendredi de 8 h à 19 h, le samedi de 8 h à 16 h

FABRICATION

Emmanuel Dezert, *directeur*,

Manuelle Guillambert, *cheffe de fabrication*:

01 41 46 88 28, Rachida Malki, *chargée*

de fabrication: 01 41 46 87 91,

MARIE CLAIRE INTERNATIONAL

Jean de Boisdeffre, *directeur du développement*

international: + 33 (0) 1 41 46 88 64

Félix Droissart, *directeur adjoint et financier*

Nicia Rodwell, *international brand director*

David Jullien, *chief digital officer*

Galia Loupan, *chief content officer* Marie Bazin,

coordination éditoriale Florence Deladrière,

rédactrice en chef adjointe mode-beauté

9, PLACE MARIE-JEANNE-BASSOT, CS 50238, 92593 LEVALLOIS-PERRET CEDEX. TÉL.: 01 41 46 88 88. FAX: 01 41 46 86 86

MARIECLAIRE.FR

IMPORTANT. Nous ne faisons aucune publicité rédactionnelle. Si nous citons une maison de commerce, c'est uniquement par souci de signaler à nos lectrices un objet dont la qualité a retenu l'attention de nos spécialistes. Partant du même principe, les prix ne sont donnés qu'à titre de renseignement: étant sujets à fluctuations, ils n'engagent en aucun cas notre responsabilité. La reproduction, même partielle, de tous articles et illustrations publiés dans *Marie Claire* est interdite. ©Marie Claire 2024. La reproduction des modèles des couturiers et de prêt-à-porter est interdite, même si ces modèles ont été publiés dans des pages de publicité. *Marie Claire* décline toute responsabilité pour les documents envoyés. T.V.A. 2,10 % distribuée par MLP. Imprimé en Espagne. Chez Rotimpress. Photographe: Hyphen-France SAS.



HORS ENCARTS

ORIGINE DU PAPIER: FINLANDE (KIRKNIEMI)

TAUX DE FIBRES RECYCLÉES: 0 %

CERTIFICATION: 100% PEFC

EUTROPHISATION:

PTOT: 0.006 KG / TONNE



ARPP
autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Défilé Dior.

ÉDITO

POUR RACONTER CES DÉFILÉS AUTOMNE-HIVER 2026-2027, vient d'abord à l'esprit un manteau doudou (*voir notre couverture*), dans lequel on rêverait de se lover. Cette pièce signée Loewe, tout en volume ouaté, a marqué la saison présentée en mars dernier de New York à Londres, Milan, puis Paris. Une saison, comme souvent ces derniers temps, déployée dans le fracas du monde, mais qui a su malgré tout garder le fil de ses narrations, suggérer des échappées. Offrir, aussi, des vêtements protecteurs, cocons de toile, de fils, de laine, aux épaules robustes et, souvent, aux cols plus que montants. Des (fausses) fourrures pour se mettre à l'abri des ennuis et des cuirs à toute épreuve. Des couleurs entêtantes, tels le pourpre statutaire ou le chartreuse accueillant. Mais en contrepoint, les créateur-ices ont aussi cultivé une fantaisie plus que jamais nécessaire. À Matthieu Blazy, chez Chanel, revient la palme de la silhouette la plus commentée de la semaine parisienne: quelle audace que cette taille ultra ultra ultra-basse, arrivant sous les hanches ou en haut des cuisses, c'est selon, et renouvelant complètement l'allure en jouant les roarin' twenties! On a vu aussi des volumes fous de beauté chez Dior par Jonathan Anderson (*photo*), ou des lavallières en cuir somptueuses chez Givenchy, entre autres choses. Autant de propositions et d'inventivité que nous passons en revue dans ce hors-série *Style*. Bonne lecture!

Nathalie Dolivo,
rédactrice en chef magazine



SOMMAIRE

5 ÉDITO

8 TENDANCES

- 10 Fourrures pop
- 12 Legging chic
- 14 Choker de choc
- 15 Cuir embossé
- 16 Purple règne
- 18 Sport jacket
- 20 Garden parties
- 21 En lacets
- 22 Traînes théâtrales
- 24 Hauts les cols
- 26 Cuissardes XXL
- 27 Doctor bag
- 28 Jungle fever
- 30 50 nuances de cuir
- 32 Chapeau bas
- 33 Pieds au carré
- 34 À carreaux
- 36 Velvet crush
- 38 La saison vue par
Brigitte Chartrand
- 42 La saison vue par Dita
- 46 La saison vue par Yaël Abrot

50 DÉCRYPTAGE

- 52 Ave peplum
- 56 Éloge de l'imperfection
- 60 Une saison en colorama
- 66 La folie fichu

70 INSPIRATIONS

Street style





Défilé Saint Laurent.

76 PODIUMS

- | | | |
|-----------------------|--------------------------|------------------------|
| 78 Acne Studios | 118 Ferrari | 155 N° 21 |
| 80 Alaïa | 119 Gabriela Hearst | 156 Nina Ricci |
| 81 AlainPaul | 120 Giorgio Armani | 157 Off-White |
| 82 Alberta Ferretti | 122 Givenchy | 158 Ottolinger |
| 83 Alexander McQueen | 124 Gucci | 159 Patou |
| 84 Ami | 126 Gauchere | 160 Prada |
| 85 Ann Demeulemeester | 127 Hodakova | 162 Proenza Schouler |
| 86 Balenciaga | 128 Hermès | 163 Rick Owens |
| 88 Balmain | 130 Isabel Marant | 164 Rabanne |
| 90 Bottega Veneta | 132 Jil Sander | 166 Saint Laurent |
| 92 Burberry | 134 Jean Paul Gaultier | 168 Schiaparelli |
| 94 Blumarine | 135 Issey Miyake | 169 Simone Rocha |
| 95 Calvin Klein | 136 Jacquemus | 170 Sportmax |
| 96 Celine | 137 Lacoste | 172 Stella McCartney |
| 98 Comme des garçons | 138 Loewe | 174 Tod's |
| 99 Courrèges | 140 Louis Vuitton | 175 Tom Ford |
| 100 Chanel | 142 Maison Margiela | 176 Tory Burch |
| 102 Chloé | 144 Marni | 177 Toteme |
| 104 Dior | 145 Marie Adam-Leenaerdt | 178 Ulla Johnson |
| 106 Dolce & Gabbana | 146 Max Mara | 179 Vaillant |
| 108 Dries Van Noten | 148 Maitrepierre | 180 Valentino |
| 110 Diesel | 149 Michael Kors | 182 Victoria Beckham |
| 111 Erdem | 150 Miu Miu | 184 Vivienne Westwood |
| 112 Emporio Armani | 152 MM6 | par Andreas Kronthaler |
| 114 Fendi | 153 Moschino | 185 Zadig & Voltaire |
| 116 Ferragamo | 154 Mugler | 186 Zomer |

NOTRE COUVERTURE

De haut en bas et de g. à d. :
Chloé, Chanel, Dior, Givenchy,
Loewe, Stella McCartney.
Alessandro Lucioni/launchmetrics.com/
spotlight. Launchmetrics.com/spotlight (x 3).
Filippo Fiori/launchmetrics.com/spotlight.
Courtesy of Loewe.

Photos de défilés

Armando Grillo/launchmetrics.com/spotlight.
Launchmetrics.com/spotlight. Courtesy of
Alaïa. Carlo Scarpato/launchmetrics.com/
spotlight. Courtesy of McQueen. Filippo Fiori//
launchmetrics.com/spotlight. Alessandro
Viero/launchmetrics.com/spotlight. Paolo
Lanzi/launchmetrics.com/spotlight. Courtesy
of Calvin Klein. Courtesy of Celine.
Courtesy of Courrèges. Luca Sorrentino/
launchmetrics.com/spotlight. Umberto
Fratini. Andrea Adriani/launchmetrics.com/
spotlight. Courtesy of Gauchere. Salvatore
Dragone/launchmetrics.com/spotlight. Isidoro
Montag/launchmetrics.com/spotlight.
Courtesy of Jacquemus. Alessandro Lucioni/
launchmetrics.com/spotlight. Courtesy of
Loewe. Daniele Schiavello/launchmetrics.
com/spotlight. Courtesy of Maison Margiela.
Monica Feudi/Courtesy of Proenza Schouler.
Courtesy of Owenscorp. Umberto Fratini/
launchmetrics.com/spotlight. Courtesy of
Schiaparelli. Courtesy of Tom Ford. Courtesy of
Toteme. André Lucat/launchmetrics.com/
spotlight. Courtesy of Vaillant.



Van Noten.



Chloé.

TENDY

Couleurs, coupes, matières, volumes, accessoires... Nos experts mode décryptent les points forts et les silhouettes incontournables de cette saison automne-hiver 2026-2027. Par Vicky CHAHINE



Herrera.



Erdem.

ANCES

15 Cuir embossé

26 Cuissardes XXL

28 Jungle fever

34 À carreaux

LOEWE



COURTESY OF LOEWE.

Fourrures pop

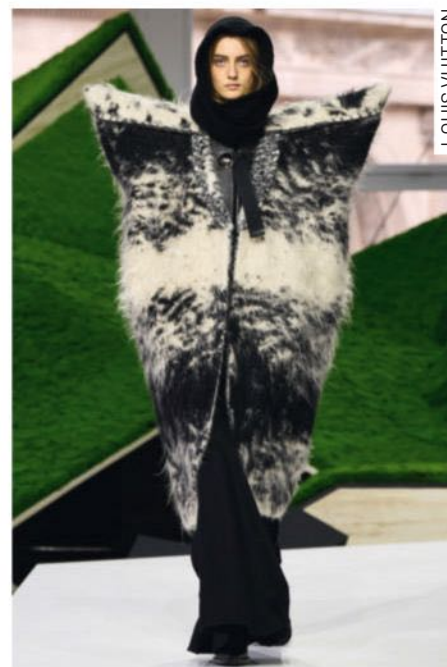
Elle a tellement fait débat qu'elle a fini par revenir sur les podiums. Si la plupart des maisons ont délaissé la fourrure animale, des versions synthétiques ou upcyclées ont été aperçues dans plusieurs collections automne-hiver 2026-2027. Fini le classique manteau long bourgeois, place à des versions imprimées chez Bottega Veneta, Chanel ou encore Givenchy, mais également des formes plus inattendues comme la veste à basque Loewe et la cape aux épaules démesurées chez Louis Vuitton. ●



BOTTEGA VENETA



GIVENCHY



LOUIS VUITTON



MARNI



GUCCI



CHANEL



TOD'S

BALENCIAGA

CALVIN KLEIN

JIL SANDER

Legging chic

Si le vestiaire sportif de ville de la « healthy girl » version californienne n'a jamais vraiment franchi l'Atlantique, l'un de ses incontournables a fait son apparition sur les podiums des Fashion Weeks européennes. Comme d'autres archétypes du sportswear qui réussissent à traverser le temps, les créateur·rices aiment le sortir de son contexte. Cet automne-hiver, le legging se portera avec des talons aiguilles selon Demna chez Balenciaga et Pieter Mulier qui signe son ultime collection pour Alaïa. Il devient même fuseau sur les silhouettes Mugler et Jil Sander. ●



ALAÏA



MUGLER

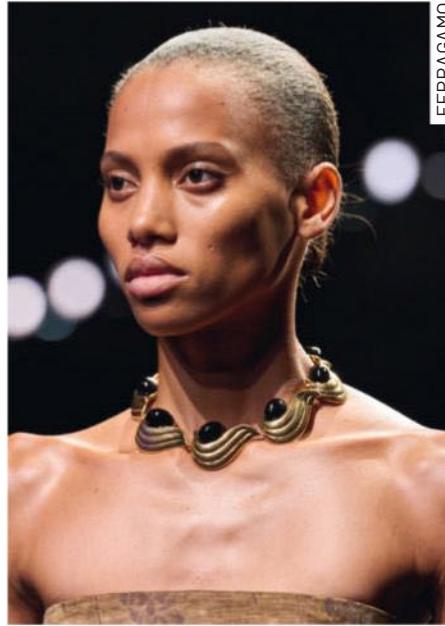


STELLA MCCARTNEY



GUCCI

LUCA SORRENTINO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. COURTESY OF ALAÏA. LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. ISIDORE MONTAG/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.



FERRAGAMO



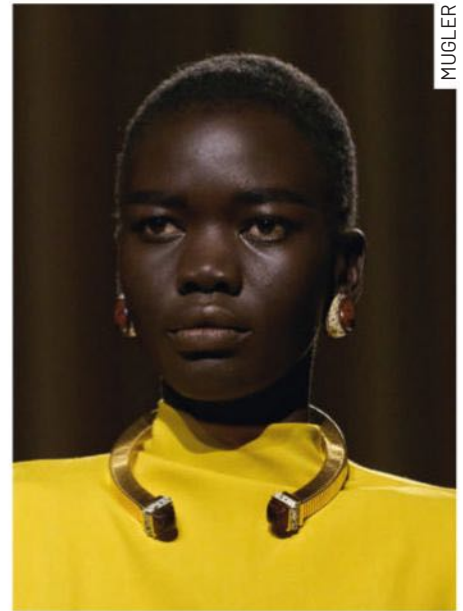
BOTTEGA VENETA



SAINT LAURENT



ROBERTO CAVALLI



MUGLER



CARVEN

Choker de choc

Simple et efficace, voilà une formule qui va comme un gant à l'époque. Au choker aussi, ce collier rigide qui s'enroule autour du cou et fait monter en gamme la moindre des silhouettes. ●



CHANEL



ERDEM

Cuir embossé

Si l'explosion des prix des sacs de luxe fait débat, les maisons y répondent en poussant toujours plus loin le curseur de l'artisanat. L'embossage, cette technique qui consiste à imprimer un motif dans le cuir, en est l'une des illustrations les plus parlantes, des pois aux effets python ou croco. ●



HUGO BOSS



HERMÈS



GABRIELA HEARST



CELINE



MUGLER



BALENCIAGA



CHLOË



EMPORIO ARMANI

BURBERRY



Purple règne

Toute saison voit émerger une couleur phare. Pour l'automne-hiver, ce sera la teinte violette, dans des déclinaisons infinies entre le pourpre et l'aubergine. Chaque maison le décline en puisant dans sa grammaire stylistique signature à l'image de la robe drapée Balenciaga, du kilt en cuir Burberry, de la tenue bohème Chloé, du costume velours Emporio Armani ou encore de la mythique silhouette en triangle inversé Mugler. ●

FERRAGAMO



LOEWE





MIU MIU



LACOSTE



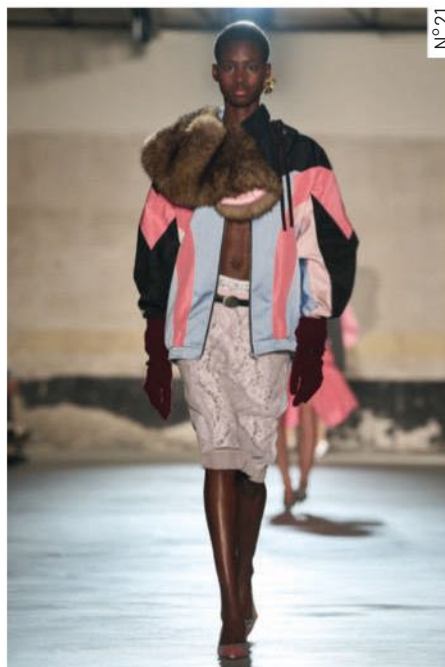
STELLA MCCARTNEY

Sport jacket

On a beau avoir annoncé la fin du sportswear, il continue d'irriguer le vestiaire, désormais par touches. La veste de sport en est l'un des archétypes que les créateur·rices aiment réinterpréter, portés par ce goût de l'hybridation entre performance et élégance. Alors que les marques spécialisées comme Lacoste en déclinent des versions plus mode, la romantique Simone Rocha l'associe à ses jupes travaillées et Miu Miu, qui n'a pas son pareil pour questionner les proportions, la décline en version cropped portée avec un pantalon (très) taille basse. ●



OFF-WHITE



N°21



SIMONE ROCHA





CHLOË

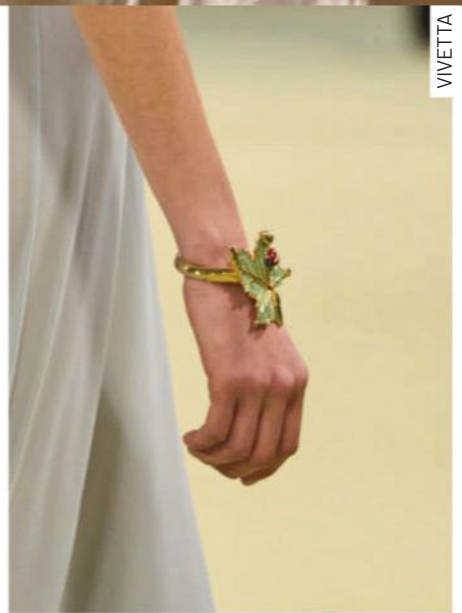


CHANEL



DIOR

MIU MIU



VIVETTA



GIVENCHY

Garden parties

L'inspiration végétale ponctue les silhouettes de l'automne-hiver 2026-2027. À l'image de ces fleurs qui s'invitent sur les boucles d'oreilles, les sacs, jusqu'à ces sandales ornées d'un séduisant nénuphar imaginé par Jonathan Anderson pour Dior. ●



JEAN PAUL GAULTIER



ANN DEMEULEMEESTER



MARNI

En lacets

Détail fonctionnel devenu un élément décoratif, le laçage traverse les époques. Il devient un élément graphique sur les chaussures de la saison prochaine, des sandales Moschino aux bottes à plumes Prada. ●



OFF-WHITE



MOSCHINO



PRADA



ALTUZARRA



LOEWE



ELIE SAAB



SPORTMAX



ALBERTA FERRETTI

ISIDORE MONTAG/COURTESY OF ALTUZARRA, COURTESY OF LOEWE, LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT (X 2), CARLO SCARPATO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.

Traînes théâtrales

Si ces dernières années, les traditionnelles et monumentales robes de mariée façon pièces montées ont cédé leur place à des modèles plus minimalistes ou inattendus, la traîne a été récupérée par les créateur·rices de prêt-à-porter pour théâtraliser leurs silhouettes. Sortie de son contexte royal ou marital, elle devient une touche de chic pleine d'esprit qui accompagne le mouvement jusqu'au sol mais se révèle, il faut le reconnaître, peu pratique dans la vie quotidienne sur bitume. ●



Hauts les cols

Il est des coupes et gimmicks que l'on identifie dans tellement de défilés qu'ils finissent par être symptomatiques d'un goût de l'époque. C'est le cas du col haut. Il apporte une protection, littéralement lorsque la météo devient fraîche mais aussi symboliquement, et structure la silhouette tout en lui donnant de la hauteur avec un je-ne-sais-quoi de théâtral. La saison prochaine, il encadre le visage en s'enroulant autour du cou chez Balenciaga, Givenchy et Louis Vuitton, et même en dissimulant jusqu'au menton sur les podiums de Lacoste et MM6. ●

DANIELE SCHIAVELLO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. LUCA SORRENTINO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. PAOLO LANZI/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. FILIPPO FIOR/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.



