MONSIEUR
MAGAZINE DEPUIS 1920
WWW.MONSIEUR.FR



STYLE
Osez le clair *avec* Daniel Lévy

Berluti *réinvente le* City Bag

MONTRES
Les surprises *de* Genève

Chaussures
QUOI de NEUF *pour vos PIEDS*

Pantalons d'été : comment les choisir ? *Coton, lin, laine froide…* les conseils de Frank Zins, maître pantalonnier

N°178 BIMESTRIEL
AVRIL-MAI 2026
L 15015 - 178 - F: 6,50 € - RD
MONTAIGNE PUBLICATIONS



la petite grande voiture

RENAULT TWINGO E-TECH ELECTRIQUE

5 portes
jusqu'à 360 L de volume de coffre[1]
jusqu'à 2 m de longueur de chargement[2]
sièges indépendants, rabattables et coulissants[3]
jusqu'à 24 systèmes avancés d'aide à la conduite[4]
openR link avec Google intégré et plus de 100 apps disponibles[5]

à partir de
13 750€[6]
prime coup de pouce 5 740€ déduite[7]

profiter de l'offre

A 0g CO_2/km
B
C
D
E
F
G



modèle présenté : Twingo e-tech électrique techno 80 ch autonomie urbaine avec options jantes alliage diamantées noir 18" reverso et teinte métallisée vert absolu à 16 550€, prime coup de pouce bonifiée déduite de 5 740€.(7) (1) avec sièges arrière avancés. équivaut à 305 dm³ en norme VDA. (2) selon version. siège conducteur non rabattable. (3) sièges arrière. (4) en option selon version. (5) selon version, toutes les marques Google sont la propriété de Google LLC. (6) prix conseillé pour achat Twingo e-tech électrique hors options. (7) montant max indicatif prime CertiNergy (siren 798 641 999) pour valorisation achat par client particulier d'un véhicule neuf particulier électrique M1 Renault éco-scoré de moins de 2,4 tonnes avec prix inférieur à 47 000€ ttc hors options, au titre dispositif certificats d'économie d'énergie (CEE), non soumis à TVA, dans réseau participant, **du 1er au 30/04/2026.** pour particuliers, selon niveau revenus. voir conditions auprès de votre revendeur. **consommations min/max (kwh/100 km)*: 12,2/12,7. émissions de co_2 (g/km)*: 0 à l'usage, hors pièces d'usure.** ***selon données wltp.** Renault s.a.s. rcs nanterre 780 129 987. **renault.fr**

pensez à covoiturer #SeDéplacerMoinsPolluer


Burlington · P.O. BOX 11 09 · D-57376 SCHMALLENBERG / GERMANY


Burlington
STAY
YOUR
STYLE
www.burlington.de





Fondation
VALMONT



lamaisonvalmont.com


VALMONT
presents
A WORLD of
EMOTIONS



ÊTRE ÉLÉGANT

Cela fait un peu plus de 30 ans que j'écris sur l'élégance et 106 ans qu'elle est la raison d'être de *Monsieur,* en étant au cœur du contrat éditorial du magazine avec ses lecteurs. Au fil des jours, j'ai pu être découragé par le spectacle de la rue, réconforté par une allure, un style… un homme dans la foule sans lien cependant avec l'Album de Floc'h et Fromental ou le film de Kazan. Au long de toutes ces années, j'ai quand même eu des preuves que rien n'était perdu, tant chez les professionnels du vestiaire que chez leurs clients. On a assisté à des mouvements forts en faveur du style et de l'élégance. La résistance s'organisait avec du sang neuf. À Paris seulement, on notait Daniel Lévy, Alexandre Chapelier, Jean-Manuel Moreau, Victor Pandraud, Frank Zins, pour ne citer qu'eux. Ailleurs dans le monde, des Anglais, des Italiens, des Américains relevaient le défi avec succès. Être élégant, c'est un bonheur pour soi, une politesse pour les autres. Un défi à la médiocrité d'une époque, une révolte à la manière des premiers dandys. En ce printemps 2026, osez l'élégance.

François-Jean Daehn

MONSIEUR, **un titre de Montaigne Publications.** 72b, boulevard Berthier, Paris XVII. Tél. : 01 47 63 48 00. Fondé en 1920 par Jacques Hebertot et Paul Poiret †.
COMITÉ ÉDITORIAL : François-Jean Daehn, Hélène Claudel, Frédéric Brun, Serge Lentz. **DIRECTEUR DE LA PUBLICATION :** François-Jean Daehn - fjdaehn@montaigne-publications.com **RÉDACTION :** Conseillère éditoriale Hélène Claudel (HCJ). **CONTRIBUTIONS :** Louis Armel, Frédéric Brun, George Bryan, Janis Burton, Hélène Claudel, Stéphane Gizard, Florence Hernandez, Thu-Huyen Hoang, Caroline Knuckey, Gérard Roger, Mr. Slowboy. DIRECTRICE ARTISTIQUE : Thu-Huyen Hoang - thoang@montaigne-publications.com MAQUETTISTE : Joanna Saluppo - jsaluppo@montaigne-publications.com **PUBLICITÉ :** Hélène Juin : 06 63 24 06 28 - hjuin@montaigne-publications.com - Stéphanie Sader : 06 17 76 45 54 - ssader@montaigne-publications.com - Benoit Godeau : 06 07 03 69 07 - bgodeau@justforyou.events **ADMINISTRATION :** Sandrine de Galembert - sdegalembert@montaigne-publications.com **DIFFUSION FRANCE ET EXPORT :** Réservé aux marchands de journaux et aux dépositaire : Destination Média. 01 56 82 12 06. **ÉDITIONS INTERNATIONALES :** Sandrine de Galembert. **RELATIONS PUBLIQUES :** Clément Le Coz. clementlecoz@gmail.com **ABONNEMENT :** Catherine Rousseau, Montaigne Publications, BP 90044, 33230 Coutras. Tél. : 05 57 49 43 27 - abonnement@montaigne publications.com - France, 1 an (6 numéros), 32€ ; 2 ans (12 numéros), 59€. Europe, 1 an, 52€ ; 2 ans, 97€.Autres pays 1 an, 60€ ; 2 ans, 115€. La reproduction, même partielle des articles, photos et illustrations parus dans *Monsieur Magazine* est interdite. Le magazine n'est pas responsable des textes, photos et documents qu'il n'a pas commandés. Dépôt légal : avril 2026. N° CPPAP 0729 K 87855. N° ISSN 1265. 0080 Distribution MLP. Prix du n°: 6,50 €. N°178, avril-mai 2026. Imprimé par la FOT à Pusignan. MONSIEUR MAGAZINE® est édité par Montaigne Publications SAS., au capital de 80 000€, dont le principal actionnaire est Holding Montaigne. RC Paris B 383 901 915. Imprimé en France sur du papier produit en Italie (Burgo) sans fibres recyclées. Ce papier est labellisé PEFC. Eutrophisation : 0,029 kg/tonne.

PEFC 10-32-2813 Certifié PEFC www.pefc-france.org

PHOTOS D.R.


BY APPOINTMENT TO
HIS MAJESTY THE KING
MANUFACTURER AND SUPPLIER OF FOOTWEAR
CROCKETT & JONES LIMITED, NORTHAMPTON
EST. 1879
CROCKETT & JONES
NORTHAMPTON | ENGLAND
SORRENTO | A CONTEMPORARY PENNY LOAFER DEFINED BY QUINTESSENTIAL BRITISH CRAFTSMANSHIP
CROCKETTANDJONES.COM



ALPINE A390 GT

ÉLECTRIQUE 400 CHEVAUX
4 ROUES MOTRICES
*ALPINE ACTIVE TORQUE VECTORING**
SON HAUTE-FIDÉLITÉ DEVIALET®
MANUFACTURÉE À DIEPPE

*Vectorisation Active du Couple Alpine



DISPONIBLE PROCHAINEMENT EN VERSION GTS 470 CHEVAUX

pensez à covoiturer #SeDéplacerMoinsPolluer



ALPINECARS.FR

14

SOMMAIRE

N°178 AVRIL-MAI 2026


Louis Vuitton

40 **MODE**
Nonchalance aristocratique

42 **CAVE**
La tendance est aux vins blancs

44 **DÉTAIL**
Le revers

46 **CONSEILS DE STYLE**
Adopter la ligne claire

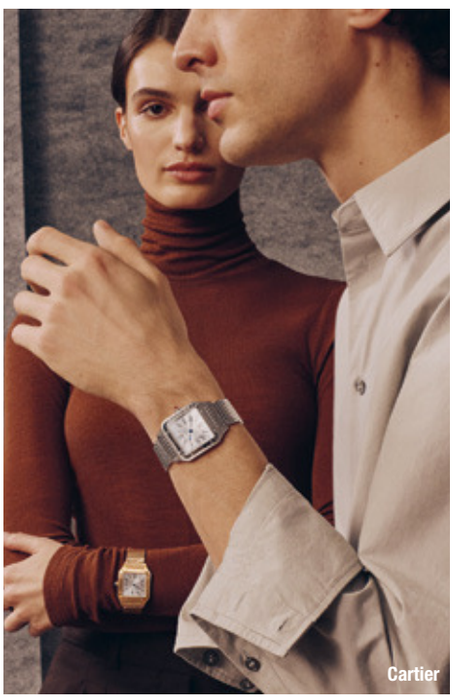
48 **SAVOIR-FAIRE**
Beaubleu, la première frappe horlogère de La Monnaie de Paris

50 **AU SECOURS**
Cravates, les nouveaux Phénix

52 **SAGA DES PASSIONS**
Le Japon

60 **SOCIÉTÉ**
Les amours virtuels au Japon

62 **ENVIE**
Balade de style à Central Park


Cartier

10 **ÉDITO**
Être élégant

16 **FLASH**
Tristes tropiques

18 **BLOC-NOTES**
Quoi de neuf à la rentrée ?

26 **PORTE-CLÉS**
De véritables talismans

28 **PANOPLIE**
Polo chic, style de choc

30 **LE STYLE DE…**
John-John Kennedy

32 **CITY BAG**
Élégance compacte

34 **MÉTIER D'ART**
Laisser son empreinte

36 **ART DU VOYAGE**
Michelin inventeur du tourisme

38 **LE MOT**
« Mary Jane »


Berluti


Hardrige

66 **PAROLES D'EXPERT**
Les pantalons indispensables du printemps et de l'été

70 **MONTRES**
Envie d'une nouvelle montre ?

78 **VOS PIEDS EN RÊVAIENT**
Souliers et style

88 **L'INTERVIEW**
Finsbury, de 1 à 89 boutiques en 40 ans !

90 **PORTES OUVERTES**
Manufactures à ciel ouvert

94 **CARNET**
Toutes les adresses de *Monsieur*

95 **ÉLÉMENTS DE STYLE**
Le double denim
Le « fatigue pant »
L'Omega Speedmaster
Les mi-bas vanisés

98 **QUESTIONNAIRE**
Matthew Cookson

BEAUBLEU

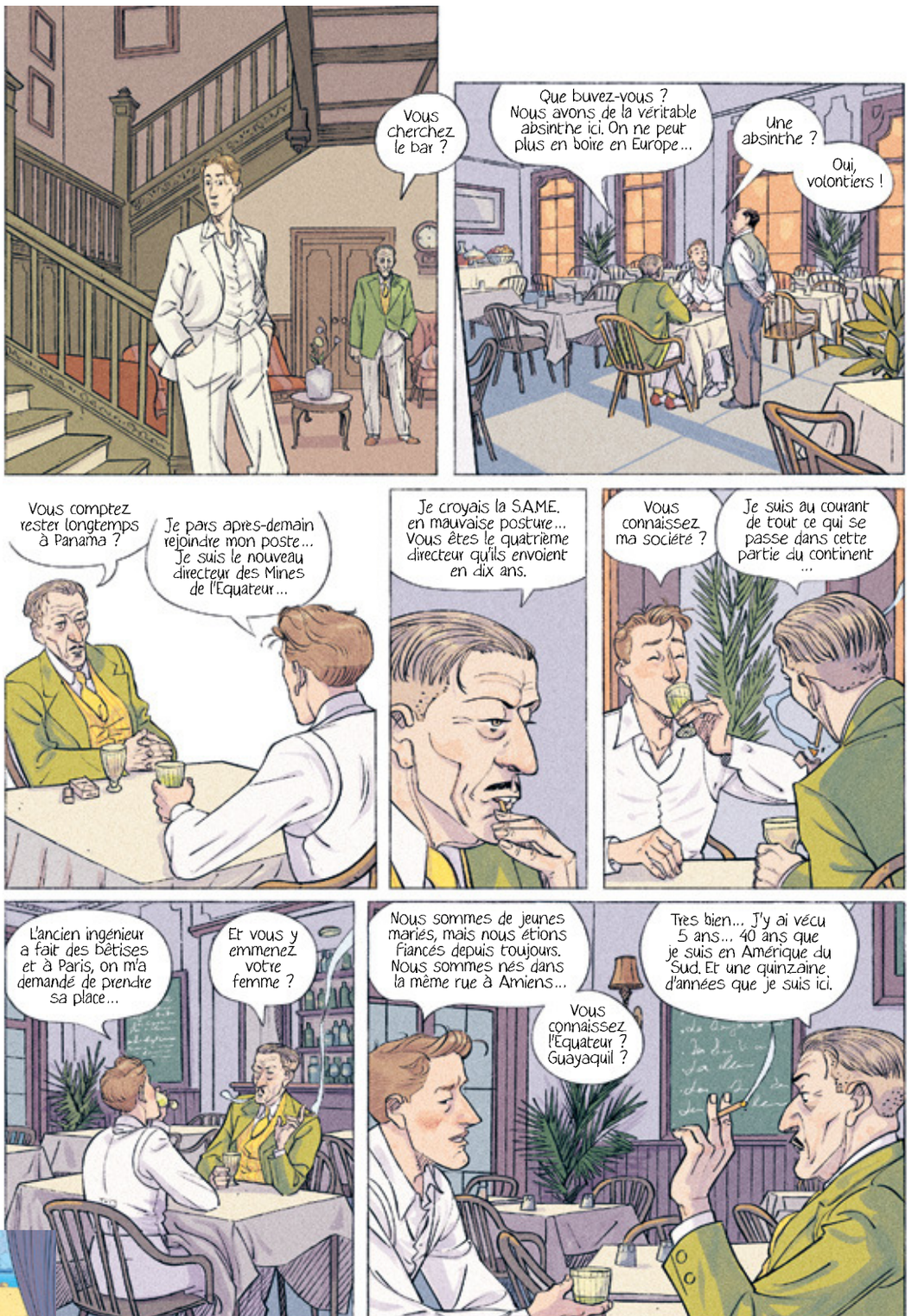
PARIS



La Pièce

ÉDITION LIMITÉE - CADRAN MONNAIE DE PARIS - CALIBRE FRANCE

BEAUBLEU.COM





TRISTES TROPIQUES

Si tout le monde connaît les fameux Maigret – 75 romans policiers – plus rares sont ceux qui ont lu les romans durs de Simenon. Une appellation un peu étrange qui signale simplement que ces nouvelles ont été « dures à écrire » selon l'écrivain prolifique lui-même. L'adaptation en bande dessinée leur convient parfaitement, surtout quand c'est un bon tandem qui est à l'œuvre comme pour Barrio Negro. L'aventure d'un jeune ingénieur provincial, tout juste diplômé et marié, auquel on propose la direction d'une mine en Équateur, pourrait faire rêver. Hélas, rien ne se passe comme prévu à la première escale de Panama. À court d'argent, le couple se délite et le jeune homme découvre le monde interlope des capitales sud-américaines… Dans sa déchéance, il découvrira aussi l'amour dans les bras d'une belle Martiniquaise et se découvrira lui-même, jusqu'à en mourir. *Barrio Negro de Georges Simenon, scénario de José-Louis Bocquet et dessin de Javi Rey, 96 pages, éditions Dargaud, 22,95 €.*

DOCUMENTS COURTESY : ÉDITIONS DARGAUD.

FRANÇOIS-JEAN DAEHN


92/100
JAMESSUCKLING.COM
92/100
falstaff
91/100
Decanter
BRIMONCOURT
BRIMONCOURT
CHAMPAGNE
PRODUCE OF FRANCE
CHAMPAGNE
BRIMONCOURT
BRUT RÉGENCE
À AŸ, FRANCE
750ml
BRUT - ÉLABORÉ PAR BRIMONCOURT, AŸ, FRANCE. NM-572-001

INSPIRATIONS



Arnaud Belloni, Ilyass Charki et Fabrice Cambolive

1 RENAULT POP ART





À propos du nouveau terrain d'expression de Renault sur les Champs-Élysées, l'exposition Pop Art Car brouille les frontières entre automobile et art. La voiture quitte son statut industriel pour devenir un medium artistique. Show cars et œuvres d'art s'entremêlent. Les designers Ora-ïto, Sabine Marcelis et Mathieu Lehanneur réinterprètent ainsi le coupé Renault 17, la Twingo ou la mythique 4L. De Vasarely à Arman en passant par Jean Faucher et son *Déjeuner sur l'herbe,* revisitée à la bombe aérosol, la chasse au trésor se poursuit sur une rampe pensée comme un circuit, avec une pièce inédite d'Invader ! « *Avec Pop Art Car, nous célébrons la place unique qu'occupe Renault dans la culture populaire. L'automobile devient matière créative, elle montre comment design, innovation et création se nourrissent mutuellement* », souligne Arnaud Belloni, Directeur Global Marketing Renault. *Entrée gratuite jusqu'au 9 juin, Le défilé Renault, 53 Champs-Élysées, Paris VIII.* T.-H.H.



2 PETRUSSE X GRAND PALAIS, INSTANTS SUSPENDUS

Des carrés de soie et des étoles de laine et soie inspirés de la nef du Grand Palais ? Maison Petrusse a exploré la palette des couleurs et reflets – réséda lumineux, tonalités minérales, bleus profonds, rouges vibrants... – dispensée par la verrière monumentale du bâtiment. Résultat ? Une collection toute en légèreté où la couleur se fait respiration et la matière souffle organique. *Collection « Sous le ciel de Paris », carrés, étoles, chouchous et éventails, à partir de 160 € le carré en twill de soie roulotté à la main, 65 x 65 cm. Dans les boutiques Petrusse et celles du Grand Palais et en ligne sur www.boutiquesdemusées.fr et www.petrusse.com* C.K.

3 TUMI, REPENSER LA PERFORMANCE



Lando Norris, le champion du monde britannique de Formule 1 en 2025 incarne la nouvelle campagne de la marque de bagages Tumi, dans un film à suspense signé Alice Schillaci. À l'honneur, l'intelligence du design de la collection Alpha 4, composée d'un sac à dos (660 €), d'un 48H (850 €), d'une valise cabine (1 050 €) et d'un clutch crossbody (370 €), aux accents Ultra Blue d'un bleu vif discret et élégant. Nylon balistique, poches intelligentes, fermetures magnétiques silencieuses, points d'accès intuitifs... « *Tout doit fonctionner comme il se doit. Il s'agit d'être prêt* », a déclaré le pilote. C.K.



4 MANGO « TAILORED BY RICHARD JAMES »

« The Sartorial Journey », instauré par Mango Man, se lance dans l'exploration du tailoring moderne. Premier opus ? Direction Savile Row ! Mango s'associe à Richard James, référence incontestée du tailoring britannique depuis les années 90. L'idée ? Interroger l'avenir du costume, aux côtés de certains des ateliers les plus réputés au monde. Motifs issus des archives Richard James, tissus signatures, finitions de connaisseurs... cette nouvelle collection se caractérise par une structure impeccable, un porté plus léger, plus fluide, presque évident. Entre tenue et confort, le cœur balance. *En photo, blazer (370 €) et pantalon slim-fit (120 €), 100 % laine Vitale Barberis Canonico®, disponible aussi en bleu.* C.K.



5 LONGUE VIE AUX CARAÏBES

C'est à Rodney Bay, dans l'île de Sainte-Lucie, que le groupe TheLifeCo vient d'ouvrir son premier resort de longévité. Déjà présent en Thaïlande et en Turquie, ce groupe propose une nouvelle approche du « voyage santé », centré sur des résultats mesurables et durables. Baptisé *A'ila*, ce nouvel établissement de 52 chambres se définit comme un campus global associant encadrement médical, programmes personnalisés et environnement hôtelier raffiné. *www.ailaresorts.com* F-J.D.

PHOTO COURTESY : MANGO X RICHARD JAMES – TUMI – JEAN FAUCHEUR (2025) © DORN, CLAIRE / FISHEYE MANUFACTURE – PIERRE GONALONS (2022) © DORN, CLAIRE / FISHEYE MANUFACTURE – © COLOMBET, MARTIN / FISHEYE MANUFACTURE.

JEAN-MANUEL
MOREAU
PARIS



INTEMPORALITÉ MODERNE.

3, rue Chambiges 75008 Paris – 01 47 23 39 00 – @jeanmanuelmoreau





QUAND DALÍ RENCONTRE SCABAL ET DE LUCA

Depuis toujours, chez Camps de Luca, « *le costume n'est pas figé. Il évolue, non pas au rythme des tendances, mais sous l'impulsion de ceux qui osent le repenser* ». Une philosophie qui prend tout son sens dans la nouvelle collaboration que le célèbre tailleur parisien vient d'inaugurer avec Scabal, autour des œuvres de Salvador Dalí et sa vision du vestiaire masculin de l'an 2000. Scabal a ainsi imaginé une collection de douze tissus inspirés de ces lithographies, tous plus audacieux les uns que les autres. Les œuvres de Dalí, profondément surréalistes, interrogent les codes établis du vêtement masculin. Les tissus suggèrent une liberté créative rarement associée à l'élégance classique. « *En les mettant à l'honneur, Camps de Luca ne se contente pas de célébrer un artiste. La maison affirme que l'art tailleur est vivant et en constante réinterprétation* », explique Marc de Luca. *À découvrir au 11 rue des Pyramides, Paris I.* H.C.



LE NU EN MAJESTÉ

FEMME, FEMME, FEMME…

Dans son salon galerie, la coiffeuse Marlena, héritière de l'école de coiffure polonaise comme le grand Alexandre, exposera une sélection des derniers nus du maître belge de la photo noir et blanc, Philippe Godfroid. En tout une vingtaine de photos en hommage à la beauté du corps féminin. Chaque photo n'est éditée qu'en 9 tirages numérotés et certifiés de l'artiste. *Femmes en Majesté, exposition photographique, Salon de Coiffure Marlena Bénard, 5 rue de Surène, Paris VIII. Du 12 avril au 15 mai 2026.* F-J.D.

CAP SUR L'ÉCOSSE AVEC LA RICHARD MILLE CUP

Amoureux de yachting classique, notez bien les dates de l'édition 2026 de la Richard Mille Cup ! Baptisée « *When legends return to race* », elle se déroulera en Écosse dans la Clyde et autour des îles au large de la baie de Largs, berceau du yachting au XIXe siècle. Les plus beaux yachts classiques y sont engagés et parmi eux, le fabuleux *Team Fife* qui engagera *Moonbeam IV, Moonbeam III* et le légendaire *Mariquita* de Benoît Couturier, grand prétendant à la victoire. Rendez-vous du 15 au 25 Juin, pour revivre l'âge d'or du yachting et admirer les plus beaux voiliers classiques. *www.richardmillecup.fr et www.mariquitavoilier.fr* F-J.D.

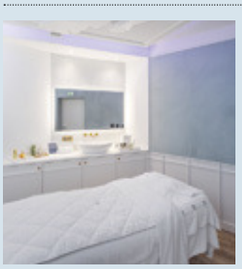


OPENINGS



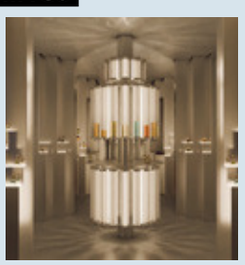
LES JEANS CÉVENOLS (PARIS)

Enfin ! L'Atelier Tuffery ouvre sa première boutique parisienne, en plein cœur du Marais. Près de 100 m² dédiés aux beaux denims ! Les puristes de la toile indigo pourront ainsi découvrir les jeans cévenols conçus par cette maison au savoir-faire riche de plus de 130 ans. D'ailleurs, la boutique fait écho à l'atelier de Florac. Le plus ? Les retouches, la réparation, le sur-mesure et le sourire de l'équipe Tuffery ! **39 rue des Blancs-Manteaux, Paris IV**.



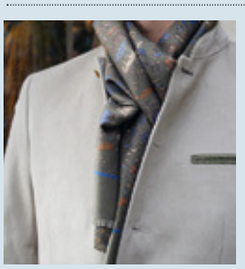
MAISON SISLEY (DEAUVILLE)

La Côte Fleurie, Les Planches, l'hôtel Normandy... les d'Ornano sont sur leurs terres. Ouvrir à Deauville une nouvelle boutique s'est imposé tout naturellement. L'espace s'étend sur une cabine de soins, dédiés aux rituels visage et corps, déclinés au féminin comme au masculin, le tout dans un format intimiste où l'art et la botanique ont la part belle. **92 rue Eugène Colas, 14800 Deauville**.



MAISON CARON (PARIS)

« *Le parfum n'a rien à voir avec le physique ou l'apparence. Ce qui compte, c'est le ressenti de l'énergie.* » Une énergie qu'Olivia de Rothschild, la DA de la Maison, a voulu insuffler dans ce nouveau temple du parfum pour le vivre comme une écriture de l'âme qui « *laisse émerger un état* » dans un halo de lumière diffuse. Dans le sillage éternel de Pour un Homme, premier parfum masculin de l'histoire de la parfumerie. **332 rue Saint-Honoré, Paris VIII**.



METTEZ S'AGRANDIT !

À deux pas de l'entrée principale, découvrez le « Vestibule » de la Maison Mettez. Un nouvel espace proposant une sélection de chaussures, bottes de chasse et d'esprit campagne, chaussettes, chaussons et petits accessoires. Une partie sera dédiée à la commande spéciale. Chacun pourra ainsi trouver la veste autrichienne, la veste sport en tweed ou le costume de chasse qui lui conviennent en termes de style mais aussi de taille. **9 boulevard Malesherbes, Paris VIII.**

PHOTO COURTESY : SCABAL X DE LUCA – RICHARD MILLE CUP – PHILIPPE GODFROID – MAISON SISLEY – L'ATELIER TUFFERY – MAISON CARON – METTEZ.

