



THE YEAR IN FASHION 2021



LYST

Cette année a vu l'arrivée du vaccin et avec lui, la transition vers la « nouvelle normalité » ; nous nous sommes habillés pour sortir et nous sentir bien. Mais les effets de la pandémie de COVID ont persisté; nous avons cherché du confort et de nouveaux types de vêtements pour notre vie professionnelle, tandis que les écrans ont continué de nous influencer, aujourd'hui plus que jamais. Tout au long de l'année, plus de 150 millions de consommateurs ont consulté la plateforme de shopping de mode Lyst. Nous avons analysé leurs recherches, leurs visites et les chiffres de ventes pour célébrer les histoires qui ont façonné la mode de cette année. De l'essor de la mode numérique au dopamine dressing, d'Harris Reed à Hailey Bieber, voici les tendances qui ont façonné l'année 2021.

CONTENTS

PAGE No.

MOUVEMENTS	3
MOMENTS	4
↳ DANS LA VRAIE VIE	5
↳ À L'ÉCRAN	6
↳ MUSIQUE	7
BORN ONLINE	8
VOS FAVORIS	9
↳ MARQUES EN VOGUE	10
↳ PIÈCES MODE	11
↳ SNEAKERS	12
↳ LOGO	13
↳ COLLABORATIONS	14
PERSONNALITÉS	15
↳ INFLUENCEURS MODE	15
2022	17
↳ ET APRÈS ?	17
↳ MARQUES À SUIVRE	18
↳ STARS À SUIVRE	19





MOUVEMENTS

NUMÉRIQUE

Alors que le style personnel se vit et s'exprime de plus en plus en ligne, les marques de mode étendent leur offre numérique : des NFTs et des collections de mode virtuelles à des collaborations avec des jeux vidéo comme Roblox. Plus récemment, Balenciaga s'est associé à Fortnite pour proposer des articles de mode numériques inédits dans le jeu ainsi qu'une ligne de produits physiques. Dans les 24 heures qui ont suivi le lancement de la collection capsule physique, le nombre de recherches de « balenciaga x fortnite » a progressé de 72 %, tandis que la demande de pièces Balenciaga a augmenté de 49 %. Lorsque la marque de mode new-yorkaise indépendante Collina Strada a organisé son tout premier défilé virtuel en mai, elle a enregistré une croissance de 28 % du nombre de recherches.

ÉCO-RESPONSABILITÉ

En 2021, les célébrités ont davantage utilisé leurs réseaux pour sensibiliser à la mode durable. Joaquin Phoenix a porté le même costume Stella McCartney à toutes les cérémonies de remise de prix tandis que Lorde a choisi des marques qui utilisent des tissus invendus – Collina Strada et Bode, respectivement pour son clip « Solar Power » et pour sa tenue de tapis rouge au Met Gala. Le shopping éco-conscient a également pris de l'ampleur : la demande d'articles en cuir végane a bondi de 178 % et les recherches de produits colorés avec des plantes ont augmenté de 131 % comparé à l'année précédente.

MODE NON-GENRÉE

Le rapport au genre évolue dans la mode et cette année, le mouvement est mené par quelques-uns des plus grands noms de la musique. Lil Nas X a porté une jupe Louis Vuitton lors de son apparition dans l'émission The Tonight Show Starring Jimmy Fallon en mai, et par la suite, les recherches de « jupe Vuitton » ont enregistré une croissance de 138 % ce même mois. De plus, Justin Bieber, Bad Bunny et A\$AP Rocky ont récemment été vus avec des colliers en perles et les recherches du bijou ont augmenté de 86 % par rapport à l'an dernier.

A photograph of a person wearing a bright red puffer jacket, seen from the side, hugging a light-colored dog. They are in a crowd of colorful balloons, with a prominent green balloon in the lower left foreground. The background is filled with various colored balloons, creating a festive and joyful atmosphere. The word "MOMENTS" is overlaid in large, black, sans-serif capital letters on the left side of the image.

MOMENTS

Dans la vraie vie



1. Dopamine Dressing

Après avoir passé la majeure partie de 2020 à notre domicile, nous avons cherché cette dernière année à troquer nos tenues de détente pour des vêtements qui nous apportent de la joie. Entre les mois d'avril et d'août, les recherches d'articles lumineux et colorés, en particulier rose, orange, jaune et vert vifs, ont grimpé de 191 % et entre les mois de mars et d'août, les demandes en bijoux audacieux, notamment « colorés », « ornés de perles », « arc-en-ciel » et « en résine » ont explosé de 545 %.

2. Prêt pour la vaccination

Avec la distribution des doses de vaccin contre la Covid-19 partout dans le monde, les « t-shirts de vaccination » sont vite devenus des tendances de mode. Dolly Parton et son t-shirt à « épaules dénudées » en sont le parfait exemple. Les recherches de hauts comprenant les termes « asymétrique » et « épaules dénudées » ont grimpé de 73 % entre les mois de février et de mars.

3. Le retour des sorties

Avec la levée des mesures de distanciation sociale, les festivals de musique et la vie nocturne ont fait leur retour et ont entraîné la réapparition de la mode de « soirée ». Comme dans les années 1920, les tenues courtes ont fait partie des tendances avec la plus forte croissance en 2021, avec une augmentation de 221 % du nombre de recherches de mini-jupes et de mini-ropes par rapport à l'an passé. Le nombre de recherches de talons hauts n'a cessé de croître dans le monde depuis le mois de mai et les « talons disco » ont atteint un pic à 233 % ce même mois.

4. Des tenues professionnelles casual

Alors que les travailleurs ont progressivement fait leur retour en présentiel en deuxième partie d'année, les employés occupant un poste de bureau ont opté pour une version plus confortable et décontractée du code vestimentaire traditionnel de l'entreprise. Au mois d'août, les demandes de costumes oversize ont grimpé de 109 % par rapport à l'an dernier, tandis que les pantalons larges ont été très en vogue au mois de juillet avec des demandes en hausse de 87 %.

5. La mode sportive

De grands événements sportifs comme les Jeux olympiques et l'Euro ont suscité un intérêt pour les tenues de sport. En juin, avant l'Euro 2020, les recherches mondiales de t-shirts de « football » et de « soccer » ont augmenté de 33 %. Aux Jeux olympiques de Tokyo, l'entrée officielle des épreuves de skateboard dans la compétition a fait les grands titres et le nombre de recherches de la collection Nike SB et plus particulièrement des baskets Dunk Low ont progressé de 100 % en seulement 48 heures.

