



# STYLE

MODE, BEAUTÉ...  
LES INCONTOURNABLES  
DE LA SEMAINE





STYLE

# QUOI DE NEUF CETTE SEMAINE

PAGE RÉALISÉE PAR MADELEINE VOISIN AVEC  
MARIE-GABRIELLE GRAFFIN, VALÉRIE GUÉDON,  
FABIENNE REYBAUD, NICOLE TARBOURIECH  
ET ÉMILIE VEYRETOUT

Tous les mercredis, la rédaction sélectionne pour vous le meilleur des sorties : tendances mode, objets de désir, nouveautés cosmétiques, livres de chevet, best of des expositions et des lieux originaux.

## EXPOSITION RENDEZ-VOUS AU SALON

L'œuvre de **Guy Bourdin (1)** n'en finit pas de fasciner. Précurseur, la photographie de mode était pour lui comme un terrain de jeu pour raconter ses histoires, souvent abracadabrantes, teintées d'humour et d'impertinence. De passage à New York entre les 4 et 7 avril, vous pourrez, sur le stand de la galerie Louise Alexander du salon The Photography Show by Aipad, redécouvrir cet artiste visionnaire à travers des inédits, Polaroid et clichés emblématiques mettant en lumière sa relation avec les États-Unis. [Pier 94, New York. [www.aipadshow.com](http://www.aipadshow.com)]

## VESTIAIRE LA NOTE BLEUE

« *Tout le monde sur la terre / Ne peut pas avoir les yeux bleus / Moi je t'aimerai quand même / Si tu n'avais pas les yeux bleus / Mais avec ta sacrée chance / T'avais gagné d'avance / Puisque tu as / Les yeux bleus / Oui tu as les yeux bleus* », chantait France Gall en 1968. Pour les veinardes à l'iris azuré et les autres, voici de quoi plonger dans un océan de mode. Tailleur céruléen chez **Kwaidan Editions (10)** (1 495 € la veste et 835 € le pantalon), costume à veste ceinturée et épaules pincées bleu Klein chez **Y/Project (6)** (1 095 € et 675 €) et pyjama-treillis en satin froissé pour **Sies**



Marjan (2) (1 255 € la chemise et 715 € le cargo).

### COLLAB UNE POINTE DE HIP-HOP

Notorious B.I.G. mentionnait ses jeans dans son tube *One More Chance* et Tupac posait pour ses campagnes. La marque Karl Kani, fondée en 1989 par le New-Yorkais Carl Williams, a changé la donne, inventant le baggy en particulier et le *streetstyle* en général. Cette saison, elle s'associe à Études (3), le jeune label lui aussi apprécié des rappeurs comme notre Orelsan national. Déjà repéré sur le défilé du trio parisien, ce vestiaire en lin aux rayures colorées (caractéristiques de Karl Kani) pour homme et femme - blouson (notre photo, 750 €), sweat-shirt (300 €), jupe longue (489 €)... - est enfin disponible. [www.etudes-studio.com]

### MAROQUINERIE INSPIRATION

Vous garderez en mémoire cette forme besace, cette longue bandoulière, ce veau velours embossé du Cassandre, ce bordeaux bourgeois, cette dégainé aux accents vintage... Il s'appelle Satchel et devrait devenir le meilleur ami de notre éternelle Parisienne puisqu'il est griffé Saint Laurent par Anthony Vaccarello (4). [1 590 € le classique. Existe aussi en format seau et sac caméra. wwwysl.com]

### HORLOGERIE LES MONTRES SONT ÉTERNELLES

Mon premier est apparu dans *Opération Tonnerre* en 1965, porté par l'agent 007. Mon second a été chevauché par James Bond en 2015 dans *Spectre*. Et mon tout est le fruit de leur union qui a vu le jour, en mars dernier, à Baselworld en Suisse. L'horloger helvétique, Breitling (5), s'est associé au fabricant de moto britannique, Norton, pour lancer ce chronographe B01. Dotée d'un calibre automatique dont la précision est certifiée chronomètre par le COSC, cette belle mécanique au cadran vintage et au boîtier d'acier est la première édition de ce nouveau partenariat. « Cette montre mêle l'ADN de nos deux marques, affirme Stuart Garner, PDG de Norton. Elle offre aux amateurs de chronographes et de motos la possibilité d'exprimer leur individualité. » Le prix de ce tic-tac vrombissant ? 7 570 €. Moins cher qu'une motocyclette anglaise. [www.breitling.com]

### HOMME BONS BAISERS DE RUSSIE

L'an dernier, l'annonce dans un post Instagram laconique de l'arrêt de la marque du Russe Gosha Rubchinskiy, sensation de la mode masculine et gourou des millennials, en avait déçu plus d'un. On a dit que ce protégé de



Comme des Garçons cherchait d'autres moyens de présenter (et vendre) ses collections. Après quelques mois, il revient donc avec un « projet global » baptisé GR-Uniforma (8), soit une ligne de vêtements utilitaires (vendu à Paris chez Trading Museum Comme des Garçons), une série de pièces en denim réalisées en collaboration avec Diesel et un groupe de rock alternatif avec un single « Ya i Ti » (Toi et moi en russe) disponible sur iTunes. Et à venir un album, un livre de photos et une performance artistique semble-t-il prochainement organisée à Venise. [289€ la chemise avec cravate incluse. Infos sur [www.gr-uniforma.com](http://www.gr-uniforma.com)]

## DESIGN L'ART DE VIVRE

Crescent Sofa Blue : ce pourrait être le titre d'une tendre ballade. Pourtant, ce canapé velouté d'un bleu nuit profond aux angles arrondis, signé Charles Kalpakian (9) en 2018, trône fièrement sur le stand de la Galerie BSL, en quête d'un nouvel écrin. Tout comme le garde-corps en fonte d'Hector Guimard (circa 1900, galerie Chamagne), la commode en noyer de Gio Ponti (années 1950, 88 Gallery) ou la manchette Gavarelli en or et diamants (Karry Berreby). Ces pièces s'exhibent au salon PAD 2019, qui ouvre ses portes aujourd'hui dans le jardin des Tuileries, à

Paris, avec 70 exposants, de France et d'ailleurs, pour le plus grand plaisir des fins collectionneurs d'art et de design. En prime, le duo Godefroy de Virieu et Stefania di Petrillo est sacré jeune designer de l'année : une belle perspective ! [PAD 2019, jusqu'au 7 avril. [www.pad-fairs.com/paris](http://www.pad-fairs.com/paris)]

## BEAUTÉ COUP D'ÉCLAT

Les Galeries Lafayette Champs-Élysées inaugurées il y a une semaine et déjà le Tout-Paris ne parle que de ça. Hier matin, le grand magasin révélait son espace beauté. Ici, on vous parle d'éclat intérieur (avec une offre pointue de compléments alimentaires) et de cosmétique clean, les produits sont rangés non plus par marques mais par catégories (le soin, la bougie, le parfum, etc.), s'affranchissant même du genre - pas de corner homme, donc. C'est culotté, ultracontemporain, à l'image d'une industrie en mutation. Le *skincare* prend plus d'importance que le make-up, les vendeurs conseillent une formule selon une problématique plutôt qu'une marque pour laquelle ils touchent une commission, Tom Ford et Frédéric Malle côtoient les *digital brands* (Gisou, Rouje...) ou de minuscules labels du bout du monde, comme les huiles parfumées du Yucatan, Coqui Coqui (7). [58 €. 60, avenue des Champs-Élysées, Paris VIII<sup>e</sup>]