

LE KIT

La nouvelle initiative mode de Céline Dion + nous parlons avec la légende du style
Diane von Furstenberg

THEKIT.CA
@THEKIT
@THEKITCA
THEKITCA

Le futur du cinéma est féminin

L'heure est venue d'être à la tête de nos propres histoires. Nous avons parlé à de talentueuses Canadiennes, certaines déjà établies et d'autres émergentes, toutes à la conquête de l'ancienne garde, lentement mais sûrement, un film, un épisode, une critique à la fois

PAR JULIA COOPER | PHOTOGRAPHIÉ PAR LUIS MORA

Les statistiques démontrent que le nombre de femmes oeuvrant dans l'industrie du cinéma n'est pas très élevé (avec seulement 27 pour cent des films réalisés par des femmes et seulement 8.3 pour cent détenant le titre de directrice de la photographie — choquant!), mais il y a un mouvement de femmes qui se mobilise et des femmes qui se battent pour se faire une place au sein de la noirceur cinématographique. Afin d'explorer cette évolution, *Le Kit* a rassemblé cinq femmes, toutes à différentes étapes de leurs carrières et chacune d'elles laissant une marque à sa façon, afin de discuter autour d'une table ronde.

Nous avons discuté avec la directrice de la photographie Iris Ng, l'oeil aiguisé et la main ferme derrière les films « *Stories We Tell* », « *The Apology* » et « *A Better Man* »; Lydia Ogwang, critique de cinéma et rédactrice au journal féministe sur le cinéma « *cléo* »; l'actrice de la série web « *Carmilla* » Natasha Negovanlis, qui a attiré l'attention en 2017 aux *Canadian Screen Awards* avec son discours inspirant pour la communauté LGBTQ2; Sariena Luy, une adolescente membre du comité Next Wave au Festival Intl du film de Toronto et directrice générale de l'organisme artistique *Flaunt It*; ainsi que la réalisatrice Sofia Bohdanowicz, dont le dernier film, *Maison du bonheur*, a été acclamée lors de sa première au festival *Hot Docs* cette année. Nous leur avons posé des questions sur le pouvoir de se fier à son propre instinct, sur la complexité du regard féminin et sur l'avenir d'une industrie en évolution.

Que pensez-vous du « regard féminin »? En tant que cinéaste, actrice et directrice de la photographie, que cela signifie-t-il pour vous?

Lydia : « En fait, j'aimerais que l'on démantèle le regard masculin, et sa manière de fonctionner au cinéma, et dans le reste du monde, et ensuite partir de là. »

Natasha : « **J'ai recherché mon nom dans** YouTube, et « Natasha Negovanlis scène de sexe » est apparu au lieu de, par exemple, « Natasha Negovanlis fabuleuse scène dramatique » [rires]. C'est intéressant de voir ce à quoi les carrières de femmes peuvent être réduites. Je suis là pour vendre mon travail, et non mon apparence. Quand je travaillais dans le théâtre, je sentais qu'il était nécessaire de me vêtir avec de jolies robes et des rubans dans les cheveux, mais dès que j'ai abandonné cela j'ai commencé à travailler davantage puisque je m'habillais à ma façon, j'étais moi-même et donc plus authentique. »

Iris : « Je pense qu'en soi le mot « regard » est en quelque sorte unidirectionnel; lorsque je travaille, j'essaie de créer des échanges. On reçoit quelque chose de ce qui se passe au-devant de la caméra. Il faut répondre à cela et donner aussi. »

Sofia : « L'équipe est très chanceuse d'avoir quelqu'un comme Iris qui est consciente de la responsabilité que cela implique. Lorsque vous avez une caméra entre les mains, vous avez un pouvoir immense. »

Iris : « Oui, je considère que c'est un objet qui prend, et on se doit de l'utiliser avec prudence. On essaie de rendre permanent quelque chose de passager. Le moment où vous pointez une caméra vers quelque chose, ce dernier est déjà altéré. »

Sofia : « Avec *Maison du bonheur*, mon objectif était d'offrir le portrait d'une femme âgée sous un tout autre angle et d'opposer tous les stéréotypes qui nous sont typiquement offerts à l'écran — écouter une femme, l'observer exister et partager un moment avec elle. »

NATASHA NEGOVANLIS ACTRICE

Les séries à voir : *Lost Girl* et *Wynonna Earp*. « Emily Andras, auteure productrice de ces deux séries, elle est simplement formidable. Elle crée des personnages de femmes *queer* qui sont très authentiques. »

Note beauté : Osez une allure digne des tapis rouges avec une bouche audacieuse en rouge vermillon. L'Oréal Paris Colour Riche Matte Lip en Matte-ly in Love, 11\$, en pharmacies.

L'ORÉAL PARIS VOLUMINOUS LASH PARADISE MASCARA EN BLACKEST BLACK, 14\$, ET STUDIO PRO BOOST IT PRO VOLUME FIXATIF, 9\$, CHEAP MONDAY ROBE, 100\$, CHEAPMONDAY.COM, RAG & BONE HAUT (PORTÉ SOUS LA ROBE), 465\$, THEBAY.COM

Pionnière autodidacte

Gabrielle Chanel a tracé sa propre voie sans jamais regarder en arrière. Un nouveau parfum tente d'incarner son esprit novateur et rebelle.

PAR RANI SHEEN

Les grandes dames de la mode parisienne du début du XXe siècle se distinguaient par leurs particularités. De la robe surréaliste en forme de homard à boutons chou-fleur d'Elsa Schiaparelli, à la coupe en biais brevetée et les avancements révolutionnaires de Madeleine Vionnet en termes de droits d'auteur dans la mode et, aux techniques de marketing extravagantes de Madame Carven (comme de laisser tomber des échantillons de parfum du haut d'un avion causant ainsi un chaos sur le Tout-Paris), ces femmes de tête ont forgé leurs propres chemins tout en résistant aux conventions sociales de l'époque. Gabrielle Chanel était sans doute la chef de file de cette meute entêtée; la plus travaillante et son étoile la plus brillante. « J'ai choisi ce que je voulais être et je le suis, » dit-elle. Qui allait la contredire? Avant d'être connue sous le nom de Coco, avant d'habiter au Ritz et de faire des vacances sur la Côte d'Azur, Gabrielle est née au mois d'août 1883, déjà sous le signe de la

lionne fougueuse. Son prénom lui a été offert afin de rendre hommage à la religieuse de l'hospice où sa mère célibataire a accouché pendant une escale lors d'un voyage en train dans l'ouest de la France. Après le décès de sa mère et puisqu'elle avait été abandonnée par son père, elle a d'abord été élevée dans un orphelinat puis chez des membres de la famille. À un certain moment, encore bien loin des feux scintillants de la Ville lumière, elle a décidé d'écrire sa propre histoire. Elle a rejeté le catholicisme dès sa Première Communion, elle allait de la nourriture pour nourrir les chevaux qu'elle montait sans selle à 16 ans alors qu'elle vivait chez ses tantes éleveuses de chevaux, et lorsqu'elle a obtenu son premier emploi dans le milieu de la mode, dans une boutique à Moulins, elle poursuivait en soirées son grand rêve d'être chanteuse de cabaret.

