

SO

SOIR

FOCUS / Mode, design, séries :
les seventies sont partout

LA POLE DANCE

LE SPORT
EN VOGUE
QUI BOUSCULE
LES PRÉJUGÉS

© GUILLAUME DELAUBIER

ÉVASION / Un trek au Népal pour
tester le dépassement de soi

COULISSES / Le sound design :
l'habillage musical des hôtels

Sommaire



© ISTOCK

04 | AIR DU TEMPS

06 | BIEN-ÊTRE

LA POLE DANCE CASSE LES PRÉJUGÉS

10 | PORTRAIT

NICOLAS VERSCHAEVE, DESIGNER NOMADE

14 | DÉCRYPTAGE

70'S : LA DÉCENNIE DE TOUS LES FANTASMES

18 | ÉVASION

DIX JOURS DE TREK SUR LE TOIT DU MONDE

22 | SAGA

ICE-WATCH, LA SUCCESS-STORY BELGE

24 | COULISSES

L'HABILLAGE MUSICAL DES HÔTELS

28 | MODE

CHIC ET DURABLE, C'EST JOUABLE !

30 | FOOD

BINAMÉ BOULETS

32 | RESTO

BÉNICHE

34 | INSPIRATION

LES BONNES ADRESSES DE SANDRINE VIU MASIA

04



06



14



18



24



28



SUIVEZ-NOUS ONLINE

www.sosoir.be | Twitter (@SoSoirMag) | Instagram (@sosoirmagazine) | Facebook (@SoSoirMag)

SO SOIR, MAGAZINE DU JOURNAL LE SOIR Éditeur responsable Olivier De Raeymaeker, 100 rue Royale, 1000 Bruxelles Administrateur délégué Bernard Marchant Directeur général du Soir Olivier De Raeymaeker Rédacteur en chef du Soir Christophe Berti RÉGIE PUBLICITAIRE ROSSEL ADVERTISING Sales Director Malika Afkir Tél. 02 225 57 30, malika.afkir@rossel.be Cross média Account Manager Charlotte Taymans Tél. 02 225 55 63, charlotte.taymans@rossel.be International Media Coordinator Dominic Petitjean Tél. +32 2 225 57 50, Dominic.Petitjean@rossel.be Assistante commerciale Fabienne Wellemans Tél. 02 225 55 36 Imprimerie Remy Roto à Beauraing RÉDACTION redaction@sosoir.be Responsable de la rédaction Ingrid Van Langhendonck Coordinatrice de la rédaction Sigrig Descamps Correctrice Ingrid Otto Community Manager Anissa Hezzaz Conception graphique Michèle Gérard, Prémédia créatif Projet éditorial Frédéric Mahoux Journalistes Carlo De Pascale, Sigrig Descamps, Magali Eylenbosch, Florence Hainaut, Marie Honnay, Audrey Morard, Laura Swysen, Ingrid Van Langhendonck, Camille Vernin, Agnes Zamboni. Photographes Ingrid Otto.

Collections de prêt-à-porter, hôtels en vue, restos branchés, ...
Ce printemps, où que vous regardiez, une période sort du lot : les années 70. Cet énième revival des seventies peut étonner, voire lasser. Pourtant, au vu des propositions des pros de la mode, de la déco et du secteur de l'hôtellerie, il paraît plus pertinent que jamais.

PAR MARIE HONNAY. PHOTOS D.R. SAUF MENTIONS CONTRAIRES.

70's : la décennie de tous les fantasmes

© TJIS VERVECKEN 94

L'une des chambres de l'hôtel YUST revisitée dans le style rétro par IKEA.

