

Baptisé *Très Moyen Âge*, le nouveau cahier de tendances de *Texworld Appareil Sourcing Paris* esquisse les lignes qui guideront – dans un monde sous contraintes – les collections Printemps-Été 2027. Il sera révélé du 2 au 4 février 2026 au Parc des Expositions de Paris-Le-Bourget.

Tensions géopolitiques, injonctions sociétales, transformations numériques, marchés en recomposition... Au moment où la mode (et le monde) traverse une zone de fortes turbulences, *Très Moyen Âge* choisit de regarder le futur en convoquant un passé réinventé. Non comme un refuge nostalgique, mais comme un miroir grossissant de nos tensions contemporaines.

Cette nouvelle édition du Trend Book propose des pistes pour permettre aux créateurs de conjuguer imagination et désir de renouveau dans l'élaboration des collections Printemps-Été 2027. Il explore un imaginaire souvent sombre où se mêlent protection, conflit, magie et identité augmentée : un Moyen Âge recomposé, numérique, fantasmé comme une métaphore aux bouleversements actuels.

Quatre Univers créatifs pour « réarmer » l'imagination

Dirigé par Louis Gérin et Grégory Lamaud, les directeurs artistiques de *Texworld Appareil Sourcing Paris*, ce document s'appuie sur les réflexions d'un collectif de stylistes, de designers, d'auteurs et d'artistes réunis autour d'une même question : *comment créer dans un monde qui doute de sa propre capacité à imaginer ?* De cette interrogation naît une vision en quatre récits révélant différents angles de friction entre réalité et attentes : retour au fonctionnel primitif, illusions réconfortantes du numérique, postures guerrières face aux crises et expansion continue du "*moi digital*".

Plutôt qu'une projection figée, *Très Moyen Âge* propose une lecture sensible, instinctive (et parfois dérangeante) de la saison Printemps-Été 2027. Une invitation à questionner le vêtement comme outil de protection, d'affirmation, de résistance ou de transmutation, dans un monde où les frontières entre réel et virtuel, naturel et artificiel, passé et futur n'ont jamais été aussi poreuses.



#1 Seigneurie numérique. Cette première proposition élève les géants de la Silicon Valley au rang de suzerains tout-puissant. Les individus, vassaux volontaires de ces empires numériques contemporains, cèdent intimité et liberté en échange d'une sécurité illusoire. Protection et contrôle : deux injonctions traduites dans une mode faite de couches juxtaposées très fonctionnelles. Des carapaces symboliques de toiles lourdes, de simili-armure textile (enduits métallisés), de mailles côtelées rigides traitées sur des tonalités gris acier, noir charbon avec des accents holographiques argentés.

#2 Sorcellerie nucléaire. Si cet univers coloré porte une certaine forme de « réenchantement », il s'apparente à une esthétique de l'illusion. La technologie (l'IA), qui porte la menace de l'obscurantisme en anesthésiant le raisonnement, est paradoxalement vécue comme un confort artificiel. Les silhouettes sont ici empreintes de douceur trompeuse, de matières protectrices et veloutée (organza irisé, matières translucides, tricot mousseux, mohair léger, des jerseys « seconde peau »), dans une ambiance de magie techno, entre cocon enveloppant et « aura digitale ». La palette oscille entre les violets spectraux, le rouge carmin, l'opaline ou les verts « radioactifs ».

#3 Croisade spéculative. Cette séquence créative convoque l'histoire (humaine) d'une quête incessante de domination insatisfaite. Un axe martial et sombre, fait d'affrontements conflictuels. Les silhouettes sont très « armurées » – techniques, inspirées du combat – ou assemblées avec des matériaux hybrides, des textures viscérales dans une palette colorielle organique et guerrière : rouges et marrons sombres, noirs texturés, kaki militaire, chrome brûlé...

#4 Data inquisition. Ce dernier axe explore une société de suspects sous surveillance. Dans cet univers d'inquisition permanente, toute différence, toute excentricité ou nuance est immédiatement condamnée. Les identités personnelles sont absorbées et l'intimité disparaît au profit du collectif. Le vêtement devient interface, une seconde peau, extension du *moi numérique*.

Les vêtements sont paramétrables avec des modules interchangeables. Le tout dans une esthétique bleue glacée, algorithmique.

Des univers à découvrir en février

Ces quatre thématiques sont enrichies de *moodboards* et de nuanciers construits autour de trois « *star colors* » prolongées de six nuances. Chaque proposition, imaginée comme une capsule design ou une direction créative, sera mise en scène sur le salon dans l'espace consacré aux forums de tendances installés dans le Hall2. Ce dispositif immersif permettra aux visiteurs de découvrir les looks élaborés par les directeurs artistiques à partir de matières et de produits finis sélectionnés pour chaque univers sur la base de partis pris sensoriels marqués. Louis Gerin livrera enfin le détail de ce travail lors d'une conférence spécifique afin de donner aux créateurs des perspectives créatives solides pour imaginer la mode Printemps-Été 2027.

Le trend book *Très Moyen Âge* est téléchargeable [ici](#).

Site internet :

<https://texworld-paris.fr.messefrankfurt.com/paris/fr.html>

Retrouvez le matériel de presse ici : <https://texworld-paris.fr.messefrankfurt.com/paris/fr/press.html>

Pour un confort optimal de visite, Apparel Sourcing Paris et Texworld Paris s'inscrivent dans la galaxie de salons connexes Messe Frankfurt France (aux côtés de Avantex Paris et Leatherworld Paris qui ont lieu une fois par an, lors de la session de septembre), dans un même lieu, aux mêmes dates, et dont l'entrée est gratuite sur présentation d'un justificatif professionnel.



Messe Frankfurt en chiffres

www.messefrankfurt.com/messe-frankfurt-en-chiffres

La durabilité chez Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/sustainability-information



Messe Frankfurt France est membre de Paris Capitale de la Création qui fédère les événements de référence dans les secteurs de la mode, du design, de l'art et des industries créatives et fait de Paris un lieu incontournable pour tous les acteurs de la création.

Contacts presse

Dimitry Helman – dimitry@re-active.fr – +33 6 77 99 20 76

Messe Frankfurt France – Cassandra Galli – cassandra.galli@france.messefrankfurt.com - +33 6 74 29 09 07