FEBRUARY
FÉVRIER
2020

ISSUE
ÉDITION
03

MONTRÉAL STYLE

Charlotte Cardin
From Fashion to Music
De la mode à la musique

Fashion: These cool kids
Tendance : Entrez dans la clique

Montréal
The pearl of North America
Perle d'Amérique

Pride in production
Un patrimoine manufacturier

#mtlstyle




YOGAJeans®
www.yogajeans.com

VISIT OUR

SHOP IN SHOPS

IN THE FINEST SPECIALTY STORES
THROUGHOUT NORTH AMERICA

ASK ABOUT OPENING A GORSKI SHOP IN YOUR STORE

DOWN-FILLED JACKETS, APRÈS-SKI,
CASHMERE WITH FUR, COLD WEATHER
ACCESSORIES, FINE FURS, SHEARLING,
MENSWEAR, HOME DÉCOR

VISITEZ NOS

BOUTIQUES EN MAGASINS

DANS LES MEILLEURS MAGASINS SPÉCIALISÉS
À TRAVERS L'AMÉRIQUE DU NORD

CONTACTEZ NOUS POUR LES OPPORTUNITÉS DE VENTE

APRÈS-SKI, CACHEMIRE AVEC FOURRURE,
ACCESSOIRES, FOURRURES LUXE, PEAUX LAINÉES,
HOMMES, COLLECTION DE MAISON

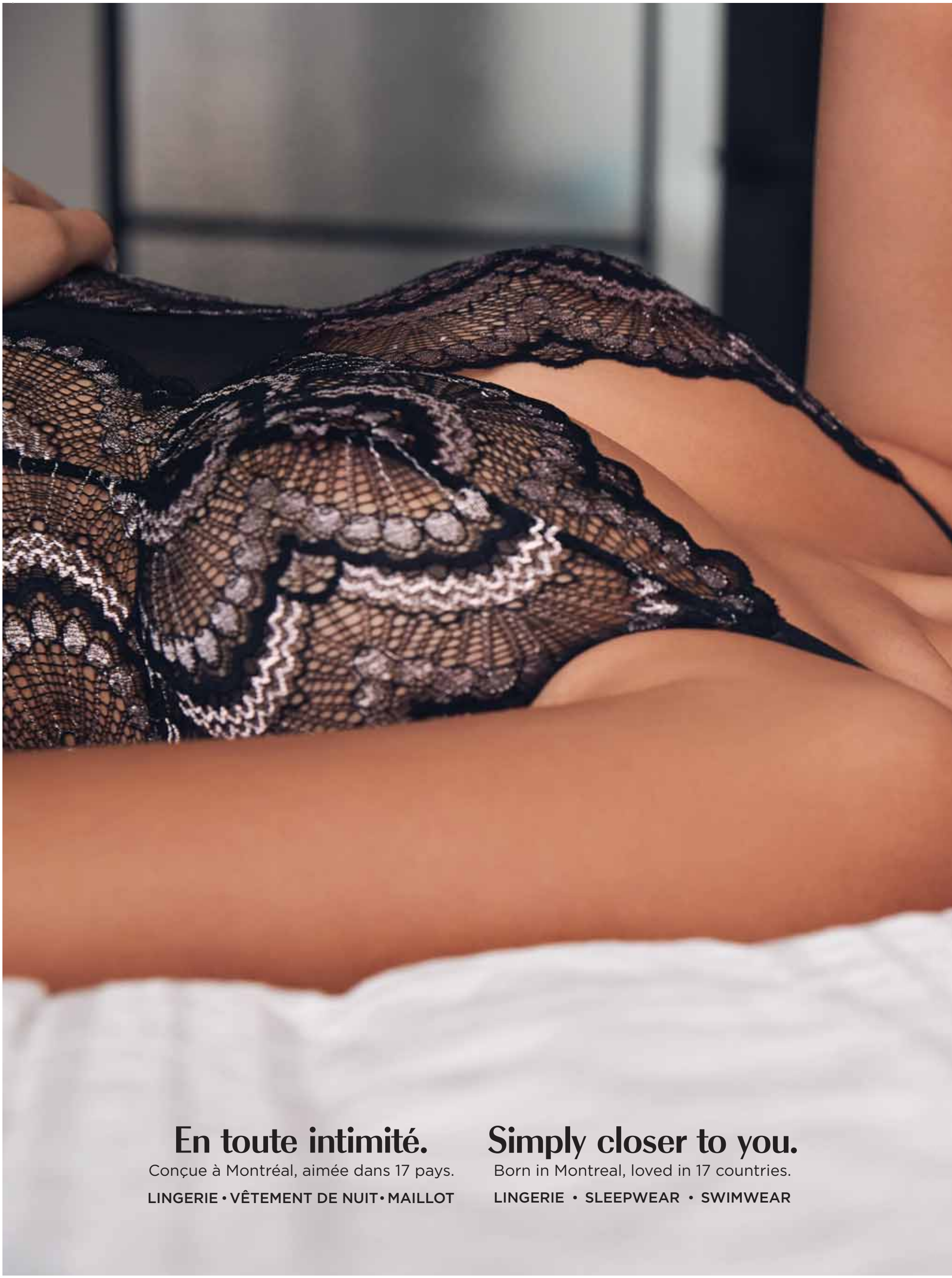
GORSKI

MONTRÉAL

WWW.GORSKIGROUP.COM

@GORSKIOUTERWEAR




En toute intimité.
Conçue à Montréal, aimée dans 17 pays.
LINGERIE • VÊTEMENT DE NUIT • MAILLOT
Simply closer to you.
Born in Montreal, loved in 17 countries.
LINGERIE • SLEEPWEAR • SWIMWEAR


la Vie en Rose




MITCHIE'S
MATCHINGS COLLECTION



2:37PM

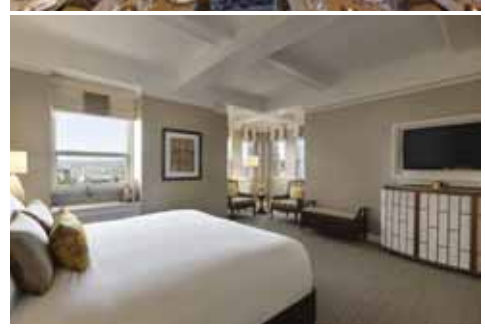
Le moment où l'expression ***style intemporel*** *prend tout son sens.*

The moment you discover the meaning of ***timeless style****.*

Fairmont Le Château Frontenac saura vous séduire avec son mélange de charme historique et d'élégance contemporaine, son service de classe mondiale et sa touche magique!

Fairmont Le Château Frontenac will seduce you with its blend of historic charm and distinctive modern elegance, its world-class hospitality and its magic touch!





INFORMATION, RESERVATION
1 800 441-1414
1, rue des Carrières, Québec
fairmont.com/frontenac

Fairmont
LE CHÂTEAU FRONTENAC


FEQ
PRÉSENTÉ PAR
Bell
COLLABORATION DE
Coors LIGHT
Québec
Bell ♥ FESTIVAL D'ÉTÉ DE QUÉBEC
11 JOURS DE MUSIQUE AU CŒUR DE LA VILLE!
Découvrez notre programmation
feq.ca
11 days of music in the heart of the city! Discover our line-up at feq.ca
FESTIVAL D'ÉTÉ DE QUÉBEC - 9 AU 19 JUILLET 2020
Desjardins
Loto Québec
Hydro Québec
SiriusXM
lait
Ford
SAO
Alex Coulombe
RioTinto
CH Charton Hobbs
Groupe Voyages Québec
YQB
Hilton Québec
leSoleil
Radio-Canada
Ville de Québec
Québec cité
Canada
Québec



MONTRÉAL STYLE

MontréalStyle is a magazine published by mmode, the metropolitan Fashion Cluster, in collaboration with Maison 1608 by Solisco.

Le magazine MontréalStyle est un magazine publié par mmode, la Grappe métropolitaine de la mode avec la collaboration de Maison 1608 par Solisco.

mmode
THE METROPOLITAN FASHION CLUSTER

Executive Director
Directrice générale
Debbie Zakaib

Senior Director, Market Development
Directeur principal, Développement des marchés
Mathieu St-Arnaud Lavoie

Communications & Image Working Group Manager
Gestionnaire, Communications et Chantier Image
Catherine L'Écuyer

HR Working Group Coordinator
Coordonateur du Chantier Main-d'œuvre
Adrien Habiyaremye

MAISON 1608
PAR SOLISCO

Éditeur
Publisher
Maison 1608 par Solisco
maison1608.com

Vice-president, Sales and Marketing,
Vice-présidente, ventes et marketing, Solisco
Founder
Fondatrice, Maison 1608 par Solisco
Anne-Marie Boissonnault

Content Manager
Gestionnaire de contenu
Anne-Laurence Jean

Translation
Traduction
Toby Cayouette, Annie Rousseau

Copy Editing
Révision linguistique
Amélie Lapierre
Elizabeth West

Art Director
Directrice artistique
Julie Boulanger

Graphic Designers
Designers graphiques
Laura Doherty
Audrey Goeffroy-Plante
Gabrielle Gagnon
Nathalie Dion

Customer Service Manager
Directrice du service client
Jennifer Campbell

Production Manager
Directrice de production
Kathleen Forcier

Business Development Manager
Directrice du développement des affaires
Marie-Andrée Parent

Graphic Designer (collaborator)
Designer graphique (collaboratrice)
Chloé Dionne

Photographers
Photographes
Carl Lessard, Brian Ypperciel

Stylist
Styliste
Florence O. Durand

Contributors
Collaborateurs
Alexandre Turcotte, Carolane Stratis, Eva Friede, Joëlle Paquette, Josiane Stratis, Yann Fortier

Advertising Sales
Ventes publicitaires
Marie-Claude Primeau

IMPRIMÉ AU CANADA PAR SOLISCO
Tous droits réservés © Maison 1608 par Solisco, 2020. Maison 1608 par Solisco a pris toutes les précautions nécessaires pour s'assurer de l'exactitude des renseignements mentionnés dans ces pages. Il ne peut être tenu responsable des erreurs ou des négligences commises dans l'emploi de ces renseignements. Les prix mentionnés dans le magazine peuvent être modifiés sans préavis. Toute reproduction, en tout ou en partie, est interdite sans la permission écrite au préalable de Maison 1608 par Solisco. Les opinions exprimées dans ce magazine représentent le point de vue des auteurs et ne représentent pas forcément les opinions de l'éditeur.

On the cover
Charlotte Cardin in Yoga Jeans.
Page couverture
Charlotte Cardin est habillée par Yoga Jeans.

Contents
Sommaire

— 29
Montréal designers are getting noticed
Les designers de Montréal se font voir

— 32
Local fashion done differently
La mode d'ici, autrement

— 38
Québec style on your feet
Chausser québécois

— 40
Theatrical energy at fashion's service
Énergie théâtrale au service de la mode

— 45
Where the jobs are
Destination emplois

— 50
Looking at Montréal from New York
Voir Montréal depuis New York

— 52
First in education
Au premier rang de l'éducation

— 56
Local success
Succès d'ici

— 62
The pearl of North America
Perle d'Amérique

— 68
4 Montréal neighbohoods you need to know
Montréal en 4 quartiers à découvrir

— 72
From Fashion to Music
De la mode à la musique

— 78
These cool kids
Entrez dans la clique

— 90
Pride in production
Un patrimoine manufacturier

— 98
Sustainably chic!
Des fourrures durables !

— 102
The wild north
Le nord sauvage

— 127
Participants index
Index des participants

MAGIC
LAS VEGAS

FEBRUARY / AUGUST
FÉVRIER / AOUT
2020

THE MOST COMPREHENSIVE
FASHION TRADESHOW
INCLUDING APPAREL,
FOOTWEAR, ACCESSORIES,
AND MANUFACTURING.

LE SALON DE MODE LE PLUS
EXHAUSTIF, INCLUANT LE VÊTEMENT,
LA CHAUSSURE, L'ACCESSOIRE
ET LA MANUFACTURE.

MAGICFASHIONEVENTS.COM

WWDMAGIC | FN PLATFORM | SOURCING AT MAGIC | PROJECT
MAGIC MENS | PROJECT WOMENS | FOOTWEAR SOURCING AT MAGIC
STITCH @ PROJECT WOMENS | POOLTRADESHOW | CHILDREN'S CLUB

COTERIE

CO-LOCATED WITH

fame. SOLE COMMERCE MODA

NEW YORK CITY

FEBRUARY 11-13, 2020 | SEPTEMBER 22-24, 2020

JACOB JAVITS CENTER

Every February and September, The COTERIE Marketplace anchors the New York market and kicks off the global sales calendar for the new season.

COTERIEFASHIONEVENTS.COM

QUARTZ Co



FABRIQUÉ AU CANADA.
CONÇU POUR UN STYLE
DE VIE NORDIQUE.

MADE IN CANADA.
DESIGNED FOR THE
NORTHERN LIFE.

