



# Soudain, l'été prochain...

Les collections printemps-été 2026 dévoilées lors de Fashion Week masculine parisienne ont donné à voir des looks élégants faussement décontractés.

PAR GILLES DENIS ET EDSON PANNIER

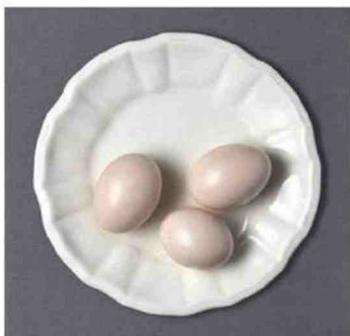
Comment exister face à un maëlström d'une ampleur rare dans la mode, à savoir le premier défilé du nouvel homme fort de Dior, Jonathan Anderson, dévoilant le 27 juin son opus, masculin, perçu comme un manifeste esthétique de tout son futur propos ? Comment résister au teasing de la collection qui, pendant plus d'une semaine, a excité les réseaux sociaux, entre polaroids de Jean-Michel Basquiat et de Lee Radziwill par Andy Warhol, clins d'œil à Trianon, dévoilement de nouveaux modèles de sacs Book Tote – un hit de la maison – inspirés des chefs-d'œuvre de la littérature – de *Dracula*, de Bram Stoker, aux *Liaisons dangereuses*, de Pierre Choderlos de Laclos –, assiettes et œufs de porcelaine et autres mignoncités, le tout reléguant au rang de non-événement l'annonce du départ d'Anna Wintour de la rédaction en chef du *Vogue US* ?

Comment résister, le jour même, à l'exposition folle, dans l'enceinte du défilé, de deux Chardin, *Le Panier de fraises*, de 1761, et le seul bouquet de fleurs encore existant du peintre, métonymie d'une manière de sublimer le quotidien – le véritable *motto* du créateur ? Comment ne pas craquer pour ces propositions où la mode pure – comme ces shorts cargo reprenant les plissés de la robe Delft de 1948, proposés avec une veste réinterprétant le tailleur Bar de 1947, ou ces gilets du XVIII<sup>e</sup> siècle portés nonchalamment avec des denims – côtoie une réinvention de classiques, du trench à détails de cuir à la cravate jouant des étiquettes, des nœuds, des rayures ? Le tout avec bonne humeur.

G.D. - DIOR/ASP



Dior revisite plissés d'une robe de 1948 et veste Bar de 1947, mais aussi une assiette de porcelaine devenant l'invitation du défilé.



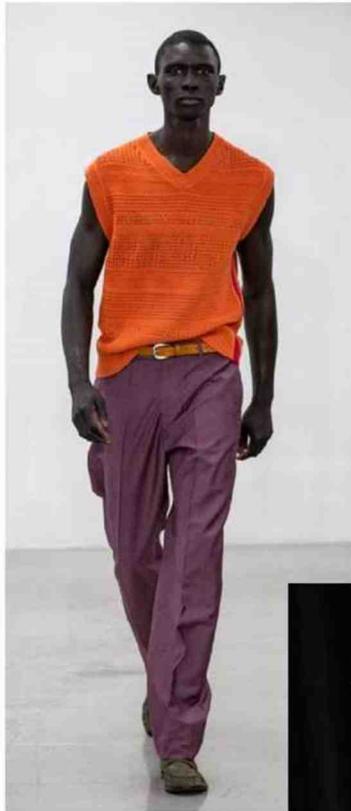
Comment répondre, donc, à la création ? Par la création. C'est sans doute ce qu'il faudra retenir de ce curieux moment de l'histoire de la mode alors que le luxe s'interroge sur ses rythmes de croissance et sa capacité à séduire, alors que nombre d'acteurs attendent la Fashion Week féminine de septembre pour redéfinir leur offre dans un mercato inédit de têtes créatives – de Gucci à Chanel, via Bottega Veneta, Balenciaga et les autres.

