LE KIT

INITIÉE DE LA BEAUTÉ

LA TOP MODÈLE QUI S'EXPRIME

Laetitia Casta a un message révolutionnaire à partager auprès des jeunes femmes

page 7

PHOTOGRAPHIE: GETTY IMAGES

LE PLUS CONVOITÉ

LES BOTTES DE L'AUTOMNE

page 3

MODE

BOUQUET AUTOMNAL

Comment porter les plus jolis imprimés de la saison

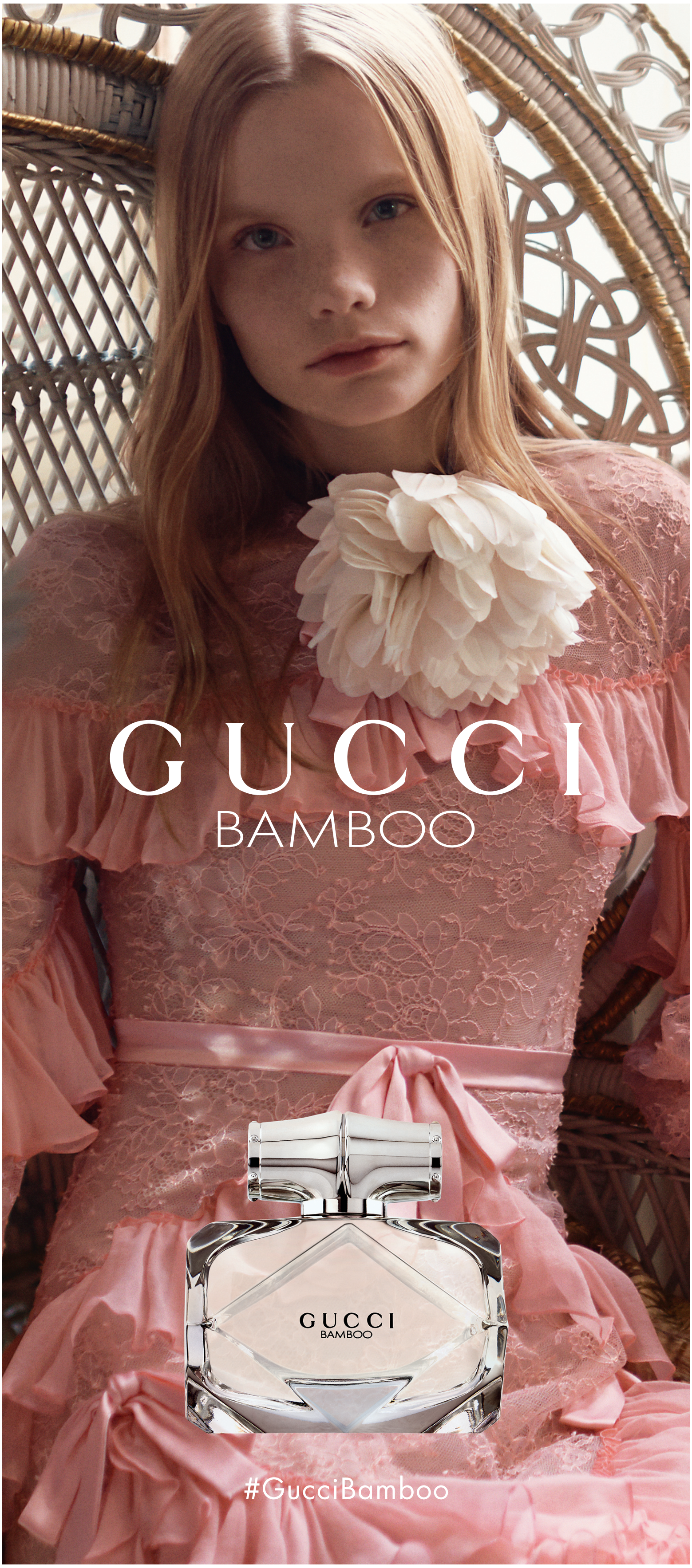
page 4

PROFIL

CONSEILS PRÉCIEUX

« Je dirais simplement aux filles d'essayer d'accepter qui elles sont et ce qui leur a été donné, puisque la vie est beaucoup trop courte pour la passer à se mépriser. »