LA SUITE À LA PAGE 7



Le rouge à lèvres de l'automne

Sélectionnez une couleur rouille aux teintes chaudes pour un glamour des temps froids PAGE 3

LA SUITE À LA PAGE 4



Votre guide incontournable de beauté et de mode

RESTEZ BRANCHÉS

[THEKIT.CA](https://www.thekit.ca)

[@THEKIT](https://twitter.com/thekit)

[@THEKITCA](https://www.instagram.com/thekitca)

[THEKITCA](https://www.facebook.com/thekitca)

[THEKITCA](https://www.snapchat.com/add/thekitca)



Couleurs d'automne

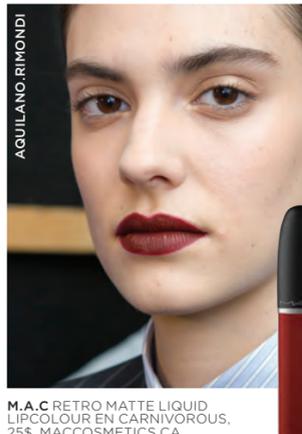
Si l'insouciance des baumes à lèvres et des lotions teintées de l'été vous ont fait oublier les techniques pour l'application d'un maquillage simple, mais efficace pour l'automne et pour ses premières conférences, déjeuners d'affaires et soirées élégantes, les podiums de la saison vous serviront de guide. Pleins feux sur la bouche de couleur rouille qui sortait du lot dans une variété de teintes et de textures : matte et opaque chez Aquilano.Rimondi, doucement estompée chez Jenny Packham et presque poudrée chez Badgley Mischka, où la maquilleuse Alice Lane s'est inspirée de chaussons de velours. Et bien sûr, puisque l'efficacité est primordiale dans nos routines matinales, optez pour un maquillage minimal sur le reste du visage (c'est-à-dire des sourcils soignés, une couche de mascara et c'est tout), puis sélectionnez un de ces nouveaux rouges à lèvres liquides à tenue longue durée pour dessiner votre bouche rouge-marron et vous assurer qu'elle reste en place toute la journée, jusqu'à la dernière téléconférence. —Rani Sheen



YSL BEAUTY TATOUAGE COUTURE LIQUID MATTE LIP STAIN EN BLACK RED CODE, 42\$, YSLBEAUTY.CA (DISPONIBLE EN SEPTEMBRE)



CHARLOTTE TILBURY HOLLYWOOD LIPS MATTE LIQUID LIPSTICK EN DANGEROUS LIAISON, 39\$, NORDSTROM



M.A.C RETRO MATTE LIQUID LIPCOLOUR EN CARNIVOROUS, 25\$, MACCOSMETICS.CA



Légende vivante

Céline Dion est une star de la mode certifiée et elle vient de lancer une collection de sacs dessinés au Canada pour le prouver

Depuis que Céline Dion a atteint un statut d'icône de la mode l'été dernier, tous les créateurs se l'arrachent et tentent de vêtir l'artiste de 49 ans à l'aide de leurs morceaux. Mais il y a de fortes chances que le sac qu'elle trimballe affichera son propre nom sur l'étiquette. La collection éponyme de Dion composée de 200 sacs a été lancée ce mois-ci, offrant un assortiment pratique de sacs à main, de valises, et même de modèles plus streetwear, style sac banane ou « fanny pack » avec des prix variant de 79 \$ à 1,998 \$. La Collection Céline Dion est disponible chez Nordstrom et Simons en Amérique du Nord, mais sera lancée à travers le monde dès 2018, donc peu importe où vous êtes, c'est-à-dire « near, far, wherever you are... » vous pourrez vous en procurer un.

— Veronica Saroli



COLLECTION CÉLINE DION SAC À DOS, 198\$, SAC À MAIN, 348\$, CABAS, 178\$, SIMONS.CA

Esprit original

Oneself, la marque montréalaise minimaliste à surveiller



Sonia Cardinal n'a pas toujours œuvré dans le domaine de la mode. En fait, elle ne sait pas coudre, mais ses créations uniques lui ont permis de se démarquer comme créatrice canadienne de la relève.

Des emplois dans le marketing et la télévision ne satisfaisaient pas la Montréalaise, elle a donc décidé de quitter son travail et de voyager en Asie. Dès son retour à la maison en janvier 2017, elle a fondé Oneself, une ligne de vêtements de prêt-à-porter conçus à Montréal. Ses morceaux minimalistes sont : masculins, mais avec une touche de féminité. Le lancement de la première collection a eu lieu au printemps 2017. Depuis, Oneself a été présenté à INLAND, une boutique éphémère de créateurs canadiens, au « Fashion Preview » à Montréal.

Nous avons parlé avec Sonia au sujet du lancement de sa marque et des voyages qui ont influencé ses créations.

Sur la création de sa propre marque : « Il y a trois ans, j'ai quitté mon emploi et je suis partie voyager en Asie. Je suis allée en Thaïlande,

à Bali, à Taiwan — j'avais prévu de partir trois mois, mais j'y suis finalement restée cinq mois. Je visitais les marchés aux puces et j'ai commencé à acheter de grandes quantités de vêtements que je revendais sur Etsy. Puis, quand je suis rentrée à Montréal, j'ai réalisé que je voulais vraiment lancer ma propre marque. La vente de vêtements était intéressante, mais j'avais envie d'en faire plus. J'ai ressenti le besoin de faire les choses par moi-même et de créer des morceaux. »

Sur l'Asie comme source d'inspiration : « J'ai rencontré plusieurs femmes travaillant dans des domaines comme celui des affaires et ayant envie de faire des choses plus créatives. Ce fut inspirant dans le sens où l'on avait un réel sentiment de communauté autour de cela. À travers ces vêtements, je veux exprimer que l'on peut faire ce qui nous plaît et être qui l'on veut. »

Sur le milieu de la mode montréalaise : « J'ai cette impression que Montréal est très ouverte sur le monde. Je trouve cela intéressant. Nous avons ce côté européen, donc les créateurs d'ici sont ouverts à ce qui se passe en Europe, mais tout en étant proches des États-Unis nous sommes aussi au courant de ce



qui se passe là-bas grâce à notre proximité. C'est en quelque sorte un mélange de deux cultures. »

Sur la différence : « Si quelqu'un est différent, ou si j'aperçois un produit pour la première fois, quelque chose que je n'ai jamais vu auparavant, cela m'attire énormément. Mon inspiration me provient d'ailleurs pour créer un produit qui n'est pas à l'européenne, à l'asiatique ou à la canadienne, mais qui est plutôt une sorte de mélange. C'est ce qui, à mon avis, différencie [Oneself]. La collection est influencée par tant de choses et tant de voyages. Voilà pourquoi c'est unique — cela représente ma vision personnelle du monde. »



Ci-contre, des morceaux de la dernière collection Oneself.

