

LA NEWSLETTER DE PARIS

JUILLET 2026
NUMERO 15

QU'EST CE QU'ON VOIT ?
QU'EST CE QU'ON A VU ?
QU'EST CE QUI ARRIVE ?
QU'EST CE QU'ON CÉLÈBRE ?
QU'EST CE QU'ON SHOPPE ?
QU'EST CE QU'ON FAIT ?
QU'EST CE QU'ON MANGE ?



QU'EST CE QU'ON VOIT ? TENDANCES DE LA SAISON

DEBARDEUR BLANC

LEMAIRE - DRIES VAN NOTEN - MM6



CLASSIC BLUE JEANS

AMI - OFFICINE GÉNÉRALE - RALPH LAUREN



QU'EST CE QU'ON VOIT ? TENDANCES DE LA SAISON

TOP EN LAYERING

ZARA - URBAN OUTFITTERS - MIUMIU



JUPE ASYMÉTRIQUE

REFORMATION - DAMSON MADDER - URBAN OUTFITTERS



QU'EST CE QU'ON VOIT ? TENDANCES ACCESSOIRES

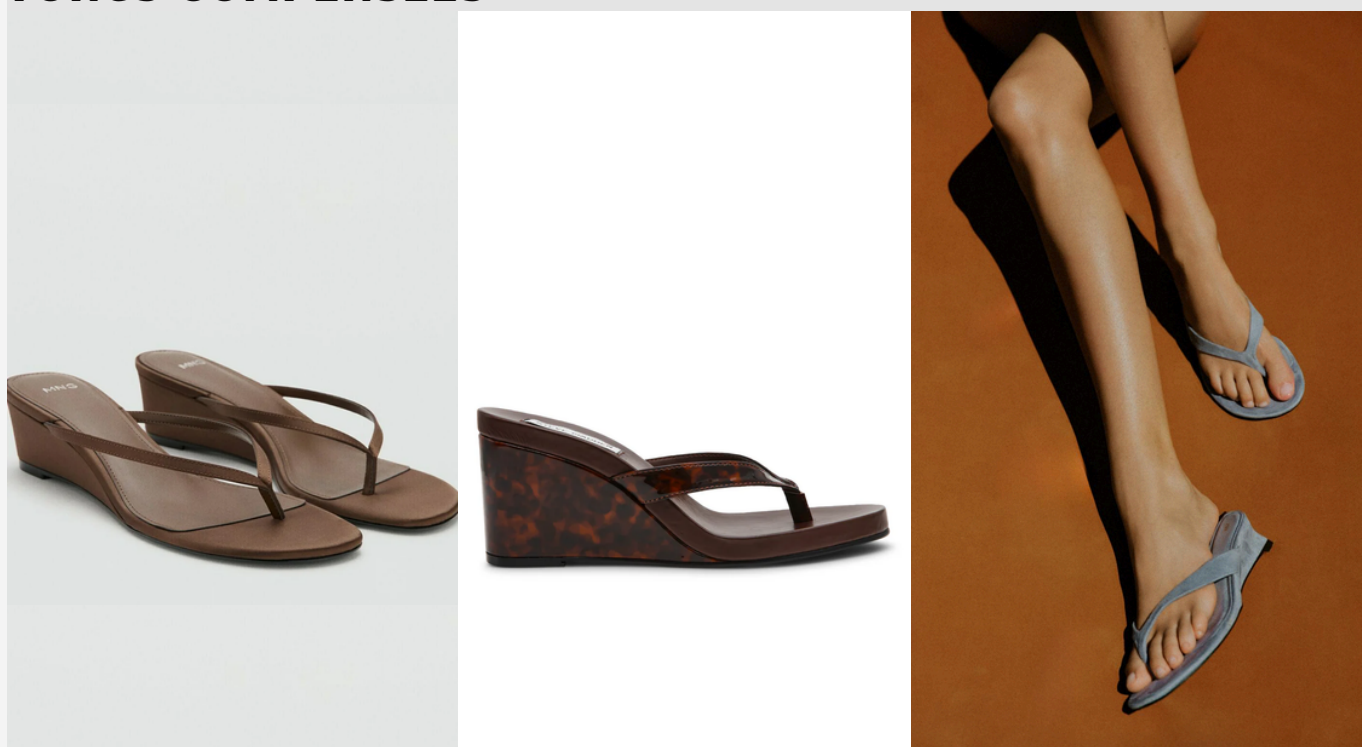
FIRKIN

MEYOME - DEINET - JELLOSOCIETY



TONGS COMPENSÉES

MANGO - STEVE MADDEN - ZARA



QU'EST CE QU'ON A VU ?