page 7


GUCCI
BAMBOO
GUCCI
BAMBOO
#GucciBamboo

LE PLUS CONVOITÉ

L'intérieur à l'extérieur

Les maisons de couture comme Antonio Marras, Etro et Mother of Pearl ont enduit leurs collections d'imprimés inspirés de tapisseries détaillées et de tissus d'ameublement façon chintz. Le message? Soyez les bienvenus à la saison qui célèbre la décoration intérieure.
—Jillian Vieira. Photographyié par Hamin Lee

BOTTES ALDO, 140$, ALDOSHOES.COM

MANTEAUX

JOLI PARDESSUS

Les hivers montréalais frigides demandent un investissement en vêtements d'extérieur. Ces manteaux de créateurs canadiens sont si mignons qu'ils risquent de nous faire rougir

LINE, 800$, HOLT RENFREW. **HILARY MACMILLAN,** 245$, HILARYMACMILLAN.COM. **SENTALER,** 850$, SENTALER.COM. **MACKAGE,** 790$, MACKAGE.COM

ALERTE TENDANCE

ÉPINGLE DE SÛRETÉ HAUT DE GAMME

À l'adolescence, les épingles de sûreté — sur les vestes en jean délavées, les kilts tartan ou autres — étaient un indicateur de rébellion créative. Aujourd'hui, des créateurs de bijoux comme la Montréalaise Lauren Klassen transforment ces objets du quotidien en accessoires précieux. « Des objets de tous les jours qui sont conçus à partir de matériaux inusités, comme le jardin dans le film Charlie et la Chocolaterie et entièrement réalisés à partir de chocolat m'ont toujours fait rêver, » explique Klassen. Et sur les podiums, l'épingle de sûreté a été transformée en boucles d'oreilles géantes chez Balenciaga et façon punk sur des manteaux à la coupe militaire chez Christopher Kane. L'heure est venue de réveiller la jeune fille rebelle qui somnole en vous. *—Jillian Vieira*

LAUREN KLASSEN COLLIER RAS DU COU, 1,250$, LAUREN-KLASSEN.COM

ILEANA MAKRI BOUCLES D'OREILLES, 2,950$, NET-A-PORTER.COM

PAIGE NOVICK BOUCLES D'OREILLES, 3,255$, PAIGE-NOVICK.COM

MARC JACOBS BRACELET, 126$, MARCJACOBS.COM

ACTUALITÉS

SAKS FIFTH AVENUE À MONTRÉAL

Préparez-vous : le plus grand magasin Saks Fifth Avenue au Canada va ouvrir ses portes à Montréal en 2018. Après une rénovation majeure de haut en bas, le magasin énorme à plusieurs étages partagera les lieux avec le magasin phare actuel de la Baie d'Hudson sur le Boulevard Maisonneuve — pour un espace similairement aéré à celui de son magasin torontois (le premier au Canada) qui est niché au sein du magasin de la Baie d'Hudson du centre-ville. « La réinvention de notre magasin iconique de Montréal est un événement marquant dans l'évolution de la Baie d'Hudson, considérant l'importance de la clientèle québécoise pour notre entreprise, » a déclaré Liz Rodbell, présidente de la Baie d'Hudson, lors d'une allocution. « Aujourd'hui, dans un monde numérique, l'expérience en magasin est primordiale au sein de notre mission de divertir et de ravir notre clientèle. » Une boutique de chaussures de créateurs, des suites privées et une aire de restauration à saveur québécoise. *—Kathryn Hudson*

