L'INTIMITÉ EST MORTE, VIVE L'INTIMITÉ !

JE T'AIME MOI NON PLUS

À l'ère du all digital, où tout se consomme en un clic, l'humanité semble de plus en plus inapte aux relations sociales. Alors que les applications de rencontres sont partout, la genZ n'a jamais eu aussi peu de rapports charnels. L'amour n'est-il plus qu'un fantasme ?

CONCEPT

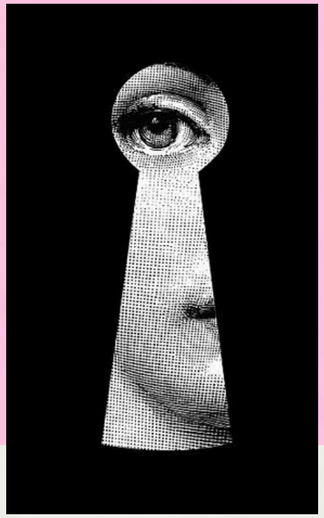
Dans un monde saturé par l'hyperconnexion, la surveillance numérique et la surexposition permanente, la frontière entre sphère privée et sphère publique s'efface. L'Intimacy Collapse décrit une époque où l'intime n'est plus un espace protégé mais une matière première culturelle, exploitée, partagée, mise en scène. Ce phénomène ne relève pas uniquement d'un voyeurisme collectif : il s'inscrit dans une quête de vulnérabilité assumée, où l'authenticité devient un marqueur identitaire et social. La transparence, littérale comme symbolique, se transforme alors en langage visuel majeur, révélant une société qui cherche à réinventer la relation à soi, au corps et à l'autre.

ESTHÉTIQUE

L'esthétique de l'effritement de l'intimité s'exprime à travers des silhouettes révélant ce qui était autrefois caché : transparence, lingerie apparente, mailles ajourées, superpositions "second skin". Cette esthétique navigue entre le fragile et le provocant, le romantique et le brut. Dans la mode comme dans le design, les matériaux deviennent métaphores : voiles, organza, filets, dentelles, surfaces translucides ou perforées, jeux d'ombres et de lumières. Les campagnes ressemblent à une confession, entre gros plans sur peau, émotions brutes et gestes intimes capturés comme des instants volés. L'esthétique devient un espace de mise à nu maîtrisée, où l'on joue avec la limite entre dévoilement et protection, entre proximité et exposition.

CONTEXTE

L'Intimacy Collapse reflète une époque où l'intime est profondément perturbé. Les réseaux sociaux encouragent l'oversharing, transformant la vie privée en contenu. Les jeunes générations revendiquent une transparence émotionnelle et corporelle, utilisant la vulnérabilité comme outil de connexion. En parallèle, la surveillance numérique, l'économie de l'attention et la culture de l'algorithme réduisent l'espace privé, rendant la visibilité quasiment obligatoire. Ce contexte influence la mode : la nudité partielle devient langage politique, la sensualité s'émancipe du regard masculin, et le corps réel, avec ses textures, ses imperfections, ses formes, reprend sa place dans la représentation visuelle. Dans l'art, la musique, le cinéma, les frontières entre confession publique et intimité se brouillent, alimentant un récit culturel où l'authenticité se performe. L'Intimacy Collapse devient alors un marqueur sociétal majeur : une manière de questionner le rapport à soi dans une ère où tout peut être montré, surveillé ou partagé.



L'INTIMITÉ N'EST PLUS SACRÉE.

H.O.M.E Home, DMAA

2026, THE YEAR OF HUMANIZED ARCHITECTURE

Humanity first! Deux mille vingt-cinq annonçait déjà un tournant dans l'architecture : la fin de la technologie pour la technologie. En 2026, on veut davantage de bien-être et d'émotion. Priorité au corps et à l'expérience des habitants. Les espaces sont sensibles, empathiques et centrés sur les réels besoins des communautés. La fin de la simple performance visuelle ?

LE MORT DE L'INTIMITÉ DOUCE

Avec l'exposition "L'art avec les crocs : pouvoir et intimité" (Londres, octobre 2025) plusieurs artistes expriment leur vision d'une intimité brute, agressive pour l'oeil du spectateur. L'artiste Alexander Adams pose nu, allongé près de son épouse, un essaim d'abeilles sortant de sa bouche. La vulnérabilité rencontre l'animalité puissante, confronte les mythes et l'émotion à vif. L'intimité ne protège plus : elle mord et dérange.

