



Prêt-à-porter Homme : premières pour trois jeunes labels

A côté des marques françaises déjà bien installées, et de celles qui défilent, la semaine de la mode masculine fut aussi l'occasion pour de jeunes créateurs français de présenter pour la première fois leur marque. Fashionnetwork présente trois nouvelles marques en devenir.



Uniforme

Première pour Hugues Fauchard (diplômé du Studio Berçot et formé chez Carven, Wooyoungmi et Lanvin) et Rémi Bats (ex assistant-styliste chez Hermès et AMI) qui présentaient dans leur showroom leur marque Uniforme.

Lancé sur le made in France (avec une production en Vendée) avec un positionnement prix haut de gamme (pantalons entre 500 et 700 euros, chemise à partir de 300 euros, parka à 1200 euros), le duo imagine un vestiaire racontant au fil des saisons des histoires d'hommes et de garçons. Pour l'hiver 2018, les jeunes acteurs d'Hollywood époque 90, hymne au cinéma, au rock, au glamour aussi.

Dans le détail, Uniforme propose un vestiaire complet fait dans les belles matières (tissus italiens et anglais), relaxant le costume 3 pièces, jouant la fibre rock avec ses cols roulés seconde peau dont une version

fr.fashionnetwork.com
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

transparente, le street avec ses inspirations skate, et va jusqu'à reproduire les tee-shirts portés il y a 25 ans par Leonardo di Caprio ou Johnny Depp. Des pièces plus d'inspiration militaire (parkas, vareuses...) ou presse (une écharpe tricotée de 2 mètres) complètent leur univers.

La marque vise la vente en multimarques haut-de-gamme et grands magasins.



8IGB

Autre univers chez 8IGB, la marque lancée par Ruben Bissoli, jeune italien installé en France et qui présentait pour la première fois au Tranoï.

Le nom est une référence à l'adresse postale du créateur, « un immeuble dans une impasse, où s'est formée une communauté de créatifs et de partage ». La marque se lance en 2016, son jeune créateur, ancien assistant styliste chez Balenciaga puis free-lance sur le skiwear et le sportswear notamment pour Eleven Paris, investissant tous ses fonds.

Travaillant à partir de vêtements, souvent modifiés, la marque au tempérament street, skate et workwear décline sweats, hoodies, tee-shirts mais aussi sweats à 4 manches ou cape. Principe de la maison : les prints et broderies (faits en France) inspirés du vintage et détournant logos et publicités de marques - les Hollywood chewing-gums à Barbès, Paypal revu en Pasmal – et des slogans et messages contestant les bons codes en société.

Déjà vendue à Taipei, à Milan et en Chine, la collection du créateur espérait séduire les acheteurs européens (Allemagne, Royaume-Uni) et asiatiques en premier.

fr.fashionnetwork.com
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)



Wonda Kammer

Autre créatrice à faire ses preuves, Veronica Krafft, diplômée d'ESMOD et ancienne styliste chez Editions MR et Sandro homme, et sa marque Wonda Kammer. Son crédo : la chemise aux coupes hawaïennes et réalisée avec des prints inspirés de l'art digital.

fr.fashionnetwork.com
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

Présente elle aussi au Tranoï, la jeune créatrice s'est lancée avec ses propres deniers sur le filon de la mode responsable, fabriquant au Ghana (en collaboration avec Ethic Apparel Africa) ses modèles sont tous réalisés en coton bio.

Vendues 150 euros pièce, les chemises Wonda Kammer espèrent séduire les revendeurs multimarques ciblant le streetwear, un e-shop venant ajouter une nouvelle étape au développement à partir du mois de juillet prochain.