ACTUALITÉS

COACH ARRIVE EN VILLE

La célèbre marque d'accessoires de cuir Coach célèbre ses 75 ans avec une exposition itinérante qui sera de passage à Montréal ce mois-ci. Certes, il y a plusieurs choses à célébrer : la marque jouit d'un renouvellement de popularité depuis l'arrivée du directeur artistique Stuart Vevers en 2013 qui a donné un nouveau souffle aux produits de maroquinerie et à ses collections de prêt-à-porter. Venez jeter un coup d'oeil à la collection de sacs actuels et historiques qui y seront présentés, incluant la Mini pochette 1974 classique, avec ses matériaux inspirés de la décapotable du directeur artistique d'origine — ou venez profiter d'un nettoyage de sac gratuit et d'une personnalisation sous la forme d'un monogramme pour actualiser votre propre sac Coach. (Espace Atrium du Carrefour Laval, du 14 au 25 novembre 2016.) *—KH*

COLLABORATION COOL

PODIUM GASTRONOME

Dans la ville de Québec, tous les troisièmes samedis du mois, la nourriture et la mode se rencontrent à l'Auberge Saint-Antoine dans le cadre de la troisième saison du Thé à la Mode, où un défilé de mode de créateurs de Québec est présenté durant le high tea. Pendant une heure et demie, à l'intérieur du Café-Bar Artéfact de l'auberge, des mannequins défilent les dernières collections de créateurs locaux à travers le restaurant. Le Thé à la Mode du mois de novembre présentera la marque montréalaise de tricots Ça Va de Soi, une entreprise familiale misant sur les tissus haut de gamme et un savoir-faire de qualité. La nourriture provient du restaurant Panache de l'hôtel, et la formule *high tea* est offerte à 39$, alors que l'option avec Champagne s'élève à 59$. L'événement a lieu tous les mois jusqu'en mai, à l'exception du mois de décembre. thealamode.ca *—Eden Boileau*

PHOTOGRAPHIES : PETER STIGTER (DÉFILÉS)

MODE

Les bouquets de la saison automnale

Célébrez l'automne — la meilleure saison de la mode — en mélangeant avec audace les imprimés fleuris

PHOTOGRAPHIÉ PAR ANDREW SOULE
BRODERIES PAR AMANDA MCCAVOUR
DIRECTION ARTISTIQUE PAR JESSICA HOTSON
STYLISME PAR JILLIAN VIEIRA

Une longue veste brodée de fleurs offre une pointe de masculinité à la tendance fleurie.

SUNO MANTEAU, 1,545$, SUNONY.COM. **TANYA TAYLOR** PANTALON, 545$, TANYATAYLOR.COM

DIRECTION BEAUTÉ : RANI SHEEN. COIFFURE ET MAQUILLAGE: ROBERT WEIR POUR JUDY INC./CHARLOTTE TILBURY. MANNEQUIN : ALIISA IRVING POUR ELMER OLSEN MODELS. PHOTOGRAPHIES DES BRODERIES : GEOFFREY ROSS.

Superposez l'ambiance fleurie.

H&M STUDIO SOUTIEN-GORGE, 30$, HAUT, 40$, BOUTIQUES H&M SÉLECTIONNÉES

NOTE SUR LA BEAUTÉ
Cet automne, l'eye-liner se laisse aller, jusqu'aux sourcils. Choisissez un rose pétale pour une allure artistique.

MARC JACOBS BEAUTY HIGHLINER GEL EYE CRAYON EYELINER EN OBAY-GE, 31$, SEPHORA.CA

NOTE SUR L'ARTISTE
Pour cette séance de photo, l'artiste de broderies canadienne Amanda McCavour s'est inspirée des vêtements de créateurs et a passé plus de 50 heures à créer des fleurs 'voilées' en jouant avec les tailles et les couleurs contrastantes. Pendant ses études de beaux-arts à l'Université York de Toronto, McCavour a réalisé qu'il y avait un obstacle majeur dans son exploration de la qualité tridimensionnelle, ou sculpturale, des fils : « On ne peut broder dans les airs. » Sa solution ingénieuse? Des broderies sur un tissu soluble à l'eau et qui disparait, laissant derrière lui de grandes installations ultras légères qui ont été exposées au Musée des textiles de Toronto et dans des contrées aussi lointaines que la Corée du Sud.

