

Green is the new pink

Longtemps boudée par les créateurs et les actrices, étoffe du diable au Moyen-Âge, le vert fait son come-back en 2017. Déclarée couleur de l'année par Pantone®, gourou dans son domaine, elle revient du tréfonds des glorieuses seventies, s'affranchissant des tons acides du vert pomme de l'époque et remplaçant le rose quartz et poudré, so 2016. Tout en douceur et velouté, oscillant entre blé tendre et jaune solaire, elle vitamine nos intérieurs et nos vestiaires, apporte cette lueur d'espoir et de fraîcheur, annonce un printemps précoce, forcément vibrant, forcément porteur d'espoir. Dans notre numéro de septembre, nous pressentions ce vert comme un nouveau classique, porteur de valeurs chères aux générations Y/Z, ces Millenials qui chamboulent notre époque par de nouvelles pratiques liées à un sens aigu du partage et du bien commun. En France, les 16 millions de 18-35 ans constitueront la moitié de la population active en 2020. Une génération qui va vite et qui veut consommer autrement – moins mais mieux –, tout un monde construit sur ces valeurs «LATTE»* qui bouleversent notre société ronronnant au coin du profit. Comment les toucher, les séduire, les retenir, les ramener dans les boutiques? En leur proposant des produits Locaux, Authentiques, dignes de Confiance, Traçables et Éthiques. Tout au moins respectueux de ceux qui les fabriquent pour nous, au bout du monde. À dénicher pour se démarquer, au fil des allées des Bijorhca, Playtime, Tranoï, pour l'Homme, la Femme, l'Enfant. Le salon Who's Next ne s'y trompe pas, faisant de cette génération le porte-drapeau de son édition de janvier, dans sa version féminine: #GirlSquad. Des gangs de filles décomplexées et prêtes à en découdre en occupant la scène créative tous secteurs confondus. Petites Poucettes aux doigts agiles, elles mettent leur vie en scène et s'affranchissent des diktats, créant un monde à leur mesure, un monde où digital et IRL s'interconnectent, toute une galaxie où les frontières s'effacent avec les certitudes, imposant une nouvelle étiquette. Bienvenue dans le XXI^e siècle.

Catherine Dauriac

*LATTE Values: Local, Authentic, Traceable, Trustworthy, Ethical. Par Herman KONINGS (Congrès international du Lin européen, Madrid, octobre 2016)



Visuel couverture:
Roberto Cavalli
PRÉ-COLLECTIONS
AUTOMNE-HIVER 2017-2018

S O M M A I R E

INSPIRATIONS & INNOVATIONS	Paris inspirant Ec(eau) responsables Qui était Peter Polo ? Interview: Alice Gras	4 4 6 6
MARCHÉ FEMME	La Fable de l'hiver Sélection de marques	10 11
MARCHÉ CHAUSSURES	La chaussure marque le pas Sélection de marques	14 15
MARCHÉ HOMME	Un marché encore hésitant Sélection de marques	16 17
MARCHÉ ENFANT	Moins de formel, plus de dégainé	18



DIRECTEUR DE LA PUBLICATION ET RÉDACTEUR EN CHEF: **Philippe Maurel** – JOURNALISTES: **Catherine Dauriac, François Gaillard, Nadine Guerin, Véronique Marbot**, – SECRÉTAIRE DE RÉDACTION: **Christine Maurel** – DIRECTION ARTISTIQUE: **Laurent Villemont**, tél.: + 33 (0)6 84 34 97 33 – RÉALISATION ET MISE EN PAGE: **Iségoria Communication**, www.isegoriacom.fr – info@isegoriacom.fr – PUBLICITÉ: 04 92 12 58 93, publicite@boutique2mode.com – ÉDITEUR: B2M, PHIMACOM, 1178 RN 98, 06700 Saint-Laurent-du-Var, 04 92 12 58 93 – abonnement@boutique2mode.com – CONTACT: info@boutique2mode.com – www.boutique2mode.com – PHOTOGRAVURE: Bici Graphic – IMPRIMÉ EN U.E. par Imprimerie du Barrois, ZI des Poutôts, 55000 Bar le Duc – Dépôt légal à parution. N° ISSN 1960-8357. N° CPPAP 0215 T 89504.

Il est interdit de reproduire, résumer, modifier, altérer ou rediffuser, sans autorisation préalable de Boutique2Mode, quelque article, titre, applications, logiciels, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre. Les conseils donnés dans notre magazine, le sont dans le cadre d'une approche générale des sujets traités et ne peuvent en aucun cas se substituer à une recommandation personnalisée. Les informations publiées sont indicatives et ne sauraient engager la responsabilité de l'éditeur, ni celles des consultants cités.