



T E N D A N C E

# PLAISIRS MONASTIQUES

Revêtir une tenue de nonne, manger ou dormir comme au couvent... en cette fin d'année, prière de consommer ascétique ! Entre désir de spiritualité et de sobriété, revue de ces nouveautés aussi pointues qu'austères.

PAR CONSTANCE DOVERGNE

cès fulgurant. « Tous ces phénomènes convergent dans un mouvement général de refus face à la frénésie joyeuse et surconsommatrice de notre ère contemporaine, analyse Alexandra Jubé, fondatrice du bureau de conseil en stratégie de marque du même nom. On ne pourra pas changer le monde de manière radicale, donc on va modifier les choses à notre échelle, on se recentre, on revient à l'ordre du petit. » Pour mieux rentrer dans les ordres ? L'art de vivre monacal, c'est le nouveau « quiet luxury ». Décryptage.

## Mode épurée

Parce que le « quiet luxury », cette tendance mode qui redéfinit le luxe par la discrétion, s'est largement popularisé ces deux dernières années, ses adeptes de la première heure ●●●

**U**NE CÉRÉMONIE DE RÉOUVERTURE PAVÉE DE STARS, des vêtements liturgiques signés Jean-Charles de Castelbajac, une suite ouverte par La Tour d'Argent pour dormir face à la cathédrale... la résurrection de Notre-Dame, après un incendie dantesque et cinq ans de rénovation monumentale, inspire. À y regarder de plus près, les codes du sacré s'insinuent même partout dans nos vies : les voyageurs notent un boom des retraites spirituelles, les vêtements et le mobilier se font d'un minimalisme dépouillé de presque tout, et la cuisine monastique connaît un suc-

PHILIPPE GARCIA : DAVID BORDES / BÉATIR NOTRE-DAME DE PARIS ; LAUNCHMETRICS / SPOTLIGHT ; LAURENCE DU TILLY





BOUGEOR,  
TOLIX.



CRÈME POUR LE  
CORPS, COMMUNE.

ALTUZARRA.

●●● ont radicalisé leur style vers une garde-robe que ne renierait pas un ecclésiastique : tons neutres, coupes larges et enveloppantes (vues chez Carven, Toteme et La Collection), sandales de prêtre (Hereu et Church's), couvre-chefs de moine orthodoxe (Altuzarra)... « Il ne s'agit plus simplement de s'habiller d'une façon très neutre, mais aussi d'ajouter un niveau de lecture supplémentaire à son style, analyse

Alexandra Jubé. L'esthétique monacale sans sa dimension ornementale, c'est une manière de dire "Je suis plus et j'ai plus à dire que ce que je porte, ma complexité n'a pas besoin de se voir dans mes vêtements". »

## Beauté mystique

Dans une époque où l'on est de moins en moins séduit par les principes des religions les plus influentes, « on adhère néanmoins à des formes de croyance qui sont de l'ordre du mystique, observe Alexandra Jubé, de façon à se créer une religion à la carte, combinant astrologie, croyances culturelles et issues du monothéisme : on a envie de croire, mais on a du mal à savoir en quoi ». Une idée du sacré que l'on voit apparaître chez nombre de marques de beauté qui cultivent, en opposition aux promesses d'efficacité d'une concurrence orientée vers les nouvelles technologies, un retour aux formules et aux savoir-faire anciens. À l'image de Monastery Made, qui promet des cosmétiques « en collaboration avec la nature et les processus de guérison et de restauration naturels de votre peau », ou des produits Commune, qui tirent leur inspiration de l'héritage mystique et païen du comté de Somerset, en Angleterre, où la marque est née. Le sous-entendu ? On revient à ces recettes millénaires parce qu'on n'a tout simplement jamais fait mieux.

## Tourisme spirituel

La destination la plus courue de 2024 ? L'Hôtel du Couvent, à Nice, monastère du XVII<sup>e</sup> siècle converti en sublime hôtel cinq étoiles avec la complicité du duo star d'architectes Festen, ambassadeurs d'un luxe sobre, voire austère. À 700 kilomètres de là, sur le chemin de Saint-Jacques de Compostelle, une chambre d'hôtes a quant à elle séduit quantité d'esthètes en aménageant dans ses caves des cellules de moines ultra-épurrées. À La Manufacture Royale de Lecture, dans le Gers, des micro-



L'HUILE DÉMAQUILLANTE  
SAGE, MONASTERY.



chambres à 50 euros la nuit cohabitent avec des suites lumineuses à 290 euros la nuit, dans le même goût des matières nobles et des tons poudrés. Alexandra Jubé note, dans le succès de ces propositions, une volonté des clients d'affirmer leur anti-superficialité. « On sous-entend que l'on n'a pas besoin d'une chambre ultra-bling et de mille services parce que la vraie richesse n'est pas affichée, mais intérieure. On va lire, se concentrer sur soi plutôt que de surconsommer et multiplier les expériences. »

### Mots divins

C'est lors d'une retraite spirituelle à l'abbaye du Mont-Saint-Michel, « où l'on est plus proche du ciel que de la terre », que la styliste et designer Laurence du Tilly a eu une illumination inattendue : le crumble de légumes servi par les bonnes sœurs, divin. « À la fois hyper simple et vraiment, vraiment délicieux, se souvient-elle. Ce n'était pas seulement une bonne recette avec de



HEREU.

bons produits, c'était l'impalpable d'une cuisine faite avec le cœur et l'envie de partage. » Le livre de recettes que ce crumble lui a inspiré, « Mont-Saint-Michel. À la table des sœurs » (éd. Hachette), est aujourd'hui une référence parmi les initiés de la food. C'est qu'il raconte mieux que n'importe quel ouvrage gastronomique un sens de l'autosuffisance terriblement séduisant à une époque mondialisée où tout va trop vite. Cuisiner le plus localement possible, sans technologie et en valorisant le rythme immuable des saisons, c'est une forme de résistance que revendique également la cuisine des moines bouddhistes de Corée et du Japon. À Paris, on peut la déguster tous les week-ends au sous-sol de la très chic boutique Ogata.

### Archi-ascétique

« La maison, c'est le refuge de notre âme, d'où l'importance de la nourrir de spiritualité et de conscience. Prendre soin de son intériorité, c'est aussi prendre soin de son chez soi », affirme Laurence du Tilly. Après « À la table des sœurs », elle a publié « Intérieurs sacrés » (éd. EPA), ouvrage qui s'intéresse au lien entre design et religion. Un lien plus évident que jamais, à mesure que la tendance brutaliste met sur le devant de la scène bougeoirs muraux, socles de bois en guise d'assises et pièces de vaisselle en étain, bien loin des canapés en bouclette écrue qui ont longtemps colonisé les magazines de décoration. « C'est une épure intellectualisée, analyse Alexandra Jubé. On cherche à signifier à un public précis que l'on est comme lui, que l'on n'est pas dupes de la consommation, que l'on maîtrise ses codes qui sont aussi les nôtres. » Ainsi, en vous rendant à la nouvelle boutique de la marque The Row, à Paris, vous ne trouverez aucun vêtement en vitrine, mais un rideau tiré. « En cultivant la discrétion, on cherche surtout à revendiquer une anti-superficialité et une démarche intellectuelle plus enfouie et essentielle », précise Alexandra Jubé. ●

LA MANUFACTURE ROYALE DE LECTOURE, DANS LE GERS.



TOTEME, PRINTEMPS-ÉTÉ 2025.