

Madame Figaro dévoile son Spécial Mode printemps-été

Le magazine publie un numéro exceptionnel qui explore et décrypte un monde en transition, où la mode est portée par un désir de renouveau, au cœur des profondes mutations de la société et de la création.



En couverture du Spécial Mode de Madame Figaro, sous l'objectif du photographe Jorin Koers, la mannequin et militante américaine **Arizona Muse** incarne la renaissance d'un monde unique. Cette figure de la mode durable, qui a fait le choix de refuser certains contrats par fidélité à ses convictions écologistes, sublime les tendances phares du moment. Le magazine propose un panorama de la saison printemps-été : le triomphe de la couleur, le retour des classiques outdoor ou encore la renaissance du bucolique, avec les motifs à fleurs.

Madame Figaro s'intéresse à **Lyas et Dita**, des figures de la contre-culture de la fashion qui bousculent les codes d'un milieu longtemps fermé. Le premier est l'inventeur des *watch parties* qui, pendant les Fashion Weeks, rassemblent, devant un écran géant, tous les passionnés exclus des shows. La seconde propose une nouvelle manière de penser la mode et dénonce, sans filtres, les dérives du luxe, la glamourisation du burn-out ou encore les discours sans ancrages... Tous deux représentent une vision alternative et inclusive, et font souffler un vent nouveau sur le monde de la création.

Ce numéro analyse de grandes mutations sociales contemporaines. Face à la saturation digitale, un phénomène émerge : le temps passé en ligne diminue. La génération Z manifeste un désir de déconnexion et replace le monde réel au centre de ses expériences.

La culture populaire évolue elle aussi, à l'image de la série **La Chronique des Bridgeton**, où l'intimité féminine devient un enjeu central, permettant aux héroïnes de reprendre le pouvoir. Le magazine aborde, pour finir, le phénomène du *loyalty burn-out* : un épuisement émotionnel qui touche majoritairement les femmes, souvent contraintes d'« aimer pour deux ». Le couple devient un nouveau lieu d'hypervigilance affective, révélateur des tensions contemporaines..

Madame Figaro rend par ailleurs hommage à de grandes personnalités telles que **Raymond Depardon**, reporter et artiste humaniste, à l'occasion de l'exposition « Extrême Hôtel », présentée au Pavillon Populaire, qui dévoile une partie de son œuvre en couleurs. Le magazine retrace également le parcours de **Bella Freud**, créatrice de mode et arrière-petite-fille du père de la psychanalyse. À travers son podcast *Fashion Neurosis*, elle permet aux célébrités de se livrer à des confessions intimes autour du vêtements. Enfin, zoom sur **Sarah Zitouni**, « coach de carrière », qui, à travers son compte Instagram, *@powher_ta_carriere*, aide les femmes à s'épanouir au travail et à propulser leur carrière. ■

Ce Spécial Mode de 240 pages est proposé au prix de 3,90 €. En offre exclusive, les lectrices pourront choisir parmi trois paires de chaussettes Gambettes Box, proposées à 1,90 € supplémentaires, soit le tout au prix de 5,80 €.

À PROPOS

Label d'influence depuis 45 ans, Madame Figaro est une marque globale et multi-support. Elle est distribuée chaque vendredi dans le pack week-end du Figaro et a également une expression numérique à travers son site internet, son application et ses réseaux sociaux. La marque Madame Figaro rassemble chaque mois 6,5 millions de personnes (source: ACPM ONE NEXT GLOBAL 2025 S1). Le site Madame Figaro a enregistré 5 millions de visiteurs uniques (source: Médiamétrie Internet Global octobre 2025), comptabilise 15 millions de visites et 25 millions de vidéos vues par mois, sur tous les devices madame.lefigaro.fr