Des bouquets aux couleurs vives sur des volants délicats.

KAREN WALKER ROBE, 755$, KARENWALKER.COM. **JENNIFER TOROSIAN** HAUT (PORTÉ EN DESSOUS), 295$, JENNIFERTOROSIAN.COM

LA TENDANCE EN MAGASINS

IMNYC ISAAC MIZRAHI PANTALON, 99$, THEBAY.COM. **OLIVIA BURTON** MONTRE, 199$, HOLTRENFREW.COM. **MANOLO BLAHNIK** CHAUSSURES, 1,195$, BERGDORFGOODMAN.COM. **ANN TAYLOR** VESTE, 179$, ANNTAYLOR.COM. **TED BAKER LONDON** JUPE, 435$, TEDBAKER.COM. **CLUB MONACO** HAUT, 229$, CLUBMONACO.COM

« J'ai eu beaucoup de difficulté à trouver une robe qui me plaisait. La dentelle est une grande tendance pour les mariées en ce moment et cela n'était pas ce que je voulais. J'ai toujours su que je voulais une robe simple et structurée. Puis, j'ai pris rendez-vous chez White [à Toronto et à Montréal] et j'y ai trouvé ma robe Monique Lhuillier et j'ai su instantanément que c'était la bonne en l'essayant. C'est définitivement la plus jolie robe que j'ai portée dans ma vie et je ne me suis jamais sentie aussi belle. »

« Le *Hunt Club* a une des plus belles vues sur le lac Ontario. J'adore le fait que nous ayons pu nous marier juste au bord de la falaise face au lac.. Il y a deux grandes cheminées qui étaient allumées le soir du mariage. »

« Ma mère m'a prêté une paire de boucles d'oreilles art déco magnifiques qui appartenaient à mon arrière grand-mère ainsi qu'un bracelet de la collection de bijoux vintage de Carol Tanenbaum qui s'agençait aux boucles d'oreilles. Dave m'a fait cadeau de ce bracelet le jour de notre mariage. »

STYLE ROMANTIQUE

UNE JOURNÉE ÉLÉGANTE

***Anna McMeekin**, stratégiste en contenu et médias numériques, a commencé à planifier son mariage dès qu'elle s'est fiancée à David Morrison l'an dernier à Noël. Son ambiance de rêve ? Une garden-party élégante à l'anglaise. Mission accomplie*

PHOTOGRAPHIE PAR WHEN HE FOUND HER

« J'adore les masques Dr. Jardt chez Sephora. Je les ai beaucoup utilisés dans mes préparations en vue du mariage. Le masque éclaircissant est fantastique. »

« Nous nous sommes mariés à l'Action de grâce, je voulais donc souligner cela avec la sélection de bouquets, qui étaient surtout composés de vert, de blanc et d'une pointe d'orangé plantés dans des jardinières en pierre. »

« J'ai finalisé la commande du gâteau littéralement la veille de mon mariage, mais le résultat était splendide. J'ai trouvé Trish chez @Rococoaboutique sur Instagram et elle a brillamment assuré. Très simple, mais parfaitement en accord avec notre thème. »

« Dave et moi avons plusieurs amis en commun. En fait, il allait au secondaire avec le fiancé de ma soeur, donc c'est assez drôle que nous ayons fait connaissance sur l'Internet ! Après notre première rencontre, j'étais très intriguée. Son sens de l'humour est très pince-sans-rire. Je sais maintenant que c'est l'être humain le plus fiable que j'ai rencontré dans ma vie. C'est vraiment une bonne personne et un bon partenaire. »

SEUL **CREST 3D WHITE**
VOUS PERMET DE CONFIRMER
VOTRE PRÉSENCE AVEC UN
MAGNIFIQUE SOURIRE.
Save the Date
Crest 3D WHITE
Whitestrips®
LUXE
STRONG GRIP, NO SLIP
SE MANIPULENT BIEN ET RESTENT EN PLACE
Professional Effects
Effet professionnel
REMOVES 14 YEARS OF STAINS
ÉLIMINENT 14 ANNÉES DE TACHES
Obtenez des résultats professionnels, rapidement.
Les bandes Crest 3D White Professional Effects blanchissent aussi bien qu'un traitement professionnel de 500 $.*
*vs traitements à la lumière/au laser
Crest®
De beaux sourires d'apparence saine à vie.
www.crest.com/fr-CA/
© Procter & Gamble, Inc., 2016 ORAL-20465