MR MARVIS



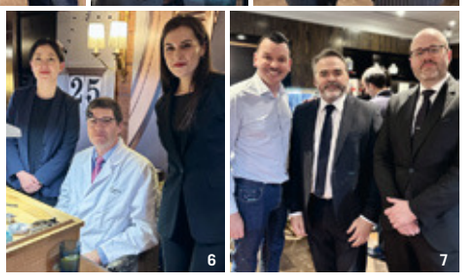
Chaque jour est un jeu avec les shorts parfaits de MR MARVIS, depuis les favoris plébiscités tels que Les Originaux, Les Shorts Easies et Les Piqués, aux nouveaux Shorts Weekenders. Complétez votre look avec nos pulls, polos et t-shirts. Design intemporel fabriqué au Portugal. Découvrez les shorts parfaits sur **mrmarvis.fr**

Entreprise B Certifiée



GLASHÜTTE ORIGINAL EN PRIVÉ

À l'invitation d'Hélène Deprez-Lassalle, directrice de la marque, les amateurs de montres du Club Monsieur ont eu le privilège de découvrir cette pépite de la haute horlogerie qu'est la manufacture Glashütte Original. Un maître-horloger et les équipes de la boutique, dirigés par Pedro Gaspar Pereira, ont permis de découvrir l'admirable maîtrise horlogère qui caractérise les Senator avec leur grande date, les Pano et les plongeuses « Spezialist », les Seventies Panorama, toutes dotées de cette esthétique si pure, signature de l'horlogerie germanique. Glashütte Original, 25 rue du Faubourg-Saint-Honoré, Paris VIII. F-J.D.



1- Bertrand Delvert et Frédéric Brun. 2- Hélène Deprez-Lassalle et Andrew Simpkin. 3- Dr Nicolas Bachot, François-Jean Daehn et Benoît Couturier. 4- Pedro Gaspar Pereira. 5- Thibault Courtois d'Aubery et Djay Shanjay. 6- Jérôme Martial entouré de l'équipe Glashütte Original Paris. 7- Aurélien Péri, Guillaume Prieur et Nicolas Daoust.



CARPE DIEM AU JARDIN

Cueillez dès aujourd'hui les roses de la vie... disait Ronsard. Ou les « mille et une pépites végétales » que mettront en avant les pépiniéristes rassemblés sous l'égide des Journées des Plantes de Chantilly. Bien au-delà d'un simple rendez-vous horticole, c'est ici la culture du jardin qui est à l'honneur dans un cadre historique d'exception, puisque le château de Chantilly a été élu Monument préféré des Français en 2025. Jardiniers passionnés, néophytes curieux, futurs propriétaires de jardins ou simples professionnels... ce sont 200 exposants qui vous attendent, sous l'œil avisé de Christian Louboutin, lui aussi amoureux des jardins, parrain de cette 21e édition. *Les 22, 23 et 24 mai. Entrée à 14 €. www.chateaudechantilly.fr* C.K.

PHOTOS COURTESY : JEAN-PIERRE DELAGARDE – T.-H. H.



montres

magazine

Printemps 2026



GENÈVE
LES NOUVEAUTÉS DE WATCHES AND WONDERS ET + DE 200 MARQUES

LES GRANDES DAMES DE L'HORLOGERIE

L'ÉTANCHÉITÉ
100 ANS DE DÉFIS

CHOPARD
L.U.C GRAND STRIKE
LA MONTRE VIRTUOSE

N°146 TRIMESTRIEL
AVRIL-MAI-JUIN 2026
L 17080 - 146 - F: 6,50 € - RD
MONTAIGNE PUBLICATIONS

ACTUELLEMENT EN KIOSQUE

FOLLOW US :
Facebook : **Montres Magazine** / Instagram : **@montresmagazine**
www.monsieur.fr

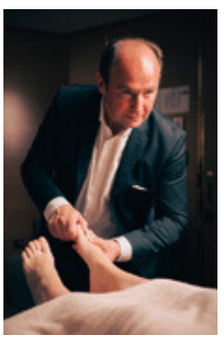


JOHN PRESTON, LE RETOUR

« *Une faute de goût ? Jamais. Une faute de français ? Why not ?* » Voilà comment se définit John Preston, installé depuis 30 ans en France. S'il continue de dire « la torchon » et « le serviette », il ne les mélange pas dès qu'il s'agit de style. Exemple ? « La Veste », désormais déclinée en prêt-à-porter, soit 31 pièces de tissu assemblées selon un strict cahier des charges au service de l'élégance et du confort. Sa particularité ? Des poches inclinées comme sur un manteau ou un blouson. Du velours, du lin ou du coton, bientôt certifiés GOTS*. Rendez-vous chez son ami Matthew Cookson qui propose la collection en édition limitée. *595 €. 11 boulevard Raspail, Paris VII.* H.C.

RÉVÉRENCE !

Bastien, c'est le pédicure des stars et la star des pédicures. Certains clients lui envoient même leur jet pour qu'il vienne, en personne, prendre soin de leurs pieds ! Bonne nouvelle, il vient d'ouvrir une cabine dans le luxueux spa du Costes. L'ensemble de ses soins, y compris le fameux rituel Révérence (60 minutes, 220 €), y sont pratiqués. Une parenthèse esthétique, un bien-être réel... Le massage Global Foot Destress (35 minutes, 35 €) fera de vous un autre homme. Avec une quarantaine de salons à son nom dans le monde, il ne manquait que Paris. C'est fait. *Hôtel Costes, tél. : 01 42 44 50 00.* F-J.D.





VOYAGE DANS LE TEMPS

Si comme Voltaire vous pensez que « le superflu est chose très nécessaire », ne manquez pas la très belle exposition *Une journée au XVIII^e siècle, chronique d'un hôtel particulier.* Treize salles dédiées à l'art de vivre et au raffinement – que le monde nous envie encore et toujours –, mais aussi un voyage intime derrière la lourde porte de ces hôtels particuliers parisiens où la vie était si douce comme le notait Talleyrand : « *Qui n'a pas vécu dans les années voisines de 1780 ne sait pas ce qu'est que le plaisir de vivre* ». *Jusqu'au 5 juillet au Musée des Arts Décoratifs.* F-J.D.



TÉMOIGNAGE D'EXPERTISE PAR DANIEL LÉVY

CHEMISE ET CRAVATE, LES RAISONS D'UN MARIAGE D'AMOUR

La notion de couple idéal n'a rien de démodé. La chemise et la cravate ne cessent de le démontrer. Leur union, si elle est réussie, donne une silhouette juste. Si elle est bancale, elle déséquilibre tout le reste. Bien marier ces deux pièces est donc un art exigeant, mais terriblement satisfaisant. Le contrat repose sur un équilibre subtil des proportions, des couleurs et des textures. Commençons par les volumes, socle de l'harmonie, mais hélas trop souvent négligés aujourd'hui. Oscar Wilde nous avait pourtant prévenus. « *Une cravate bien nouée est le premier pas sérieux dans la vie.* » Mais contrairement à une croyance encore répandue, le nœud en lui-même n'est pas la seule variable. S'il peut être une clef de voûte, il doit s'insérer dans une architecture plus globale. L'œil humain aime les proportions équilibrées. Col, nœud et revers forment un ensemble et se répondent. Il importe de faire un choix initial clair. Avez-vous un col de chemise favori ou êtes-vous attaché à une largeur de cravate particulière ? Quelle que soit l'option, l'autre composante du duo devra s'y adapter. Ainsi, une chemise à col large appelle-t-elle une cravate d'ampleur équivalente. Si une cravate fine se noie dans un col italien généreux, celle trop large débordera d'un col club. Un petit col suppose un nœud simple, un grand col tolère un Windsor. À cette équation de base, s'ajoute ensuite la variable intéressante des textures. Une chemise en popeline lisse se marie parfaitement avec une cravate en grenadine de soie, en tricot, en laine fine ou en twill. C'est le contraste qui fait le charme. Mat contre brillant, rugueux contre lisse. Trop de satin et l'ensemble glisse vers le clinquant. Trop de matière brute et la tenue devient terne. Il faut doser, varier, rythmer. La question de la couleur réserve quelques pièges intéressants. Ici, à mes yeux, élégance rime avec retenue. Le ton sur ton exact, qui écrase les nuances, me semble aussi dangereux que les contrastes criards. Le secret ? L'accord doux, par camaïeu ou complémentarité. Une chemise bleu ciel accueille volontiers une cravate bordeaux, kaki, marine ou moutarde. Une chemise blanche ouvre tous les possibles, mais exige que le reste suive, le costume, le teint, l'occasion. Attention aux motifs. Avec une chemise unie, rayures, pois, tartan, paisley, formes géométriques, fleurs miniatures ou délicat *ancient madder* ont libre cours. Mais si la chemise est rayée ou à carreaux, la cravate sera un contrepoint. Les motifs devront soit s'insérer dans l'interstice des rayures, soit opter pour le choix plus audacieux de les dépasser. Le registre visuel doit être distinct pour que l'œil glisse sans se heurter et n'hésite pas sur ce qu'il regarde. Le succès de l'association tient à sa cohérence autant qu'à ses contrastes. Une cravate n'est pas un accessoire posé sur la chemise, elle en est le prolongement et la réponse. Comme en amour, le secret d'un bon mariage, c'est la complémentarité et l'écoute.

NOS 5 SNOBISMES



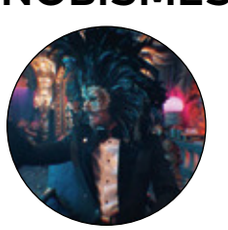
CANDLE IN THE WIND

On parfume son intérieur avec ce nouvel « objet » en grès émaillé et céramique, spirituel et surprenant, griffé Acqua di Parma. « Deux-bougies-en-une », deux fragrances... Chapeau ! c'est son nom. Compliment à Dorothée Meilichzon, sa créatrice. 285 €.



HERBIERS À INFUSER

On sort le grand jeu à ses invités avec ses bouquets de fleurs séchées à infuser, issues de cueillettes sauvages et récoltées à la main par l'équipe Horae. Vos tisanes ne seront plus jamais les mêmes. En tout, 8 bouquets, 19,90 € le coffret.



VEILLÉE MORTUAIRE

On se grime pour rejoindre dès le crépuscule Le Bal des Morts, orchestré par WATO (We Are The Oracle). Dans un manoir tenu secret, au cœur de Paris. Le 25 avril 2026. À partir de 500 €. Costume obligatoire. Inscriptions sur wato-members.club



HOMARD FOR EVER

On court déjeuner au Tout-Paris, la brasserie étoilée du Cheval Blanc, pour tester son menu « Tout-Homard » du chef exécutif William Béquin, sous le regard d'Arnaud Donckele, pour une immersion à la nage dans ce crustacé royal ! 155 €.



FACETTES D'OR

On plonge dans les facettes joaillières du dernier opus de Benjamin Kuentz avec la complicité de Lorenz Baümer. Un whisky single cask de la distillerie du Vercors, ample, lumineux, opulent, éblouissant d'équilibre. 290 bouteilles, 68,65°, 50cl, 220 €.

PHOTOS COURTESY : CHRISTOPHE DELLIÈRE (1).

* Global Organic Textile Standard

BERNARD
ZINS
INGENIEUR PANTALONNIER
PARIS 1967



« Un pantalon réussi, c'est celui qui vous permet d'oublier celui que vous venez de quitter »

Bernard Zins

BOUTIQUE HOMME I 11 rue de Luynes - 75007 Paris
BOUTIQUE FEMME I 20 rue du Vieux-Colombier - 75006 Paris

DE VÉRITABLES TALISMANS

Les porte-clés revisités par les marques de luxe sont des gris-gris qui rassurent et attirent le regard. Ces accessoires ne se contentent plus d'accompagner, ils signent une allure et une personnalité.



1- Mini Trunk LV x The Darjeeling Limited en cuir et métal doré, 800 €, **Louis Vuitton**. 2- Trèfle en cuir de veau et laiton finition argent vieilli, 590 €, **Dior**. 3- Plume de stylo en cuir de veau Meisterstück, 240 €, **Montblanc**. 4- Eternal Circle, une création originale signée Elsa Peretti® en or jaune, 7 800 €, **Tiffany & Co**. 5- Couteau suisse Classic SD Brilliant Damast, manche en acier damas équipé d'une lame, d'une lime à ongles avec tournevis et de mini ciseaux, 229 €, **Victorinox**. 6- Trois anneaux en acier et en métal à finition dorée rose et jaune, 495 €, **Cartier**. 7- Teckel en tissu enduit GG Monogram et cuir, 350 €, **Gucci**. 8- Ito en cuir et métal finition palladium, 750 €, **Fendi**. 9- Stylo Marker, motif guilloché pointe de diamant, avec marqueur Mini Sharpie, 350 €, **ST Dupont**. 10- Mini chausse-pied en cuir Venezia patiné au motif Scritto, coutures faites main, métal à finition palladium vieilli, 450 €, **Berluti**. 11- Voiture Surf collection Petit H en taurillon, chèvre, veau et laiton palladié, 490 €, **Hermès**.

PHOTOS D.R.

THU-HUYEN HOANG.



CHEMISES SUR-MESURE DE TRADITION FRANÇAISE

DANIEL LÉVY

3, rue du Cirque - 75 008 Paris | +33 (0) 1 47 20 73 75
www.daniel-levy.fr



POLO CHIC, STYLE DE CHOC

Cette saison, le polo devient une pièce essentielle plus élégante que jamais.

LE PLUS RAFFINÉ
Modèle Dodo à côtes en maille de lin et coton, boutons en nacre. 420 €, **Fedeli**.



LE PLUS « MATCH POINT »
En maille côtelée lin et coton avec détails contrastés aux manches et à l'ourlet. 230 €, **Gran Sasso**.



LE PLUS « QUIET LUXURY»
Williams, en maille côtelée de coton Sea Island et laine mérinos. 280 €, **John Smedley**.



LE PLUS GRAPHIQUE
Motifs Scritto en point jersey de soie et de coton avec col, manches et ourlets côtelés. 990 €, **Berluti**.



LE PLUS RÉTRO
Calas, en maille ajourée conçue en coton biologique avec manches à bord-côtes. 119 €, **Mr Marvis**.



LE PLUS « BG »
Horton, en coton et laine mérinos avec col requin et coupe ajustée. 415 €, **Orlebar Brown**.



LE PLUS ESTIVAL
Version chinée en maille de lin avec ourlet et manches à bord-côtes. 187 €, **AT.P.CO**.



LE PLUS INTEMPOREL
Louri, en point de jersey de coton et lin avec col requin et coupe droite. 160 €, **Maison Montagut**.



LE PLUS CHOCOLATÉ
Vicenzo, en maille de coton à côtes avec ourlet et manches à bord-côtes. 130 €, **Tom Ripley**.

PHOTOS D. R. – COURTESY FEDELI

HÉLÈNE CLAUDEL

L'officine
PARIS



Découvrez aussi notre collection sur
officine-paris.fr

Prêt à porter et sur-mesure
71 Avenue Marceau • 75116 Paris • 01 85 09 63 49 • @lofficineparis

JOHN-JOHN KENNEDY

La série *Love Story de Ryan Murphy remet sur le devant de la scène un des couples les plus glamour du XXe siècle et surtout un homme – JFK Jr. – dont le style et le charisme restent, 30 ans plus tard, une source d'inspiration.**

PÉDIGRÉE EN OR

Fils de John Fitzgerald Kennedy, 35e président américain assassiné en 1963, et de Jackie Kennedy, John-John avait le charisme de son père et la classe de sa mère. Lors des funérailles de ce dernier, il a 3 ans et fait le salut militaire devant le cercueil présidentiel. L'image bouleverse le monde entier et reste imprimée dans l'histoire américaine. Il grandit sous les flashs des photographes entre l'Upper East Side, les écoles prestigieuses et l'île privée de son beau-père – Aristote Onassis – en Grèce.

ANTICONFORMISTE

Le « prince de l'Amérique » rate deux fois le barreau de New York. « *L'étalon s'étale* », peut-on lire dans la presse. Une fois le diplôme obtenu, plutôt que de poursuivre sa carrière d'avocat, à 34 ans, il crée – contre l'avis de sa mère – un magazine politique décalé mélangeant irrévérence et glamour baptisé *George* – en hommage à George Washington. « *Si je t'adresse encore la parole à Thanksgiving, c'est que tu auras mal fait ton travail* », lui lance son oncle Ted. La ligne éditoriale est scellée. La première couverture ? Cindy Crawford. Celle après la mort de JFK Jr., en 1999 ? Donald Trump.



JFK Jr. et Carolyn Bessette attiraient l'attention des tabloïds autant que Diana et le Prince Charles à la même époque.



Ceinture western, cravate et sac à dos… Dans la série *Love Story*, le style smart casual de JFK Jr. est parfaitement reproduit.

ÉLÉGANCE NATURELLE

JFK Jr. incarnait l'élégance sans effort de la bonne société de la Côte Est. Celle de tous ceux qui ont fréquenté les prestigieuses universités de la Ivy League. S'il était aussi élégant en costume croisé qu'en tenue de sport, ce qui rend son style si « chic » 30 ans plus tard, ce sont toutes les entorses aux bons goûts qu'il s'autorisait, reflet de sa personnalité et d'une modernité toujours inspirante. C'est la façon dont il relevait les revers de ses vestes ou remontait un côté de son pantalon de costume lorsqu'il se rendait au tribunal à vélo. Ce sont ses gilets boutonnés par-dessus des chemises à motifs, ses cols anglais trop chics pour son style preppy, sa Timex Intrepid dépassant d'un costume strict ou ses casquettes Kangol qu'il portait à l'envers comme un gamin des rues.

SIMPLICITÉ

Il préfère son loft de Tribeca aux appartements de l'Upper East Side. Il n'hésite pas à échanger sa Daytona « Paul Newman » contre un objectif d'appareil photo Nikon. Pas de chauffeur, c'est en métro et surtout à vélo qu'il se déplace, le meilleur moyen de fuir les paparazzi et de fausser compagnie à ses gardes du corps. Accessible, « *il avait cette élégance naturelle qui mettait tout le monde à l'aise, comme Fred Astaire sur une piste de danse* », dira de lui Matt Berman, le directeur artistique du magazine *George* avec qui il travaillait.

100 % GLAMOUR

En 1988, il est élu « *l'homme le plus sexy de la planète* » par le magazine People. Célibataire le plus convoité des États-Unis, il n'est pas rare qu'une femme lui glisse son numéro au creux de la main. Bien élevé, il prend toujours le petit papier, sans jamais rappeler. Il est abonné aux bombes blondes – Madonna, Sarah Jessica Parker, Daryl Hannah et, la dernière, Carolyn Bessette, une inconnue, attachée de presse chez Calvin Klein, dont il tombe fou amoureux. Sur les tapis rouges, dans les rues de New York ou en vacances à Martha's Vineyard, ils formeront le couple le plus glamour des années 90, entre scandales et beautiful people, au grand bonheur des paparazzi.

L'ENVOL BRISÉ

À 12 ans, son beau-père lui offre un bateau à moteur et une Jeep. Mais la passion du jeune Kennedy, c'est l'aviation. Il passe son brevet de pilote puis acquiert un petit Cessna qui sera immatriculé « N529JK », en mémoire à son père né un 29 mai… « *Piloter est ce que j'ai vécu de plus excitant en étant habillé* », dira-t-il. Une passion qui lui coûtera la vie, puisque son avion qu'il pilotait lui-même pour se rendre à Hyannis Port avec sa femme et sa belle-sœur s'écrasa au large des côtes du Massachusetts.

PHOTO COURTESY : ©DISNEY PLUS (1) – MEDIAPUNCH INC (1).

HÉLÈNE CLAUDEL

**Love Story : John F. Kennedy Jr. & Carolyn Bessette* sur Disney Plus.

DES INFOS

MODE, ACCESSOIRES

ET HORLOGERIE,

DES CONSEILS PRATIQUES,

NOS ARCHIVES,

UNE BOUTIQUE,

UN CLUB EXCLUSIF,

MONSIEUR.fr

LE SEUL

SITE MASCULIN

FONDÉ SUR

UN SIÈCLE

D'EXPERTISE







LE PREMIER DES MASCULINS DEPUIS 1920



Forme rectangulaire, poche zippée avec tirette « feuille », cuir patiné… Le nouveau sac Berluti reprend, en format mini, tous les codes de la ligne Deux Jours.

ÉLÉGANCE COMPACTE

BERLUTI ENRICHIT SES LIGNES DE SACS AVEC UN MODÈLE MINI EN FORME DE LIVRE, PARFAIT POUR LA VILLE. NOM DE CODE ? UN JOUR DE POCHE.





Le city bag Un Jour de Poche se décline dans une version Scritto ou dans une des superbes patines Berluti. Au choix ? Noir, vert, bleu, gris ou moutarde.

Il n'y a pas que les beaux souliers chez Berluti. L'expertise du cuir se déploie dans tous les objets qui composent l'allure masculine. Et des pieds à la main, il n'y a qu'un pas. La maroquinerie s'est donc fait une place de choix dans les collections du bottier de la rue Marbeuf. En 2005, Olga Berluti lance la ligne Deux Jours, un format 48 H qu'elle avait imaginé en observant son époux et fidèle client, Guy Chouinard. Cet éminent psychiatre canadien passait son temps à faire et défaire ses affaires au fil de ses déplacements… Un sac pensé pour plusieurs jours s'avérait être la solution. En cuir Venezia patiné à la main, le sac Deux Jours devient vite iconique. Une version – Un Jour – plus compacte sera ensuite déclinée. Une réinterprétation du traditionnel « business bag ». En deux mots : le « cartable parfait ». Aujourd'hui, Berluti va plus loin dans son approche urbaine et fonctionnelle. La maison explore le voyage dans son expression la plus concentrée possible à travers un format où l'essentiel se porte sur soi. Ce nouveau « city bag », baptisé Un Jour de Poche, reprend tous les codes de la ligne originelle – une forme en rectangle et la poche zippée sur le devant avec la tirette « feuille » devenue emblématique. Polyvalent, il se porte court à l'épaule, allongé en bandoulière pour libérer le mouvement ou façon minimaliste, tel un livre de poche gainé de cuir qu'on tiendrait à la main. À l'intérieur, deux compartiments, des soufflets à fermetures magnétiques et un mini porte-cartes amovible à glisser dans une poche dissimulée. Tout a été pensé pour un usage pratique. Parmi les déclinaisons, des versions Scritto et une palette de couleurs témoignant de toute la richesse des patines Berluti. Atlantide – un noir au reflets bleus, Racing Green, bleu Brume, gris, moutarde… Autant de nuances pour un format à peine plus grand que la main.

JANIS BURTON

PHOTOS COURTESY BERLUTI

LAISSER SON EMPREINTE

Née d'une idée du sculpteur Michel Audiard, la collection d'objets uniques conçus autour des empreintes de la main se poursuit à travers son association avec Sébastien Forest.

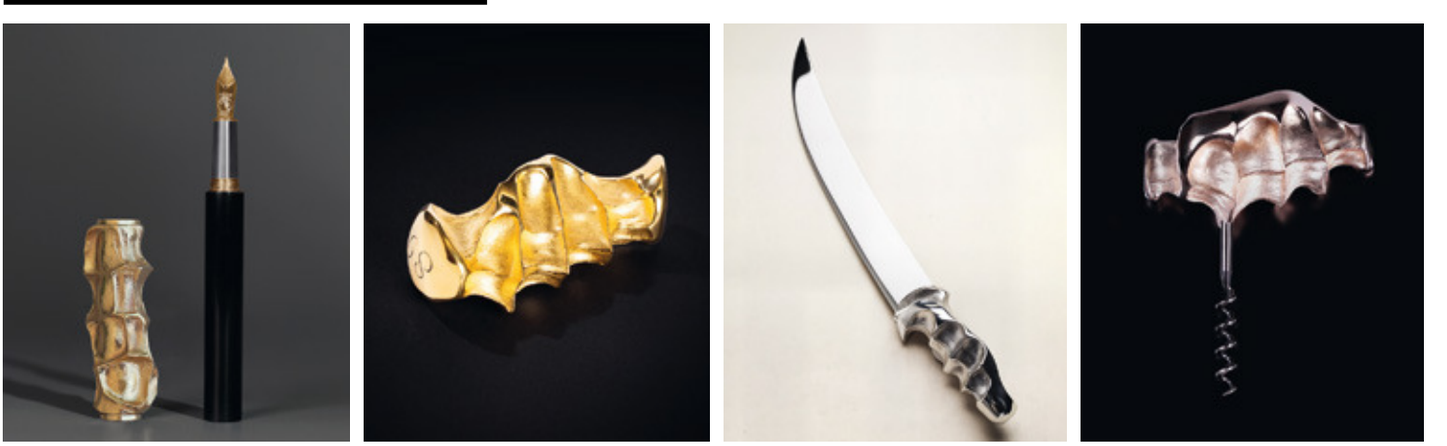


Rencontre au cœur des vignes entre Sébastien Forest et Michel Audiard.

L'histoire commence, comme souvent en France, autour d'une bonne bouteille. Un ami de Michel Audiard, qui ouvre en son honneur un flacon de la cave de son grand-père, lui dit : « *Tu te rends compte je n'ai même pas son tire-bouchon* ». Quelques jours plus tard, l'idée était née. Au lieu d'une poignée impersonnelle, le sculpteur allait prendre l'empreinte de la main pour confectionner une pièce sculptée dont la forme et la surface seraient moulées en bronze. Une création unique, très chargée en symbole et en émotion. En 2013, Sébastien Forest lui en commande deux pour les offrir à son père et son oncle. Le sculpteur les fait mais annonce qu'après, il va arrêter car il a trop de travail avec ses sculptures monumentales. À force de persuasion, le jeune entrepreneur le convainc de continuer en acceptant les conditions de l'artiste : « *Je continue si on le fait ensemble* », Forest Audiard était né. Après l'ouvre-vin, viendront la paume, puis l'étreinte (deux mains enlacées), le stylo, le sabre à champagne et le couteau de chef. Tous en bronze patiné argenté ou doré, tous uniques et qui séduiront les grands chefs comme Guy Savoy, Michel Guérard, les grands sommeliers comme Philippe Faure-Brac ou Gabriele Del Carlo. Depuis 2023, l'ouvre-vin récompense chaque année le meilleur sommelier du monde. Véritable bronze à cire perdue, ces sculptures ont séduit nombre de personnalités. Comme les stylos sculptures d'Audiard, les empreintes sont des cadeaux personnels très particuliers, le rituel n'est pas étranger à la valeur de l'objet, de la prise d'empreinte puis du processus de fabrication – fonte à cire perdue – puis argentage, dorure ou patine. Toutes les opérations se faisant dans la fonderie de la Rochecorbon ou à Tours. Compter environ 2 mois de délais et entre 3 900 € et 7 900 € selon les objets et les finitions.