BOTTEGA VENETA

LOUIS VUITTON

ISSEY MIYAKE

GIVENCHY

LACOSTE

MM6

VICTORIA BECKHAM



CHLOË

MAX MARA



HERMÈS

Cuissardes XXL

Longtemps associées à une image sulfureuse, les cuissardes se sont démocratisées ces dernières années. Cette saison, elles reviennent en version santiags fourrées chez Chloé, à boucle chez Boss, ultra-hautes chez Mugler ou texturées pour Balmain. ●



BOSS



BALMAIN



MUGLER

Doctor bag

Icône discrète du vestiaire bourgeois, le doctor bag puise sa forme et son nom dans les sacs médicaux du XIX^e siècle. Marqué par une structure rigide et une ouverture large, il revient en contre-pied des formes plus molles aperçues ces dernières saisons. ●



VICTORIA BECKHAM



MM6



BALENCIAGA



MUGLER



MIU MIU



GABRIELA HEARST



ACNE STUDIOS



MARIE ADAM-LEENAERDT



JOSEPH



CELINE

Jungle fever

Si le léopard revient de manière récurrente sur le devant de la scène, il est plus rare de voir une saison convoquer toute la jungle et au-delà. Sur les podiums de l'automne-hiver 2026-2027, le léopard – qui a définitivement réussi à s'affranchir de sa connotation vulgaire – revient certes, mais accompagné également d'autres confrères tels le dalmatien, le python, le faon ou encore, plus risqué, le zèbre. Un effet graphique à manier avec précaution. ●

NINA RICCI



FENDI



BOTTEGA VENETA



MARNI



HERERA





BOTTEGA VENETA



FERRAGAMO



TODS

50 nuances de cuir

Ce n'est pas une matière comme les autres. Hérité des vestiaires utilitaire, militaire ou encore subversif, le cuir est à la fois un marqueur de pouvoir et de désir. Pour la saison prochaine, les créateur·rices en explorent toutes les possibilités. Large cape jaune Tod's, robe moutarde fendue Hermès, manteau oversize Carven... Quelle que soit sa déclinaison, il apporte incontestablement de la sophistication à la silhouette. ●



MIU MIU



CARVEN



HERMÈS

GIVENCHY



Chapeau bas

En dehors de certains créateur-rices qui ont toujours considéré le couvre-chef comme le point final d'une silhouette, l'accessoire de tête s'est longtemps limité à une casquette. Il revient sous toutes ses formes, du long chapeau de cow-boy à la capeline. ●



LANVIN

JEAN PAUL GAULTIER

MUGLER

LOUIS VUITTON

HODAKOVA

LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT (X4) DANIELE SCHIAVELLO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT



SPORTMAX



HERMÈS



CARVEN

Pieds au carré

Si la version printanière de la première collection de Matthieu Blazy pour Chanel était, au même moment, en rupture de stock dans les boutiques, les chaussures à bout carré continuent leur ascension sur les podiums, des mules Chanel aux escarpins compensés Sportmax, en passant par les sandales python Zimmermann portées avec des chaussettes à torsades. ●



ZIMMERMANN



JIL SANDER



CHANEL



MICHAEL KORS

À carreaux

On les pensait trop classiques, un brin ennuyeux, mais les créateur·rices ont réussi à bousculer les carreaux pour mieux les déniaiser la saison prochaine. Ils quittent donc leur image austère pour se réinventer dans des superpositions inattendues, comme on l'a vu sur le podium d'Acne Studios et de Dries Van Noten, dans des proportions exagérées chez Celine et Loewe ou encore en version texturée chez Louis Vuitton. Et on les retrouve évidemment sur le podium de la maison britannique Burberry, qui ne cesse de réinterpréter cette signature historique. ●



CHLOË



CELINE



DRIES VAN NOTEN



LOEWE



ANN DEMEULEMEESTER



BURBERRY

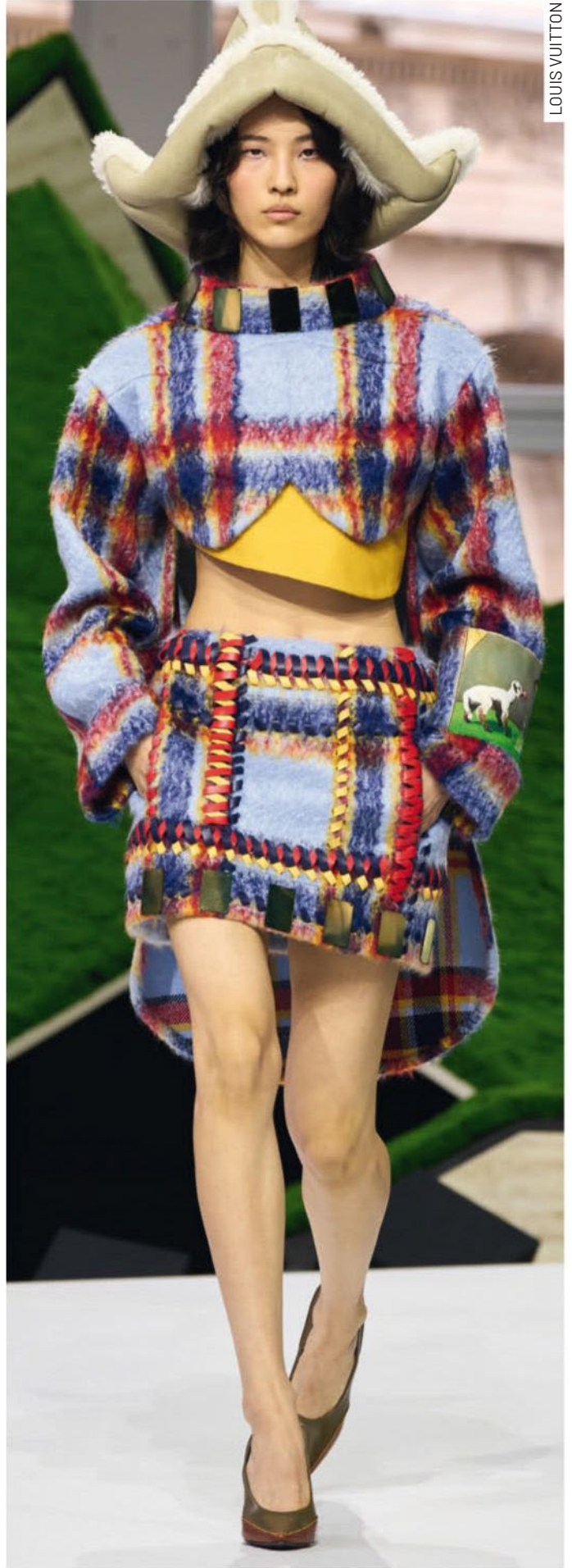
ALESSANDRO LUCIONI/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. COURTESY OF CELINE. LUCA SORRENTINO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. COURTESY OF LOEWE. LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT (X 2).

ACNE STUDIOS



LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. DANIELE SCHIAVELLO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.

LOUIS VUITTON



Velvet crush

Matière historiquement associée au pouvoir et à la noblesse, le velours s'allège pour devenir une seconde peau, en robe fendue Givenchy ou drapée pour Lanvin, et dans un costume jaune mordoré lumineux Hugo Boss. Pieter Mulier chez Alaïa et Duran Lantink chez Jean Paul Gaultier l'ont utilisé dans une version plus épaisse pour structurer une silhouette. ●



HUGO BOSS



FENDI



JEAN PAUL GAULTIER



ALAÏA



VICTORIA BECKHAM



GIVENCHY



LANVIN



EMPORIO ARMANI

LA SAISON
VUE PAR...

Brigitte Chartrand

La directrice des achats et du merchandising du site Net-A-Porter décrypte les tendances qui vont influencer le vestiaire de l'automne-hiver 2026-2027.

Propos recueillis par Vicky CHAHINE

Quelle a été, pour vous, l'atmosphère générale des semaines de la mode automne-hiver 2026-2027 ?

Globalement assez positive avec un véritable enthousiasme pour les débuts de certains créateurs, ainsi qu'une attente forte concernant l'évolution du travail d'autres designers. On a observé une forme de tension intéressante dans les tendances qui font cohabiter des opposés très marqués. Ainsi le minimalisme des années 90 s'est imposé avec force, mais j'ai aussi beaucoup apprécié l'abondance de textures et de mélanges d'imprimés qui apportaient une dimension plus complexe et maximaliste. Et les riches palettes de couleurs sont apparues sur tous les podiums, que ce soit à New York, Londres, Milan ou Paris.

Paris continue d'affirmer sa place de capitale incontournable de la mode. Comment percevez-vous les Fashion Weeks de Milan, Londres et New York ?

New York dégage toujours une énergie très forte, et plusieurs jeunes créateurs remarquables y présentent leurs collections. Je pense à Colleen Allen, Kallmeyer et Heirlome, tous trois intégrés au programme Vanguard 2026 de Net-A-Porter. À Londres, les designers se distinguent par leur chaleur et leur créativité. Quant à Milan, je la considère, au même titre que Paris, comme une véritable capitale de la mode qui fait défiler de nombreuses maisons de luxe italiennes.

Après la saison précédente marquée par les premières collections de plusieurs nouveaux directeurs artistiques, quelles attentes entouraient leurs deuxièmes collections ?

Les attentes étaient effectivement élevées, comme c'est souvent le cas pour les nouveaux directeurs

artistiques, en particulier ceux qui viennent d'arriver dans de grandes maisons. Notamment Jonathan Anderson chez Dior et Matthieu Blazy chez Chanel qui ont livré une remarquable collection automne-hiver 2026-2027, chacun porté par leur vision claire et affirmée.

À quoi ressemblera la silhouette féminine de l'automne prochain ?

La silhouette taille basse présentée chez Chanel inspirera sans aucun doute de nombreux créateurs. C'était un élément marquant de la saison et ce que j'ai préféré dans la proposition de Matthieu

Blazy. Au fil des défilés, on a également observé une forte présence de silhouettes sensuelles avec des robes moulantes et des jupes à fentes hautes, aux côtés de tailleurs structurés et intemporels qui apportent équilibre et sophistication. Par ailleurs, j'ai adoré la tendance des bottes portées comme un pantalon et ces impressionnantes cuissardes à l'image de celles qui ont défilé chez Christen et Khaïte.



Quelles sont les grandes tendances mode qui ont émergé ?

Le minimalisme sexy des années 90, le gothique romantique, le style « Black Tie » et une influence folk nomade encore assez nouvelle et particulièrement enthousiasmante ! Côté couleurs, le violet profond et le vert chartreuse se sont démarqués tandis que des matières comme le velours, la dentelle et le satin ont apporté une dimension texturée assez riche. Cette saison, on a beaucoup parlé du stylisme sur les podiums et je pense que la manière d'associer les pièces est essentielle et peut transformer complètement une tenue. ●



COURTESY OF THEVXLEY.

LE CRÉATEUR ÉMERGENT À SUIVRE

« Daniel Del Valle, de Thevxley, mais également Colleen Allen qui a rejoint notre programme Vanguard. »

LA COULEUR DE LA SAISON
« Le vert chartreuse, parfaitement maîtrisé par
Altuzarra et Khaite. »



LE MOMENT INOUBLIABLE
« L'hommage de Yohji Yamamoto à son héritage japonais. »



LA SILHOUETTE PHARE
« La taille basse chez Chanel. »



LE DÉFILÉ MARQUANT
« Alaïa, pour cette collection
à la fois sensuelle et sophistiquée. »



L'ACCESSOIRE PHARE
« Les collants et les cuissardes. »



LA COLLECTION FAVORITE
« Dries Van Noten, dont j'ai particulièrement aimé le mélange de matières, brocards, carreaux... »

LE NOUVEAU VISAGE
« Matilde Lucidi, la fille de Bianca Balti, vue dans de nombreux défilés cette saison dont Fendi, Marni et Proenza Schouler. »



L'observatrice de la mode décrypte le milieu à travers son compte instagram @diiiiitaaaaa et collabore ponctuellement avec l'émission *Quotidien*, tout en préparant la sortie de son livre prévu pour la fin de l'année. Elle nous livre son sentiment sur les collections prochaines.

Propos recueillis par Vicky CHAHINE

Quel regard portez-vous sur les dernières Fashion Weeks ?

Le véritable enjeu n'est plus seulement de faire un beau défilé, mais de créer une grammaire capable de survivre au podium. En cela, j'ai trouvé la saison aussi rassurante que cohérente, avec des propositions plus nettes et assumées. On assiste au retour de la ligne: des silhouettes resserrées, des tailles abaissées et des épaules présentes. Chez Givenchy, par exemple, Sarah Burton dessine une allure plus longue. On observe également un véritable travail sur le tailoring à l'image de Chanel, Celine et Givenchy. On vit une époque qui n'est pas très joyeuse et cela se ressent, avec notamment la domination du noir dans les collections.

Comment interprétez-vous l'omniprésence de cette couleur ?

Elle est revenue avec insistance à Milan comme à Paris, dans des matières plus sèches, plus nerveuses et parfois plus sensuelles. Quand une saison parle autant en noir, ce n'est jamais anodin. Cela dit quelque chose d'un climat plus dense: un besoin de structure, de protection et de sérieux. Le noir remet de l'ordre dans le vacarme. C'est révélateur d'un moment où la mode est moins fascinée par l'amusement obligatoire. Pour autant, la saison n'est pas austère. Il y avait aussi de la dentelle, du latex, des cuissardes et même des roses très vifs par petites touches.

Après une saison précédente marquée par les premières collections de nouveaux directeurs artistiques, les grandes maisons semblent aussi avoir retrouvé une certaine stabilité...

Plusieurs d'entre elles sont en effet sorties d'une période de transition. On voit des silhouettes convaincantes, chez Celine et Chanel notamment. Il y a une véritable portabilité et l'idée d'une féminité contemporaine. Les vêtements existent à la fois dans

l'image et dans la vraie vie. Cela répond aussi à un contexte économique: le luxe cherche un second souffle et les grands groupes sont sous pression pour retrouver de la croissance. Les maisons ont besoin de propositions claires, de pièces immédiatement désirables et d'une cohérence forte pour nourrir à la fois la presse, les célébrités et le retail.

Avez-vous été marquée par des défilés en particulier ?

Celui de Matières Fécales qui ne se contentait pas de faire du bruit. Il interrogeait la manière dont l'élite s'habille pour se rendre désirable. Le défilé parlait d'image, de domination tout en restant profondément mode avec une grammaire vestimentaire du pouvoir. J'ai beaucoup aimé également la proposition de Haider Ackermann pour Tom Ford. Il n'a pas traité la marque comme une relique sous cloche. Il a conservé la maîtrise de la coupe et l'idée de séduction, mais avec une manière différente de tendre le vêtement et de laisser l'allure faire le reste. À l'image aussi de la deuxième collection de Duran Lantink pour Jean Paul Gaultier.



On semble parler de moins en moins de diversité dans les défilés...

Nous avons vécu une époque d'ouverture incroyable sur l'inclusivité. Aujourd'hui, on observe un véritable progrès sur l'âge des mannequins qui ont défilé chez Chanel, Tom Ford, Calvin Klein ou encore Miu Miu. Cela témoigne d'une cohérence avec la réalité du marché puisque ce sont elles qui achètent des pièces de luxe. En revanche, sur la diversité des corps, l'industrie reste en retard. Les silhouettes « plus size » représentent encore à peine 1 % des mannequins sur les podiums sauf pour des marques comme Ester Manas qui en ont fait le cœur de leur projet. La mode adore célébrer la diversité quand elle reste photogénique, mais toucher à la norme corporelle reste plus compliqué. ●

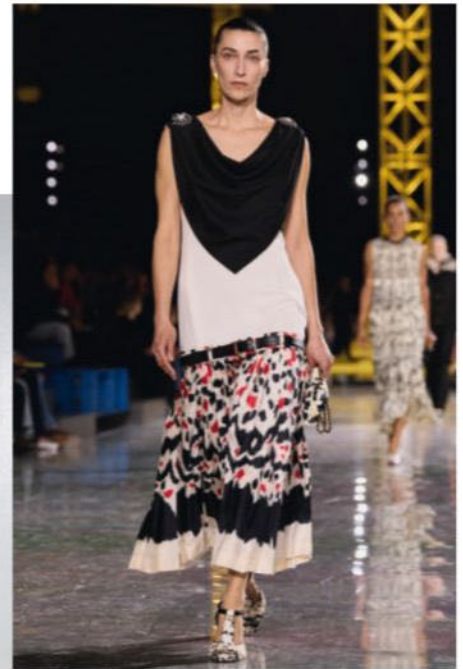


FORTIS FORTIS/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.

LE DÉFILÉ COUP DE CŒUR
« Celui de Matières Fécales. »

LE JEUNE CRÉATEUR À SUIVRE

« Burc Akyol, à Paris, pour son écriture de plus en plus nette et sa sensualité tenue, mais aussi Francesco Murano, à Milan, pour son travail très construit sur l'équilibre et la tension des volumes. »



LA SILHOUETTE MARQUANTE

« Celle longiligne avec une taille abaissée que Matthieu Blazy a dessinée chez Chanel. »



LA COULEUR INATTENDUE

« Le rose vif, aperçu par touches chez Nina Ricci, Vivienne Westwood (photo) ou Chanel, qui arrive comme une phrase bien placée dans une conversation un peu trop uniforme, pour bousculer légèrement l'ensemble. »

LA « NEW FACE »

« Bhavitha Mandava chez Chanel. »



LA COLLECTION PRÉFÉRÉE

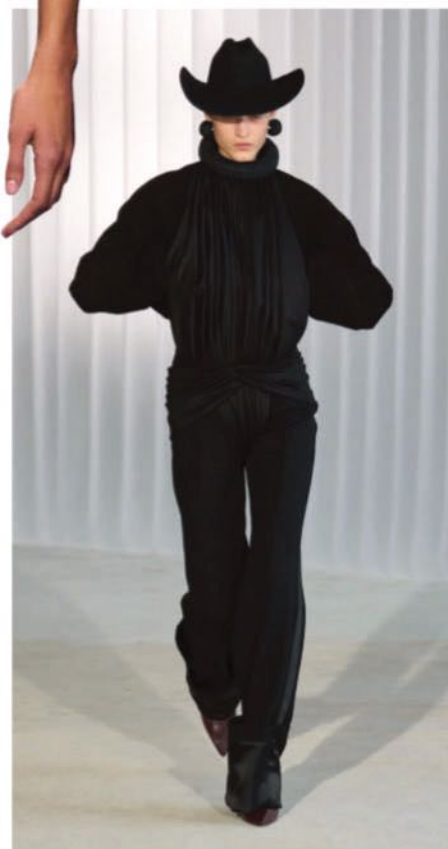
« Tom Ford par Haider Ackermann. Il a compris qu'un héritage ne se respecte pas en le recopiant mais en le faisant circuler autrement. »



COURTESY OF TOM FORD. LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT (X.2), PIERRE DEBUSCHERE.

L'ACCESSOIRE COUP DE CŒUR
« Les cuissardes plutôt plates, vues notamment chez Hermès, qui modifient immédiatement la démarche et redressent l'allure ».

LE MOMENT INOUBLIABLE
« Le départ de Pieter Mulier de chez Alaïa, marqué par une émotion palpable et une énergie rappelant les défilés des années 80. »



LA COULEUR DE LA SAISON
« Le noir s'est imposé avec insistance chez Hermès, Jean Paul Gaultier (photo), Tom Ford ou encore Givenchy. »

LA SAISON
VUE PAR...

Yael Abrot

À la tête de son agence de talents qui gère notamment l'image de la créatrice Charlotte Chesnais et de la chanteuse Billie, elle porte un regard sur l'évolution des personnalités qui ont à la fois assisté aux shows et défilé sur les podiums cette saison.

Propos recueillis par Vicky CHAHINE

Les Fashion Weeks automne-hiver 2026-2027 ont débuté dans un contexte géopolitique tendu. Quel impact cela a-t-il eu sur votre travail d'agent de talents ?

C'est une saison particulière marquée par un véritable malaise. Ce climat a accentué les tensions déjà présentes depuis plusieurs mois. On le ressent concrètement par des restrictions budgétaires, des défilés avec des budgets plus raisonnés et une forme de prudence. Les maisons sont aujourd'hui plus frileuses avec les jeunes talents. Il y a moins de place, donc moins d'opportunités. Pour les nouveaux profils, cela demande davantage de patience ! Nous réfléchissons en amont avec mes talents. Cette saison, la chanteuse Billie a assisté au défilé d'Ann Demeulemeester, et María Bernad, qui a notamment imaginé la cape en dentelle que Rosalía portait pour son concert inaugural à Lyon, ainsi qu'à celui de Courrèges. Les opportunités existent toujours mais elles sont plus tardives, parfois proposées à la dernière minute.

Quel rôle jouent aujourd'hui les célébrités pendant les Fashion Weeks ?

Elles occupent une place centrale. Leur présence est devenue stratégique pour générer de la visibilité, comme on a pu le voir avec Madonna chez Dolce & Gabbana. Cela se répercute aussi sur le casting, comme chez Gucci où le directeur artistique Demna a fait défiler sa collection infusée des années 90 sur Kate Moss, Amelia Gray ou encore Emily Ratajkowski, des personnalités qui génèrent un très fort impact visuel et médiatique. Le chanteur Billy Idol a été vu sur le podium d'Ann Demeulemeester et l'actrice Gillian Anderson a clôturé le défilé Miu Miu. Ces présences inattendues créent des moments forts. Reste à mesurer l'influence que ces personnalités peuvent avoir concrètement sur les ventes de la collection.

Quel rôle joue aujourd'hui la Fashion Week dans l'écosystème global du luxe ?

C'est devenu un moment clé de visibilité. Se montrer présent lors des défilés est essentiel pour exister, attirer des projets et s'inscrire dans l'écosystème du luxe. La mode est aujourd'hui profondément connectée à d'autres univers et cette ouverture se reflète dans les personnalités installées au premier rang, des artistes, des musiciens, des écrivains, des sportifs, des galeristes...

Comment fonctionnent les stratégies autour des mannequins et des « new faces » ?

Les maisons peuvent sécuriser des exclusivités sur certains mannequins, parfois pendant un an, à l'échelle mondiale, ou sur toute une saison comme Saint Laurent l'a fait avec Loli Bahia. Je pense également à Sateen Besson, la fille de Luc Besson, vue pour la seconde fois chez Miu Miu, mais également à Laura Kaiser dont la silhouette, gracieuse et délicate, a défilé pour Dior, et à Bhavitha Mandava, devenue ambassadrice pour Chanel.



Comment percevez-vous l'évolution de la diversité des mannequins sur les podiums de la saison automne-hiver 2026-2027 ?

Il est indéniable que les femmes plus mûres sont davantage représentées sur les podiums, mais plus que pour leur âge, elles sont choisies pour leur attitude, leur style, leur élégance, à l'image d'une Kristen McMenamy qui défile pour Haider Ackermann chez Tom Ford. En revanche, la diversité des corps est moins présente qu'auparavant. Les castings restent très construits : chaque projet a une cliente idéale et compose son défilé en fonction de cette vision. ●



COURTESY OF TOM FORD.