QUARTZ-CO.COM

Comfort & Co

loungewear

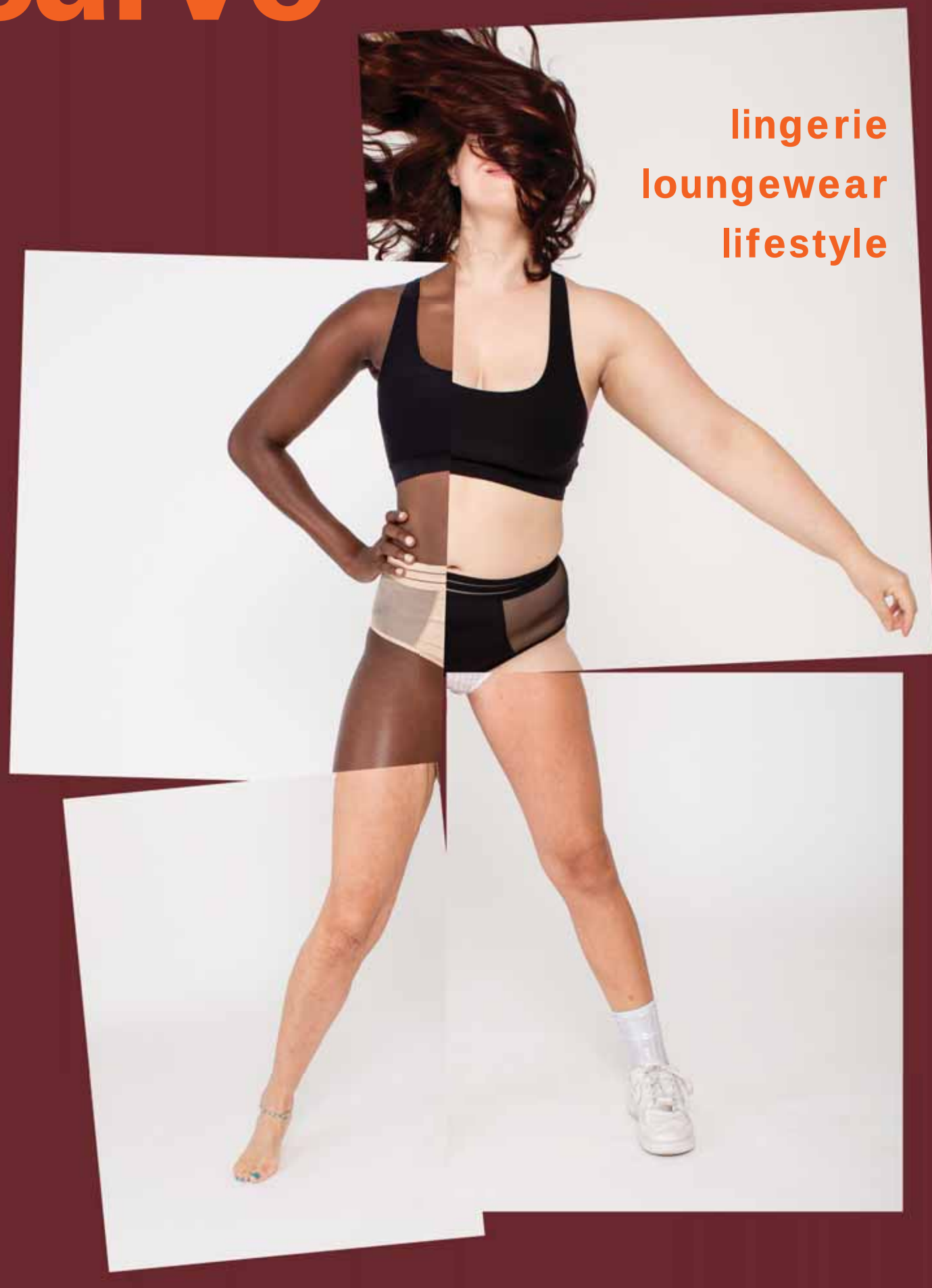
Par / By

Claudel Lingerie



instagram @comfort.and.co
facebook @comfortandco

curve



lingerie
loungewear
lifestyle

NEW YORK LAS VEGAS MONTRÉAL

curve-newyork.com | info@curvexpo.com

If you want to go fast, go alone, but if you want to go far, go together

Seul, on va plus vite,
mais ensemble,
on va plus loin



Debbie Zakaib
Executive Director
mmode, the Metropolitan Fashion Cluster
Directrice générale
mmode, la Grappe métropolitaine de la mode

mmode

For the third consecutive year, it is with great pride that mmode, the Metropolitan Fashion Cluster, brings together players in Montréal and Québec's rich and dynamic fashion industry to participate in its Las Vegas mission. This initiative is part of mmode's mission to create commercial and innovative collaboration while helping to improve the competitiveness and growth of this sector. Thanks to the cooperation and involvement of participating companies, our precious strategic partners and our public funders, we have this opportunity to promote and to position Montréal as Canada's fashion capital and as a world-class city.

Pour une 3e année consécutive, c'est avec fierté que mmode, la Grappe métropolitaine de la mode, fédère des acteurs issus du riche et dynamique écosystème de l'industrie de la mode montréalaise et québécoise pour prendre part à sa grande mission commerciale à Las Vegas. Cette initiative s'inscrit dans la mission de la Grappe mmode en visant à créer des synergies d'affaires et d'innovation, tout en contribuant à améliorer la compétitivité et la croissance de notre secteur. C'est aussi grâce à la mobilisation et à l'engagement des entreprises participantes, de nos précieux partenaires stratégiques et de nos bailleurs de fonds publics que nous arrivons à faire rayonner Montréal et à positionner la ville comme capitale canadienne de mode et métropole reconnue sur l'échiquier mondial.



Promoting our excellence

Faire rayonner
l'excellence
de chez nous

Pierre Fitzgibbon
Minister of Economy and Innovation and
Minister Responsible for the Lanaudière Region
Le ministre de l'Économie et de l'Innovation et ministre responsable de la région de Lanaudière

Québec

Québec's fashion industry enjoys an enviable reputation throughout the world because of its highly creative players in the fields of product manufacturing, design, marketing and distribution.
This industry's success is also attributable to the Metropolitan Fashion Cluster (the mmode Cluster), an organization that plays a critical role for companies, particularly when it comes to promoting their brands. The Québec government, through Export Québec, is therefore enthusiastic about the idea of once again partnering with the mmode Cluster as part of the trade mission to the MAGIC 2020 trade show in Las Vegas. For Québec, it is an excellent opportunity to further promote our creators' ingenuity, know-how and excellence.
I wish everyone great success!

L'industrie québécoise de la mode s'est construit une réputation enviable partout dans le monde grâce à ses acteurs hautement créatifs dans les domaines de la fabrication, du design, de la commercialisation et de la distribution de produits.
Le succès de cette industrie est également tributaire de la Grappe métropolitaine de la mode, la Grappe mmode, une organisation qui joue un rôle déterminant auprès des entreprises, particulièrement en ce qui a trait au rayonnement de leurs marques.
Le gouvernement du Québec est donc enthousiaste à l'idée de s'associer une fois de plus, par l'entremise d'Export Québec, à la Grappe mmode lors de la mission commerciale à la foire MAGIC 2020 de Las Vegas. Pour le Québec, c'est une occasion incontournable de faire rayonner encore davantage l'ingéniosité, le savoir-faire et l'excellence de ses créateurs.
Je vous souhaite des échanges fructueux !



L'outil de gestion parfait pour le monde de la mode.

Des décisions plus rapides que les changements de saison. Une mise en marché accélérée pour les grossistes et les détaillants, grâce à Momentis Fashion (ERP). S'intègre facilement aux principales plateformes de commerce en ligne et de distribution, pour une mise à jour automatique des produits, images, inventaires et prix promotionnels.

The technology to drive your fashion forward.

Game-changing Apparel and ERP Software for wholesalers and retailers. Real-time data on any device, at any time, anywhere! Momentis seamlessly integrates with major ecommerce and fulfillment platforms providing the insights to keep you on trend, on time, on budget.

www.momentis.com

GESTION DU CYCLE DE VIE DU PRODUIT / GESTION DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE / GESTION D'ENTREPÔT / GESTION DE LA DEMANDE DE LA MODE / FINANCES / APPLICATIONS CLOUD ET MOBILE / ANALYTIQUE / INTÉGRATIONS //
PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT / SOURCING & LOGISTICS / WAREHOUSE MANAGEMENT / SALES ORDER MANAGEMENT / FINANCIALS / CLOUD & MOBILE APPLICATIONS / ANALYTICS / INTEGRATIONS

Momentis_StyleAd_final.indd 1 2019-11-13 2:53 PM



The power of synergy
La force de la synergie

For a third year, the Québec fashion community, gathered together under the banner of the mmode Cluster, will promote its know-how during the largest fashion event in North America, the MAGIC trade show in Las Vegas.
This dynamic industry has developed several projects to address technological, human, environmental and economic challenges with confidence and self-assurance. Several members of the mmode Cluster, a veritable collaborative network for business and innovation, are leaders in adopting rigorous environmental practices, investing in R&D or using information and communications technologies, or through their presence in external markets.
Québec's fashion ecosystem continues to adapt to the changes it sees coming in order to create good jobs and remain a pillar of our economy.

Pour une 3e année, le milieu de la mode québécoise, réuni sous la bannière de la Grappe mmode, fera rayonner son savoir-faire dans le cadre du plus grand rendez-vous mode en Amérique du Nord, la foire MAGIC de Las Vegas.
Cette dynamique industrie a mis en place plusieurs chantiers qui lui permettent d'aborder les défis technologiques, humains, environnementaux et économiques avec confiance et assurance. Plusieurs membres de la Grappe mmode, véritable réseau collaboratif d'affaires et d'innovation, font figure de chefs de file dans l'adoption de pratiques environnementales rigoureuses, dans l'investissement en R et D, dans l'utilisation des TIC ou grâce à leur présence sur les marchés extérieurs. L'écosystème québécois de la mode continue d'anticiper les changements pour s'adapter, pour créer de bons emplois et pour rester un pilier de notre économie.

The Honorable Mélanie Joly
L'honorable Mélanie Joly
Minister of Economic Development and Official Languages
Ministre du Développement économique et des Langues officielles

Canada



Fashion in Montréal, a key economic and cultural role
La mode à Montréal, un rôle clé économique et culturel

It is with great pleasure that I salute the contribution of this 3rd Montréal Style magazine to the great trade mission of the mmode Cluster, which takes place at the MAGIC fair in Las Vegas.
This magazine, whose objective is to promote Montréal's fashion ecosystem, contributes to the positioning of our metropolis both here and around the world as a city of innovation and design. The fashion sector plays a key role both economically and culturally in Montréal. It contributes to the creative richness of which we are so proud.
I would like to congratulate the mmode Cluster for brilliantly promoting all of our talent, thereby ensuring a prosperous future for the industry and its players. I wish you a most fruitful mission to Las Vegas.

C'est avec grand plaisir que je souligne l'apport de ce 3e magazine Montréal Style *à la grande mission commerciale de la Grappe mmode, qui se déroule à la foire MAGIC de Las Vegas.*
Ce magazine, dont l'objectif est de faire rayonner l'écosystème montréalais de la mode, contribue au positionnement de notre métropole tant ici, qu'à travers le monde, en tant que ville d'innovation et de design. Le secteur de la mode joue un rôle clé tant sur le plan économique que sur le plan culturel à Montréal. Il contribue à la richesse créative dont nous sommes si fiers. Je tiens à féliciter la Grappe mmode de promouvoir avec brio tout le talent de chez nous, assurant ainsi un avenir florissant à l'industrie et à ses acteurs.
Je vous souhaite une mission des plus fructueuses à Las Vegas.

Valérie Plante
Mayor of Montréal
Mairesse de Montréal

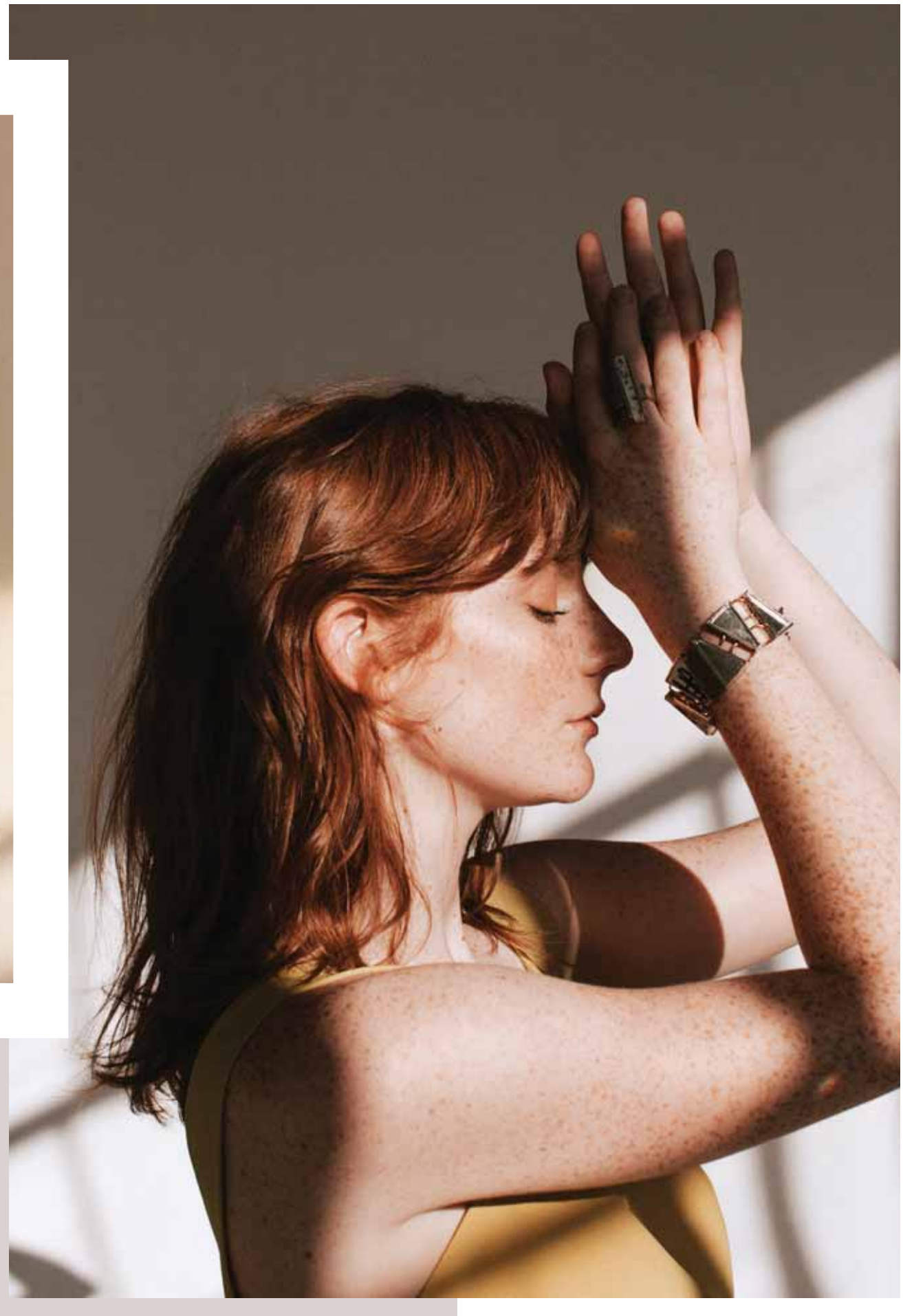
Montréal

ANNE
-MARIE
CHAGNON

— Handmade for twenty five years —

N°25





ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL

Presented by Hydro Québec

FRI. **MAR 27** | SAT. **MAR 28**

"ÉCLATÉ" CONCERT

MUSIC FASHION AND MOVEMENT CONCERT



KENT NAGANO
conductor



© Anouk Lessard

MARIE SAINT PIERRE
designer



ANNA BURDEN
OSM associate principal cello



LOUISE LECAVALIER
choreographer and dancer



© Maude Chauvin

JULIE LE BRETON
actress

Some great feminine figures set the tone for the evening. This concert showcases the textures and the fluidity of Marie Saint Pierre's clothing, amplified by the movements of choreographer and dancer Louise Lecavalier. Actress Julie Le Breton also takes part in the event, playing the famous Molière character M. Jourdain in a modernistic interpretation by talented stage director Mani Soleymanlou. Also on the program : the grace and virtuosity of Anna Burden in Sollima's *Lamentatio*.