Talents de chez nous

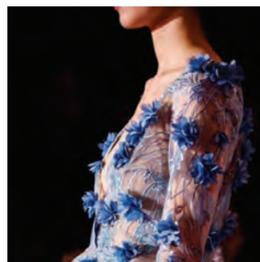
Nous avons parlé à deux créatrices montréalaises durant l'évènement « Cabinet Éphémère », lors de la semaine de la mode féminine de Toronto, au sujet de ce qui inspire leurs créations

VIRGINE TURCOT-LAMARRE DE LOUVE

Louve est une marque indépendante de bijoux faits à la main à Montréal. Sa fondatrice, Turcot-Lamarre, utilise des matériaux recyclés pour fabriquer des créations minimalistes et audacieuses.

Qu'est-ce qui inspire vos créations?

« Tant de choses, mais en premier, le matériau lui-même. Je suis vraiment une amoureuse du bois, je commence donc par ce que ce dernier a à m'offrir. J'adore les détails et le fait que d'un morceau à l'autre on obtient des surprises inouïes qui sont cachées à l'intérieur du matériau. »



ANTOINETTE DI CARLO DE DI CARLO COUTURE

Dans son atelier et salle d'exposition de la petite Italie Antoinette Di Carlo crée des robes de mariée et des robes de soirée sur mesure.

Qu'est-ce qui inspire vos créations?

« Ma première inspiration provient des tissus. J'ai besoin de toucher et de ressentir les textures, et j'adore mélanger différentes textures. Au fond, cela est l'essence de mon travail, mon point fort étant de combiner des tissus que la majorité n'associerait pas normalement. »

Le futur du cinéma est féminin

SUITE DE LA PAGE COUVERTURE

Le « syndrome de l'imposteur » est ce sentiment tenace qui se traduit par une peur d'être dénoncée en tant qu'imposteur, même lorsque vous faites un travail excellent et que ce dernier est reconnu et apprécié. Avez-vous déjà eu cette impression?

Iris : « Cela peut se présenter sous plusieurs aspects différents n'est-ce pas? Il y a ce sentiment intérieur d'être dans son élément et de se sentir à l'aise en suivant notre intuition, tandis que jusqu'à un certain point, il y a beaucoup de doute qui provient de l'extérieur. »

Lydia : « La question n'est pas de paraître "légitime" aux yeux des autres, mais je trouve cela difficile de ne pas voir beaucoup de femmes noires qui jouissent d'une visibilité dans le milieu de la critique de cinéma ou en tant que rédactrices. On peut avoir l'impression de devoir imiter ce qui a déjà été fait - comme stratégie d'apprentissage. Et ce qui a déjà été fait, ce qui est déjà présent, c'est surtout une surabondance d'hommes blancs, n'est-ce pas? Mais si j'ai des réactions intuitives différentes à l'égard d'un film, je veux parler de cela aussi. Je veux alors devenir complètement obsédée par ce film et en parler haut et fort sur Twitter sans arrêt! »

Sariena : « Tout ce à quoi j'ai participé jusqu'à maintenant a été à prédominance masculine - lorsque j'étais dans une programmation vidéo, j'étais la seule femme du groupe avec quatre hommes. Je pense que les femmes sont habituées à cela. D'être jeune, d'être une femme et d'être une minorité, je sentais vraiment le besoin de faire en sorte que ma présence soit respectée là-bas. J'espère commencer à me sentir plus naturelle, comme, « Oui d'accord, il y a plus d'hommes, mais je sais que j'ai ma place ici. »

Natasha : « Alors que je bascule du devant de la caméra au derrière de la caméra pour créer mon propre contenu, je remarque que parfois je gaffe — je m'excuse ou me sens coupable quand je m'affirme. Hum, cela pourrait aussi simplement être un trait canadien! [rires] Je pense qu'un des éléments liés à être une femme dans cette industrie est ce facteur de culpabilité, et j'essaie très fort de m'en débarrasser. »

Y a-t-il un moment où vous avez été consciente d'avoir réussi? Où vous vous êtes vraiment senties vous-mêmes et que vous aviez le sentiment d'être exactement là où vous deviez être?

Sofia : « Les gens ont souvent du mal à parler de leur succès puisque cela peut paraître prétentieux — de parler de soi-même en tant qu'individu qui a du succès est une chose très audacieuse. Mais, quand j'ai présenté en première mon film *Maison du bonheur* Festival international de Buenos Aires, c'était vraiment super. Ils ont organisé une rétrospective de mes films. Jusqu'à ce que j'arrive là-bas, je croyais que c'était une blague, vous comprenez? Genre, "Quelqu'un a piraté le système de courriels du festival!" L'enthousiasme à l'égard de mon travail était une toute nouvelle expérience pour moi, je n'avais jamais vécu cela avant. »

Sariena Luy : « À 15 ans, j'ai réalisé que le cinéma était ma plate-forme pour améliorer la condition des gens. Je suis très ouverte à propos du fait

« Même si je n'atteignais que quelques milliers de personnes, ce fut beaucoup plus significatif que de simplement jouer la comédie pour arriver à payer mon loyer. »

que je viens d'une communauté marginalisée — je suis née et j'ai grandi dans Jane and Finch à Toronto — et je suis née au sein de certaines limitations, des limitations que l'on attend de moi à cause de cela. J'ai réalisé que j'atteignais mon potentiel lorsque des gens provenant de ma communauté m'ont dit qu'ils étaient influencés, ou j'imagine, inspirés par mon travail. »

Natasha : « Je me souviens de ma première boîte de lettres envoyées par des fans — j'étais assise dans ma chambre en train d'ouvrir toutes ces lettres de remerciement. À l'époque, j'avais trois autres boulots, mais le fait de lire ces lettres et de voir à quel point mon travail avait affecté de manière positive des jeunes de la communauté LGBTQ2 était vraiment spécial. Même si je n'atteignais que quelques

milliers de personnes, ce fut beaucoup plus significatif que de simplement jouer la comédie pour arriver à payer mon loyer. »