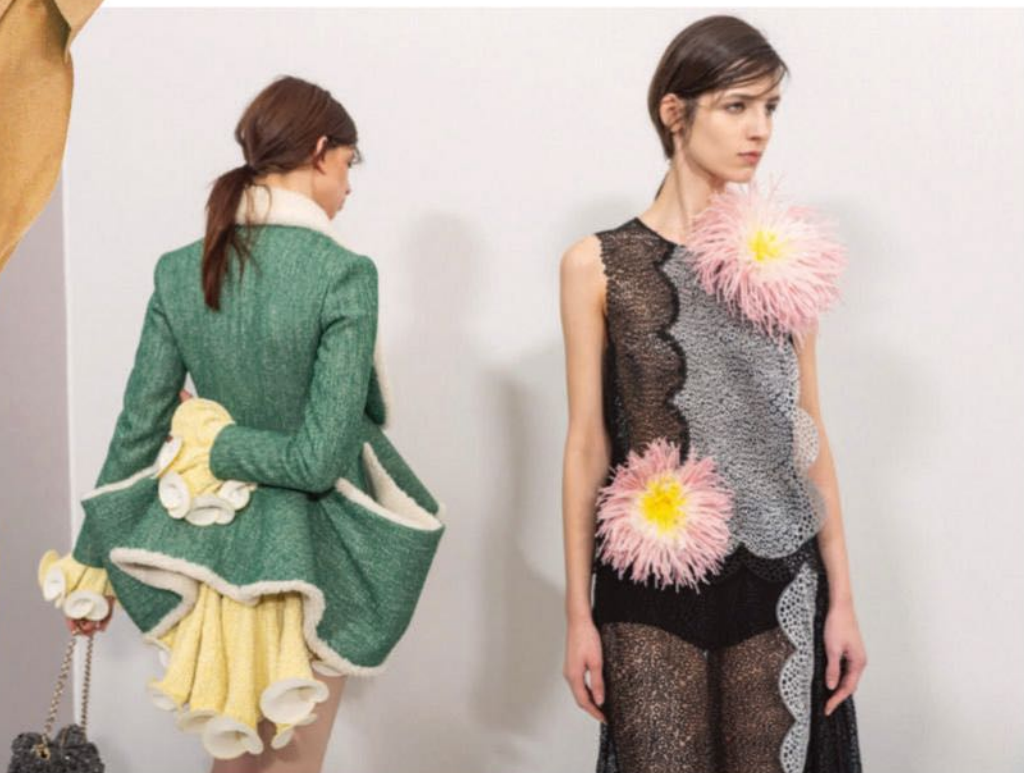
LE DÉFILÉ COUP DE CŒUR

« Tom Ford pour le casting, l'attitude, le maquillage et, bien sûr, les vêtements. »

LA SILHOUETTE MARQUANTE
« Celle de Celine avec cette sublime veste beige. »

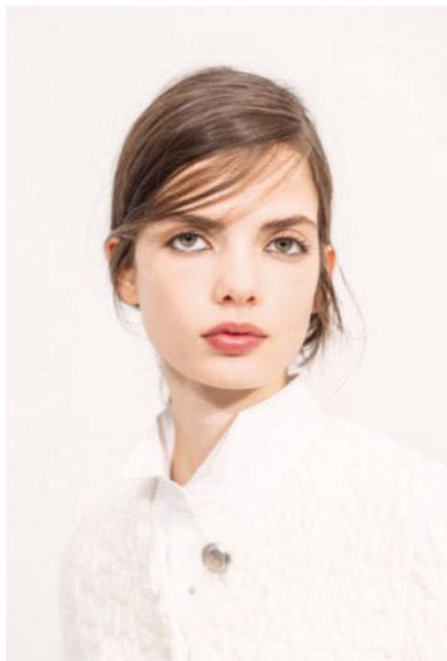


L'ACCESSOIRE COUP DE CŒUR
« Les cuissardes santiags de Chloé. »



LA COLLECTION PRÉFÉRÉE
« Jonathan Anderson pour Dior. »

COURTESY OF CELINE - ALESSANDRO VIERO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. MATTEO SCARPELLINI/LAUNCHMETRICS.COM.



LA « NEW FACE »
« Laura Kaiser. »



LE JEUNE CRÉATEUR À SUIVRE
« Antonin Tron, qui a fait ses débuts comme directeur artistique de Balmain. »

LE MOMENT INOUBLIABLE
« Le final très émouvant du défilé Agnès b. »



LA COULEUR DE LA SAISON
« Le violet, aperçu sur plusieurs pièces, notamment ce sac Balenciaga. »



MATTEO SCARPELLINI/LAUNCHMETRICS.COM, LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT (X 2), STEFANIA DANESE/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.



Andreas Kronthaler pour Vivienne Westwood.



Burc Akyol.

DÉCRY

Que racontent de notre époque les tendances majeures de la saison ? Comment interpréter le retour du style antique et du fichu sur la tête ou le déferlement de couleurs pop sur nos vestiaires ? Réponses et analyses de nos experts. *Par Charlotte BRUNEL*



Moismont.



Issey Miyake.

PTAGE

COURTESY OF MOISMONT, LUCA SORRENTINO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.

52 Ave peplum

56 Éloge de l'imperfection

60 Une saison en colorama

66 La folie fichu

Défilé Marine Serre
automne-hiver
2026-2027.



AVE PEPLUM

Comme Ulysse revenant à Ithaque, les créateurs se sont emparés cette saison du vestiaire antique et de ses codes – basques, drapés, robes de vestale, etc. – pour donner à leurs silhouettes une épure immémoriale.

Par Charlotte BRUNEL

Cette saison, la mode semble revenir à l'essentiel. Sur les podiums de Dior, Alaïa, Alexander McQueen ou Stella McCartney, une silhouette s'impose avec une évidence presque intemporelle : le péplum. Loin d'être un simple effet de basque – en anglais, son nom se confond avec cette partie de la veste qui part de la taille et descend jusqu'aux hanches –, cette forme ancestrale incarne un mouvement bien plus profond où le vêtement se fait architecture du corps et geste sculptural, mémoire textile aussi. Ce retour s'inscrit dans un récit très ancien, confirme l'historienne de la mode et de l'art Hayley Edwards-Dujardin. Le péplum, rappelle-t-elle, puise son origine dans l'Antiquité grecque : il est dérivé du péplos, ce vêtement drapé et structuré qui enveloppait le corps féminin tout en sublimant ses lignes. « *Ce qui revient aujourd'hui, ce n'est pas une forme exacte, mais une logique : celle d'un vêtement qui part de la taille, organise le corps et crée une expansion contrôlée autour de lui.* » Ainsi, le péplum contemporain ne se contente pas d'orner, mais structure, articule et met en tension. Sur la veste, pièce phare de la saison, il dessine une taille précise, presque corsetée, avant de s'ouvrir en volume. Un geste qui évoque à la fois la rigueur classique et une sorte de libération. Ashlynn Park, la créatrice du label new-yorkais Ashlyn, en a même fait sa signature : « *Je reviens souvent vers cette forme, car elle me semble à la fois familière et infiniment ouverte à la réinterprétation.* » Chez elle, tout commence par le corps. « *Je ne pense pas seulement à l'endroit où la basque s'ouvre vers l'extérieur, mais surtout à celui où le corps se resserre.* » Ce déplacement du centre de gravité est essentiel. Le fait de remonter légèrement la taille allonge la ligne et crée une silhouette « *à la fois fluide et maîtrisée* ».

LA TECHNIQUE ELLE-MÊME VARIE SELON LES MATIÈRES. Sur les pièces tissées, Ashlynn Park travaille des panneaux courbes qui construisent l'illusion du péplum, poussés parfois jusqu'à des pointes graphiques, sortes de volants structurés. Avec la maille, le volume naît directement du tricot, par un jeu de tensions relâchées à la taille. « *J'insère souvent des goussets et je teste différentes largeurs pour trouver le bon équilibre entre mouvement et forme.* » Plus qu'un simple détail stylistique, la basque devient ainsi un outil de modulation du corps. Avec elle, revient aussi tout un vocabulaire de formes évoquant l'Antiquité. Les tissus s'enroulent autour du corps, se nouent aux épaules comme des chlamydes – ces manteaux militaires retenus par des agrafes en usage chez les Grecs – modernes (Issey Miyake, Carven), les capes tombent en plis amples. Les asymétries dominent, comme si les vêtements avaient été drapés à la main plutôt que coupés. Hayley Edwards-Dujardin souligne cette tendance de fond. Pour elle, « *le drapé antique n'est jamais décoratif. Il est structurel, il organise le mouvement et révèle le corps sans jamais l'enfermer* ». Un mantra de discipline et de liberté par-



ticulièrement prégnant dans les collections. Ainsi, chez Mugler, les plis rappellent les cannelures des colonnes, les étoffes semblent répondre à la gravité, comme animées d'un poids invisible. Une esthétique que Karl Lagerfeld formulait en ces termes à l'occasion de la collection Croisière 2018 de Chanel, présentée à l'époque dans un Grand Palais aux allures de temple en ruine. « *Les critères de la beauté grecque archaïque, puis classique, sont toujours valables. On n'a jamais fait de plus belles silhouettes de femmes. Et de plus belles colonnes. Toute la Renaissance, d'ailleurs, est basée sur l'Antiquité. C'est vraiment la jeunesse du monde, puissante et imprévisible.* »

Ce dialogue n'est donc pas nouveau. Dès le début du xx^e siècle, Mariano Fortuny invente la robe Delphos, directement inspirée des chitons grecs, dont les plissés permanents accompagnent le mouvement du corps. Madame Grès, plus tard, fera du drapé un art quasi sculptural, travaillant le jersey comme une matière vivante. Madeleine Vionnet, enfin, avec la coupe en biais, libère le tissu de la rigidité pour lui permettre d'épouser les lignes naturelles. Mais ce retour à l'Antiquité n'est jamais direct. Il passe par des filtres historiques. « *La mode ne cite presque jamais l'Antiquité "pure". Elle la rejoue à travers d'autres périodes, en particulier le XVIII^e siècle,*

Défilés automne-hiver 2026-2027.

- 1 Issey Miyake.
- 2 Chanel.
- 3 Akris.
- 4 Ashlyn.

5 Collage de Julie Wolfe, d'après la robe Delphos d'Adèle Henriette Elisabeth Nigrin Fortuny et Mariano Fortuny y Madrazo, années 1920, et la statuette en terre cuite représentant Niké, personnification de la victoire, fin du v^e siècle avant J.-C. Exposition « Costume Art » jusqu'au 10 janvier 2027, au Met, à New York.

4



qui a construit notre imaginaire du corps antique », analyse Hayley Edwards-Dujardin. Ainsi, les lignes épurées, les tailles hautes, les drapés fluides qui traversent aujourd'hui les collections évoquent autant les statues grecques que les silhouettes néoclassiques. Selon elle, l'automne-hiver 2026 prolonge cet héritage : « À chaque période de crise ou de transformation, la mode retourne vers ces formes originelles, parce qu'elles offrent une stabilité formelle et symbolique. »

CETTE SAISON, LE DIALOGUE AVEC L'ART EST PARTICULIÈREMENT EXPLICITE. La collection de Marine Serre, inspirée du Louvre, traduit cette fascination pour la statuaire : silhouettes fragmentées, volumes minéraux, drapés monumentaux. Dans le même temps, à New York, le Metropolitan Museum of Art présente « Costume Art », son exposition de mode annuelle dont l'affiche met en scène une statue antique, confirmant ce retour à des formes fondamentales. Événement majeur de l'été 2026, *L'Odyssée*, de Christopher Nolan, s'impose comme le blockbuster de la saison. Adaptation du texte fondateur d'Homère, portée par Matt Damon, Zendaya ou encore Anne Hathaway, le film se veut une relecture à la fois monumentale et réaliste du mythe d'Ulysse. Ce n'est pas tout : la vie du général carthaginois Hannibal sera bientôt portée à l'écran par le scénariste de *Gladiator* et incarné par Denzel Washington, de même que celle de Jules César... « *Le péplum revient toujours dans des périodes où l'on a besoin de récits fondateurs. Ce sont des histoires simples,*

« Le péplum revient toujours dans des périodes où l'on a besoin de récits fondateurs. Ce sont des histoires simples, lisibles, qui mettent en scène des corps, des épreuves, des transformations. »

Hayley Edwards-Dujardin, historienne de la mode et de l'art

lisibles, qui mettent en scène des corps, des épreuves, des transformations », poursuit Hayley Edwards-Dujardin. Ce que le cinéma met en scène, à savoir une fascination pour des corps idéalisés, la mode le traduit désormais en silhouettes. Dans ce contexte, le classicisme agit comme un point d'ancrage. En 2021, Dior présentait déjà sa collection Croisière en Grèce, réaffirmant ce lien aux origines. Désormais, comme Ulysse revenant à Ithaque, les créateur-rices semblent chercher une forme de continuité – voire de conservatisme – dans un monde instable. Statuaire, mais pas statuaire, le péplum 2026 a su pourtant se détendre et se transformer. Ainsi, chez Dior, son archétype moderne, la veste Bar se démultiplie sous la houlette de Jonathan Anderson en doubles basques superposées, presque architecturales, ou se raccourcit jusqu'à devenir une minijupe intégrée à la veste. La silhouette se fragmente et s'assouplit vers un registre plus quotidien. Les vestes sculpturales s'amollissent dans des versions maille, s'allègent en dentelle, se bordent de fourrure, se portent avec des jeans, des pantalons fluides, voire des bermudas. Ainsi, le péplum quitte le territoire du soir pour entrer dans le réel.

« *J'ai toujours été attirée par les références historiques, en particulier chez Dior, pour la manière dont la silhouette exprime une féminité très précise et très puissante* », témoigne Ashlynn Park. Mais aujourd'hui, selon elle, le style péplum devient « *plus modulable, plus fonctionnel. Il n'est plus seulement décoratif mais apporte du confort, de la structure et une véritable présence* ». Il permet donc d'ajuster, de superposer, de jouer avec les proportions sans contraindre. Pour Hayley Edwards-Dujardin, cette évolution est décisive : « *C'est précisément parce que le péplum est une forme historique qu'il peut devenir aujourd'hui aussi libre. Il structure sans rigidifier, il affirme sans enfermer.* » Plus qu'une tendance, son retour révèle un rapport au temps. La mode aujourd'hui ne rompt plus avec le passé mais elle le transforme. Le vêtement devient alors une mémoire vivante et une manière d'habiter l'histoire et l'art, à même le corps... sans pour autant se transformer en statue. ●

5





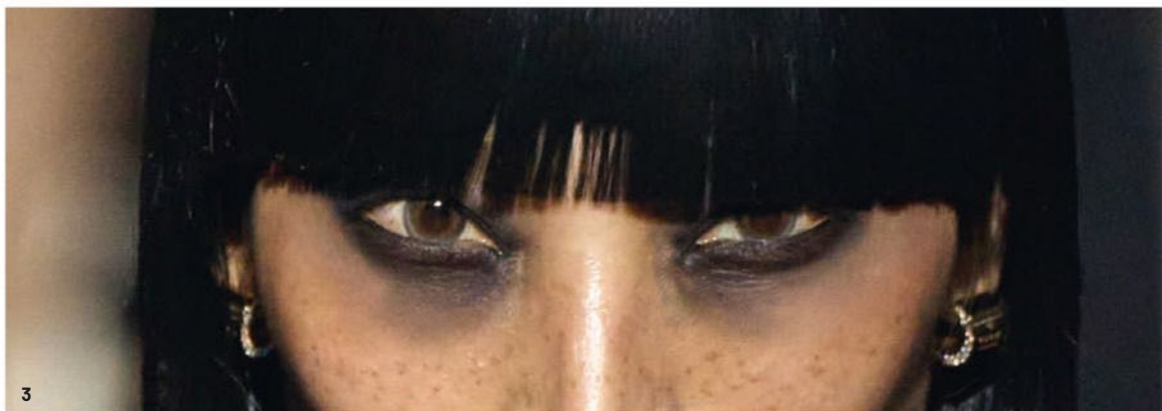
Éloge de l'imperfection

L'idéal de perfection aurait-il cessé de faire rêver? C'est ce que suggèrent les derniers défilés où s'imposent des silhouettes « messy » qui résonnent avec l'époque. Prêtes à entrer dans l'ère du post-parfait?

Par Charlotte BRUNEL

Défilés automne-hiver
2026-2027.

- ❶ Vivienne Westwood
par Andreas Kronthaler.
- ❷ Prada.
- ❸ Gucci.
- ❹ AlainPaul.
- ❺ Odessa A'zion à la
première de *Marty
Supreme*, à Beverly
Hills, le 8 décembre
2025.



ISIDORE MONTAG/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT, FILIPPO FORTIS/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT, MONICA SCHIPPER/BETTY IMAGES.



Vêtements froissés, chiffonnés, poignets de chemise défaits, parfois marqués de salissures... En janvier dernier, le défilé Prada homme automne-hiver 2026-2027 mettait à l'épreuve les codes de l'élégance traditionnelle british. Clin d'œil au film *Withnail*

and I de Bruce Robinson (1987), chronique d'une jeunesse bohème anglaise, la collection proposait, selon Miuccia Prada et Raf Simons, de trouver de la beauté dans la laideur du monde. Dire que la mode traverse aujourd'hui une crise de la perfection serait un euphémisme. Après des années passées à polir, lisser, calibrer – silhouettes, corps, images –, l'époque semble soudain se fissurer. Comme si le trop-plein de contrôle avait rendu le beau suspect. Comme si la perfection, à force d'être omniprésente, avait perdu sa capacité à faire rêver. Depuis quelques saisons, un autre désir affleure. Une envie d'imperfection, de déséquilibre, de matière vivante. Une envie de voir les vêtements respirer, vieillir, se transformer. Le phénomène s'impose dans la mode comme dans la pop culture ou l'art, à l'image de la rétrospective du Grand Palais dédiée à Nan Goldin, photographe de l'intime qui a su capturer sans fards la vulnérabilité des laissés-pour-compte.

BIENVENUE DANS L'ÈRE DU POST-PARFAIT qui invite à revendiquer la fragilité, le vécu, non comme un défaut mais comme une force. Il y a peu encore, l'esthétique de la « clean girl » dominait avec sa peau parfaite, son corps sain et ses vêtements sans plis. Un idéal amplifié par les réseaux sociaux, où chaque détail devait être optimisé, corrigé, validé, puis par l'IA. Pourtant, cette esthétique du propre, du maîtrisé, a fini par lasser. « *Cela fait une petite année que l'on observe des signes du déclin de la clean girl* », analyse Dinah Sultan, styliste tendance chez Peclers. Derrière ce recul se cache une fatigue plus large : celle d'une image de soi devenue performative, surveillée, archivée. « *Tout est monitoré dans le quotidien* », rappelle-t-elle. À force d'être parfaite, l'image a cessé d'être habitable. Récemment, des jeunes témoignaient au journal *Le Monde* mettre de plus en plus de stratégies en place – limitation ou suppression des réseaux sociaux, « digital detox » – pour échapper à la dépendance aux écrans et à l'angoisse générée par la comparaison permanente aux autres. Dans ce contexte, l'imperfection serait-elle devenue une échappatoire ? Une manière de se soustraire, du moins symboliquement au regard permanent, à

l'injonction d'être irréprochable. Dinah Sultan parle d'une « attitude anti-algorithme » qui retrouve dans les années 1990-2000 « *l'essence d'une liberté désormais disparue* ». Une époque que la Gen Z idéalise comme une période d'insouciance où le style personnel était valorisé et la prise de risque moins dangereuse. Preuve de son aura dans la culture, la Tate Modern de Londres consacre cet automne aux « 90's » une grande exposition. « *À l'époque, une photo floue de soirée pouvait suffire à raconter un style* », poursuit l'experte. Aujourd'hui, chaque apparition est un contenu, chaque tenue une déclaration. L'affirmation de sa singularité ne se fait pas contre le système, elle en est la pierre angulaire. L'imperfection agit alors comme un flou volontaire, une forme de protection.

LABORATOIRE D'ATTITUDE, LA POP CULTURE consacre des figures qui refusent le glamour parfait. Billie Eilish a ouvert la voie en imposant une silhouette oversize, détournée, volontairement anti-sexy. Depuis, la Britannique Lola Young incarne un charisme plus brut, chante les émotions les moins avouables. En 2025, son tube *Messy*, qui a cumulé plus d'un milliard de streams, est devenu le cri de ralliement d'une génération, séduite par son invitation à être « bordélique ».

Même Hollywood, historiquement obsédé par la perfection et les visages refaits, semble réapprendre à aimer les aspérités. L'engouement pour Charlotte Le Bon ou Aimee Lou Wood (actrices de la série *The White Lotus*) en est la preuve : leurs sourires imparfaits ne sont plus des anomalies à corriger, mais un charme à célébrer. La fascination pour Odessa A'zion s'inscrit dans la même logique : celle d'une beauté moins symétrique, plus expressive, plus singulière, qui ose porter un costume Marc Jacobs XXL sur seins nus à la première de *Marty Supreme...* Car côté mode, les collections femme de l'automne-hiver 2026 traduisent ce basculement de manière troublante. Sur les podiums, les vêtements semblent une matière vivante, et c'est précisément ce qui les rend désirables.

Sacs malmenés et portés entrouverts, tailoring déstructuré, robes percées comme les célèbres toiles de Lucio Fontana (Balmain, Roberto Cavalli), dentelles écumantes et finitions effilochées (Chanel)... La saison cultive une anarchie textile où l'imperfection est pleinement revendiquée comme l'expression d'une réalité parfois violente. Miuccia Prada parlait de vêtements pensés « *en réaction à l'incertitude – capables de bouger, de changer, de s'adapter* ». « *Nous vivons dans un moment très instable, où tout est en mouvement* », analyse le créateur Alain Paul, lauréat du prix spécial de l'Andam 2025. Inspirée des auditions des danseur-euses, sa collection de l'été dernier mettait en scène des silhouettes « *jamais totalement en place* » qui glissent de la danse au streetwear, de la lingerie au formel. « *Ce vestiaire en transition reflète cette réalité. Les vêtements s'adaptent, se transforment, se déplacent sur le corps. C'est une manière d'accepter que rien n'est figé – ni les silhouettes, ni les identi-*

Défilés automne-hiver
2026-2027.

- 1 Chanel.
- 2 Miu Miu.
- 3 Isabel Marant.



tés, ni les rythmes de vie », justifie-t-il. La déconstruction, longtemps conceptuelle, devient désormais émotionnelle avec ses pièces ouvertes sur la peau, ses doublures visibles, ses bords qui débordent. Le vêtement montre son envers, son processus, sa fragilité. Cette esthétique de l'imperfection s'inscrit dans une histoire. Présentée de septembre 2025 à janvier 2026 au Barbican de Londres, l'exposition « Dirty Looks: Desire and Decay in Fashion » rappelait combien la mode a déjà exprimé son désir de rébellion et son romantisme à travers la saleté, la dégradation et la patine. Ainsi dès les années 80-90, des créateur-rices (Yohji Yamamoto, Rei Kawakubo, Martin Margiela) ont opposé à la beauté classique occidentale une esthétique de l'éphémère, du wabi-sabi, de la trace. En 1993, les pièces de Hussein Chalayan enfouies sous la limaille de fer devenaient des robes rouillées, comme si le vêtement était un organisme vivant. Ce qui choquait hier revient aujourd'hui comme une nouvelle identité du luxe post-parfait. Avec sa campagne Making of Old, qui célèbre l'art de la patine, Miu Miu – mais aussi Chanel avec son sac à main 2.55 à l'effet vieilli – propose l'usure non plus comme un défaut à cacher mais comme une beauté à révéler.