An unprecedented encounter between the universes of fashion creator Marie Saint Pierre and Maestro Kent Nagano.

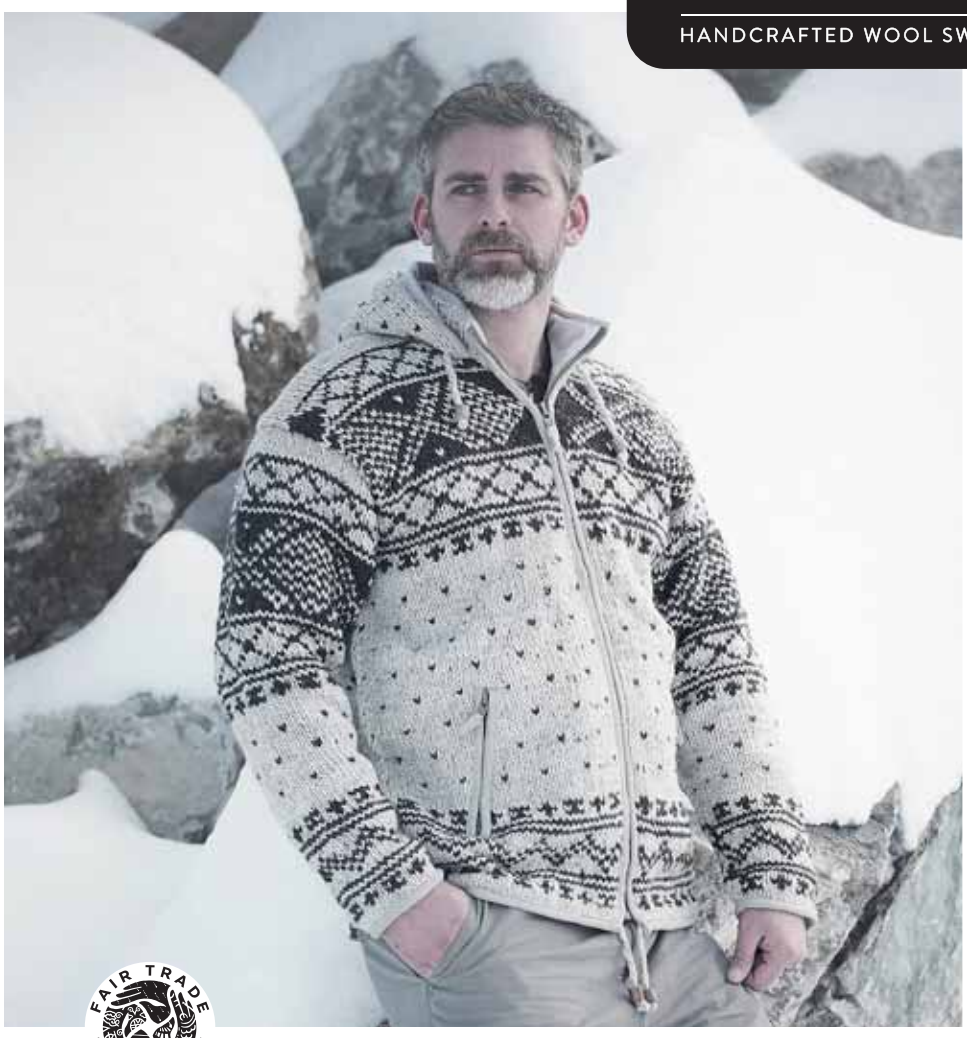
On sale now!
osm.ca

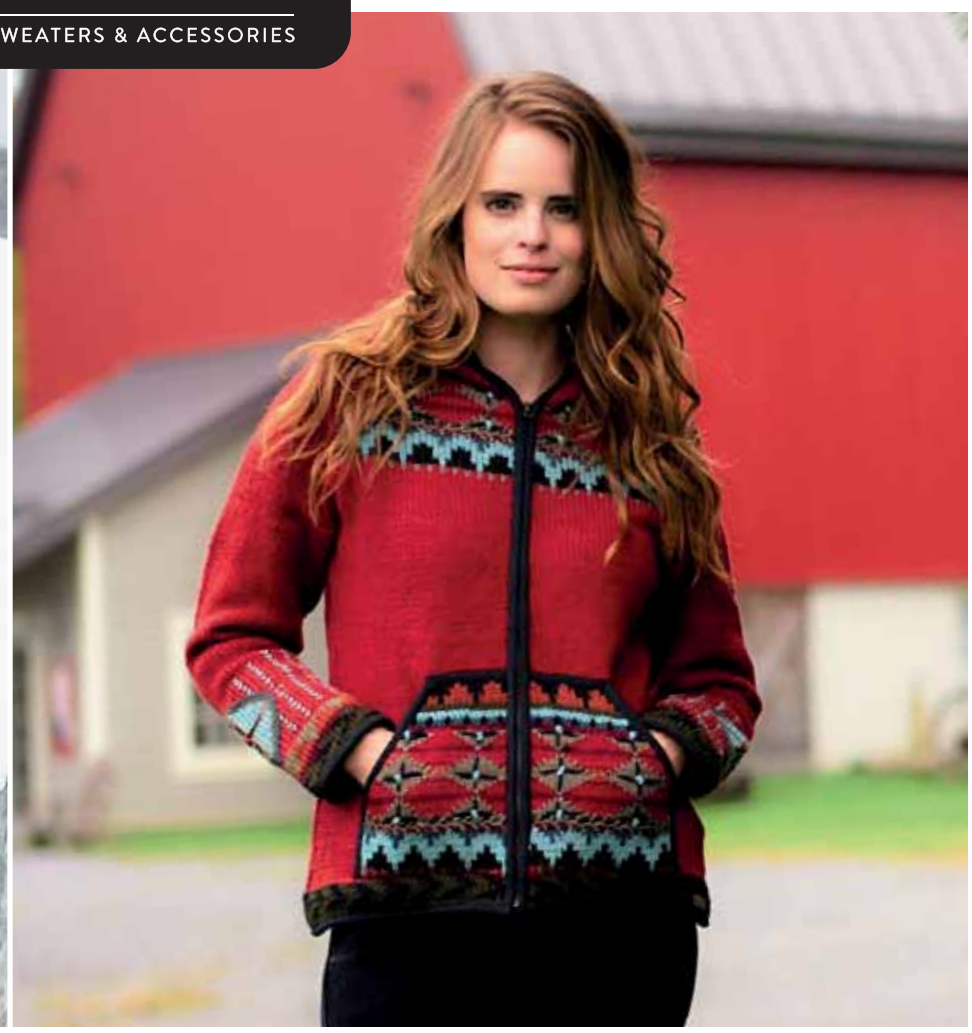
Also available at
placedesarts.com

Season Presenting Partner
BMO

Public Partners
Québec
Canada Council for the Arts | Conseil des arts du Canada
Conseil des arts de Montréal | Montréal

LAUNDROMAT
HANDCRAFTED WOOL SWEATERS & ACCESSORIES





FAIR TRADE FEDERATION MEMBER

Working hand in hand with Nepal for over twenty years.

Classic styles for Men and Women designed in Canada.
Laundromatstuff.com



Lola jeans®

LOLA-JEANS.COM

S/S 20



MARIGOLD

MONTRÉAL

NEW COLLECTION
SPRING / SUMMER 2020

fait à Montréal _
made in Montreal
mode éthique _
sustainable fashion

marigoldmtl.com



BOULDER
DENIM

THE MOST ADVANCED STRETCH DENIM
DENIM extensible LE PLUS AVANCÉ

EXTREME STRETCH
EXTENSIBILITÉ EXTRÊME

SUSTAINABLY MADE
ÉCORESPONSABLE ET DURABLE

REINFORCED STITCHING
COUTURES RENFORCÉES

WATER/STAIN RESISTANT
EAU/TACHE RÉSISTANT

TRAP ZIP POCKET
POCHE ZIP CACHÉE

VEGAN
VÉGANE

#craftedfortheclimb

@BOULDERDENIM

WWW.BOULDERDENIM.COM



DES CONSEILS FINANCIERS SUR MESURE.

TAILORED FINANCIAL ADVICE.

Au fil de nos 93 ans, nous avons évolué de pair avec les entrepreneurs les plus talentueux de la mode, du textile et du commerce de détail au Québec. Nous aidons les propriétaires d'entreprises les plus à la mode et leurs familles à arrimer leurs objectifs personnels avec ceux des sociétés qu'ils possèdent.

Grâce à nos connaissances approfondies, nous serons à vos côtés en vous offrant des conseils personnalisés qui vous permettront de vous mesurer aux défis et occasions à venir. Nous aidons avant tout des êtres humains, et contrairement aux tendances, nous sommes ici pour le long terme.

Throughout our 93-year history, we have evolved with Quebec's talented fashion, textile and retail entrepreneurs. We help the most stylish business owners and their families align their personal goals and objectives with the entities they own.

With our in-depth knowledge, we will be alongside you, offering bespoke advice so you can measure up to the challenges and opportunities that come your way. We are people helping people and, unlike trends, we're here for the long term.

RICHTER.CA

RICHTER

KUWALLA

Elevated Essentials

Consistently offering collections of quality, comfortable streetwear essentials that re-enforce individuality and enhance self expression.

1% FOR THE PLANET MEMBER



©2020 Les Agences Lisette Limoges Inc. Tous droits réservés.
©2020 Lisette Limoges Agencies inc. All rights reserved.

MONTRÉAL DESIGNERS ARE GETTING NOTICED
LES DESIGNERS DE MONTRÉAL SE FONT VOIR

BY
PAR
CAROLANE STRATIS

Québec, and more specifically the city of Montréal, is brimming with fashion brands and designers that are fussed over by public figures and politicians, both here and abroad. It just goes to show that Montréal can hold its own against any other fashion capital. From Oprah Winfrey wearing Lisette L to Kate Middleton and her ALDO shoes, the media attention these celebrities give our local businesses increases their visibility, sales, and especially, international recognition. So, who's wearing what?

Le Québec, et plus précisément la ville de Montréal, regorge d'entreprises mode et de designers chouchoutés par les personnalités publiques et politiques d'ici et d'ailleurs. Montréal n'a donc rien à envier aux autres capitales de la mode. D'Oprah Winfrey portant Lisette L à Kate Middleton et ses chaussures ALDO, l'attention médiatique que ces personnalités connues donnent à nos entreprises d'ici permet d'augmenter la visibilité, les ventes et surtout la reconnaissance internationale de ces projets. Alors, qui porte quoi ?

STARS CAN'T GET ENOUGH OF JÉRÔME C. ROUSSEAU
LES STARS CRAQUENT POUR JÉRÔME C. ROUSSEAU

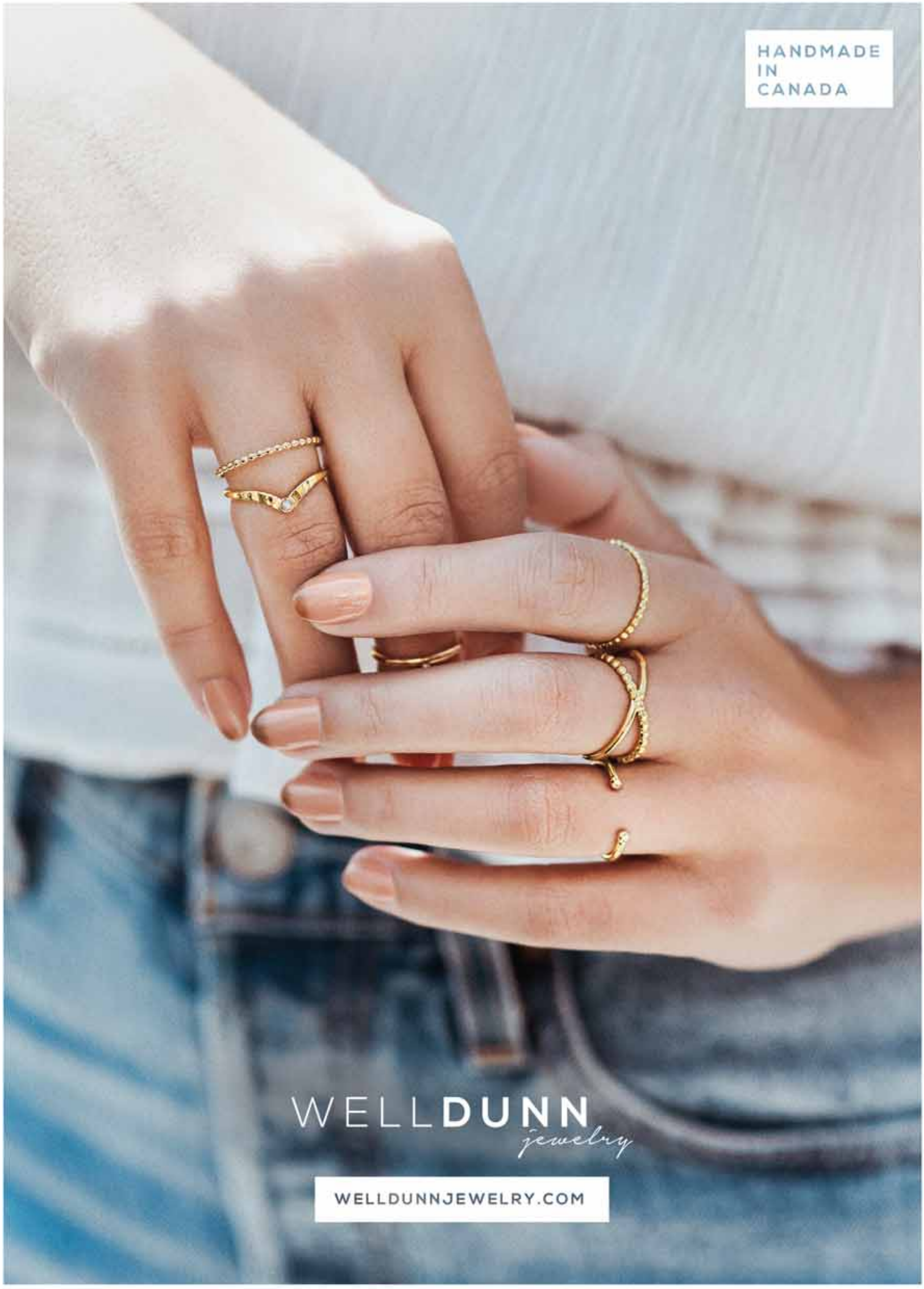
LO
VE



HIGH HEELS BY/CHAUSSURE PAR JÉRÔME C. ROUSSEAU

A native of Roberval, in Lac-Saint-Jean, designer Jérôme C. Rousseau is currently putting shoes on the feet of some of the biggest stars in Hollywood. From Lady Gaga to Charlize Theron, Taylor Swift, Scarlett Johansson and Drew Barrymore, they've all fallen for pumps designed by this famous Québec designer!