6. Le retour du Met Gala

Après avoir été reporté puis annulé en 2020, l'un des plus grands événements à tapis rouge de l'année est de retour. Par conséquent, les recherches en ligne de Brother Vellies, qui a habillé Alexandria Ocasio-Cortez d'une robe de mariée comportant une phrase invitant à « taxer les riches », ont augmenté de 120 % en moins de 24 heures et les pages d'ERL, qui a été vu sur A\$AP Rocky, ont enregistré une hausse de fréquentation de 259 %. C'est Balenciaga qui a obtenu la plus forte croissance (porté par Rihanna, Kim Kardashian et Elliott Page) avec un pic de recherches à 505 % en 48 heures.

7. La frénésie du mois de la mode

Le mois de la mode a fait son retour officiel avec des événements et des défilés en présentiel. Presque une semaine après la fashion week de New York, les recherches de mini sacs (+56 %), de jupes Thom Browne (+36 %) et de mailles à trous (+33 %) ont augmenté. Les vêtements BCBG ont été populaires à la fashion week de Londres : les mocassins en cuir (+28 %) et les t-shirts à col au style jeune (23 %) ont fait un bond en quelques semaines. Balenciaga a suscité le plus grand intérêt dans les recherches en ligne, après son défilé, grâce à un partenariat inattendu avec les Simpson – la fréquentation de ses pages a grimpé de 355 % en 24 heures.

1. Bridgerton

Lyst a initialement inventé le terme « Regencycore » face à la demande de corsets générée par la série Netflix au début de l'année. En moins d'une semaine après son lancement, les recherches de corsets en ligne ont augmenté de 23 %. Ce style d'inspiration royale a eu une telle influence que le terme en lui-même a suscité plus de 105 000 mentions sur les réseaux sociaux en 2021.

2. Gossip Girl

La sortie du reboot de Gossip Girl sur HBO Max en juillet a provoqué l'apparition d'un nouvel élan pour tous les styles BCBG. Juste après son lancement un peu plus tôt dans le mois, on a noté une hausse significative de la demande pour les vêtements dont le style rappelle les uniformes de travail et d'université, notamment les gilets écossais (+47 %), les jupes de tennis (+41 %) et les chemises à col montant (+34 %). De plus, la fréquentation des pages de blousons bombers s'est élevée de 53 % par rapport à l'an dernier.

3. Halston

Après la sortie en mai de la mini-série Netflix sur le créateur de mode disco des années 70, les recherches de la marque Halston ont explosé de 550 % en moins d'un mois. En parallèle, plus de 10 000 utilisateurs de Lyst ont recherché des robes dos nu, soit l'une des silhouettes signatures d'Halston.

4. Le Serpent

Le drame policier britannique du milieu des années 70 a généré un grand nombre de recherches pour les principaux articles de mode de la décennie, comme les pantalons à pattes d'éléphant (+34 % en avril, lorsque la série est sortie sur Netflix), les hauts dos nu (+27 %) et les foulards imprimés (+13 %). Ces articles sont souvent portés par Monique dans la série, un personnage qui a inspiré les internautes pour adopter son style bobo des années 70. Son costume bleu sarcelle en particulier, a entraîné une hausse de 66 % du nombre de recherches pour des articles similaires, peu après la sortie de la série.

5. House of Gucci

Le film a suscité un grand intérêt avant sa sortie officielle en salle le 24 novembre, grâce à la publication de photos des acteurs Lady Gaga et Adam Driver sur le tournage. Lorsque la bande-annonce a été dévoilée en août, les recherches de Gucci ont grimpé de 173 % et les pages de robes à pois et en dentelle (portées par Lady Gaga dans le rôle de Patrizia Reggiani) ont enregistré une hausse du nombre de vues, à hauteur de 100 %. Les lunettes d'aviateur de Gucci (portées par Adam Driver) ont également progressivement gagné en popularité.

6. Sex Education

La série Netflix a fait son retour en septembre avec sa troisième saison et les costumes des années 80 portés par les acteurs ont inspiré les consommateurs. Une semaine après sa sortie, les recherches en ligne de blousons bombers à lettres ont augmenté de 93 % et les pages de vêtements d'extérieur ont reçu plus de 10 000 visites par jour. Le personnage principal Aimee Gibbs, interprétée par Aimee Lou Wood, et son jean à pattes d'éléphant ont entraîné une hausse de 50 % des recherches en moins de 48 heures.

7. Savage X Fenty Show Vol. 3

Rihanna a organisé un nouveau défilé-spectacle Savage X Fenty le 24 septembre avec de nombreuses personnalités. Les articles, qui vont du latex à la peau de serpent, ont provoqué une augmentation des recherches de sous-vêtements, en particulier de la lingerie « colorée » et « fluo », avec une croissance de 116 % moins d'une semaine après la présentation du spectacle.

8. Squid Game

La série coréenne à succès fait désormais partie des séries les plus populaires de tous les temps sur Netflix et compte tenu de sa période de lancement, avant Halloween, elle est devenue une grande source d'inspiration mode. Les recherches mondiales des vêtements signatures de la série – les survêtements (+97 %), les baskets blanches sans lacets (+145 %), les combinaisons de travail rouges (+62 %) et les t-shirts blancs à numéro (+35 %) – ont toutes augmenté. Les baskets sans lacets de Vans, en particulier, sont les plus vues depuis la sortie des épisodes, tandis que la demande de la couleur bleu sarcelle s'est élevée de 130 %.

À l'écran



1. Dua Lipa – Future Nostalgia

Avec Future Nostalgia, la star de la pop britannique est à l'origine de nombreuses inspirations vestimentaires à chacun de ses clips, du style rodéo de « Love Again » au Regencycore de « Demeanor ». Les recherches du bikini zébré de The Attico porté par Dua Lipa dans « Love Again » ont grimpé de 224 % après la sortie de la vidéo.

2. Kanye West – Donda

L'album tant attendu du rappeur, Donda, est arrivé au mois d'août avec une première listening party artistique à Atlanta, lors de laquelle Kanye West portait une doudoune rouge de sa collaboration Yeezy x Gap. Dans les 24 heures qui ont suivi l'événement, la fréquentation des pages de blousons rouges a augmenté de 73 % et les recherches de sa marque Yeezy ont bondi de 128 % ce même mois. Après la seconde listening party de Donda – lors de laquelle Kanye West portait une tenue complète de Balenciaga – les recherches de la marque se sont élevées de 81 % en 24 heures.