Ainsi, notre époque saturée d'images lisses et générées chercherait-elle à nouveau du relief, de la matière. Interrogée par l'agence Little Black Box sur les tendances visuelles de 2026, Maud Mulder, directrice créative de BETC Paris, souligne une

fatigue générale face à l'escalade des effets produits par l'IA : textures artificielles, grains simulés, démonstrations sans idées. Tandis que Leah Airey, de Jelly, confirme que l'artisanat, avec sa « merveilleuse potentialité "messy" », s'imposera comme la valeur centrale, en réaction à des années de minimalisme lisse et d'images surproduites.

Car si le luxe post-parfait s'impose aujourd'hui avec autant de cohérence, c'est sans doute parce qu'il correspond à un moment précis de son histoire ou une nouvelle génération de designers (Jonathan Anderson chez Dior, Matthieu Blazy chez Chanel, Louise Trotter chez Bottega Veneta...) accède aux commandes des grandes maisons, et traduit avec acuité les tensions de son temps. Ces designers qui ont grandi dans les années 1990-2000, au contact d'esthétiques hybrides, de cultures multiples, d'un monde déjà fragmenté, ne fantasment plus la perfection comme un idéal absolu. Ils travaillent l'attitude, le mouvement, le vécu, le lâcher-prise.

Ou comme le résume Alain Paul : « *La perfection lisse ne fait plus rêver, parce qu'elle ne correspond plus à l'expérience vécue. L'imperfection, l'asymétrie, le décalage – parce qu'ils viennent du corps et du mouvement – deviennent des signes de vie. Des marqueurs d'une mode qui ne cherche plus à imposer un idéal abstrait, mais à accompagner des corps réels.* » Dans des rythmes de vie eux-mêmes de plus en plus désaccordés... ●





Défilés automne-hiver
2026-2027.

- ❶ Chloé.
- ❷ Balenciaga.
- ❸ Givenchy.
- ❹ Victoria Beckham
- ❺ Chanel
- ❻ Issey Miyake.



UNE SAISON EN *COLORAMA*

Adieu camaïeux de beige, gris ou blanc: des défilés aux tapis rouges, les couleurs font leur grand retour, en monochrome majestueux ou associations audacieuses. Une façon pop de faire venir la lumière dans le quotidien.

Par Charlotte BRUNEL

Cet été, la couleur s'affiche partout. À Paris, l'un de ses plus grands maîtres, Henri Matisse, fait l'objet d'une rétrospective magistrale au Grand Palais⁽¹⁾, l'occasion d'admirer ses portraits fauves, ses intérieurs méditerranéens ou ses célèbres papiers gouachés découpés, et de se laisser envahir par l'énergie de sa palette explosive. À Lille, le LaM accueille dans ses bâtiments rénovés les peintures abstraites et joyeuses de Vassily Kandinsky. À la rentrée, c'est la Tate Modern de Londres qui vibrera au rythme des sculptures cinétiques et colorées de Julio Le Parc. Et la mode aussi semble avoir emprunté la voie de l'art, transformant les podiums de l'automne-hiver en véritables happenings chromatiques... Ainsi, les mannequins du défilé Akris franchissaient un immense rideau composé de fils dorés inspiré par l'artiste colombienne Olga de Amaral, récemment célébrée à la Fondation Cartier. Une opulence artisanale déployée jusque sur les vêtements nimbés d'une aura précieuse. Chez Loewe, Jack McCollough et Lazaro Hernandez poursuivaient leurs expérimentations picturales sur des pantalons en cuir jaune citron ou des manteaux rouge pétard dans le droit fil de leur première collection qui célébrait déjà, l'été dernier, « une intensité chromatique et une sensualité inhérentes aux racines espagnoles de la maison », selon leurs mots, revendiquant un hédonisme et une vitalité à toute épreuve.

CAR AVEC SES SILHOUETTES AUX TEINTES VIBRANTES et ses clachs façon collages, la mode semble vouloir mettre en éveil tous les sens, procurer un plaisir immédiat. « La couleur incarne depuis toujours un optimisme qui correspond au besoin de positivité actuel, confirme Serge Carreira, maître de conférences du master Mode et Luxe à Sciences Po Paris, mais aussi l'envie d'affirmer haut et fort sa singularité. Elle s'inscrit en réaction à une période marquée par l'apogée du beige et une forme de neutralité. » Car entre la tendance au « quiet luxury » côté mode et le phénomène des « beige moms », ces mères qui fuient la couleur jusque dans les chambres d'enfants par peur d'une surstimulation, la palette des tons neutres avait atteint une popularité sans pareille. Au point de produire une forme de fatigue, d'anémie chromatique. « À force de répondre à l'injonction d'un minimalisme qui serait associé au chic, au bon goût, nous nous sommes déconnectés de notre sensorialité, explique Loren Fascianel, psycho-styliste spécialiste des couleurs et autrice de *Dopamine Dressing*⁽²⁾. La couleur, parce qu'elle est à la fois lumière, vibration et perception, est

Défilés automne-hiver 2026-2027

- 1 Patou.
- 2 Bottega Veneta.
- 3 Alaïa.





vitale pour l'homme. Elle agit sur notre énergie, notre humeur, nos comportements et plus globalement notre posture face au monde. » Cette saison, donc, comme une réponse à la morosité ambiante, elle s'impose comme un réflexe primitif, une pulsion de vie.

Et une valeur sûre pour attirer l'attention médiatique. Ainsi des tenues en cuir orange assorties portées en décembre dernier par le couple le plus en vue du moment, alias Kylie Jenner et Timothée Chalamet, lors de leur apparition à la première de *Marty Supreme*. Les couleurs chaudes jouent aussi les monochromes. Ainsi du rouge ou du fuchsia, décliné en immenses manteaux cocon chez le roi des formes épurées et sculpturales, Balenciaga (revu aujourd'hui par les lunettes roses de Pierpaolo Piccioli). Mais aussi du jaune (citron, soleil, souffre) associé à la joie et à l'optimisme (Miu Miu, Dior, Mugler...) ou encore du violet, très en vogue cette saison. « *La couleur exprime une*

forme de radicalité, un effet de surprise, poursuit Serge Carreira. *Utiliser une palette très forte et contrastée permet de se concentrer sur la ligne et sur la forme.* »

L'OBJECTIF EST DE METTRE EN LUMIÈRE, au sens propre comme au figuré, la pureté et la précision des silhouettes, comme l'expliquait à *Vogue* Albert Kriemler à propos de son vestiaire Akris tout en formes et motifs géométriques: « *Il ne s'agit pas d'être minimal, mais d'être essentiel.* » Une formule qui conviendrait également à Christopher Rodgers ou à Stella McCartney qui revisitaient les aplats de teintes chers à Piet Mondrian: une robe aux géométries contrastées pour le premier, un polo de rugby rouge et bleu pour la seconde rappelant l'énergie du sportswear. Car si la couleur est une manière de se distinguer et d'occuper l'espace, l'automne-hiver 2026-2027 pousse encore plus loin ...

“Longtemps la mode a considéré la couleur comme *vulgaire*, il ne fallait pas mélanger plus de trois teintes. Mais qui oserait demander à un peintre de limiter ainsi *sa palette* ?”

Loren Fascianel, psycho-styliste spécialiste des couleurs

... l'expression chromatique à travers des combinaisons qui électrisent le regard. « *Un look monochrome procure un véritable plaisir visuel, car il s'en dégage une impression d'harmonie,* analyse Loren Fascianel. *Mais les clashes vont apporter du rythme et du relief à la silhouette, quelque chose de joyeux et de vivant qui réveille et interpelle.* »

Chez Marni, qui a largement contribué à populariser des associations de teintes grinçantes jugées peu glamour, une parka verte et noire se porte sur une mini-robe à sequins orange, tandis que chez Acne Studios, le bleu Wedgwood s'accorde aux tons de feuille dans un esprit très anglais. Ailleurs, c'est le rouge et le rose qui auront remporté tous les suffrages. Certaines silhouettes comptent jusqu'à cinq couleurs. Ainsi de la collection Patou qui s'inspire de l'art médiéval, plus particulièrement des vitraux, et fait cohabiter sur des robes ou des tops tubes des associations lumineuses cernées de noir.

Ici, la couleur agit comme un élément « structurant » qui se combine, s'oppose, se fait écho... créant à chaque fois, et comme de manière aléatoire, sa propre mélodie. Un dialogue entre expression individuelle et harmonie collective pensée au cordeau par Guillaume Henry. Car « *ces combinaisons chromatiques envoient un message très positif de liberté,* poursuit Loren Fascianel. *Longtemps la mode a considéré la couleur comme vulgaire, il ne fallait pas mélanger plus de trois teintes. Mais qui oserait demander à un peintre de limiter ainsi sa palette ?* » Pour l'experte, posséder une variété de couleurs et de textures dans son armoire permet de cultiver une plus grande richesse sensorielle, d'être plus créatif aussi en jouant avec ces éléments selon son humeur, sa personnalité. Politique, la couleur ? C'est ce que nous rappelle le musée de l'Histoire vivante de Montreuil qui vient de lui consacrer une exposition⁽³⁾ « *montrant comment, au fil des siècles,*



les teintes ont été investies symboliquement pour porter des combats collectifs : du rouge et noir des syndicats au violet des féministes, en passant par l'arc-en-ciel LGBTQIA+. « *Le minimalisme érigé en esthétique mondialisée nous fait vivre depuis vingt-cinq ans dans une neutralité environnementale qui met notre cerveau en mode survie et génère de l'anxiété, conclut Loren Fascianel. Il est donc urgent de se réveiller de cette achromie.* »

Les endosser au quotidien pourrait témoigner d'un acte de résistance, d'une envie de se reconnecter avec le réel et de se relier aux autres, car la couleur est par essence un signe et un vecteur de communication. Loin du binarisme en noir et blanc, ou de la sécurité feutrée du beige, la mode nous invite donc ce printemps à expérimenter la dimension émotionnelle de la couleur et avec elle, l'art de la joie. Kandinsky l'avait bien compris qui, dans *Du spirituel dans l'art, et dans la peinture en particulier*⁽⁴⁾, écrivait qu'elle était le moyen d'exercer une influence directe sur l'âme, de la faire vibrer. Alors, hissons les couleurs! ●

Défilés automne-hiver 2026-2027

- 1 Jacquemus.
- 2 Akris.
- 3 Loewe.
- 4 Stella McCartney.
- 5 Marc Jacobs.

1. « Matisse, 1941-1954 », jusqu'au 26 juillet au Grand Palais, Paris 8^e.
2. Éd. Eyrolles.
3. « Couleurs, histoire du travail et des luttes », jusqu'au 31 juillet au musée de l'Histoire vivante, Montreuil (93).
4. Éd. Folio Essais.





LA FOLIE FICHU

Tombée en désuétude, cette pièce de tissu nouée autour de la tête fait cette saison un come-back magistral, déployant un imaginaire tour à tour paysan ou bourgeois. Irrésistible!

Par Charlotte BRUNEL

Sea New York le décline à gros pois et généreusement noué sous le menton. Prabal Gurung le préfère en soie rose, assorti à une robe longue savamment drapée, tandis que LaQuan Smith lui donne des airs de sous-vêtement avec sa transparence soulignée de dentelle... À New York, lors des défilés automne-hiver 2026-2027, un carré de tissu a dicté sa loi. Noué bas sur la nuque, serré sur le front, le fichu s'est imposé non pas dans sa version Riviera glamour, mais dans son acception plus utilitaire, évoquant davantage la simplicité du workwear. À Paris aussi, la tendance se confirme. Chez Givenchy, Sarah Burton construit des silhouettes autour d'un couvre-tête - en réalité un T-shirt porté en foulard imaginé par le chapelier Stephen Jones - qui donne à la silhouette une allure hiératique, voire presque médiévale. Cette saison donc, le fichu n'est plus un simple détail décoratif. Parce qu'il encadre le visage, et insuffle une certaine rigueur et dignité à la posture, cet accessoire discipline autant qu'il libère.

CE DÉPLACEMENT DU REGARD EST CENTRAL. Né d'un simple carré plié en deux, porté dès le XVIII^e siècle pour protéger la tête du soleil, du vent et de la poussière, le foulard s'impose d'abord comme un accessoire utile avant de devenir un symbole d'élégance et de sophistication. Chez Moismont, Adrien Testard revendique cette vérité première. « *Le fichu doit parler d'authenticité. À l'origine, il s'agit d'un objet utilitaire qui protège la nuque, le front, absorbe la sueur. Il accompagne le travail des champs* », poursuit le créateur, qui relie sa passion pour cette pièce à ses racines paysannes. « *Je crois que si la tendance revient aujourd'hui, c'est parce qu'on ressent le besoin d'un accessoire qui possède une fonction réelle, une histoire tangible. Le fichu n'est pas qu'un ornement : c'est un geste. Et quand on le remet sur la tête, noué simplement, on retrouve cette vérité.* » Le designer aime chiner aux puces de Saint-Ouen, collecte

draps anciens, serviettes éponge seventies. « *Je m'inspire de mouchoirs très modestes, car j'y trouve souvent des carreaux et des textures incroyables.* » Les voiles de coton sont tissés au Bengale et les impressions réalisées au cadre. Pour lui, tout se joue dans le nouage : gros nœuds visibles dans la nuque, volumes presque sculpturaux, pans laissés libres pour créer du mouvement. Le fichu peut se faire discret ou devenir architecture textile. Ainsi, en 2026, le porter relève presque d'un art. Plié en triangle et noué bas, il enferme les cheveux dans une simplicité rurale ou bohème. Roulé en bandeau serré, il dessine une ligne graphique sur le front façon danseuse. Attaché sous le menton, il cite l'imaginaire hollywoodien des stars des années 60 qui ont glamourisé sa version soie. Car cette idée du chic bourgeois, dont le foulard constitue paradoxalement l'un des plus solides attributs, n'en finit pas de fasciner l'époque. Ainsi, depuis 2021, les jeunes générations redécouvrent et détournent son esthétique à travers le style « old money » et les vidéos de « car scarf » (littéralement « foulard de voiture ») postées sur TikTok. Quand les maisons de luxe célèbrent à travers lui leur héritage. En 2025, Gucci revenait sur son foulard en soie porté par Jackie Kennedy Onassis ou Grace Kelly avec un beau livre intitulé *The Art of Silk*, tandis que Demna Gvasalia coiffait de l'emblématique modèle Flora l'un des membres de sa « Famille » pour la collection printemps-été 2026 de la maison florentine.

2



LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. FILIPPO FIORI/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT


**Défilés automne-hiver
2026-2027**

- ① Hed Mayner.
- ② Givenchy.
- ③ Moismont.
- ④ Patou

caractère, « *de jouer la touche finale spectaculaire ou de décontracter une tenue trop rigide* ».

Surtout, en 2026, le foulard en soie imprimé un peu BCBG s'hybride sur toute la silhouette. Cet automne, chez Moschino, Adrian Appiolaza l'érige en manifeste et le plie à son exercice favori : le trompe-l'œil. Paré de motifs « tête de cheval », il s'enroule autour d'un collier pour composer un top, se boutonne au dos d'une robe pour un effet cape, devient vêtement à part entière et non plus accessoire... Ailleurs, il joue les effets drapés sur une jupe façon paréo, les

superpositions dans des ensembles châles et pyjamas (Zimmermann). Car à l'heure où la mode questionne la rigidité des codes et des coupes, le foulard offre ainsi une alternative souple, adaptable, réversible et peut se porter de mille façons. « *Le carré est postulat : son statut héritage, en s'imposant à nous, pourrait nous intimider*, explique Nadège Vanhée, directrice artistique

des collections féminines de Hermès, *mais, si on l'autorise, il se glisse entre les mailles d'une gourmette pour lui servir d'écrin, se ceinture à la taille pour souligner la silhouette, s'enroule autour d'un poignet pour se transformer en bracelet, se tresse comme un cheveu, se glisse sous le vêtement comme une deuxième peau. Il est complice ; et ses motifs et couleurs, en s'entremêlant, nous offrent des nuances inédites.* »

“On ressent le besoin d'un *accessoire* qui possède une fonction réelle, *une histoire tangible*. Le fichu n'est pas qu'un ornement : *c'est un geste.*”

Adrien Testard, directeur de la création de Moismont

Même Miuccia Prada est apparue lors du final du défilé Prada un fichu rouge souligné de strass issus de ses archives, autour des épaules. C'est dire ! Car voilà, glissé autour du buste, de la taille en ceinture ou noué en gros jabot autour du cou, le foulard n'ajoute pas seulement un détail à la silhouette, il en module plutôt l'expression. Dans sa newsletter *The Cereal Aisle*, Leandra Medine Cohen annonçait dès novembre à quel point ces accessoires peuvent être « *d'une précision chirurgicale dans leur manière de communiquer* ». L'influenceuse new-yorkaise analysait comment ils sont devenus des créateurs de tenues capables d'apporter de la couleur, du

UNE PALETTE D'ÉMOTIONS AUSSI, QUI CONVOQUE LA MÉMOIRE.

« *Le foulard est une écriture sans fin d'histoires de vie* », abonde Adrien Testard dont la collection Moismont printemps-été 2026, baptisée Déclaration, revisitait les lignes d'écriture pour mieux porter un message « *entre mère et fille, entre amoureux* ». Selon lui, le succès de cet accessoire auprès des jeunes générations est perceptible dans les friperies ou cette pièce se raréfie. C'est peut-être là que réside son soft power. Le foulard circule entre générations, traverse les classes, et glisse d'un vestiaire à l'autre. Il peut ainsi provenir d'un trousseau ancien ou d'une collection d'art contemporaine, mais porte toujours des histoires intimes autant que collectives, s'offre à tous les jeux stylistiques de nouages, de superpositions, de détournements. Contre toute attente, il s'impose comme un manifeste de modernité. ●



1

Des fleurs en all-over

Pour conjurer la morosité, rien de tel que cette silhouette printanière de pied en cap.

INSPIRATIONS



2

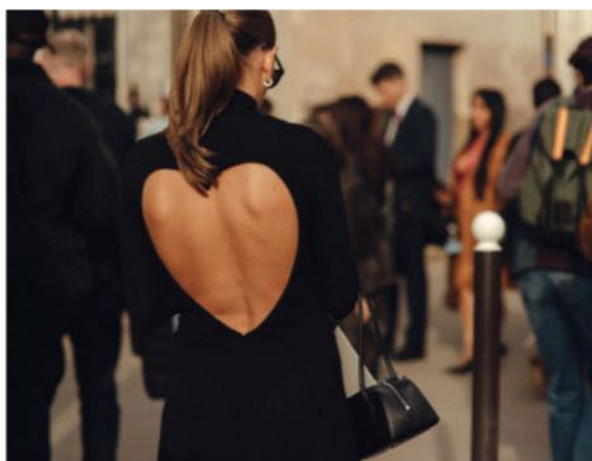
Une veste de motard

La coupe protectrice et la couleur affirmative confèrent de la puissance à l'allure.

La semaine des défilés se joue aussi hors des podiums, aux abords des shows. Où l'on croise une foule de personnalités aux looks enthousiasmants et, parfois, surprenants. Revue de détail et d'idées à copier sans attendre. *Par Nathalie DOLIVO*

3 Du vert anis

Comme ici, sur cette robe Prada. De quoi donner un coup de frais et pimper l'allure à coup sûr.



4 Un dos waouh

On ose le décolleté de dos pour joliment soigner, aussi, ses arrières!



5 Un chignon haut

Il a tout bon car il libère le visage, met en valeur les B.O. et libère la nuque. Le sourire est en option.



6 Un trench statement

Un col châte ou drapé, un volume XXL, une couleur audacieuse : l'imper joue et gagne.



7 Une robe-tablier

Elle a quitté ces derniers temps la sphère domestique et se porte désormais de jour comme de nuit pour une allure décalée.



8 Un col haut

C'est la marotte de la saison. Et une jolie manière de distiller une aura de mystère.

9

Un foulard

Il est partout, sur la tête, dans le cou, dans le dos.
On est fichu-es et puis c'est tout !





10

Un clash d'imprimés

En contrepoint d'un minimalisme parfois lassant, on peut tenter des mélanges un peu fous, comme les rayures et les pois. Sympa.



11

Un blazer d'homme

Classique et efficace, oui, mais à déridier avec une broche ornementale.



12

De l'irisé

Comme sur le défilé Chanel par Matthieu Blazy, on veut des tissus à effets iridescents et scintillants. Le côté Petit Poney de la chose.



13 Des chaussettes d'écolière

Une alternative de demi-saison aux cuissardes tout cuir. Avec la touche cosplay qui nous plaît.



14 Du print animal

Du zèbre au léopard, tout est permis. Et si possible, des pieds à la tête.

ANNA PALERMO/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT - VALENTINA VALDINOCI/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT (X2), MATTIA ARIOLI/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.



15 Des B.O. imposantes

Plutôt « old money » que bling, elles sont idéales pour réveiller une tenue sobre et donner du pepsi.



16 Du total red

Avec le violet, c'est l'autre couleur de la saison, à pratiquer sans aucune modération. Mot d'ordre : on fire !



Givenchy.



Hermès.

PODIUM

Des couleurs flamboyantes, des volumes XXL mais aussi de la légèreté et de la transparence... Les Fashion Weeks ont dévoilé une saison aussi créative que maîtrisée. Tour d'horizon. *Par Alexandra CONTI et Julie CRISTOBAL*



Chloé.



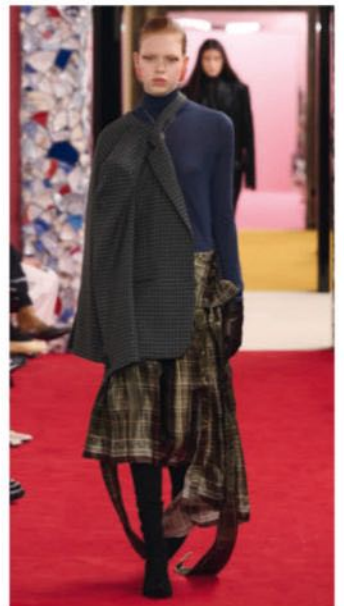
Saint Laurent.

ALESSANDRO LUCIONI/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT. UMBERTO FERRINI/LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT.

