



L'AIR DU TEMPS



A 43 ans, on peut dire que Victoria n'aura raté aucune tendance. Quand, il y a deux ans, elle confie au *Telegraph* : « Je ne supporte plus les talons, en tout cas quand je travaille. Je voyage beaucoup, les vêtements doivent être simples et faciles à vivre. »

P

Pas un défilé où, désormais, on ne voit des rédactrices balancer leur mocamule en bout de pied. En 2015, pourtant, quand le styliste Alessandro Michele lance ses chaussures entre mocassins et mules à fourrure, chez Gucci, quelques dents grincent dans les couloirs, en interne. Quatre ans plus tard, cependant, tout le monde s'incline devant son talent de visionnaire. Désormais, le modèle baptisé Princetown est reconduit chaque saison. Un hipster anonyme témoigne : « C'est un peu le sabot contemporain. Facile à enfiler, à porter et confortable comme un chausson, mais avec un look. » Confort : le nouveau mot-clé de la mode est lancé.

Au pays de ce qui fut longtemps un univers de contraintes – tailles sanglées, escarpins fétichistes à talons de 14 cm, matières quasi rigides de créateurs japonais sans concession – le concept du bien-être fait fureur. Qu'on le veuille ou non, Geox, réputé pour ses semelles microporeuses qui laissent « respirer le pied », s'allie sans cesse de nouvelles adeptes en France, au point d'avoir veillé à recruter, pour coller à la tendance, un nouveau styliste napolitain pointu : Ernesto Esposito. Pour ce dernier, on ne s'en cache pas : « Le confort est l'argument marketing qui monte. Nous ciblons une clientèle de femmes actives qui voyagent, bougent et veulent se sentir bien avec des talons. » Même ressenti pour la créatrice de chaussures espagnole d'origine japonaise Chie Mihara, qui a étudié chez un orthopédiste pour travailler ses cambrures, semelles et coussinets intérieurs. « Notre cliente haut de gamme plébiscite un nouveau type de promesse, jadis méprisée sur ce secteur. La mode et le luxe peuvent enfin s'associer au

LA MODE

100 % CONFORT

Et si la tendance nous permettait de mieux bouger ? En 2018, le bien-être est devenu le nouvel argument fashion des stars. Simple et basique.

confort ». Un attaché de presse d'une célèbre marque de prêt-à-porter lance : « Mi-février au salon Première Vision (l'événement mondial des professionnels de la filière mode), alors qu'on ne croisait d'habitude que des filles en talons, on n'a vu que des sneakers. » Dans l'agence de conseils en tendances Peclers, la consultante styliste Dinah Sultan est très claire : « Voici un moment que les matières techniques inspirées du sportswear s'invitent chez les créateurs. On a vu du Stretch superléger chez Isabel Marant l'été dernier pour des parkas ultralight, et côté baskets, on ne jure plus que par l'EVA, l'Éthylène vinyl acetate, pour des semelles en mousse. » Selon elle, la nouvelle coqueluche des marques est le labelling (étiquetage) ou l'art d'apposer un label pour garantir telle ou telle performance au produit. Qu'il soit déperlant ou autre. « L'aspect pratique est devenu un fort argument de vente, chez les trend-setteurs », confirme un commercial du secteur.

A l'heure où la rue s'est appropriée les pulls oversized, Uniqlo, dont on trouve les doudounes légères sur le dos du ministre Gérard Collomb comme sur celui de Brad Pitt, continue de vivre son idylle avec les consommateurs. Si les stylistes parlent de « confortwear », voici longtemps que la marque japonaise s'est positionnée du côté du... « lifewear ». Son service de communication le confirme : « Notre credo ? L'utilité et le mouvement sans entrave. Nos clients les plus affûtés côté mode vont dans ce sens. Plébiscitant notamment notre pantalon 7/8 à taille élastique à l'instar de la blogueuse star du site Man Repeller, Leandra Medine. » Même constat chez Diesel qui n'en finit plus de vendre ses Jog-Jeans. Un concept de jean à taille élastique façon jogging, porté par Leonardo DiCaprio dont le poids joue au yo-yo. Des soutiens-gorge sans armatures de Princesse Tam Tam, aux culottes Petit Bateau qui ont détrôné le string en passant par les Stan Smith ou les collants Dim qui ne serrent plus à la taille, il n'y a donc plus qu'un seul territoire que la mode s'efforce de défricher, déringardiser pour plaire en 2018 : la zone de confort ! ♦

SÉVERINE SERVAT DE RUGY



HAILEY BALDWIN LA COOL ATTITUDE

Le mannequin de 21 ans, fille de Stephen Baldwin et nièce d'Alec, est l'une des plus en vue du oversized.

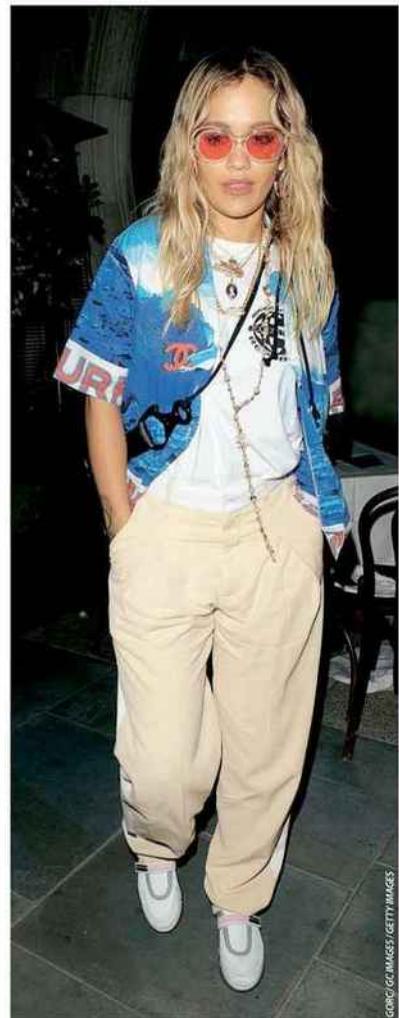
Elle s'habille de jeans troués et de sweat-shirts et porte d'imposantes sneakers jadis réservées au *daddy look* façon Steven Spielberg ou encore feu Steve Jobs. L'essentiel ? Garder une touche sexy avec un crop top. Sous cette décontraction apparente se cache un corps de rêve travaillé à la gym !

RITA ORA POINTUE

Patrick Juvet ? Non, Rita Ora. Actuellement, la chanteuse fait partie des filles les plus lookées du moment. Ici, elle assure en chemisette manches courtes Chanel, chino et baskets à scratches.

A porter avec un coiffé-décoiffé wavy et des lunettes aux verres orange pour enfoncer le clou.

En bandoulière, un sac banane tout droit ressuscité des années 80. L'accessoire ultime pour une virée.



Marcher sur un nuage

➤ Lors du défilé Louis Vuitton printemps-été 2018, Nicolas Ghesquière a fait un tabac avec ses sneakers LV Archlight à semelles ergonomiques à 790 euros. Un sérieux concurrent pour la mocamule de Gucci, la Princetown, ultraplébiscitée ? Côté talons, la marque Chie Mihara est en pleine expansion avec des promesses rares : talon, originalité et... confort.