3. Billie Eilish – Happier Than Ever

L'auteure-compositrice a troqué ses célèbres vêtements larges et ses pièces streetwear de créateur pour des hauts en corset et des articles SKIMS dans son nouvel album Happier Than Ever. Le nouveau look de Billie Eilish est apparu pour la première fois sur la couverture du Vogue britannique en juin et a généré une croissance de 74 % du nombre de recherches de corsets en ligne, en seulement deux jours. Après que la star a porté un pantalon en latex à l'événement de lancement de son album en juillet, les recherches d'articles similaires ont bondi de 147 %.

4. Bad Bunny – Yonaguni

Le single à succès du rappeur et artiste pop latino « Yonaguni » figure parmi les chansons les plus tweetées de l'été 2021, mais son apparence a encore plus attiré l'attention. Une semaine après la sortie du clip en juin, les baskets Adidas Forum réalisées en collaboration avec Bad Bunny, qu'il porte dans la vidéo, ont enregistré une hausse de 125 % du nombre de recherches.

5. Doja Cat - Kiss Me More

L'artiste et interprète de Planet Her s'est appuyée sur un style spatial pour son troisième album et lorsque le clip de « Kiss Me More » est sorti en avril, les recherches de « mode spatiale » ont augmenté de 55 %. Avec la révélation de la couverture de son album en juin, les recherches de corsets métalliques ont grimpé de 40 %. Et après avoir animé les MTV Video Music Awards (VMA) 2021, l'une de ses tenues – un look Thom Browne du printemps 2018 – a enregistré une croissance de 24 % du nombre de recherches en 24 heures.

6. Olivia Rodrigo – Sour

La star de Sour a retranscrit la nostalgie du début des années 2000, à la fois dans sa musique et dans sa garde-robe. Après avoir posté une photo d'elle sur Instagram portant les cuissardes à plateforme Kiki de Marc Jacobs, la fréquentation de la page de l'article a bondi de 225 % en 48 heures. Son clip « Brutal » a également pesé lourd sur la tendance mode Y2K et les recherches du style ont doublé dans les deux semaines qui ont suivi son lancement.

7. Lisa des Blackpink – Lalisa

La star de K-pop et membre des Blackpink s'est lancée en solo avec Lalisa et son premier single du même nom, qu'elle a interprété sur le plateau de l'émission The Tonight Show Starring Jimmy Fallon le 11 septembre. En seulement 24 heures, les hauts à strass et paillettes ont enregistré une croissance de 12 % et les baskets Superstar d'Adidas, qu'elle porte dans le clip, ont également gagné 36 % de recherches. Le clip de son deuxième single « Money » fait apparaître les après-ski Hello Kitty. Ils ont ainsi connu un pic de 369 % en une semaine et sont devenus le deuxième produit le plus recherché de la marque.

Musique

BORN ONLINE

1. Tendance Y2K

La renaissance de la mode d'il y a quelques années est arrivée. Les jeunes générations s'inspirent des anciennes tenues de Paris Hilton et de Britney Spears ainsi que de marques qui ont connu leur apogée dans les années 2000, comme Von Dutch, Juicy Couture et Ed Hardy. Le hashtag #y2kfashion a généré plus de 220 millions de vues sur TikTok, tandis que les recherches de « Y2K » ont gagné 389 % en un an. De plus, le « it-bag » de la décennie, le sac Baguette de Fendi, a enregistré une hausse de fréquentation de sa page de 290 % par rapport à l'an dernier.

2. La génération Z contre les Millennials

Si TikTok s'est imposé dans le monde des réseaux sociaux en 2020, ses courtes vidéos se sont emparées des discours de mode en 2021. Des débats de style ont émergé sur la plateforme, en particulier entre la génération Z et les Millennials. Jean large ou skinny ? Cela dépend de la personne à qui vous posez la question (et certainement de son âge). D'après les recherches enregistrées en 2021, le jean large règne en maître avec une croissance de 55 % en un an et des marques comme Levi's et Weekday parmi les plus populaires.

3. Kidcore

La nostalgie continue d'alimenter notre style personnel. Kidcore est le style enfantin qui fait appel à des couleurs vives, à des accessoires inspirés des jouets et à des imprimés détonants. Ce type de vêtements légers s'est imposé dans le monde masculin, porté par le soutien de Pete Davidson, Justin Bieber et Tyler, The Creator. La marque de chaussures proche du kidcore, Crocs, a été très demandée cette année ; entre les mois de janvier et de septembre, il s'en est vendu sept paires par jour sur Lyst.

4. Royalcore

Sous l'influence de la série Netflix à succès Bridgerton, de la série documentaire de la BBC sur le règne d'Henry VIII et des divers films et séries sortis récemment sur la princesse Diana, les esthètes ont été fascinés par tout ce qui a trait à la mode dans la royauté. Sur TikTok, les spécialistes du style ont communiqué sur les tendances royalcore et princesscore, tandis que des célébrités ont fait grimper la demande pour des articles similaires, à l'instar de Bella Hadid, qui s'est affichée avec son collier « B » de Dilara Findikoglu (inspiré de celui de la reine Tudor Anne Boleyn). Tout au long de l'été, les recherches du terme « tudor » ont augmenté de 24 % et la robe « Tudor dress » de Reformation a été la plus consultée.

5. Cabincore

En réponse au phénomène du cottagecore de l'an dernier, le cabincore a pris la relève pour nos garde-robes d'automne. Cette tendance issue de TikTok mêle les styles normcore, gorpcore et des pull-overs confortables et pratiques. Elle privilégie les randonnées dans les bois et les séjours détente en chalet plutôt que les pique-niques ensoleillés à la campagne et la confection de pain. Les recherches de chaussures de randonnée ont augmenté de 234 % en un an et les chemises en flanelle ont suscité 145 % d'intérêt supplémentaire.



VOS FAVORIS



1. Nensi Dojaka

La mini-robe noire asymétrique de Nensi Dojaka figurait parmi les dix articles pour femme les plus populaires dans The Lyst Index, au premier trimestre 2021, et a enregistré plus de 7 000 recherches par mois en moyenne sur le reste de l'année. Avec cette version 2021 simple et sexy de la petite robe noire classique, la marque londonienne au style convoité a remporté un prix LVMH et constitue l'exemple vestimentaire parfait du retour de la mode de soirée cette année.