HIGHLIGHT FASHION WEEK HOMME

SHORTS SHORTS

Après avoir dominé plusieurs saisons de womenswear, le micro-short s'impose désormais dans le vestiaire masculin.

Chez Dries Van Noten et Soshi Otsuki, il apparaît dans une version élégante mais vacancière du caleçon parachute. Porté avec des chemises semi-transparentes et des couches aériennes, il porte bien son nom. Tandis qu'Egonlab et LGN dévoilent une vision plus tailoring, entre short de costume, jambe dévoilée et sensualité maîtrisée, Ami nous offre la version légère mais chic avec une version en soie. Saint Laurent pousse l'idée jusqu'à la limite du sous-vêtement avec un slip kangourou en cuir, entre classicisme bourgeois et tension érotique.



SHEEERS !

La transparence continue de s'imposer, mais elle quitte le registre purement décoratif pour devenir une vraie proposition de matière. Chez Dior, elle apparaît en layering, dans un esprit preppy déstructuré. Chez Egonlab et Dries Van Noten, la chemise transparente allège la silhouette et adoucit le tailoring. Chez Hed Mayner, elle devient plus architecturale, presque minimale. Chez Issey Miyake Men, Celine ou Kiko Kostadinov, les volumes fluides et les grandes robes prolongent cette idée d'un vêtement qui respire, flotte et accompagne le corps plutôt que de le contraindre.



MINT SIGNAL

Au milieu des palettes neutres, sable, gris, marine ou brun, une couleur revient comme un signal : un bleu-vert très frais, entre menthe glacée, eau de Nil et vert clinique. On le retrouve par ci et par là chez Saint Laurent, Louis Vuitton et Lanvin, mais de manière affirmée chez Dries Van Noten, notamment en complément des tons ocres et sables de la collection. Chez Willy Chavarria, cette couleur s'inscrit dans une continuité, en statement pour un bermuda en cuir, en fond sur l'imprimé fleuri d'une robe, ou en touche dans le layering ou l'accessorisation. En tout cas, personne ne dit non à cette couleur rafraîchissante après cette vague de chaleur.

PREPPY'S BACK

Le preppy revient, mais dans une version moins lisse, plus jeune, plus désordonnée. Chez Louis Vuitton, Pharrell Williams l'emmène vers une version LA, surf, casquette, baskets et silhouettes plus casual. Chez Sacai, il devient moderne et déconstruit avec des blazers navy retravaillés, superposés, coupés et hybridés. Chez Egonlab, le preppy prend une tournure plus sexy, plus nocturne, presque trompe-l'œil. Chez Dior, Jonathan Anderson imagine une bande de jeunes aristos après une fête, entre nœuds papillon de travers, pyjamas, blazers et pièces frangées. Le nouveau preppy n'est plus propre sur lui : il est porté, vécu.



CLOTHES AS ACCESSORIES

Cette saison, l'accessoire ne se limite plus au sac, à la chaussure ou au bijou. Le vêtement lui-même devient un outil de styling. Chez Celine, les pièces sont nouées, détournées, portées comme des extensions du corps : chemise en écharpe, écharpe en chapeau, gants autour du cou. Chez Hed Mayner, la chemise nouée autour du cou crée un geste spontané, presque utilitaire. Chez Sacai, la cravate perd sa fonction classique pour devenir étole, foulard ou élément de construction. Le message est clair : l'accessoire masculin devient plus souple, plus instinctif, plus DIY.

De G à D : Egon Lab, Sacai, Issey Miyake, Céline, YSL, Céline, Dries Van Noten, Willy Chavarria

QU'EST CE QUI ARRIVE ?

KEEP AN EYE ON IT !