Lydia : « Honnêtement, non. Pas parce que je ne suis pas fière de mon travail, mais simplement parce que je me sens encore très novice par rapport à la culture cinématographique. Aussi, à quoi ressemble le succès dans le domaine de la critique de film? Y a-t-il des critiques qui ont un sentiment de réussite? Qui sont-ils?! J'avoue que c'est agréable de se faire

offrir du travail et que l'on me demande d'écrire et de travailler sur des choses. Aussi, les demandes de révision et d'aide dans le développement d'articles de la part d'autres auteurs est aussi une grande joie. »

Iris : « Il n'y a pas de moment défini qui me fait ressentir cette émotion. Pour ma part, c'est surtout lorsque quelqu'un reconnaît l'intention derrière mon travail ou un détail que je n'étais imaginé qui passerait inaperçu. Cela peut être la vitesse d'obturation choisie, un déplacement de caméra au bon moment, résister à la tentation de bouger à d'autres moments ou la composition. Comme c'est le cas dans d'autres aspects de la vie, il y a un certain accomplissement qui vient avec le sentiment d'avoir été comprise par les autres. »

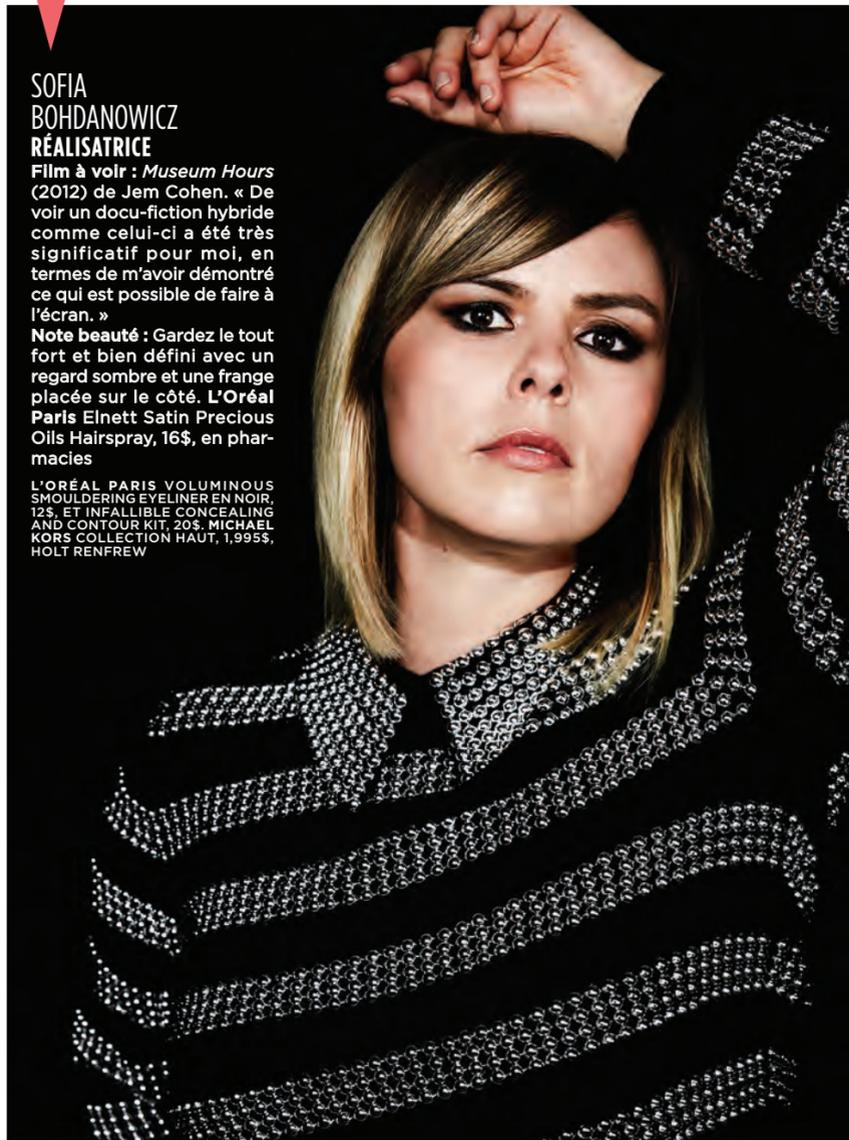
Projetons-nous dans l'avenir. Quels changements ameriez-vous voir dans l'industrie du cinéma?

SOFIA BOHDANOWICZ
RÉALISATRICE

Film à voir : *Museum Hours* (2012) de Jem Cohen. « De voir un docu-fiction hybride comme celui-ci a été très significatif pour moi, en termes de m'avoir démontré ce qui est possible de faire à l'écran. »

Note beauté : Gardez le tout fort et bien défini avec un regard sombre et une frange placée sur le côté. **L'Oréal Paris Elnett Satin Precious Oils Hairspray**, 16\$, en pharmacies

L'ORÉAL PARIS VOLUMINEOUS SMOULDERING EYELINER EN NOIR, 12\$, ET **INFALLIBLE CONCEALING AND CONTOUR KIT**, 20\$. **MICHAEL KORS COLLECTION HAUT**, 1.995\$, **HOLT RENFREW**



Lydia : « Une plus grande diversité de gens : des personnes racialisées, des personnes aux aptitudes différentes ou portant un handicap, des personnes avec des identités sexuelles différentes. Peut-être, carrément des structures différentes. Cela ne peut pas être éternellement le même type de personne qui tire les ficelles en ce qui concerne la programmation et la distribution. *Pareil pour la critique et les organismes subventionnaires* — on ne peut pas continuer à avoir les mêmes gens qui décident ce qui est assez « important » pour être vu, et même réalisé en fait, ou ce sera du pareil au même pour l'éternité. Les gens veulent des médias qui respectent leurs expériences vécues, autrement ils trouvent cela ennuyant ou se sentent aliénés. »

Sofia : « Parfois on ne fait pas de publicité, mais je pense que les gens veulent être mis au défi.