2. Christopher John Rogers

Christopher John Rogers est passé du statut de créateur new-yorkais en pleine expansion à celui de grand nom de la mode grâce à une collaboration avec Target, à un nombre croissant de célébrités parmi ses clients, dont Lady Gaga, Bella Hadid et Karlie Kloss, et à une brève apparition dans le reboot de Gossip Girl, qui a entraîné une hausse de 73 % des recherches de la marque en juillet.

3. I.AM.GIA

Avec une forte présence sur les réseaux sociaux, le soutien de « it-girls » et des contenus TikTok viraux inspirés du Y2K, I.AM.GIA est la marque de mode la plus populaire sur internet. Les pantalons sont la catégorie la plus plébiscitée de la marque, en particulier le pantalon Halo et ses découpes pelviennes, qui a récolté 164 % de recherches supplémentaires depuis le début de l'année 2021.

4. Harris Reed

Connu pour son approche non genrée de la mode, Harris Reed est d'abord apparu sur le devant de la scène pour avoir habillé Harry Styles. Les recherches du créateur ont augmenté de 189 % au premier trimestre 2021, après la sortie en décembre 2020 du numéro de Vogue faisant apparaître Harry Styles vêtu d'un article de Reed. En l'espace d'un an, Reed a remporté le prix du créateur révélation de l'année du magazine GQ, a lancé une première collection de mode et a collaboré avec MAC Cosmetics et la marque de bijoux Missoma.

5. Maximilian

Diplômé du London College of Fashion, Maximilian Davis a lancé sa marque en 2020 et l'a développée pendant la pandémie. Michaela Coel a foulé le tapis rouge des BAFTA 2021 vêtue d'articles Maximilian au mois d'avril, et la marque a enregistré une hausse de 49 % du nombre de recherches dans le mois qui a suivi. Elle compte également parmi ses clients des célébrités comme Naomi Campbell, Rihanna et A\$AP Rocky.

Marques en vogue

6. The Attico

La marque italienne a suscité une adhésion inédite grâce à des célébrités comme Hailey Bieber et Dua Lipa, qui a fait apparaître le bikini à imprimé zébré de The Attico dans son clip « Love Again » et ainsi entraîné une augmentation de 224 % des fréquentations de la page dès sa sortie, au mois de juin. Le style maillots de bain faisait partie des articles les plus populaires dans le monde au deuxième trimestre 2021 et les demandes de la marque se sont élevées de 65 % depuis le début de l'année.

7. Christopher Esber

Le créateur australien existe depuis 2010, mais ses robes de soirée et leurs détails en lacets au niveau du ventre s'inscrivent dans la lignée de la demande croissante en tenues de soirée observée en 2021, alors que les recherches de la marque ont augmenté de 54 % en un an. Les robes à découpes signatures de Christopher Esber figurent parmi les articles les plus plébiscités de la catégorie cette année, tandis que les robes de la marque ont gagné 49 % par rapport à l'année dernière.

8. Story Mfg.

La marque britannique s'est concentrée sur la durabilité et la slow fashion en proposant des pièces mixtes, élaborées à partir de tissus organiques et de teintures naturelles. En février, Story Mfg. a sorti une paire de baskets sans cruauté envers les animaux, en collaboration avec Reebok, et les recherches de la marque ont grimpé de 123 % au premier trimestre de l'année, après ce lancement attendu.

9. Heaven by Marc Jacobs

Afin d'attirer les consommateurs de la génération Z, Marc Jacobs a lancé sa ligne de mode pleine de nostalgie, Heaven, en septembre 2020. À ce jour, ses collaborations et designs convoités (Dr. Martens, Cactus Plant Flea Market, Stray Rats, et plus récemment Nodaletto) ont attiré de jeunes stars comme Olivia Rodrigo, Bella Hadid, Vegyn, Dua Lipa, et Beabadoobee.

10. SKIMS

La ligne shapewear de Kim Kardashian a attiré l'attention du monde entier pour avoir habillé les athlètes féminines de l'équipe olympique américaine pour leurs temps de repos, avec des vêtements d'intérieur, des sous-vêtements et des pyjamas. Lorsque Kim Kardashian a annoncé la nouvelle sur les réseaux sociaux, les recherches d'articles SKIMS ont connu un pic à 112 % à l'international en moins de 48 heures. Par ailleurs, lorsque la collaboration Fendi x SKIMS a été confirmée fin octobre, les recherches pour la marque ont bondi de 233 % en quelques heures.





Pièces mode

1. Jean ample de Levi's

Les jeans amples ont été une grande tendance des défilés printemps/été 2021 et l'une des pièces préférées, tout au long de l'été, de célébrités comme Gigi et Bella Hadid, Hailey et Justin Bieber, Katie Holmes, et bien d'autres. Alors que notre garde-robe se vidait de ses pantalons de survêtement, les recherches du style ample en denim se sont accrues de 52 % en l'espace d'un an et les jeans larges ou baggy ont reçu près du double de recherches par rapport au jean skinny, sur une année.

2. Montre Rolex Submariner

Cette montre suisse luxueuse a fait son apparition dans The Lyst Index au premier trimestre et constitue l'accessoire le plus plébiscité de l'année. Les ventes de montres ont augmenté de 13 % en un an et la catégorie a connu une forte croissance dans le domaine du mariage. Les recherches de montres associées aux termes « couple », « fiançailles », et « mariage » ont été plus fréquentes et ont enregistré une croissance globale de 53 % sur l'année passée.

3. Sac Mini Jodie de Bottega Veneta

La maison de mode italienne place un nouvel accessoire à succès parmi les sacs les plus recherchés sur Lyst en 2021. Avec le soutien de célébrités comme Kendall Jenner et Elsa Hosk et en devenant une pièce incontournable du style urbain lors du dernier mois de la mode, le sac touche du doigt l'esthétique luxueuse minimaliste, avec son look inspiré des années 90, populaire sur Instagram.

4. Sabots Boston de Birkenstock

Compromis parfait entre les chaussures mixtes d'extérieur et d'intérieur, les sabots Boston sont les chaussures les plus plébiscitées de 2021. La marque a également continué d'être approuvée par la haute couture grâce à des collaborations avec Stüssy, Proenza Schouler et Jil Sander. Si l'on compare avec les sandales toujours populaires Arizona de Birkenstock, le sabot Boston a récolté 36 % de vues supplémentaires cette année.