Liste d'envies pour les fêtes

Tous les cadeaux glamour à inclure sur votre liste, de la paire d'escarpins audacieux au parfum de la saison

Haute brillance
Faites de ces sandales métalliques le point de départ de votre tenue du nouvel an.
ALDO ESCARPINS, 80 $, ALDOSHOES.COM

Charme mystérieux
Osez le cool — les lunettes fumées audacieuses élèvent toutes les tenues.
GUCCI LUNETTES FUMÉES, 397 $, NET-A-PORTER.COM

La vie en rose
La tendance de la robe nuisette dans une jolie couleur inattendue.
EQUIPMENT ROBE DE SOIE, 260 $, NET-A-PORTER.COM

Glam rétro
Ajoutez une touche de brillance avec des boucles d'oreilles qui vous permettent de passer du bureau à la piste de danse.
H&M BOUCLES D'OREILLES, 13 $, H&M

Chic le doré
Un collier ras du cou raffiné complète votre look pour être parfaite sous le gui.
JENNY BIRD COLLIER, 95 $, JENNY-BIRD.CA

Temps pour soi
Une jolie bougie et un bain moussant pour des fêtes bien relaxantes.
INDIGO BOUGIE, 35 $, MAGASINS INDIGO

Pouvoir de star
Votre partenaire idéale pour cette saison féerique : un chypre floral et voluptueux avec des notes de rose noire magique et de musc sensuel.
CALVIN KLEIN DEEP EUPHORIA, 92 $ (50 ML), 119 $ (100ML), THEBAY.COM/FRAGRANCE

Le plus convoité
Considérez ce sac neutre, mais ultra mode, comme étant de la variété la plus cool.
BALENCIAGA SAC À BANDOULIÈRE, 1,995 $, HOLT RENFREW

© 2016 Calvin Klein Fragrances Corporation deep euphoria™

deep euphoria
Calvin Klein
un nouveau parfum pour elle

Margot Robbie
calvinklein.com/fragrances

PARFUM

Champagne supernova

Aperçu de la fête en l'honneur du nouveau parfum pétillant de Marc Jacobs

PAR NATASHA BRUNO

Une station pour les huîtres et le caviar, des tables à diner aux surfaces miroitées descendant du plafond et le Blanc de Blancs de Ruinart coulant à flot : le champagne est depuis longtemps un symbole de luxe et de célébration, ce cadre était donc parfait pour célébrer le lancement du dernier parfum Marc Jacobs, Divine Decadence, à l'aide d'un repas en compagnie de célébrités dans un vieux cinéma du centre-ville de Los Angeles. Même selon les standards hollywoodiens, la soirée était haute en couleurs avec son hôtesse, la top modèle Adriana Lima, la muse et le visage du parfum, vêtue d'une robe métallique fendue aux cuisses de la collection *Resort 2017* du créateur. Après les cocktails dans le lobby, Lima a dirigé les invités vers l'intérieur du théâtre baroque, où les vedettes comme Tracee Ellis Ross, Ellen Pompeo, Angie Harmon, Rashida Jones et Ashley Benson ont pris place à leur table sur scène pour y déguster un menu inspiré des notes du parfum.

Le nouveau parfum floral est la suite plus effervescente de Decadence, qui a été lancé l'automne dernier, avec ses notes de champagne, de fleurs d'oranger et de bergamote qui se fondent en un bouquet de fleurs blanches. En fin de journée (ou de soirée), la chaleur du safran, de la vanille et de l'ambre liquide persiste alors que le parfum s'estompe. Même le flacon avec sa forme distincte de sac à main, et sa chaine dorée, a été repensé avec son imprimé python bleu sarcelle et son jus couleur émeraude. « Rien n'est modifié sans que Marc ne soit consulté, » dit Ann Gottlieb, à la tête de la conception de plusieurs des parfums de Jacobs.