CONFESSIONS AU COMPTOIR

Les habitudes de trois critiques de films au comptoir de friandises



MALLORY ANDREWS

Favoris : « Pretzels tendres. Si je suis au TIFF Lightbox, je prends l'assiette de fromages. » **Le popcorn :** « Extra beurre. Toujours. »

L'indulgence : « Une verre de rosé, s'il est offert au menu. »



TINA HASSANNIA

Favoris : « Poutine (des *Cineplex Outtakes*). Un peu salissant, mais beaucoup plus satisfaisant qu'un popcorn » **Le popcorn :** « Just the usual oil and salt au cinéma. À la maison, j'adore le popcorn Smart Food original au cheddar blanc, mais seulement une fois de temps en temps parce que je peux l'inhaler en un instant. » **L'indulgence :** « J'essaie de bien manger donc le rare moment d'indulgence sera un grand sac de popcorn, des M&M aux amandes, et un Coca Cola — à partager entre amis. »



JOHANNA SCHNELLER

Favoris : « Popcorn avec beurre et des M&Ms aux arachides à l'intérieur du sac. »

Le popcorn : « Voir ci-haut. » **L'indulgence :** « J'aimais beaucoup les hot dogs pretzels, où sont-ils passés? »



MODE FUTURISTE

Muse : Tina Turner dans le rôle d'Entité dans *Mad Max : Au delà du dôme du tonnerre* (1985)

Rien ne dit anti-héroïne séduisante comme cette robe argentée fluide de Julien Macdonald. Un peu de cote de maille c'est toujours une bonne idée, pas vrai?

LYDIA OGWANG
CRITIQUE

Film à voir : *The Prison in Twelve Landscapes* (2016). « Maya Bankovic est une directrice de la photographie incroyable — ses images magnifiques sont délibérément discordantes avec le sujet abordé. C'est très touchant. »

Note beauté : Jouez avec la lumière et la texture avec une bouche lustrée teintée de mandarine. **L'Oréal Paris Infallible Paints en Orange Envy**, 13\$, en pharmacies.

L'ORÉAL PARIS INFALLIBLE 24HR OMBRE À PAUPIÈRES EN ETERNAL BLACK, 11\$, **ET TRUE MATCH LUMI LIQUID GLOW ILLUMINATOR EN GOLDEN**, 18\$, **DIESEL MANTEAU**, 598\$, **DIESEL**



ILLUSTRATIONS: LYDIA BEAUREGARD; PHOTOGRAPHIES: PETER STIGTER (DÉFILÉS)

IRIS NG
DIRECTRICE DE LA PHOTOGRAPHIE

Film à voir : *Strong Island* (2016), un documentaire sur le racisme et le deuil. « Un film audacieux et direct, deux qualités qui sont nécessaires en ce moment au cinéma. »

L'ORÉAL PARIS MAGIC LUMI LIGHT INFUSING PRIMER, 18\$, **ET COLOUR RICHE LIP COLOUR EN SUNWASH**, 11\$, **COMRAGS MANTEAU**, 795\$, **COMRAGS.COM**, **DIESEL ROBE**, 248\$, **DIESEL**



MAQUILLAGE PAR SHERI STROH POUR PLUTINO GROUP/L'ORÉAL PARIS; COIFFURE PAR ANNA BAREGHIAN POUR JUDY INC/L'ORÉAL PARIS; STYLISME PAR JILLIAN VIEIRA; DIRECTION ARTISTIQUE PAR JESSICA HOTSON

MODE FUTURISTE

Muse : Sean Young dans le rôle de Rachael dans *Blade Runner* (1982)

Les tailleurs angulaires de la saison et la maille froissée d'Alexander Wang vont de paire avec le côté dystopique 1982-rencontre-2049.



CHOIX DE L'ÉQUIPE DE PRODUCTION

Des actrices clés de l'arrière-scène nous révèlent leurs coups de cœur selon leurs domaines d'expertise



NAZ GOSHTASBPOUR
Chef décoratrice

Meilleur décor de film : « J'ai plutôt tendance à avoir un penchant pour le réalisme. J'ai adoré la production de *The Fighter* (2010), mais le fait d'aimer le réalisme ne m'empêche pas d'apprécier la direction artistique d'un film hautement stylisé comme *The Grand Budapest Hotel* (2014). »



KAYA PINO
Consultante musicale

Meilleure chanson dans un film : « 'People Make the World Go Round' par the Stylistics dans *Crooklyn* de Spike Lee (1994). Le film commence avec cette chanson en donnant le ton et en montrant une scène attendrissante d'enfants qui jouent ensemble dans leur quartier de Brooklyn. On voit les personnages simplement exister dans leur monde avant que l'histoire commence. »



CYNTHIA SUMMERS
Costumière

Meilleur costume dans un film : « Salma Hayek dans *Frida* (2002) — absolument tout au niveau de la conception des costumes. Frida Kahlo s'habillait pour s'exprimer âme et culture — c'était une vraie rebelle de la mode. Le superbe hommage coloré de la réalisatrice Julie Taymor est un régal pour les sens. Ces costumes sont imprégnés dans ma mémoire à jamais. »

Bientôt disponible

Restez à l'écoute : tout change en terme de ce que l'on regarde et comment on le regarde

ROBOT SCÉNARISTES

Hum, un robot pourrait-il être l'auteur du prochain Casablanca? Un nombre grandissant d'experts prédisent que l'IA est en train de se perfectionner dans l'art de la scénarisation. Vous avez aimé *Mean Girls*, mais vous préférez l'élégance vintage de Sharon Stone dans *Basic Instinct*? Laissez votre assistant Google le soin de vous combiner le meilleur des deux mondes. Nick Bilton, contributeur chez *Vanity Fair*, prédit un futur où un robot désincarné comme Siri va scanner des milliers de scénarios et en développer un sur mesure selon vos désirs. Les diplômés d'UCLA et de Tisch devront peut-être céder leur place — Alexa sait déjà ce que vous aimez.

SHONDA-FLIX

Alors qu'Hollywood connaît sa pire performance de boxoffice pour la période estivale depuis une décennie, les perturbateurs comme Netflix continuent d'avoir la mainmise sur l'industrie cinématographique en recrutant les plus grands talents, Shonda Rhimes étant leur plus récente recrue. Le cerveau derrière *Scandal* (longue vie à Olivia Pope) et le presque parfait *Crossroads* (avec Britney Jean Spears en vedette). On dit qu'elle va empocher 10 millions de dollars par an en maintenant son règne légitime sur la culture populaire. Malgré le fait que Netflix ait des dettes qui s'élèvent à 20,54 milliards de dollars, la force de ses algorithmes et la collection et l'analyse de données de ses 104 millions d'abonnés éliminent les suppositions sur le contenu que les spectateurs aimeront regarder. Nous sommes prêts à accepter ce pari.

