

Les chaussures font la femme

Sous le label lingerie La fille d'O

© La fille d'O



L'escarpin signé La fille d'O, 2008.

La fille d'O fête cette année ses cinq ans d'existence. Murielle Scherre, inspiratrice et conceptrice de la marque de lingerie, a organisé une fête le 12 avril à la Handelsbeurs à Gand pour marquer cet anniversaire. À cette occasion, elle a également présenté au public sa collection de bikinis et une toute nouvelle ligne de chaussures. Ces dernières expriment la philosophie qui sous-tend La fille d'O: écoute ton cœur.



© La fille d'O

La fille d'O a d'abord été un projet axé sur la lingerie pour Murielle Scherre qui apparaît ci et là comme modèle et figure médiatique. Depuis, sa marque comprend de nombreuses collections, dont cette première ligne collection d'escarpins sexy. Chaque projet, sept au total, est adapté à une personnalité donnée. Les chaussures racontent une histoire. Chaque type de femme porte les chaussures qui lui vont et expriment de la sorte sa personnalité. Le sous-titre de la collection est *Let your heart d'O the walking*.

Murielle Scherre a opté sciemment pour des matières durables et solides comme le suède et le cuir. Les chaussures peuvent être divisées en deux groupes. Il y a des chaussures avec des petites fantaisies brodées comme de petites ailes sur le côté, des petits nœuds ou de petites clés. Les ajouts ont une symbolique déterminée. Ils sont finis par des surfaces en cuir. En parallèle, il y a des escarpins d'une conception plus simple. Ils sont réalisés en suède avec des

détails en cuir. Ces chaussures sont disponibles en bronze, noir et vieux rose. Pour la distribution de La fille d'O chaussures, Murielle Scherre a fait appel à Ciao! Ragazzi, une marque de chaussures italienne. La collection doit exprimer un concept total comme le souligne aussi la finition de l'emballage. Le bureau de conception graphique Afreux a créé une boîte qui peut être utilisée comme un écrin, et un sac pour compléter le tout. Cette collection de chaussures est une illustration de la philosophie de Murielle Scherre et La fille d'O. Elle la résume en disant que *hommes et femmes sont égaux. Ils doivent recevoir les mêmes chances. Mais les femmes doivent par leur aspect montrer qu'elles sont différentes. Les femmes doivent oser montrer leur individualité. Par mes pro-*

© La fille d'O



jets, je veux exprimer les résultats de ma quête et les partager avec d'autres femmes. Cela ne se limite provisoirement pas à la collection actuelle. Elle envisage aussi le lancement de bottes et d'une nouvelle ligne de lingerie. Par ses produits visionnaires, La fille d'O contribue à souligner l'identité de la femme moderne.

Klara Vanderhenst

Info: www.lafilledo.com

Marimekko et Comme des Garçons débarquent chez H&M

Préparez-vous à un été haut en couleurs et une cure de vitamines en découvrant la nouvelle collection printemps-été chez Hennes & Mauritz. L'euphorie Roberto Cavalli vient à peine de retomber que l'enseigne H&M nous propose depuis avril une ligne exceptionnelle de 70 pièces à l'effigie des célèbres motifs de Marimekko qui sera suivie à l'automne prochain par Comme des Garçons.

Souvenons-nous de Jackie Kennedy, icône légendaire de la mode, qui issa cette marque sur la scène internationale dans les années 1960 en portant ses créations durant la campagne présidentielle. Plus qu'une marque, **Marimekko** est une véritable référence dans le marché des imprimés textiles qu'elle décline tant sur du prêt-à-porter que sur des accessoires ou encore sur des tissus pour la décoration d'intérieur. Couleurs pop et motifs psychédéliques sont les maîtres mots de la maison finlandaise de design textile. En s'associant avec H&M, Marimekko s'offre une nouvelle visibilité, notamment auprès des jeunes, tandis que le géant suédois bénéficie

d'un design inédit ultra-vitaminé après avoir sélectionné les motifs les plus séduisants et les replacer dans un contexte moderne. La collection A Tribute to Marimekko s'adresse tant pour l'homme, la femme que l'enfant dans un style revigorant et pétillant.

Dès l'automne prochain, la liste des invités exceptionnels de la marque suédoise s'agrandira une fois de plus avec l'arrivée d'un guest avant-gardiste admiré dans le monde entier pour sa philosophie de la mode. C'est la fondatrice de la griffe **Comme des Garçons**, Rei Kawakubo, qui dessinera une collection unique en édition limitée pour la saison automne-hiver 2007-2008. Son lancement international prévu en novembre coïncidera avec l'ouverture du deuxième magasin H&M à Tokyo, pays natal de la styliste visionnaire. Sur le seul territoire du Japon, Rei Kawakubo a bâti l'un des plus grands empires indépendants de la mode, avec plus de 80 boutiques révolutionnaires qui remettent en question l'architecture d'intérieur et l'expérience d'achat. *J'ai toujours*



© H&M / Liselotte Watkins

été intéressée par l'équilibre entre création et vente. C'est un vrai dilemme, bien que chez moi la création ait toujours primé. Travailler avec H&M est un formidable défi car cela va me permettre d'aller jusqu'au bout de ce dilemme et tenter de le résoudre. Une collection pour l'homme et la femme sera commercialisée ainsi que quelques vêtements pour enfants. Des accessoires et un parfum unisexe exclusif viendront la compléter.

Jonathan Régniez

Falbalas Les éditions de la culture mode

Sophie George, chef de produit accessoires chez Yves Saint-Laurent et co-fondatrice de l'École YSL, vient de lancer sa maison d'édition parisienne. Falbalas propose des ouvrages très agréables à feuilleter, tout en étant des lectures dont la fonction première est de divulguer les secrets entourant le vêtement, depuis la terminologie de base en passant par les techniques et savoir-faire, les métiers et les accessoires qui l'agrémentent. Destinés aux professionnels et aux passionnés de la mode, ces livres sont distribués à la librairie des Arts décoratifs et de la Mode à Paris et, depuis le début de l'année, dans le reste de l'hexagone et des pays francophones. Les deux premiers titres annoncent déjà la suite d'une collection 'made in Paris'. «Griffé Haute Couture» se présente comme un roman révélant l'univers caché d'une maison de couture et «Le Vêtement de A à Z» se décline sous les traits d'une encyclopédie thématique mode et textile, compilant quelques 550 illustrations noir et blanc et expliquant près d'un millier de mots reliés à la terminologie du vêtement.

A paraître : «Essentiels, Essentials. Anatomie des Essentiels de la Mode», «Les Métiers de A à Z» et «Les Accessoires de A à Z».

L.C.

Info: nathalie.dran@wanadoo.fr