FRANÇOIS-JEAN DAEHN

QUATRE DÉCLINAISONS POSSIBLES

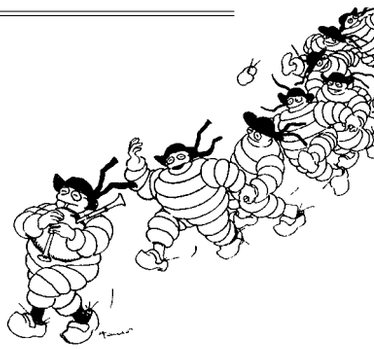


Stylo empreinte, la paume, couteau de chef, sabre à champagne ou ouvre-vin, chaque pièce est unique. C'est un bronze à cire fondue, finition patinée, argentée ou dorée.

PHOTO COURTESY : FOREST AUDIARD.



www.matthewcookson.com



MICHELIN INVENTEUR DU TOURISME

Facétie de l'histoire, le premier guide de voyage – ancêtre des fameux guides verts – était rouge à sa création en 1926. On ne le confondra pas avec le Guide Gastronomique qui règne sur la restauration depuis 1900 !



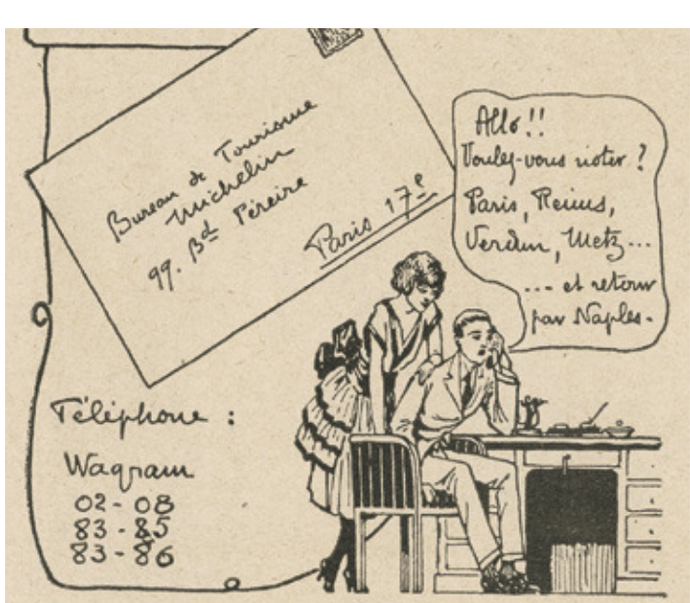
Depuis sa création, le Bibendum est le meilleur ami de l'automobiliste.

Contrairement à une idée reçue, les guides de voyage Michelin n'accompagnent pas le développement du tourisme, ils le précèdent. En balisant les routes de France avec des bornes et des panneaux, Edouard et André Michelin permettent aux automobiles de quitter les villes et de partir à la découverte des campagnes. La maison Michelin incite ainsi les heureux propriétaires de véhicules automobiles à rouler et donc à… user leurs pneus. À l'époque, les routes sont mauvaises et les pneus n'ont pas encore connu toutes les innovations qui les rendront aussi fiables qu'aujourd'hui. Le premier guide sera consacré à la Bretagne, destination déjà en vogue avec les plans de villes et villages, des indications d'hôtels « convenables » et des lieux d'intérêt culturel. Ils reprennent pour tous, les itinéraires sur mesure que proposait le Bureau des Itinéraires Michelin ou Bureau des Renseignements pour le voyage automobile dès 1908 ! Un bureau qui dès les premières années croûle sous les demandes : 1921 : 19 000 demandes personnalisées ; 1923 : 60 000 et 1925 : 155 000 ! Le succès des Guides Verts sera immense. Ils sont le complément indispensable de la carte routière (Michelin évidemment). Petit à petit, ils couvriront toute la France puis l'étranger, couvrant 55 pays en 6 langues ! En 2024, le Guide Vert devient Guide Michelin Voyage & Cultures, il change de format, intègre plus de photos mais est toujours la référence du voyageur avec une politique éditoriale rigoureuse et des collaborateurs aussi méticuleux qu'amoureux des territoires qu'ils parcourent. Une équipe rodée, placée sous la direction de Philippe Orain, éditeur et « Michelin » bien sûr. C'est lui, le gardien des 9 critères universels qui ont fait la renommée des guides. Son équipe distribue aussi des étoiles mais celles-là signalent les lieux, les villes, les monuments selon leurs intérêts culturels. En France, seuls 362 sites ont les prestigieuses 3 étoiles. Avec ces guides, on est sûr de ne rien manquer d'un pays, d'une ville, d'une histoire… et le voyage reste la plus belle des aventures avec Michelin bien sûr.

FRANÇOIS-JEAN DAEHN







À gauche, en 2024, les guides verts sont devenus guides Voyage & Cultures. Ci-dessus, une scène du Bureau des Itinéraires créé en 1908.

PHOTO COURTESY : MICHELIN.


SERICA
Save the Date.
HEURES
MINUTES
CHRONOMÈTRE
300m=1000ft
Réf. 5330
CHRONOMÈTRE DE PLONGÉE
À QUANTIÈME
32 RUE DE TURENNE, PARIS 3È

« MARY JANE »

Longtemps cantonnée aux cours de récréation, la chaussure à brides s'invite là où on ne l'attendait pas : le vestiaire masculin. Retour sur un classique créé pour le roi Charles VIII.





Extrait de la BD américaine *Buster Brown* dont provient le nom Mary Jane. Ci-contre, la réinterprétation moderne et masculine de la chaussure à brides par Jacques Solovière.

On pense d'abord à la chanson de Joe Dassin. À cette pauvre Marie-Jeanne qui s'est jetée du pont de la Garonne, adaptation de l'excellent morceau de Bobbie Gentry. Le nom évoque aussi les années 70 et ses vapeurs de « weed », à cette « *mari-juana* » mexicaine qui ferait voir la vie en rose. Mais la « Mary Jane » dont il est ici question, ne se chante pas ni, encore moins, ne se fume. Elle se porte, ou plutôt, elle se chausse. C'est un modèle de soulier à brides et à bout rond destiné initialement aux enfants. Son nom provient de *Buster Brown*, une bande dessinée créée par Richard Felton Outcault qui figurait dans les pages week-end du *New York Herald*. L'amoureuse du personnage principal – un petit garçon facétieux issu de la haute bourgeoisie – était baptisée Mary Jane. Dans les années 1900, le patron de la Brown Shoe Company, dans le Missouri, décide de surfer sur le succès de ce « comic strip ». Il en achète les droits d'exploitation et produit les chaussures à brides des personnages. Le modèle deviendra emblématique et restera associé au prénom Mary Jane bien qu'il soit ensuite porté autant par les filles que les garçons. Peu à peu, la chaussure s'impose chez l'adulte mais exclusivement du côté féminin. Dans les années 60, la créatrice Mary Quant les fait porter aux mannequins Twiggy et Jane Birkin. Les « babies », comme on les appelle en France, deviennent alors l'attribut des femmes libres et chics des sixties. Une tendance qui a fait son grand retour ces dernières années. Et, à la surprise générale, depuis deux ans environ, chez l'homme aussi. Shocking ? Pourtant, si l'on revient aux origines, il ne faut pas oublier que ce soulier spacieux en forme de « patte d'ours » a été créé pour un seul homme, plus précisément pour le roi Charles VIII, qui pouvait ainsi y faire entrer ses pieds à six orteils… Ce dernier, atteint d'hexadactylie, aurait même fait interdire les poulaines – ces chaussures très effilées (jusqu'à 60 cm) – pour que tout le royaume soit en babies. François I[er] les portait aussi, tout comme Charles IX – d'ailleurs, on leur donne également ce nom aujourd'hui. Harry Styles, Justin Bieber, Tyler, The Creator ou Will Sharpe savaient-ils qu'ils arboraient la « Charles IX » lorsqu'ils se sont présentés, brides abattues, sur les tapis rouges ? Une chose est sûre, les créateurs s'en donnent à cœur joie. Les Mary Jane for men ont été vues dans les collections Gucci, Louis Vuitton, Wales Bonner mais aussi chez Jacques Solovière, GH Bass, Kleman ou encore Dr. Martens. Les caractéristiques des versions masculines ? Une tige dotée d'une fermeture à boucle avec deux ouvertures latérales en forme de « T ». Précautions d'usage ? « Mary Jane » ou « Charles IX », quelle que soit son appellation, cette chaussure ne sied pas à tout le monde. Elle est même très « niche » pour ne pas dire clivante… Certaines versions sont plus faciles à vivre que d'autres comme le modèle « Jo » de Jacques Solovière, qui réinterprète le genre avec beaucoup d'élégance. Dans tous les cas, la Mary Jane offre enfin aux chaussettes leur quart d'heure de gloire.

HÉLÈNE CLAUDEL

PHOTO COURTESY : ICOM IMAGES / ALAMY IMAGES.

au petit matelot



Illustrations Dominique Lelys

27 av. de la Grande Armée Paris, XVI^e^
01 45 00 15 51
www.aupetitmatelot.fr

Corneliani Lardini Herno Sannino Santaniello PT Torino Moorer NovaSport Barbour Maximilian ...





NONCHALANCE ARISTOCRATIQUE

EN COMBINANT DES VÊTEMENTS ISSUS D'ÉPOQUES DIFFÉRENTES, JONATHAN ANDERSON IMAGINE UN HOMME DIOR À L'ÉLÉGANCE SPONTANÉE, ANCRÉE À LA FOIS DANS LE PRÉSENT ET LE PASSÉ.

Jonathan Anderson continue de réinventer l'homme Dior avec audace et fraîcheur. Sa nouvelle collection poursuit en effet le dialogue entre l'élégance d'hier et l'énergie d'aujourd'hui. « *Un jeu mêlant histoire et opulence* », précise la Maison de couture. Ainsi, l'héraldique médiévale se juxtapose aux arabesques du XVIII[e] siècle tandis que le formel se mêle à la décontraction preppy dans un subtil mélange de tradition et de liberté. Il y a une nonchalance aristocratique dans les looks du directeur artistique nord-irlandais. Ce dernier a puisé son inspiration dans les archives Dior, mais aussi dans les grands classiques du dressing masculin. Des pièces



PHOTOS COURTESY DIOR



La collection s'inspire des archives Dior et des grands classiques du vestiaire masculin. Résultat ? Des silhouettes hors du temps entre style formel et esprit preppy.



dont le style a traversé le temps et les modes. La veste Bar, les shorts Delft, les redingotes et queues-de-pie, les vestes à col châle, le polo de rugby, le blouson court en tartan, la chemise à rayures, les bermudas, les chinos, le pantalon à cinq poches, les cravates club, les mocassins… autant d'incontournables revisités dans des combinaisons hors du temps, résolument contemporaines. Les blasons se déploient en imprimés XXL et l'esprit british cher à Monsieur Dior se retrouve sur des vestes en tweed Donegal. Le denim, très présent, a notamment été utilisé pour les vestes queues-de-pie avec, pour l'occasion, un impressionnant travail de broderie. Concernant les souliers, les mocassins Dior Chester font leur entrée. Deux versions ont vu le jour, toutes questionnant la notion « preppy ». La première réinterprète le penny loafer tandis que la seconde est une relecture de l'iconique chaussure bateau. Des sneakers en nylon et suède complètent aussi la collection en rendant « couture » l'éternelle chaussure de course. À noter également, côté accessoires, le nouveau sac Dior Archie. Chic et spacieux, il promet de devenir le nouvel allié des citadins en quête de confort et de style. En cuir grainé ultra souple, il se porte en bandoulière ou à la main grâce à sa poignée en arche. Sobre avec sa palette noir, marron, kaki ou bleu, il joue la carte de la fonctionnalité et du savoir-faire, comme il se doit. JANIS BURTON



PHOTOS COURTESY DIOR

LA TENDANCE EST AUX VINS BLANCS

Après le mois du blanc dans la déco, voici venu celui du blanc à l'apéro et en gastro. Les nouveaux modes de consommation font désormais la part belle aux vins blancs en plein essor dans toutes les régions.



Château Minuty, Cuvée Jeanne. Pour célébrer les 90 ans d'une histoire familiale à la fois visionnaire et passionnée, ce Grand Cru Classé avec la création de la cuvée Jeanne signe un blanc exclusif 100 % Rolle issu de vieilles vignes. Sa robe dorée aux reflets lumineux annonce un nez complexe de fleurs blanches, brioche, mangue et coing. En bouche, une matière ample et soyeuse s'équilibre par une fraîcheur saline et une finale épicée, signe d'un vrai vin de gastronomie. Environ 65 €.

En 2025, la France a produit 10 millions d'hectolitres de vin blanc, soit 28 % de sa production totale. Si la consommation de vin a chuté de 60 % depuis les années 1960, les vins blancs tous styles confondus (secs, moelleux, effervescents) ont eux le vent en poupe auprès d'une jeune génération en quête de fraîcheur et de plaisirs immédiats. À l'apéritif, 36 % des Français le plébiscitent et là où le rouge recule, le blanc s'impose. Des apéros aux afterwork, le vin blanc est de tous les instants. Frais, vif, fruité, minéral, digeste, polyvalent, il ne tache pas les vêtements des maladroits et ne demande ni chichi de service ni expertise savante pour pouvoir être apprécié. Longtemps responsables des migraines sulfiteuses de nos lendemains difficiles, les vinifications de plus en plus soignées ont peu à peu su régler le problème. Dans le même temps, nos assiettes ont évolué. Moins de sauces et de viandes rouges, plus de poissons, de cru, de végétal. Fruits de mer, ceviches, sushis, fromages, autant de saveurs qui appellent des blancs secs, vifs, nobles et précis. *Exit* les rouges puissants à 15° d'alcool, place aux blancs nerveux, salins, qui rafraîchissent les palais pour accompagner une cuisine simplifiée, allégée. Même à Bordeaux, le blanc revient en force ! Même le Médoc, fief absolu des grands rouges retrouve le goût du clair. Depuis l'été dernier, cette région viticole compte une nouvelle AOP Blanc officielle venue sceller le renouveau des vins blancs. Pour s'adapter à la crise viticole, aux concurrences mondiales et aux nouveaux comportements de consommation, sur les 10 000 hectares médocains, environ 150 ont déjà été replantés en cépages blancs et cette tendance touche déjà plus de 60 domaines de ce prestigieux Médoc à la réputation internationale. Aussitôt goûtés, aussitôt adoptés !



SYMPHONIE BLANC 2025
CHÂTEAU SAINTE-MARGUERITE
CRU CLASSÉ CÔTES-DE-PROVENCE
Nouveauté très attendue issue d'un des plus prestigieux Crus Classés de Provence, ce blanc 100 % Rolle séduit par sa fraîcheur et sa vibration aromatique. D'une belle intensité, il révèle toute la finesse et l'équilibre d'un grand vin, oscillant entre précision et harmonie. Ses notes exotiques d'ananas et de papaye accompagnent idéalement la cuisine méditerranéenne et les produits de la mer. Véritable cuvée signature, elle séduit par sa bouteille sérigraphiée d'une marguerite ! 26 €.



CÔTÉ MATIN 2022
CHÂTEAU PUYGUERAUD
FRANCS CÔTES DE BORDEAUX BLANC
Le Château Puygueraud a délibérément choisi de mettre en lumière ses blancs dans leur phase de maturité, privilégiant la patine du temps à l'éclat de la jeunesse. Cette approche révèle pleinement le potentiel de ce domaine iconique. Le nez s'ouvre sur des arômes de fruits et de fleurs blancs ainsi que sur une fraîcheur saline. En bouche, la tension minérale persiste, mais assagie par une texture crémeuse et enveloppée. Sans chercher à les imiter, elle rappelle les grands blancs ligériens. Un must ! 23 €.



ALBA BY TERTRE 2024
CHÂTEAU DU TERTRE, MARGAUX
Née d'une collaboration exclusive avec la fameuse Maison Ulysse Cazabonne, cette nouvelle cuvée est éditée seulement à 2 500 bouteilles, numérotées. Atypique par son encépagement surprenant pour la région, si le terroir est celui d'un Grand Cru, l'âme du vin est libre grâce à son assemblage de Chardonnay, Sauvignon blanc et Viognier. Marqué par la vivacité, la tension et la sapidité, à la fois frais et décomplexé, ce blanc charmeur se termine sur une jolie note saline. Un vin de plaisir immédiat. Enfin un Bordeaux blanc atypique ! 26,40 €.



CUVÉE AMPHORE 2025
DOMAINE DE LA BÉGUDE
AOP BANDOL BLANC
Certifié Demeter, élaboré en biodynamie, ce blanc reflète la pureté de son terroir dominant Bandol. Issue de vieilles vignes, cette cuvée est élevée 4 mois en amphores afin de conserver l'éclat du fruit, la structure et le bouquet du vin. Sa robe jaune paille, son nez révèle de fleurs blanches et d'agrumes est soutenu par une note fumée subtile. La bouche offre une tension cristalline et une texture finement onctueuse. La finale longue et vibrante signe un grand blanc de Provence, riche d'une belle intensité minérale. 40 €

PHOTOS COURTESY : HERVÉ FABRE / MINUTY – CHÂTEAU SAINTE-MARGUERITE – CHÂTEAU DU TERTRE – CHÂTEAU PUYGUERAUD – DOMAINE DE LA BÉGUDE.

FLORENCE HERNANDEZ

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

mettez

Styles anglais & autrichien, vêtements de Chasse



UN STYLE, UNE RÉFÉRENCE

www.mettez.com

9 Boulevard Malesherbes - 75008 Paris | +33 (0)1 42 65 33 76

LE REVERS

Version XXL dans les seventies ou ultra slim dans les années 2000, ce petit morceau de tissu rabattu est déterminant pour définir l'allure d'une veste et équilibrer la silhouette. Explications.

CRANTÉ



Pour les vestes droites. C'est le fameux « cran parisien » chez Camps de Luca et Djay.

À POINTE



Pour les vestes croisées ou droites habillées. Cifonelli en a fait sa spécialité.

COL CHÂLE



Pour les tenues de soirée, smoking et autres costumes de cérémonie.

Le revers est essentiel. « *Avec l'épaule, c'est lui qui constitue l'identité d'une veste*, explique Lorenzo Cifonelli, le maître-tailleur parisien. *S'il est mal fichu ou déséquilibré, cette dernière est ratée* ». Le revers, ce morceau de tissu rabattu sur le devant, détermine, en effet, la structure de la veste mais aussi son esthétique et sa fonctionnalité. Il existe trois grandes familles de revers : le col châle, le revers cranté et le revers en pointe, le fameux « peak lapel », comme le surnomment les Anglais. Le premier est parfait pour les tenues de soirée, smoking et autres costumes de cérémonie. Il est souvent en satin ou en velours peau de pêche. Le second, en forme d'escalier, de loin le plus répandu, s'accommode des vestes droites tandis que le troisième est l'allié des vestes croisées ou des versions droites plus habillées.

À chaque époque son revers. Pendant la Seconde Guerre mondiale, en raison de la pénurie de tissu, il était étroit. Une tendance qui s'est poursuivie dans les années 50-60 avec, comme célèbres représentants, les Beatles et leur silhouette ajustée. Dans les années 70, il s'élargit en même temps que les cols de chemises s'allongent. On se souvient de Jean-Louis Trintignant dans le film *Le Conformiste* avec son trois-pièces prince-de-galles à revers cranté XXL. Tout un style. Les années 80-90, époque du « fric » et de la « frime », mettent en avant le « power suit », le croisé de banquier aux épaules carrées et aux revers imposants marqueurs d'autorité. Changement de cap dans les années 2000. Hedi Slimane élague la silhouette, réduit la cravate et les revers ; il invente le « slim ». Aujourd'hui, le revers est revenu à des proportions équilibrées, entre 8 et 10 cm de largeur, en sachant que les Italiens seront plus proches des 10 quand les Français préféreront se situer du côté des 8.

Le revers constitue la signature stylistique d'un tailleur. Par exemple, celui de Cifonelli, souple et légèrement arrondi, a été travaillé en deux empiècements. La maison est connue pour son revers en pointe très technique sur les vestes croisées. Ce dernier présente une cassure creuse due à une toile coupée en biais plutôt qu'en droit-fil. Placé haut avec un bouton unique placé bas à la taille, ce revers permet d'allonger la silhouette. Même impression d'élancement avec les vestes droites bien que le revers cranté soit plus fin (7,5 cm). Sur les vestes sport, en revanche, le revers est plus large (9 cm) et plus bas, pour donner l'effet d'une allure décontractée. Chez Camps de Luca, le revers est souvent associé au « cran parisien », appelé aussi « cran Camps ». Un cran net, légèrement ouvert et très précis. Les Italiens l'appellent « *bouche de loup* », les Anglais « *bouche de grenouille* »… Ce revers est placé haut ce qui contribue, là encore, à affiner la ligne du costume.

L'approche est différente pour l'Atelier de Luca où la mesure est plus décomplexée. Les revers y sont légèrement plus épurés et les crans plus ouverts afin de donner une présence plus moderne. Djay s'est, quant à lui, inspiré du cran parisien de Francesco Smalto – élève de Camps, au cran reconnaissable entre mille –, pour concevoir son revers en équerre. Il l'a stylisé avec une largeur de 8,5 cm et le dessine directement sur le client. « *Une signature depuis 30 ans !* » On trouve un cran également très ouvert chez Jean-Manuel Moreau – quasiment 90 degrés – et placé haut sur la poitrine sans qu'il ne se fonde avec la ligne d'épaule. D'inspiration italienne, son revers est large – entre 10 et 12 cm selon le gabarit du porteur. Vous l'aurez compris, ce pli de tissu joue un rôle clé dans l'harmonie de la silhouette. « *Le revers guide le regard et équilibre les proportions du corps,* ajoutent Julien et Charles de Luca. *Un cran placé haut allonge la ligne et donne une impression de stature, un revers plus large apporte de la puissance à la poitrine, un revers plus étroit peut alléger une silhouette très forte.* » Un jour, un de leur client est venu avec une photo d'un costume des années 1970 dont le revers frôlait les 14 centimètres. Il voulait la même chose, lui qui avait déjà une carrure imposante. L'effet aurait été théâtral voire ridicule. Heureusement, les deux frères sont parvenus à le convaincre en trouvant un compromis à 10,5 cm. « *Je suis venu pour un costume des années 70… et je repars avec un costume intemporel* », a reconnu finalement le client, ravi de son revers.

HÉLÈNE CLAUDEL

ILLSUTRATIONS THU-HUYEN HOANG

Transitions®

LIBERTÉ DE MOUVEMENT

EN TOUTES LUMIÈRES



VERRES
ULTRA DYNAMIQUES

E.B.Meyrowitz
OPTICIEN LUNETIER
DEPUIS 1875



5 rue de Castiglione 75001 Paris - +33 1 42 60 63 64 - www.meyrowitz.paris

Transitions® et le logo Transitions® sont des marques déposées de Transitions Optical, Inc, utilisées sous licence par Transitions Optical Ltd. La performance photochromique, qui peut varier en fonction des couleurs et du matériau des verres, est influencée par la température et l'exposition aux UV. Dispositifs médicaux, marquage CE. Consultez votre ophtalmologiste ou votre opticien pour plus d'informations. Monture de marque Vogue®, verres Transitions® coloris Rubis. La monture présentée peut ne pas être disponible à la vente. BBGR SAS au capital de 42.635.385,75 euros - BBGR, Route de Bray-sur-Seine, 77160 POIGNY - RCS MELUN 302 607 957 - Mars 2026.



Adopter la ligne claire

AUX BEAUX JOURS, LES ÉLÉGANTS CONTEMPORAINS ONT ENVIE DE LÉGÈRETÉ ET DE TEINTES LUMINEUSES. UNE AUDACE STYLISTIQUE QUI SUPPOSE UNE MAÎTRISE DES COUPES ET DES MATIÈRES. POUR ÉVITER LES FAUX PAS, LES CONSEILS DE DANIEL LÉVY POUR COMPOSER UNE SILHOUETTE NETTE.



Pour le printemps et l'été, Daniel Lévy a sélectionné une large palette de tissus dans des tons naturels pour ses vestes Daniel et Jef.

Longtemps délaissés, les blancs, beiges, camels ou ocres sont revenus sur le devant de la scène. Ce n'est plus une tendance pointue, réservée aux heureux, aux oisifs et aux fortunés qui ne se salissent ni les mains ni les pantalons, même en voyage ou en dégustant des spaghettis bolognaises. Désormais, les couleurs claires et les tons naturels séduisent les citadins, tant pour les tenues casual que pour donner du brio aux tenues professionnelles. Les vertus des teintes claires sont ainsi redécouvertes. Outre leurs aspects symboliques, elles ont une fonctionnalité certaine depuis le XIXe siècle, notamment lorsque la température augmente. Concrètement, en reflétant la luminosité, elles détournent la chaleur. Explorateurs, militaires, voyageurs ont longtemps eu l'habitude d'adopter le blanc ou le beige pour les saisons chaudes. Mais si le goût et l'usage en ont été retrouvés, quelques pièges doivent être déjoués. Adopter la ligne claire, oui, mais pas n'importe comment. Pour y voir clair, Monsieur est allé prendre conseil auprès du chemisier parisien Daniel Lévy, spécialiste du surmesure, qui accueille fort à propos dans ses propositions de saison plusieurs modèles taillés dans différents types d'étoffes aux tonalités très douces.