5. Jupe plissée de Thom Browne

Après que Dan Levy, dans le rôle de David Rose, a porté un costume de mariage avec une jupe de Thom Browne dans le final de Bienvenue à Schitt's Creek, cette pièce favorite discrète est devenue un incontournable de la pop culture. Les recherches de « jupes de mariage pour homme » ont grimpé de 48 % en un an et la jupe noire plissée de Thom Browne a été l'un des articles les plus plébiscités. Pour la première fois, elle a fait son apparition dans le top 10 des articles de mode pour homme dans The Lyst Index du deuxième trimestre.

6. Mini-robe asymétrique de Nensi Dojaka

Elle a fait sa première apparition dans The Lyst Index au premier trimestre, la mini-robe inspirée des années 90 est la petite robe noire la plus vendue de 2021 et incarne l'excitation collective que l'on éprouve à l'idée de recommencer à sortir et à bien s'habiller. Sans surprise, les recherches de la robe ont atteint leur apogée au cours de l'été, entre juin et août, lorsque des célébrités élégantes comme Emma Corrin, Emily Ratajowski, Rihanna, et bien d'autres, ont été vues avec la robe.

7. Sac en crochet de Prada

Le sac estival de Prada s'est rapidement retrouvé en rupture de stock chez de nombreux revendeurs sur Lyst, du fait qu'il intègre les tendances populaires du crochet, des activités manuelles et du DIY. Les sacs en crochet dans leur ensemble ont récolté 56 % de recherches supplémentaires par rapport à l'an dernier.

8. Cardigan La Maille Pralù de Jacquemus

Le style audacieux des pull-overs de Jacquemus, apprécié par Megan Fox, Kendall Jenner et Hailey Bieber, a alimenté la tendance des hauts à broche cet été. En août, les recherches de ce style spécifique ont atteint 79 % avec des termes comme « haut avec liens à nouer sur le devant », « haut à lacet » et « haut à broche » parmi les plus fréquemment utilisés.

9. Sweat Pangaia

La marque éco-responsable Pangaia a gagné en popularité sur 2021 et une co-création avec Harry Styles, qui s'est affiché avec son sweat rose vif « Flamingo » en octobre, a entraîné une augmentation de 91 % du nombre de recherches. Les recherches en ligne des sweats à capuche de la marque ont bondi de 172 % au cours de l'année.

10. Pull rayé & Other Stories

Les recherches d'articles semblables au pull rayé minimaliste de la marque sont le signe que les articles d'inspiration nautique ont fait leur retour, puisque les demandes de pull-overs rayés ont grimpé de 125 % en un an. Début août, les recherches mensuelles de polos rayés ont également augmenté de 37 %.

Sneakers

1. Nike Air Force 1

Elles sont l'un des articles pour femme les plus populaires de The Lyst Index au deuxième trimestre, les baskets blanches classiques sont les chaussures choisies par la génération Z pour la vie quotidienne. Les recherches des Nike Air Force 1 se sont envolées de 248 % par rapport à l'an dernier, avec plus de 4 000 recherches par jour réalisées par les utilisateurs sur Lyst.

2. Collection Off-White x Nike Dunk Low « THE 50 »

Cette collaboration inédite, d'abord dévoilée sur l'application SNKRS de Nike, comprend 50 déclinaisons des Off-White x Nike Dunk Low qui ont été réparties au hasard parmi les acheteurs. En seulement 48 heures après le lancement, les recherches des baskets ont fait un bond de 236 %. Après la livraison en août, les baskets qui étaient initialement vendues au prix de 180 \$ ont été remises en vente sur les plateformes de revente à un prix plus élevé d'environ 400 %.

3. Yeezy Foam Runner

Depuis leur première sortie en juin 2020, les Yeezy Foam Runner ont connu le succès à chaque nouveau modèle. En 2021, la basket en forme de sabot a été déclinée dans de nouveaux coloris, ce qui lui a valu d'accroître le nombre de recherches de la basket de 411 % au troisième trimestre. Initialement vendues pour 75 \$, les Yeezy Foam Runner peuvent être trouvées à plus de 720 % de leur valeur originale sur les plateformes de revente.

4. Adidas Forum

Ce qui était autrefois une basket peu connue, appréciée des cultures underground, est aujourd'hui devenue l'une des chaussures les plus plébiscitées d'Adidas, grâce à une collaboration avec Bad Bunny depuis le mois de mars. Les recherches se sont envolées, avec 103 % supplémentaires la semaine suivante.

5. Nike SB Dunk Low

L'intérêt pour les baskets SB Dunk de Nike a augmenté de 182 % en un an et une série de nouveaux coloris a vu le jour tout au long de l'année. Alors que le monde entier assistait aux débuts du skateboard aux Jeux olympiques de Tokyo, les chaussures officielles de ce sport, les Nike SB Dunk Low, ont suscité davantage d'intérêt à 148 % en juillet et en août.

6. Adidas Samba

Après avoir été vues sur Rihanna et A\$AP Rocky, les baskets Adidas Samba ont enregistré une augmentation de 63 % du nombre de recherches à partir du mois de juillet. Le modèle a le soutien de célébrités comme Jonah Hill, Frank Ocean et Tyler, The Creator.

7. New Balance 327

Avec la collaboration de créateurs comme Staud et Casablanca et grâce à différents coloris de New Balance, la basket rétro 327 a suscité l'intérêt des consommateurs en ligne. Le nombre de recherches s'est élevé régulièrement tout au long de l'année, atteignant son apogée en août avec une hausse de 96 %.

8. Nike Go Flyease

La basket Nike Go Flyease a fait grand bruit lors de son lancement en février, devenant ainsi le 7e article pour femme le plus populaire dans The Lyst Index du premier trimestre. Les capacités mains libres de la chaussure constituent une avancée technologique pour la marque et changent la donne pour les athlètes de tous niveaux.

9. Chuck 70 de Converse

Converse est devenue la marque de baskets la plus recherchée en février après que la vice-présidente des États-Unis Kamala Harris a été photographiée avec une paire de Chuck 70 en couverture du numéro de Vogue de février. Le nombre de recherches a presque été multiplié par dix par rapport à l'an dernier, avec 100 recherches par heure sur Lyst.