REPETTO X BIRKENSTOCK

Quand le confort rencontre le ballet. Repetto et Birkenstock dévoilent une capsule qui revisite trois modèles iconiques de la marque allemande à travers l'esthétique de la maison française. Arizona, Scala et Opéra se parent de boucles oversize, rubans, nœuds et des couleurs signatures de Repetto (rose poudré, rouge verni et noir), mêlant savoir-faire, confort et élégance. Une collaboration qui s'inscrit dans la tendance du balletcore tout en réinventant les chaussures du quotidien. **Disponible à partir du 16/07.**



COLLABS ROUGE

Pour célébrer ses 10 ans, Rouge multiplie les collaborations estivales.

Avec Etam, la marque signe une capsule inspirée de la Riviera des années 1960, mêlant maillots de bain, robes et ensembles coordonnés pensés pour passer de la plage à la ville. Et Rouge s'associe en parallèle au chausseur allemand Wörishofer pour revisiter sa mule iconique à semelle en liège dans une version dorée, fidèle à son esthétique vintage. De quoi passer l'été en Rouge de la tête au pied. **Disponible dès maintenant !**

ADIDAS X RICK OWENS

Dix ans après leur dernière collaboration, Rick Owens et adidas signent leur grand retour. Dévoilée lors du défilé Homme Printemps-Été 2027 à Paris, la collection mêle l'esthétique radicale du créateur américain aux innovations techniques de la marque allemande. Vestes et shorts intégrant la technologie Climacool avec ventilation embarquée, de quoi nous faire envie pendant cette canicule. Sneakers aux semelles sculpturales et silhouettes futuristes composent une capsule pensée pour répondre aux fortes chaleurs tout en repoussant les limites du sportswear. **À suivre..**



QU'EST CE QU'ON CÉLÈBRE ? FELICITATIONS !

LA MAISON SIMONS RÉCOMPENSÉE AUX CANNES LIONS 2026

La campagne "Dress Yourself" de La Maison Simons a remporté un Silver Lion aux Cannes Lions International Festival of Creativity 2026, dans la catégorie Film Craft - Cinematography.

Considérés comme la référence mondiale de la publicité, du marketing et de la création, les Cannes Lions récompensent chaque année les campagnes les plus créatives et les plus marquantes à travers une trentaine de catégories, allant du design à l'innovation en passant par le film et les expériences de marque. Remporter un Lion est aujourd'hui l'une des plus hautes distinctions de l'industrie créative.

La catégorie Film Craft récompense l'excellence dans la réalisation d'un film en mettant l'accent sur le savoir-faire technique et artistique : réalisation, direction de la photographie, montage, son, effets visuels ou encore direction artistique globale.

Dans le cas de "Dress Yourself", c'est plus précisément la cinématographie qui a été récompensée, saluant la qualité des images, le travail de la lumière, des cadrages et l'esthétique visuelle de la campagne.

Une belle reconnaissance internationale qui souligne la qualité du travail des équipes de Simons. Bravo !



QU'EST CE QU'ON SHOPPE ?

LES POP-UP DU MOMENT

POP UP JW ANDERSON

JW Anderson choisit Paris pour installer une nouvelle boutique éphémère. Pensé comme un véritable cabinet de curiosités, l'espace réunit prêt-à-porter femme et homme, objets de design, artisanat et pièces de décoration soigneusement sélectionnées par Jonathan Anderson. Plus qu'un simple pop-up, cette adresse illustre une vision du luxe où mode, culture et savoir-faire se rencontrent dans une expérience immersive.

15 RUE DU LOUVRE, 75001
DU 09/07 AU 24/09/26



DROPLET CHEZ DSM

La marque britannique de parfums d'intérieur Droplet investit Dover Street Market Paris à l'occasion du lancement de sa collaboration avec le Paris Saint-Germain. Pensé comme une expérience immersive, le pop-up présente l'univers olfactif de la marque ainsi que trois nouvelles fragrances inspirées du club parisien. Une installation qui confirme la place croissante du parfum d'intérieur comme prolongement de l'univers des marques lifestyle.