Natif de Roberval, au Lac-Saint-Jean, le créateur Jérôme C. Rousseau chausse aujourd'hui les plus grandes stars d'Hollywood. De Lady Gaga à Charlize Theron, en passant par Taylor Swift, Scarlett Johansson et Drew Barrymore toutes ont eu un coup de cœur pour les escarpins du célèbre designer bien de chez nous !


HANDMADE
IN
CANADA
WELLDUNN
jewelry
WELLDUNNJEWELRY.COM

THE ROYAL FAMILY
LA FAMILLE ROYALE



NICHOLES ALDO SHOE WORN BY KATE MIDDLETON
CHAUSSURE NICHOLES D'ALDO PORTÉE PAR KATE MIDDLETON

The monarchy loves putting Commonwealth artisans on display. Meghan Markle is helping Montréal fashion stand out thanks to her connection with Reitmans or her love of the Mackage brand. As for Kate Middleton, she's put the wonderful talent of Montréal-born designer Erdem in the spotlight. ALDO pumps also seem to be part of her ultra-trendy wardrobe!
La monarchie adore mettre de l'avant ses artisans du Commonwealth. Meghan Markle fait briller la mode montréalaise grâce à ses associations avec Reitmans ou à son amour pour la marque Mackage. Kate Middleton, quant à elle, a mis en lumière le merveilleux talent du designer Erdem, né à Montréal. Les escarpins ALDO semblent aussi faire partie de sa garde-robe ultratendance !

THE TRUDEAU FAMILY
LA FAMILLE TRUDEAU

Sophie Grégoire Trudeau and Justin Trudeau make a point of wearing Canadian fashion. Advised by her long-time friend Jessica Mulroney, Ms. Grégoire Trudeau regularly pays tribute to our designers, like LEINAD, Duy Nguyen, Maison Marie Saint Pierre, UNTTLD, as well as ALDO shoes, by wearing them on official trips, and Eliza Faulkner, by wearing one of her creations on election night last october. For outdoor activities, the Trudeau family also counts on accessories from Kombi, a company founded in Montréal.

Sophie Grégoire Trudeau et Justin Trudeau se font un devoir de porter la mode canadienne. Conseillée par Jessica Mulroney, son amie de longue date, Mme Grégoire Trudeau fait régulièrement honneur à nos créateurs, tels que LEINAD, Duy Nguyen, Maison Marie Saint Pierre et UNTTLD, ainsi que les chaussures ALDO, lors de ses voyages officiels, et à Eliza Faulkner, qui signe la robe qu'elle a portée lors de la soirée d'élection en octobre dernier. Pour ses activités extérieures, la famille Trudeau compte aussi sur les accessoires de Kombi, entreprise fondée à Montréal.



ELIZA FAULKNER DRESS WORN BY SOPHIE GRÉGOIRE TRUDEAU
ROBE ELIZA FAULKNER PORTÉE PAR SOPHIE GRÉGOIRE TRUDEAU

CÉLINE DION

Whether it's her admirers or fashionistas in general, our Québecois diva hasn't stopped turning heads these past few years, with her incredible looks, each one more dazzling than the last. Her 13-year-long association with stylist and designer Annie Horth has also brought her talent to light all over the planet.
Notre diva québécoise n'a cessé de surprendre ses admirateurs et autres grands fans de la mode avec ses looks des dernières années, tous plus éblouissants les uns que les autres. Son association avec la styliste et designer Annie Horth, pendant 13 ans, a aussi permis de faire connaître ce talent partout sur la planète.



Photo : Elama (P.K. Subban)

P.K. SUBBAN AND ELAMA'S FOUNDERS
P.K. SUBBAN ET LES FONDATRICES D'ELAMA

P.K. SUBBAN

You don't need to be a hockey fan to know that P.K. Subban and his family are putting our homegrown fashion on the map. His many associations with RW&CO. have circled the globe and put the company's impressive know-how in the spotlight, especially when it comes to cut and affordable materials. Psst! We've also heard he really loves his Elama jacket.
Pas besoin de s'y connaître en hockey pour savoir que P.K. Subban et sa famille font rayonner la mode de chez nous. Ses nombreuses associations avec la marque RW&CO. ont fait le tour du globe et ont permis de mettre l'accent sur leur savoir-faire impressionnant, spécialement côté coupe et choix de matières à bon prix. Psst ! On nous chuchote aussi à l'oreille qu'il adore son manteau Elama.

Local fashion done differently
La mode d'ici, autrement

BY
PAR
CAROLANE STRATIS

Evolving technology and a concern for shopping better and more responsibly have opened up new avenues for the future of Québec fashion. With innovations like subscription boxes, rental services, and the re-use of clothing, Montréal is brimming with different ways of enhancing the customer experience through innovative concepts. Here are three you should adopt!
Le développement de la technologie et le souci de magasiner mieux pour consommer de façon responsable ont mis la table au développement de différentes avenues pour la mode québécoise. Grâce à des innovations comme les boîtes mensuelles, les services de location et la réutilisation de vêtements, Montréal bouillonne d'activités différentes pour agrémenter l'expérience client avec des concepts novateurs. En voici trois à adopter !

LOUE1ROBE





LA PETITE ROBE NOIRE

RENTAL SERVICE
SERVICE DE LOCATION

There's nothing quite as frustrating as buying an item of clothing you're only going to wear once. Some local businesses, including La Petite Robe Noire, Loue1Robe and Station Service, have come up with a solution to this kind of problem by offering clothing rentals. In some instances, these companies offer lavish evening gowns for weddings and balls, or a selection of "made in Québec" clothing to give people who have the opportunity to wear an outfit for one night only, but not necessarily the means to buy it. Practical!
Quoi de plus frustrant que d'acheter un vêtement qu'on ne portera qu'une fois ? Des entreprises d'ici ont trouvé une super solution à ce genre de problème en offrant la location de vêtements, notamment chez La Petite Robe Noire, Loue1Robe et Station Service. Ces entreprises proposent tantôt des robes de soirée somptueuses pour les mariages et les bals, tantôt une sélection de vêtements québécois pour donner envie aux personnes qui ont l'occasion, mais pas nécessairement les moyens, de s'acheter une tenue pour un soir seulement. Pratique !

Photo : Kenza Benkirane (Loue1robe)



FRANK AND OAK



SUBSCRIPTION BOXES
BOÎTE MENSUELLE

FRANK AND OAK

The subscription box is a service that allows customers to choose from among a given store's latest offerings by catering to the needs and style of the subscribers. As a result, they can receive clothes that match their lifestyle and values every month. The store that stands head and shouldersabove the rest in this field is Frank and Oak (especially since it went green), but many others are following suit, such as Lolë and From Rachel, which introduced the idea of offering monthly deliveries of tights. It's a service that certainly appeals to the millennial crowd!

La boîte mensuelle est un service qui propose de choisir parmi les nouveautés d'une boutique en ciblant les besoins et le style des abonnés. Il est possible de recevoir chaque mois des vêtements adaptés à son mode de vie et à ses valeurs. La boutique qui se démarque le plus dans le domaine est Frank And Oak (surtout grâce à son tournant écologique), mais plusieurs autres tentent le coup, telles que Lolë et From Rachel, avec son idée innovante de proposer des bas collants à recevoir mensuellement. Un service qui plaît assurément aux milléniaux *de ce monde!*

Subscribers can receive clothes that match their lifestyle and values every month.

Il est possible de recevoir chaque mois des vêtements adaptés à son mode de vie et à ses valeurs.



FROM RACHEL

RE-USE
RÉUTILISATION

Giving clothes a second life is a trend that's gaining traction by virtue of it mitigating years of frivolous fast fashion. Montréal is now home to innovative companies like Deuxième Édition, which offers second-hand designer clothing in all sizes, Schwap Club, which allows you to trade clothes through a subscription service, and Empire Exchange, which lets you earn a bit of extra money by trading in the clothes you would otherwise give away or discard.

Donner une deuxième vie aux vêtements est une tendance forte pour pallier les années de frivolité avec le fast fashion. *À Montréal, il est maintenant possible de trouver des entreprises novatrices comme Deuxième édition, qui propose des vêtements griffés de seconde main dans toutes les tailles, Schwap Club, qui propose d'échanger des vêtements par un système d'abonnement, et Empire de l'échange, qui propose de choisir dans vos vêtements à donner pour vous faire un peu d'argent.*



SCHWAP CLUB

Photo : Sabe D Foto (Schwap Club)

GARYM

GARYMAJDELLSPORT

Seeking US Sales
Reps to Join our Team

Recherche de représentants
commerciaux américains pour
se joindre à notre équipe

sales@garymajdellsport.com

514-274-8280 ext 555




GARYM
BOLD SWIMWEAR
FOR MEN AND WOMEN









Fourrure revalorisée.
Fur, upcycled.

FURB

400 de Maisonneuve O., #100
Montréal (QC) H3A 1L4
514 842 9005
furbupcycled.com



Martino

PROUDLY HANDMADE IN CANADA



Martino creates quality boots that are ready to face harsh Canadian weather. Made from genuine leather and natural wool, every Martino product is proudly handcrafted in Canada. Always comfortable and stylish, the boots, shoes and loafers are designed and built to last. Enjoy winter with Martino.

MARTINOFOOTWEAR.COM

Montréal's fashion industry is bursting with talented designers, whether established or up-and-coming, and entrepreneurs with innovative ideas. Discover some of the players that make the city shine beyond its limits.

L'industrie de la mode montréalaise regorge de talentueux créateurs établis ou émergents et d'entrepreneurs aux idées novatrices. Découvrez certains des joueurs qui font vibrer la ville au-delà des frontières.

Martino Footwear

Québec style on your feet
Chausser québécois

BY
PAR
ALEXANDRE TURCOTTE

Worn by the people of Québec and Canada since 1956, Martino Footwear has been led by Jonathan Leclercq, owner and president, since he bought the company from his father in 2007.
Piloté par Jonathan Leclercq depuis le rachat de l'entreprise de son père en 2007, Martino Footwear chausse les pieds des Québécois et Canadiens depuis 1956.





JONATHAN LECLERCQ

Our primary mission has been to design, make and market footwear to make the lives of our customers more enjoyable.

Notre mission principale est de *designer*, fabriquer et mettre en marché des produits de la chaussure pour rendre la vie plus agréable à nos clients.





Martino Footwear is in fact a subsidiary of Auclair & Martineau, which also owns the Maël and Amimoc brands, specializing in traditional handmade moccasins, shoes and winter boots. "Since 2012, our primary mission has been to design, make, and market footwear to make the lives of our customers more enjoyable."

Sixty years after its creation, the company employs more than 75 people, who work mainly in manufacturing, in their Québec City factory. "We do everything in Québec: cutting, sewing, assembly, finishing, packaging and shipping. It gives us a lot of flexibility and the possibility of creating a product consumers really connect with," Jonathan Leclercq explains.

"I've always been convinced we could add even more value by making our product in Québec. Yes, it costs more, but we give more to the consumer. We're competing with very inexpensive products. What we promise: a quality product that's going to last five winters instead of one and that is going to be a lot more comfortable."

Martino Footwear's biggest challenge? "Labor. We remain a local business with high quality standards. The manufacturing process is extremely manual. The challenge is to find and recruit people, that's where we put all of our time and effort. We've developed training programs to bring employees up to our standard. This challenge is currently slowing down our growth."

Luckily, it's an appealing product. "If everyone knew how our products are made and had the chance to try them on, everyone would want a pair," Leclercq proudly admits. "Our brands are a guarantee of a high standard of quality. We make 100,000 pairs per year and we keep evolving, year after year."

Martino Footwear est en fait l'une des branches d'Auclair et Martineau, qui possède également les marques Maël et Amimoc, spécialisées en mocassins traditionnels, souliers et bottes d'hiver confectionnés à la main. « Depuis 2012, notre mission principale est de designer, *fabriquer et mettre en marché des produits de la chaussure pour rendre la vie plus agréable à nos clients. »*

Soixante ans après sa fondation, l'entreprise compte plus de 75 personnes, qui travaillent principalement en fabrication, dans leur usine de Québec. « On fait tout à Québec : le taillage, la couture, le montage, la finition, l'emballage et l'expédition. Ça nous permet une grande flexibilité et la possibilité de créer un produit qui est près des consommateurs », assure Jonathan Leclercq.

« J'ai toujours été convaincu qu'on pouvait ajouter davantage de valeur en fabriquant notre produit au Québec. Oui, il sera plus cher, mais on en donne plus au consommateur. On fait compétition à des produits qui sont à très bas coût. Ce qu'on promet : un produit de qualité qui va durer cinq hivers au lieu d'un et qui sera beaucoup plus confortable. »

Le plus grand défi de Martino Footwear ? « La main-d'œuvre. On reste une entreprise locale avec de hauts standards de qualité. La fabrication est extrêmement manuelle. Le défi est de trouver et recruter des gens, c'est là qu'on met nos efforts et notre temps. Nous avons développé des programmes de formation pour mettre les employés à nos standards. Ce défi est présentement un frein à notre croissance ».