***Monsieur* :** Quelles sont les précautions à prendre pour composer habilement une silhouette réussie dans des teintes claires ?
Daniel Lévy : Comme les couleurs chatoyantes, le blanc et les teintes naturelles font partie de la garde-robe masculine depuis des âges immémoriaux. Mais, depuis une quinzaine d'années, elles avaient tendance à renvoyer à des archétypes masculins qui n'étaient pas du registre de l'élégance raffinée. Elles sont revenues sur le devant de la scène, plébiscitées par une nouvelle génération en quête de naturel et d'épure. Elles sont perçues comme une forme de raffinement. Cet engouement a introduit une nouvelle perception et de nouveaux types d'assortiments. Aujourd'hui, il me semble que le plus sage est de miser sur les tenues dépareillées plutôt que sur le costume ou l'ensemble taillé dans un seul et même tissu, afin d'éviter l'aspect uniforme. Composer une tenue, quelles que soient les couleurs et les saisons d'ailleurs, donne le plaisir de jouer avec les matières et les aspects de texture. La teinte d'un vêtement ne dépend pas uniquement de la couleur de l'étoffe brute, mais tout autant des effets de tissage et des jeux de la lumière dans le relief de la fibre. L'élément clef dont il faut tenir compte, c'est la carnation de la peau. Une teinte très claire proche du visage n'est pas toujours un atout. Il sera avisé de favoriser la nuance la plus chaleureuse pour le haut de la tenue, veste ou chemise, et la plus claire pour le pantalon.

***Monsieur* :** Est-ce que tout le monde peut s'habiller en clair ?
Daniel Lévy : Bien évidemment ! Il n'y a pas de restriction. Même si, malgré les apparences, ce n'est jamais aussi facile et évident que de choisir un blazer bleu, le clair est une merveilleuse occasion pour chacun de composer un vestiaire reflétant sa personnalité et ses humeurs. C'est une toile blanche propice à la créativité. D'autant plus que la saison des beaux-jours, toujours moins formelle, y est propice, et que le blanc ou le beige - il serait même plus juste de dire les blancs et les beiges - sont moins encadrés socialement et symboliquement. La portée émotionnelle est forte mais la charge symbolique est plus légère, plus décomplexée.

***Monsieur* :** Quels sont les avantages des teintes claires ?
Daniel Lévy : Leurs atouts sont de deux ordres : esthétiques et pratiques. Au plan stylistique, les teintes claires permettent très nettement de mieux voir et comprendre les effets des matières et

PHOTOS : DANIEL LÉVY / S.G.



***Monsieur* :** Comment accessoiriser les vestes ou les chemises dans des teintes neutres ou claires ?
Daniel Lévy : Vous connaissez mon goût pour l'élégance classique et vous vous attendez sans doute à ce que je vous recommande de favoriser les camaïeux doux, de respecter des accords entre des teintes claires aux tonalités très légèrement différentes, de jouer sur les blancs et les bleus pâles, et ce sont des choix raisonnables. Toutefois, au risque de vous surprendre, mon premier geste irait vers le contraste franc. Une chemise bleu Klein sous un veston léger crème, c'est superbement élégant. Il faut juste pouvoir assumer cette confrontation et être capable de la porter avec assurance. L'allure est autant influencée par la manière dont on porte son vêtement que par le vêtement lui-même. Il ne faut pas s'interdire un foulard joyeux ou une belle écharpe dans une teinte vive, flatteuse au teint près du visage. C'est le moment pour oser. En revanche, si une cravate est nécessaire, c'est l'occasion de miser sur des associations de couleurs plus douces. Pour ma part, je conserve ma préférence pour les trames un peu foncées, car cela permet de jouer avec des motifs, des rayures plus claires ou colorées. Dans tous les cas, c'est à la lumière du jour, et plutôt à l'ombre qu'en plein soleil, qu'il faut apprécier les mariages de couleurs. Cela tombe bien, en été les jours rallongent et la lumière est au service de l'élégance dès le petit matin. PROPOS RECUEILLIS PAR GÉRARD ROGER

des tissages. C'est très intéressant. L'amateur peut composer à sa guise des associations originales. Par exemple, outre les habituels lins anglais purs, assez lourds pour avoir de la tenue – car il ne faut pas confondre souplesse et mollesse – et les cotons, je propose cette saison pour les vestes Daniel ou Jef (une extrapolation de la saharienne), un mélange de lin, laine, soie et coton, ou un admirable fresco de laine, qui s'apparient remarquablement avec une toile Denim lourde comme avec une gabardine de coton. Les mariages de textures apportent sophistication et raffinement en plus du confort.

***Monsieur* :** Que faut-il particulièrement surveiller pour la coupe ?
Daniel Lévy : Comme toujours, je recommande de préférer le style à la mode. Si l'élaboration d'un vestiaire dans des coloris inhabituels est l'occasion de tenter des choses nouvelles, il me semble important de veiller particulièrement aux coupes, aux lignes et aux structures. Confortable, doux à l'œil et décontracté ne veut pas dire informe. Peut-être plus encore que pour des vêtements classiques, surtout confectionnés dans des teintes sombres qui « pardonnent » un peu plus, ou pour des chemises formelles, il sera critique de bien respecter sa morphologie. Le sur-mesure est évidemment ici la meilleure option, particulièrement pour le vestiaire estival car, en dépit de sa simplicité visuelle, il est souvent délicat à exécuter : je pense ici à la construction de nos vestes légères, non doublées, ou à la réalisation des merveilleuses alforzas d'une guayabera, qui nécessitent le savoir-faire d'artisans chevronnés, ou à la coupe précise de notre chemise popover, dont les pans droits et fendus sur les côtés sont coupés pour être portés par-dessus le pantalon. Les amateurs érudits comprennent cela très bien.



Quand le thermomètre s'affole, la Guayabera en lin garantit allure et confort. Très chic avec un pantalon beige clair.

PHOTOS : DANIEL LÉVY / S.G.



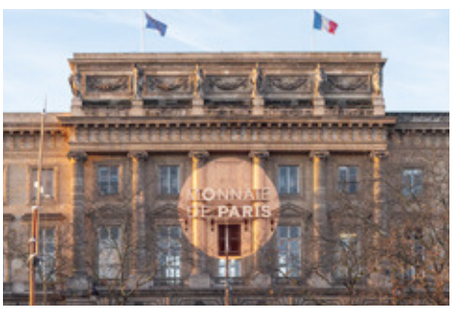


BEAUBLEU, LA PREMIÈRE FRAPPE HORLOGÈRE DE LA MONNAIE DE PARIS

DERRIÈRE LES PORTES DE L'HÔTEL DE LA MONNAIE, ARTISANS ET HORLOGERS RELÈVENT UN DÉFI INÉDIT : ADAPTER UN SAVOIR-FAIRE HISTORIQUE À L'HORLOGERIE.

Derrière la façade néoclassique de la Monnaie de Paris, le bruit de la ville s'éteint comme un battement de montre qu'on aurait suspendu. Dans la cour d'honneur, l'air semble chargé d'histoires. Un créateur horloger avance à pas feutrés. À ses côtés, une historienne. Lui cherche des formes à inventer, elle des traces à déchiffrer. Ensemble, ils traversent ce palais-atelier imaginé par Jacques-Denis Antoine pour Louis XV, où « *chaque cour cache un monde, les fours, le monnayage, le blanchiment, la frappe, la délivrance* ». Tout ici raconte l'obsession de la précision.

Dans un atelier tenu secret, les graveurs de la Monnaie travaillent désormais non plus pour des Louis d'or, mais pour le temps. Le dialogue s'est engagé avec Beaubleu. Nicolas Ducoudert, son fondateur, n'a pas apporté qu'un dessin. Il a apporté une vision. Et les outils anciens et modernes ont répondu. « *Cela a été un vrai dialogue avec les maîtres artisans, pour se demander ce que nous voulions exprimer, quel niveau de détail nous pouvions atteindre…* », souligne-t-il. *La difficulté, après avoir réalisé l'ébauche de mon dessin en 2D, était de le traduire en motif tridimensionnel puis de le réaliser en version inversée sur le bloc d'acier ! Pour que la frappe sur la pièce (le cadran en devenir) restitue le relief tel qu'imaginé. Chaque ligne doit être pensée à l'envers et en volume, une vraie gymnastique mentale.* »



Pour Marc Schwartz, PDG de la Monnaie de Paris : « *l'institution existe depuis le IXe siècle, voilà maintenant 1 162 ans que nous frappons des monnaies. Mais face à l'évolution des usages, nous avons engagé une démarche de diversification industrielle. L'horlogerie s'est imposée comme une évidence. C'est la première fois que nos artisans frappent non pas une pièce de monnaie ou une médaille, mais un cadran de montre. Au fond, un cadran de montre et une pièce de monnaie, c'est à peu près la même chose. Mais techniquement, le défi était réel. Nous n'avons pas l'habitude de travailler sur des cadrans d'un diamètre aussi large et d'une épaisseur aussi fine, environ 0,35 mm. Sans oublier la contrainte de la planéité absolue, la justesse du relief, la force maîtrisée de la presse… tout concourt à faire naître l'impossible* ». Maître-graveurs, polisseurs, patineurs, ciseleurs, tourneurs… tous composent une chorégraphie silencieuse pour que le bloc d'acier se sculpte, afin que la lumière s'y accroche. Puis vient enfin la révélation. Deux cadrans émergent : La Pièce n°1 et La Pièce n°2. Le premier déploie des cercles comme une journée qui s'écoule, du lever au coucher du soleil, dans une douceur poudrée évoquant le papier. Six déclinaisons de cadrans de couleurs (moka, vert olive, graphite, champagne, bleu empire et lie-de-vin) sont proposées. Le second ose un tour de force avec ses index usinés dans la masse et ses jeux de surfaces variés tout en relief (poli miroir, poli, satiné, poudré, irisé, strié). Son cadran monobloc se décline quant à lui en or rose, argent ou noir, et toujours dans ce même esprit. À 3H, la couronne cachée disparaît. La Seconde Volante glisse sur ces reliefs comme un souffle. Les boîtiers en acier de 39 mm abritent le mouvement automatique France Ébauches équipé d'une réserve de marche de 46 heures. Les deux pièces sont « made in France » et proposées à un prix accessible, à partir de 1 790 €. « *Pour La Monnaie de Paris, c'est une aventure industrielle et artistique, avec en relief une dimension de métiers d'arts que nous cherchons à préserver dans ce lieu magnifique* », conclut Marc Schwartz. C'est peut-être cela que murmure, depuis des siècles, la devise latine gravée à l'entrée de la cour d'honneur. « *Quas effundit opes largo copia cornu, explorat certa religione fides* » – les richesses peuvent jaillir en abondance, mais seules la rigueur et la fidélité leur donnent leur distinction. Comme ces cadrans nés d'un dialogue entre Beaubleu et la Monnaie de Paris, où le temps, enfin, devient une valeur sûre.

THU-HUYEN HOANG

PHOTOS COURTESY : BEAUBLEU – © MONNAIE DE PARIS | OLIVIER BERHAUT.



Dominique, Julien et Mégane, restaurateurs de voitures de collection chez Rétrograd

modèles Barth et Michael cerf marron

www.paraboot.com

CRAVATES, LES NOUVEAUX PHÉNIX

Presque oubliée dans la sphère fashion, la cravate fait son retour sur les podiums et aux cous d'une génération qui veut s'affranchir du style trop décontracté de ses pères. Le hic ? Plus personne ne sait comment la nouer.



Plus question de brûler ses cravates comme pourrait le suggérer cette mise en scène d'une vitrine Hermès via Monte Napoleone. En 2026, le symbole masculin fait son grand retour.

Lors d'un dîner en ville, je croise un homme, la petite trentaine, arborant fièrement une cravate. Fait assez rare ces derniers temps pour être souligné. Il s'agissait d'un modèle Double RL vintage à motifs cavalier. Très élégant. L'hôte, un de ses amis du même âge, au triste col roulé, se mis à le taquiner sans ménagement sur son audace stylistique. « *On avait dit une soirée décontractée, non, Fabien* ? » Sa remarque me fit penser à celle que Barack Obama avait lancé à François Hollande, alors président, lors d'un sommet du G8. « *François, on avait dit que tu pouvais enlever ta cravate* ». Mais, je n'ai rien dit, ne voulant pas passer pour le dinosaure de service. Les deux hommes ont ensuite commencé à parler nœuds de cravate. D'autres s'en sont mêlés. Et surprise, personne quasiment ne maîtrisait le geste. Allons bon. Ce ne sont pourtant pas les tutos qui manquent sur les réseaux sociaux. Certains proposent même une méthode où on enroule un pan de cravate autour de l'avant-bras, et, en un tour de passe-passe, le nœud se forme comme par enchantement. Étais-je donc le seul, autour de cette table, à savoir faire un nœud Windsor ? Le cravaté confia même que celui qu'il portait avait été fait par son grand-père, aujourd'hui décédé, et qu'il ne l'avait depuis jamais retiré, le faisant coulisser au gré de ses sorties. Toute la table s'attendrit de cet héritage précieux, tandis que je réalisais que mes pairs, ceux de ma génération, les 55-60 ans, avaient tellement voulu se débarrasser de leur cravate, qu'ils n'avaient pas transmis à leurs garçons, ce b.a.ba du style. Pas question en tous cas pour ces derniers de succomber à l'injonction du « tout décontracté » de leurs pères. On n'a pas besoin d'être docteur en sociologie bourdieusienne pour savoir qu'une génération se construit aussi en réaction à la précédente. Y compris (surtout ?) en manière de style. Comme le mocassin l'est avec l'overdose des baskets, la cravate serait le pied-de-nez du tee-shirt ou de la chemise ouverte. Un acte de rébellion contre la désinvolture molle qu'on leur a léguée. Et c'est loin d'être terminé à en croire la horde de cravates qui va débouler ce printemps-été et surtout l'hiver prochain. Armani, Dior, Hermès, Celine… Toutes les grandes maisons de mode l'ont remise au goût du jour. Sur les presque 80 silhouettes du dernier défilé Louis Vuitton, 45 en portaient une. C'est dire l'ampleur du phénomène… À voir si la rue suit les podiums et cette tendance « corpcore » qui semble sonner le glas de la tenue de télétravail. Mais qu'on ne s'y trompe pas. « *Aujourd'hui, la cravate se porte en dehors de tout code vestimentaire professionnel*, explique un spécialiste de la mesure parisien. *Ce n'est plus une obligation, mais un plaisir.* » Nous sommes donc dans l'ère de la « cravate plaisir ». Il ne reste plus qu'à apprendre à la nouer pour qu'à tous les cous, le bonheur soit total.

LOUIS ARMEL

PHOTOS COURTESY : FJD.


4e TROPHÉE DE GOLF
MONSIEUR
L'élégance sur les greens
Golf de Chantilly-Vineuil
Jeudi 10 septembre 2026
www.monsieur.fr/Tropheedegolf
BRIMONCOURT CHAMPAGNE
mettez
Organisation
JustForYou
Événements & partenariats

CHAPITRE XVI

LE JAPON

VOUÉ CORPS ET ÂME À LA RECHERCHE DE L'HARMONIE, LE JAPON N'EN FINIT PAS D'EXERCER SA FASCINATION SUR L'OCCIDENT. DÉCRYPTAGE AU-DELÀ DES CLICHÉS…

PAR CAROLINE KNUCKEY

Ils étaient 457 600 Français à avoir visité le Japon en 2025 contre 385 000 en 2024[1], un chiffre en constante progression qui témoigne d'un réel et vif engouement. D'où vient cette fascination ? De son mélange de tradition et de modernité ? De l'intransigeance de leurs savoir-faire ? Leur vénération de la nature ? Leur philosophie zen ? Leur gastronomie érigée en œuvre d'art ? Les clichés ont la peau dure. Il n'empêche. Poésie, pudeur, rigueur extrême, recherche de perfection dans l'imperfection, esthétique poussée dans ses derniers retranchements... Philippe Pelletier, auteur du livre *L'invention du Japon*, va encore plus loin. « *Nos modèles d'hier ont disparu. Le Japon, lui, nous offre un nouvel imaginaire*. » Et quel imaginaire ! Pétri de paradoxes troublants, si loin de notre vision occidentale, un véritable choc culturel.

LOST IN TRANSLATION

Une fois frottés à cette culture viscéralement différente de la nôtre, comment ne pas y prendre goût ? « *Le Japon que je découvre ne correspond pas à l'image que j'en avais, faite de cerisiers en fleur, de geishas dans leur bain moussant contemplant le mont Fuji avec un regard alangui, de jardins zen, de poésie obscure et de philosophie orientaliste* », livre Cyrille Vigneron, aujourd'hui Chairman de Cartier, Culture et Philanthropie. Si l'auteur du livre *De geishas en mangas, chroniques du Japon d'aujourd'hui* admet avoir été littéralement « *lost in translation* », il a si bien appris à le décoder, après y avoir vécu dix ans et rencontré l'amour, qu'il confie mener aujourd'hui à Paris « *une vie d'expatrié invisible* ». *Lost in translation*, ça vous parle ? Qui n'a pas en mémoire la scène culte de Bill Murray faisant la promotion du *Hibiki* 17 ans du groupe Suntory, propulsant d'un coup d'un seul le whisky japonais sur la scène internationale. Un film qui fera date, tout comme *Stupeur et*



PHOTO COURTESY : HIROSAKI TOURISM AND CONVENTION BUREAU.

1- Source JNTO (Japan National Tourism Organization).



Chaque année, les Japonais célèbrent les cerisiers en fleurs. La tradition du *Hanami* remonte au VIII[e]. Ici, dans le parc d'Hirosaki, durant le festival de printemps.



Le chemin sans fin abritant les mille portes torii du Fushimi Inari Taisha, le plus grand sanctuaire shinto du Japon, fait partie des clichés les plus emblématiques du Japon. Mais quel cliché !

« Les liens entre le Japon et la France ont été bâtis sur des fondations solides car institutionnelles. »

Kevin Berthon, Directeur du concept store parisien HIS

tremblements, le livre d'Amélie Nothomb, paru la même année, où il est là aussi question de choc culturel. C'est exactement ce qu'a ressenti la journaliste Deborah Pham[2], partie à 17 ans faire ses études au Japon. « *Tout ce que j'avais imaginé sur ce pays a été renversé. Ma fascination n'en a été que décuplée et mon ouverture d'esprit considérablement grandie* », confie-t-elle. Cet instantané de Japon, Erik Tartrais l'a mis en images dans une BD intitulée *Estampillé Japon* qu'il décrit comme « *un gros mélange de clichés, d'anachronismes et d'histoires absurdes, quelque chose à mi-chemin entre la fascination et la caricature* ». Eurasien d'origine, « *nourri à la sauce Goldorak, Albator et Capitaine Flam* », il s'est vite fait passer pour « *à moitié japonais* » – « *bien plus badass* ! », glisse-t-il –, alors qu'il n'a jamais mis les pieds au Japon. L'auteur redoute d'être cruellement déçu. « *Je repousse autant que possible le moment où mon imaginaire devra, enfin, se confronter au réel.* » Très loin du compte Erik Tartrais ? Ce nouvel imaginaire dont il est question, Kevin Berthon, le directeur franco-japonais du concept store parisien HIS – l'entreprise japonaise fondée en 1980 par Hideo Sawada explore l'art du voyage au Japon sous toutes ses formes – aime à rappeler, lui qui a grandi entre la France et le Japon dans les années 1980 et 1990, que cette fascination ne date pas d'hier. « *Mes camarades connaissaient déjà le Japon par les mangas et les jeux vidéo, tandis que les générations plus âgées avaient découvert les arts martiaux et le cinéma japonais d'après-guerre.* » *Les Sept Samouraïs* (1954) de l'immense Kurosawa, *Les Contes de la lune vague après la pluie* de Mizoguchi, Lion d'Argent à Venise en 1953, ou, plus récent, le sulfureux *Empire des Sens* (1976) d'Oshima, vont durablement marquer les esprits. « *Cette fascination s'est muée en une consommation massive de pop-culture, faisant de la France le deuxième marché mondial pour le manga*, constate-t-il. *Ce nouvel imaginaire avait déjà fait son apparition en France, bien avant que le japonisme ne devienne une mode absolue chez les impressionnistes. La découverte des estampes au XIX^e^ siècle rendirent le Japon populaire. L'art nippon a littéralement brisé les codes traditionnels de la perspective occidentale.* » La stratégie de « soft power » japonaise, tels que les JO de Tokyo en 1964 ou l'exposition universelle d'Osaka en 1970, a fait le reste. Kevin Berthon parle encore de « *fascination mutuelle* », comme tous ceux que nous avons interrogés. Est-il utile de rappeler ici que la France reste l'une des destinations préférées des Japonais ? « *Les liens entre le Japon et la France ont été bâtis sur des fondations solides car institutionnelles.* » Et de citer la Maison franco-japonaise de Tokyo fondée par Eiichi Shibusawa et Paul Claudel en 1924 comme un large contributeur à la promotion des sciences et de la culture entre les deux pays. Notons aussi qu'à Paris, la Maison de la Culture du Japon œuvre depuis 1997 pour le rayonnement du Japon en France. « *Cette base amirale institutionnelle a permis d'accentuer les relations et la réciprocité via la culture populaire, celle-là même qui a permis*



***Le Veilleur*, œuvre de José Lévy, incarne à lui tout seul ce lien culturel si vivant entre la France et le Japon. On peut l'admirer désormais à Paris[3].**

PHOTO COURTESY : SÉBASTIEN LAPEYRERE/ ALAMY IMAGES – JOSÉ LÉVY.

2- Fondatrice de *Mint Magazine*, anime aujourd'hui *Nova Lova*, une libre antenne sur *Radio Nova* pour parler d'amour, de sexe et d'intimité sans tabou et avec bienveillance.

au Japon d'entrer dans les foyers français à la fin du XX[e] siècle. » José Lévy, designer et artiste pluridisciplinaire français, dont les grands-parents étaient les fondateurs de la marque Judogi, fournisseurs officiels de tatamis pour les Jeux Olympiques pendant plus de 40 ans, parle de ligne invisible, mystérieuse et paradoxale, de lien profond, de proximité spirituelle évidente entre les deux pays. « *Ma relation singulière, voire intime avec la culture japonaise, est profondément ancrée dans mon histoire familiale. J'ai toujours infusé une part du Japon dans mes créations.* » Son *Veilleur*[3], œuvre monumentale en papier washi reprenant la technique des *nebuta*[4], réalisée en collaboration avec l'Université des Arts Traditionnels de Kyoto, incarne à lui tout seul ce lien culturel si vivant entre la France et le Japon. « *Ces dernières années, la mise en lumière des métiers d'art, des savoir-faire et des ateliers a joué un rôle déterminant dans l'ouverture culturelle franco-japonaise. Depuis, les ponts et les échanges artistiques se multiplient considérablement de part et d'autre.* » Ce fut d'ailleurs le fil rouge du Pavillon France de l'Exposition universelle d'Osaka en 2025, dont il était le directeur de création.

UN VOYAGE PAR STRATES

Ces pans de la culture japonaise qui sculptent justement la force de cet imaginaire, quels sont-ils ? Et si on commençait par une boisson sacrée, le saké. Alcoolisé et fermenté, non distillé, élaboré à base de riz, de kôji et d'eau de source, autrement désigné par le mot *nihon-shu* – « alcool du Japon » –, le saké tente de s'approcher de cette 5[e] saveur mystérieuse qu'est l'umami, effleurant le goût de l'eau. Qui d'autre que YouLin Ly, responsable de la Maison du Saké et nommé « Saké Samouraï » pour en parler ? « *Tout commence à l'Exposition Universelle de 1900 à Paris, apogée du japonisme, où le Japon présente pour la première fois un pavillon consacré au saké en Occident. Les Français découvrent alors non seulement une esthétique – laqueries, estampes, jardins – mais une véritable civilisation du goût. Le saké, lié aux rites shintoïstes, incarne déjà cette profondeur que l'on ne trouve nulle part ailleurs. Nos deux cultures partagent les mêmes valeurs fondamentales. Si cette passion est si persistante, c'est parce qu'elle repose sur une vraie réciprocité. Le Japon admire la France, la France admire le Japon – et quelque part, chacun reconnaît dans l'autre le reflet de ce qu'il a de meilleur. Le saké n'est plus une curiosité exotique, il devient la boisson qui synthétise tout ce que les Français aiment dans le Japon – la précision, la spiritualité discrète, la complexité cachée derrière une apparente simplicité. Comme un grand vin, il raconte un terroir, une main, une philosophie.* » Et que dire de la cérémonie du thé ? « *Quelle sophistication* ! admet Cyrille Vigneron. *Chaque geste semble unique et parfait, dans un rituel symbolique minutieux. Je n'y comprends rien mais le résultat est fabuleux.* » Ce rituel du passage, qui s'inscrit dans la voie du *chado*, loin d'une simple dégustation, relève d'un mode de vie à part entière. Dans *Le Livre du thé*[5], Okakura Kakuzô parle même de cristallisation de la vie culturelle propre à l'Extrême-Orient. « *C'est en nourrissant sa sensibilité morale et esthétique que l'être humain peut approcher au sein de son existence le vrai et l'authentique – et la voie du thé nous ouvre à pareille perception* », affirme Sen Soshitsu XV, en prologue de l'ouvrage. « *Seul rituel asiatique qui emporte l'adhésion universelle* », il invite à laisser à l'extérieur les préoccupations du quotidien et à nous ouvrir au monde de l'intime. À travers des gestes, lents et précis, perpétrés à l'identique à chaque session, la cérémonie, dictée

DANS SA BIBLIOTHÈQUE



GUIDE VERT JAPON

Le guide touristique indispensable pour se frayer un chemin dans un pays où la beauté rivalise avec les paradoxes. Nombreuses cartes à l'appui. *Guide Vert Michelin « Voyage & Cultures », Japon, date de parution 07/02/2025, 848 pages, 29,95 €.*



LA RECHERCHE DE L'HARMONIE

Pour connaître les peuples, il faut d'abord les comprendre. Corinne Atlan plonge le lecteur au cœur des traditions millénaires, pointe les transformations, souligne les fractures pour découvrir un Japon vécu de l'intérieur. Ce livre n'est pas un guide, c'est un décodeur. *L'empire de l'harmonie, éditions Nevicata, 9 €.*



RÉCIT D'UN FRANÇAIS AU JAPON

Cyrille Vigneron nous fait partager sa fascination à travers ces chroniques où se mêlent sensations et réflexions. Tous les angles d'une civilisation étonnante sont ici abordés avec l'œil neuf d'un « citoyen du monde ». *De geishas en mangas, chroniques du Japon d'aujourd'hui, éditions Albin Michel, 16 €.*



IN THE MOOD FOR WABI-SABI

Un livre de scènes d'intérieur qui tente de cerner au plus près cette esthétique de l'intemporel, qui se nourrit du temps long et s'enrichit de sa patine, loin, très loin du mass market de la décoration. Subjuguant. *Wabi-sabi mood de Thierry Grundman, photographies Anne-Emmanuelle Thion, éditions Beta-Plus, 95 €.*



3 JOURS D'UN ÉLÉGANT À TOKYO

Il est sans doute déjà rangé dans votre bibliothèque mais au cas où, plongez dans ce numéro spécial de *Monsieur* consacré au Japon et filez tout droit à Tokyo, pour découvrir les adresses qu'il vous a réservées, entre grands noms du luxe et boutiques artisanales. Un parcours d'initiés. *Monsieur n°64, mai-juin 2007, 5 €.*



LES AMOURS ARTIFICIELLES AU JAPON

Cet essai, très bien illustré, plonge au cœur des relations amoureuses entre humains et personnages fictifs. Durant huit ans, Agnès Giard, grande spécialiste du Japon, a analysé ce phénomène qui prend de l'ampleur au pays du Soleil-Levant. Passionnant. *Édition Albin Michel, 272 p., 39 €*

PHOTO D. R.