Soudain, ce sont les voix singulières qui sont les plus séduisantes, y compris sur une partition de portabilité où le vêtement est le thème central – on a rarement vu autant de produits. Ennuieux ? Non, l'Homme de l'été 2026 est un peu à la mode ce que les *Variations Goldberg* de Bach sont à la musique. La preuve qu'un même thème, sa répétition, séduit quand l'interprétation exprime une personnalité. Prenez l'idée de nonchalance chic qui flotte dans l'air : regardez comment la traitent un Satoshi Kuwata, chez Setchu, tout en déconstruction du *tailoring*, ou Véronique Nichanian, chez Hermès, qui, en s'amusant avec l'idée d'un été urbain, joue des perforations du cuir pour laisser passer l'air, de l'ampleur nouvelle de pantalons, de la délicatesse d'une chemise comme striée de soie – celle que l'on surnomme affectueusement « la patronne » entonne ainsi une partition *moderato cantabile* qui n'appartient qu'à elle sur les essentiels, du blouson à la veste, en maîtresse des matières. Considérez le retour contraire du pyjama et de la cravate – le premier retrouvant un usage diurne mais ●●●





**STYLE** MODE



Paul Smith, Emporio Armani et Brioni (de g. à dr.) rehaussent les tons.



BRIONI/SP - EMPORIO ARMANI/SP - PAUL SMITH/SP - ULRICH KROBLAUCH/DRIS VAN NOTEN/SP - PRADA/SP



... s'osant aussi brodé pour le soir chez Dolce & Gabbana; la seconde devenant l'apanage du cool chez Vuitton ou la ponctuation de la silhouette chez Saint Laurent par Anthony Vaccarello. Le même qui joue à faire apparaître les caleçons à la taille des pantalons – pièce maîtresse d'un été où l'on osera, ou pas, les shorts vraiment très courts. Ainsi, comme dans une *aria da capo*, où la reprise de la mélodie est le moment où s'exprime avec le plus de vivacité le style de l'interprète, la mode s'empare parfois de ces essentiels qui se vendent pour leur faire faire un pas de côté avec le sourire. Le style a toujours du bon ●



Oser le vif chez Dries Van Noten (ci-dessus) et Prada (ci-contre).

### AUDACE CHROMATIQUE

Après plusieurs saisons volontairement atones – où noir, gris et blanc traduisaient un certain climat de crise –, l'été 2026, sans pour autant dissiper les inquiétudes du marché, marque un retour affirmé à la couleur. Chez Prada, Miuccia Prada et Raf Simons osent le *color block* au travers d'associations inattendues mais aussitôt désirables : beurre frais, framboise, tilleul, rose sorbet, ocre, jaune poussin. Même audace chromatique chez Dries Van Noten, où Julian Klausner décrit dans sa note d'intention « *une nuit blanche aux couleurs vives* », soit une symphonie de rouge, cyan, kaki et pastels lumineux. Anthony Vaccarello, lui, puise la richesse de la nouvelle palette de Saint Laurent dans l'œuvre d'artistes comme Larry Stanton ou Patrick Angus, évoquant Fire Island, paradis gay des années 1970. Sable, sel, ocre ou encore bleu piscine : des teintes sourdes soulignent encore davantage cette silhouette sculpturale et, en même temps, aérienne. Et Norbert Stumpf de jouer des roses et Emporio Armani de l'éclat de l'or.



HERMÈS (SP. 02)