Par chance, le produit est séduisant. « Si tout le monde savait comment notre produit était fait et avait la chance de l'essayer, tout le monde en voudrait une paire, confie fièrement M. Leclercq. Nos marques sont un gage de haut standard en termes de qualité. On fait 100 000 paires par année et on continue de se développer, année après année. »



MARKANTOINE

Theatrical energy at fashion's service

Énergie théâtrale au service de la mode

BY
PAR
ALEXANDRE TURCOTTE

The name of young Montréal designer Markantoine has been on everyone's lips for a few season now. His fashion shows elicit reactions and attract the media and the young. With his unique and statement-making aesthetic, the designer is involved in many projects that seem to be going marvelously well. One of his latest triumphs: his recent collaboration with Simons, Québec's fashion retail giant. These pieces and articles of clothing are worn by a number of Québec actors and celebrities, from host Pénélope McQuade to singer Marie-Mai, influencer Maripier Morin and many others. The Montréal Museum of Fine Arts even included him in one of their spring 2019 exhibitions, alongside the greatest names in Canadian fashion. What an honour!

Though incredibly invested in his design work, he was initially captivated in high school by theater. Yet he went on to enroll in fashion studies at LaSalle College and later in fashion design at Université du Québec à Montréal's École supérieure de mode. His end-of-year project actually ended up being his first collection. But that transition did not go off without a hitch: "After three weeks in fashion, I wanted to drop out," he recalls, laughing. Nonetheless, he kept at it and finally ended up creating around 10

Le nom du jeune designer montréalais Markantoine est sur toutes les lèvres depuis maintenant plusieurs saisons. Ses défilés font réagir, attirent les médias et les jeunes. Avec son esthétique unique et revendicatrice, le créateur entreprend de nombreux projets qui semblent se dérouler à merveille. Parmi ses derniers grands coups : sa récente collaboration avec Simons, le géant québécois de la mode. Ces œuvres et vêtements sont portés par nombre d'acteurs et de personnalités québécoises, de l'animatrice Pénélope McQuade à la chanteuse Marie-Mai en passant par l'influenceuse Maripier Morin et plusieurs autres. Le Musée des beaux-arts de Montréal lui a d'ailleurs fait l'honneur de l'ajouter à une de ses expositions au printemps 2019, aux côtés de grands noms de la mode canadienne.

Hyperinvesti dans son travail de designer, c'est d'abord le théâtre qui le passionne à l'école secondaire. Il va pourtant s'inscrire au Collège LaSalle en mode, et plus tard en design de mode à l'UQAM. Son projet de fin d'année a d'ailleurs été sa première collection. Mais, ce passage ne semble pas avoir été des plus tranquilles : « Après trois semaines en mode, je voulais décrocher », se rappelle-t-il en rigolant. Il a tout de même poursuivi ses études pour finalement réaliser une dizaine de collections sous sa propre marque. Avant ses 30 ans, il retournait

Photo : Alex James

It's especially the story he tells through his creations that sets him apart.
L'histoire qu'il raconte à travers ses créations le distingue particulièrement.

collections under his own brand. Before turning 30, he paid it forward to the next generation by becoming a teacher at LaSalle College. Although he was born in Shawinigan, a city located 160 km away from the metropolis, his work is entirely in tune with Montréal fashion, which he describes as eclectic, with its four seasons, but also darker. "Montréal was about black for a long time. Now, it feels like all the young designers are trying to be more colorful, and that's a good thing!"

It's especially the story he tells through his creations that sets him apart. He has a refreshing, theatrical and somewhat naïve energy, which makes him accessible. "My goal is to make my projects fun and for my runway shows to be a real blast."

As for Québec fashion, Markantoine mentions several challenges local designers have to contend with, including how difficult it is to market themselves abroad and the lack of artistic recognition and grants. However, he still has a positive outlook. At the moment, he's hard at work on several projects, including an original collection of underwear for men, which should launch shortly. We can't wait!

la pareille à la jeune relève, en devenant enseignant au Collège LaSalle. Originaire de Shawinigan, ville située à 160 km de la métropole, son travail s'inscrit entièrement dans la mode montréalaise, qu'il décrit comme éclectique, avec ses quatre saisons, mais aussi plutôt sombre. « Montréal a été noire pendant très longtemps. Maintenant, on dirait que tous les jeunes créateurs essaient d'être plus colorés, et c'est tant mieux ! »

L'histoire qu'il raconte à travers ses créations le distingue particulièrement. Il a une énergie rafraîchissante, théâtrale et un peu naïve qui le rend accessible. « Mon but est de rendre mes projets le fun et qu'on tripe pendant mes défilés. »

La mode québécoise, dans tout ça ? Markantoine souligne plusieurs défis avec lesquels les créateurs d'ici doivent jongler : la difficulté de s'exporter ainsi que le manque de reconnaissance artistique et de subventions, entre autres. Toutefois, il reste positif pour l'avenir. De son côté, il planche actuellement sur plusieurs projets, dont une collection originale de sous-vêtements pour homme qui devrait voir le jour sous peu. On a bien hâte !





Photos : Pamela Lajeunesse

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE



Fumile



A playful personality and established elegance.
Une personnalité ludique et une allure définie.

fumile.ca

Fumile is a Montréal-based company that designs and creates original high-end custom hats. Melodie Lavergne and Alex Surprenant, both owners and hat makers, seek to inspire a revival in the wearing of hats as a personal expression of style. Fumile represents an identity that inspires audacity with its playful personality and elegance all while being casual. The brand's signature, the scar, represents the beauty of healing and the courage to overcome one's wounds to allow personal growth. Fumile's identity and the scar are powerfully linked by the idea of accepting yourself and being proud of your journey.
To each his story, to each his Fumile.
#ISTHATAFUMILE

Fumile est une compagnie montréalaise qui fabrique des chapeaux haut de gamme, sur mesure et personnalisés. Mélodie Lavergne et Alex Surprenant, tous deux propriétaires et chapeliers, ont pour mission de vouloir redonner envie aux gens de porter le chapeau. Fumile représente une identité qui s'assume, ayant une personnalité ludique et une allure définie tout en étant décontractée. La signature de la marque, la cicatrice, représente la beauté de la guérison et le courage de surmonter ses blessures afin de permettre la croissance personnelle. L'identité de Fumile et la cicatrice forment un lien percutant qui appuie l'idée de s'assumer tout en étant fier de son parcours.
À chacun son histoire, à chacun son Fumile.
#ASTUTONFUMILE


MARKANTOINE



musifursinc.com
info@musifurs.com

Fourrures MUSI-ZO Furs



REITMANS

Montréal

WHERE THE JOBS ARE
DESTINATION EMPLOIS

A recent report shows that despite the upheaval affecting the industry over the last few years, Montréal has more than one trick up its sleeve for adapting to the market's new reality, both as an industry and as an employer.

Un bilan de santé récent démontre que, malgré les chamboulements observés dans l'industrie au cours des dernières années, Montréal a plus d'un tour dans son sac pour s'adapter à la nouvelle réalité du marché. Autant comme industrie que comme employeur.

BY
PAR
JOËLLE PAQUETTE

Of the Québec fashion industry's 83,000 jobs, more than 49,000 are based in Montréal; that concentration is higher that of great many growing sectors, from aerospace to transportation! In light of this data, it's not surprising that the metropolis is also home to the five biggest employers in Québec's fashion sector*, namely ALDO, Marie-Claire, Reitmans, Peerless and Le Château. Even our manufacturing industry is in relatively good shape compared with our neighbors. The third largest manufacturing producer in North America, Montréal is right alongside Los Angeles and New York.

Des 83 000 emplois dans l'industrie de la mode au Québec, plus de 49 000 sont basés à Montréal; une concentration plus élevée qu'une multitude de secteurs en plein essor, de l'aérospatiale au transport! À la lumière de ces données, il n'est donc pas surprenant d'apprendre que la métropole abrite également les cinq plus grands employeurs dans le secteur de la mode au Québec, soit ALDO, Marie-Claire, Reitmans, Peerless et Le Château. Même notre industrie manufacturière se porte relativement bien comparativement à celle de nos voisins. Troisième plus grand producteur manufacturier en Amérique du Nord, Montréal se positionne aux côtés de Los Angeles et New York.*



TODAY'S CHALLENGES

With NAFTA, the breakdown of the Multifiber Arrangement, the lifting of import quotas, the fashion manufacturing industry, once one of the most prolific sectors in Montréal, has undergone a major decline over the last two decades following the offshoring of production to developing countries.

Despite the closing of several manufacturers and the loss of many jobs that this globalization caused, experts agree that , in hindsight, these changes have had a positive impact on the clothing industry.

This highly competitive industry, intensified by the arrival of multi-nationals like H&M and Zara, pushed companies to be innovative not only to survive, but also to grow. It explains the success of companies that increased their efforts to offer a specialized product, like clothing with technological features and that shakes up the status quo by incorporating ingenuity as a core part of their practice—companies like Frank And Oak with its many environmentally responsible initiatives.

HUMAN RESOURCES: SIZEABLE INCENTIVES

In a period of full employment throughout Québec, this creativity has also become vital from a human resources standpoint, as the number of jobs to fill now surpasses the amount of available labor. In the hopes of countering this phenomenon, many companies are offering enticing incentives to attract a new generation of workers into their offices. Two cases that come to mind are the Lamour group, which has a gym built right in their space and offers classes on various software programs, and the ALDO group, which boasts about a gourmet cafeteria and a community garden.

This ingenuity is all the more welcome with the recent large-scale influx of immigrants into Québec. With breaks granted for prayer and on-site interpreters to communicate with newcomers while they learn French in language classes offered by the company, everything is set up to transform this lack of labor into cultural and professional richness.

Evolution, transition, reshuffling—clearly, Québec's clothing industry has gone through its share of upheaval in recent decades, but as Stephen Hawking said: "Intelligence is the ability to adapt to change." And that's exactly why Montréal has played and will continue to play a leading role as an employer in the global fashion industry.

*According to the *Les Affaires* 2019 ranking of the 500 biggest companies in Québec. The annual ranking is based on the number of full-time employees in Québec (min. 30 h per week) at the end of the last fiscal year.



LES DÉFIS D'AUJOURD'HUI

L'ALÉNA, le démantèlement de l'Accord multifibres, la levée des quotas d'importation : l'industrie manufacturière de la mode, autrefois l'un des secteurs les plus prolifiques à Montréal, a vécu un déclin majeur lors des deux dernières décennies à la suite de la délocalisation de la production vers des pays en développement.

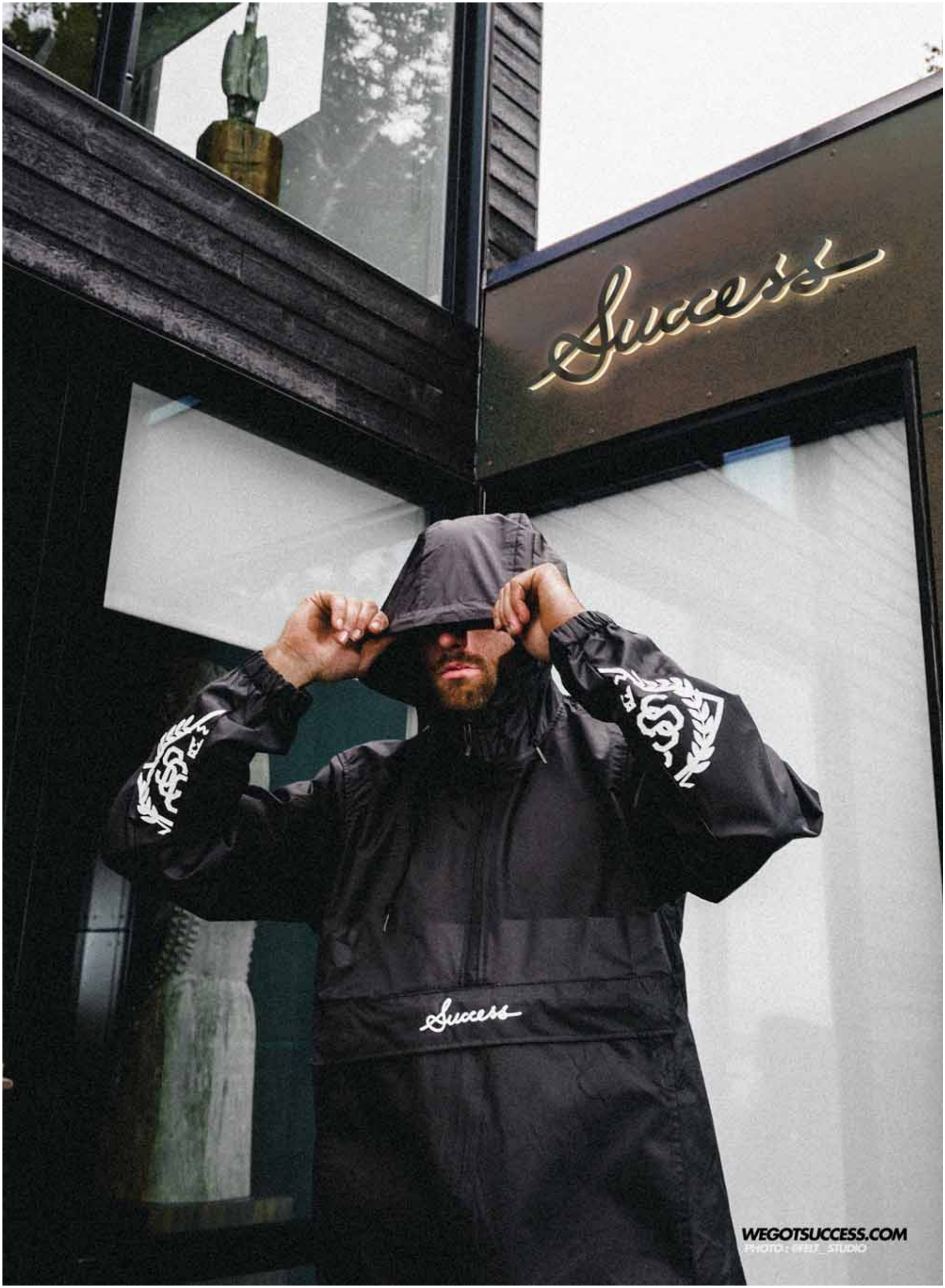
Malgré la fermeture de plusieurs manufacturiers et la perte de nombreux emplois que cette globalisation a occasionnées, les experts s'entendent pour dire que ces changements ont, avec le recul, eu une incidence positive sur l'industrie du vêtement.

