

lefigaro.fr/madame

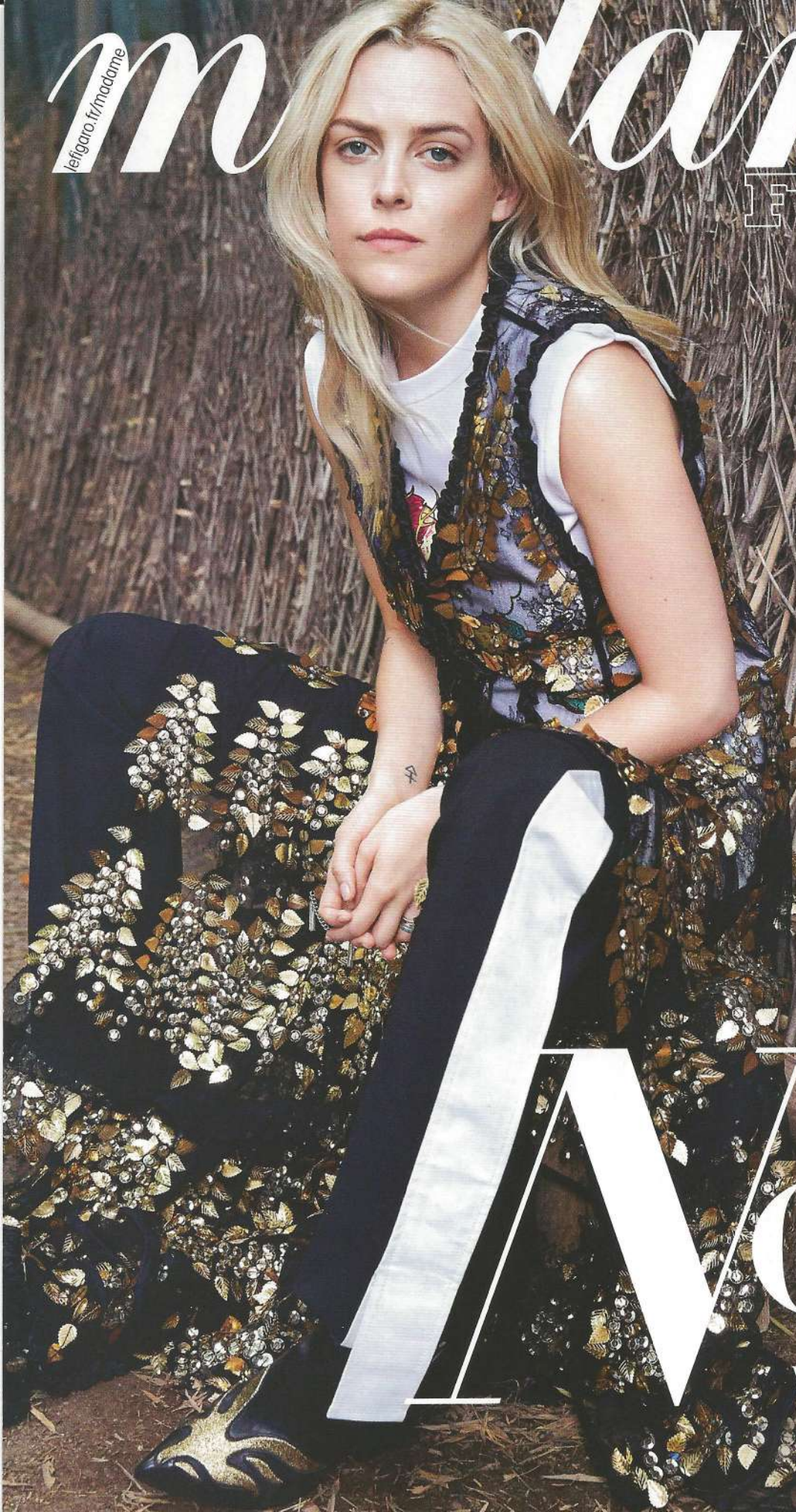
# madame

FIGARO

COVER STORY  
**RILEY  
KEOUGH**  
LA PETITE-FILLE  
D'ELVIS PRESLEY  
FAIT SENSATION  
PHOTOGRAPHÉE  
PAR PATRICK DEMARCHELIER

# CAPSUR NOËL

HIGH-TECH,  
VINTAGE, DÉCALÉ...  
120 IDÉES CADEAUX  
ULTRA-STYLÉS



TENDANCE

LE FAUX, AU POIL !



DRIES VAN NOTEN



**LA PERSONNALITÉ**

La chanteuse Rita Ora en manteau « éco-fur » signé Miu Miu.



**IT DÉTAIL**

Le tee-shirt à empiècement poilu de Zara.



**LA PIÈCE FORTE**

La petite veste vert émeraude de Burberry.



**L'ACCESSOIRE**

La sandale en fourrure multicolore de Marco de Vincenzo.

À EN CROIRE les annonces à répétition de la fashion sphère, il semblerait que la (vraie) fourrure ne soit plus victime de la mode. Car, après Stella McCartney (reine de la mode éthique), Giorgio Armani, Ralph Lauren, Tommy Hilfiger ou encore Topshop, la maison italienne Gucci a elle aussi décidé de bannir la vraie fourrure de ses collections. Si son prix et son côté fantaisie faisaient déjà les yeux doux aux addicts d'une silhouette douillette, le pelage synthétique affiche désormais les traits d'une pièce aussi stylée que l'originale. Manteaux, sacs, chaussures, écharpes..., cette saison, ce sont tous les hits du vestiaire grand froid qui caressent dans le sens du poil.



**ROUGE ÉTERNEL**

Un milliard de tubes de rouges à lèvres sont achetés chaque année et... jetés. En réfléchissant aux dégâts écologiques engendrés par ce constat, Nicolas Gerlier, lauréat du concours Start in Cosmetic l'an dernier et ex-directeur marketing chez L'Oréal, a lancé La Bouche Rouge, première maison de lipsticks écoresponsable de luxe. La bonne idée ? Créer un écrin de rouge à lèvres rechargeable. L'objet est beau – en métal et cuir –, les couleurs, signées par la make-up artist Wendy Rowe et la top-modèle engagée Anja Rubik (photo), sont ultra-désirables, et le tout est écolo. Chez Colette, au Bon Marché à Paris et sur [www.laboucherougeparis.com](http://www.laboucherougeparis.com)

LE WEB EN BREF



**LE SITE**

**Whisperies.com.** Avec ses 150 histoires animées et sonorisées, la plateforme va séduire les enfants de 2 à 10 ans. Sur abonnement.



**L'APPLI**

**Leedstime.** Dédiée aux courts documentaires, elle promet de faire passer le temps intelligemment dans les salles d'attente.



**LE BUZZ**

« Let's go to France ». Avec son photomontage (grossier) de Paris, le graphiste Renato Prkic est la risée de la Toile.

PAR MARION DUPUIS, MARION GÉLIOT ET CLÉMENCE POUGET