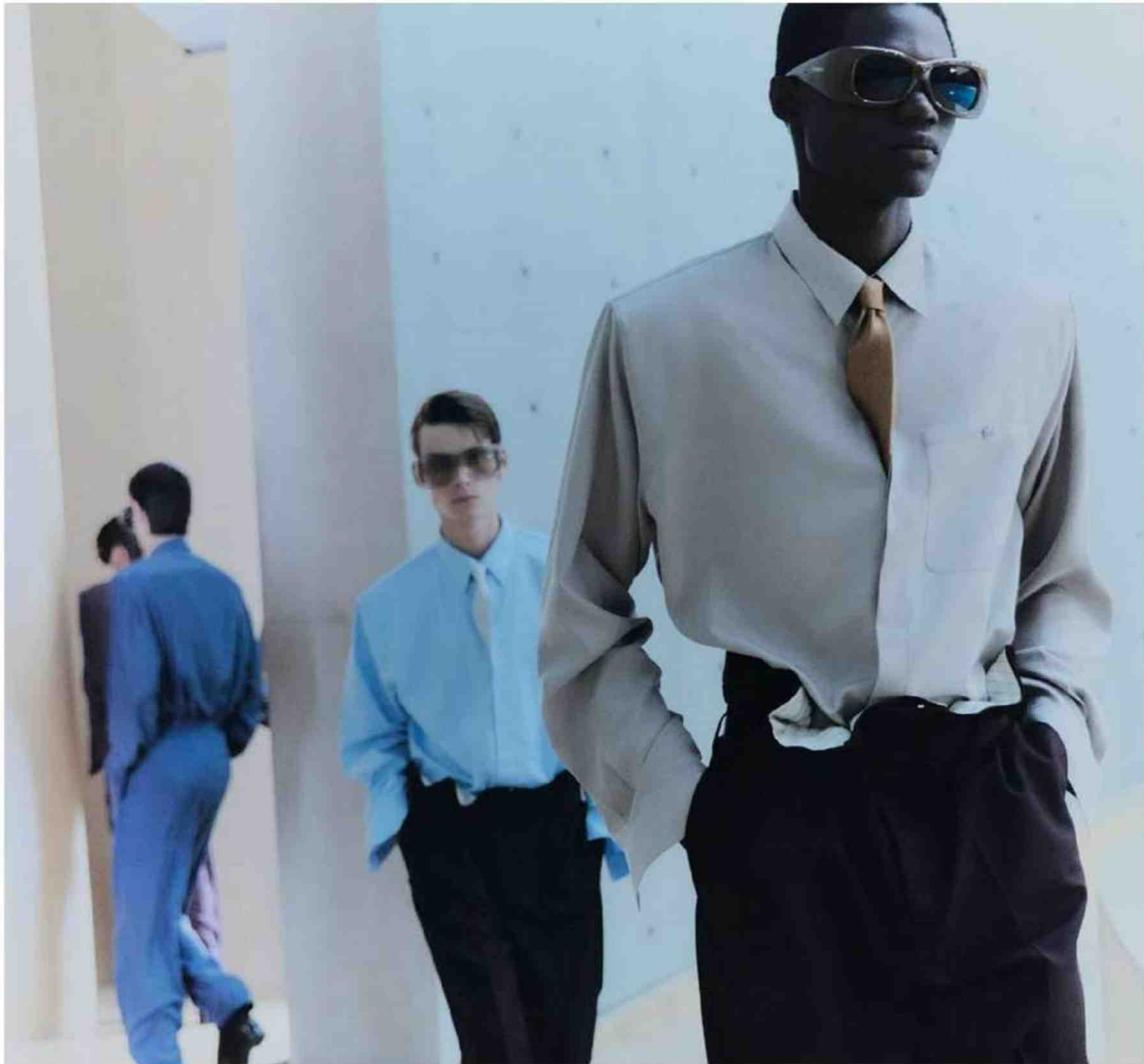
Le chic Hermès, entre travail du cuir, sac Long Courier et sandales.

### DÉNUDER LE PIED

Quand Véronique Nichanian parle, on s'exécute. Pour l'été 2026, la directrice artistique d'Hermès imagine un homme pieds nus – ou presque. Sa sandale en veau et corde prolonge une silhouette en apesanteur, nimbée d'une nonchalance toute maîtrisée. D'autres suivent ses pas : Auralee ou White Mountaineering proposent des tongs sportives en cuir, pensées pour passer de la plage à la ville ; Officine générale les glisse sous un pantalon fluide au tombé cheville. Chez Louis Vuitton, Pharrell Williams crée la surprise avec une flip-flop dont la semelle plateforme est volontairement exagérée. Pas convaincu ? Ce n'est pas grave. Le soulier classique tient bon : Church's met en lumière sa Shanghai, Berluti assouplit son Alessandro, pour un mix parfait entre allure et confort. Entre la tong et le richelieu, on assume le grand écart. En revanche, on laisse les baskets aux oubliettes.



## STYLE MODE



Chez Saint Laurent, Anthony Vaccarello propose un savant jeu de caché-dévoilé, de la cravate au pantalon.

### DU BON USAGE DE LA CRAVATE

Les vidéos teasers de Kylian Mbappé pour la première collection de Jonathan Anderson chez Dior laissaient entrevoir un retour du style preppy, cette déclinaison mode de l'uniforme Ivy League. Mais ce preppy-là n'est pas celui qu'on croit. Il suffit de regarder les images de la campagne, où de jeunes garçons en maille col V, chemise desserrée et cravate mal ajustée errrent dans les galeries du château de Versailles,

pour s'en convaincre: ces gars-là fréquentent bien plus les Beaux-Arts que Harvard. Dans ce registre, la cravate, déjà star de la saison précédente, reste incontournable, mais adopte de nouveaux usages: nouée de façon dramatique ou portée toutes coutures dehors chez Dior. Chez Saint Laurent, Anthony Vaccarello en fait un attribut esthétique de la silhouette en la préférant unie, en *color block*, et en la glissant à mi-hau-

teur à l'intérieur de la chemise. Elle répond ainsi au jeu savant de caché et de dévoilé qui caractérise l'allure de cet homme sophistiqué. Rayée, elle s'accorde souvent à une chemise rayée elle aussi, dans un jeu de lignes obliques sur verticales, comme chez Louis Vuitton. Quant à Simon Porte Jacquemus, il propose cravate, chemise et veste en ton sur ton. Une tendance qui séduit sous le nom de « matching set ».