Emanation, Alexander Adams

HAUT LES CORPS !

"Ce qui m'intéresse, c'est de la porter au-dessus, de l'assumer comme un vêtement." C'est la collaboration qu'on attendait : Alice Vaillant x Chantelle. En 2026, lingerie apparente et matières ajourées brouillent volontairement la limite entre vêtement et peau, public et intime. En transformant la fragilité du corps en langage visuel assumé, l'exhibition de l'intime devient un geste identitaire. Une manière de se montrer tout en contrôlant sa vulnérabilité.

S'AFFICHER OU NE PAS S'AFFICHER, TELLE EST LA QUESTION

"Est-ce qu'avoir un mec est embarrassant ?" s'interrogeait le Vogue US fin octobre. Conscientes de la nécessité d'exister en ligne sans leur compagnon, les femmes ne laissent que peu d'indices sur leur vie sentimentale. Ou comment capter les avantages d'être en couple (éternel marqueur de réussite sociale) sans les inconvénients (n'être qu'une "femme de"). Une rébellion de la GenZ alors que le mouvement tradwife gagne du terrain. De quoi nous rassurer (un peu) dans un internet toujours plus conservateur.

ANY HAIR, ANYWHERE

La campagne Wilkinson détourne le geste intime longtemps cantonné à la salle de bain pour en faire un message public et revendicatif. En montrant la pilosité, les plis de la peau ou les zones corporelles habituellement cachées, elle expose un intime autrefois strictement privé et le transforme en espace de liberté assumée. Cette visibilité nouvelle fait de la vulnérabilité corporelle un langage social : l'intimité n'est plus dissimulée, elle devient partagée, affichée, presque célébrée.

« L'OMBRE », DE BLANCA LI, À L'IRCAM : ENTRE RÉEL ET VIRTUEL, UN CONTE ENSORCELANT

Spectacle mêlant corps nu, technologies immersives et gestes exposent l'intime sur scène et transforment la vulnérabilité en matière artistique. En brouillant les frontières entre l'espace intérieur et l'espace public, elles déplacent le spectateur au cœur d'une expérience sensorielle où le corps devient à la fois support, interface et langage. L'intime n'est plus un refuge, mais un territoire partagé, amplifié, mis en scène par la lumière, la technologie et le regard des autres.

Wesley Glouchkov

PROTÉINIFICATION DE LA SOCIÉTÉ

"Pourquoi les Américains sont-ils obsédés par les protéines ? Blame MAGA" titre Vanity Fair US. Une nouvelle vague de gymbro mascu' inondent les réseaux, soutenus par l'électorat trumpiste, et avec eux, une nouvelle tendance se dessine : de la prot et encore de la prot. Le corps n'est plus objet de désir mais outil de propagande. La prise de masse en hausse et le désir en berne.

LESS IS MORE

MOINS DE SPECTACLE, PLUS DE SUBSTANCE

Dans un contexte où l'intimité disparaît sous l'hyper-exposition et la saturation des images, l'événementiel abandonne le spectaculaire pour revenir à l'essentiel. Après des années de surenchère visuelle, le public ne cherche plus à être ébloui, mais à être touché.
La mise en scène grandiose laisse place à des expériences plus courtes, plus humaines et plus mémorables.

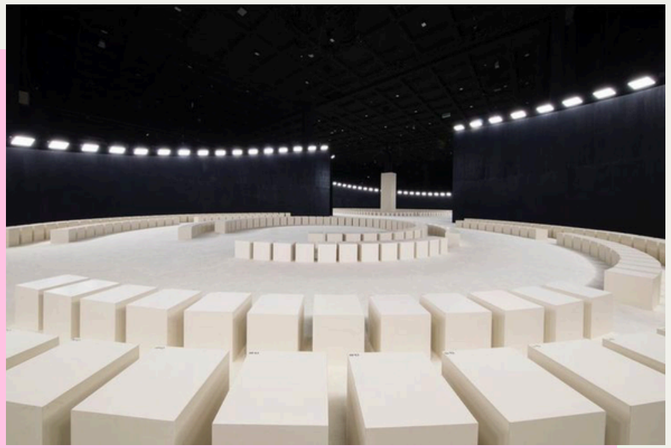
Cette transition s'accompagne d'un retour à une esthétique minimaliste. Le mot-clé ? La transparence (à tous les niveaux).
Les espaces se dépouillent : couleurs neutres, matériaux bruts, volumes épurés pour recréer une forme d'intimité artificielle au sein d'un monde qui en manque cruellement. À cela s'ajoutent des éléments transparents (verre, plexiglas, voilages), qui révèlent au lieu de cacher et prolongent ce mouvement général. Pour réussir dans la mode et la beauté en 2026, le dévoilement est un passage obligé.