10. Run Star Hike de Converse

Alors que les chaussures à plateforme se sont imposées comme une grande tendance en 2021, il n'est pas étonnant que Converse ait adopté le style avec sa basket Chuck, qui a également gagné en popularité. Tout au long de 2021, les recherches de la Run Star Hike de Converse, qui a été vue sur Bella Hadid et Charli D'Amelio, ont augmenté de 69 % avec 64 recherches par heure.



Logo

Prada

Miuccia Prada et Raf Simons ont dévoilé leur première collection en tant que co-directeurs de la création pour le printemps/été 2021. Le duo a affiché le logo triangulaire signature de Prada partout, des hauts aux boucles d'oreille en passant par les gants et les sacs à main. Les choix de création ont payé puisque Prada est le logo le plus recherché sur Lyst en 2021, avec quatre fois plus de recherches par rapport à l'année précédente.



Collaborations

1. Yeezy x Gap

Malgré peu de lancements de nouveaux produits en 2021, cette collaboration a suscité un haut niveau d'enthousiasme et d'effervescence. Lorsque le partenariat a été annoncé début juin, les deux marques ont vu leur nombre de recherches s'accroître, à hauteur de 320 % pour Yeezy et 325 % pour Gap. À l'annonce du premier produit, la Black Round Jacket, on a enregistré plus de 50 000 recherches de la collaboration en l'espace de 24 heures.

2. Ivy Park x Adidas

Ils peuvent se vanter d'avoir récolté le plus grand nombre de recherches pour une collaboration cette année. Ivy Park x Adidas ont toujours trouvé le succès avec leurs lancements saisonniers, de « l'Icy Park » en février, qui a entraîné un bond de 536 % des recherches d'Ivy Park dans la semaine qui a suivi sa sortie, aux maillots de bain inclusifs de la collection « Ivy Park Rodeo » pour l'été et l'automne.

3. The North Face x Gucci

Gucci a transformé les vêtements outdoor en articles de luxe grâce à sa collaboration avec The North Face. Lors de sa sortie en janvier, la collaboration a suscité plus de 30 000 recherches en 24 heures et le blouson aviateur en toile était l'article pour femme le plus populaire dans The Lyst Index au premier trimestre. Sur le marché de la revente, le vêtement d'extérieur est toujours populaire : les revendeurs en demandent jusqu'à cinq fois le prix initial.

4. Telfar x UGG

En 2020, l'annonce de la collaboration entre Telfar et UGG a été bien accueillie et les préventes se sont vendues dans leur intégralité en 24 heures – neuf mois avant la sortie officielle. En juillet, un mois après le lancement du partenariat, les demandes de Telfar ont augmenté de 275 % et celles d'UGG de 262 %. Lorsque Telfar et UGG ont sorti le deuxième volet de leur collaboration, les recherches d'UGG ont connu une hausse de 94 % et celles de Telfar de 101 % en 48 heures.

5. Balenciaga x Gucci

Cette collaboration haut de gamme – un « fashion hack » en réalité – entre les deux maisons de mode historiques a été lancée en avril lors du défilé « Aria » de Gucci. Dans les deux mois qui ont suivi, la collaboration a enregistré plus de 5 000 recherches par jour et un nouveau modèle de co-création entre grandes marques a été établi, qui a vu Fendi s'associer à Versace en septembre.



PERSONNALITÉS



Influenceurs mode

*Les 10 célébrités dont les choix personnels en matière de mode ont suscité les plus grands pics de recherches, de ventes, de couvertures médiatiques et de mentions sur les réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois.

1. Zendaya

Lorsque Zendaya a foulé le tapis rouge des Oscars 2021 vêtue d'une robe Valentino jaune sur mesure, les recherches de la couleur se sont élevées de 222 % en moins de 24 heures. La star récompensée pour Euphoria peut se vanter d'avoir plus de 110 millions d'abonnés sur Instagram et a également fait parler d'elle avec sa robe Balmain sur mesure à effet mouillé, au festival international du film de Venise 2021. Les recherches des robes de la marque ont gagné 190 % juste après l'événement. En outre, son apparition aux BET Awards 2021 vêtue d'une robe Versace vintage a entraîné une hausse des recherches de robes de la marque de 122 % en 48 heures.

2. Dua Lipa

Tout au long de l'année 2021, Dua Lipa a constamment influencé les recherches de mode avec ses nombreux looks avant-gardistes, allant de tenues inspirées du Y2K et du style rodéo glamour aux pièces Versace ou en crochet. Lorsque Dua Lipa a porté un collier ras-de-cou en perles de Vivienne Westwood aux BRIT Awards 2021, les recherches de styles similaires ont atteint 108 % en une semaine. L'ensemble Versace qu'elle a porté aux Grammys 2021 a entraîné un bond de 245 % de la fréquentation des pages de la marque et sa participation au défilé automne/hiver 2021 a fait grimper les recherches de 94 % en 24 heures.

3. Lil Nas X

Connu pour sa capacité à faire le buzz et à faire parler de lui, Lil Nas X a fait les gros titres tout au long de l'année. Sa collaboration controversée avec MSCHF sur une paire de « baskets sataniques » fin mars a divisé l'opinion et généré plus de 669 000 mentions, likes et partages sur les réseaux sociaux. En parallèle, Nike a poursuivi MSCHF en justice pour violation des droits d'auteur. La star de Montero influence également par son style personnel. Après son apparition aux BET Awards 2021 vêtu d'un costume Richard Quinn, les pages d'articles à fleurs de la marque ont gagné 78 % de vues en 24 heures et les recherches de mots-clés comme « costume brodé » et « costume à perles » ont globalement grimpé de 50 %.

4. Hailey et Justin Bieber

Les Bieber forment un puissant duo de mode. Après la participation du couple à une soirée chic en juillet, la robe noire Alessandra Rich d'Hailey a provoqué une hausse des recherches de robes en velours et en dentelle de la marque et les robes ont connu une croissance de 168 % en 48 heures. Les choix vestimentaires de Justin intègrent certains articles et tendances les plus populaires de l'année. Il s'est récemment tourné vers la haute couture en devenant l'égérie de Balenciaga et en soutenant ERL, une marque prometteuse originaire de Venice Beach.

5. Kai (EXO)

Le membre du groupe EXO, Kai, s'est lancé en solo en 2020. Il a ainsi affirmé son statut de superstar et décroché une collaboration avec Gucci. Avec cette collection capsule, qui fait apparaître un motif d'ours en peluche, c'est la première fois que la maison de mode italienne travaille avec une star coréenne sur une collection. Lors de sa sortie en avril, la collection s'est presque immédiatement vendue dans son intégralité et les recherches en ligne de Gucci ont augmenté de 264 %.

