



Une marinière rien que pour soi

Printemps, été, automne, hiver : la marinière est devenue incontournable. Par ces temps pluvieux, on troque la version légère pour la version pull à laquelle on donne sa touche personnelle : couleurs, détails, choix du style et taille ajustée à ses mesures. Une pièce unique, fabriquée rien que pour soi. <http://fr.moodbyme.com>

37%

des internautes dépenseront plus de 200 € pour les cadeaux de Noël.

Sondage réalisé du 25 au 28 octobre sur Touslesprix.com

Seniors. Vive le groupe !

Une part croissante des seniors, retraités ou pas, voyage pour découvrir de nouveaux horizons mais aussi rencontrer de nouvelles personnes. Ils sont 58 % à se tourner vers les voyages en groupe. Le « circuit organisé » et les destinations « soleil » sont appréciés avec une forte préférence pour l'Europe méditerranéenne (70 %). Source Quintonic.fr

TENDANCES



Adaptées aux petits, dotées d'un contrôle parental sur le contenu et la durée des jeux, les tablettes pour enfants vont s'inviter en nombre sous le sapin !



Maquillage de saison

Le maquillage a définitivement pris ses couleurs d'automne. Les taupes, kaki, chocolat sont incontournables, les cuivrés, lie de vin font leur apparition, tout comme l'effet métal ! Attention, mieux vaut avoir bonne mine avant d'explorer le fard bleu électrique ou le rouge à lèvres châtaigne (à retrouver dans les coffrets pour Noël de la marque Estée Lauder), mais le résultat est bluffant ! Moins novateurs mais plus doux, les roses persistent et se portent au quotidien. En bio, chez Couleur Caramel (photo) la teinte romantique du vernis rose sensuel, numéro 56 (10 €) séduit même les ongles les plus sensibles. Tout comme le rouge à lèvres Framboise généreuse (n°119). Enrichi en huiles d'abricot, de jojoba et en beurre de karité, il rend les lèvres douces et pulpeuses ! 15 €.

Le soir, place au noir qui devient couleur et prend son envol. L'Oréal Paris propose trois looks « faux noir » pour accentuer le mystère d'un regard ébène et ténébreux. Chaque look regroupe un mascara Faux Cils Papillon (14 €) qui charge et étire les cils, un fard à paupières Couleur Infaillible (9,80 €, photo) et un Super liner Midnight blacks (11,70 €). Si au regard smoké, vous préférez l'œil de biche, optez pour l'eyeliner feutre Agnes B qui permet en un tour de main un tracé raffiné (8,50 €, www.ccbparis.fr).



MODE. Élégance et autre petite histoire de femmes

L'une est grande, brune, coupe au carré, l'allure décontractée et chic et le sourire de celles qui se sont trouvées. La seconde est filiforme dans son slim, longs cheveux blonds, allure de mannequin perchée sur ses talons. Le sourire est réservé, plus celui de l'enfant mais pas encore celui d'une femme. Deux silhouettes, deux générations : voici Françoise, la mère et Mathilde, la fille. Elles viennent d'ouvrir un magasin à Landivisiau (29). De mode. Une belle histoire qui débute mais qui parle, vibre et raconte des relations importantes, des liens, la transmission entre une mère et sa fille.

« Je me souviens que même toute petite, à 3-4 ans, j'emménageais Mathilde, comme sa sœur, faire du shopping le week-end, glisse la maman. On n'achetait pas forcément, c'était du lèche-vitrines. Pour regarder, pour le plaisir. » Françoise reprend, réfléchit. « L'élegance, c'est aimer bien s'habiller, choisir ses tenues, c'est une histoire de femmes à la maison. »

Sa propre mère, Marie-René, était couturière. Sa grand-mère, Soizic, tailleur pour hommes à Saint-Pol-de-Léon. Elle avait d'ailleurs mené sa propre résistance durant la Seconde Guerre mondiale : « Comme son mari était en Allemagne, elle avait refusé de faire des uniformes à la garnison allemande ». Voilà pour l'héritage.

« Être à l'aise dans ses vêtements, dans sa tête »

Françoise reprend : « Être élégante, c'est être à l'aise dans ses vêtements, être bien dans sa tête. Quelqu'un qui porte mal un vêtement, c'est quelqu'un qui ne va pas bien ». Françoise a donc voulu, à son tour, léguer « cette élégance intérieure » à ses filles. Et l'héritage a été adopté. Mathilde adore cet esprit-là, qu'elle décline à sa manière : « J'aime les vêtements, recycler, changer les boutons, redonner vie, mélanger ». Mélanger les styles, le neuf avec du vintage... Mélanger aussi les accessoires de la mère avec les vêtements de la fille. Entre les deux femmes, la mode pétille. Chez elles, il n'est pas rare que l'une aille d'ailleurs « chipper » un accessoire dans le dressing de l'autre. Et cet échange-là, elles ont donc décidé de le prolonger dans leur boutique.