Cette micro-tendance s'inscrit pleinement dans cette idée d'intimité "morte". Quand tout est visible, montré, partagé, l'impact ne vient plus du "show", mais de la profondeur. Les événements valorisent désormais la proximité, la sincérité, l'émotion réelle — des moments qui créent du lien plutôt que du spectacle.
Un glissement culturel qui recentre l'expérience sur ce qui compte vraiment : la connexion, la présence, le sens, pour mieux capter le consommateur.

MINIMALIST DECORATION

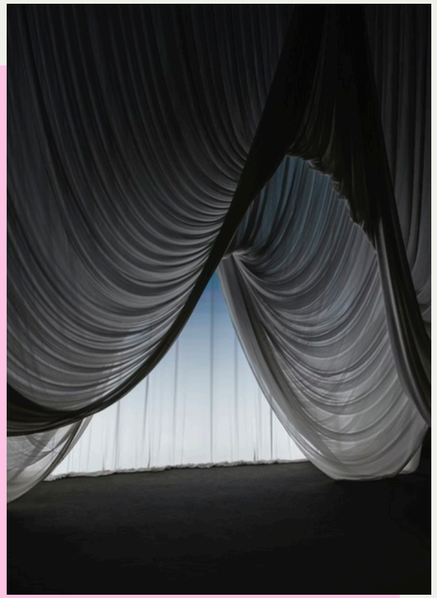
moodborad eventementiel

Au show SS26 Maison Margiela, le décor est composé d'un sol effet béton ciré, d'une estrade blanche pour les petits musiciens de l'association *Orchestre à l'école*, et de tentures blanches sur les murs qui offrent un décor maternant qui semble envelopper ses enfants et les invités. Une production Bureau Betak.



Minimaliste, la dernière installation de la maison Lemaire, *Nine Frames,* réalisée par le studio créatif Matière noire Paris, projette des photographies de looks du styliste français sur un écran placé derrière un voilage blanc et une vitre transparente. Une déclaration d'amour au cinéma et à la mode, intime et douce, à l'image des créations Lemaire.

Ultra romantique, le set design de la présentation de la dernière collection de la marque Sandy Liang a été orchestré par la brillante Katherine O'Donoghue Milne, à la tête du studio Kat Milne. Cette new-yorkaise à qui l'on doit quelques uns des meilleurs re designs de boutiques (comme l'espace Marc Jacobs au Dover Street Market NY ou le shop du Art Basel suisse) n'en est pas à sa première collaboration avec la marque.
Elle a déjà opéré dans les boutiques et corners Sandy Liang à Séoul, Tokyo mais aussi au set design du show SS25.



Chez Ludovic de Saint-Sernin pour Jean-Paul Gaultier (last show avant la reprise de la direction artistique par Duran Lantik et la fin du modèle 1 show 1 DA), d'immenses voilages suspendus comme des rideaux autour d'un lit royal absorbent le spectateur. Onirique à souhait. Toujours par Matière noire Paris.