Bien que les notes inspirées de boissons alcoolisées ne sont pas une nouveauté dans le monde du parfum, peu sont utilisées. « Plusieurs compagnies et produits ne veulent pas s'associer à l'alcool », explique Gottlieb. Celles qui osent ont tendance à être « un peu coquines ». Dans ce cas-ci, son usage s'aligne parfaitement à la nature sexy de Decadence, strictement réservé aux adultes. Mais les parfums aux notes alcoolisés bénéficient aujourd'hui d'une nouvelle sophistication. « Les parfumeurs les ont raffinés, ils ne dominent donc pas autant que dans le passé, » dit Gottlieb. « Ils sont présents pour ajouter du caractère, sans toutefois dominer. »

Pour Lima, le projet lui a permis d'éveiller la star hollywoodienne en elle pour la campagne de publicité séductrice photographiée par le légendaire Steven Meisel. « Je pensais à Elizabeth Taylor, Audrey Hepburn et Sophia Loren, mais une version moderne de ces belles femmes, » dit la mannequin de 35 ans, qui s'est roulée par terre avec abandon dans une petite robe à bretelles, un oeil charbonneux et des cheveux ébouriffés. « J'ai toujours voulu jouer une scène comme cela. » Et les célébrations de cette envergure, elle en a l'habitude. Lorsqu'on lui demande quelles sont ses bulles préférées, elle n'hésite pas : « Moët & Chandon Moët Ice Impérial. » Santé.

À partir de la gauche : Tracee Ellis Ross; Adriana Lima; Angie Harmon et Camila Belle.

MARC JACOBS DIVINE DECADENCE EAU DE PARFUM, 115$ (50 ML), SEPHORA.CA

TEST D'ARÔME

Nous avons demandé à Stephanie Guth, sommelière chez Chase à Toronto, de nous donner son avis sur ce parfum à base de champagne.

« Cela me fait penser à un vin qui est très parfumé — comme un Bernier ou un Condrieu du nord de la vallée du Rhône — dans le sens qu'il est joli et floral. Un vin comme un muscat a des notes de pêche, ce qui pour moi évoque un parfum jeune, mais ce parfum a un peu plus de profondeur et de séduction. C'est comme un Bernier, c'est-à-dire très floral, mais qui a aussi un élément terreux. »

PROFIL

DEUXIÈME ACTE

Avec la dernière saison de Girls *sur HBO, l'actrice Zosia Mamet mise sur elle-même*

Avant de répondre à une question, Zosia Mamet réfléchit en fredonnant. C'est exactement le type d'excentricité que l'on associerait à Shoshanna Shapiro — le personnage joué par Mamet dans *Girls*. Mais en réalité, l'actrice de 28 ans est beaucoup plus terre à terre. « Chaque fois que quelque chose ne marche pas, ou que je n'obtiens pas un rôle que je voulais vraiment, j'essaie de voir la vie sur le long terme, » dit-elle. « Comme un marathon plutôt qu'un sprint. »

Mais pour en arriver à ces conclusions — et aux côtés d'acteurs comme Greta Gerwig et John Malkovich dans des films prochainement à l'affiche — cela lui a demandé plusieurs années de réflexion. Elle a été très ouverte à propos de sa longue bataille avec un trouble alimentaire. « Je pense qu'en grande partie il faut analyser le problème à ses racines — quelle est la source de votre participation à ce type de maladie? » dit Mamet. « C'est toujours beaucoup plus complexe que de vouloir changer d'allure ou un désir d'être mince. »

Elle a grandi au sein de l'industrie (son père est le scénariste et producteur David Mamet et sa mère l'actrice Lindsay Crouse), elle comprend donc la pression qu'ont les ados d'aspirer à des idéaux rigides en termes de beauté — un sujet que l'ambassadrice de la rmarque de déodorants Secret a abordé lors d'un récent clavardage en direct. « Je dirais simplement aux filles d'essayer d'accepter qui elles sont et ce qui leur a été donné puisque la vie est beaucoup trop courte pour la passer à se mépriser. »

