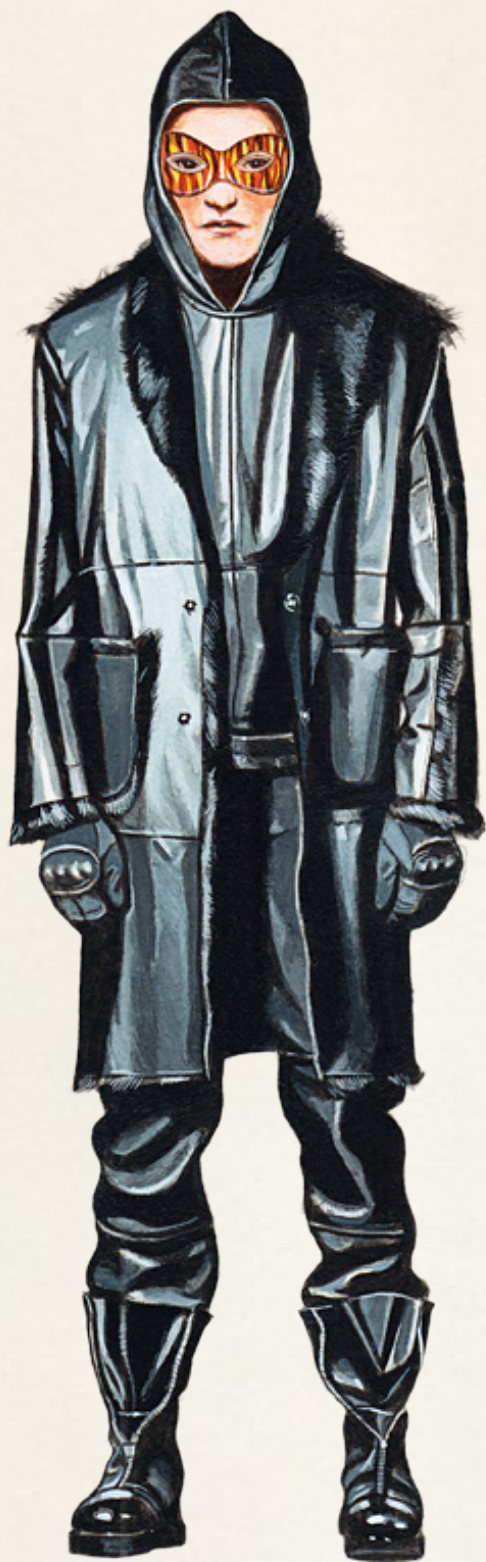


RIENT EXPRESS

Des plaines de l'Oural à l'île de Honshu, quatre habiles relectures de l'élégance masculine.

Par **LAURENT DOMBROWICZ**
Illustrations, **PIERRE MORNET**



Ainur Turisbek

Entre les bimbos moscovites et les *booshkas* de carte postale, les ex-républicains soviétiques cachent de surprenants trésors de mode, à l'instar de cette fière Kazakh qui dompte le cuir et la fourrure avec une maestria incontestable. Transformant ces peaux en pièces sportswear ou casual chic, la créatrice évite systématiquement l'écueil bourgeois de ces matériaux nobles. Cabans urbains, shorts baggy ou combinaisons sexy, la quasi-totalité de son vestiaire se conjugue au féminin comme au masculin. Un hiver 2015-2016 en noir et kaki, sur la piste d'un Michel Strogoff 2.0. —