Crying Makeup

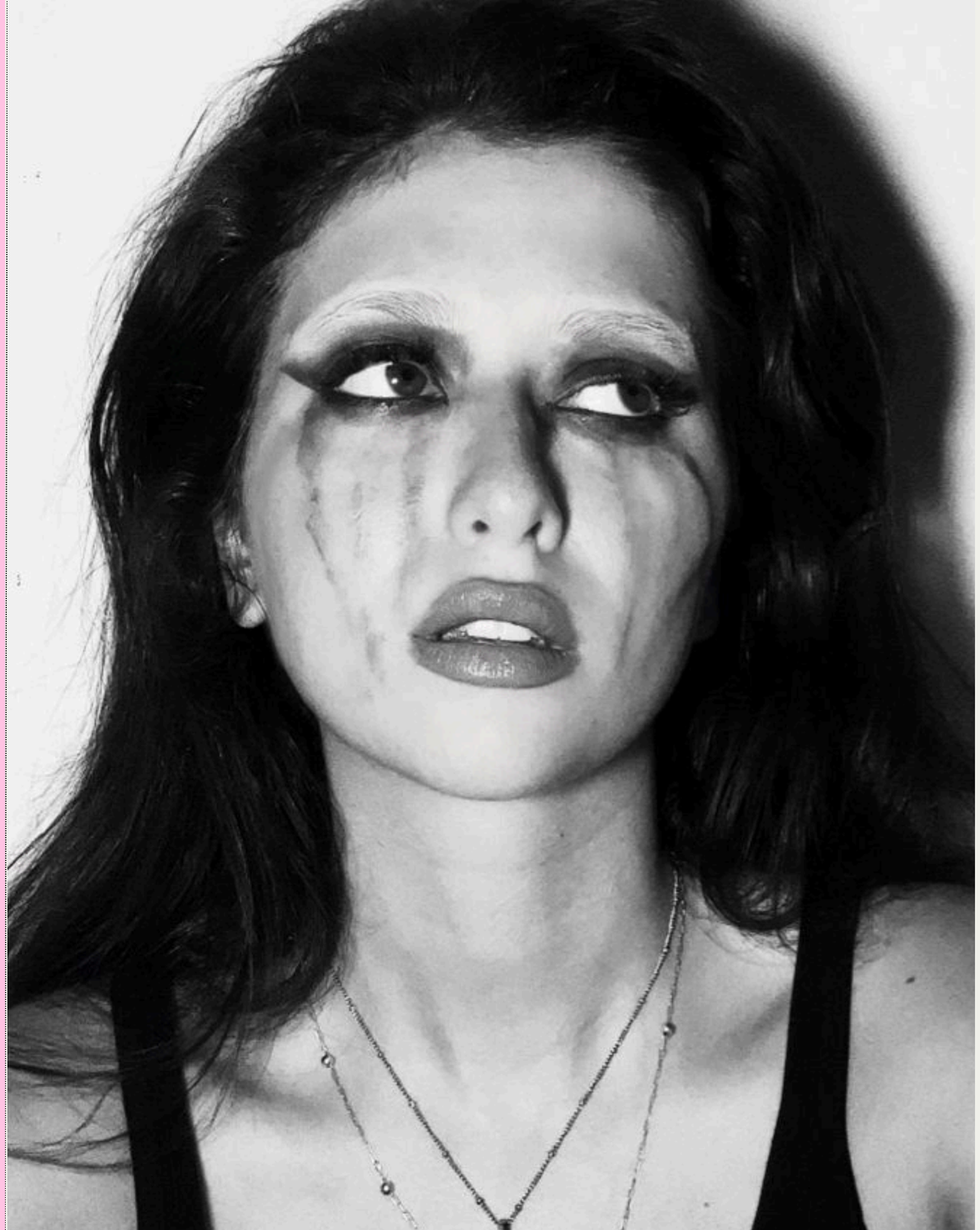
L'émotion devient langage social

Dans une époque où l'intime glisse sous la lumière des écrans, le Crying Makeup s'impose comme la tendance la plus symbolique de cette frontière brouillée entre le public et le privé. Ce maquillage imite un moment privé : les larmes, le tremblement, la fragilité, pour en faire une esthétique publique, partagée, performée, dans la lignée des influenceurs qui partagent leur rupture ou leurs échecs… en larmes.

Le "Crying Makeup" incarne cette quête de vulnérabilité assumée. Une larme stylisée devient preuve d'authenticité. Ce maquillage efface la distance entre dévoilement et protection. On ne pleure plus en secret : on pleure avec style, avec intention.

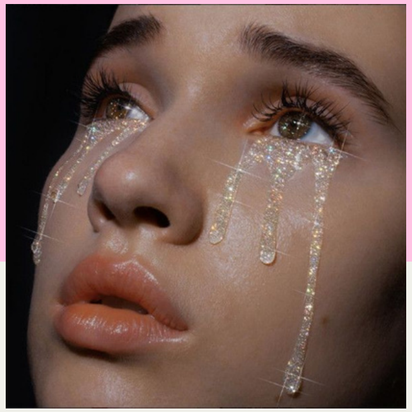
Ce qui était autrefois discret devient un style revendiqué. Le visage n'est plus un espace de dissimulation, mais un terrain d'exposition où l'émotion s'affiche comme une signature identitaire. Cette tendance traduit parfaitement l'Intimacy Collapse : l'émotion intime, au lieu d'être protégée, se transforme en matière culturelle. Un nouveau langage visuel qui génère de l'engagement sur TikTok ou à travers les campagnes publicitaires. Bientôt sur les podiums ?