MS

ACNE STUDIOS



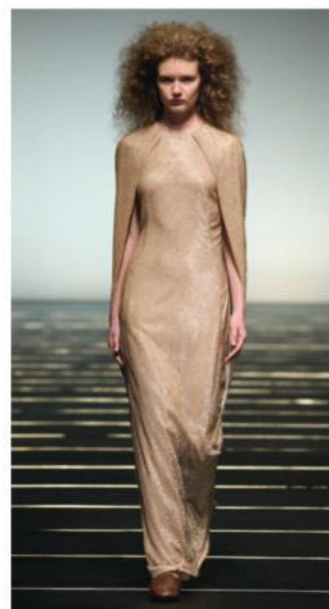
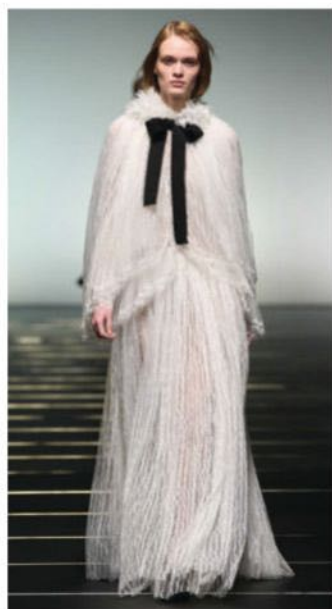
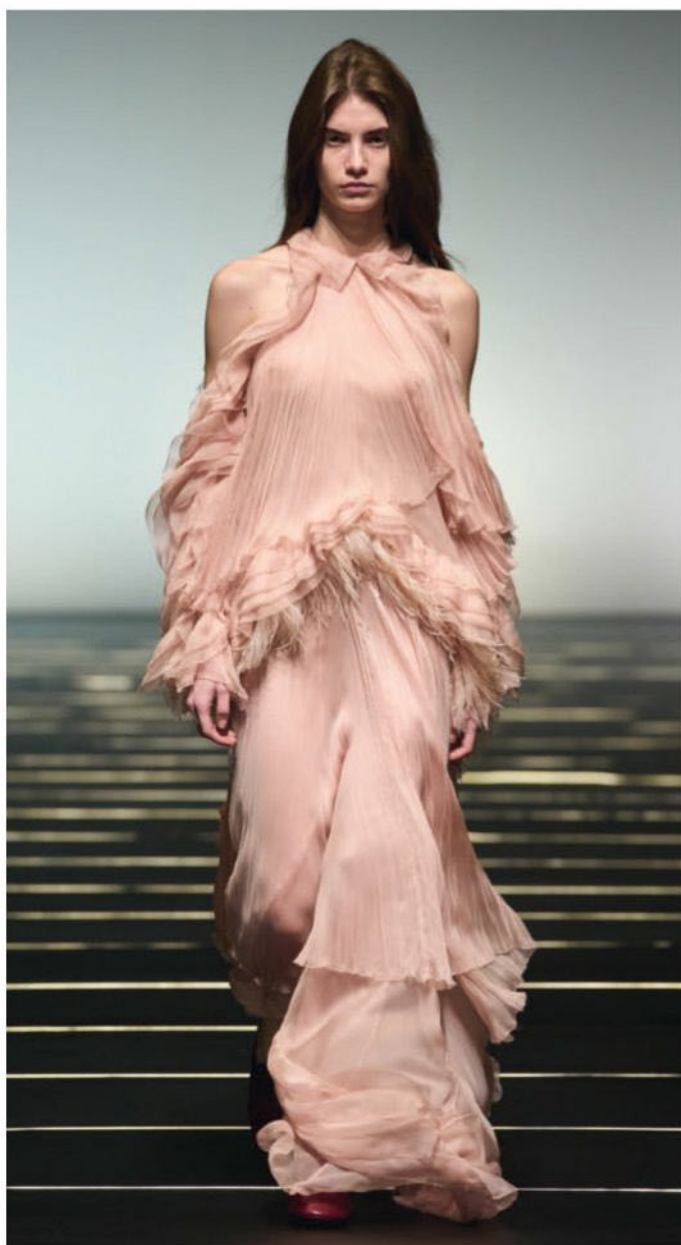


ALAÏA





ALBERTA FERRETTI



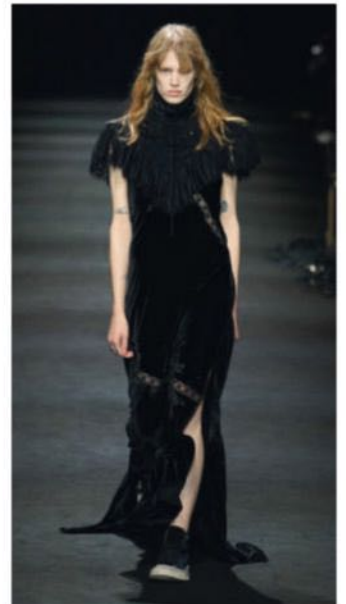
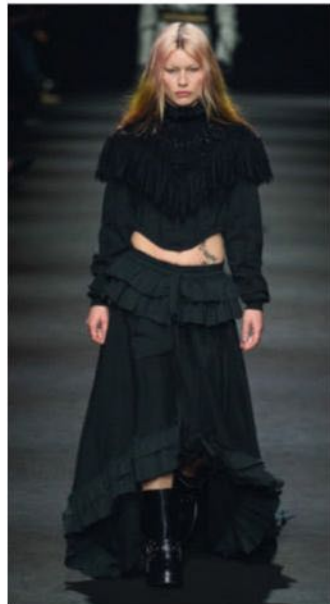
ALEXANDER McQUEEN



AMI

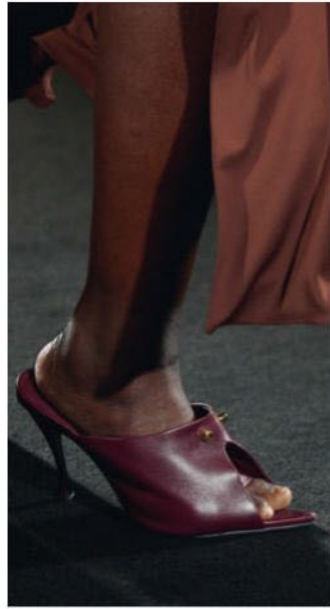


ANN DEMEULEMEESTER

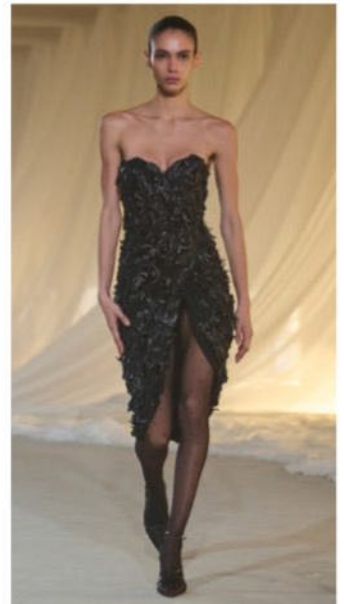
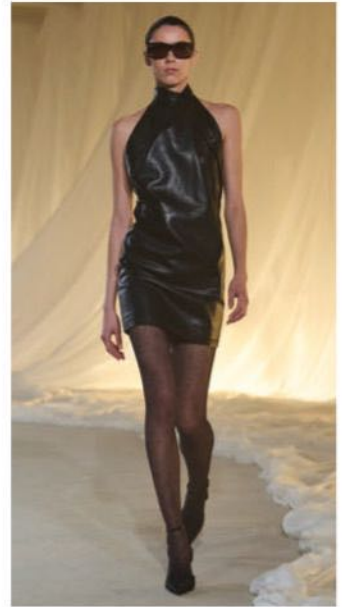
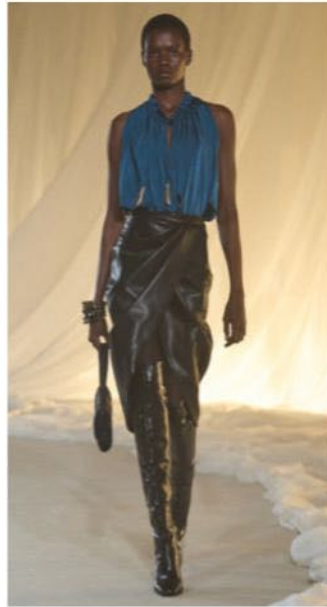


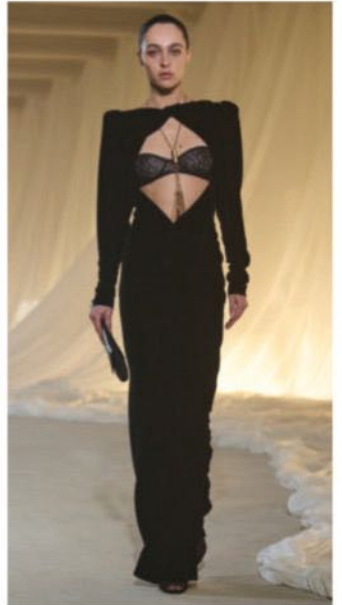
BALENCIAGA



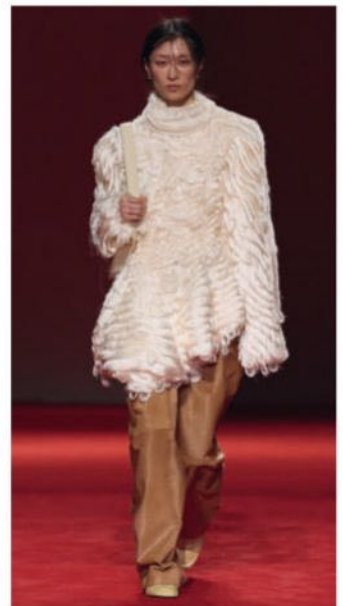
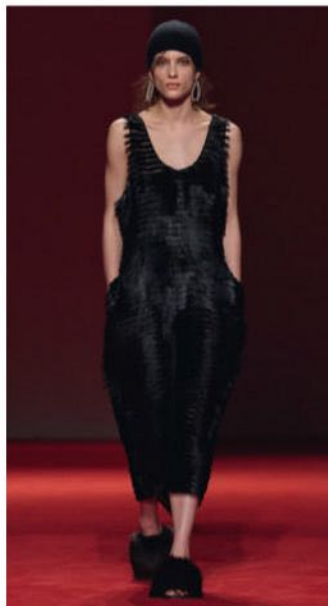
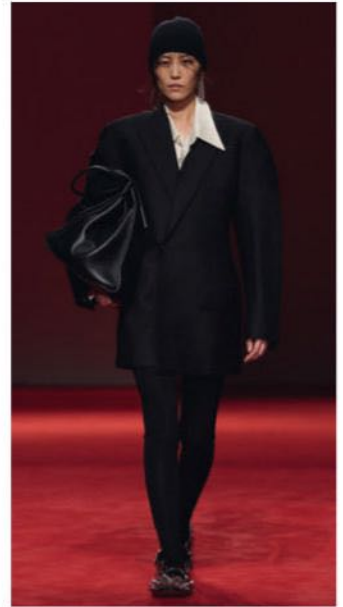


BALMAIN





BOTTEGA VENETA



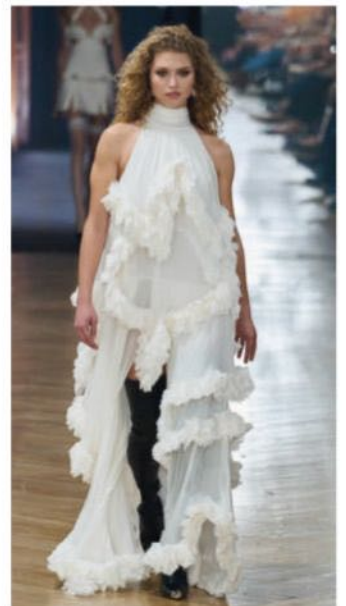
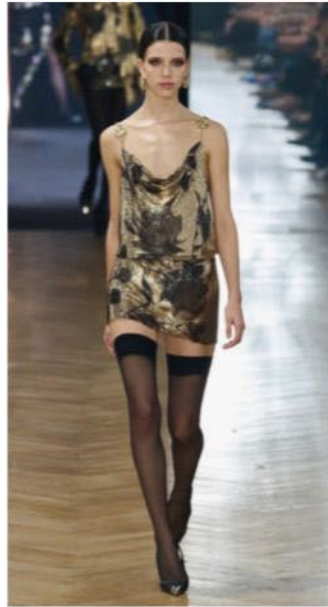


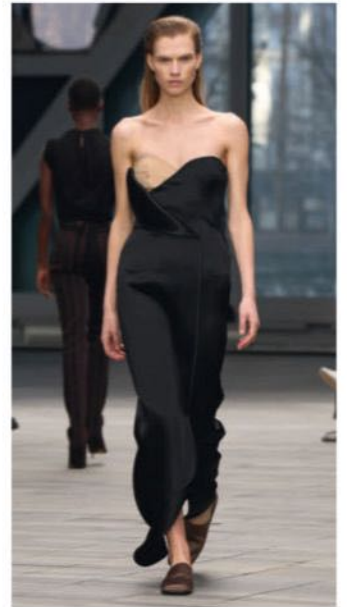
BURBERRY



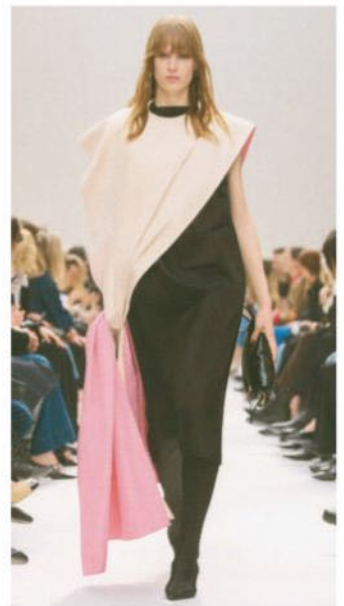
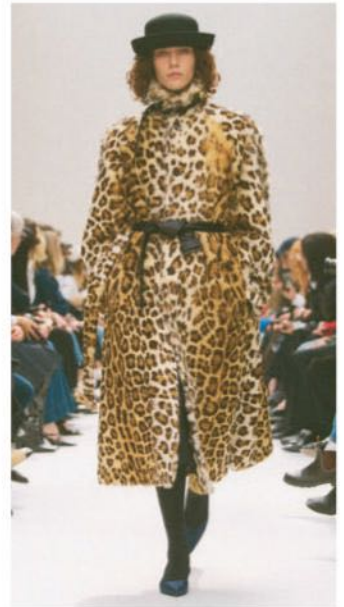


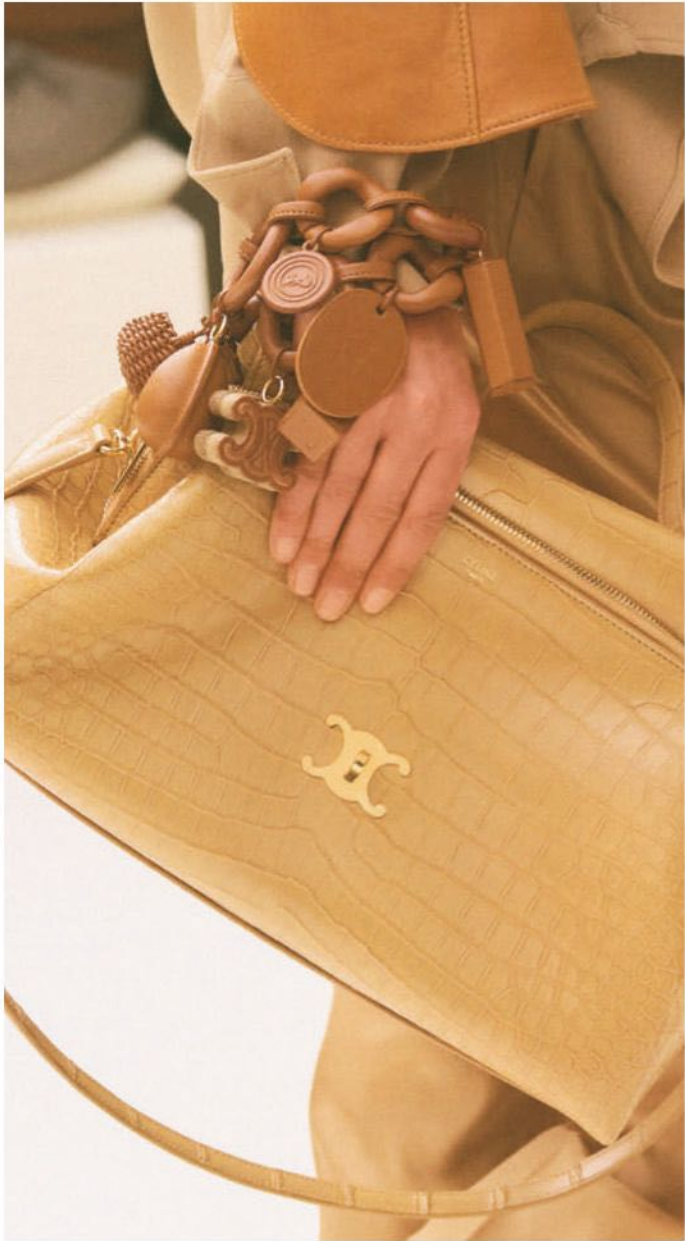
BLUMARINE





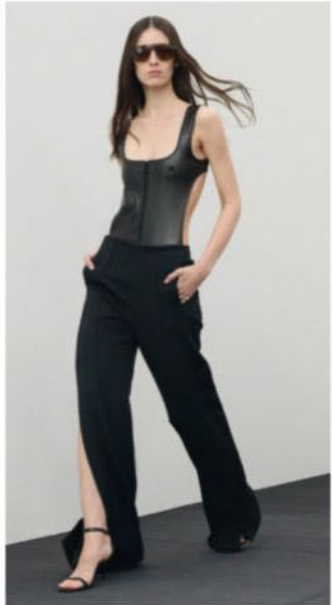
CELINE



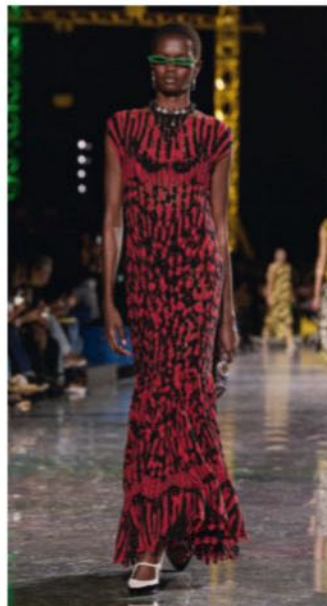
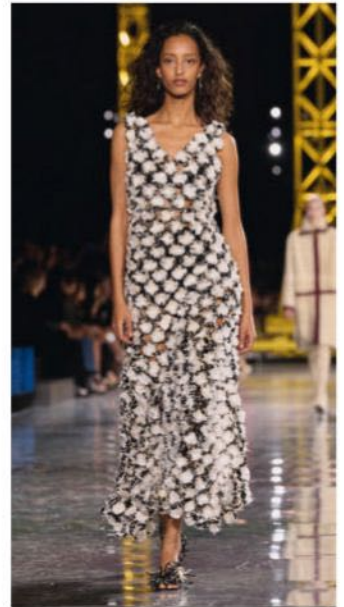


COMME DES GARÇONS





CHANEL



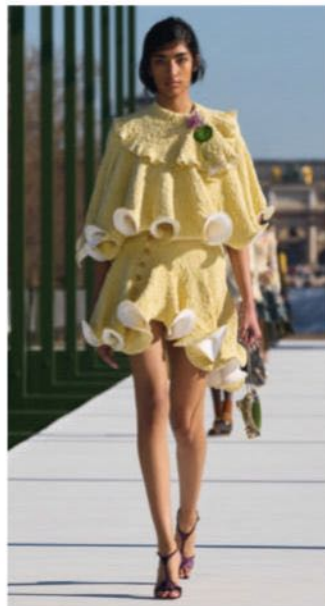
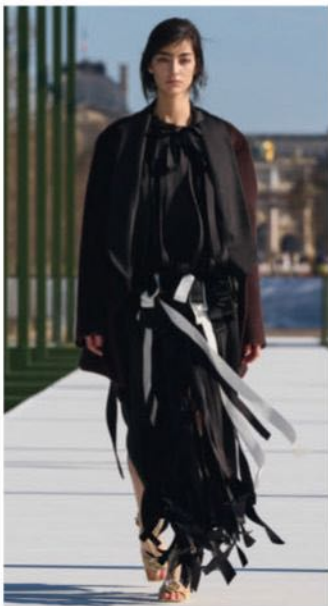
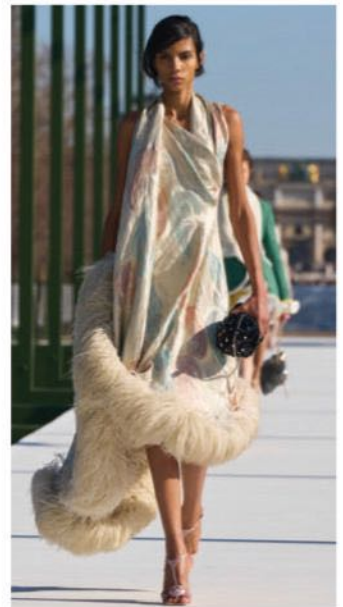
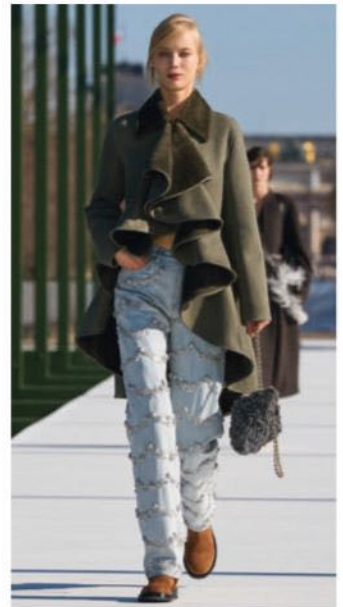
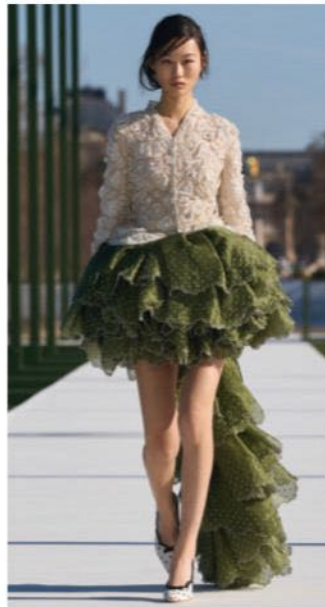


