



02



Mais la mode, avec ses produits, c'est avant tout celle que peuvent véhiculer les fils infinis des réseaux sociaux. Elle doit être transportable, la mode, transposable, partageable ; fluide. On doit pouvoir la "liker" d'un bout à l'autre de la planète et en faire le buzz. Elle doit pouvoir se transformer sous l'influence de la fête à Rio, du raffinement à Mumbai ou du show-off à

Shanghai – un selfie pris à l'arrache avec un smartphone puis expédié dare-dare dans les toboggans de Facebook ou de Pinterest.

La mode d'aujourd'hui, c'est faire l'expérience de cet inconnu qui se cache au fond de soi ; d'un inconnu dont on partage les surprises, dont on explore les possibilités. Dans cette aventure s'écrit la narration stylistique qui fait de chacun le héros ou l'héroïne de sa propre vie. Jamais la mode n'a été aussi autobiographique qu'aujourd'hui. ■



CONTOURS DE LA
MODE



“