3- Une œuvre permanente visible à l'Académie du Climat, 2 place Baudoyer, Paris IV. 4- Lanternes géantes posées sur l'eau pour se débarrasser des esprits impurs dont elles étaient chargées dans des temps très anciens. 5- *Le livre du thé*, par Okakura Kazukô, paru aux Éditions Philippe Picquier.



La cérémonie du thé (ici chez Ogata à Paris), se perpétue à travers des gestes lents et précis, répétés à l'identique à chaque session. Elle invite à entrer dans le monde de l'intime pour atteindre la saveur de l'hospitalité.

par le chef du protocole de la maison impériale japonaise à Tokyo, transmis de père en fils, vise à atteindre la cinquième saveur, ici celle de l'hospitalité. La première tasse est intense, la deuxième beaucoup plus douce, les dernières gouttes appelées gouttes d'or nous ouvrent les portes du septième ciel, ou comme l'évoquait le poète Tang Lo T'ong, « *nous expédient au royaume des Immortels* ». Cette rigueur absolue est le fondement même de la gastronomie japonaise. La cuisine du chef japonais Kei Kobayashi, né à Nagano et formé notamment par Gilles Goujon et Alain Ducasse, auréolé en 2020 de 3 étoiles au guide Michelin – « *C'est bien simple, chaque plat sur lequel Kei penche son exigence est appelé à devenir signature* », écrit Gautier Battistella sur le site en ligne du guide suprême –, ne laisse rien au hasard. « *Dans un monde très rapide, cette culture de la patience, de la répétition et de la maîtrise résonne particulièrement aujourd'hui. Ce n'est pas une mode. C'est une profondeur. La cuisine japonaise, c'est souvent la première rencontre avec notre pays*, confie celui qui a grandi au Japon avant de s'installer en France. *Elle impressionne justement parce qu'elle ne cherche pas à impressionner. Elle est centrée sur l'équilibre, la saison, la précision. Il n'y a rien de superflu. Mais elle est aussi extrêmement exigeante, elle demande des années de répétition et une grande humilité. Ce qui intrigue peut-être davantage, c'est la retenue. La cuisine japonaise ne cherche pas à séduire par l'effet, mais par la justesse. Pour moi, c'est cette recherche permanente d'équilibre entre rigueur et sensibilité qui crée la fascination.* » Une retenue que l'on retrouve à son paroxysme dans l'art du haïku. « *Pour moi qui suis habitué à la parole abondante, à l'argumentaire déployé, le haïku est un défi, il m'oblige à distiller l'essentiel, à capturer l'émotion ou l'idée dans sa forme la plus pure* », confie Christophe Castaner, l'ex-ministre de l'Intérieur, qui lui consacre un compte instagram. « *Un poème achevé doit révéler – dans le même temps – l'immuable, l'éternité qui nous déborde (fueki) et le fugitif, l'éphémère qui nous traverse (ryûko)* », selon Bashô, maître du genre. Tout un programme.

CACHER ET RÉVÉLER

Les arts ancestraux en sont pétris. *Kintsugi*, technique japonaise consistant à réparer des céramiques cassées avec de l'or, *ikebana* ou *kadō*, littéralement « *l'art de faire vivre les fleurs* », *furoshiki*, l'art de l'emballage japonais, papier *washi*, teinture à l'indigo naturel Awa-ai, utilisant la technique du *sukumo*... Papier, céramique, bois, métal, tissu... les Japonais s'attaquent à tous les domaines et leurs techniques d'artisanat, liées à la nature et aux cultes, sont de véritables sources d'émerveillement. Treize ateliers, regroupant la fine fleur des métiers d'art de Kyoto, donnaient à voir, au sein de la galerie Métiers Rares, leur interprétation de la pudeur (thème de l'exposition) à travers des objets d'usage, tels que les tatamis (paille de riz), les cloches de méditation (étain et cuivre) ou encore les décors de kimono (peinture sur tissu)... L'occasion de croiser les propos de Raphaëlle Le Baud, fondatrice de Métiers Rares, et Emi Hirasawa-Chateau, sa curatrice. « *La singularité et la virtuosité des savoir-faire au travers de gestes millénaires répétés à l'infini sont au cœur même de leur culture et de leur modèle économique, voilà ce qui fascine et subjugue chez les Japonais* », admet Raphaëlle Le Baud,



Le saké samouraï YouLin Ly dirige La Maison du Saké fondée à Paris en 2015. On y trouve une sélection des plus belles cuvées des principales maisons de saké. Cette boisson sacrée est souvent représentée en filigrane dans d'innombrables récits comme symbole de lien, de rituel, de partage.

PHOTO COURTESY : OGATA / LAURENT DUPONT – LA MAISON DU SAKÉ – OGATA (3).



Kei, le restaurant du chef Kei Kobayashi, a reçu, dès son ouverture en 2020, la récompense suprême du guide Michelin. En photo, l'un de ses plats signature. « *La cuisine japonaise, c'est souvent la première rencontre avec le Japon. Elle ne cherche pas à séduire par l'effet, mais par la justesse* », confie-t-il.



« Le cadran et le boîtier de la Mystic Waterfalls reproduisent le flux et la texture de l'eau grâce à des gravures entièrement réalisées à la main, capturant la poésie et la puissance de la cascade de Tateshina, nichée au cœur des forêts primitives du Shinshu. »

Frédéric Bondoux, Président de Grand Seiko Europe



Le polissage Zaratsu renforce encore le jeu changeant de lumière et d'ombre. La montre est proposée avec un bracelet supplémentaire, dans un cuir fabriqué par Kyoto Leather[6], évoque l'éclat des gouttes d'eau... Une scène printanière, un paysage nocturne, des pétales de cerisiers... les montres Grand Seiko nous transportent au cœur de la nature.

PHOTO COURTESY : KEI (2) – GRAND SEIKO.

6- Kyoto Leather associe les savoir-faire traditionnels du kimono – tels que le tissage Nishijin ou l'application de feuille d'or de Kyoto – à l'expertise des tanneurs de Himeji, l'une des principales régions de production de cuir du pays, afin de créer un cuir japonais unique au monde.



Le *wabi-sabi* repose sur trois principes essentiels que sont l'impermanence, l'imperfection et l'incomplétude. Ici, une scène d'intérieur tirée du livre *Wabi-sabi mood* de Thierry Grundman.

« Valoriser l'usure plutôt que de la masquer, aimer la patine plutôt que l'éclat, habiter le silence plutôt que de le combler, accepter qu'une chose incomplète puisse être profondément juste et belle... »

Thierry Grundman, CEO d'Atmosphère d'Ailleurs

bien décidée à opposer intelligence artisanale à intelligence artificielle. « *Il s'agit ici de cacher et de révéler en même temps*, poursuit Emi. Celle qui accompagne les artisans de Kyoto depuis 2019 va plus loin : « *Trop dévoiler trouble l'harmonie sociale. Il faut rester pudique même lorsqu'on aborde le thème de la pudeur. C'est une vertu intrinsèquement japonaise. Au Japon, on parle de « hajirai » – haji pour honte et rai, qui flotte* » – pour définir une gêne, une modestie élégante.

MYSTIC WATERFALLS

Impossible de clore cette déambulation sans évoquer l'horlogerie. Émail *Shippo*, laque *Urushi*, gravure sur nacre, polissage *Zaratsu*... un terrain de jeu auquel se livrent les *takumi* de Grand Seiko et les horlogers du Shinshu Watch Studio. « *Garants d'un savoir-faire transmis de génération en génération, les* takumi *capturent la quintessence de l'esthétique japonaise pour mettre en valeur la beauté et la fonction intrinsèques de la montre-bracelet,* précise Frédéric Bondoux, Président de Grand Seiko Europe. *Tandis que le luxe européen peut parfois être associé au prestige ou au statut, le luxe japonais se caractérise par la discrétion, la mise en avant du geste, du savoir-faire, ainsi qu'un rapport au temps imprégné de valeurs inspirées par la nature et la philosophie*. » Tout est dit. Pour preuve, la Mystic Waterfalls, dévoilée cette année à Watches and Wonders. Une scène printanière, un paysage nocturne, des pétales de cerisiers, le bleu profond de la mer, une rivière tranquille ou encore des forêts givrées... Grand Seiko nous transporte au cœur de la nature. Enfin, s'il est une notion qui élève l'imaginaire vers les sommets, tant elle est insaisissable, c'est le *wabi-sabi* – *wabi* (dénuement, simplicité)





Emi Hirawasi-Chateau accompagne les artisans de Kyoto depuis 2019. Treize ateliers ont planché sur le thème de la pudeur, sous sa direction.

Feuilles d'or, fils de soie, tonalité cristalline des cloches *orin*... composent les voiles délicats de la pudeur à travers des objets d'art d'une infinie délicatesse.



D'apparence simple, le haïku – 3 vers, 17 syllabes –, est en réalité un exercice de rigueur et de dépouillement. Ici, un haïku, sous forme de marinière, imaginé par l'artiste Dimitri Rataud à partir d'une page de livre, disponible chez HIS Paris. @haiku_mariniere



Dans le quartier, aujourd'hui connu sous le nom de « Little Tokyo », en plein coeur de Paris, l'hôtel Hana est un refuge de calme et d'esthétisme où voyageurs et urbains pressés viennent « se déposer ». Un rendez-vous entre deux mondes.

et *sabi* (altération du temps, patine) que l'écrivain Tanizaki (1886-1965) a su si magnifiquement évoquer dans *L'éloge de l'ombre*. « *Pour nous, Japonais, "habiter" signifie ouvrir un parasol appelé toit pour poser une pièce d'ombre au sol et établir notre demeure dans cette pénombre* », disait-il. Thierry Grundman, l'antiquaire voyageur et fondateur de la marque Atmosphère d'Ailleurs lui a consacré un livre, *Wabi-sabi mood*. « *Là où l'Occident cherche à expliquer, le Japon suggère. Là où nous valorisons la performance et la visibilité, il valorise la maîtrise invisible et la sobriété. Le Japon apparaît comme une réponse subtile à nos excès contemporains. Pour un regard français, le Japon offre une respiration perçue comme une forme de sagesse. Plus l'environnement occidental se digitalise et se banalise, plus la quête de matière, d'authenticité et d'ancrage s'affirme*. » Le mot de la fin ? « *Le Japon et sa culture sont toujours aussi fascinants aujourd'hui. Tout le monde veut y aller, et ce sont toujours des clichés qui attirent, même s'ils sont différents*, insiste Corinne Atlan, auteur de *L'Empire de l'harmonie*, qui se passionne pour ce pays depuis plus de 20 ans. *Avec la chute du yen, le Japon est devenu un pays abordable, c'est la première fois depuis 40 ans. Tout fonctionne à la perfection au Japon, les trains arrivent à l'heure, les gens sont aimables, les traditions sont respectées. Le Japon nous tend un miroir inversé et une image exotique qui fait rêver. En réalité, tout cela est de l'ordre de la projection car le Japon connaît d'énormes problèmes – vieillissement de la population, crise économique, etc. Peut-être faut-il alors faire la part des choses : qu'en est-il si on est japonais ?* » CAROLINE KNUCKEY

PHOTO COURTESY : HAIKU MARINIÈRE – NATHANIEL GOLDBERG.

LE JAPON À PARIS

LA MAISON DE LA CULTURE DU JAPON
Un lieu de dialogue permanent entre la France et le Japon à la programmation foisonnante. Expositions, spectacles, cinéma, conférences, ateliers, démonstrations, cours... de quoi prendre un bon bain de culture japonaise ! Bon à savoir, deux cours sur l'art des jardins japonais seront dispensés du 6 au 27 mai 2026. On s'inscrit ?
101 bis quai Jacques Chirac, Paris XV.

MAISON WA, IT-BOUTIQUE
Un concentré de culture japonaise réparti sur 150m² d'exposition, où fourmillent de véritables curiosités, en provenance de 60 artisans locaux.
12 rue Sainte-Anne, Paris I et 8 bis rue Villedo, Paris I.

VOYAGER AVEC HIS PARIS
Un concept store agencé comme un carnet de voyage grandeur nature. Une sorte de carte postale des savoir-faire « made in Japan » à travers chacune de ses régions. Orchestré par HIS, spécialiste du voyage au Japon.
2 rue du Renard, Paris IV.

OGATA
Niché dans un hôtel particulier du XVII[e], au cœur du Marais, animé par la voie du *saho* (l'art d'être), Ogata est le reflet d'une vision, celle de Shinichiro Ogata. Une boutique de thé et *wagashi* (pâtisseries), un atelier, une galerie d'art, un restaurant, un bar, enfin un *sabo* au sous-sol, distillent une esthétique résolument contemporaine, truffée de références à la culture traditionnelle japonaise. Un sanctuaire.
16 rue Debelleyme, Paris III.

HÔTEL HANA, LE LUXE DISCRET
Posé en plein cœur de la capitale, entre opéra Garnier et place de la Bourse, cet écrin hôtelier 5 étoiles réunit le meilleur de deux mondes, entre sophistication Belle Époque et pur minimalisme nippon.
17 rue du Quatre-Septembre, Paris II.

KEI PARIS***
« *Je suis un Japonais qui fait de la cuisine française.* »
Auréolé de 3 étoiles Michelin en 2020, le chef japonais Kei Kobayashi libère, par petites touches délicates et dans une élégance absolue, son influence nippone, tenue de son père, sur la gastronomie française.
5 rue Coq-Héron, Paris I.

ZAKURO
Une minuscule cantine, dos à la ville, où mère et fils délivrent à l'unisson, dans un esprit rigoureux cher au pays du Soleil-Levant, une authentique cuisine japonaise. Un izakaya impérial !
4 rue de Port-Mahon, Paris II.

11 RUE TIQUETONNE
Deux vitrines épurées, deux univers. D'un côté, La Maison du Saké, sa boutique dédiée aux eaux de vie traditionnelles du Japon (plus de 100 références), son restaurant ERH (Eau Riz Hommes) sous la houlette du chef étoilé* Keita Kitamura. De l'autre, La Maison du Whisky, sa boutique (650 whiskies et spiritueux du monde entier), son bar, le Golden Promise. Le must absolu !
11 rue Tiquetonne, Paris II.

SUPERSTICH MFG
Avis aux « denimheads » ! Outre son « LR-01 », un jean brut taille haute made in Japan inspiré des icônes américaines vintage des années 70, Arthur Leclercq distille son amour du denim dans une radicalité toute japonaise.
13 rue Racine, Paris VI.



Kondō Akihiko et son épouse numérique, incarnée par une « love doll ». Bien qu'il s'agisse d'une tendance marginale, le « mariage 2D » ne cesse de prendre de l'ampleur au Japon.

LES AMOURS VIRTUELS AU JAPON

AU PAYS DU SOLEIL LEVANT, CERTAINS CHOISISSENT DE SE METTRE EN COUPLE AVEC DES HÉROS DE MANGA, DES AVATARS OU HOLOGRAMME POUR ÉCHAPPER À LA FORTE PRESSION SOCIALE ET AU CÉLIBAT. UNE PRATIQUE QUI SEMBLE DÉLIRANTE, ENTRE SIDÉRATION ET FASCINATION.

Kondō Akihiko est « fictosexuel ». Il partage sa vie amoureuse avec un être qui n'existe pas. En 2018, ce tokyoïte de 35 ans a d'ailleurs été le premier Japonais à se marier avec un personnage fictif. Une chanteuse pop virtuelle aux couettes bleues – Hatsune Miku – reproduite sous forme de poupée. Des hommes politiques étaient présents à la cérémonie qui avait lieu dans une chapelle louée pour l'occasion. Depuis, les mariages avec des personnes « en 2D » – héros de jeux vidéo, mangas, animes, avatars, personnages pixellisés – sont de plus en plus fréquents au Japon, bien que ce « solo wedding » n'ait aucune valeur légale ni religieuse. Des agences matrimoniales d'un nouveau genre s'en donnent à cœur joie, entre séance photo, échange d'alliances et pièce montée.

Au pays du Soleil-Levant, un Japonais sur trois possède un « *oshi* », un « *objet d'amour inaccessible* – humain fantasmé ou personnage fictif, ndlr – *mais dont l'émotion procurée, elle, est bien réelle* », explique Agnès Giard dans son essai *Les Amours artificiels au Japon*. La journaliste et anthropologue y raconte comment, dans un contexte de récession économique, une génération rejette le modèle matrimonial traditionnel du pays en réinventant le couple et la façon d'aimer. Ainsi, des hommes

PHOTOS COURTESY : KONDO AKIHIKO (2) / LES AMOURS ARTIFICIELLES AU JAPON, AGNÈS.

font des virées en voiture avec, à la place du mort (de la morte ?), une *love doll*, habillée du costume de leur héroïne adorée. Certains préfèrent s'adonner au jeu de drague et de simulation amoureuse Love Plus sur Nintendo DS avec leur petite amie fictive qu'ils peuvent embrasser et caresser via l'écran tactile. Le but étant de développer leur relation sentimentale au point de créer de vrais rendez-vous, dans de vrais endroits, où il devient possible de se photographier et d'immortaliser un moment avec sa – fausse – dulcinée. Il y a aussi Lei Navi, la petite copine du boîtier GPS, en tenue de soubrette, robe de cocktail ou combinaison cybernétique. Plus le conducteur respecte le code de la route, plus elle lui adresse des mots doux ou mimiques affectueuses avant de lui demander de l'emmener faire un tour en pleine nuit pour voir les étoiles.

LE MINISTÈRE DE LA SOLITUDE

La Gatebox, inventée en 2015, va plus loin. Une capsule de verre renferme un hologramme de 15 centimètres représentant une jeune femme manga aux grands yeux, une fée Clochette jouant la parfaite petite épouse. Vêtue d'un tablier à volants et de mi-bas sur des jambes interminables, Azuma interagit avec son « maître », lui envoie des messages lorsqu'il est au bureau, l'attend le soir, le salue lorsqu'il rentre, allume la lumière ou la télévision. « *Tu as travaillé dur aujourd'hui* », lui lance-t-elle. Les femmes ne sont pas en reste. Certaines pratiquent le « Air Amour », qui « *consiste à mimer les rituels de l'amour partagé avec un être imaginaire* », souvent une star de K-pop. « *Une pratique jugée salubre puisqu'elle permet de tromper son époux sans commettre d'adultère*. » D'autres ont recours aux jeux vidéo de romance où elles séduisent des personnages fictifs et se laissent séduire par eux en retour, eux qui leur murmure à l'oreille du « *porno de voix* ». Désormais, elles peuvent même pratiquer du sport avec leur oshi – souvent représenté par une peluche (!?) – puisque le premier club ouvert aux couples interdimensionnels, Gymn Clara, vient d'ouvrir à Tokyo. Ces pratiques *otaku* – c'est-à-dire de fan de 2D –, plus qu'étonnantes pour un regard occidental, s'inscrivent dans une montée du célibat sans précédent au Japon. D'après une étude du Bureau du Cabinet (2022), environ 66 % des hommes et 52 % des femmes dans la vingtaine n'ont ni conjoint ni partenaire. En 2025, un jeune sur deux entre 19 et 22 ans serait même encore vierge. Un signe qui ne trompe pas ? Le désamour pour les love hotels, ces établissements thématiques dédiés au sexe et au désir dont les chambres se louent à l'heure, grande tradition au Japon. Avant, ils étaient des dizaines de milliers. Sur les 5 000 qui subsistent dans l'archipel aujourd'hui, 500 ont fermé leurs portes. Certains n'ont pour clientèle désormais que les 65 ans et plus… « *L'amour 2D sert de caisse de résonance à un malaise partagé par l'ensemble de la population : d'ici à 2040, un foyer sur deux sera composé d'une seule personne dans les grandes villes japonaises* », assure Agnès Giard. Ce n'est pas un hasard si depuis 2021, le Japon dispose d'un ministère de la solitude… Dans ce pays où le groupe prime sur l'individu, où le *tatemae* – la façade – ne doit pas bouger d'un iota, les fantasmes virtuels semblent une échappatoire salvatrice. Il faut dire que les Japonais sont passés maîtres pour évacuer la pression sociale qui les accable, et exprimer leur *honne* – leurs sentiments – d'une manière ou d'une autre. Et cela quels que soient les domaines. Crying café pour pleurer et exprimer ses émotions. Rage room pour tout casser et libérer frustration et colère. Soirée *nomikai* pour se saouler entre collègues et balancer ses quatre vérités à son patron avant de remettre, dès le lendemain, son masque de gentil « salaryman » par-dessus sa gueule de bois. Et puis ces bars – à chats, chiens, hiboux, cochons nains, reptiles, loutres – où l'on cherche le contact, la douceur, la présence vivante qui remplace parfois, là encore, le lien humain. Autant de soupapes qui offrent aux Japonais un espace pour respirer, rire, pleurer, aimer et qui nous laissent, nous, Occidentaux, un peu perdus dans nos repères, un peu « *lost in translation* », comme dans le film de Sofia Coppola.

HÉLÈNE CLAUDEL





PHOTOS COURTESY : GATEBOX (1) / LES AMOURS ARTIFICIELLES AU JAPON, AGNÈS.



Field jacket et pantalon à motifs prince-de-galles avec sac Keepall Surplus Patchwork. Veste de travail en veau velours sur denim éclaboussé de peinture.



PHOTOS COURTESY LOUIS VUITTON

BALADE DE STYLE À CENTRAL PARK

C'EST DANS LE CŒUR – VERT – DE MANHATTAN QUE PHARRELL WILLIAMS A PUISÉ L'ÉNERGIE DE SA DERNIÈRE COLLECTION POUR LOUIS VUITTON. ENTRE COSTUMES LÉGERS ET BLOUSONS DE SPORT, CHAQUE SILHOUETTE REND HOMMAGE À LA VITALITÉ ET DIVERSITÉ URBAINE.





Sac Speedy P9 perforé.
À droite, blouson et pantalon en denim indigo.

PHOTOS COURTESY LOUIS VUITTON

Central Park et ses sculptures, bosquets, petits ponts pittoresques et lacs. Sa promenade si paisible qui serpente les allées ombragées… C'est le lieu de rencontre des touristes du monde entier avec les New-Yorkais. Et c'est aussi dans cet immense rectangle de verdure, niché au milieu des gratte-ciels, que Pharrell Williams a puisé l'énergie de sa dernière collection pour Louis Vuitton.

À travers elle, il brosse le portrait de toute une série d'hommes fréquentant cette oasis urbaine, poumon vert de New York. Des joueurs de tennis aux skateurs et joggeurs, des businessmen aux preppys, des pères de famille aux flâneurs et dog-sitters, les silhouettes se parent d'une légèreté rafraîchissante tant dans les matières que les couleurs. Une collection qui fleure bon la douceur insouciante d'un été en ville. Comme à son habitude, le directeur créatif de Louis Vuitton a placé la diversité et l'inclusion au cœur de son travail. C'est sa fameuse philosophie « *Lvers* » qui se distille, avec délicatesse, dans



À gauche, blouson en nylon. À droite, chemise à col requin et bermuda en coton, derbys à bouts golf et sac Nil.

chacune de ses créations pour Louis Vuitton. Ici, c'est du melting pot de Central Park dont il s'agit. Ce dernier s'étendant de l'Upper East Side à Harlem, soit environ cinq kilomètres où se déploie une vitalité culturelle sans pareille.

MÉLANGE DES CODES

C'est justement cette énergie foisonnante que la collection transpose dans chaque silhouette. Un hommage à une nouvelle forme de dandysme ou plutôt « un dandysme en devenir », caractérisé par une approche jeune et intuitive, une assurance nonchalante très actuelle. Cette allure décontractée aux vestes élégantes mêle un tailoring traditionnel aux lignes assouplies – comme si les pièces avaient déjà été portées – à des vêtements issus du sportswear ou du loungewear. Les vêtements de travail ou vestes de jogging deviennent « couture » tandis que les motifs classiques évoluent pour créer un nouveau langage vestimentaire lié à l'héritage du vestiaire masculin.

Vous l'aurez compris, le premier volet de la collection illustre parfaitement le mélange des codes chers à Pharrell Williams. Ainsi le motif Prince-de-Galles Monogram ton sur ton est imprimé sur un blouson technique à capuche. Le denim est éclaboussé de peinture, évoquant la jeunesse artistique de New York. Quant aux costumes d'inspiration workwear, ils adoptent les rayures des chemises et se

PHOTOS COURTESY LOUIS VUITTON

Dans cette nouvelle collection, Pharrell Williams rend hommage au « dandy en devenir », libre et nonchalant. Une allure où l'élégance du tailoring se mêle à la décontraction du sportswear.





