

## Les tenues de ski gagnent le macadam

Pulls à motifs jacquard et bottes fourrées façon après-ski s'imposent dans la garde-robe citadine

### Mode

**L**aine moelleuse, pompons rouges, ambiance chalet. Dès les premiers frimas d'automne et jusque sous le sapin de Noël, les pulls jacquard, inspirés du folklore scandinave, se sont imposés cette année. Chez Celio ou Levi's pour les hommes, Mango ou Zara pour les femmes, voire griffés de l'américain Tommy Hilfiger ou du canadien Dsquared, les motifs « rennes » ou « flocons de neige » font fureur. Ils ornent bonnets rouges et moufles tricotées, se déclinent sur des blousons doublés polaires et égagent même des sacs à main en laine chez Bergère de France.

Les chaussures aussi se mettent au diapason. Débordantes de fourrure – vraie ou fausse –, agrémentées d'un revers en laine à motif rennes et de lacets ou de scratches, bottines et bottes inspirées des après-ski arpentent le macadam avec plus ou moins de grâce. Les adolescentes raffolent de cette allure faussement sportive. On trouve même des modèles dotés de talons aiguilles !

### L'anorak s'embourgeoise

Avec la doudoune, dont le succès ne se dément pas, c'est toute la panoplie du skieur alpin qui a envahi la cité. Les marques consacrées aux sports d'hiver profitent de l'aubaine. Rossignol, le fabricant de skis plus que centenaire, lance pour les citadins une collection de vêtements et accessoires « vintage » baptisée 1907 (date de naissance de l'entreprise). Avec des chaussures à crochets, des fuseaux à rayures ou des robes-pulls jacquard, il ressuscite l'âge d'or du ski hexagonal, les années 1960, quand l'équipe de France comptait plusieurs champions du monde, dont Jean-Claude Killy.

Chez Moncler ou Napapijri, deux marques nées pour équiper les explorateurs, l'anorak s'embourgeoise avec col de fourrure, ceinture dorée et coupe très près



**A gauche, gilet en maille Levi's. A droite, parka de la collection Active de Marithé et François Girbaud**  
**En bas, boots « trappeur » Hyka chez FitFlop. DR**

du corps. C'est désormais moins un vêtement pour descendre les pentes montagneuses que pour remonter les Champs-Élysées. A l'inverse, les marques de prêt-à-porter jouent la technicité : le japonais Uniclo séduit avec ses doudounes poids plume, et le français Marithé et François Girbaud avec ses modèles branchés et antifrimas de la gamme Active.

Quand le comte Emilio Pucci

(1914-1992), fondateur de la célèbre griffe Pucci et ancien membre de l'équipe olympique de ski italienne, avait distillé de la mode dans les vêtements de ski, après-guerre, il s'adressait à une élite, capable de s'offrir les joies de la glisse. Cet hiver, le look est porté par tous et à tous les âges

« Les plus de 50 ans plébiscitent les nouvelles technologies. Ils sont ravis des articles qu'on leur propo-

se, des doudounes à la fois chaudes, légères et mode, constate Vincent Grégoire, observateur de tendances chez Nelly Rodi. Les plus jeunes, eux, s'installent dans le Noël de leur enfance. Ils regardent dans le rétroviseur parce que la vie qu'on leur offre – pas de travail, pas de futur, des seniors qui ne leur laissent pas la place... – ne les enchante guère », précise cet expert. ■

**VÉRONIQUE LORELLE**