6. A\$AP Rocky et Rihanna

Depuis qu'ils ont affiché publiquement leur relation cet été, A\$AP Rocky et Rihanna ont partagé de nombreux moments de mode en couple, notamment le tournage de leur clip à New York au mois de juillet. En 48 heures, les recherches des vêtements de Rihanna, notamment les « corsets » et les « bustiers en cuir » ont globalement grimpé de 86 % et les manteaux en fourrure ont gagné 72 %. Le look de Rocky, composé d'une casquette camionneur et de bottes de combat noires, a également suscité respectivement 21 % et 43 % de recherches supplémentaires.

7. Tyler, The Creator

Tyler, The Creator a lancé son dernier album, CALL ME IF YOU GET LOST, en juin, et avec lui a commencé une toute nouvelle ère de la mode. Son look a régulièrement fait apparaître des chapeaux Ushanka et après sa performance aux BET Awards 2021, les recherches de chapeaux en fourrure ont augmenté de 75 %. Sa tenue incontournable comprend également un imprimé léopard et des mocassins, qui ont connu des hausses respectives de 79 % et 55 % du nombre de recherches parmi les tenues pour homme, dans la semaine qui a suivi la sortie de son album. Ces quatre derniers mois, la collection de mode GOLF le FLEUR* du rappeur a enregistré une croissance de 125 % du nombre de demandes.

8. Harry Styles

Harry Styles est toujours une source d'inspiration pour Gucci. Après les Grammys 2021, la fréquentation des pages de boas à plumes a connu une flambée incroyable (+1 500 %), seulement 48 heures après que le chanteur de Golden s'est montré avec deux modèles différents de la marque. L'article le plus recherché a été le boa à plumes mauve de Gucci, qu'Harry Styles a porté pendant son discours de remerciement. De plus, l'accessoire a récolté 111 % de recherches supplémentaires depuis le début de sa tournée Love On Tour aux États-Unis, en septembre. Lors de sa prestation, il portait un costume en cuir qui a suscité une augmentation des recherches de pantalons en cuir pour homme de 100 % en moins de 24 heures.

9. Jennifer Lopez

La renaissance de J-Lo s'est poursuivie en 2021. Après la cérémonie d'investiture présidentielle américaine en janvier, lors de laquelle la star portait une tenue Chanel entièrement blanche, les pages d'articles blancs de Chanel ont connu une hausse de leur fréquentation de 89 % en 24 heures et les recherches de longs manteaux blancs se sont accrues de 119 %. Un mois plus tard, elle est apparue au Super Bowl vêtue d'un manteau à motif pied-de-poule et d'un crop top Louis Vuitton, ce qui a entraîné une augmentation de la demande de 10 % de l'imprimé ainsi qu'une hausse des recherches de la marque de luxe française (24 %) et des crop tops (22 %) en 24 heures.

10. Lady Gaga

Le film à paraître House of Gucci avec Lady Gaga a influencé les recherches de mode bien avant sa date de sortie officielle. Les écharpes Gucci ont été plus recherchées de 67 % après la publication de photos de Lady Gaga portant l'une d'elles sur le tournage. Lorsque la chanteuse et actrice a passé du temps à New York pour ses spectacles au Radio City Music Hall, ses tenues ont également influencé les recherches des consommateurs en ligne. La demande de « bottes à plateforme » a augmenté de 60 % après qu'elle en a porté différentes paires en juillet et la consultation des pages Valentino a grimpé de 117 % lorsqu'elle a porté un look haute couture de la marque.

2022. ET APRÈS ?



1. NOUVELLES FRONTIÈRES

En 2021, nous avons assisté à quelques-uns des plus grands moments de l'histoire en matière de vols spatiaux humains, en particulier avec le tourisme spatial. Le développement de ces voyages continuera à inspirer des créations et des technologies du futur.

2. CHAUSSURES FUTURISTES

Avec le succès des Yeezy Foam Runner et des Nike Go Flyease ainsi que la montée en puissance des Run Star Hike de Converse, le secteur de la chaussure prend une toute nouvelle forme. Le créateur de baskets Salehe Bembury, qui a récemment collaboré avec Crocs, est l'un des experts qui ouvre la voie vers ce renouveau.

3. EXPÉRIENCE MULTI-SENSORIELLE

Alors que les aspects techniques et fonctionnels des vêtements sont de plus en plus pris en compte, le nombre croissant de recherches révèle un intérêt pour les vêtements qui proposent une expérience multi-sensorielle par leur texture, en portant des fourrures de la tête aux pieds, ou des matériaux inspirés de la nature comme les plumes et le bois.

4. MINIMALISME

Phoebe Philo a annoncé lancer sa propre marque éponyme après avoir quitté son poste de directrice de la création chez Céline en 2017. Le retour de la créatrice marquera indéniablement la réapparition de son style minimaliste signature et de son approche épurée du luxe.

5. INTÉRÊT POUR LE SPORT

Les Jeux olympiques de Tokyo ont permis d'apporter plus de mode que jamais dans les tenues de compétition et de repos des athlètes tandis que d'autres sports, comme le football et le skateboard, ont suscité l'intérêt des marques de luxe. En vue de la Coupe du monde de la FIFA 2022, cette tendance va se poursuivre et les offres de tenues de sport en général prendront davantage en compte le style et la haute couture.

6. COLLABORATIONS INATTENDUES ET DE GRANDE ENVERGURE

Du partenariat entre Palace et Stella Artois sur une collection streetwear à la création d'airbags recyclés réalisée par Heron Preston pour Mercedes Benz, il semblerait que toutes les marques et toutes les industries pourraient s'associer de façon inattendue à un acteur de la mode. Il existe de nombreux terrains inexploités, prêts à accueillir de nouvelles collaborations.

7. TENUES PROFESSIONNELLES CONFORTABLES

Alors que le monde retourne au bureau, notre garde-robe va devoir s'adapter à ces nouveaux rythmes de travail, sans sacrifier le confort que nous avons ressenti ces 18 derniers mois dans nos tenues d'intérieur et nos chaussons. Nos tenues soignées et ajustées intégreront des matières et des lignes plus douces pour un look élégant, mais confortable.