35-37 RUE DES FRANCS-BOURGEOIS, 75004
JUSQU'AU 31/08/26

QU'EST CE QU'ON FAIT ? EXPOSITIONS

AZZEDINE ALAÏA ET L'AFRIQUE

À travers une cinquantaine de silhouettes, des photographies inédites de Peter Beard et un parcours imaginé par Olivier Saillard, l'exposition dévoile comment les paysages, les architectures, les matières et les souvenirs de sa Tunisie natale ont nourri le langage créatif d'Azzedine Alaïa. Une plongée dans l'univers d'un créateur pour qui chaque détail raconte une histoire.

FONDATION ALAÏA
18 RUE DE LA VERRERIE, 75004
DU 07.07 AU 04.01.2027



GALERIE DIOR

La Galerie Dior renouvelle son parcours avec une rétrospective retraçant près de 80 ans de création, du New Look imaginé par Christian Dior en 1947 aux premières silhouettes de Jonathan Anderson. À travers près de 150 créations, croquis et archives, l'exposition met en dialogue les visions des différents directeurs artistiques de la Maison et révèle l'évolution d'un des plus grands héritages de la couture.

LA GALERIE DIOR
11 RUE FRANÇOIS 1ER, 75008

C'EST CHIC !

Deux figures majeures de la photographie de mode, Lillian Bassman et Sheila Metzner, sont réunies dans une exposition qui célèbre une vision libre et artistique de l'image de mode. À travers des tirages aux flous picturaux, aux contrastes marqués et aux textures veloutées, le parcours montre comment ces deux photographes ont transformé la photographie de mode en un véritable langage artistique, loin des codes publicitaires.

LA GALERIE ROUGE
3, RUE DU PONT LOUIS-PHILIPPE, 75004
JUSQU'AU 19.09.2026

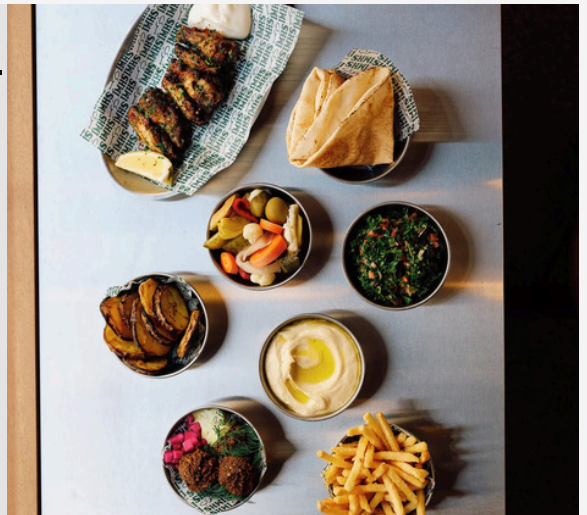


QU'EST CE QU'ON MANGE ? RESTAURANTS

SHWI

Le Liban met le farrouj meshwi à l'honneur avec Shwi, une nouvelle adresse entièrement dédiée au poulet grillé. Imaginé par l'équipe derrière Kubri, le concept revisite ce grand classique de la street food libanaise avec des recettes simples, des produits frais et une cuisson au feu de bois. Sandwichs, bowls et accompagnements traditionnels composent une carte qui célèbre une cuisine généreuse et authentique dans un format contemporain.

60 RUE DE LANCERY
75010 PARIS



MA !

Le concept du bouillon se réinvente à l'italienne avec Ma!, qui transpose les codes du bistrot parisien à la gastronomie transalpine. À la carte : pâtes fraîches artisanales, focaccia, arancini et grands classiques italiens, le tout à des prix accessibles. Une adresse qui mêle convivialité, cuisine authentique et esprit dolce vita, illustrant le succès des concepts de restauration premium mais abordables.

26-28 BOULEVARD DES ITALIENS
75009 PARIS



SHIN IZAKAYA

Shin Izakaya met à l'honneur l'esprit des izakayas, ces tavernes japonaises où l'on se retrouve après le travail pour partager une multitude de petits plats autour d'un verre. À la carte : karaage mariné 24 heures, yakitori, sashimis, aubergines au miso et cocktails japonais, dans une ambiance inspirée des adresses d'Osaka. Une nouvelle table qui confirme l'engouement pour une cuisine conviviale, authentique et pensée pour le partage.

6 RUE DES CISEAUX
75006 PARIS