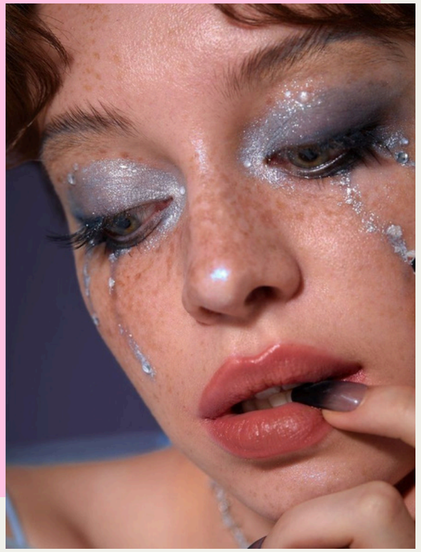
Dans ce geste délicat, presque paradoxal, la beauté raconte notre époque : L'intimité s'effrite, mais elle renaît dans le regard de l'autre.



quand la beauté se met nu.

moodborad beauté

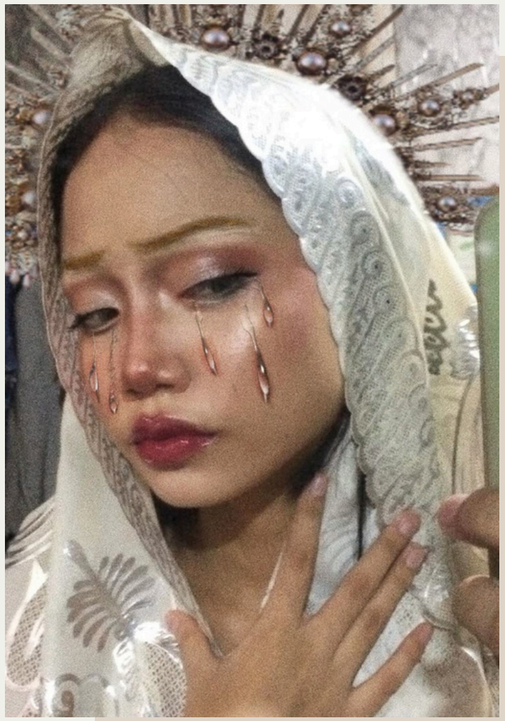




Si le mouvement du “Crying makeup” a fleuri sur les réseaux sociaux en raison de la quête d’authenticité des consommateurs, sa forme change progressivement en 2026 pour devenir permanente. L’idée ? Ne plus pleurer face cam ou se dessiner des larmes (trop éphémère et volatile) mais carrément les recréer par le biais de diamants et autres artefacts à se coller au coin des yeux.

euphoria

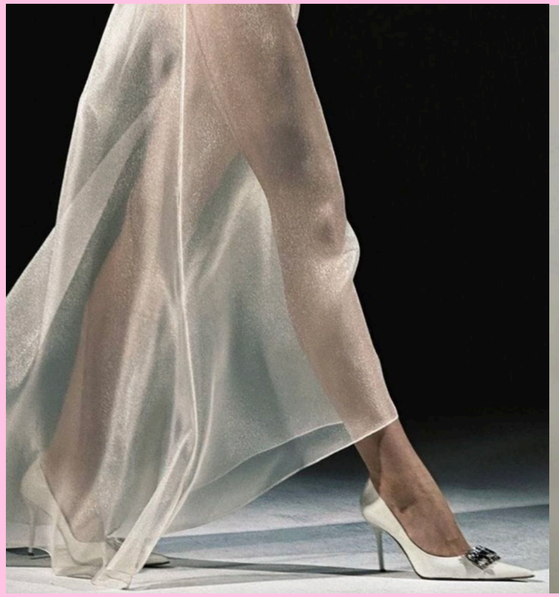
inspiration divine



Transparent clothing

La peau comme langage social

Dans une ère où l'intimité se délite sous le regard permanent des écrans, la transparence vestimentaire s'impose comme l'un des signes les plus révélateurs de cette mutation culturelle. Les matières légères, organza, tulle, voile ou maille ajourée ne se contentent plus de suggérer : elles dévoilent. Le vêtement n'est plus une frontière mais une fenêtre , une exposition volontaire du corps devenu message.