Marques à suivre



1. Conner Ives

Le finaliste du prix LVMH, connu pour ses tenues de prêt-à-porter et de soirée uniques, élaborées à partir de tissus non utilisés, a attiré l'attention de Rihanna avant même d'être diplômé de Central Saint Martins.

2. Coperni

La marque parisienne, qui compte Maisie Williams et Bella Hadid parmi ses fans célèbres, est connue pour son style de l'ère spatiale et ses sacs portés épaule structurés, dont la demande a augmenté de 90 % en un an.

3. Area

La marque de luxe new-yorkaise a fédéré ses fans autour de ses vêtements et accessoires ornés de cristal, comme le Crystal Chair Bag qui est l'article le plus consulté de la marque.

4. Mach & Mach

La marque basée à Tbilisi fait partie de cette nouvelle vague de créateurs qui définissent le style vestimentaire de cette année. Megan Fox a porté un look de Barbie entièrement rose réalisé par la marque lors des iHeartRadio Music Awards 2021, avec une paire de talons ornés de cristaux à deux nœuds, qui a enregistré de très bonnes ventes fin 2020-début 2021.

5. Peter Do

La marque éponyme du discret créateur new-yorkais a suscité l'intérêt dans le secteur depuis son lancement en 2018. Quatre ans plus tard, elle a fait ses débuts à la fashion week en septembre et les consultations des pages de la marque ont bondi de 376 % en 24 heures. En mai, les recherches de robes de la marque ont augmenté de 128 % après qu'Anya Taylor Joy a porté une robe de sa collection automne/hiver 2021 lors de l'émission SNL.

6. ERL

La marque basée à Venice Beach s'est fait un nom dans le monde de la mode masculine grâce à deux grosses collaborations avec des célébrités : Justin Bieber en août, qui a entraîné une hausse des recherches de doudounes de la marque de 212 % et A\$AP Rocky, qui a porté une courtpointe ERL sur le tapis rouge du Met Gala, entraînant une croissance de 259 % de la fréquentation des pages de la marque en moins de 24 heures.

7. Stefan Cooke

La marque de mode masculine basée à Londres a été lancée en 2017 et ne cesse de progresser, mais le soutien récent d'A\$AP Rocky l'a propulsée sous le feu des projecteurs. Lorsque le rappeur a porté un look complet de Stefan Cooke en juillet, les recherches mensuelles de la marque se sont élevées de 86 %, pour une hausse annuelle totale de 214 %.

8. Ludovic de Saint Sernin

Le créateur parisien a fondé sa marque éponyme en 2017, après avoir passé deux ans à se spécialiser dans les ornements chez Balmain. Après le lancement de sa collection automne/hiver 2021, qui rend hommage aux « E-boys » de TikTok, les recherches de la marque non genrée ont augmenté de 108 % et les chiffres de consultation de ses pages ont enregistré une croissance de 134 % depuis le début de l'année. Il peut compter sur le soutien de célébrités comme Rihanna, Bad Bunny, Kim Kardashian, Dua Lipa, et bien d'autres.

Stars à suivre

***Les 7 pionniers de la culture en plein essor, qui font parler d'eux et ont vu augmenter significativement leur nombre de fans ces 12 derniers mois.**

1. Olivia Rodrigo

Avec un premier album réussi et une garde-robe très influencée par le style Y2K, Olivia Rodrigo est une source d'inspiration de mode pour la génération Z. Elle s'est rendue à la Maison-Blanche vêtue d'un tailleur rose vintage de Chanel et les recherches des termes « Chanel vintage » ont progressé de 200 % sur Lyst dans la semaine qui a suivi. De plus, les recherches de « bottes à plateforme Marc Jacobs » ont enregistré une croissance de 49 % en août après avoir été vues sur Olivia Rodrigo et relayées sur TikTok.

2. Amanda Gorman

La poétesse lauréate a attiré l'attention du monde entier grâce à sa prestation lors de la cérémonie d'investiture du président américain, tandis que son manteau jaune lumineux et son bandeau rouge de Prada lui ont permis d'affirmer son style. Moins de 48 heures après l'événement, les recherches des termes « manteau jaune » se sont envolées de 1 328 % et les recherches de « bandeau rouge » ont bondi de 560 %.

3. Emma Raducanu

La gagnante de l'US Open 2021 est devenue la première femme britannique à remporter un titre du Grand Chelem depuis 44 ans. Après sa victoire, Emma Raducanu a assisté au Met Gala vêtue d'une tenue Chanel et Tiffany & Co. et a été nommée nouvelle ambassadrice de la marque de bijoux. Elle influence déjà la mode : la demande en chaussures de tennis Nike a augmenté de 86 % après l'US Open et la robe bustier noire Chanel qu'elle portait lors de la cérémonie de remise du trophée a entraîné une hausse de 53 % des recherches de styles similaires.

4. Nico Hiraga

Le skateur professionnel, devenu acteur avec un beau rôle dans le film Netflix Moxie a fait chavirer le cœur des jeunes fans du monde entier, comme le montre l'augmentation de 92 % de son nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux. Plus récemment, il a fait une brève apparition dans le clip d'une autre star au style similaire, la chanson « Brutal » d'Olivia Rodrigo.

5. Kai-Isaiah Jamal

Le poète et activiste est devenu le premier mannequin transgenre noir à fouler un podium Louis Vuitton, en participant au défilé automne/hiver 2021. Depuis ce jour, il a pris part à de grandes campagnes de mode, avec des marques telles que Tommy Hilfiger, Martine Rose, Calvin Klein et Filippa K.



6. Ella Emhoff

Récemment diplômée de Parsons après des études en design textile et tricot et belle-fille de la vice-présidente des États-Unis Kamala Harris, Ella Emhoff a attiré l'attention du monde entier lors de l'investiture présidentielle avec son éblouissant manteau Miu Miu. Son choix de vêtement est devenu viral et a entraîné un pic à 455 % des recherches de manteaux de la marque italienne en seulement six heures.

7. Emma Corrin

L'actrice britannique est connue pour son interprétation récompensée de la princesse Diana dans The Crown, ainsi que pour ses tenues avant-gardistes imaginées par Harry Lambert. La robe Miu Miu sur mesure qu'elle portait aux Golden Globes 2021 a généré 112 % de recherches en ligne supplémentaires de la marque en moins de 48 heures. Sur les réseaux sociaux, ses mentions ont progressé de 347 % et son nombre de recherches moyen sur Google chaque mois s'est élevé de 987 %.