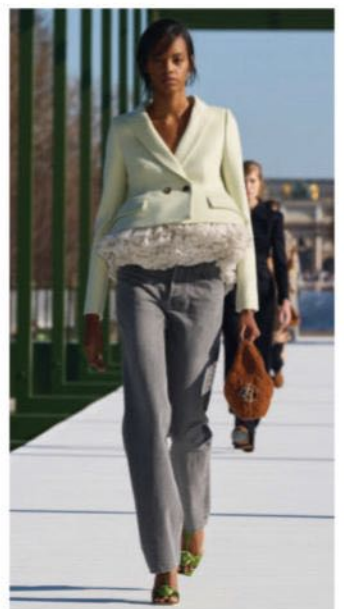
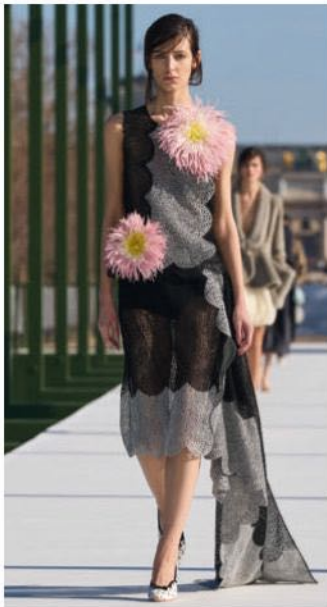
CHLOÉ



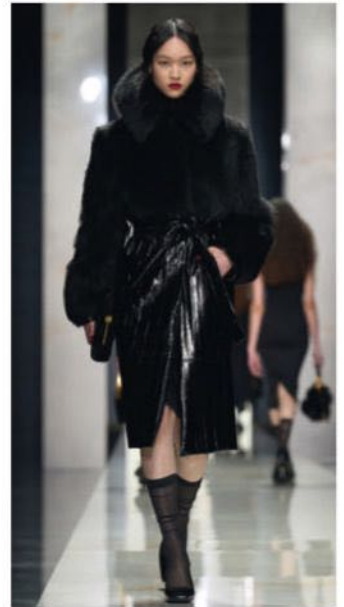
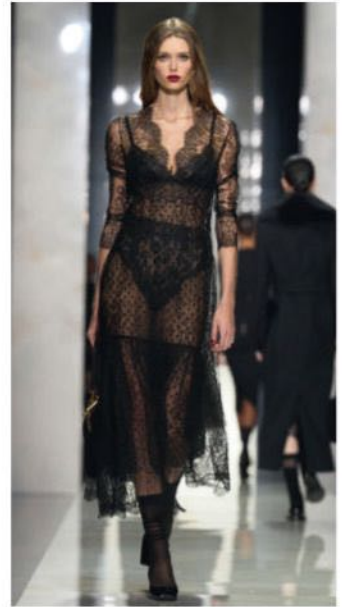


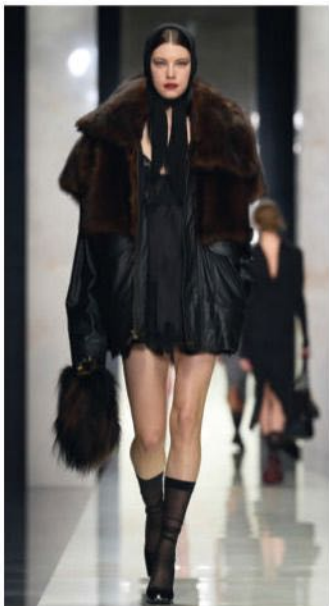
DIOR



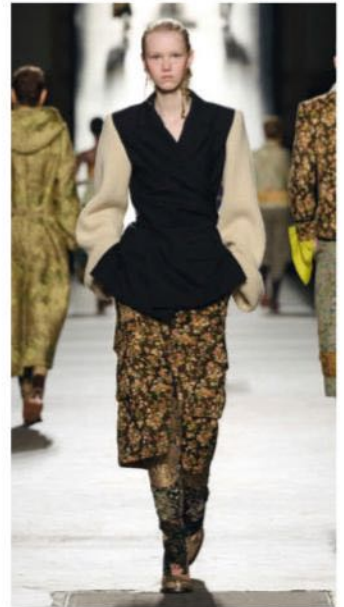


DOLCE & GABBANA





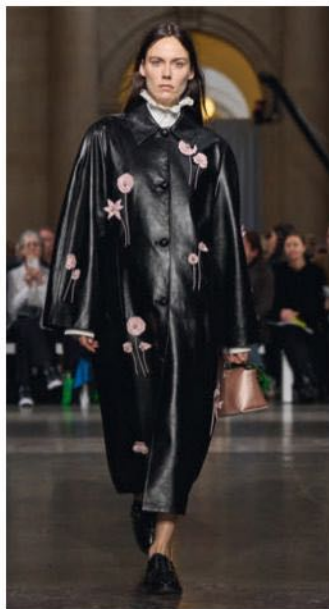
DRIES VAN NOTEN



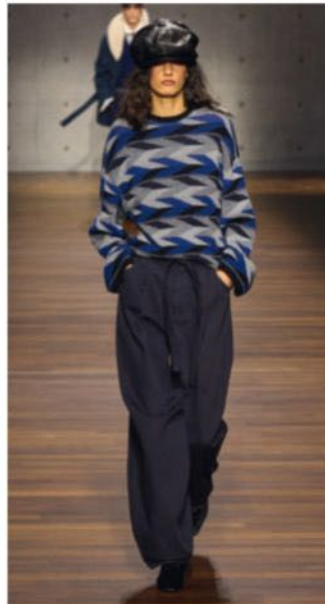
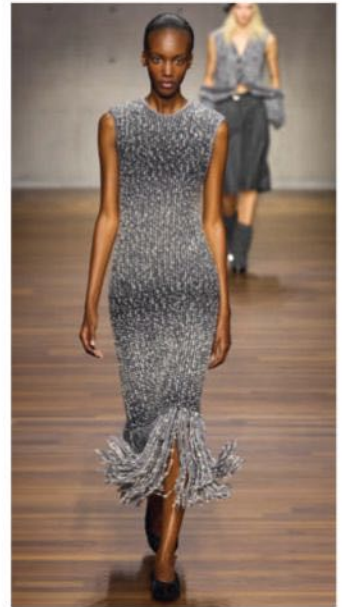


DIESEL



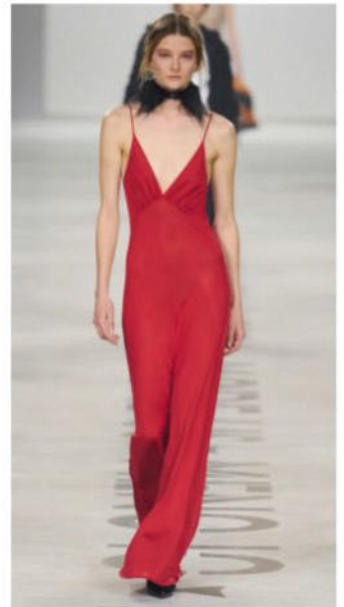
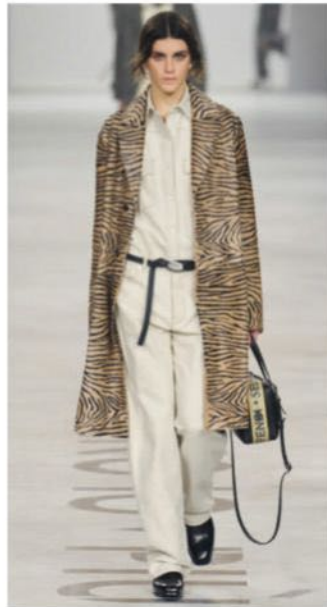
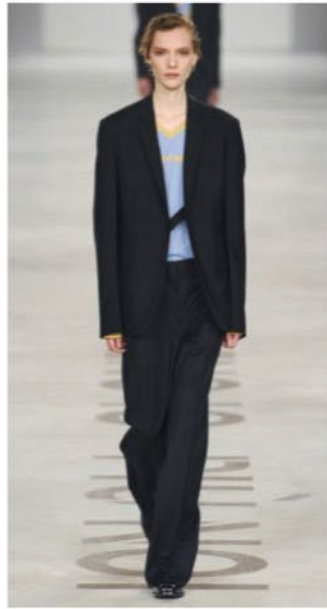
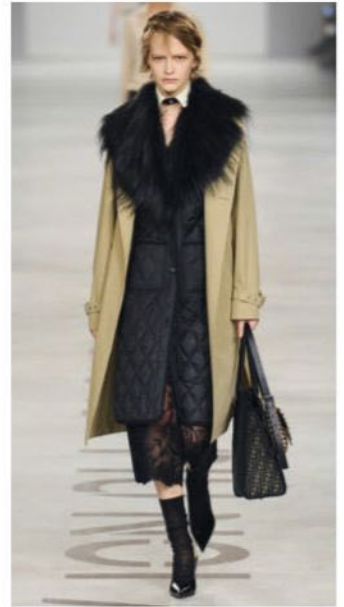
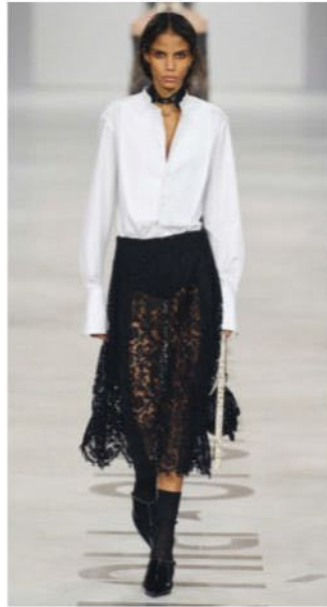


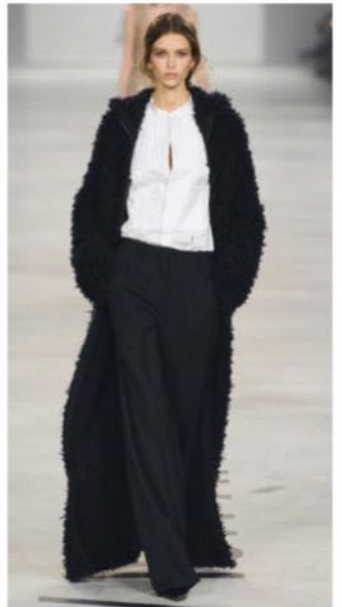
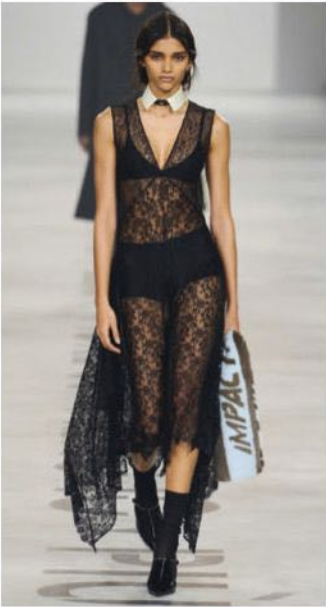
EMPORIO ARMANI





FENDI



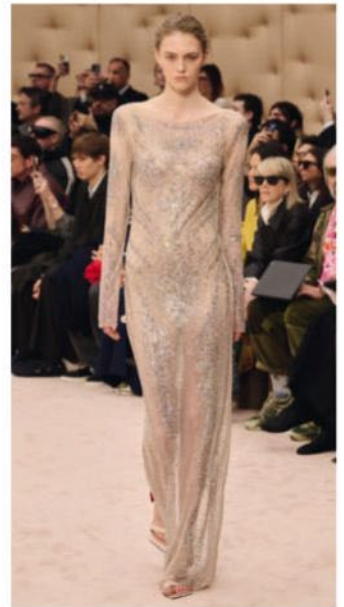


FERRAGAMO





FERRARI

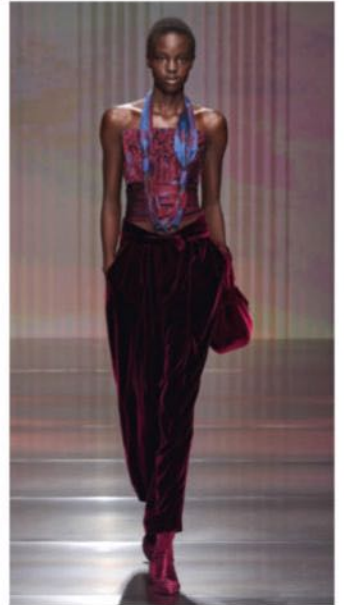


GABRIELA HEARST

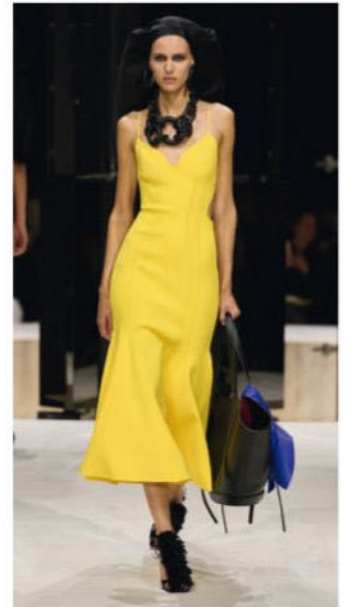
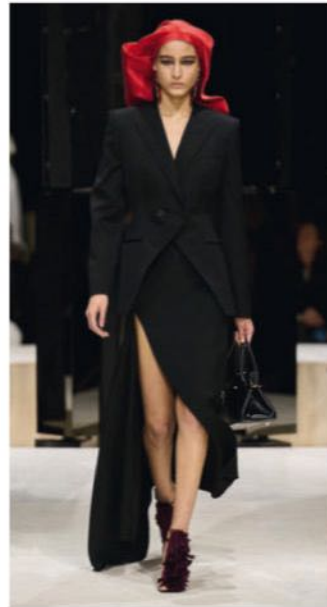
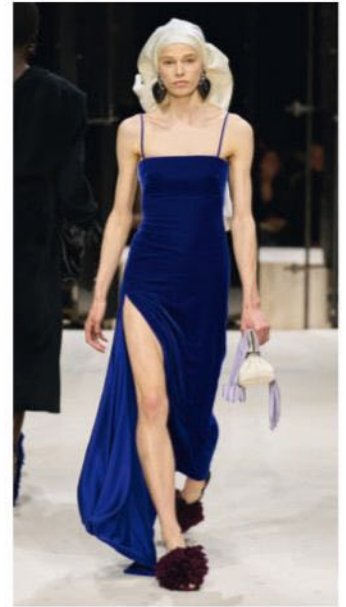
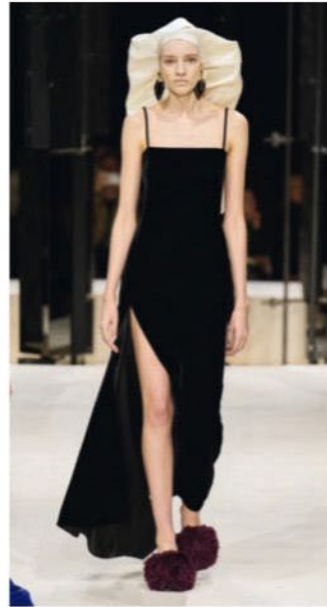


GIORGIO ARMANI



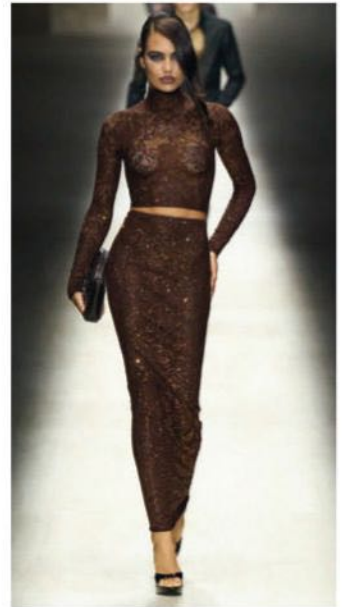


GIVENCHY



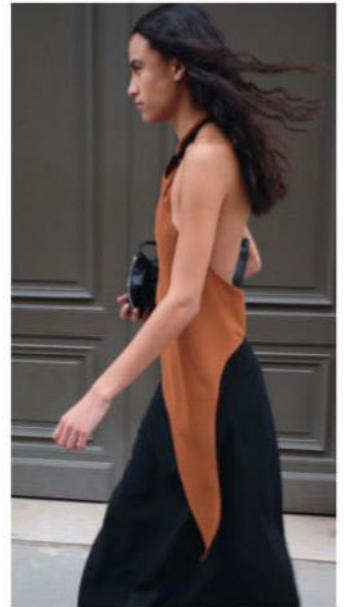


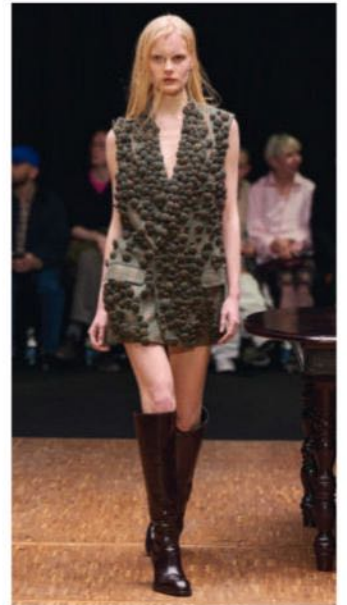
GUCCI



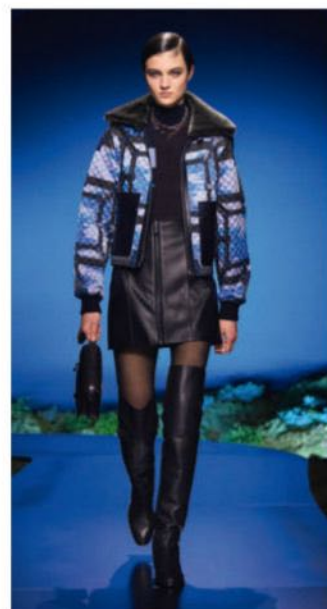


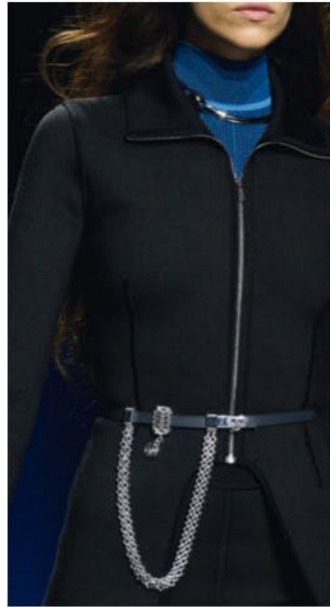
GAUCHERE



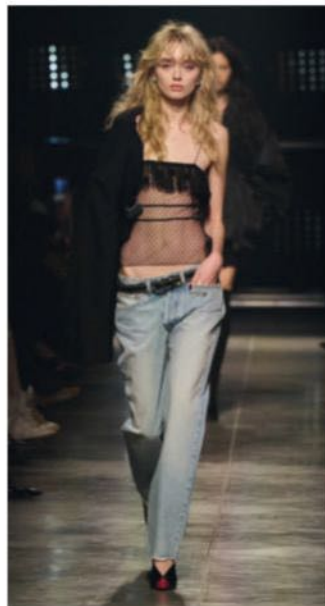
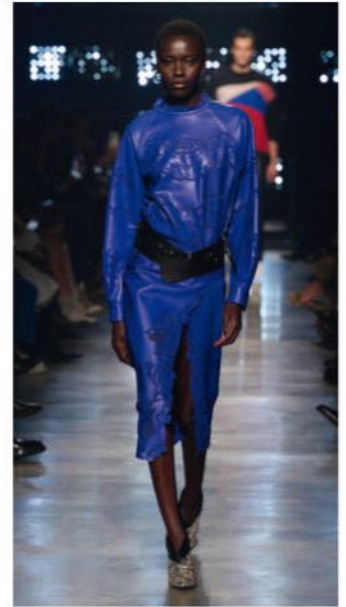


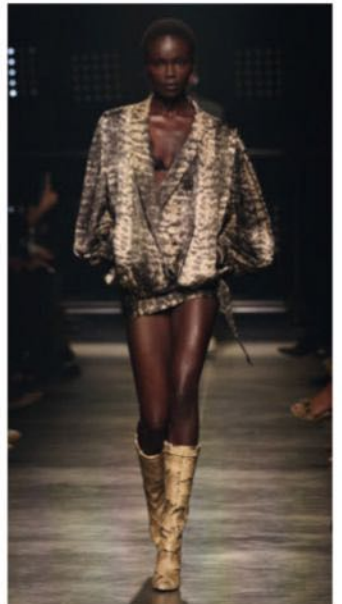
HERMÈS



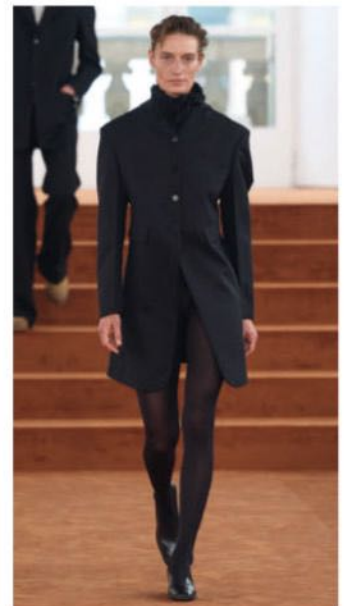
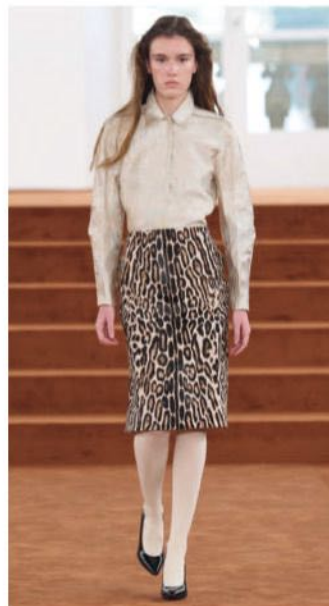
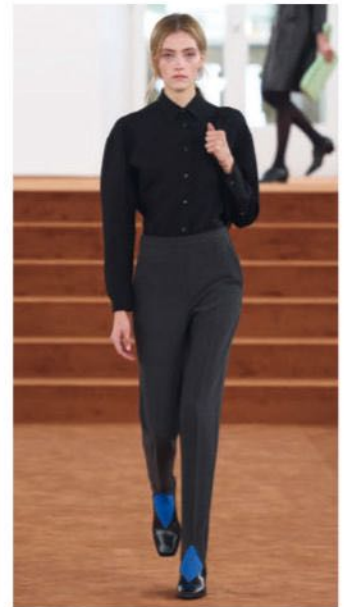