Cet univers de haute compétition, intensifiée par l'arrivée de multi-nationales comme H&M et Zara, a poussé les compagnies à faire preuve d'innovation pour non seulement survivre, mais croître. C'est ce qui explique le succès des entreprises qui redoublent d'efforts pour offrir un produit spécialisé, comme les vêtements aux propriétés technologiques, et qui bousculent le statu quo en mettant l'inventivité au cœur de leur pratique, comme Frank And Oak avec ses maintes initiatives écoresponsables.

RESSOURCES HUMAINES : DES INCITATIFS DE TAILLE

En période de plein emploi à travers le Québec, cette créativité est aussi devenue vitale du côté des ressources humaines, alors que le nombre d'emplois à combler dépasse maintenant la quantité de main-d'œuvre disponible. Dans l'espoir de contrecarrer ce phénomène, bon nombre de compagnies offrent des incitatifs alléchants pour attirer une nouvelle génération de travailleurs dans leurs bureaux. On pense notamment au groupe Lamour, qui compte un gym à même ses lieux et qui propose des cours pour se familiariser avec différents programmes informatiques, ainsi qu'au Groupe ALDO, qui se targue d'avoir une cafétéria gourmande et un jardin communautaire. Cette inventivité est d'autant plus la bienvenue avec la récente arrivée massive d'immigrants au Québec. Pause accordée pour la prière et interprètes sur place pour communiquer avec les nouveaux arrivants pendant qu'ils apprennent le français dans des cours de langue offerts par la compagnie, tout est mis en place pour transformer ce manque de main-d'œuvre en une richesse culturelle et professionnelle. Évolution, transition, remaniement : certes, l'industrie du vêtement au Québec a subi son lot de chamboulements dans les dernières décennies, mais comme disait Stephen Hawking, « l'intelligence est la capacité de s'adapter au changement ». Et c'est exactement pour cette raison que Montréal a joué et continuera de jouer un rôle de premier plan en tant qu'employeur dans l'univers de la mode à l'échelle mondiale.

**Selon le palmarès 2019 des 500 plus grandes entreprises au Québec par* Les Affaires. *Le classement annuel est établi en fonction du nombre d'employés à temps plein au Québec (min. 30 h par semaine) au moment de la fin du dernier exercice financier.*


Success
Success
WEGOTSUCCESS.COM
PHOTO : @FELT_STUDIO


GASPARI
MONTRÉAL
MARYSE ROYE DESIGNER
www.dinogaspari.com
gisele@dinogaspari.com

PREMIÈREVISION

sport



PORTLAND, OR

THE OREGON CONVENTION CENTER

FEB. 12 >13 2020

FABRICS
DESIGNS
ACCESSORIES
MANUFACTURING

& JULY 29>30

A side-by-side show with

THE MATERIALS SHOW

premierevisionsport.com



Thierry Langlais, Première Vision

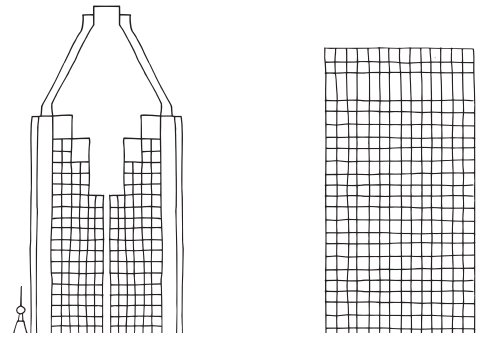
LOOKING AT MONTRÉAL FROM NEW YORK
VOIR MONTRÉAL DEPUIS NEW YORK

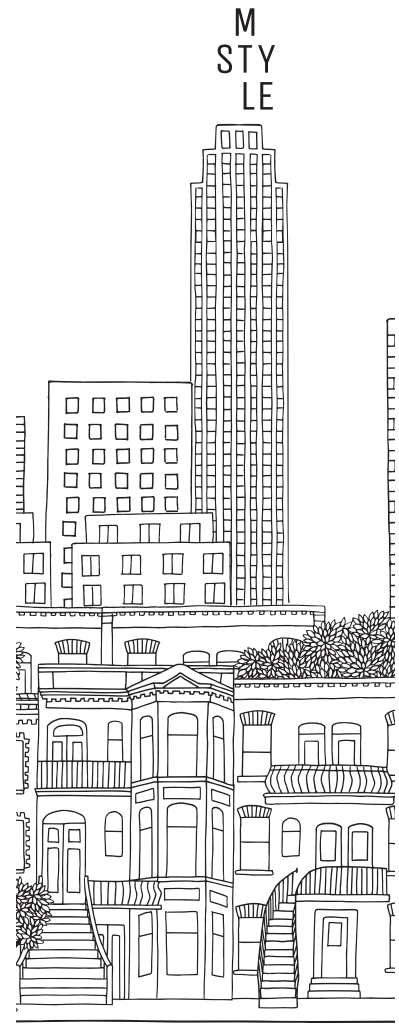


BY
PAR
YANN FORTIER

A native of Brittany, settled in New York over 30 years ago, Thierry Langlais is VP of Operations for the North American division of Première Vision, a staple of global fashion. He has a front-row seat allowing him to observe and share Montréal's many charms.
Natif de Bretagne et établi à New York depuis plus de 30 ans, Thierry Langlais est vice-président des opérations (Amérique du Nord) pour Première Vision, un incontournable de la mode mondiale. Il est aux premières loges pour constater et partager les formidables attraits de Montréal.







“I can sense there’s energy and drive like never before. I’ve also visited remarkable factories; they were highly advanced in certain aspects.”

« Je sens une énergie sans précédent et de la volonté. J’ai aussi visité des usines remarquables, très en avance sur certains aspects. »

“Montréal is a bit under the radar for most Americans,” he notes. “It’s too bad, because those who know it know just how exciting it is as a destination." And he should know: he’s had many opportunities to experience Montréal.

He mentions gastronomy, art, know-how, the easy-going nature of politicians and, of course, the city’s thrilling fashion industry. “I love getting lost in Old Montréal or the Plateau, visiting the amazing markets. Everywhere, I encounter the same welcoming quality.”

As far as he’s concerned, those who discover Montréal, “fall deeply in love with the city.” He notes that North America is sometimes considered a “fashion no man’s land,” then keeps gushing about Montréal’s contagious energy and how it’s brimming with talent, another one of the city’s defining traits. “Several companies are remarkable, namely in terms of management and goodwill towards their employees [...] In Québec, designers need to break free from a certain inferiority complex,” he believes, mentioning brands like la Vie en Rose, Simons and ALDO as glowing examples of success. “I can sense there’s energy and drive like never before. I’ve also visited remarkable factories; they were highly advanced in certain aspects.”

He can’t help but mention that Debbie Zakaib and Mathieu St-Arnaud Lavoie, from mmode, the Metropolitan Fashion Cluster, are some of his favorite guides when it comes to Montréal, as is Chantal Durivage, from Groupe Sensation Mode. On top of these time-tested friendships, Thierry Langlais continues to establish connections with Montréal, encouraging designers to outdo themselves and be bold, beyond borders.

« Montréal est une ville discrète dans le quotidien des Américains [...], c’est un peu dommage, car celles et ceux qui la connaissent savent à quel point c’est une destination vibrante », explique celui qui a maintes fois eu l’occasion de vivre l’expérience Montréal. Il cite la gastronomie, l’art, le savoir-faire, la facilité d’approche des personnalités politiques et, bien sûr, l’effervescence de l’industrie de la mode. « J’aime me perdre dans le Vieux-Montréal ou sur le Plateau, visiter les marchés, qui sont géniaux. Partout, j’y remarque la même qualité d’accueil. »

Selon lui, celles et ceux qui découvrent Montréal « tombent profondément amoureux de cette ville ». Il glisse que l’Amérique du Nord est parfois perçue comme « un no man’s land de la mode » puis renchérit à propos de l’énergie contagieuse et de l’ébullition des talents montréalais, autre trait distinctif de la ville. « Plusieurs entreprises sont remarquables, notamment en matière de gestion et de bienveillance à l’égard de leurs employés [...] Les créateurs du Québec doivent s’affranchir d’un certain complexe d’infériorité », croit-il, évoquant des bannières comme La Vie en Rose, Simons ou ALDO comme des exemples de succès. « Je sens une énergie sans précédent et de la volonté. J’ai aussi visité des usines remarquables, très en avance sur certains aspects. »

Il ne peut se passer de noter que Debbie Zakaib et Mathieu St-Arnaud Lavoie, de la Grappe métropolitaine mmode, sont pour lui des guides de prédilection lorsqu’il est de passage à Montréal, tout comme Chantal Durivage du Groupe Sensation Mode. En plus de ces amitiés forgées au fil du temps, Thierry Langlais continue de tisser des passerelles avec Montréal, encourageant les créateurs à se surpasser et à oser, au-delà des frontières.

First in education
Au premier rang de l'éducation

BY
PAR
JOËLLE PAQUETTE

If there's an area in which Montréal has nothing to envy other major cities in North America, it's its vast network of educational institutions, offering top-notch training in the field of fashion. From design to marketing, these schools are the launchpad for future talent.
S'il y a bien une chose que Montréal n'a pas à envier aux autres grandes métropoles d'Amérique du Nord, c'est son vaste réseau d'établissements scolaires offrant des formations d'envergure dans le domaine de la mode. Du design à la commercialisation, ces écoles sont le tremplin des talents de demain.



COLLÈGE LASALLE

GOOD TO KNOW
The list of Montréal establishments offering schooling in fashion is extensive. It includes the École des métiers des Faubourgs and the Centre de formation Compétence 2000, which both offer a made-to-measure tailoring program, the Centre des métiers du cuir, which is known for its comprehensive training in leatherwork, and the Centre de design et impression textile.

BON À SAVOIR
La liste des établissements à Montréal qui offrent des formations en mode est longue. Parmi elles, l'École des métiers des Faubourgs et le Centre de formation Compétence 2000, qui comptent tous deux un programme en confection de vêtements sur mesure, le Centre des métiers du cuir, reconnu pour sa formation en maroquinerie, sans oublier le Centre design et impression textile.

At the college level, LaSalle College is the first that comes to mind. This private institution trained many big names in the industry, like Marie Saint Pierre, Thomas Tait, the Fecal Matter duo and Jérôme C. Rousseau. With 60 years under its belt, the school has racked up a particularly impressive track record: from its annual Signature fashion show presented to an audience of 4,000 people (making it the most attended in North America!) to the creations of its students displayed last year at the Montréal Museum of Fine Arts as part of the *Thierry Mugler: Couturissime* exhibition.
Cégep Marie-Victorin is one of the fashion incubators with the highest concentration of sheer talent. Proof? Marie-Ève Lecavalier, nominee for a LVMH prize and winner of the Chloé prize, and José Manuel St-Jacques, co-founder and designer for UNTTLD, both studied there. This public institution—the only one in Québec to offer all three fashion programs (design, marketing and production)—has also positioned itself as a leader in clothing technology thanks to key affiliations with great organizations. While the school may be focused on the future, it also offers a fur specialization, discipline with a strong heritage, the only one of its kind in the whole country. We love it!
Finally, École supérieure de mode de l'ESG UQAM (ESM) is the only francophone university center featuring fashion teaching, research and creation in North America! The ESM now offers four programs as part of its curriculum. Whether it's its association with CTT Group, one of the most innovative centers for textile development, or of the high tech clothing created by their former student (and now professor) Ying Gao, there's no doubt the institution is at the forefront of smart fashion.

Au niveau collégial, on pense d'abord au Collège LaSalle. Cette institution privée a formé plusieurs grands noms de l'industrie, notamment Marie Saint Pierre, Thomas Tait, le duo Fecal Matter et Jérôme C. Rousseau. Avec déjà 60 ans au compteur, l'école a compilé une feuille de route impressionnante : de son défilé Signature *annuel présenté devant 4 000 spectateurs (faisant de lui le plus important en Amérique du Nord !) aux créations de ses étudiants présentées l'année dernière au Musée des beaux-Arts de Montréal dans le cadre de l'exposition* Thierry Mugler : Couturissime.
Le Cégep Marie-Victorin est l'un des incubateurs mode où la concentration de talents est des plus élevées. La preuve ? Marie-Ève Lecavalier, nommée pour un prix LVMH et lauréate du prix Chloé, et José Manuel St-Jacques, cofondateur et designer de la marque UNTTLD, y ont tous deux étudié. Cet établissement public, qui est le seul au Québec à offrir le trio de programmes de design, de commercialisation et de production de la mode, s'est aussi positionné comme leader dans la technologie du vêtement grâce à des affiliations clés avec de grandes organisations. Bien que l'école soit tournée vers le futur, cela ne l'empêche pas d'offrir aussi une spécialisation en fourrure, discipline empreinte d'un fort héritage, unique au pays. On aime !
Finalement, l'École supérieure de mode de l'ESG UQAM (ESM), qui se caractérise comme l'unique pôle universitaire francophone d'enseignement, de recherche et de création en mode en Amérique du Nord ! L'ESM propose maintenant quatre programmes à son curriculum. Que ce soit son association avec le Groupe CTT, l'un des centres les plus innovants en développement textile au monde, ou les réalisations de vêtements high-tech de leur ancienne élève (et maintenant professeure) Ying Gao, il n'y a aucun doute que l'institution s'impose comme un chef de file dans le domaine de la mode intelligente.

Photo : Jean-Michel Seminaro

Cégep Marie-Victorin
Savoir inventer demain

École de mode

ÉCOLE DE MODE DU CÉGEP MARIE-VICTORIN

Une formation solide dans le secteur de la mode et une expertise en recherche et développement pour l'industrie

Le **Cégep Marie-Victorin** est le seul collège public à offrir les programmes d'études de **Design de mode**, de **Commercialisation de la mode** et du module de **Production de la mode**. Ces trois programmes d'études se regroupent sous l'appellation « **École de mode** » où s'ajoute **Vestechpro**, un centre collégial de transfert en technologie de l'habillement, affilié au Cégep.