CINÉMA SENSORIEL

Prêts à être trempés et légèrement physiquement assaillis au cinéma? Des salles 4DX munies de sièges D-Box qui font bouger les spectateurs selon l'action qui se déroule à l'écran; de la brume qui surgit lorsque les personnages affrontent une tempête (en espérant que les réalisateurs évitent la méthode « Odorama » utilisée en 1981 par John Waters lors des visionnements de son film *Polyester*: des cartes « Grattez-et-Sentez » avaient été distribuées aux membres du public afin qu'ils puissent « sentir » le film — qui parle essentiellement d'alcoolisme et de fétichisme des pieds.) Des inventions novatrices comme *Oculus Rift* et *Google Glass* vont également révolutionner la façon de regarder un film: l'industrie de la réalité virtuelle, en constante expansion, pense engendrer des revenus de 75 milliards de dollars d'ici 2021 (peut-être que d'ici là, les casques seront plus élégants).

ÉCHELLE HUMAINE

Aussi impressionnantes qu'elles puissent nous sembler, les nouvelles avancées technologiques dans le cinéma par l'expérience immersive des films nous sont déjà familières. Une étude scientifique de 2016 a révélé que l'air ambiant dans les salles de cinéma subit des transformations chimiques en fonction des réactions du public. Ce que nous sentons au cinéma, ce n'est pas seulement les odeurs de pop-corn et d'haleines ordinaires. Même sans siège mobile ou brume artificielle, nos émotions ressenties changent l'odeur de la salle de cinéma dans laquelle nous nous trouvons. *Wonder Woman* ne suscitera pas le même effet que *Les Proies*, mais c'est le public avec ses réactions biologiques, et non l'intelligence artificielle, qui en est la cause. Au fil du générique de fin qui défile devant nos yeux, le futur nous appartient, et est à façonner selon nos envies.



Muse : Carrie-Anne Moss dans le rôle de Trinity dans *The Matrix* (1999)

Tenues de luxe en cuir chez Saint Laurent et Proenza Schouler qui a imité le latex 'ne-m'embêtez-pas' de Trinity (le mieux réussi honnêtement depuis la Catwoman de Michelle Pfeiffer).

MODE FUTURISTE



DVF photographiée par Le Kit à Toronto.

Absolument fabuleuse

Conversation avec Diane von Furstenberg, grande dame de la mode toujours inspirante

PAR LAURA deCARUFEL | PHOTOGRAPHIÉ PAR CHRISTOPHER WAHL

On s'attend à ce qu'elle soit remarquable. Après tout, elle s'appelle Diane von Furstenberg, la créatrice de mode innovatrice qui a présenté la robe cache-cœur au monde entier et qui est apparue vêtue de la robe sur la couverture de Newsweek en 1976 à l'âge de 29 ans. Elle a réussi à tirer le meilleur d'une décennie regorgeant d'excès : elle a marié et divorcé un prince, elle a bâti une entreprise générant plusieurs milliers de dollars, a élevé deux jeunes enfants, s'est liée d'amitié avec les plus grands noms de la décennie — Warhol, Jagger et Steinem (qui l'ont inspirée à laisser tomber son titre royal en faveur de Mlle). « Mlle était synonyme de liberté, » von Furstenberg a écrit dans son mémoire de 2014, très agréable à lire soit dit en passant, *The Woman I Wanted to Be*, qui inclut aussi des aveux francs à propos de ses aventures avec Ryan O'Neal et Richard Gere à son époque *American Gigolo* (« difficile à résister »). Elle a vécu « une vie d'homme dans un corps de femme, » se rendant souvent seule au Studio 54 : « je me sentais comme un cowboy qui entre dans un saloon. »

Dans les décennies qui ont suivi cette époque, von Furstenberg a émergé en tant qu'éminence grise de la mode américaine et un peu comme sa conscience aussi. Au sein de son rôle en tant que présidente du *Council of Fashion Designers of America*, elle a établi des normes pour l'industrie afin de protéger les mannequins, incluant un travail auprès d'experts médicaux pour créer des ateliers de sensibilisation sur les troubles alimentaires et instituant une règle 16 ans et plus pour les défilés de mode des membres du CFDA. En 2010, elle a lancé les *DVF Awards*, qui ont pour objectif de récompenser des « femmes extraordinaires » ; Hillary Clinton et Oprah Winfrey font partie des personnes distinguées récemment récompensées. Ces jours-ci, elle est souvent photographiée aux côtés de son mari de longue date, le magnat Barry Diller, et sa tribu élégante d'enfants et de petits-enfants. L'abréviation DVF est comme un raccourci pour un monde de glamour, de célébrité et, par-dessus tout, de réussite. L'éblouissement est impliqué.

En personne, la légende est impressionnante. Au printemps dernier, elle s'est rendue à Toronto à l'occasion de Suzanne Rogers Presents, où elle était l'invitée d'honneur. Cet événement est une importante collecte de fonds où tous les profits de la collecte sont versés au programme *Just Like a Girl You Know* de Covenant House sur la prévention de la traite des personnes. Après, lors du déjeuner qui a suivi, von Furstenberg nous a parlé de féminisme, de mode et des femmes qui l'ont aidée durant son parcours vers la super célébrité. Plus tôt dans la matinée, elle s'est assise avec Le Kit dans une salle entièrement peinte en rose pour une séance de portrait et une entrevue de six minutes, la brièveté ne trahissant pas son impact et exemplifiant même l'ADN fondamental de la marque. Elle n'a pas retiré ses lunettes fumées.

Votre robe cache-cœur a connu un énorme succès auprès des femmes au même moment où le féminisme commençait à s'imposer au sein de la culture populaire. Comment décririez-vous

la connexion entre la mode et la démarginalisation des femmes?

« Là où les femmes ont un avantage est qu'elles ont l'option des bijoux, des couleurs — elles ont accès à toutes ces choses qu'elles peuvent faire pour s'aider à se projeter elles-mêmes. Du même coup, elles peuvent aussi parfois être esclaves de leur apparence. Donc à mon avis, l'autonomisation des femmes commence par le don de la confiance en soi aux femmes. »

Comment décririez-vous votre relation envers la confiance en soi?

« La confiance en soi est primordiale. L'attitude est primordiale. Si vous ne vous sentez pas jolie — et cela nous arrive toutes fréquemment — il faut se dire, "Eh ben vous savez quoi? Je vais jouer le jeu." Je me suis préparée pour le bal du MET et j'étais assise à une table avec six femmes superbes. Elles ont 18, 24, 27 et 35 ans — je veux dire la plus vieille avait 35 ans et puis, me voilà, à 70 ans. Alors, comment gérer cela? Lalalalalère, tu te maquilles, tu te coiffes, et puis au final ce qui fait vraiment une différence est ta propre attitude. Soit, tu bois une téquila, ou autre chose, et puis tu y vas. Après tu te retrouves en train de danser avec Jaden Smith sur le tapis et cela fait les rondes sur Internet et tout le monde te dit, "Oh tu es superbe!" et je me dis, « Eh bien, je ne me sentais pas si superbe! J'avais l'impression de ressembler à un abat-jour. »

Quelle est la chose la plus étonnante que vous avez apprise en tant qu'entrepreneuse?