ISABEL MARANT



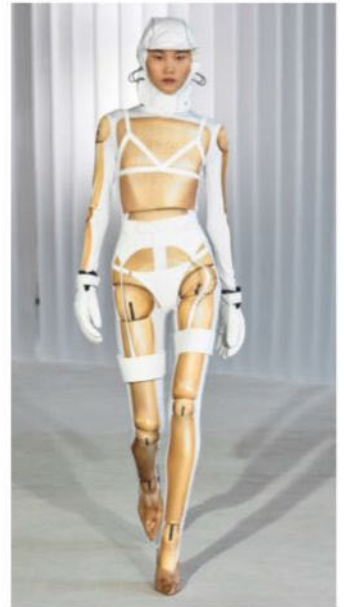


JIL SANDER





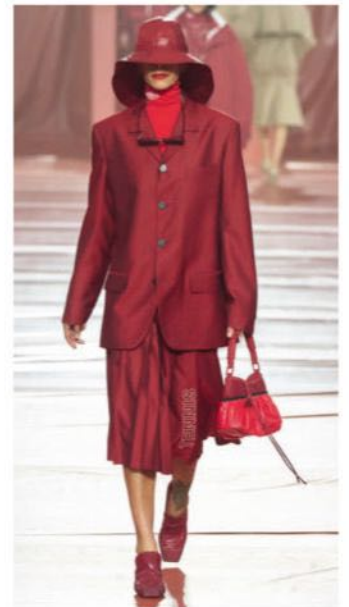
JEAN PAUL GAULTIER





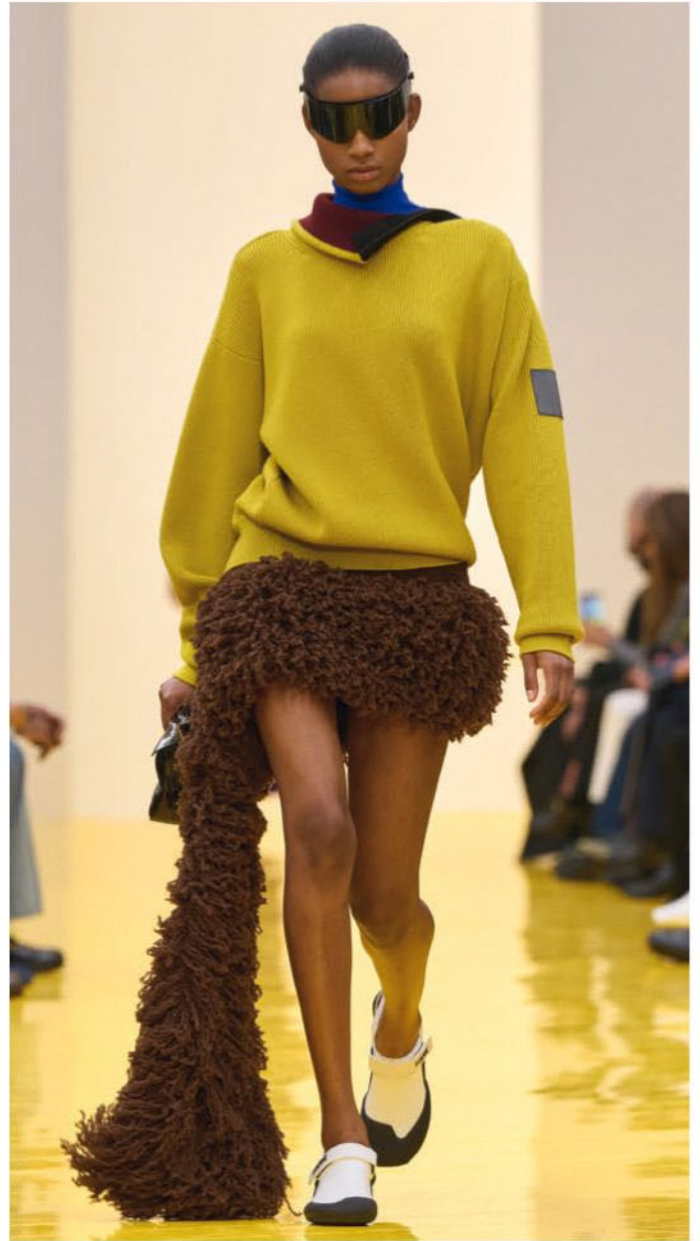
JACQUEMUS



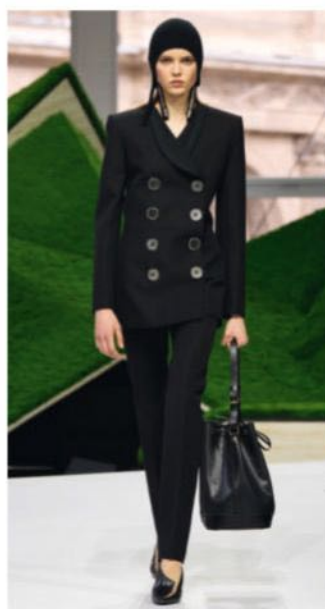
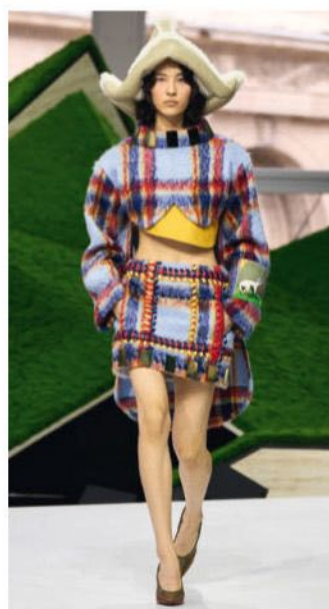
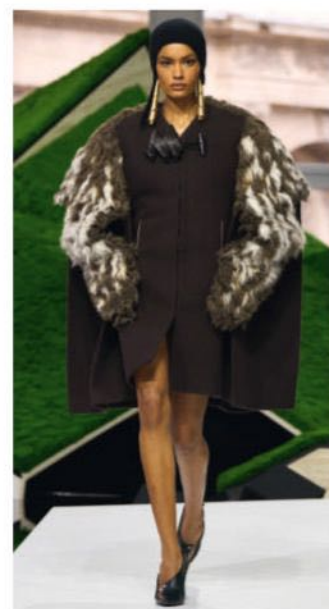
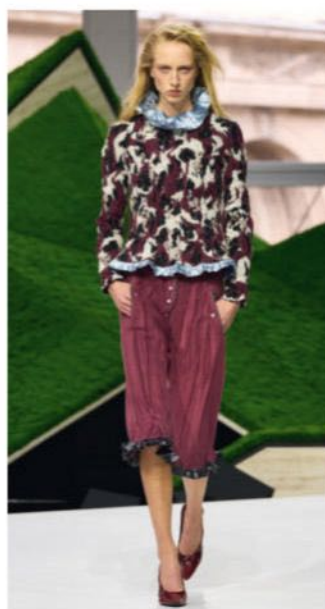


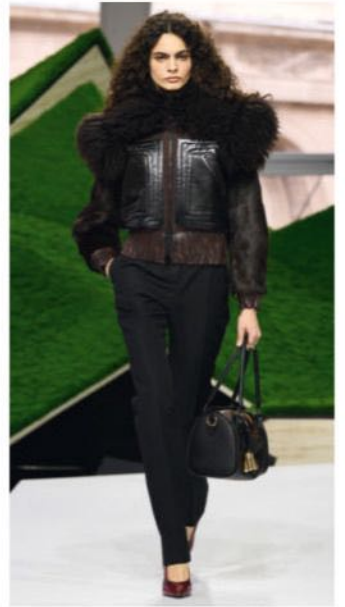
LOEWE



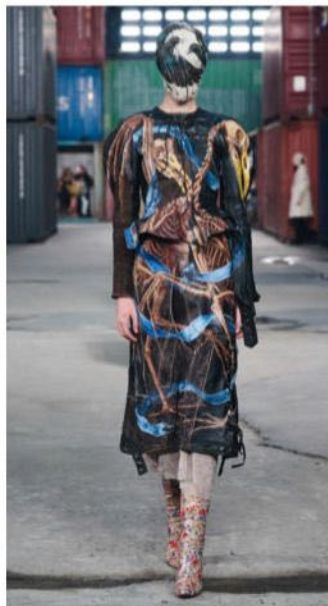


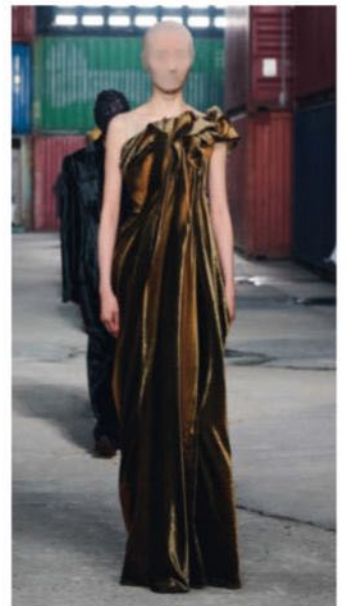
LOUIS VUITTON





MAISON MARGIELA





MARNI



MARIE ADAM-LEENAERDT



MAX MARA

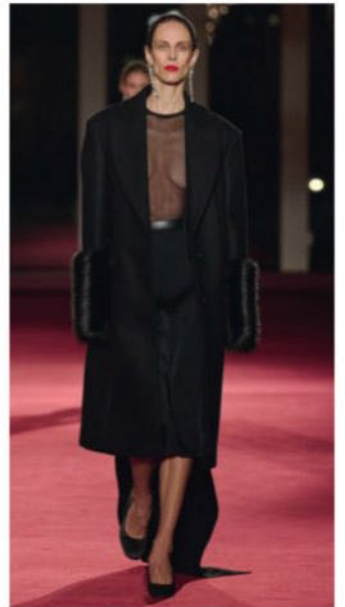
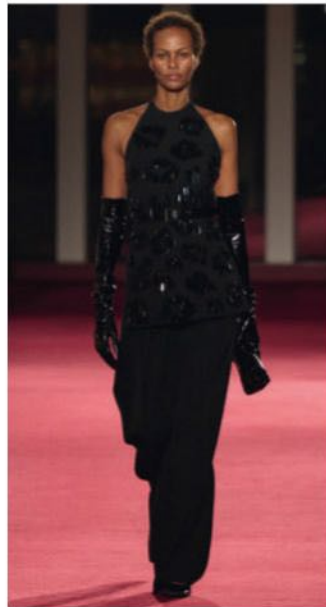




MAITREPIERRE

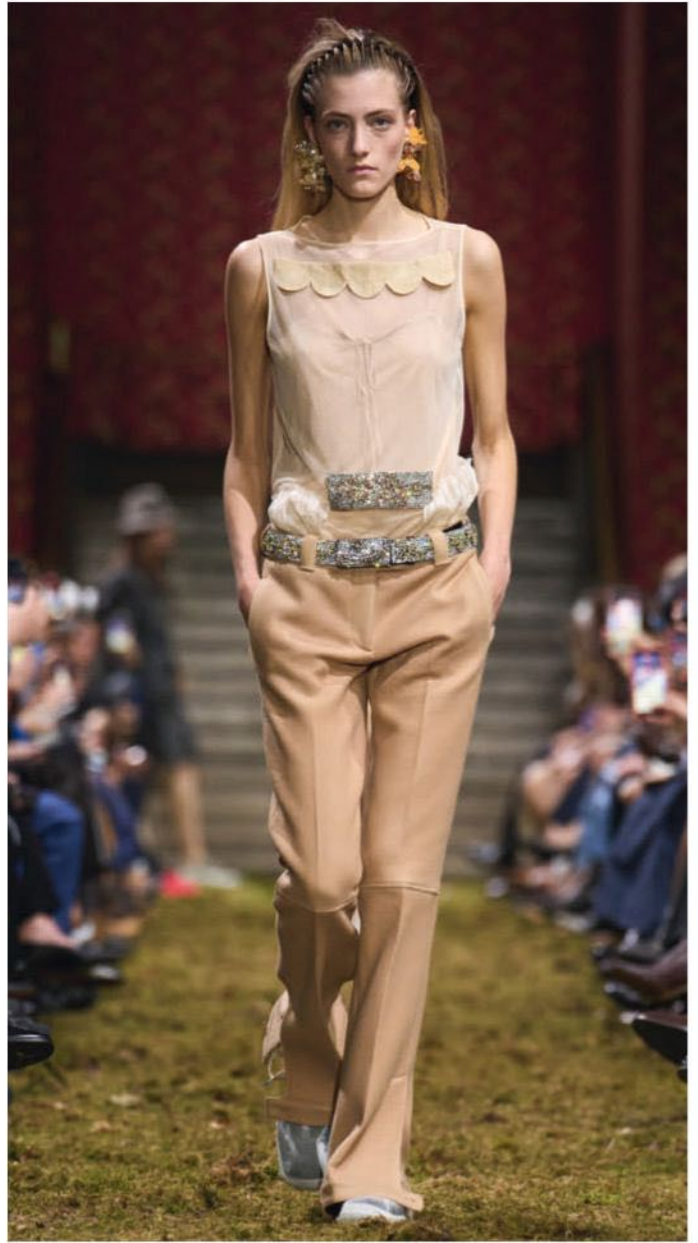


MICHAEL KORS



MIU MIU



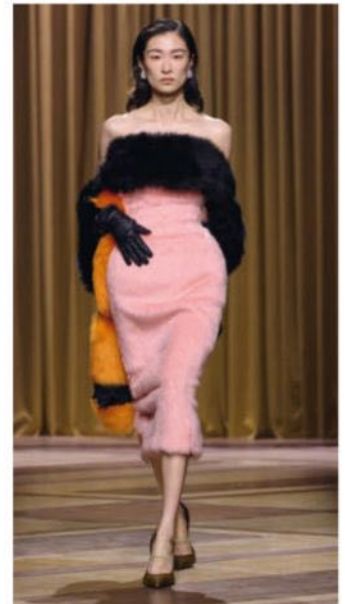


MM6



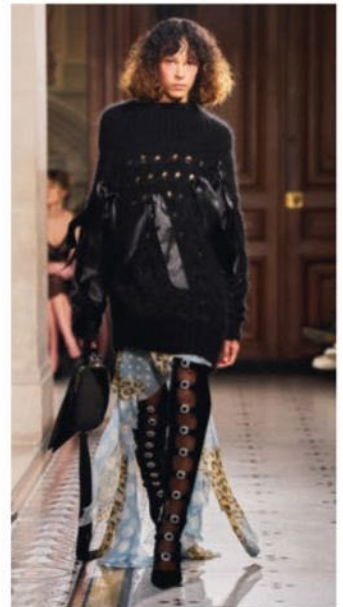
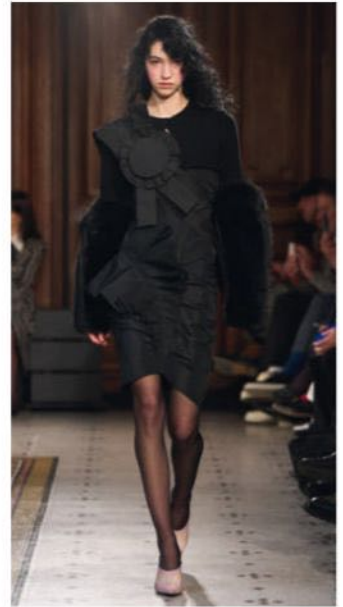


MUGLER





NINA RICCI





OTTOLINGER



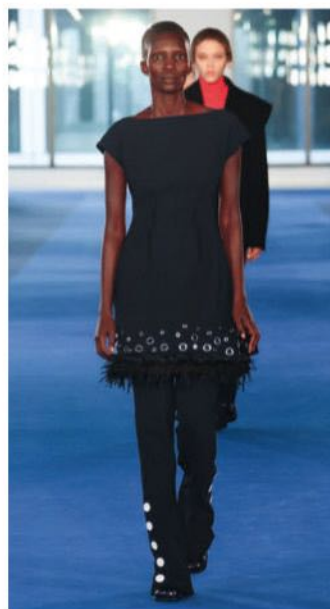
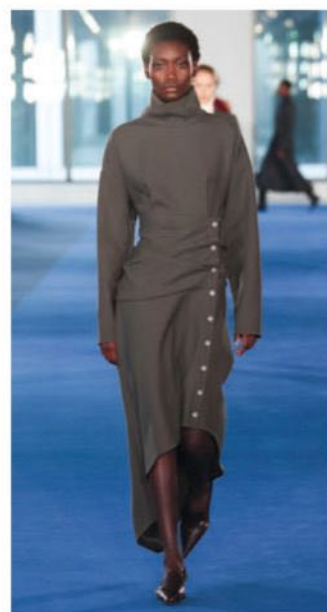


PRADA





PROENZA SCHOULER

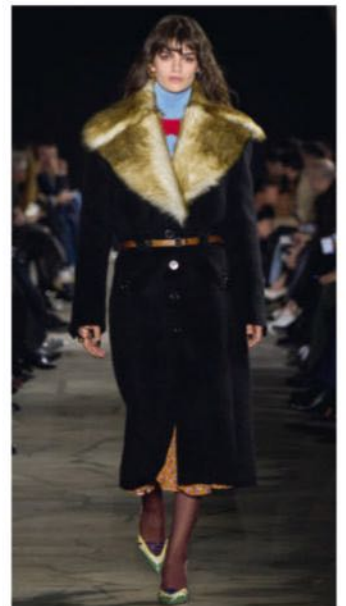
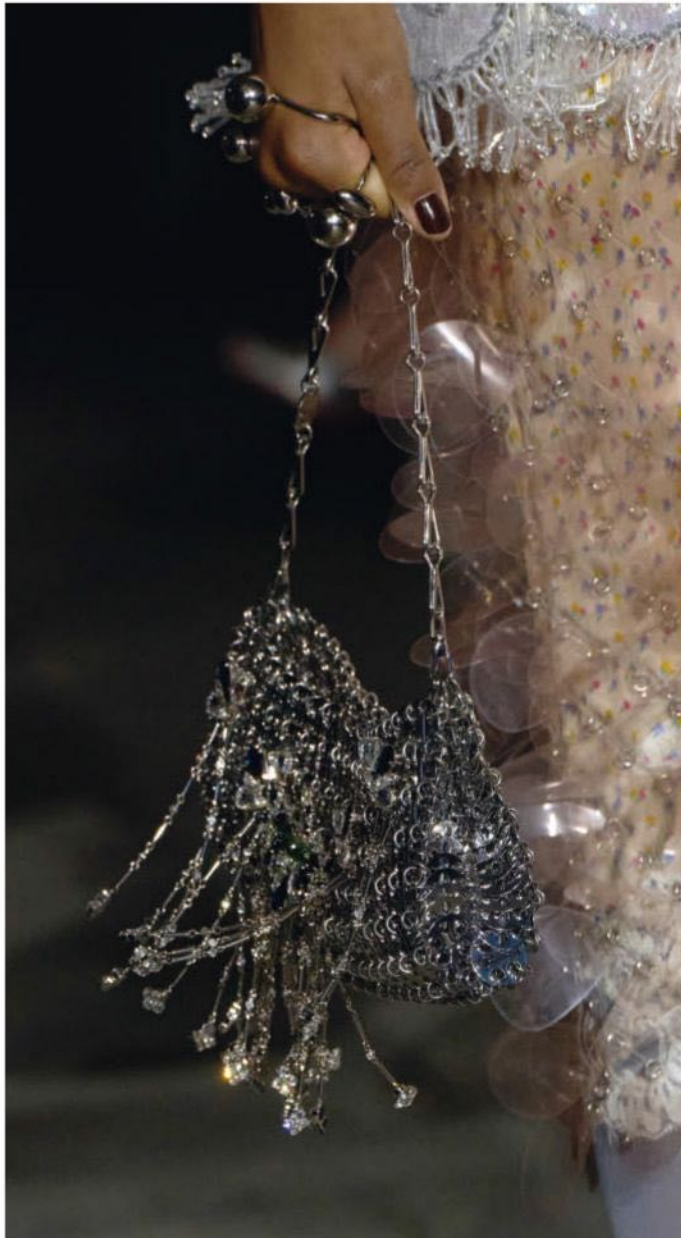
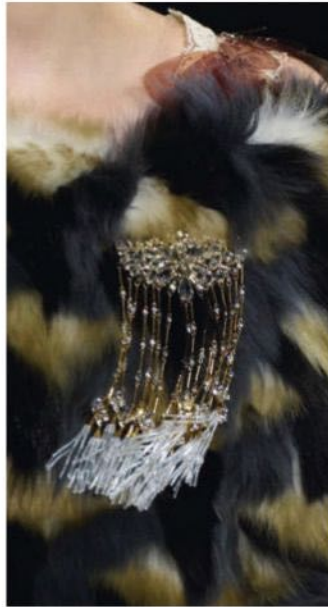