L'École de mode propose un environnement créatif qui permet d'offrir en un seul endroit une formation solide dans le secteur de la mode et une expertise en recherche et développement pour l'industrie de l'habillement.

MARIE-VICTORIN COLLEGE FASHION SCHOOL

A solid training in fashion and research & development expertise for the apparel industry

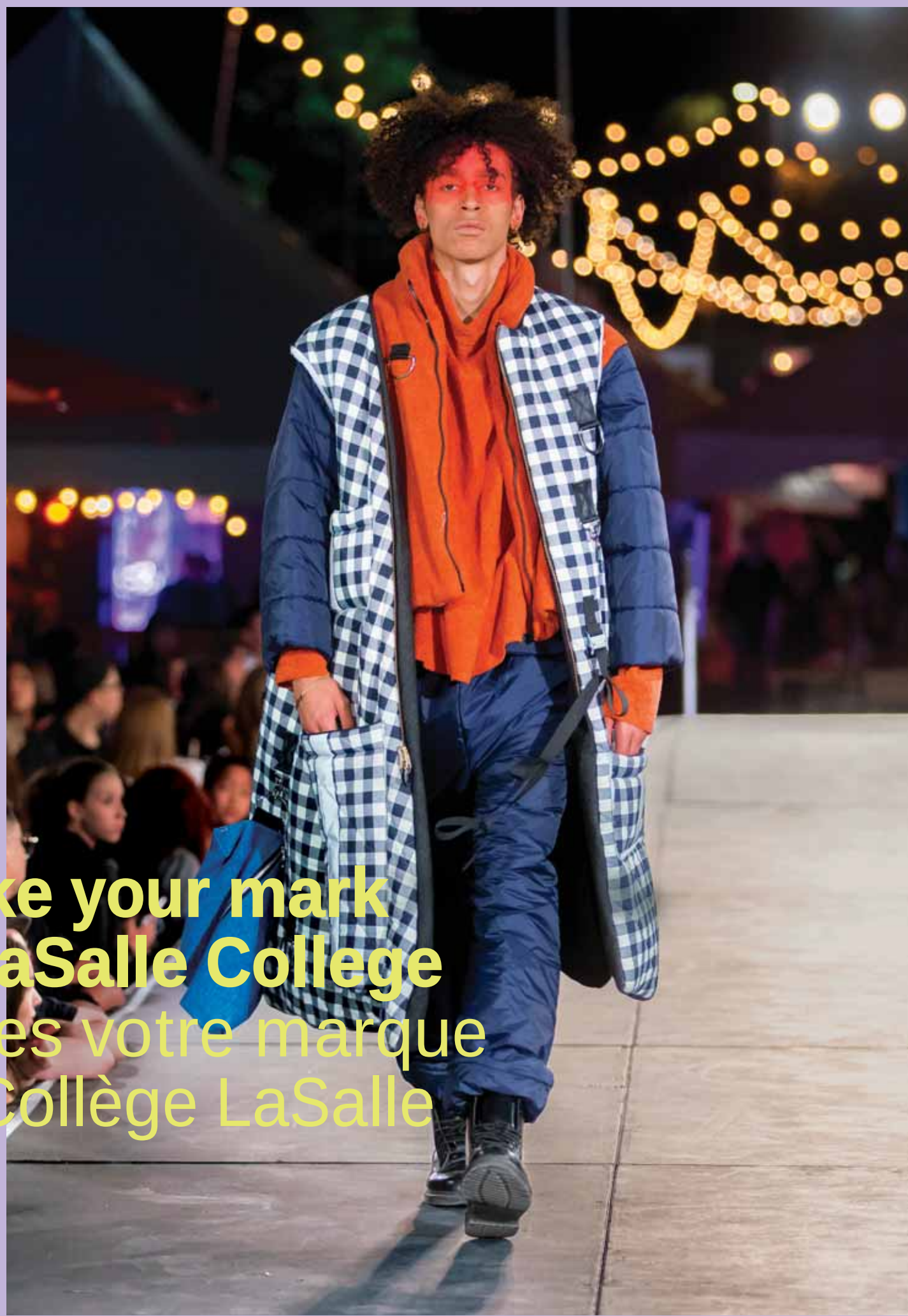
Marie-Victorin College *is the only public school that offers* ***Fashion Design***, ***Fashion Marketing*** *and* ***Fashion Production*** *programs. These three programs of study are grouped under the name "****Fashion School****". In addition is* ***Vestechpro****, an apparel research and innovation center, affiliated with the college.*

The Fashion School offers a creative environment that provides solid training in the fashion industry and research & development expertise for the apparel industry.

mode.collegemv.qc.ca
#ModeMarieVictorin

Designer: LYNN GOODACRE
Styliste : SABRINA DUBÉ
Styliste beauté : JOFFREY DUMAS
Mannequins de Spec : LÉA BLUET, IRENE CROSSLEY
Photographe : SÉBASTIEN ROY

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE



Make your mark at LaSalle College

Faites votre marque au Collège LaSalle

Photo : Jean-Michel Seminaro

M
STY
LE

For 60 years now, the College has been training the next generation of competitive talent who stand out in the labor market.
Depuis maintenant 60 ans, le Collège forme une relève compétitive qui se démarque sur le marché du travail.



The college study programs offered by the International School of Fashion, Arts and Design at LaSalle College, Canada's most important fashion school, provide an opportunity to discover many facets of the fashion industry, from design to marketing. For 60 years now, the College has been training the next generation of competitive talent who stand out in the labor market.

LaSalle College is a fashion icon, not only in the greater Montréal area but across the country, thanks to renowned graduates such as Marie Saint Pierre, Denis Gagnon and Thomas Tait, the school's close ties to industry, and the annual production of Signature, the country's largest fashion show where graduates present their creations.

Since there should be as many paths as there are students, you can now tailor your DEC program in fashion to suit your ambitions. For example, students at LaSalle College can now specialize in footwear and accessory design, thanks to our partnership with the ALDO Group.

Founded in 1959, LaSalle College is a member of LCI Education, an international network of higher education institutions specializing in creative fields. The network's 23 campuses on 5 continents offer unparalleled mobility opportunities for students.



Les programmes d'études collégiales offerts par l'École internationale de mode, arts et design du Collège LaSalle, la plus importante école de mode au Canada, permettent de découvrir les nombreuses facettes de l'industries de la mode, de la création à la commercialisation. Depuis maintenant 60 ans, le Collège forme une relève compétitive qui se démarque sur le marché du travail.

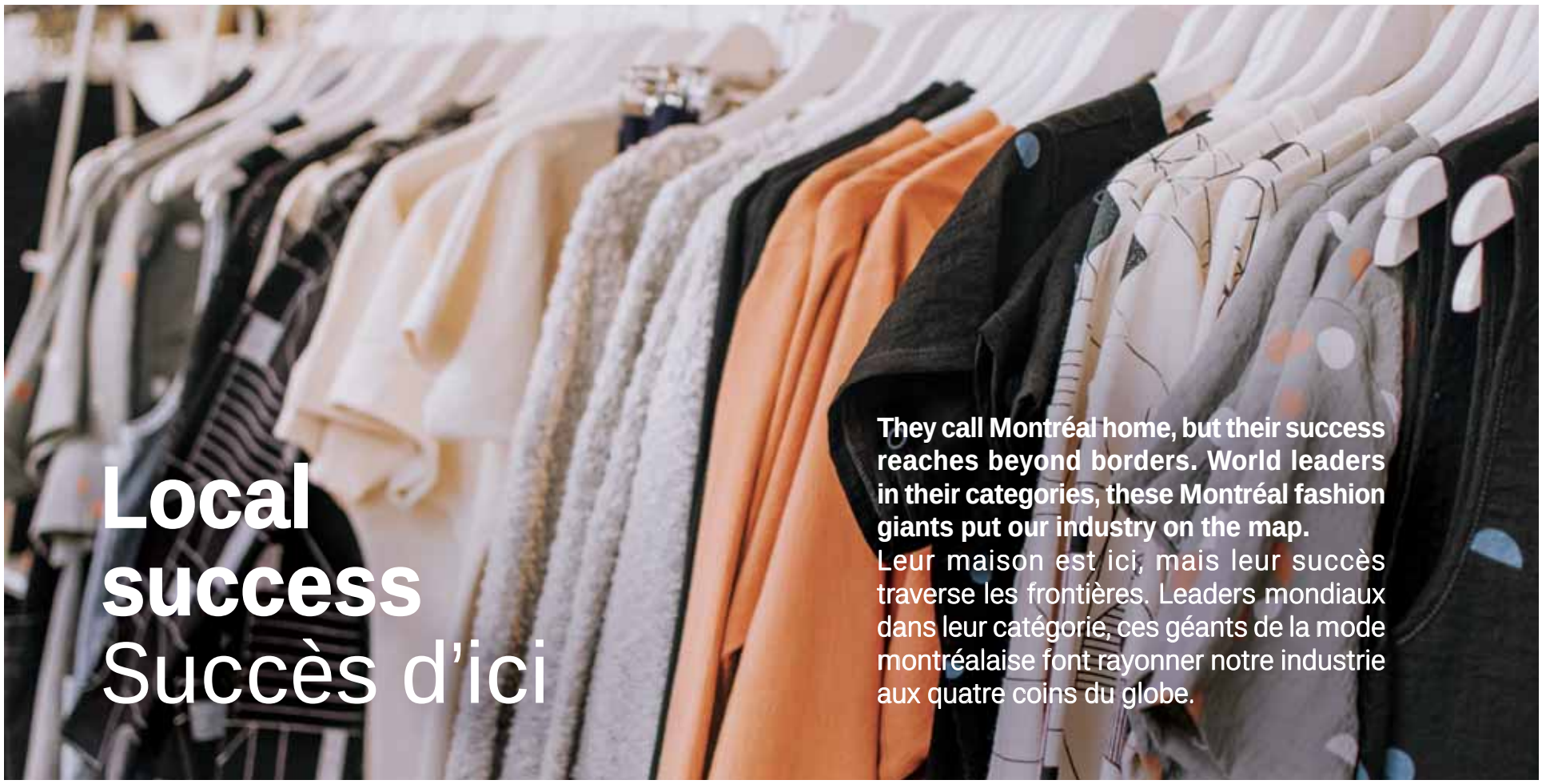
Le Collège LaSalle est un incontournable de la mode, non seulement dans la région métropolitaine, mais partout au pays, grâce à des diplômés de renom comme Marie Saint Pierre, Denis Gagnon et Thomas Tait, aux liens étroits de l'École avec l'industrie et à la production annuelle de Signature, *le plus grand défilé de mode du pays qui présente les créations de ses finissants.*

Puisqu'il devrait y avoir autant de parcours qu'il y a d'étudiants, il est maintenant possible de personnaliser son DEC en mode afin de l'adapter à ses ambitions. Ainsi, les étudiants du Collège LaSalle peuvent maintenant se spécialiser dans le design de chaussures et d'accessoires grâce au partenariat avec le Groupe ALDO.

Fondé en 1959, le Collège LaSalle est membre de LCI Éducation, réseau international d'institutions d'enseignement supérieur spécialisé dans les domaines créatifs qui compte 23 campus sur 5 continents, et propose des occasions de mobilité sans pareilles pour ses étudiants.

collegelasalle.com

#mtlstyle



Local success
Succès d'ici

They call Montréal home, but their success reaches beyond borders. World leaders in their categories, these Montréal fashion giants put our industry on the map.
Leur maison est ici, mais leur succès traverse les frontières. Leaders mondiaux dans leur catégorie, ces géants de la mode montréalaise font rayonner notre industrie aux quatre coins du globe.

BY
PAR
JOËLLE PAQUETTE

PEERLESS CLOTHING

CATEGORY OF EXCELLENCE: MEN'S SUITS
FOUNDER: ALVIN CRAMER SEGAL
YEAR OF CREATION: 1919

CATÉGORIE D'EXCELLENCE : COMPLETS POUR HOMMES
FONDATEUR : ALVIN CRAMER SEGAL
ANNÉE DE CRÉATION : 1919

THE BACKSTORY
When we think of "men's suits," the first thing that comes to mind are cities like London and Milan. And yet, the largest supplier of men's suits in the United States is run from Montréal. Everything started when Alvin Cramer Segal, a native New Yorker, moved in with his mother in Montréal in 1948. Quickly, his learning disabilities forced him to quit school and start working in his stepfather's suit factory: Peerless Clothing. Later promoted to the head of the company, he took advantage of NAFTA to significantly increase his presence in the American market and thus have the company profit from resounding success in the global men's suit industry. His impressive roster of fashion design brands, including big names like Ralph Lauren, Calvin Klein and DKNY, is a reflection of his constant expansion and is present in the vast majority of department stores found stateside.

LA PETITE HISTOIRE
Quand on pense « complets pour hommes », c'est d'abord des villes comme Londres et Milan qui nous viennent en tête. Pourtant, c'est de Montréal qu'opère le plus grand fournisseur d'habits pour hommes aux États-Unis. Tout a commencé quand Alvin Cramer Segal, New-Yorkais d'origine, a emménagé avec sa mère à Montréal en 1948. Rapidement, ses difficultés d'apprentissage le poussent à abandonner l'école et il commence alors à travailler à l'usine de complets pour hommes de son beau-père : Vêtements Peerless. Plus tard promu à la tête de l'entreprise, il profitera de l'ALÉNA pour augmenter significativement sa présence dans le marché américain et ainsi faire jouir la compagnie d'un succès retentissant dans l'industrie mondiale du costume masculin. Son impressionnant éventail de marques de créations mode, incluant de grands noms comme Ralph Lauren, Calvin Klein et DKNY, est de loin le reflet de sa constante expansion et est présent dans la majorité des grands magasins de nos voisins du sud.

WHAT YOU NEED TO KNOW
Of the 10 million suits produced every year, 1 million are made in the Montréal factory where 1,200 employees of 60 different nationalities work—something the company is really proud of! Peerless Clothing also boasts the most sophisticated EDI (Electronic Data Interchange) system in the industry, which allows it to respond to client orders in record time. Well done!