« Être entrepreneuse et être femme d'affaires sont deux choses différentes. Être entrepreneuse veut dire oser et prendre des risques. Et j'ai définitivement été une entrepreneuse à plusieurs reprises. Ce que j'aurais aimé savoir, ou souhaité avoir fait, est un plan d'affaires, ce que je n'ai jamais fait, et c'est fou. Mais mon fils [Alexander von Furstenberg] m'a aidée. C'est un amour. Mon plus grand accomplissement dans la vie, c'est ma famille. »

Qu'est-ce qui vous inspire?

« Les gens. Il ne faut pas avoir d'idées préconçues à leur égard — chaque personne est un roman. Chacun a sa propre histoire, et lorsque vous arrivez à ce moment où vous avez trouvé votre voix, et qu'en ayant une voix, vous pouvez l'utiliser pour ceux ou celles qui n'ont pas de voix. »

Qu'est-ce qui vous rend heureuse?

« Je crois que la générosité est, non seulement le meilleur investissement dans la vie, mais aussi la source du bonheur. Et quand vous commencez à manifester votre générosité et que vous l'utilisez, vous observez ensuite les miracles qui sont créés. Et soudainement, vous vous retrouvez avec une baguette magique entre les mains et vous vous sentez si reconnaissants. Et plus vous le faites pour les autres, puis ils le font aussi, et soudainement vous avez créé une chaîne de l'amour. »

VIE DE STAR : MODE, FAMILLE ET AMIS CÉLÈBRES

« Mon plus grand accomplissement dans la vie, c'est ma famille, » DVF a dit à *Le Kit*. À droite : DVF avec sa petite-fille Talita. Ci-dessous, à gauche : son fils, Alexander, et sa fille, Tatiana, lorsqu'ils étaient enfants. Ci-dessous à droite : DVF avec sa mère, à qui elle attribue sa force intérieure.



À gauche : DVF à Toronto chez Suzanne Rogers Presents, avec André Leon Talley. Ci-dessous : Des morceaux de la collection Automne 2017 de Diane von Furstenberg, créés par Jonathan Saunders.



Ci-haut : La clique VIP de DVF inclut Oprah, Beyoncé, Gloria Steinem, Raquel Welch et Diana Ross.



Meilleurs moments

Moments marquants d'une grande carrière



1972
DVF à son bureau le jour où elle a ouvert son studio new-yorkais.



1976
La couverture iconique du *Newsweek*, qui l'a décrite comme « dessinatrice de robes ».



1976
Dans le film *Taxi Driver*, Cybill Sheppard est la première célébrité à porter la robe cache-cœur à l'écran.



1977
Un shooting photo pour *Interview Magazine*, qui l'a inspiré à ne plus se lisser les cheveux et à accepter ses boucles naturelles.



1980
Sur le tapis rouge avec son mari Barry Diller à la première du film *Urban Cowboy*.



2005
Lauréate radieuse après la cérémonie de remise du prix d'excellence pour l'ensemble de ses réalisations au *Council of Fashion Designers of America Awards*.



2010
Le lancement de la cérémonie de prix annuelle *DVF Awards*, qui a pour objectif d'honorer des femmes extraordinaires.



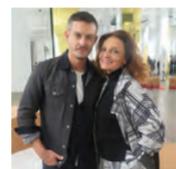
2013
Lors de l'exposition *Journey of a Dress* à Los Angeles, où 200 robes cache-cœur avaient été exposées.



2013
Google Glass fait sa première apparition sur les podiums lors du défilé Printemps 2013 DVF durant la Semaine de la mode de New York.



2013
Amy Adams incarne la séduction des années 70 vêtue d'une robe cache-cœur turquoise dans *American Hustle*.



2016
Une nouvelle ère pour la marque: DVF engage le créateur écossais Jonathan Saunders pour être à la tête de la marque.



2017
Toujours sous les projecteurs, sur scène dans son rôle en tant que présidente du *Council of Fashion Designers of America*.

Pionnière autodidacte

La suite de la page couverture

Heureusement, elle n'a pas quitté son emploi de jour. Mais c'était sa façon de se vêtir au quotidien qui l'a pointée dans la direction de la créatrice de mode qui allait redéfinir avec audace les règles de ce qu'une jeune femme devrait faire, et porter. Pendant qu'elle vivait une liaison amoureuse avec un riche soldat et cavalier sur sa propriété de campagne, elle portait des pantalons pour hommes altérés, des chemises blanches, des cravates et des chapeaux de canotier. En 1910, à 27 ans, elle a ouvert sa première boutique à Paris, vendant des chapeaux, et commençant à habiller les dames de la haute société, en mélangeant de façon ludique les diamants aux bijoux de fantaisie, les fausses perles aux vraies perles. Trois ans après, alors qu'elle concevait des vêtements pour l'ouverture de sa deuxième boutique à Deauville elle a été créditée pour avoir libéré le corps des femmes des corsets restrictifs de l'époque, en offrant des tenues faciles à porter, ne restreignant pas les mouvements, et faites à partir de jerseys normalement réservés aux maillots de corps pour hommes. Les grands artistes de l'époque — Cocteau, Diaghilev, Dali et Picasso — se sont tournés vers son esprit d'innovation et se sont inspirés de son œuvre : Les Baigneuses de Picasso portent les nouveaux maillots de bain ajustés et sans jupe qu'elle avait créée.

Quand Chanel a tenté sa chance dans la création d'un parfum en 1921, elle adopta une approche tout aussi déterminée. « Apparemment, elle a demandé à Ernest Beaux, le parfumeur qui a créé Chanel No.5, de créer un parfum si riche et si opulent qu'aucun autre parfumeur ne pourrait se permettre de recréer, » relate Olivier Polge, parfumeur actuel de la maison, lors de notre entrevue à New York. « Elle lui a également demandé un parfum artificiel — décrivant son propre travail de création comme étant une construction de robes et elle désirait obtenir un parfum qui serait aussi construit, c'est à dire dont l'identité proviendrait d'une combinaison de notes. »

Polge, qui a suivi les traces de son père Jacques en 2015 en occupant cette



Coco Chanel en 1936, incarnant le person-nageglamour qu'elle s'est créé pour elle-même. À droite : Gabrielle en 1909, avant sa réinvention.