RICK OWENS

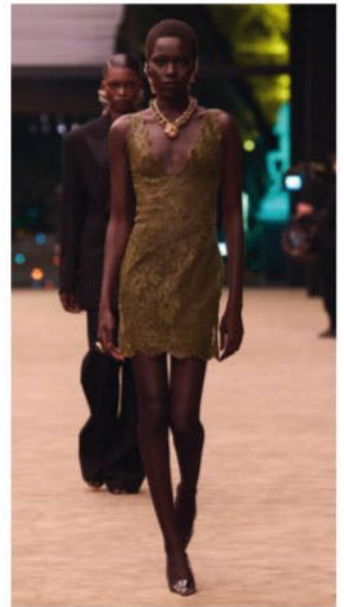
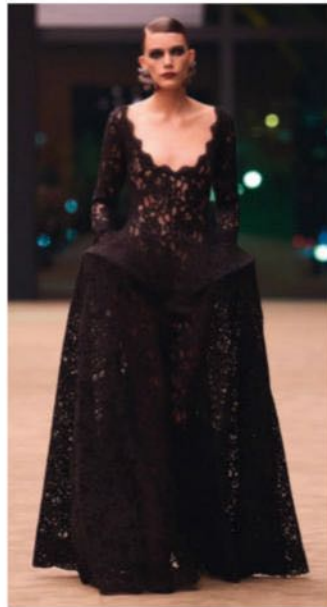
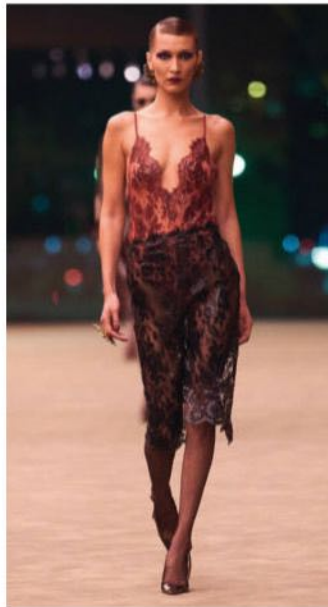
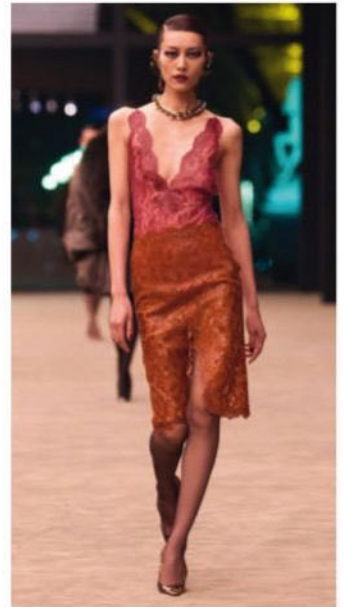
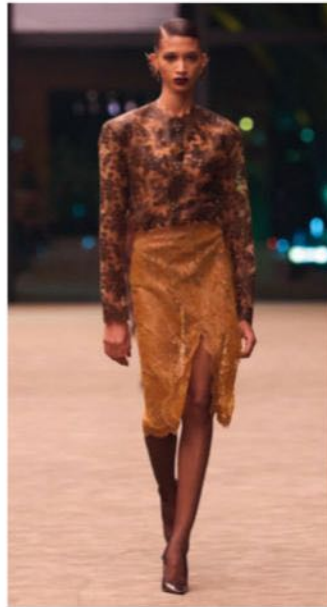
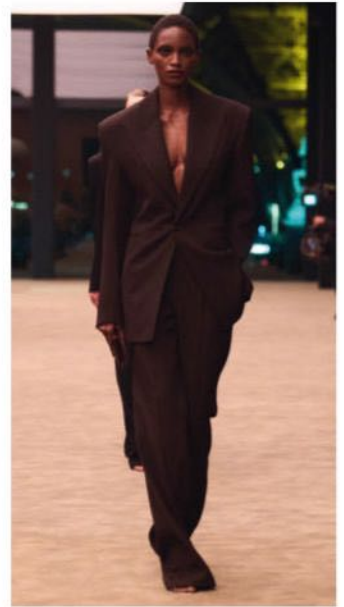
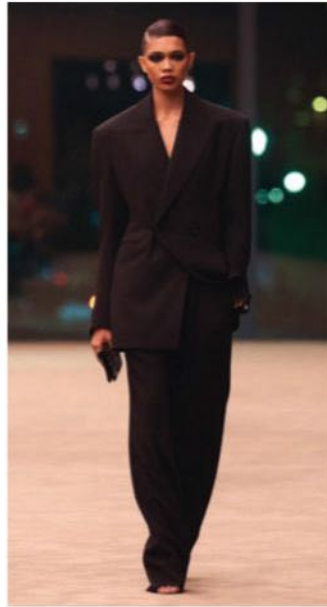


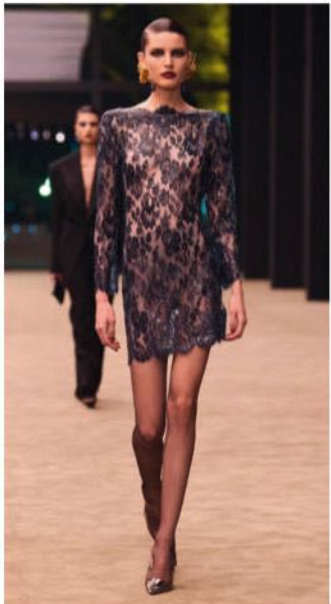
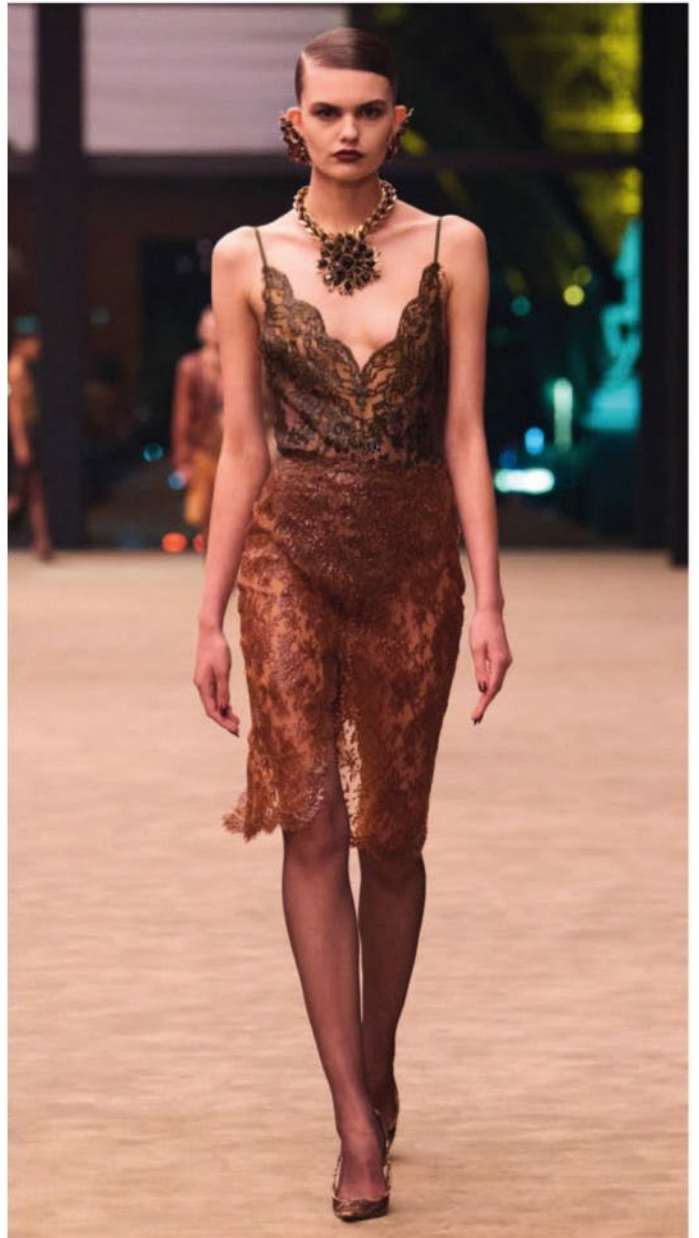
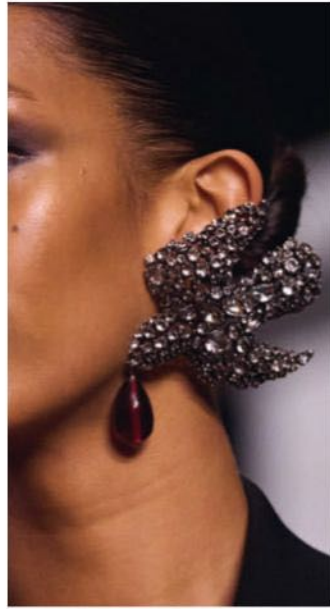
RABANNE



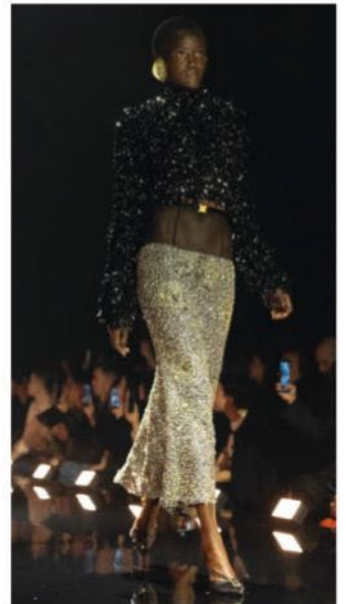


SAINT LAURENT

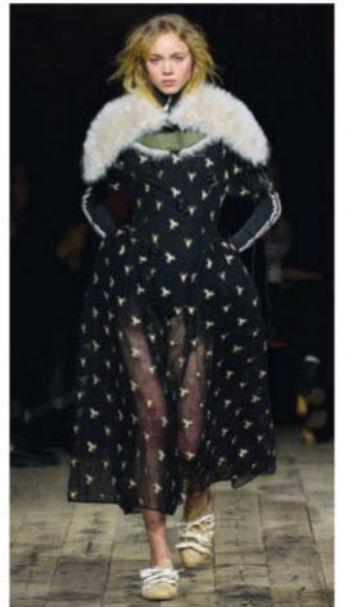
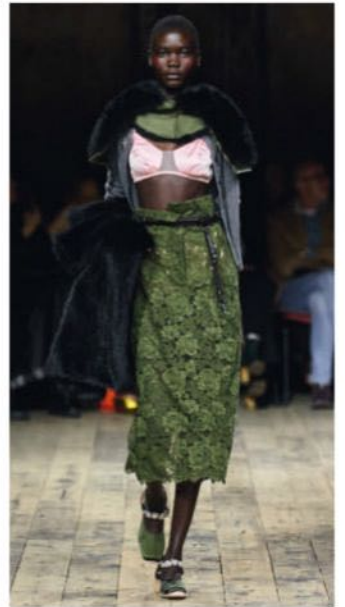




SCHIAPARELLI



SIMONE ROCHA

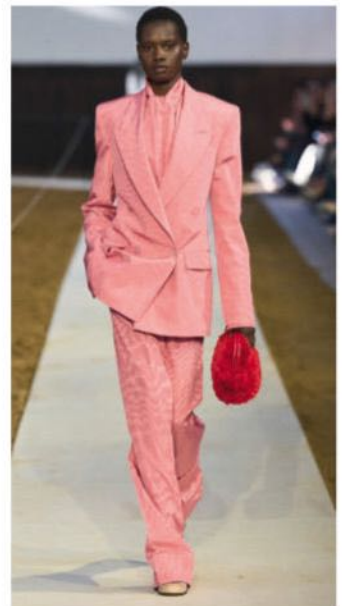
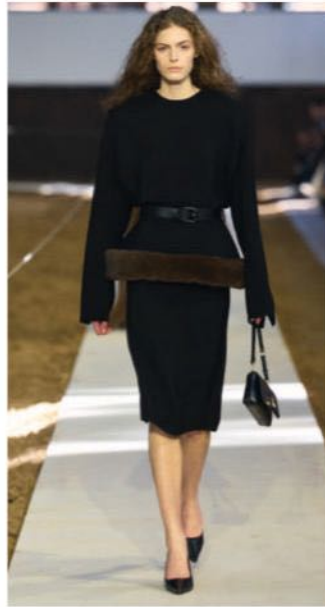


SPORTMAX





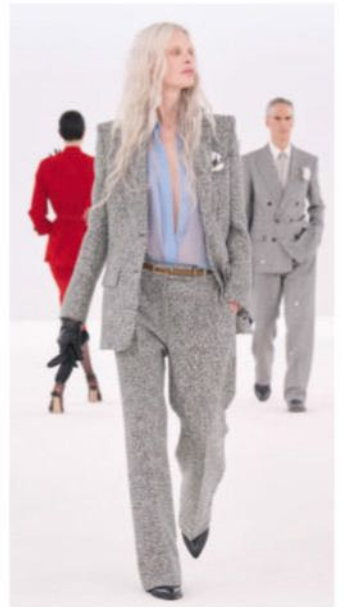
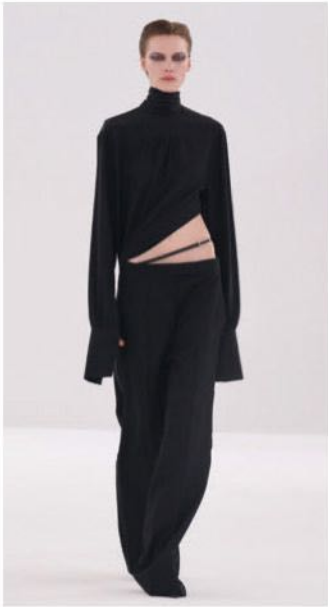
STELLA McCARTNEY



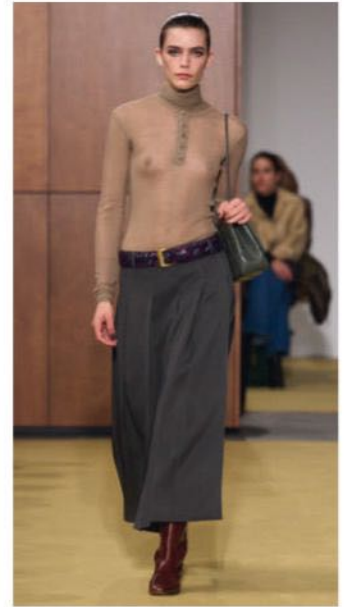


TOD'S



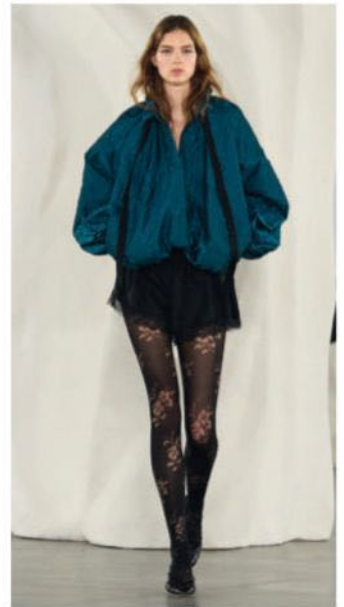
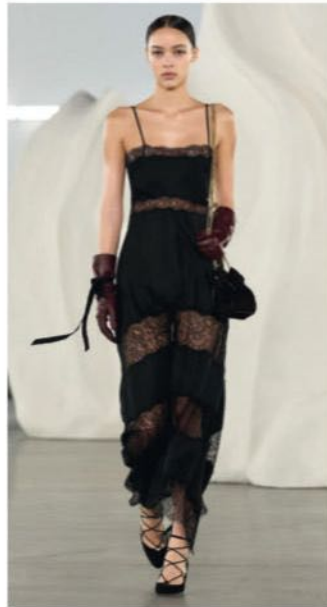


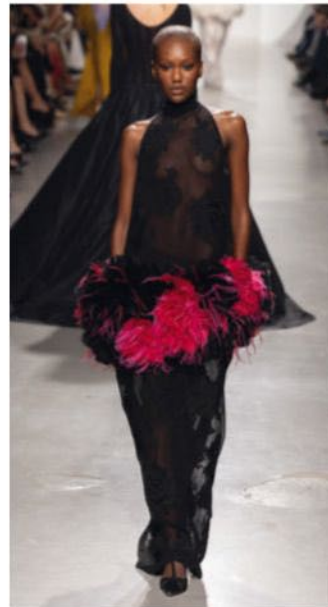
TORY BURCH



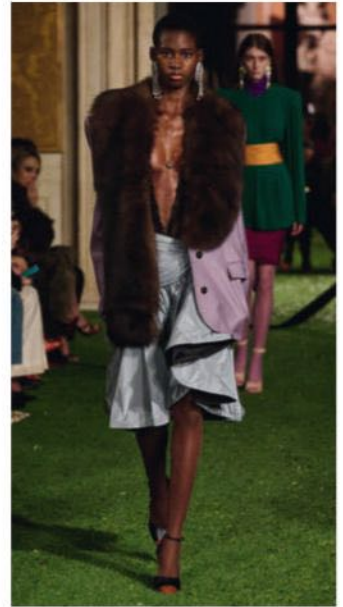


ULLA JOHNSON



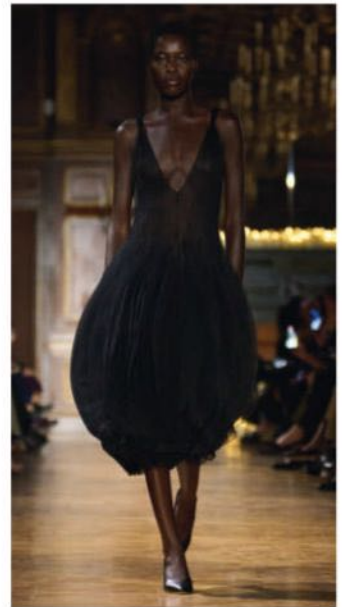


VALENTINO





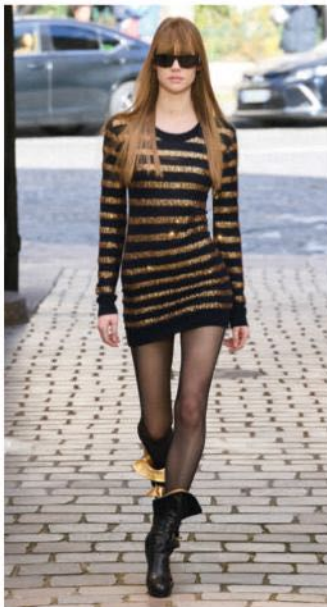
VICTORIA BECKHAM



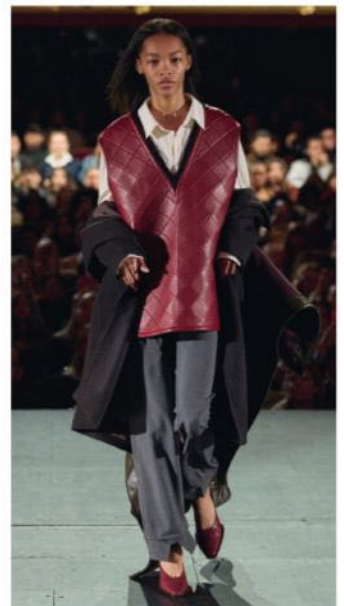
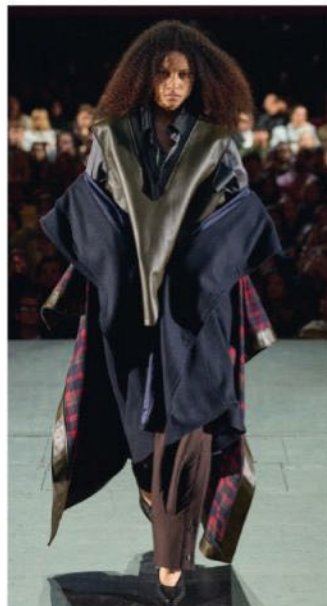
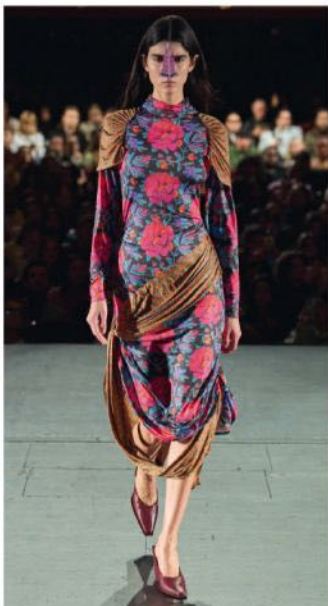
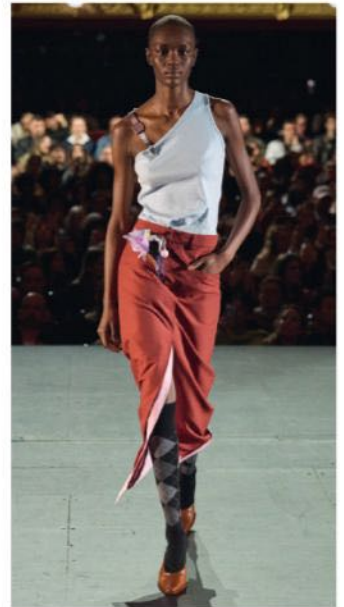


VIVIENNE WESTWOOD PAR ANDREAS KRONTHALER





ZOMER





CRISTEL
FRANCE

Ces casseroles ont une histoire



C'est dans notre usine, construite en **1826** à Fesches-le-Châtel dans le Doubs, qu'est sortie la première casserole emboutie au monde.

Deux siècles plus tard, CRISTEL décide de travailler à partir de ce produit historique pour créer son édition limitée **Bicentenaire**.



DEUX SIÈCLES
DE SAVOIR-FAIRE



BV Cert. 6019453

Photographie retouchée



Tems - Ashley Graham



SEAMASTER #AQUATERRA 30 MM
Co-Axial Master Chronometer

my little secret*



*mon petit secret