> « La vie est trop courte pour passer son temps à se mépriser. »

Aujourd'hui, Mamet se sent bien. « Vous savez, même si j'ai des moments d'insécurité ou si je doute de moi-même, je dois croire en mes propres capacités. Sinon, qu'est-ce que fais ici? » —*Carly Ostroff*

PRODUITS FAVORIS

PRODUITS DE BEAUTÉ ESSENTIELS

1. SECRET OUTLAST XTEND ANTISUDORIFIQUE/DÉSODORISANT GEL CLARTÉ, $5, DRUGSTORES

2. « Je pense qu'un bon *chap stick* est tout à fait essentiel pour une vie heureuse. »

CHAPSTICK DUO CERISE, 5$, SHOPPERS DRUG MART

3. « Au fond tout ce que fait la marque Osea. C'est très simple, il n'y a pas d'ajout, et cela sent divinement bon. »

OSEA OCEAN LAIT NETTOYANT, 62$, OSEAMALIBU.COM

4. « Je traine toujours dans mon sac la crème nutritive pour la peau de Weleda. »

WELEDA CRÈME NUTRITIVE POUR LA PEAU, 23$, WELL.CA

MARQUES FAVORITES

« Des créateurs comme Jill Stuart et Cynthia Rowley, qui arrivent à créer des morceaux qui sont féminins, mais sans être trop coquets, sont vraiment ceux qui me font vibrer. »

Laetitia Casta au Festival de Cannes 2016.

INITIÉE DE LA BEAUTÉ

TOUTE LA VÉRITÉ

Laetitia Casta, la mannequin légendaire devenue cinéaste, refuse de mentir aux filles

PAR KATHRYN HUDSON

Laetitia Casta a un des visages les plus connus en France. Tellement considérée comme étant une icône nationale dans son pays que les Français ont même voté pour qu'elle serve de modèle pour la réalisation d'un buste de Marianne, le symbole de la République française. Mais ces jours-ci, Casta — qui est aussi le visage des parfums Nina Ricci — est beaucoup plus intéressée à prendre la parole qu'à poser pour une séance de portrait. Après des rôles en tant qu'actrice (elle a joué Brigitte Bardot en 2010 dans un film biographique sur Serge Gainsbourg), Casta a réalisé son premier court-métrage, *En Moi*, une histoire d'amour avec la mannequin Lara Stone dans le rôle principal, et filmé à l'Opéra de Paris. Nous avons discuté avec l'icône de 38 ans au sujet de cinéma, de mode et de trouver sa propre voix.

Que recherchez-vous en choisissant un film? « Il doit y avoir quelque chose qui vient vraiment me chercher à l'intérieur — qui changera ma vie. C'est assez magique de faire du cinéma. Donc quand je lis un scénario, je dois y trouver quelque chose qui répond à mes questions sur la vie. »

Vous avez débuté en tant que mannequin, puis vous vous êtes tournées vers le jeu d'actrice et plus tard vers la réalisation. Il semble que votre carrière s'est alignée pour que vous puissiez faire entendre votre voix. « À mes débuts, je n'avais que 14 ans, alors avoir une voix à cet âge est un peu compliqué. Vous ne savez même pas ce que vous faites. Mais je pense que j'ai toujours eu envie de faire des choses en lien avec les femmes.Cela m'a toujours parlé et même lorsque ce n'était que dans le mannequinat, j'essayais toujours de m'engager et d'y laisser quelque chose d'intense. Et plus tard, lorsque je suis devenue plus sûre de moi, j'ai réalisé que tout ce que je faisais devait être existentiel et profond et vital. Aujourd'hui, je ne ferais jamais quelque chose que je n'ai pas envie de faire. »