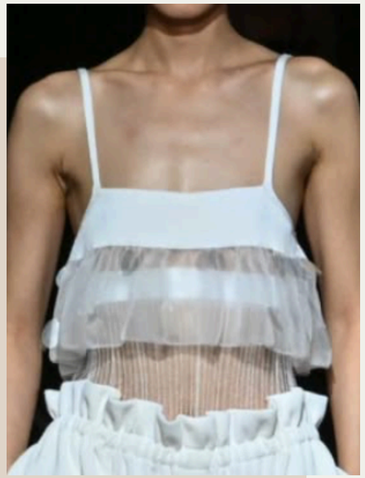
La transparence transforme un espace autrefois strictement privé en territoire visible, partagé, presque performatif. Montrer la peau n'est plus seulement un choix esthétique, mais un geste narratif, un discours sur la vulnérabilité, le contrôle et la mise en scène de soi. Dans un monde où l'on partage tout, même ce qui était impensable, le corps suit la logique du feed : filtré, exposé, assumé.

Ce micro-mouvement traduit parfaitement la dynamique de l'Intimacy Collapse. Ce qui était réservé à la sphère personnelle, la nudité, la sensualité, la fragilité corporelle , migre vers le domaine social. Sur les podiums, dans les campagnes, dans la rue, la transparence devient un manifeste identitaire : je montre pour exister. Le vêtement, au lieu de protéger, révèle. Il ne cache plus : il raconte.

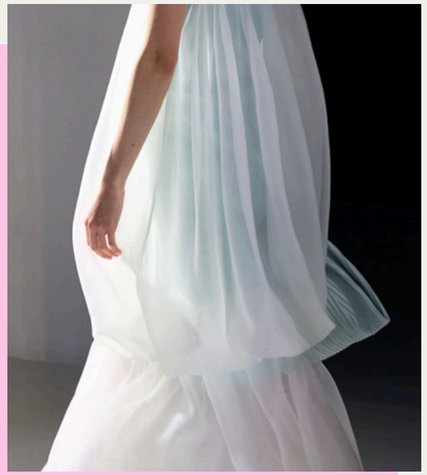
Dans cette tension entre dévoilement et empowerment, la mode expose le paradoxe de notre époque : l'intimité disparaît, mais la mise à nu devient un nouveau pouvoir.
Ici, la peau n'est plus un secret, c'est un langage.

quand le vêtement devient aveu

moodborad mode



CFCL SS26

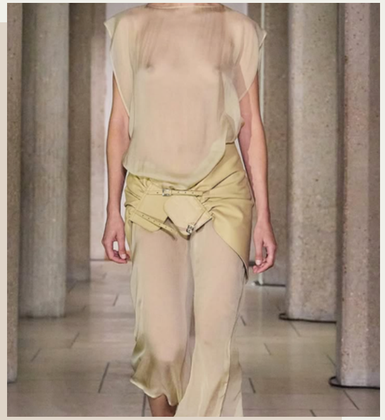


CFCL SS26

Le show SS26 de la marque CFCL a fait défiler des silhouettes vaporeuses, tout en mouvement. Le souhait du créateur Yusuke Takahashi ? “Créer une atmosphère détendue et contemplative” pour une “représentation réaliste de femmes sophistiquées.” Libérer les femmes des vêtements contraignants ? Hautement désirable.

CFCL SS26

barely-there trend



Chez Paloma Wool, c’est la maternité (une enfant ouvre le défilé en allant allumer les lumières et la créatrice vient saluer son bébé dans les bras), la filiation et la protection qui sont représentées sur ce show. Le corps y est sensuel sans surjouer, seulement suggéré par des jeux de transparence.

Paloma Wool SS26

Chez Aje, le mantra de cette saison, “Libérée des contraintes. Affranchie des traditions”.
La marque australienne revient à l’essentiel : le corps.

tulle, organza et mousseline

Aje S26

SKENDERI LEDA
RUYTER MARGOT
SOMMER ILLONA