position prestigieuse, s'est inspiré de cette approche pour créer Gabrielle, la toute dernière interprétation parfumée de sa personne. Il a déconstruit des fleurs blanches — jasmin, ylang-ylang, néroli et fleur d'orange — en isolant et en combinant certains aspects dans une formule aux effluves à la fois familières et nouvelles. « Dans mon esprit, c'était comme si la combinaison de ces fleurs créait une fleur imaginaire », explique-t-il. « C'est très frais et pétillant; ce sont des aspects tech-

niques qui nous semblaient impossibles à maîtriser dans le passé, donc avec ces mêmes éléments, nous pouvons aujourd'hui créer un parfum nouveau et moderne. »

Ayant pour mandat de représenter le goût et l'esprit de cette femme historique qu'il n'avait jamais rencontrée, Polge regarda dans les archives de la maison pour trouver les notes qui deviendraient les étoiles du parfum. « Elle a travaillé auprès de deux parfumeurs, Ernest Beaux et Henri Robert, et j'ai toutes leurs formules qui n'ont jamais été réalisées », dit Polge, « Je peux voir la progression de son travail, et certaines fleurs en particulier étaient toujours présentes. » Tout comme Chanel a utilisé de façon délibérée certains éléments de ses créations qui sont devenus emblématiques en raison de leur répétition — cuir matelassé, ganses de sac à main en chaîne, perles — elle savait exactement quelles odeurs lui plaisaient. Je suis convaincue qu'il y avait quelque chose qu'elle aimait vraiment dans ces matières à l'état brut et je pense que cela révèle quelque chose sur sa sensibilité. J'ai donc conservé ce vocabulaire, » explique Polge. Mais ce dernier a pris soin de ne pas s'enliser dans la nostalgie, ou un luxe étouffant, puisque Chanel préconisait l'innovation avant toute autre chose. Après tout, comme dit Polge : « Les choses qui ne sont que de bon goût finissent souvent par être un peu ennuyeuses. » Et ça, c'est une chose que Chanel n'a jamais été.

REBELLES EN CHANEL

Coco Chanel a laissé un patrimoine inestimable d'élégance intrépide et avant-gardiste qui continue avec chaque nouvelle génération. Voici des jeunes femmes intrépides qui, chaussées en Chanel, suivent les mêmes traces.

À partir de la gauche : Kristen Stewart, le visage du parfum Gabrielle, donne l'impression de porter une robe de soirée avec ses shorts de cyclistes et son bustier pailletés; les chaussures de sport mauves de Rihanna et son expression grivoise sont les accessoires idéaux; la coupe tête rasée d'un seul côté d'Alice Dellal surprend et se porte à merveille avec la robe Chanel en gossamer; les tresses hérissées de Willow Smith et sa combinaison futuriste sont faites l'une pour l'autre.



PHOTOGRAPHIES : ©BOUTESSKY/PH/CHANEL © LIPNITZKI / ROGER-VIOLETTE © DR. (CHANEL), GETTY IMAGES (REBELLES EN CHANEL)

LE KIT

Rédactrice en chef
Laura deCarufel
@Laura_deCarufel
@LauradeCarufel

Directrice artistique
Jessica Hotson
@jesshotson

Directrice de la rédaction
Kathryn Hudson
(on leave)
@hudsonkat

Rédactrice beauté
Rani Sheen
@ranisheen

Rédactrice mode
Jillian Vieira
@JillianVieira

Édition numérique
Caitlin Kenny
@caitlinken_insta

Gestion de la rédaction
Eden Boileau
@lilyedenface

Adjointe à la rédaction
Veronica Saroli
@vsaroli

Adjointes à la direction artistique
Sonya van Heyningen
@svanh7

Kristy Wright (on leave)
@creativewithak

Aimee Nishitoba
@studio.aimee

Éditrice, The Kit
Giorgina Bigioni

Directrice de projets, Médias numériques
Kelly Matthews

Pour toutes questions liées à la publicité:

Directrice des collaborations
Evie Begy
eb@thekit.ca

Coordonnatrice des collaborations
Sarah Chan

Coordonnatrice marketing
Nikki Lewis



(c) 2017, Le Kit, est une division de Toronto Star Newspapers Limited.

President and CEO, Torstar, and Publisher, Toronto Star
John Boynton

Rédacteur en chef, Toronto Star
Michael Cooke

THE KIT X L'ORÉAL PARIS



Précieux rubis

La saison des Fêtes approche et il n'y a pas meilleur moment pour jouer la carte du glamour. Le maquillage tout indiqué? La tendance bourgogne monochrome.

1. Route des vins

Donnez le coup d'envoi à votre mise en beauté avec de riches tons cabernet. Fardez vos paupières de ces ombres hautement pigmentées à tenue irréprochable et agencez plusieurs nuances afin de créer un sublime camaïeu. Astuce : superposez des textures mates et satinées pour ajouter de la dimension.

OMBRES À PAUPIÈRES COLOUR RICHE MONO DE L'ORÉAL PARIS NUANCES VIOLET BEAUTÉ ET MATTE-ISON AVENUE, 7,99\$

2. Ligne d'arrivée

Accentuez votre regard pourpre à l'aide d'un traceur liquide bien foncé. La forme ergonomique du Liner Noir permet un contrôle accru et une application des plus faciles, faisant de lui l'allié de choix pour obtenir un œil de chat parfait à tous coups.

TRACEUR YEUX VOLUMINOUS LINER NOIR DE L'ORÉAL PARIS, 12,99\$

3. Et que ça brille

Faites scintiller vos mirettes en les parant d'une ombre rose au fini métallique. Pssit! Le pro hollywoodien, Mario Dedivanovic, qui s'est fait connaître en tant que maquilleur de Kim Kardashian, raffole de ces fards.

OMBRE À PAUPIÈRES INFALLIBLE 24 HR MONO DE L'ORÉAL PARIS NUANCE GLISTENING GARNET, 10,99\$

4. Clin d'oeil

Complétez le maquillage de vos yeux avec le mascara qu'on retrouve dans la trousse des plus grands experts. En plus d'augmenter de cinq fois le volume des cils, cette formule novatrice demeure douce au toucher sans jamais s'effriter. Multipliez les couches pour en intensifier l'effet.

MASCARA VOLUMINOUS ORIGINAL NUANCE NOIR DE L'ORÉAL PARIS, 10,45\$

5. Moue merlot

Comment compléter les paupières les plus tendance de l'heure? En les harmonisant à une bouche couleur framboise. Optez pour un produit qui tiendra en place toute la nuit. Ce rouge à lèvres liquide ultra mat résistera au champagne, aux hors-d'œuvre et aux baisers, sans jamais assécher vos lèvres.

ROUGE À LÈVRES LIQUIDE INFALLIBLE PRO MATTE NUANCE MATADOR DE L'ORÉAL PARIS, 13,99\$

Disponible chez





Chloé