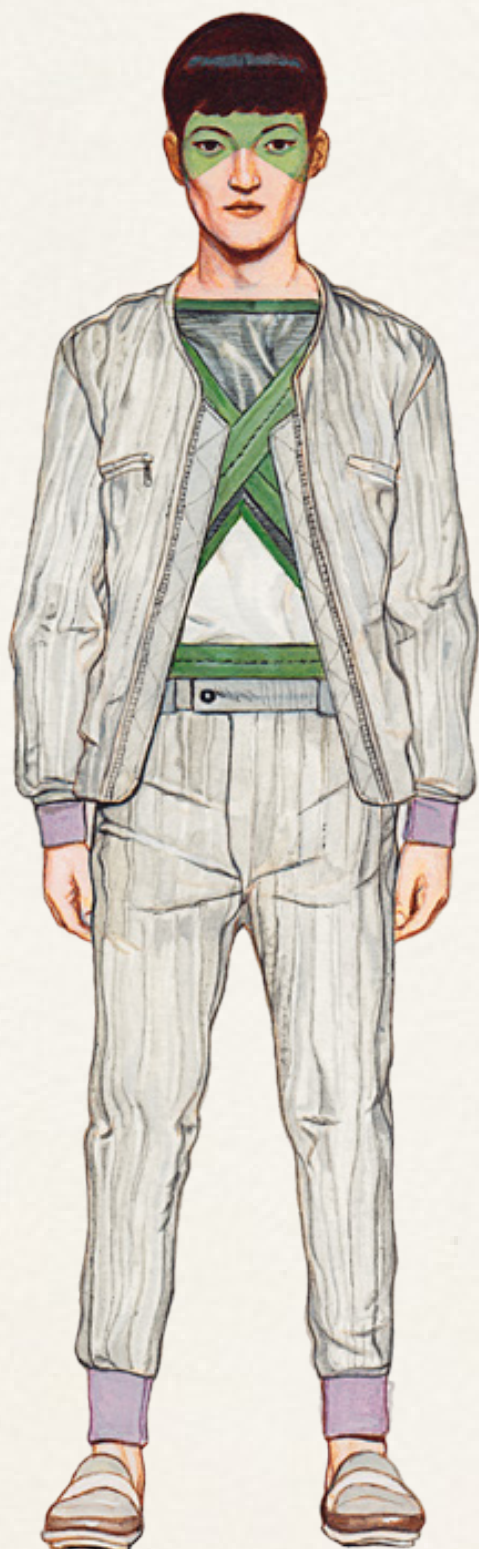


Thamanyah

Depuis 2012, Ahmed Abdelrahman crée un enthousiasme justifié autour de sa griffe. Originaire de Sharjah (Émirats arabes unis), il donne naissance à un élégant vestiaire contemporain autour de la gandoura, la tunique longue traditionnelle de la péninsule arabe. Jouant donc sur l'identité masculine de la "Petrorenaissance", le créateur ne délaisse jamais le noir — parfois délicatement perturbé par le blanc optique et le blanc cassé —, mais transpose les codes classiques dans un vocabulaire *sartorial* extrêmement pur, en s'appuyant sur une confection haut de gamme d'ateliers florentins. —

Wooyoungmi

Si la griffe sud-coréenne est bien connue — elle a déjà 15 ans —, son identité 100 % homme vient de connaître une habile mutation avec l'arrivée de la jeune Katie Cheung aux commandes du style, en tandem avec la fondatrice. L'esthétique ultra-nette et parfaitement exécutée propose de nouvelles expérimentations textiles, moins lisses et plus personnelles. La palette de tons est toujours extrêmement sobre, mais l'idée du voyage spatial qui a servi de base à la collection 2015-2016 "satellite" la marque dans une nouvelle dimension, plus onirique et encore plus désirable. —



Facetasm

Comme la plupart de ses aînés au pays du Soleil-Levant, Hiromichi Ochiai a étudié au Bunka Fashion College de Tokyo avant de fonder sa marque en 2007. Mais contrairement aux grands noms de la mode japonaise des années 80-90, sa vision mode n'est ni austère ni drastiquement conceptuelle. Davantage intéressé par la versatilité du vêtement — d'où l'utilisation du mot facette —, il conçoit des pièces et des univers hybrides, parfaitement inscrits dans l'air du temps. Invitée par Giorgio Armani pour défiler dans son Teatro milanais, la griffe Facetasm s'apprête enfin à conquérir l'Europe. —