Dans cette collection, le lin se décline en chemisettes croisées ou en costumes non doublés offrant, ainsi, une silhouette décontractée, tout en confort et légèreté.

portent avec une cravate large légèrement desserrée. Le second volet explore, quant à lui, la garde-robe estivale idéale. Un mot d'ordre ? Légèreté ! Des costumes en lin brique semi-doublé et des chemises croisées en lin marine côtoient des pièces plus décontractées comme des pantalons larges ou des boxers en jacquard de soie.

Le raphia, crocheté à la main, est évoqué sur des blousons, cardigans, polos mais aussi des sacs ornés de charms ludiques – homard, grenouille, cow-boy, etc. Quant aux vêtements d'extérieur, tous ont été twistés et présentent une originalité. Démonstration avec cette veste sans col à bordures en corde, cette coach jacket rouge vif ou encore ce blouson en cuir vieilli. Aux pieds, sneakers souples, baskets de skate, chaussures bateau, derbys épurés ou penny loafers ancrent la silhouette dans un quotidien en mouvement.

LE SAC « MATCHA LATTE »

Les sacs iconiques se fondent naturellement dans la collection. Tous se parent de Monogram Surplus, de patchwork ou de toile damier. Le cabas Shopper Tote, le sac à dos Flaneur ou le Keepall avec housse pour raquettes de tennis semblent devenir tout à coup les meilleurs alliés pour cette balade new-yorkaise. Facétieux, Pharrell Williams revisite la Milkbox, sac en bandoulière évoquant la fameuse brique de lait américaine. Il décline aussi une version « pack de Matcha Latte », cette boisson à base de thé vert dont raffolent les plus branchés du moment.

Côté accessoires, il est impossible de passer à côté des solaires LV Heritage inspirées des coins métalliques des malles Louis Vuitton. Leurs couleurs pop – rouge, vert, menthe – placent le style et la joie de vivre comme un manifeste de l'énergie new-yorkaise. J. B.

PHOTOS COURTESY LOUIS VUITTON

LES PANTALONS INDISPENSABLES DU PRINTEMPS ET DE L'ÉTÉ

DU COTON BIEN SÛR MAIS PAS N'IMPORTE LEQUEL. LE LIN, LE LIN ET SOIE, LA LAINE PEUVENT ÊTRE DES CHOIX ALTERNATIFS PARFAITS QUAND LE THERMOMÈTRE S'AFFOLE. REVUE DE DÉTAILS PAR FRANK ZINS.



Frank Zins, maître pantalonnier

À peine les jours rallongent-ils que vous voilà prêts à remiser vos velours, vos moleskines et vos flanelles d'hiver pour redonner toute leur place à vos pantalons, l'une des pièces essentielles aux beaux jours, que vous porterez d'avril à septembre. Si le pantalon de gabardine, dans cette matière multimillénaire, sera parfaitement adapté pendant la saison estivale, grâce à ses deux variantes, formelle ou chino, le printemps et l'été sont loin de n'être qu'une affaire de coton !

Le chino en est sans doute l'une de ses plus vivantes illustrations. Entre une étoffe de mi-saison à 400 grammes et un coton plus léger autour de 250 grammes, quelle différence ! À l'arrivée des premiers chants d'oiseaux printaniers, la garde-robe des cotons se décline en trois grandes familles. D'abord, les gabardines de coton. Lourdes, avec un poids minimum de 380 grammes et, de préférence, au moins un fil retors, elles peuvent être portées aussi bien en version formelle « esprit Ivy League » qu'en version Chino toutes saisons avec un poids de 400 grammes et une main très légèrement adoucie. Puis, les twills de coton, plus légers (env. 250 grammes), idéals pour la ville. Ils font gagner en souplesse et existent eux aussi dans leur version Chino. Enfin, pour le plein été, les popelines, les toiles parachute et les chinos ultralégers, à rouler directement dans le sac du week-end. À cette hiérarchie des grammages, s'ajoute celle des teintes. C'est dans cet équilibre entre poids, armure et teinture que s'étendent toutes les variations possibles pour un pantalon dans cette matière. Les cotons teints en fil permettent des couleurs plus subtiles et plus vibrantes, autant d'atouts pour des pantalons plus habillés. Ils se déclinent en deux versions. Soit le tissu est pré-teinté – la netteté et la précision du coloris, notamment pour les classiques beige et bleu marine, reposent alors sur la parfaite maîtrise du tisseur. Soit le pantalon est fabriqué en coton écru puis teinté et lavé – procédé qui, au passage, préserve l'environnement et la santé des teinturiers. Cette deuxième version est l'apanage du chino. Les experts savent vous la proposer dans une gamme de nuances exclusives. Un intérêt que la maison Zins fut la première à détecter en le commercialisant en France dès les années 80. Il y avait là une idée juste, un pantalon de coton solide, pratique, souple à l'usage, proposé dans une large gamme de couleurs et capable de vous accompagner, phénomène tout nouveau en cette période, aussi bien les jours de travail que les week-ends.

Le Chino, un indétrônable à choisir avec attention

Historiquement, le chino reste très lié au vestiaire militaire. C'est un pantalon sans pinces, d'allure simple, à la ligne droite ou légèrement ajustée. C'est ce qui fait sa force. Mais c'est aussi ce qui impose une juste mesure. Trop étroit, il devient étouffant et inconfortable. Trop large, il est susceptible de perdre son élégance. Si sa taille est trop haute, il revêt alors un côté formel, alors qu'il appartient plutôt à ce registre chic décontracté, à assortir à un polo, un blazer ou un blouson léger. Si le coton froisse, il faut l'accepter avec discipline, un pantalon de coton demande souvent d'être repassé avant d'être porté. C'est le prix de sa netteté. Pour le bas, un tombé droit sans revers se montre souvent plus heureux, surtout s'il est porté avec des sneakers. Avec un revers, le pantalon sera parfait. On le portera avec des mocassins ou des derbies en nubuck ou cuir. Autre prérogative du coton ? Il se prête très bien aux mélanges. Marié à la laine, le coton fait de très bons pantalons de mi-saison. Associé au lin, il devient particulièrement approprié pour l'été. Relevé d'un peu de soie, il prend davantage de lumière. Mais il arrive aussi que le coton pur se suffise à lui-même. Je me souviens d'un déjeuner pris à Naples, au cours d'une visite d'atelier, avec mon père. On nous servit une mozzarella sans pain, sans huile d'olive, sans rien. La surprise passée, ce fut un inoubliable régal des papilles. L'évidence s'imposait. Lorsqu'un produit est d'une qualité parfaite, il n'a besoin d'aucun accompagnement. Il en va parfois de même pour le coton. Lorsqu'il est vraiment exceptionnel, long en fibres, irrésistible par sa main, juste dans son poids et son tombé, il n'a nul besoin d'être sublimé par un mélange. Il se tient et se suffit à lui-même. Bref, le champ du coton est bien plus vaste qu'on ne le croit. En témoigne par exemple, le pantalon en denim d'été, qui se distingue précisément par sa légèreté. Moins épais qu'un denim classique, plus souple dès

PHOTO COURTESY MAISON ZINS.

4 OPTIONS GAGNANTES



Chino BZV3 en gabardine de coton stretch



Pantalon droit Sorbonne en gabardine de coton légère stretch



Pantalon droit BZV2 en lin et soie naturels



Pantalon Sorbonne en lin à plis français (tournés vers l'intérieur)

l'abord, soigneusement prélavé, il entre tout de suite dans le vestiaire avec davantage de douceur. Tout son intérêt tient aussi à sa palette de nuances (presque noir, marine, bleu encre, indigo délavé) déployées en un colorama de bleus particulièrement riches. Et lorsqu'un peu de stretch s'y glisse, il gagne aussitôt en confort. C'est cette combinaison qui le rend si juste pour la saison.

Quant aux pantalons d'été en coton Seersucker, leurs vertus sont telles qu'ils mériteraient un article à part entière ! Votre garde-robe de printemps-été ne saurait pour autant se réduire à vos modèles en coton. Rebroussons chemin vers le début de la saison printanière. La laine, matière noble elle aussi multimillénaire, a toute sa place dans un vestiaire printemps-été. L'idée étonne encore ceux qui continuent de l'associer à l'hiver, comme si une matière ne pouvait se juger qu'à son seul poids ou son duvet. C'est oublier qu'une belle laine fine, pensée pour les beaux jours, se montre souvent bien plus appropriée qu'un coton ordinaire, dès que la chaleur s'installe. Sa grande force tient dans sa respirabilité, lui permettant de réguler au mieux la température du corps, une vertu essentielle durant ces journées de demi-saison où l'amplitude thermique peut s'avérer très grande, entre la fraîcheur d'un début de matinée et la chaleur de l'après-midi. Une serge de laine fine confèrera à votre pantalon un tombé net et son armure lui assurera sa solidité. Sa diagonale discrète apportera de la fluidité et de la lumière, tout en laissant au tissu cette capacité précieuse à rester confortable lorsque l'air se réchauffe. Cependant, attention aux excès de finesse des Super 150 ou Super 180 du côté de Maranello. L'élégance d'un pantalon ne se mesure pas au titrage des fils du tissu dans lequel il a été confectionné.

Il est recommandé de se méfier des bolides du textile qui sont, certes au toucher de pures merveilles, mais s'avèrent beaucoup plus fragiles. Ces laines de compétition se prêtent bien mieux aux costumes à deux pantalons ou une tenue de soirée qu'à un pantalon séparable. Quant au Fresco, une précaution s'impose. Il faut toujours se méfier de ces appellations italiennes que l'on agite comme des promesses d'excellence et qui finissent, à force d'être répétées, par ne plus rien garantir du tout. Aujourd'hui, ce terme court le risque d'être galvaudé. De quoi s'agit-il exactement ? Le vrai Fresco est une étoffe de laine à armure de toile ouverte, tissée de manière aérée avec des fils à forte torsion. C'est cette construction, bien plus que son nom, qui fait son intérêt. L'air y circule librement, la main reste sèche, le tissu froisse peu et le pantalon conserve sa tenue même lorsque la chaleur devient sérieuse, voire humide.

La fraîcheur de la laine

Toute la supériorité de ces belles laines d'été est là. Elles ne se contentent pas d'être légères, elles sont réellement respirantes et thermorégulatrices, d'où la référence à leur « fraîcheur ». Bref, il ne suffit pas qu'un tissu se donne des « airs de fresco », encore faut-il qu'il en ait toutes les qualités. Quant aux couleurs des pantalons de laine au printemps, et même s'il existe certaines teintures délavées pigmentaires très subtiles, la priorité sera accordée aux incontournables. Le beige (teint pièce ou chiné), le bleu marine, le gris moyen et le gris clair forment le socle le plus sûr d'une garde-robe de laine d'été. Ce sont eux qui font vraiment le fond du vestiaire, parce qu'ils traversent les usages, les heures de la journée et les combinaisons les plus diverses sans jamais lasser. Mais à côté de ce « must have », il existe une famille de tons particulièrement intéressants. Exemples ? Le tabac, le cognac ou beige blond, les bruns qui ne sont pas tout à fait marron, sans oublier les nuances terre de sienne pour les accros de peinture « al Fresco ». La laine sèche dispose en effet d'une prise tinctoriale particulièrement précise, lui permettant d'adopter ces demi-teintes avec beaucoup de subtilité. Dans le même esprit, la gamme de vos pantalons bleu marine peut s'élargir avantageusement avec les beaux jours, délaissant le marine foncé de l'hiver et s'enhardissant de bleu azuréen, en passant par un bleu intermédiaire plus clair. Suffisamment habillé pour la semaine,

PHOTO COURTESY MAISON ZINS.



Le pantalon en Fresco de la ligne Sorbonne à plis français supporte très bien les motifs discrets. Porté avec des mocassins souples sans chaussettes, il a une allure très casual chic.

PHOTO COURTESY MAISON ZINS.

Le Chino ? Un pantalon fabriqué en coton écru puis teinté et lavé, déclinable dans une gamme de nuances exclusives. La Maison Zins le propose dans un grand nombre de couleurs depuis les années 80.

mais aussi suffisamment décontracté pour le weekend, voilà un vrai pantalon polyvalent. Un beau bleu marine d'été n'aura rien d'austère. Confectionné dans une toile de laine sèche et légère, il deviendra au contraire l'un des piliers de votre saison. Ce sont certes des nuances de coloris moins convenues, mais elles demeurent faciles à porter. Elles ont pour elles cette élégance du ton juste. S'agissant de tonalités plus rares ou plus audacieuses, mieux vaut les réserver aux véritables tissus d'été, plus légers, plus solaires, plus saisonniers. N'oublions pas que nous choisissons aussi notre pantalon en harmonie avec la couleur du ciel matinal. Ce type de pantalon appelle naturellement une autre manière de le porter. Là où le chino se porte volontiers à la taille, le pantalon en laine froide gagne à être traité comme un véritable pantalon de costume, avec une taille un peu plus haute et des pattes de serrage assorties de boucles anglaises. C'est précisément ce qui lui donne sa distinction. Avec un blazer, une chemise en popeline de coton ou en lin, il devient l'un des grands pantalons des brunchs élégants, des déjeuners d'été, de toutes ces circonstances où l'on tient à être habillé avec naturel, dans une élégance chic et décontractée. Pour ceux d'entre vous, pour qui mobilité ne rime pas forcément avec absence de netteté, il existe aujourd'hui, pour la mi-saison, un indispensable, le pantalon de voyage. Bien conçu, il offre bien plus qu'un simple confort de déplacement. Il est en effet bi-extensible chaîne et trame, auto-défroissable, il sèche vite car il est déperlant, se porte du matin au soir et passera de la valise à la conférence puis au dîner sans perdre sa tenue. Le vrai mérite de ce pantalon, c'est donc moins sa technicité que sa polyvalence. Pour ceux qui apprécient les matières nobles, sont alors invités dans la danse les mélanges, laine, lin et soie, sans aucun doute, parmi les plus belles étoffes. La laine y apporte le tombé, le lin la fraîcheur, la soie une lumière discrète qui irise la tenue. C'est le mélange intime des matières qui leur donne cette vibration unique. Ce sont des tissus complexes, nuancés, qui ne livrent pas tout au premier regard. De loin, ils paraissent sobres. De près, ils révèlent une richesse de texture et de ton incomparable. Sur des gris beiges, des bleus fumés, des bruns rosés, l'effet est particulièrement heureux. Ce sont des pantalons parfaits pour la mi-saison. Avec ces matières plus luxueuses, c'est toute la grammaire de « L'Ingénieur Pantalonnier » qui peut alors s'exprimer. Une taille un peu plus haute, des plis à la profondeur plus ou moins ample, des ajusteurs latéraux, des revers, autant d'atouts à déployer à bon escient. Mieux encore, certains ajouts caractériseront à dessein le modèle porté, comme une ou des poches arrière à rabat boutonné, une ceinture à patte surprolongée qui se glissera sous le passant, un devant à plis français. Ce sont aussi, pour reprendre une formule de mon père… des pantalons avec lesquels on peut sortir « en taille » – comprenez en ayant tombé la veste et en portant simplement une chemise en popeline ou un polo en coton et soie. C'est là, sans doute, que le pantalon d'été redevient un véritable vêtement de style. Enfin, *last but not least*, il y a le lin, la fibre de l'été par excellence. Celle que l'on retrouve chaque année avec le même plaisir, parce qu'elle est inséparable de toute une idée de la belle saison. On lui reproche ses plis, c'est presque manquer le sujet. Le lin vit, marque, se transforme au fil de la journée, c'est précisément ce qui fait son charme. Ses plis, si souvent redoutés, peuvent d'ailleurs très bien se gouverner. Une armure un peu irrégulière, un faux-uni chiné ou teint en fil, une rayure légère ou une couleur subtilement brouillée suffisent souvent à faire oublier ses marques plus visibles.

Tout est également une question de poids. Un lin trop fin froissera excessivement. Un lin plus lourd, voire rustique, tiendra mieux la ligne, créera des cassures plus souples, plus élégantes et conservera autour de la jambe ce juste écart qui fait tout le confort d'un vrai pantalon d'été. Est-il besoin de préciser que parmi les fibres estivales, le lin est de loin la fibre la plus écologique ? Sobre en eau, sans chimie, résistante, naturellement adaptée à la saison, elle cumule les vertus. Oui, le lin est le tissu des vacances, il évoque les déjeuners sur l'herbe, les terrasses ensoleillées, l'été en Provence et ses parties de pétanque. F. Z.



Le pantalon à plis français a tout de suite une allure très élégante, surtout dans une toile de laine prince-de-galles.

PHOTO COURTESY MAISON ZINS.



La plus éternelle

CARTIER
SANTOS-DUMONT « INTÉGRALE »

Phénomène unique en horlogerie, la Santos-Dumont est à la fois l'une des plus anciennes montres-bracelets et l'une des plus modernes. Esquissé par Louis Cartier en 1904 pour l'aviateur et dandy Alberto Santos-Dumont, son design méticuleusement préservé est, cette année, mis en valeur par un extraordinaire bracelet inspiré de ceux en métal développés en sur-mesure par la Maison dans les années 20. Un chef-d'œuvre de 394 maillons de 1,15 mm d'épaisseur d'une souplesse incroyable. En platine ou or jaune, il sublime cette nouvelle Santos-Dumont proposée avec un cadran argenté ou en obsidienne. Doté d'un système interchangeable très facile à utiliser, il peut être remplacé par un cuir d'alligator ou en veau, selon son humeur.

ENVIE D'UNE NOUVELLE MONTRE ?

APRÈS LA GRANDE SEMAINE HORLOGÈRE DE GENÈVE, LA LVMH WATCH WEEK DE MILAN ET TOUTES LES PRÉSENTATIONS, CE SONT DES CENTAINES DE NOUVEAUTÉS QUI ONT ÉTÉ RÉVÉLÉES. VOICI UNE SÉLECTION DES PLUS MARQUANTES.

PAR FRANÇOIS-JEAN DAEHN



La plus cool

PATEK PHILIPPE
RÉF. 4946G-001

Une Patek, c'est l'équivalent horloger d'une Rolls-Royce pour l'automobile. Un symbole d'excellence. Dans les collections 2026 de la manufacture, le quantième annuel réf. 4946 G allie une rare sophistication horlogère avec son calibre inventé et breveté en 1996 qui indique le jour, la date et le mois en n'exigeant qu'une seule manipulation par an. Esthétique, casual chic avec son cadran bleu gris, son boîtier de 38 mm en or blanc paré d'un bracelet en veau bleu gris à motif denim et coutures contrastées blanches, s'harmonisera parfaitement avec votre jean préféré.

La plus poétique

VAN CLEEF & ARPELS
MIDNIGHT HEURE D'ICI & HEURE D'AILLEURS

À heure sautante et double fuseau horaire, cette Midnight 38 mm indique l'heure d'ici dans le guichet situé à 11H et l'heure d'ailleurs dans celui situé à 5H. Entre les deux, l'aiguille des minutes égrène le temps sur une heure complète et revient à zéro dans un ballet poétique sur fond d'aventurine, pareil à un ciel étoilé. Une pièce idéale pour les amoureux que séparent les fuseaux horaires. Sur le fond de la boîte en or blanc ou rose, figurent une lune et un soleil gravés qui se répondent. Mouvement automatique, 60 heures de réserve de marche. Très simple d'utilisation avec une commande unique par le remontoir.



PHOTO COURTESY : CARTIER – PATEK PHILIPPE – VAN CLEEF & ARPELS.





La plus foot

RICHARD MILLE
RM 41.01
TOURBILLON SOCCER

Évolution des RM 11-01 et RM-04 Roberto Mancini, la RM 41-01 Tourbillon Soccer témoigne du lien fort entre Richard Mille et le football. Elle permet dans le respect des codes de la haute horlogerie, de suivre un match en intégralité en enregistrant chaque but ! Une complication inédite. Le calibre tourbillon est en titane grade 5 et comprend 650 composants tandis que le boîtier inaugure un nouveau matériau, le basalte TPT, incarnant la quête d'optimisation technologique, signature de l'horloger suisse. Édition en série limitée de 30 exemplaires.

PHOTO COURTESY : RICHARD MILLE.

La plus sixties

ORIS
STAR

Fans des sixties, vous adorerez ce design caractéristique d'une époque résolument tournée vers l'avenir et qui n'a rien perdu de sa pureté, dans une version upgradée pour suivre l'évolution de la technologie horlogère. Cette réédition est fidèle au modèle original. Un modèle culte pour la manufacture indépendante. Il marque en effet la victoire d'un combat de 10 ans entre la manufacture indépendante et des réglementations iniques régissant l'industrie horlogère suisse depuis la crise de 29 qui lui interdisaient d'utiliser certaines techniques comme l'échappement à ancre. Véritable collector, cette montre est aussi une « conversation piece » comme disent les Anglais. En son cœur, l'une des plus grandes victoires de l'horlogerie indépendante.Oris Star Automatic, 35 mm, 41 heures de réserve de marche.



Une montre, c'est toujours deux histoires. La sienne, qui témoigne du génie humain et la vôtre, quand vous vous l'appropriez et qu'elle devient votre talisman.





La plus aviateur

IWC
BIG PILOT PERPETUAL CALENDAR PROSET « LE PETIT PRINCE »

Pièce phare de la collection « Le Petit Prince » d'IWC – partenaire de la Fondation Saint-Exupéry depuis 20 ans, ce très beau quantième perpétuel « Proset » met cette complication à la portée de tous avec un système de réglage innovant, simple et sans danger pour le mouvement. Une innovation qui a exigé des évolutions considérables du mouvement original de Kurt Klaus. Avec son boîtier en acier de 42 mm et ses 60 heures de réserve de marche, cette montre sera aussi élégante avec un blouson de pilote qu'une tenue de ville.

PHOTO COURTESY : ORIS – IWC.



La plus virtuose

CHOPARD
L.U.C GRAND STRIKE

Marquant le 30e anniversaire de Chopard L.U.C, la manufacture de haute horlogerie de Chopard créée *ex-nihilo* à Fleurier par Karl-Friedrich Scheufele, l'une de ses grandes réussites, la Grand Strike est à ce jour la répétition minute la plus virtuose du moment. Elle a nécessité plus de 11 000 heures de recherche et développement et recèle pas moins de 5 brevets spécialement déposés pour sa création. Son calibre, le L.U.C 08.03-L, comprend 686 composants. Élégante, la pièce est un chef-d'œuvre qui témoigne du niveau superlatif des horlogers de Fleurier et de la passion de Karl-Friedrich pour la haute horlogerie.

PHOTO COURTESY : CHOPARD.

La plus sportive

TAG HEUER
MONACO EVERGRAPH

Dernière évolution de la légendaire Monaco de 1969 réf. 1133, la Monaco Evergraph a été profondément revue, qu'il s'agisse de son boîtier, – dont l'ergonomie, l'esthétique et le confort au poignet ont été améliorés, grâce à l'utilisation du titane dans le respect du concept original – mais aussi de son nouveau calibre chronographe TH 80-00 haute fréquence certifié par le COSC. Le cadran a lui aussi été complètement redessiné et les deux compteurs carrés se distinguent parfaitement sur le mouvement entièrement squeletté. Un peu plus de 50 ans après son lancement, TAG Heuer propose la version la plus aboutie de son icône sportive.





La plus révolutionnaire

FRANCK MULLER
IMPERIUM

Habitué des boîtiers de forme tonneau souvent surdimensionnés et recelant des mouvements très compliqués, Franck Muller innove en 2026 avec une intégrale en acier à l'architecture originale et de proportions mesurées (40,25 x 39,05 mm). Une révolution pour le maître des complications. Baptisée Imperium, cette pièce propose une nouvelle interprétation du style Franck Muller avec une ligne très identifiable et une excellente lisibilité. Mouvement automatique manufacture de 42 heures de réserve de marche.

PHOTO COURTESY : TAG HEUER – FRANCK MULLER.



Même si les montres n'ont jamais aussi bien donné l'heure, ce n'est plus seulement pour cela qu'on les aime et qu'on les porte. Et même si l'heure est partout, les montres sont indispensables, tout comme la beauté.

La plus sympathique

LOUIS VUITTON
LVDB-03 GMT LOUIS VARIUS

Aucune subjectivité dans cette affirmation, le projet LVDB-03 (Louis Vuitton x De Bethune) réinterprète tout simplement le système de synchronisation d'une montre mobile et d'une pendule (fixe), inventé par Abraham-Louis Breguet en 1795 et baptisé pendule sympathique. C'est la matérialisation de la rencontre entre Jean Arnault, Directeur Horlogerie de La Fabrique du Temps Louis Vuitton et Denis Flageollet, Maître Horloger de De Bethune. Une tambour GMT en titane bleu revisitée, qui s'appareille avec une pendule pour se rencontrer et se synchroniser. Un chef-d'œuvre d'art horloger et un objet d'art « tout-en-un », orné de trois anneaux gravés à la main selon une fresque du dessinateur François Schuiten – presque 1,80 m de gravure, réalisé en 900 heures de travail à trois mains ! Une création de deux systèmes complets et de 10 montres qui serviront à financer le Louis Vuitton Watch Prize pour la création indépendante 2026.



La plus mode

DIOR HORLOGERIE
CHIFFRE ROUGE CHRONOGRAPHE BLUE

Son dessin très architecturé, dû à un grand créateur de mode épris d'horlogerie, est immédiatement reconnaissable. Le temps n'a pas de prise sur lui. Son poussoir rouge lui donne un aspect technique, contrebalancé par son élégant cadran cannage, signature de Christian Dior. Cette nouvelle version bleue est particulièrement réussie. Le mouvement chronographe est tout simplement le fameux El Primero de Zenith, gage de précision et de fiabilité. Le bracelet en alligator mat bleu est interchangeable et la boucle permet les micro-ajustements.



La plus pop art

PIAGET
ANDY WARHOL COLLAGE LIMITED EDITION

L'icône du pop art new-yorkais adorait les montres dont celles de Piaget et la réf. 15/02. En association avec la Fondation Andy Warhol, la Manufacture lui a dédié une réédition de cette pièce connue aussi sous le nom de « Black Tie ». Le cadran s'inspire d'un des collages de l'artiste sur fond d'onyx noir et trois appliques de pierre (serpentine jaune, opale rose et chrysoprase verte) composent le motif. Le dos de la boîte est gravé d'un portrait de Warhol et de sa signature. Édition limitée à 50 pièces monde.



PHOTO COURTESY : LOUIS VUITTON – DIOR HORLOGERIE – PIAGET.