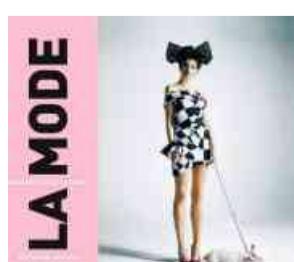
CÉCILE QUIGNON-RENOUARD

Mathilde & Moi, 5, rue du Général-Mangin à Landivisiau. 02.56.45.68.58. Marques proposées : Trussardi, Week-end Max Mara, Van Laack, Majestic, Custommade, Marion Godart...

POUR ALLER PLUS LOIN La mode racontée aux enfants

Dans ce même état d'esprit, « La mode racontée aux enfants », un beau livre qui, simplement, explore cet univers si particulier : de l'aspect paillettes, doré, qui apporte le rêve mais montre aussi la réalité, l'ombre, les dessous, le travail, la création, les doutes, les limites, les faiseurs de lumière qui ne sont pas forcément ceux que l'on voit, les créateurs tels que Karl Lagerfeld, ou les mannequins. Un livre qui pose les bases d'un conte de la réalité : la mode.

Par Nathalie Azoulai et Delphine de Canecaude ; éditions La Martinière Jeunesse.



Noël. Une hotte « high-tech » et « néo rétro »

Tablettes tactiles version bambin, peluches connectées et sacré coup de jeune pour les grands classiques... Cette année, le Père Noël va s'offrir un lifting 2.0.

« La technologie s'invite dans le jeu, c'est une tendance lourde », assure Sophie Desmazières, la fondatrice du salon Kidexpo qui s'est tenu fin octobre à Paris et a survécu aux tendances « high-tech » et « néo rétro ». Ce n'est pas les bambins qui vont la contredire. D'emblée, ils tirent papa et maman par la manche, direction... le stand des tablettes.

Les tablettes en haut des listes

Lové au milieu des coussins fluos, Thibaut, 9 ans, a du mal à décrocher de l'écran. Autour de lui, les ours géants et autres chiens en peluche font grise mine. « Moi, je préfère jouer sur la tablette », déclare le petit bonhomme. Seule la voix de sa mère, Sandrine, l'arrache à ses distractions virtuelles. Pour cette dernière, la commande au Père Noël est déjà réglée. « Ce sera une tablette. C'est ce qu'il a demandé et puis ça lui évitera de jouer avec mon portable ! ».

Adaptées aux petits, dotées d'un contrôle parental sur le contenu et la durée des jeux, les tablettes pour enfants s'invitent sous le sapin. Il s'en est écoulé 500.000 en 2012, et l'industrie espère voir ce chiffre doubler cette année.

Le jouet « se réinvente »

Très dépendant des saisons, le marché du jouet réalise « environ 55 % de son chiffre d'affaires sur le dernier trimestre » de l'année, explique Sophie Desmazières. Le secteur est optimiste pour 2013. Sur les huit premiers mois, les ventes de jouets ont progressé de 2 % par rapport à 2012, selon la fédération des industries jouet-puériculture.

Le marché est également porté par l'innovation. Avec les jouets connectés et le retour du rétro, le jouet « se réinvente ». Symbole de cette tendance, le Furby : exhumé des années 90, la peluche aux allures de Gremlins gentillet repart à la conquête des enfants à l'ère du 2.0. Comme il y a 20 ans, elle parle et réclame des caresses. Mais ses petits maîtres peuvent désormais la nourrir et la divertir grâce à une application mobile. « Il m'a dit "je t'aime, je t'adore" », s'exclame Émilie, 6 ans, ébahie qui n'en finit plus de cajoler son Furby mauve. Ce qui fait sourire Cécile sa maman, qui refuse pourtant catégoriquement de céder à la tentation. « C'est un mini-ordi avec des poils autour, ça va les inciter à aller vers les tablettes », lâche-t-elle. Elle préfère des cadeaux plus traditionnels : poupees, jeux de société, ou de construction, « les jeux où on peut jouer avec eux et où on n'est pas sur un écran ».

Même stratégie pour Frédéric, en pleine séance de dressage face à un chien électronique avec son fils Liam. Le papa, qui cherche avant tout « à favoriser l'imaginaire et partager des bons moments », mise sur les valeurs sûres : Playmobil et Lego.

Mais il sait aussi tirer profit du renouveau de ces marques phares. « À la maison, on joue beaucoup à Lego Star Wars sur la Xbox, ça fait des références communes », rigole-t-il. Malgré la crise, Frédéric ne compte rien sacrifier pour le Noël de ses enfants. « On fait comme tous les parents : on mettra moins de foie gras sur la table, mais toujours autant de cadeaux au pied du sapin », murmure-t-il dans un clin d'œil.