Dans le cinquième arrondissement de Paris, celui des intellos et des bouquinistes, le Pilgrim affiche un look branché qui fait mouche. Avec sa déco chaleureuse et racée, mix de ce que les années 70 ont fait de mieux en matière de décoration d'intérieur, le nouveau boutique-hôtel annonce la couleur, ou plutôt les couleurs : beige, marron, orange mixé avec du bleu. Et surtout, un assemblage de matières : la laine des tapis et des tapisseries murales, la céramique émaillée, le velours des banquettes... Autant de références, délicatement détournées, à l'ambiance chaleureuse des années 70. Pour chatouiller les oreilles des clients, une bande-son délicieusement thématique explore de beaux standards néoclassiques, vieux d'un demi-siècle. Sur les tables, des cendriers en terre – désormais uniquement décoratifs – évoquent un temps où refaire le monde dans des lieux enfumés était encore autorisé. Dans un autre coin de Paris, beaucoup plus bourgeois celui-là, celui du parc Monceau, Jérémie Segall vient d'ouvrir Le Petit Parc, un restaurant aux murs entièrement tapissés de papier peint léopard. Pendant les travaux, certains habitants du quartier se sont demandé si nous étions sur le point d'inaugurer une boîte de strip-tease, raconte le restaurateur pour résumer l'esprit volontairement subversif de ce boudoir-à-manger dans lequel les tableaux, les miroirs aux formes sensuelles, cerclés de doré et les banquettes habillées de tissu crème s'apparentent à une véritable déclaration d'amour – B.O. à l'appui – aux années Sheila et Barry White. Dans l'assiette : des plats résolument régressifs et réconfortants avec, en invité vedette, l'œuf mayo, cher au maître des lieux. Pour lui, les années 70,

c'est ça : un mix d'insouciance et de fête, de plats en sauce et de desserts malicieusement caloriques. Les habitués, serrés autour du bar ou installés sur les banquettes devant de petites tables couvertes de nappes amidonnées, dévorent le meilleur de la cuisine française ; celle d'avant l'avènement du sans-gluten, du sans-sucre et du sans-alcool.

POLITIQUEMENT INCORRECT

Interrogé sur l'omniprésence du style seventies, l'observateur de tendances français Vincent Grégoire parle de *Newstalgia* pour évoquer notre fascination pour cette décennie bénie, point final aux fameuses Trente Glorieuses. *Dans la période troublée que nous traversons, les consommateurs – les boomers qui, rappelons-le, restent, compte tenu de leur pouvoir d'achat, la cible de nombreuses marques, mais aussi les générations d'après – ont un mal fou à se projeter dans le futur. De la cafetière orange à la Renault 5 relancée en version électrique en passant par les motifs graphiques des silhouettes de la marque italienne La DoubleJ, les références aux années 70 évoquent un idéal de vie, certes un peu idéalisé, mais qui rassure. Cette année, à ces codes très identitaires propres aux années 70, s'ajoutent de nombreux clins d'œil au côté plus sulfureux de cette même période. L'intérieur du restaurant Le Petit Parc évoque une esthétique sexy qui nous donne l'impression d'avoir été invités dans le boudoir de Madame Claude. Ce genre de lieu a pour vocation première de nous replonger dans l'atmosphère libérée – et sans tabou – propre à une époque où les filles nues photographiées par Newton et les escort girls planquées sous de*

Jaune, brun, beige... À Paris, l'hôtel The Pilgrim joue avec les couleurs et codes des seventies.



La mode n'est pas en reste, comme en atteste la dernière campagne de Levi's.

Décryptage /

vrais manteaux de fourrure dressaient les contours d'un univers de séduction en totale opposition avec le caractère ambigu de notre société actuelle, sous le signe d'une sexualité violente, mais aussi... du #metoo, rappelle notre expert.

LIBERTÉ CHÉRIE

Les seventies, c'est aussi un moment clé pour les femmes. Designer star de la collection *Nyttillverkad* d'Ikea lancée cette année à l'occasion des 80 ans du label, Karin Moberg a été la première femme à rejoindre l'équipe design de la marque. D'emblée, elle impose un style en phase avec les codes de l'époque. Inspirée du Bauhaus, un mouvement plus tendance que jamais, la table d'appoint *Baggboda* est colorée, compacte et ultra-pratique puisque hybride et modulable. Incarnation d'un nouveau style de vie, elle n'est pas sans rappeler les formes et les styles en vogue actuellement. Et pas qu'auprès des boomers, nostalgiques du mobilier de leurs jeunes années. Les millenials et même la génération Y s'enflamment pour ce style. *Dans nos hôtels, le vintage est une tendance forte. Preuve que notre public cible - les 25-35 ans - est sensible à l'esthétique des années 70*, confirme Marjorie Piette, directrice du Yust à Liège en évoquant notamment l'impressionnante table de coworking de l'hôtel : un petit bijou néofuturiste, tout droit sorti des seventies. Comme pour souligner cette approche, deux chambres viennent d'être entièrement redécorées par les équipes d'Ikea sous forme de capsules spatio-temporelles, hommage aux seventies.