SANT LAURENT/SP

**VARIATIONS SUR LE PANTALON**

Rarement cet indispensable s'était vu à ce point réinventé. Les créateurs en font la signature de leur silhouette estivale, la pièce disant tout l'esprit de leur collection – et parfois même, le vecteur de leur intention créative. Preuve en est chez Saint Laurent, où elle domine toute la proposition, alors que, chez Dior, tout débute par un cargo à mi-mollet aux volumes audacieux, twist couture inspiré d'une robe de Dior de 1948. L'anoblissement de cette pièce d'ordinaire utilitaire trouve un écho chez Setchu, où le cargo *oversize* s'habille de tissus précieux. Véronique Nichanian, chez Hermès, sublime ses pantalons dans des peaux d'été d'une souplesse rare, parfois subtilement ajourées par un jeu de trame rappelant

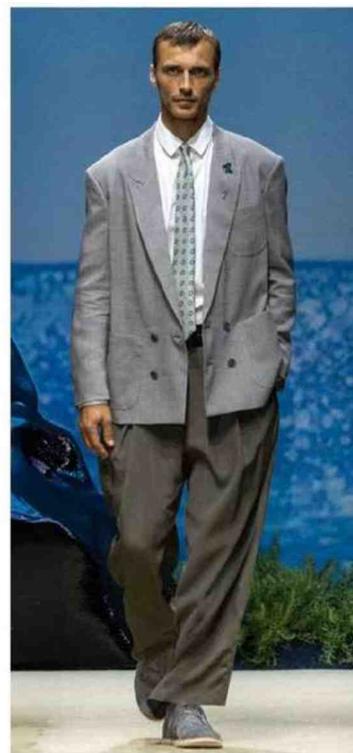
le savoir-faire du cuir de la maison. De son côté, Giorgio Armani affine sa ligne avec des pantalons goutte, aux volumes arrondis et resserrés à la cheville, tandis qu'Alexandre Mattiussi, chez AMI, les fait tomber en cascade sur le soulier. Chez Louis Vuitton, Pharrell Williams s'inspire du dandysme des métropoles indiennes pour proposer des coupes maîtrisées et étonnamment légères, même lorsqu'il s'agit de denim, faisant dialoguer *tailoring* et *streetwear*. Dans un autre registre, l'Américain Willy Chavarria, dont le défilé s'élevait contre la politique migratoire de Donald Trump, célèbre le flair latino et la *sartoria* italienne avec sa silhouette *chilango* attribuant au pantalon une intention militante.



Louis Vuitton (à gauche), Jacquemus (ci-dessus) et Giorgio Armani (ci-dessous), chantres du nouveau *tailoring*.



FILIPPO FIORI/GORUNWANG.COM/JACQUEMUS/SP - GIORGIO ARMANI/SP - VUITTON/SP



**STYLE** MODE

Des maisons de luxe aux marques d'initiés, le pyjama s'impose sur presque tous les podiums.

**SEXY HOMEWEAR**

Des maisons de luxe les plus établies – Saint Laurent, Louis Vuitton, Dior – aux marques d'initiés, telles que Officine Générale, Auralec, Setchu ou White Mountaineering, le pyjama s'impose sur presque tous les podiums comme le leitmotiv de la saison. Mais attention : exit la version « grandpa core », qui avait saturé TikTok ces dernières saisons. Le pyjama de l'été 2026 se réinvente, moderne, assumé, diablement



Pour Setchu, Satoshi Kuwata déstructure chemise et pantalon.



Costume et pyjama en superposition chez Dolce & Gabbana.

sexy. Dolce & Gabbana en fait même son obsession, allant jusqu'à parer ses ensembles rayés de broderies. Autre variation tout aussi audacieuse : laisser dépasser le caleçon du pantalon – vu ici et ailleurs – dans un jeu de superpositions façon années 2000, pourvu qu'il reste bien visible. Derrière cette tentation mode se profile un propos commercial clair : la réappropriation par

les maisons de luxe des lignes de *homewear* et de sous-vêtements pour homme, disparues des radars depuis le Covid. Certaines maisons vont jusqu'à suggérer de les porter à la ville. Pour-quoi pas, à condition de savoir manier l'audace sans glisser dans le fashion faux pas. Les plus prudents, eux, préféreront le dépareiller, histoire d'éviter tout dérapage ●