Pour ses 50 ans, l'association de la chaussure portugaise – Apiccaps – célèbre le savoir-faire bottier portugais. Un portfolio réalisé par le photographe Ricardo Sanos.

LES PAS DE MAÎTRES

DE PORTO À PARIS EN PASSANT PAR L'ISÈRE, DES MARCHES EN ITALIE AUX MIDLANDS EN ANGLETERRE, LES ARTISANS RÉINVENTENT LES SOULIERS CLASSIQUES AVEC STYLE ET TOUJOURS PLUS DE CONFORT.

DOSSIER RÉALISÉ PAR HÉLÈNE CLAUDEL



HARRY, EN BOUCLE

Le Harry incarne l'élégance en deux mouvements. Celui du regard d'abord et celui des détails ensuite. Ce nouveau modèle de la maison Aubercy est un « double boucle croisé » jouant sur la dualité des matières. Un cuir qui capte la lumière sur le bout et un veau velours sur le plateau qui l'absorbe et donne du relief au modèle. Comme toujours chez Aubercy, dans la ligne Mesure, tout est entièrement personnalisable : couleur, type de cousu, épaisseur de semelle et de talon, choix des peaux, patronage, ainsi que les mesures précises du pied. 1 850 €, avec un délai d'environ trois mois.

ANNIVERSAIRE

LES 50 ANS DU MADE IN PORTUGAL

APICCAPS, L'ASSOCIATION DE LA CHAUSSURE PORTUGAISE, ŒUVRE DEPUIS CINQ DÉCENNIES POUR STIMULER LE SECTEUR. UNE RÉUSSITE !

Apiccaps célèbre ses 50 ans ! Depuis sa fondation, l'Association de la chaussure portugaise stimule l'innovation technologique, la qualification des ressources humaines, la durabilité et l'internationalisation du secteur. Ceci a permis au Portugal de se développer et de s'affirmer aujourd'hui comme une référence mondiale de la chaussure, qualifiée de « The Sexiest Industry in Europe » dans les campagnes de cet acteur désormais incontournable. Ultra compétitive, l'industrie de la chaussure portugaise exporte 90 % de sa production, un chiffre en croissance constante malgré le ralentissement général du marché. En moins de cinq décennies, le nombre de maisons de chaussures au Portugal a été multiplié par 1,5. Pour ce cinquantième anniversaire, Apiccaps rend hommage aux maîtres artisans dont le dévouement a façonné l'identité de la chaussure portugaise. Le photographe Ricardo Sanos signe une très belle série (photo à gauche) où la tradition du beau geste est mise en avant comme un savoir-faire qui n'est pas seulement conservé mais sans cesse réinventé.

RETOUR EN SOUPLESSE



La saga Shanghai continue. Après avoir été réédité dans sa version vintage, le « monk » à frange de Church's, lancé en 1929, revient cet été plus souple que jamais. Réalisée à partir d'une seule pièce de cuir, la nouvelle Shanghai présente les classiques perforations du brogue, ici recréées par gravure au laser. Surtout grâce à son montage Blake ultra soft, ce modèle est hyper flexible pour un confort optimal. Bout relevé, semelle en cuir, 990 €.

SNEAKERS « COUTURE »



Le roi florentin de la « sneakers custom », My Mancini, et la maison de couture Boglioli signent une collaboration placée sous le signe du tailoring et du « made in Italy ». L'objet de la convoitise ? La basket iconique My Mancini, personnalisable à partir des tissus sélectionnés par Boglioli, à savoir deux motifs prince-de-galles en lin et une laine hopsack légère. So chic ! Trois versions, à partir de 550 €.

PHOTOS COURTESY ©RICARDO SANOS POUR PORTUGUESE SOUL

LE LOSANGE ANGLAIS REVIENT !

Tous les jours, sur les réseaux, Ben Bernschneider partage son élégance chic et un brin rock avec des milliers de followers. Photographe et auteur, il ne se contente pas de porter la mode, il la raconte. Et ce qu'il aime par-dessus tout, ce sont les chaussettes. Elles sont au cœur de ses tenues. Il les voit « *comme une pièce maîtresse ou un détail de style* ». Avec Burlington, dont il est un fidèle client, il a sélectionné quatre modèles avec le fameux motif argyle. So british, les losanges de couleurs ajoutent tout de suite une touche de sophistication très Old Money. Indispensable ! Coffret Ben's Burlis, quatre modèles, 60 €.



STYLE

LE DÉTAIL RIVIERA

SI FALKE MAÎTRISE L'ART DE LA BELLE CHAUSSETTE, LE BONNETIER CULTIVE AUSSI UN SENS DU STYLE AUDACIEUX. DÉMONSTRATION AVEC LES CAPSULES DE L'ÉTÉ.



Chez Falke, la tenue commence par les chaussettes. Pas étonnant lorsqu'on sait que cette maison allemande en fabrique depuis plus de 130 ans. Référence incontestée dans le tricotage de matières fines, cette dernière cultive aussi un vrai sens du style, une audace maîtrisée présente dans chacune de ses créations. Démonstration avec la collection capsule printemps-été qui s'inspire de l'élégance « bord de mer » et des couleurs de la Riviera italienne. On y trouve les emblématiques Tiago, en fil d'Écosse gaufré, ou les Sensitive London (aux bords-côtes non comprimants) dans un motif rétro. Des nœuds marins, vagues, parasols et chaises-longues viennent aussi décorer des modèles qui rappellent que le soleil d'été est pour bientôt. Et comme Falke ce n'est pas que des chaussettes, la maison a imaginé toute la silhouette qui va avec. Polo en laine fine ou en lin, bermuda, chino, jogging en coton et cachemire… toute la panoplie du chic décontracté.

TENDANCE COMMANDO

Pour ou contre, la semelle commando ? D'un côté la Briac, une « bateau » ou plutôt une camp shoes, version 4 x 4 de la chaussure de pont, signée Paraboot, un modèle qui fête ses 30 ans cette année. De l'autre, un mocassin classique, créé par le bottier Altan, rehaussé de la dite semelle pour un look décontracté. Dans les deux cas, une chaussure tout terrain, toutefois plus citadine que countryside. Si elle adhère à toutes les surfaces, la semelle commando ne supporte pas les cailloux qui se glissent dans ses interstices et qui rayent autant les parquets que le pont des bateaux où elle est proscrite.

CAMP SHOES



Briac de Paraboot

MOCASSIN



Lincoln de Altan Bottier

PHOTOS COURTESY : BURLINGTON – FALKE – PARABOOT – ALTAN BOTTIER

MOCASSINS SOUPLES



« Travel loafer » Harvard 2 en cuir de veau Milled ultra souple, montage Goodyear, semelles intérieures et extérieures flexibles. 720 €, Crockett & Jones.



Mocassins Norwich en veau velours, cousu Soft Blake, sans doublure avec semelles ultra flexibles. 395 €, Doucal's.





Antoine en veau velours avec une semelle intermédiaire en latex haute densité et une semelle extérieure en gomme antidérapante. 219 €, In Corio.



Modèle Coraux en veau velours, non doublé, cousu Blake et semelles ultra fines en cuir. 330 €, Paraboot.



Mocassin Gommino slipper en veau velours, coutures apparentes piquées main et talon inclinable. 650 €, Tod's.

PHOTOS COURTESY



VOUS AVEZ DIT GHILLIES ?

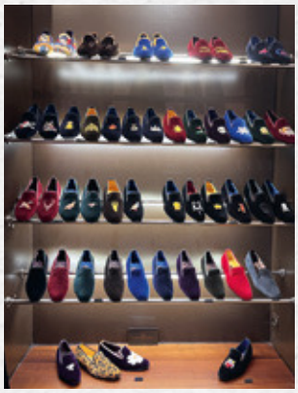
Jacques Solovière revisite les chaussures écossaises utilisées, autrefois, pour parcourir les Highlands et de nos jours, pour la danse. Créée en collaboration avec le directeur artistique Steve Gonzales, cette version exprime l'approche contemporaine et le chic singulier de la maison. Disponible en cuir grainé noir ou blanc et en veau velours noir ou chocolat. Semelle en cuir, pré-caoutchoutée, 345 €.



MYTHIQUE

INVENTÉS PAR UN PRINCE, LES SLIPPERS ONT LEUR ROI





Dans la boutique de Matthew Cookson, plus d'une centaine de modèles sont proposés, sans compter le service de broderies personnalisées qui permet toutes les fantaisies, des initiales aux dessins humoristiques.

Selon la légende, le Prince Albert, mari de la reine Victoria, aurait, le premier, demandé à son bottier de lui confectionner ces chaussons en velours montés sur une fine semelle en cuir. Des chaussons si chics qu'on pouvait même les porter avec un smoking. Imités par toute l'aristocratie britannique, ces élégants mocassins intégreront le vestiaire de tout gentleman qui se respecte sous le nom d'« Albert's Slippers ». À la fin des années 90, Matthew Cookson décide de revisiter le genre et de les rendre plus fun. Il introduit la couleur – jusqu'alors, le choix était aussi limité que pour les Ford T, le noir – et propose des broderies facétieuses. Le fameux pirate, qui marquera son lancement, est encore aujourd'hui, le best-seller. Motifs animaliers pour les gentlemen-farmers, armoiries pour l'aristocratie, initiales pour les bourgeois, boutons d'équipage pour les chasseurs ou petites phrases humoristiques… tout est possible pour un supplément de 100 € par rapport au modèle uni – soit 450 € au total. Transgénérationnel et séduisant tous les univers sociaux, le slipper est détourné en chaussure de ville par les plus jeunes et les sapeurs tout en conservant l'affection des élégants les plus traditionnalistes. Pour ces derniers, ces chaussures peuvent s'orner d'un sobre brandebourg ou de pampilles. En mal d'imagination ? À la boutique, près de 100 modèles différents n'attendent que vos pieds. **11, bd Raspail, Paris VII.**









ON VEUT DE LA COULEUR !

Adieu chaussettes bleu marine et noires ! Les beaux jours arrivent, et avec eux, la couleur. Rien de tel pour réveiller une tenue et créer la surprise qui fait le style. La maison Mes Chaussettes Rouges propose une collection de mi-bas vanisés Mazarin aux teintes contrastées : jaune et rouge, bleu ciel et fuchsia, turquoise et rouge… Les harmonies sont superbes. En plus, la matière, un fil d'Écosse léger, se révèle parfaite pour le printemps-été. 26 €.





PHOTOS COURTESY : MES CHAUSSETTES ROUGES – JACQUES SOLOVIÈRES – MATTHEW COOLSON – F.-J. D.

DERBIES D'ÉTÉ



Derbies Marton en veau velours, montage Bolognais et semelles en caoutchouc. 395 €, Magnanni.

Derbies Paros en veau velours, doublure cuir et semelles gomme antidérapantes. 189 €, Hardrige.





Derbies Infini Alto en veau velours avec semelles en caoutchouc effet crêpe. 1 800 €, Berluti.



Buck en veau velours, montage Goodyear et semelles gomme. 215 €, Fairmount.



Saint-Tropez en cuir, montage Sacchetto et semelles cuir. 279 €, Le Plagiste.

PHOTOS COURTESY :

En 50 ans, l'industrie de la chaussure portugaise s'est métamorphosée. D'un secteur traditionnel, intensif en main-d'œuvre et tourné vers le marché intérieur, elle est devenue l'un des moteurs du pays avec une forte ouverture à l'international. Elle est désormais un symbole de qualité, d'innovation et d'élégance comme le soulignent les campagnes Apiccaps, ici, signées Ricardo Sanos.





PHOTOS COURTESY @RICARDO SANOS POUR PORTUGUESE SOUL

VIVE LES PAMPILLES





Olden en cuir lisse glacé, montage Goodyear et semelles cuir. Gamme Classic Range, 290 €, Finsbury.

Penny Carlo en veau velours, montage Goodyear, semelles cuir et possibilité de personnaliser le pompon grâce au programme One Live. 890 €, Santoni.





Belgravia Unlined en veau velours avec tressage latéral, forme 184, non doublé avec semelles en cuir tanné à l'écorce de chêne. Environ 1 518 €, Edward Green.

En cuir patiné à la demande, montage Goodyear, semelles cuir et gomme. 580 €, JM Legazel.





Belgian shoes, Sagan Classic, en Asteria suede, non doublé, montage Blake et semelles cuir. 520 €, Baudoin & Lange chez Jean-Manuel Moreau.

PHOTOS D. R.

CAULAINCOURT *IN PARIS*



La maison d'Alexis Lafont fait-elle partie du Paris fantasmé ? Une chose est sûre, le chausseur et son élégance intemporelle font partie du casting de la saison 5 d'*Emily in Paris*. Ainsi, Nicolas de Léon, le riche héritier, porte la serviette en cuir patiné Oscar ; Gabriel, le chef français, le sac de voyage Orient Express ; et Marcello Muratori, nouveau prétendant d'Emily, les chelsea boots Vertige. Un beau coup de projecteur que l'on doit à la costumière Marilyn Fitoussi dont l'œil affûté n'a pas son pareil pour dénicher des pépites.



FINSBURY WOMEN

Depuis le temps qu'elles lui demandent des chaussures… Arnaud Bruillon, le patron de Finsbury, a enfin réalisé le vœu de ces dames. Il a lancé Finsbury Women en 2023. Deux boutiques 100 % femmes ont déjà été ouvertes – rue de Rennes et à Vélizy II – et une troisième vient tout juste de s'installer au Printemps Haussmann. Même fabrication européenne et rapport qualité-prix que pour les hommes. Plus de jalouses désormais !

PHOTOS COURTESY : MONSIEUR PIERRE – FINSBURY – CAULAINCOURT / EXTRAIT *EMILY IN PARIS*

QUOI DE NEUF ?

PIERRE ? NON, « MONSIEUR PIERRE »

BONNE NOUVELLE ! PIERRE CORTHAY IS BACK ! ET AVEC LUI UNE COLLECTION DE BEAUX SOULIERS 100 % SUR MESURE.





Pierre Corthay livre une collection très personnelle, traduisant toute la maîtrise de son savoir-faire. Ici, le mocassin à plateau piqué au point gantier avec languettes entrecroisées.

« *Hâte* », ont répondu les passionnés de souliers sur Instagram au post de Pierre Corthay annonçant son retour. Vous pensiez le fondateur de la maison Corthay à la retraite ? Pas le moins du monde ! Le bottier a encore des choses à dire… ou plutôt à montrer. Il vient tout juste de lancer une nouvelle marque de souliers sur-mesure, disponibles uniquement sur rendez-vous. Le nom ? Monsieur Pierre. « *Dans les grandes maisons, le chef d'atelier était appelé "Monsieur", suivi de son prénom,* explique-t-il. *C'était une marque d'une hiérarchie bienveillante et d'un respect accepté par tous. C'est dans la belle maison franco-italienne de la rue Marbeuf* – Berluti, NDLR – *que j'ai été appelé pour la première fois, "Monsieur Pierre".* »

Le style ? Oubliez l'Arca et sa forme effilée à bout plongeant, marque de fabrique de la maison Corthay. Le maestro a eu envie d'autre chose, d'un bout carré atténué… de formes finalement plus sobres – oserait-on dire plus sages ? La maturité sans doute… En tout cas, d'une élégance sans pareille. Une petite dizaine de modèles sont pour l'instant proposés. Parmi eux, un mocassin à plateau piqué au point gantier avec strap entrecroisés et lisse ronde, un richelieu à double empeigne ou encore une bottine mi-balmoral mi-derby à assemblage inversé en cuir lisse et veau velours. Tout est dans les détails, la pureté et la maîtrise… du grand art ! Mais, qu'on ne s'y trompe pas, ces modèles ne sont pas figés et peuvent évoluer selon les désidératas de chacun. Comme tous les grands bottiers, Monsieur Pierre reste à l'écoute.

« *Trois semaines seulement après avoir posté mon message de retour sur Instagram, mon carnet de commandes était déjà rempli* », s'étonne-t-il, humble après 40 ans de carrière, loin d'imaginer l'admiration qu'il peut susciter aujourd'hui auprès des amateurs de beaux souliers. Ces derniers pourront le retrouver prochainement. Il se peut que Pierre Corthay organise quelques trunk shows dans de très belles adresses parisiennes, histoire de mêler les plaisirs et les artisanats, et notamment chez ses amis Daniel Lévy ou les tailleurs de l'Atelier de Luca… Stay tuned !

@monsieurpierrebespoke

FINSBURY, DE 1 À 89 BOUTIQUES EN 40 ANS !

VOILÀ 40 ANS QUE FINSBURY CHAUSSE LES ÉLÉGANTS. SON PATRON, ARNAUD BRUILLON, A TRANSFORMÉ LA PETITE ENSEIGNE PARISIENNE EN UN ACTEUR INCONTOURNABLE DU « LUXE ACCESSIBLE ». UNE SUCCESS-STORY ENTRE PASSION POUR LE BEAU ET SENS DE L'ENTREPRENARIAT.

***Monsieur* : Vous avez rejoint Finsbury à 17 ans. Aujourd'hui vous en êtes le dirigeant. Que représente cet anniversaire pour vous ?**
Arnaud Bruillon : C'est avant tout l'anniversaire de la maison, les 40 ans de son savoir-faire. Mais, c'est aussi une partie de mon histoire. Cela fait 35 ans que je participe à l'aventure. J'ai commencé en tant qu'extra avant d'être embauché comme vendeur. Ça a d'abord été une rencontre avec les deux cofondateurs Jean-Pierre Dahan et David Cohen. Ils ne m'avaient pas promis la Lune mais simplement dit qu'on pouvait se réaliser dans le commerce si on était bon et sérieux. Très vite, je suis devenu manager. Mais à 25 ans, je tournais comme un lion en cage dans ma boutique. Je rêvais d'entreprendre. J'ai alors proposé à mes employeurs de devenir le premier franchisé de la marque. Je n'avais pas d'argent, peu de crédibilité – j'ai essuyé onze refus de banques ! – mais je n'ai rien lâché.

***Monsieur* : En quoi cette première franchise a-t-elle été un tournant ?**
Arnaud Bruillon : Cela m'a permis de rajeunir le concept du magasin et de reprendre la main sur les achats. Le succès a été immédiat. Douze mois plus tard, j'ouvrais un deuxième magasin à La Madeleine. J'ai ensuite demandé l'exclusivité de la franchise aux fondateurs. En moins de 10 ans, sept boutiques Finsbury ont vu le jour. Devenu plus gros que ces derniers, je leur ai proposé de racheter la marque. Mon projet était ambitieux. Nous sommes passés de 10 à 50 magasins en sept ans. Cette enseigne parisienne un peu confidentielle est alors devenue une marque française leader de la chaussure de luxe accessible.

***Monsieur* : Finsbury est en croissance constante alors que le marché est en crise. Quelle est la clé du succès ?**
Arnaud Bruillon : Notre force tient dans notre promesse. À savoir, créer des souliers de qualité avec des matériaux nobles, de façon artisanale et en circuit court, dans des petits ateliers en Europe – Italie, Espagne, Portugal – tout en restant accessibles. Je dis toujours « *Retail is detail* ». Aucun détail n'échappe à notre vigilance : la bonne tenue des magasins, le parcours client, la formation de nos vendeurs mais aussi la richesse de la collection – sur 160 modèles, 30 sont renouvelés tout au long de l'année. Nous n'avons pas inventé le cousu Goodyear ni les cuirs patinés en revanche, nous avons développé notre façon de travailler le produit et de le vendre avec un haut niveau d'exigence. Dans le premium accessible, nous sommes quasiment les seuls.



Arnaud Bruillon, Directeur Général.

EN 5 DATES

1896
Ouvertures de la première boutique.

1992
Arnaud Bruillon entre comme extra.

2000
Il devient le premier franchisé. Dix ans plus tard il rachète la marque qui compte 10 boutiques.

2023
Lancement de Finsbury Women

2025
La marque compte 89 magasins dont 67 en France et un chiffre d'affaires de 46 millions d'euros et 150 employés.

***Monsieur* : Comment parvenez-vous à des prix si compétitifs avec ce niveau de qualité ?**
Arnaud Bruillon : Nos volumes sont importants. Nous avons 89 magasins répartis dans huit pays. Nos ateliers sont de vrais partenaires, certains depuis 15 ou 20 ans. Et tous, des fabricants aux fournisseurs, surfent sur notre croissance. C'est un échange de bon procédé. Concevoir un soulier cousu Goodyear, avec ses 180 étapes de fabrication, en circuit court, en Europe, dans une peausserie française, et le proposer à 290 €, relève de l'exploit. Pour y parvenir, nous faisons également d'importants efforts sur nos marges. Et nos clients nous le rendent bien.

***Monsieur* : Justement, qu'est-ce qui rend vos clients si fidèles ?**
Arnaud Bruillon : Nous considérons notre mission accomplie quand notre marque occupe la majorité du dressing masculin. Il peut y avoir des Berluti, des John Lobb, des Santoni, des J.M. Weston… Mais les chaussures les plus nombreuses doivent être signées Finsbury. Nos clients sont fidèles car ils trouvent chez nous des souliers de qualité, confortables et durables mais aussi parce qu'ils paient le prix de leur produit, pas celui d'un nom ou d'une griffe. Ce n'est pas un hasard si 60 % d'entre eux achètent deux paires systématiquement. Chez Finsbury, le client n'hésite pas.

***Monsieur* : Comment Finsbury à concilier son ADN ville à l'ère de la décontraction ?**
Arnaud Bruillon : À cause – ou grâce – au Covid, Finsbury s'est réinventé en deux mois. Nous ne vendions que des chaussures de ville – les sneakers représentaient moins de 5 % – et soudain, tout s'arrête. Boutiques fermées, collaborateurs en télétravail. Je me retrouve seul dans notre entrepôt de Bonneuil-sur-Marne au milieu de 50 000 paires de chaussures. Le pire choc d'entrepreneur de ma vie ! Comment rester désirable ? Les gens étaient en pyjama chez eux… En un

PHOTOS COURTESY FINSBURY



Sur une collection riche de 160 modèles, 30 sont renouvellés chaque année. Ici, le mocassin Oscar.

temps record, notre offre de sneakers est passée de 5 à 30 %. Aujourd'hui encore, sur dix modèles vendus, trois à quatre sont des sneakers. Cela nous a permis de toucher une clientèle plus jeune. Même ceux soumis à un dress code « corporate » se sont détendus. Dans les avions, les businessmen ne portent plus de cravates. Mais une belle paire de souliers reste essentielle. Les chaussures ne pardonnent pas.

***Monsieur* : Les défis à venir ?**
Arnaud Bruillon : L'international représente 15 % de notre chiffre d'affaires. La marque est très forte au Maroc et en Afrique de l'Ouest où elle est perçue encore plus luxe qu'elle ne l'est. L'idée est de conquérir d'autres marchés en Asie et au Moyen-Orient même si cela semble difficile en ce moment. Nous poursuivons aussi Finsbury Women, la même promesse qualitative appliquée aux femmes. Notre souhait est d'ouvrir des boutiques dédiées à côté des magasins homme comme c'est le cas rue de Rennes. Enfin, nous investissons beaucoup sur le digital. Nous avons créé un écosystème où le client est reconnu quelle que soit son canal d'entrée. Il peut réserver sa paire en ligne, la commander en boutique et être livré dès le lendemain dans sa maison de campagne ou ailleurs. Depuis peu, nous avons mis en place le « stock unifié ». S'il manque une paire dans une boutique à Lille, une autre à Marseille peut l'envoyer. L'objectif ? Ne jamais dire « non » au client. La friction commerciale est mon pire cauchemar !

***Monsieur* : Votre parcours est très inspirant. Un conseil aux jeunes entrepreneurs ?**
Arnaud Bruillon : Vous avez le droit d'échouer mais pas de ne pas essayer. Il n'y a pas de résultats sans effort. Il faut avoir de l'audace, être fier de ce qu'on fait et être prêt aux sacrifices. C'est un engagement de chaque instant. Tout est possible. J'ai fait bien plus de ce que je rêvais de faire.

LE TOP 5

Les best-sellers de la maison



1/ CAMBRIDGE
Double boucle, montage Goodyear, semelle en cuir, gamme Tradition, 290 €.



2/ CONSUL
Richelieu bout droit, montage Goodyear, semelle gomme, 290 €.



3/ CHELSEA
Bottine, montage Goodyear, semelle cuir avec insert gomme, 340 €.



4/ PAOLO
Running revisitée, patinée à la main, gamme Tradition, 289 €.



5/ TOM
Sneaker vintage en cuir de veau, semelle gomme, 189 €.

PHOTOS COURTESY FINSBURY

PROPOS RECUEILLIS PAR HÉLÈNE CLAUDEL



Le musée de Maison Montagut à Saint-Sauveur-de-Montagut raconte les 145 ans de cette entreprise de tricotage mais aussi l'histoire de la soie. En effet, jusqu'au début du XX^{e} siècle, le village vivait au rythme du moulinage de la soie. Prix d'entrée : 6 € et 4 €, tarif réduit.

PHOTOS COURTESY : MAISON MONTAGUT

MANUFACTURES À CIEL OUVERT

DE LA NORMANDIE AUX CÉVENNES, LES ATELIERS DE TEXTILE FRANÇAIS SE VISITENT DÉSORMAIS COMME DES MONUMENTS VIVANTS. ENTRE LE GESTE DE L'ARTISAN ET LES MACHINES EN PLEINE ACTION, LE « TOURISME DE SAVOIR-FAIRE » EXPLORE LE MADE IN FRANCE AVEC L'AUTHENTICITÉ COMME INSTRUMENT DE SÉDUCTION MARKETING.

PAR HÉLÈNE CLAUDEL



Maison Montagut a ouvert son musée à Saint-Sauveur-de-Montagut, son berceau originel. Le maire du village est entouré de Nicolas Gros et sa soeur Marine Lozet-Gros, représentant la sixième génération.