LA CUISINE DE PIERRE RICHARD

Cheffe de projet Tendances pour Mobalpa, Julie Meyzenq constate, elle aussi, un besoin croissant chez les consommateurs de se raccrocher à des références stylistiques évocatrices d'un quotidien insouciant. Lancée ce printemps, la cuisine *Seventies* de la marque française ressemble à celle d'un décor de film avec Pierre Richard dans le rôle principal : *La société actuelle se passionne pour la durabilité et le rétro. Ces deux tendances nous amènent à réinterpréter des modes de vie et des styles passés. Avec cette cuisine, nous remettons l'emblématique coloris orangé au goût du jour. Pour renforcer l'impression de robustesse rassurante qu'on associe souvent aux seventies, nous avons marié l'orange au noyer, une essence de bois foncée, très en vogue dans les années 70.* Inviter une dose de nostalgie remixée dans notre intérieur : tel semble être le credo des marques de déco, cette saison. *En tant que prescripteur de tendances, ce que nous retenons de cette décennie, c'est la liberté d'expression à laquelle les gens aspirent plus que tout*, avance Ellen Vandeleene, directrice marketing pour la marque belge Juntoo. *Les années 70 cadrent avec nos envies post-pandémiques : celles de se retrouver dans des intérieurs chaleureux et modulables sans forcément passer par une traduction littérale des codes seventies. Nous avons choisi de proposer plusieurs de nos pièces phares en bois foncé ; une essence que nous avons mariée à des matières comme la céramique et le marbre, à des formes arrondies et à des assises basses et modulables ; autant d'invitations à créer des moments intimes et conviviaux. La palette de couleurs et*



L'imprimé Comasca lancé ce printemps par la marque branchée italienne La DoubleJ.



Assise basse, bois sombre, détails graphiques. Les seventies revisitées par la marque belge Juntoo.

© JUNTOO

Fila revisite sa mythique veste *Settanta*.



les motifs graphiques parfois très exubérants propres à ces années hippie et disco sont adoucis par un choix de tissus enveloppants comme le velours qui, on ne s'en étonnera pas, signe son grand retour tant en déco que dans le registre du vêtement.

UNE QUESTION D'ANGLE

Pour ancrer cette énième résurgence des seventies dans le présent, les designers semblent avoir envisagé la décennie avec un regard nouveau. Chez Levi's, une marque qui a bâti sa renommée sur la force de ses modèles iconiques, le lancement d'une nouvelle version du modèle bootcut joue dans cette cour : *Même si le 517 original a été popularisé au début des années 70, ce jean a connu un premier revival au tournant du siècle, nous explique Paul O'Neill, directeur du design. Nous nous sommes justement focalisés sur cette deuxième vague qu'on retrouve aussi sur des modèles comme le Ribcage Bell, son équivalent féminin : un véritable carton depuis son lancement, surtout chez les plus jeunes, accros à sa taille ultra haute qui maximise son confort.*

Présentée à l'occasion du Pitti Uomo de Florence en janvier dernier, la version revisitée de la veste *Settanta* de Fila incarne, quant à elle, une certaine forme d'élégance sportive que les designers de la marque italienne associent, eux aussi, à une recherche de confort plus que jamais actuelle. Et si, plutôt que d'évoquer le concept de liberté, argument ultime de ceux qui cherchent une raison derrière la résurgence des années 70, c'était justement le confort inégalé d'une veste de survêtement portée par la légende du tennis Bjorn Borg, égérie de la marque, qui la rendait à ce point pertinente en 2024? ❁