Pourquoi désirez-vous travailler avec la maison Nina Ricci? « Le créateur, Guillaume Henry, est un cinéphile. Il raconte des histoires. Quand on regarde les mannequins à ses défilés, elles n'ont pas toutes le même visage — elles sont toutes différentes. La maison Nina Ricci est petite, donc lorsque Guillaume est arrivé, il pouvait réellement faire ce qu'il souhaitait — il pouvait faire des changements. Parfois les grandes maisons — je ne citerai pas de noms — ce n'est que du commerce. Ce que j'aime chez Nina Ricci est ce côté artistique qui persiste. La maison a une façon de penser aux femmes qui, je pense, est très moderne. Elle évoque notre désir, notre liberté, la femme que nous voulons être. »

En parlant de la femme que vous désirez être, votre vie a-t-elle beaucoup changé en devenant une mère? « Quand j'étais plus jeune, vers 16 ans, je pensais que devenir une femme voulait dire se marier et avoir des enfants et être heureuse. Plus tard, j'ai compris que cela était un mensonge : nous mentons aux petites filles. Nous leur faisons croire qu'elles sont fragiles. Nous leur disons, 'Sois prudente. Les filles ne peuvent aller là ou faire cela.' En tant que femme, c'est comme cela que nous entamons la vie — cela nous prend du temps à comprendre et à réaliser que nous avons les mêmes sentiments et désirs que les hommes. Nous ne sommes pas *fragiles*. Nous sommes *sensibles*. »

Vous avez un fils et deux filles. Cela vous a-t-il fait voir les histoires que nous racontons aux filles différemment? « De grands mensonges sont perpétués — comme de dire, 'Tu vas rencontrer l'homme de ta vie et cela va durer pour toujours.' Nous ne disons pas cela aux hommes et aux garçons. On leur dit, 'Un jour, tu auras peut -être une copine.' C'est plus vrai. Nous faisons cela parce que les parents ont peur pour les filles — ils ont peur de l'envol de la féminité. C'est un problème dans le monde. Les enfants ne vous rendront pas heureux. Le bonheur est lié à qui vous êtes. Avoir des enfants est une option. Vous devriez toujours avoir des options dans la vie — mais cela ne définit pas qui vous êtes. J'ai toujours voulu des enfants, mais ce n'est pas tout ce qui compte dans la vie. »

PHOTOGRAPHIE PAR : GETTY IMAGES (CASTA, MAMET)

LE KIT

Rédactrice en chef
Laura deCarufel
@Laura_deCarufel
@LauradeCarufel

Directrice artistique
Jessica Hotson
@jesshotson

Directrice de la rédaction
Kathryn Hudson
@KathrynHudson

Rédactrice beauté
Rani Sheen
@ranisheen

Rédactrice mode
Jillian Vieira
@JillianVieira

Gestion de la rédaction
Eden Boileau
@lilyedenface

Rédactrice adjointe à la beauté
Natasha Bruno
@Natashajbruno

Adjointe à la rédaction / numérique
Carly Ostroff
@carlyostroff

Adjointe à la rédaction
Veronica Saroli
@vsaroli

Adjointes à la rédaction artistique
Sonya van Heyningen
@svanh7

Kristy Wright
@creativewithak

Designer
Amber Hickson
@amblynncreative

Éditrice, The Kit
Giorgina Bigioni

Directrice de projets, Médias numériques
Kelly Matthews

Pour toutes questions liées à la publicité :
Directrice du marketing
Evie Begy
eb@thekit.ca

Le Kit est l'autorité canadienne mode et beauté 360°
(c) 2016, Le Kit, est une division de Toronto Star Newspapers Limited.

Star Media GROUP

Éditeur intérimaire, Toronto Star, et Président intérimaire, Star Media Group
David Holland

Rédacteur en chef, Toronto Star
Michael Cooke

DOLCEGABBANABEAUTY.COM
DOLCE & GABBANA
light blue
DOLCE & GABBANA
light blue
POUR HOMME
EAU DE TOILETTE
DOLCE & GABBANA
light blue
EAU DE TOILETTE
#DGLightbluewinter