



## Peclers lance son cahier Casual Life Men

Face à la profonde mutation de la mode masculine, PeclersParis a décidé de diviser son cahier de tendances Homme en deux et de créer un nouveau cahier intitulé Casual Life Men. L'autre cahier portera sur la mode homme et évoquera des tendances à la fois globales et « plus urbaines ».



La glisse, les grands espaces : des éléments qui reviennent dans plusieurs thèmes - The Others, Instagram

« Dans la mode masculine, nous avons été marqués par différents phénomènes : la multiplication des collaborations entre des marques street et des marques authentiques comme celle entre Napapijri et Martine Rose ou The North Face et Supreme ; la vague de nouvelles lignes pour homme que ce soit chez Stella McCartney, Isabel Marant, Jacquemus ou encore l'arrivée d'Hedi Slimane chez Céline, mais aussi les contributions de Gucci, d'Acne Studio, de JW Anderson ou d'AMI aux changements liés aux questions sur le genre mais aussi à un calendrier des défilés de mode moins rigide entre l'homme et la femme », souligne Isabelle Lartigue, directrice de style de Peclers.

La place du digital joue de plus en plus un rôle central à la fois comme prescripteur et comme laboratoire d'idées. « Tout cela nous amène à une mode masculine plus libre, plus assurée et éduquée », estime l'experte. Parmi les inspirations fortes de l'automne-hiver 2018-2019, Peclers met en avant trois thèmes : le "work premium" qui plaide pour la fonctionnalité, le confort et s'inscrit dans une mode durable devenue "normale" ;

fr.fashionnetwork.com  
Pays : France  
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

"l'outdoor street", son attitude plus cool et ses volumes plus loose et "l'athleisure" qui brouille les territoires et met en valeur le bien-être par la performance.

Le bureau de style a sélectionné deux "archéstyles" qui combinent différents archétypes parmi la douzaine de la saison. Le premier, "chill & free", est une combinaison de l'aventurier, de l'amoureux de la nature et du rebelle. Cette figure masculine, plus radicale dans ses choix que les saisons précédentes, se rattache à l'univers de la glisse et de l'outdoor. A la recherche d'expériences plurielles, cet homme-là tient à les conjuguer en étant le plus "éco-conscient" possible. Alex Olson semble parfaitement illustrer ce courant. Ce designer activiste américain, fils de Steve un célèbre skate boarder, compte de nombreux followers sur les réseaux sociaux.



Alex Olson, designer activiste, incarne le "chill & free" - Alex Olson

fr.fashionnetwork.com  
Pays : France  
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

L'autre "archéstyle" mis en avant par Peclers lors de cette présentation est "hip & trendy" qui est un savant mélange entre le séducteur, le rebelle et le connaisseur. C'est le profil le plus proche des millennials : il aime la mode mais il s'affirme de plus en plus comme non conformiste. Initié, moins show off, il s'amuse à jouer avec les codes. On en voit d'ailleurs certains aux abords des défilés de mode masculine. Ce client des espaces de co-working apprécie des collaborations comme celle entre Nike et Virgil Abloh. S'il est déjà parent, ce nouveau père n'hésite pas à faire de son enfant "un mini moi" au look très étudié.

En parallèle, Isabelle Lartigue a évoqué plus en détails deux "histoires de mode" sur les cinq de la saison. Tout d'abord, "Made in folk" et son esthétique hybride, qui se réfère à des jeunes qui voyagent plus que jamais et se nourrissent d'influences protéiformes. Ils apprécient les savoir-faire et le local dans ce monde globalisé. Cette histoire fait référence notamment : au flagship de Calvin Klein sur Madison Avenue à New York qui a fait peau neuve l'année dernière où le jaune domine et des éléments néo-folk viennent ponctuer l'ensemble, aux motifs aux crochets de JW Anderson ou à la grosse "écharpe-plaid" d'Acne Studio. Les trois produits phares sont le maxi-pull, la veste doublure et le top outdoor.



Hipster réparant un vêtement : le réparer plutôt que jeter ou consommer cher à Patagonia - Patagonia

Enfin, la seconde histoire s'intitule "high vitality". L'influence du sport actif et de l'outdoor sur le quotidien s'incarne dans cette histoire qui revendique un esprit sain dans un corps sain. A la fois "healthy et connectée", cette mouvance inclut notamment des pièces, des ambiances issues des collections de Stone Island, Paul Smith, Balenciaga, Lanvin ou de la collaboration entre Columbia et Kith. Les pièces fortes de ce thème sont la maxi-doudoune, le "sweat en grosse pièce" et le tee-shirt tech.