À Saint James, la visite des ateliers commence par la boutique. Oubliez le magasin d'usine poussiéreux à prix cassé. C'est un écrin flambant neuf qui accueille les visiteurs pour une première immersion dans l'univers chargé d'embruns de la célèbre marque normande. Sur un mur, une photo géante du Mont-Saint-Michel puis, plus loin, un grand hublot offre déjà une vue imprenable sur les machines à coudre en pleine confection. Située à deux pas du mythique îlot médiéval, l'usine Saint James est devenue le stop incontournable des curieux de passage dans la région. Retraités, jeunes couples, familles, étudiants, voyageurs japonais… tous veulent connaître les secrets de fabrication du vrai chandail marin. Ils visitent l'usine de tricots comme ils visiteraient un monument classé. « *Lorsque j'ai voulu ouvrir nos ateliers en 2012, en interne, les gens craignaient qu'on ne s'approprie notre savoir-faire,* raconte Luc Lesénécal, le président de la maison. *Mais, nous n'avons rien à cacher, notre savoir-faire, c'est l'humain, ça ne s'approprie pas* ». La guide déroule les 137 ans d'héritage de cette Entreprise du Patrimoine Vivant à la manière d'une historienne dans une salle de musée. Puis, elle nous entraîne au cœur de l'atelier, dans les 10 000 m² du parc à tricoter – l'un des plus grands d'Europe – entre les machines et les artisans qui s'affairent. Chaque étape de fabrication se découvre en direct. Tricotage rectiligne des « panneaux » – aiguille, jauge 7 pour le pull marin, 24 pour la marinière – puis l'assemblage, le piquage… Ici, une remailleuse fixe un col maille par maille, là, une raccoutreuse traque la moindre imperfection, même les poussières de paille laissées par les moutons. « *Les gens ne soupçonnent pas tout le travail manuel qu'il y a derrière nos pulls* », souligne notre experte. Et Luc Lesénécal d'ajouter : « *Lorsqu'on constate qu'il faut 23 km de fil, 18 opérations de fabrication dont certaines nécessitent au minimum 24 mois de formation, nos prix* ne se discutent plus.* »

Dans les Cévennes, à Florac, l'Atelier Tuffery suit la même démarche en ouvrant sa manufacture de jeans au public. « *Quand j'avais 8 ans, je voyais les habitants du village, les amis de mon père et de mes oncles investir nos ateliers. J'ai toujours vu des gens au milieu des machines* », raconte Julien Tuffery, représentant de la quatrième génération. Depuis qu'il a repris l'entreprise familiale en 2016, avec son épouse Myriam, il a absolument voulu remettre cette tradition au cœur de son projet. Lors de l'expansion de la manufacture, il a même fait concevoir, par Matali Crasset, un lieu complètement adapté. Tout est vitré. « *C'est simple, quand on entre dans la boutique, on entre dans l'atelier* ».

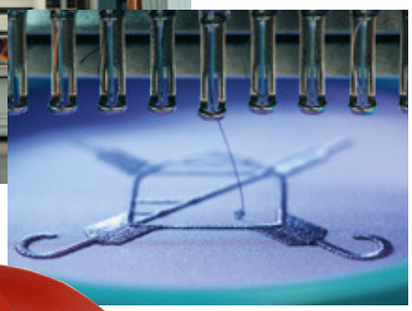
En 2025, sur les 40 000 visiteurs, 8 000 ont suivi la visite guidée

PHOTOS COURTESY : MAISON MONTAGUT

* 175 €, le pull marin Cancale.



Le Parapluie de Cherbourg accueille environ 50 000 personnes par an dans sa manufacture et son atelier. Prix : 8 € et 4 €, le tarif réduit.





organisée autour des métiers du jean. Des Allemands aux Hollandais, des classes de maternelle au club de troisième âge… pendant deux heures, les invités se sont plongés dans l'art du denim français. Et, en petit comité s'il vous plaît, ici, pas de cars de touristes. Quant aux guides, qui mieux que les salariés pour parler de leur propre expertise ?

L'INDISPENSABLE PETIT SOUVENIR

« *Ces visites, c'est le meilleur des marketings, le meilleur outil de transparence et de sincérité* », assure avec fierté le jeune PDG. Comme l'Atelier Tuffery et Saint James, depuis une dizaine d'années, d'autres maisons de mode et textiles françaises, elles aussi labélisées EPV, misent désormais sur ce « tourisme de savoir-faire » pour communiquer leur profonde légitimité. Le Minor, La Botte Gardiane, Kiplay, Royal Mer, Lartigue 1910, les jeans 1083, Maison Fabre, Armor Lux, Maison Lemahieu, Le Parapluie de Cherbourg… la liste est longue. Dans un monde où la consommation se digitalise et où le « french washing » est monnaie courante, ouvrir ses ateliers devient un moyen puissant de recréer du lien et de prouver la véracité de son artisanat. C'est aussi une autre façon de faire du chiffre puisque, bien souvent, accolée à l'usine, il y a une boutique. Et après la visite, comme dans n'importe quel musée, on veut son petit souvenir…

En plus de l'immersion dans ses ateliers, Le Parapluie de Cherbourg, a d'ailleurs ouvert, il y a 4 ans, son propre musée, afin d'exposer son





Au cœur des Cévennes, l'Atelier Tuffery propose une visite guidée autour des métiers du jean. Prix : 7,50 € et 4 €, le tarif réduit.



Depuis 2012, Saint James ouvre son atelier au public. Soit 10 000 m², l'un des plus grands parcs à tricoter d'Europe. Située près du Mont-Saint-Michel, la manufacture est un stop touristique incontournable. Prix : 7 € et 5 €, le tarif réduit.

« Lorsqu'on constate qu'il faut 23 kilomètres de fil, 18 opérations de fabrication dont certaines nécessitent au minimum 24 mois de formation, nos prix ne se discutent plus », Luc Lesénécal, PDG de Saint James



expertise mais aussi ses archives et les pièces d'exception créées au fil du temps. Même chose pour Maison Montagut qui a inauguré en novembre dernier son musée à Saint-Sauveur-de-Montagut. Si son savoir-faire en matière de tricotage s'est exporté depuis les années 60 à Braga au Portugal, c'est bien dans ce petit village d'Ardèche que tout a commencé, il y a 145 ans. C'est donc dans un ancien moulinage que l'histoire de cette marque se raconte, la sienne mais aussi celle, plus générale, de la soie qui a fait vivre, jusqu'au début du XX^{e} siècle, cette petite commune bordée de rivières.

DE NOUVELLES VOCATIONS

« *Aujourd'hui, les clients sont à la recherche d'authenticité et cela au-delà du produit et du rêve vendu par le marketing,* note Nicolas Gros, le directeur général. *Les nouvelles générations cherchent des marques qui parlent vrai.* » Le musée offre autant d'éléments de preuves et de réassurance pour le client. S'il dynamise le village, cet espace est aussi un petit morceau de la « France authentique » particulièrement apprécié en Chine où Maison Montagut rencontre un grand succès – plus de 330 magasins. Le TF1 chinois – CCTV – a même fait un reportage de 15 minutes sur le musée générant plusieurs millions de vues. Alors quoi ? Bientôt des cars de touristes chinois à Saint-Sauveur ? D'autant qu'une boutique ultra chic de déstockage est située juste à côté du musée. En attendant, ce sont deux des plus grandes influenceuses du pays, suivies par des dizaines de millions de followers, qui sont attendues pour une visite privée en « live streaming ». Si le musée de la manufacture est un complément du tourisme de savoir-faire, la véritable expérience se joue dans l'atelier. Voir les gestes, la fabrication, le « made in France »… « *Les gens peuvent taper sur l'épaule du tailleur de jean et lui poser des questions. Cela nous oblige à être irréprochables,* assure Julien Tuffery. *C'est un formidable dispositif d'audit social.* » Également président de l'Institut pour les savoir-faire français, Luc Lesénécal insiste beaucoup auprès des maisons pour qu'elles s'ouvrent au public. « *Cela les oblige à se moderniser, en termes d'accueil, d'organisation, de sécurité, de RSE ou encore de design,* explique-t-il. *Ce n'est que du bon pour le bien-être des salariés.* » Et cela permet aussi aux visiteurs de voir autrement les métiers manuels. Plus positivement. Le tourisme de savoir-faire suscite même des vocations. Chez Saint-James, une grand-mère est venue avec sa petite-fille de 17 ans, un an plus tard cette dernière était au remaillage. Julien Tuffery, lui, n'a jamais passé une seule offre d'emploi. La visite et le contact remplacent les lettres de motivation et les beaux dossiers. À l'heure où les artisans manquent dans les ateliers et où l'IA révolutionne les métiers, montrer les gestes, c'est aussi montrer la voie vers une nouvelle forme d'émancipation intellectuelle. Le fort désir de reconversion des cadres vers les emplois artisanaux le prouve**. Le patron de l'Atelier Tuffery en est convaincu : « *La manufacture de demain, c'est la start-up d'hier* ».

HÉLÈNE CLAUDEL

PHOTOS COURTESY : LE PARAPLUIE DE CHERBOURG – ATELIER TUFFERY – SAINT JAMES – ALEXIS PAOLI.

** 37% envisagent une reconversion vers un métier manuel.

94

NOS ADRESSES

Acuitis
117 rue de Rennes, Paris VI.

Alpine
122 av. du Général Leclerc,
92100 Boulogne-Billancourt.

Altan Bottier
11 rue Lincoln, Paris VIII.

À L'O
92 rue de Turenne, Paris III.

Apiccaps
www.apiccaps.pt

Artling
55 rue des Saint-Pères, Paris VI.

Aston Martin
6 rue de la Cavalerie, Paris XV.

Ateliers Baudin
38 rue de Penthièvre, Paris VIII.

Aubercy
34 rue Vivienne, Paris II.

Audemars Piguet
15 rue Royale, Paris VIII.

Au Petit Matelot
27 av. de la Grande-Armée, Paris XVI.

Barbour
240 bis boulevard Saint-Germain, Paris VII.

Barmas chez Le Bon Marché
24 rue de Sèvres, Paris VII.

Beaubleu
70 rue Notre-Dame-de-Nazareth, Paris III.

Bernard Zins
11 rue de Luynes, Paris VII.

Berluti
9 rue du Faubourg Saint-Honoré, Paris VIII.

Berteil
6 boulevard Malesherbes, Paris VIII.

Blancpain
20 place Vendôme, Paris I.

Breguet
6 place Vendôme, Paris I.

Breitling
10 rue de la Paix, Paris II.

Brimoncourt
84 boulevard Charles-de-Gaulle,
51160 Aÿ-Champagne.

Brioni
229 rue Saint-Honoré, Paris I.

Briston
24 rue de Poitou, Paris III.

Brunello Cucinelli
179 boulevard Saint-Germain, Paris VII.

Bucherer
12 boulevard des Capucines, Paris IX.

Bvlgari
23-25 place Vendôme, Paris I.

Carl Gross Au Petit matelot
27 avenue de la Grande-Armée, Paris XVI.

Cartier
13 rue de la Paix, Paris II.

Caulaincourt
59 avenue Kléber, Paris XVI.

Chapal Showroom
244 rue de Rivoli, Paris I.

Chato Lufsen
41 rue de Verneuil, Paris VII.

Chopard
1 place Vendôme, Paris I.

Cifonelli
35 rue François 1er, Paris VIII.
31 rue Marbeuf, Paris VIII (bespoke).

Cinabre
14 cité Bergère, Paris IX.

Corneliani au Le Bon Marché
24 rue de Sèvres, Paris VII.

Corthay
1 rue Volney, Paris II.

Crémieux
185 boulevard Saint-Germain, Paris VI.

Crockett & Jones
14 rue Chauveau-Lagarde, Paris VIII.

Daniel Lévy
3 rue du Cirque, Paris VIII.
Sur rendez-vous : 01 47 20 73 75.
contact@daniel-levy.fr

Da Vinci Watches
17-19 rue Jean-Mermoz, Paris VIII.

Dior Men
30 avenue Montaigne, Paris VIII.

Djay Tailleur
9 rue du Chevalier-de-Saint-George,
Paris VIII.

Doucal's
6 rue du Marché Saint-Honoré, Paris I.

E.B.Meyrowitz
5 rue de Castiglione, Paris I.

Eden Park
39 rue du Four, Paris VI.

Émile Garçon
15 galerie Vivienne, Paris II.

Façonnable
27 rue Marbeuf, Paris VIII.

Fendi
265 rue Saint-Honoré, Paris I.

Finsbury
136 boulevard Saint-Germain, Paris VI.

Fréret Roy
30 rue Danielle Casanova, Paris II.

Maison Francis Kurkdjian
5 rue d'Alger, Paris I.

Frederique Constant chez Bucherer
12 boulevard des Capucines, Paris IX.

Globe-Trotter
31 rue Boissy d'Anglas, Paris VIII.

Good Life Paris
33 rue de l'Assomption, Paris XVI.

Grand Seiko
7 place Vendôme, Paris I.

Gucci
60 avenue Montaigne, Paris VIII.

Hackett London
24 rue Marbeuf, Paris VIII.

Hast Paris
47 rue d'Aboukir, Paris II.

Hermès
24 rue du Faubourg-Saint-Honoré,
Paris VIII.

Heschung
8 rue du Marché-Saint-Honoré, Paris I.

Hollington
9 rue Racine, Paris VI.

In Corio
33 rue du Dragon, Paris VI.

IWC
73 av. des Champs-Élysées, Paris VIII.

Jacques Solovière
108 rue du Cherche-Midi, Paris VI.

Jaeger-LeCoultre
7 place Vendôme, Paris I.

Jean-Manuel Moreau
3 rue Chambiges, Paris VIII.

J.M. Weston
243 rue Saint-Honoré, Paris I.

John Lobb
21 rue Boissy-d'Anglas, Paris VIII.

Kired
www.kired.it

Kiton
29 rue Marbeuf, Paris VIII.

Lafaurie
28 rue du Temple, Paris IV.

Lafont
11 rue Vignon, Paris VIII.

Land Rover
9-11 boulevard Gouvion-Saint-Cyr,
Paris XVII.

(L'Égoïste)
46 rue du Temple, Paris IV.

Le Glazik
1 rue Commines, Paris III.

Le Minor
5 rue du Sabot, Paris VI.

Le Prince Jardinier
46 rue du Bac, Paris VII.

L'Officine Paris
71 avenue Marceau, Paris XVI.

Loro Piana
38 avenue Montaigne, Paris VIII.

Louis Vuitton
101 avenue des Champs-Élysées,
Paris VIII.

Luigi Bianchi
www.luigi-bianchi.it

Lutays
42 rue du Bac, Paris VII.

Maison Clerc
15 rue Clément-Marot, Paris VIII.

Maison Fèvre
33 rue du Léry, 03700 Bellerive-sur-Allier.

Maison Hardrige
www.hardrige.com

Maison Montagut
15 place du Marché-Saint-Honoré,
Paris I.

Malfroid
3 rue Paul-Louis-Courier, Paris VII.

Matthew Cookson
11 boulevard Raspail, Paris VII.

Mes Chaussettes Rouges
9 rue César-Franck, Paris XV.

Mettez
9 boulevard Malesherbes, Paris VIII.

Meyrowitz
5 rue de Castiglione, Paris I.

Mr Marvis
52 King's Road, Londres, SW3.

Nobis
2 rue des Petits-Pères, Paris II.

Orlebar Brown
5 boulevard de la Madeleine, Paris I.

Panerai
3-5 rue de la Paix, Paris II.

Paraboot
13 rue Vignon, Paris VIII.

Parmigiani chez Bucherer
12 boulevard des Capucines,
Paris IX.

Patek Philippe
10 place Vendôme, Paris I.

Pini Parma
63 rue La Boétie, Paris VIII.

Pyrenex
34 rue du Temple, Paris IV.

Ralph Lauren
52 avenue Montaigne, Paris VIII.

Reflets de cuir
155 rue du Château, Paris XIV.

Renault
104 boulevard Haussmann, Paris VIII.
53 av. des Champs-Élysées, Paris VIII.

Richard Mille
17 avenue Matignon, Paris VIII.

Riese & Müller
www.r-m.de/fr

Rolex (Dubail)
9 place Vendôme, Paris I.

Santoni
36 avenue George V, Paris VIII.

Sebago
8 rue Sainte-Croix-de-la-Bretonnerie,
Paris IV.

Seraphin
57 quai de Valmy, Paris X.

Serica
32 rue de Turenne, Paris III.

Septième Largeur
59 rue Saint-Lazare, Paris IX.

Sirecci
27 rue Marbeuf, Paris VIII.

Swann Paris
1 rue de l'Arcade, Paris VIII.

TAG Heuer
40 boulevard Haussmann, Paris IX.

Tod's
17-21 rue du Faubourg-Saint-Honoré,
Paris VIII.

Tommy Hilfiger
43 boulevard des Capucines,Paris II.

Tramarossa chez L'Officine Paris
71 avenue Marceau, Paris XVI.

Valstar
8 rue de Babylone, Paris VII.

Van Cleef & Arpels
20 place Vendôme, Paris I.

Vétra
92 rue de Turenne, Paris III.

Vilebrequin
281 rue Saint-Honoré, Paris VIII.

Wempe
16 rue Royale, Paris VIII.

Weston
55 avenue des Champs-Élysées,
Paris VIII.

Xacus chez Victoire
10 rue du Colonel-Driant, Paris I.

Zenith au Bon Marché
24 rue de Sèvres, Paris VII.



LE DÉBARDEUR

ÉLÉMENTS DE STYLE
MONSIEUR



LE GILET « NEHRU »

ÉLÉMENTS DE STYLE
MONSIEUR



L'ALPINE A390 GT

ÉLÉMENTS DE STYLE
MONSIEUR



LA « CHORE JACKET »

LE GILET « NEHRU »

Un classique indien

Histoire

Tous ceux que la sobre élégance des dignitaires indiens impressionne peuvent se réjouir. Le gilet Nehru est la pièce tendance de votre vestiaire 2026. De nombreuses maisons le réinterprètent dans des tissus allant du tweed au lin pour s'adapter à toutes les saisons.

Caractéristiques

Le gilet Nehru, ainsi baptisé car c'est sur le premier ministre indien que les Européens l'ont découvert, est un gilet droit col officier, boutonnage haut (6 ou 8 boutons) avec une poche poitrine et deux poches latérales passepoilées sans rabat. Ce vêtement est plus long que le gilet français, il descend de 10 à 15 cm sous la ceinture.

Inconditionnels

Nehru, Louis Albert de Broglie, Matthew Cookson, Vianney Houette.

PHOTO COURTESY : BERTEIL.

LE DÉBARDEUR

Jamais sans mon marcel

Histoire

Tricot de peau, maillot de corps, marcel, débardeur… Quelle que soit son appellation, ce sous-vêtement sans manches, largement échancré sur le torse, est aussi culte pour certains que décrié pour d'autres. Idolâtré comme symbole sexy, surtout sur des pectoraux musclés, il est aussi honni par d'autres qui détestent ses origines laborieuses. Les Américains et les Orientaux l'adorent, les Occidentaux le boudent.

Caractéristiques

Fabriqué à l'origine en laine – d'où son nom tricot de peau – il est aujourd'hui le plus souvent en coton ou modal (Zimmerli), voire en coton et cachemire. Il se porte près du corps pour tenir chaud et jouer son rôle de filtre en retenant l'eau et les impuretés charriées par la transpiration, ce qui lui a valu l'élégant surnom de « pompe-sueur ».

Inconditionnels

Brandon Sklenar, Hugh Jackman, Brad Pitt, Marlon Brando, Patrick Swayze.

PHOTO COURTESY : BARRY KING / ALAMY IMAGES.

LA « CHORE JACKET »

Des ouvriers aux élégants

Histoire

Qu'elle soit baptisée « chore jacket » (veste de corvée), « worker jacket » (veste du travailleur) ou simplement veste de travail, c'est bien en France et sur le dos des ouvriers qu'elle est née au XIX^{e} siècle, à la fin de la révolution industrielle. Elle est d'abord une blouse longue, souvent noir, avant d'être bleu – de Prusse – et raccourcie. En mai 1968, elle devient contestataire. Les étudiants rêvant de la Révolution culturelle prolétarienne de Mao ne la quittent plus. Puis elle passe sur la Rive gauche. Hollington la fait porter aux intellectuels et politiques de gauche comme François Mitterrand. L'élégance de sa simplicité séduira de nombreuses maisons de mode. Aujourd'hui, la « chore jacket » est de toutes les collections et se porte même en total look, tel un « work suit ».

Caractéristiques

La « chore jacket » présente une coupe droite avec des poches plaquées sur la poitrine et les hanches. L'authentique est en moleskine mais on la trouve désormais aussi en lin (Vetra, photo), chambray (Jean-Manuel Moreau), coton (Hast), velours (Hollington), cachemire (Chato Lufsen) et même en denim de soie (Louis Vuitton).

Inconditionnels

Le Corbusier, Mao Tse-Tung, Bill Cunningham, Harry Styles.

PHOTO COURTESY : VETRA.

L'ALPINE A390 GT

Conduire la technologie

Histoire

Créée en 1955 à Dieppe par Jean Rédélé, la marque fit une percée remarquable dans le monde des automobiles de sport avec notamment l'A110 qui règnera sur d'innombrables rallyes et remportera le championnat du monde. Rachetée par Renault en 1973, la maison renaît en 2017 avec l'Alpine A110 2^{e} génération, puis les déclinaisons électriques A 290 GT et A390 GT.

Caractéristiques

Dans la gamme, seule l'A 110 est encore une sportive à moteur thermique. C'est probablement la berlinette la plus excitante à piloter du marché. Au sommet de la gamme électrique, l'A 390 GT offre jusqu'à 470 ch et 4 roues motrices pour des performances remarquables. Elle est manufacturée à Dieppe.

Inconditionnels

Jean Rédélé, Philippe Krief, Alain Prost, Jean Ragnotti.

PHOTO COURTESY : THOMAS CORTESI / CETADI PROD.

MONSIEUR.fr



Des infos mode, accessoires et horlogerie, des conseils pratiques, nos archives, une boutique, un club exclusif, le seul site masculin fondé sur un siècle d'expertise. Puisez dans la panoplie amoureusement sélectionnée par la rédaction. Des nouveautés à chaque numéro et des offres Club.



ULTIMATE COLLECTOR WATCHES
ÉDITIONS TASCHEN



CINTRES ÉDITION « MONSIEUR »
AUTHENTIQUES PARIS



SÉRIGRAPHIE FLOC'H
« LE GOÛT DES PLAISIRS SIMPLES »



CEINTURE DE GAUCHO
FERNANDO GOMEZ



POLO CHEMISE EN COTON PIQUÉ
ZAMPA DI GALLINA



LA VIE EN ROUGE FERRARI
ÉDITIONS FLORENTIN



SET DE VOYAGE
PLISSON 1808



LONG CHAUSSE-PIEDS
BERTEIL



MUG EN PORCELAINE
MONTRES MAGAZINE

Près de 200 articles à découvrir !

Facebook : **Monsieur Magazine** / Instagram : **@monsieurmagazine**

PHOTOS D. R.

MATTHEW COOKSON
« MISTER SLIPPER »

Anglais amoureux de la France depuis 30 ans, il propose la plus belle collection d'Albert's Slippers au monde, unis, brodés, avec brandebourg ou pampilles. Sous le règne de la Reine Victoria, il aurait reçu un British Warrant.

Date de naissance : 2 juin 1966. **Signe astrologique :** Gémeaux. **Signes particuliers :** Gentleman farmer.



Votre premier souvenir d'élégance ?
Mon père, officier de marine, en uniforme.

L'odeur de votre enfance ?
Celle des bruyères (chez moi), à Exmoor, dans le Devon.

Vous êtes plutôt sur mesure ou prêt-à-porter ?
Plutôt prêt-à-porter.

Cravate ou pas ?
De temps en temps.

Votre tenue préférée ?
Gilet Nehru et pantalon en moleskine et mes slippers. Of course !

Celle que vous détestez ?
Les jogging et les baskets avec un costume.

Votre couleur ?
British racing green. Le vert anglais.

Vos chaussures, richelieus ou sneakers ?
Richelieu.

Chaussettes hautes ou basses ?
Hautes, venant d'un petit atelier près de Brescia en Italie.

Boxer ou caleçon ?
Boxer.

Qu'est-ce qu' « avoir du style » ?
Le style vient de l'intérieur, ce n'est pas forcément d'acheter des costumes chers.

Votre montre : mécanique ou quartz ?
Mécanique mais je ne suis pas passionné.

Combien de temps chaque matin dans la salle de bains ?
Dix minutes.

Votre eau de toilette ?
Je n'en porte pas.

Préparez-vous vos affaires le soir pour le lendemain ?
Non, pas vraiment.

Pliez-vous votre pantalon avant de vous coucher ?
Non.

La voiture de vos rêves ?
Honnêtement, je ne suis pas très voiture.

Celle dans laquelle vous roulez ?
Une vieille Peugeot break.

Foot ou rugby ?
Rugby, pas du tout foot.

Votre dernière escapade ?
À la montagne dans la Vallée d'Aoste mais je vais aussi à Verbier.

Votre menu idéal ?
Rognons à la moutarde ou andouillettes. À table, je suis devenu Français !

Bordeaux ou bourgogne ?
Bourgogne.

Votre agenda, électronique ou papier ?
Papier.

Vous êtes réseaux sociaux ou vivons cachés ?
Je suis obligé d'être sur les réseaux mais je préfère être caché.

Blonde ou brune ?
Brune.

À quoi êtes-vous fidèle ?
À mes valeurs.

La qualité que vous préférez chez une femme ?
Honnêteté.

Chez un homme ?
Honnêteté.

Le dîner de vos rêves ?
Prince Albert, Winston Churchill, Ernest Bawden, Oscar Wilde et Margaret Thatcher.

Un film culte ?
Apocalypse Now.

Le livre sur votre table de chevet ?
An Officer and a Spy de Robert Harris sur l'affaire Dreyfus.

La musique dans votre smartphone ?
Pas de musique, des podcasts historiques.

Ce que vous aimeriez changer en vous ?
J'aimerais bien être plus ponctuel.

Le luxe absolu, c'est…
Avoir le temps et l'argent, souvent on n'a pas les deux.

PHOTO F.-J. D.

PROPOS RECUEILLIS PAR FRANÇOIS-JEAN DAEHN


MARIQUITA
FAIRLIE
1911
Rebirth of a Legend
© crédit photo : Ewan Lebourdais ★ Renaissance d'une Légende
Team Fife
Suivez-nous sur
mariquita_voilier
www.mariquitavoilier.fr

cartier.fr



Cartier