CE QU'IL FAUT SAVOIR
*Des 10 millions de complets fabriqués annuellement, un million est produit à l'usine de Montréal où travaillent 1 200 employés de 60 nationalités différentes ; une grande fierté de l'entreprise ! Vêtements Peerless se targue aussi d'avoir le système EDI (*Electronic Data Interchange*) le plus sophistiqué de l'industrie, lui permettant ainsi de répondre aux commandes de ses clients en un temps record. Chapeau !*



GILDAN

CATEGORY OF EXCELLENCE: BASIC GARMENTS
FOUNDERS: GLENN AND GREG CHAMANDY
YEAR OF CREATION: 1984

CATÉGORIE D'EXCELLENCE : VÊTEMENTS DE BASE
FONDATEURS : GLENN ET GREG CHAMANDY
ANNÉE DE CRÉATION : 1984

THE BACKSTORY

There's a very good chance you've worn a Gildan sweater, whether you know it or not. And that's the brand's strength: the adaptability of its range of products, which attract both wholesalers as well as companies who want to print their logo on an ultra-simple T-shirt. Founded by the Chamandy brothers after they acquired a knitting factory in the early 1980s, Gildan now boasts an impressive corporate portfolio, including American Apparel® and Comfort Colors®, and employs 54,000 people worldwide.

LA PETITE HISTOIRE

Les probabilités que vous ayez déjà porté un chandail Gildan, consciemment ou non, sont très élevées. Et c'est là que réside la force de la marque : dans l'adaptabilité de son éventail de produits qui trouvent preneur autant chez les grossistes que chez les compagnies désirant imprimer leur logo sur un t-shirt simplissime. Fondée par les frères Chamandy après l'acquisition d'une usine à tricot au début des années 1980, Gildan se targue aujourd'hui d'être propriétaire d'un impressionnant portfolio corporatif, dont American Apparel® et Comfort Colors®, et emploie 54 000 personnes à l'échelle mondiale.

WHAT YOU NEED TO KNOW

A perfect example of vertical integration, Gildan has control of every stage of the production of its products, from manufacturing the thread to making the garment. This complete control is facilitated by the fact that the company has its own factories all over the world, from Central America to Southeast Asia. Last May, the world leader in basic garments also acquired a massive parcel of land in Bangladesh where it will build its new manufacturing complex, which, according to projections, has the potential to generate $500 million in sales.

CE QU'IL FAUT SAVOIR

Parfait exemple d'intégration verticale, Gildan a mainmise sur toutes les étapes de production de ses produits, de la fabrication du fil jusqu'à la confection. Un contrôle total facilité par le fait que la compagnie possède ses propres usines un peu partout dans le monde, de l'Amérique centrale à l'Asie du Sud-Est. En mai dernier, le chef de file mondial dans l'industrie du basic *a d'ailleurs fait l'acquisition d'une énorme parcelle de terre au Bangladesh où sera construit son nouveau complexe manufacturier qui, selon les prédictions, aura le potentiel de générer 500 millions de dollars en ventes.*

ALDO GROUP

CATEGORY OF EXCELLENCE: SHOES
FOUNDER: ALDO BENSADOUN
YEAR OF CREATION: 1972

CATÉGORIE D'EXCELLENCE : CHAUSSURES
FONDATEUR : ALDO BENSADOUN
ANNÉE DE CRÉATION : 1972

THE BACKSTORY

Son of a shoe seller and grandson of a shoemaker, Aldo Bensadoun was clearly destined to work in the shoe business. His adventure began with the opening of his first ALDO store in downtown Montréal, more than 40 years ago. Obsessed with the dream of becoming the best shoe seller in the world (nothing less!), the entrepreneur gradually expanded his horizons by first opening offices in Europe and inaugurating, in 1993, his first store in the United States. Today, the ALDO group, which includes three brands (ALDO, Call It Spring and Globo), has more than 3,000 points of sale, from South America to Asia, and employs more than 20,000 people. Its worldwide presence proves that dreams can actually come true.

LA PETITE HISTOIRE

Fils d'un marchand de souliers et petit-fils d'un cordonnier, Aldo Bensadoun était visiblement prédestiné à œuvrer dans le monde de la chaussure. Son aventure à lui commença avec l'ouverture de sa première boutique ALDO au centre-ville de Montréal, il y a de cela plus de 40 ans. Habité par le rêve de devenir le meilleur vendeur de chaussures au monde (rien de moins !), l'entrepreneur a tranquillement élargi ses horizons en ouvrant d'abord des bureaux en Europe et en inaugurant, en 1993, sa première boutique aux États-Unis. Aujourd'hui, le Groupe ALDO, qui compte trois bannières (ALDO, Call It Spring et Globo), possède plus de 3 000 points de vente, de l'Amérique du Sud à l'Asie, et emploie au-delà de 20 000 personnes. Une présence mondiale prouve que les rêves peuvent bel et bien devenir réalité.

WHAT YOU NEED TO KNOW

At ALDO, innovation goes deeper than their ultramodern, 300,000 sq. ft. headquarters in Montréal. In 1987, the company was one of the first to publicly support the fight against AIDS. Last year, it became the first shoe and accessory company in the world to be certified carbon neutral.

CE QU'IL FAUT SAVOIR

Chez ALDO, l'innovation va au-delà de son siège social ultramoderne de 300 000 pi² situé à Montréal. En 1987, l'entreprise était l'une des premières à soutenir publiquement la lutte contre le SIDA. L'année dernière, elle est devenue la première compagnie de chaussures et d'accessoires au monde à être certifiée carboneutre.

LOGISTIK UNICORP

CATEGORY OF EXCELLENCE: UNIFORMS
FOUNDER: LOUIS BIBEAU
YEAR OF CREATION: 1992

CATÉGORIE D'EXCELLENCE : UNIFORMES
FONDATEUR : LOUIS BIBEAU
ANNÉE DE CRÉATION : 1992

THE BACKSTORY

Uniforms are part of the daily lives of many people, and yet few ever wonder where they come from. Locally and internationally, one manufacturer is the obvious standout: Logistik Unicorp. With Canada Post and the Canadian army as loyal customers, the company dresses 320,000 people in Canada, and just as many overseas, including the Australian army. One of the secrets of its success? It was the first to fully handle the management of its clients' uniforms. In fact, since 1999, their e-commerce site allows employees of said clients to order their uniforms from Logistik Unicorp directly. How practical!

LA PETITE HISTOIRE

Les uniformes font partie du quotidien de plusieurs personnes et, pourtant, rares sont celles qui prennent le temps de se questionner sur leur provenance. Ici et à l'international, un manufacturier s'impose : Logistik Unicorp. Avec Postes Canada et l'Armée canadienne comme fidèles clients, l'entreprise habille 320 000 personnes au Canada et tout autant outremer, dont l'Armée australienne. Un des secrets de son succès ? Elle a été la première à prendre complètement en charge la gestion des uniformes de ses clients. En effet, depuis 1999, son site transactionnel permet aux employés de cesdits clients de commander directement leurs uniformes auprès de Logistik Unicorp. Pratique !

WHAT YOU NEED TO KNOW

Even if Logistik now has facilities in Germany, Australia, New Zealand, Tunisia and Vietnam, 80% of production is still taken care of here in Canada. That's a statistic the company can be proud of, considering that 4.5 million units are produced every year! What's next? The company is hard at work on implementing artificial intelligence and developing a fabric made with Canadian hemp, a fibre requiring very little water on top of being able to neutralize a significant amount of CO2.

CE QU'IL FAUT SAVOIR

Même si Logistik possède maintenant des installations en Allemagne, en Australie, en Nouvelle-Zélande, en Tunisie et au Vietnam, 80 % de la production se fait encore ici même, au Canada. Une statistique dont la compagnie peut être fière considérant que 4,5 millions d'unités sont produites annuellement ! La suite ? L'entreprise planche sur l'implantation de l'intelligence artificielle et le développement d'un tissu à base de chanvre canadien ; une fibre qui nécessite peu d'eau en plus d'avoir la capacité de neutraliser une importante quantité de CO2.

CIRQUE DU SOLEIL

CATEGORY OF EXCELLENCE: STAGE COSTUMES
FOUNDER: GUY LALIBERTÉ
YEAR OF CREATION: 1984

CATÉGORIE D'EXCELLENCE : COSTUMES DE SCÈNE
FONDATEUR : GUY LALIBERTÉ
ANNÉE DE CRÉATION : 1984

THE BACKSTORY

Cirque du Soleil has shaken the world of performing arts to such a degree that it's hard to remember what the circus was like before Guy Laliberté arrived on the scene. It was in Baie-Saint-Paul and accompanied by 20 street artists that the young entrepreneur gave his first performance in front of 450 people, an audience that never could have imagined that 35 years later, 285 million spectators would follow suit. The decade that followed was highly successful. With tours in Europe and Asia and a 10-year residency in Las Vegas for the Mystère show, Guy Laliberté could finally give his large-scale project a home: a 394,000 sq. ft. headquarters located in Montréal's St-Michel neighborhood, and which currently houses more than 4,500 employees. From costume creation to acrobat rehearsals, it's between these walls that the magic happens.

LA PETITE HISTOIRE

Le Cirque du Soleil a chamboulé les arts de la scène à un point tel qu'il est difficile de se rappeler ce à quoi ressemblait le cirque avant l'arrivée de Guy Laliberté. C'est à Baie-Saint-Paul, accompagné de 20 artistes de rue, que le jeune entrepreneur présente son premier spectacle devant 450 personnes ; un public qui était loin de se douter que, 35 ans plus tard, 285 millions de spectateurs lui emboîteraient le pas. La décennie qui suit est riche en succès. Avec des tournées en Europe et en Asie et une résidence de 10 ans à Las Vegas pour la production Mystère, *Guy Laliberté peut enfin offrir une maison à son projet de grande envergure : un siège social de 394 000 pieds carrés, situé dans le quartier Saint-Michel à Montréal, et qui accueille actuellement plus de 4 500 employés. De la création des costumes aux répétitions d'acrobates, c'est entre ces murs que la magie prend forme.*

WHAT YOU NEED TO KNOW

Stage apparel, shoes, textile design, lace, wigs, hats: each costume is meticulously made by Cirque du Soleil's 300 artisans. The Montréal workshop, the only one of its kind in North America, produces more than 16,000 pieces, including 1,200 pairs of shoes, per year! Its reputation, just like its expertise, has also led to collaborations with design geniuses like Kym Barrett (The Matrix) and fashion designer Thierry Mugler, who created the costumes for Toruk — The First Flight and Zumanity.

CE QU'IL FAUT SAVOIR

*Tenues de scène, chaussures, design textile, dentelle, perruques, chapeaux : chaque costume est minutieusement fabriqué par les 300 artisans du Cirque du Soleil. L'atelier montréalais, unique en son genre en Amérique du Nord, produit plus de 16 000 pièces, dont 1 200 paires de chaussures, par année ! Leur réputation, tout comme leur expertise, leur a aussi permis de collaborer avec des génies du design, dont Kym Barrett (*The Matrix*) et le couturier Thierry Mugler, qui ont respectivement signé les costumes de* Toruk — Le premier envol *et* Zumanity.

DESIGN THAT WORKS
EN **MODE** TRAVAIL
DESIGN THAT WORKS
EN
DE
EN
DE
EN
DE
EN
DE



logistikunicorp.com

LOGISTIK UNICORP®





THE SOLAR TIMEPIECE
RESPONSIBLY POWERED

LA MONTRE SOLAIRE
CONÇUE RESPONSABLEMENT

WWW.SOLIOSWATCHES.COM

MONTREAL



Montréal





There's no other city in the world like Montréal! The city is one of a kind, with its own special character. It’s got an easygoing attitude and is determined, distinctive and inclusive, both in its culture and its fashion.

Trouver une copie de Montréal autour du globe ? Impossible ! Montréal est unique, avec son caractère particulier, sa façon d’être sans prétention, déterminée, distinctive et inclusive, autant dans sa culture que dans la mode.







Photo : Olivier Gariépy (green top / chandail vert)

#mtlstyle



MONTRÉAL

THE PEARL OF NORTH AMERICA
PERLE D'AMÉRIQUE

BY
PAR
YANN FORTIER

Bonjour! Montréal is one of the most festive, friendly and young-at-heart cities in North America. In every one of its neighborhoods, day or night, this destination—that attracts nearly 12 million people each year—bursts with authenticity and joie de vivre. Whether it's in the gastronomy, culture, heritage, or sports department, every street corner is a chance to explore the treasures of this vibrant city and get to know its residents.
Montréal est l'une des villes les plus festives, conviviales et jeunes d'esprit en Amérique du Nord. Dans tous ses quartiers, de jour comme de nuit, cette destination fréquentée annuellement par près de 12 millions de visiteurs privilégie l'authenticité et la joie de vivre. Que ce soit rayon gastronomie, culture, patrimoine ou sports, chaque coin de rue est l'occasion d'explorer les trésors et la vitalité de cette ville et, surtout, de ses résidents.

THE ART OF LIVING
L'ART DE VIVRE



MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL

When a city counts Leonard Cohen, Céline Dion, Arcade Fire and Oscar Peterson among its celebrities, you know it's bursting with diversity. A world capital for festivals, a platform for local and international talents and the gateway between North America and Europe, Montréal's artistic vibe can be experienced year-round, both inside and outside. In the downtown area alone, you'll find more than 180 concert halls and 65 museums!

In summertime, the Montréal International Jazz Festival, the Francos and the Just for Laughs Festival are absolutely essential. Add to that dozens of festivals where you can discover a wide range of cultures. Spend time in outdoor spaces like Place des Festivals, or intimate venues like La Sala Rossa, festivals like Osheaga or Nuits d'Afrique. Montréal is also the world circus capital – it's where Cirque du Soleil has its headquarters. With the Montréal Complètement Cirque festival, you'll experience the creativity and energy of these high-level artists first-hand.

The exhibitions at the Montreal Museum of Fine Arts and the Musée d'art contemporain de Montréal are a sight to behold. Off-the-beaten-path spaces like the Phi Centre, the Belgo building galleries, and countless neighborhood spots will give you a glimpse of what today's artists are creating.

In the fall, the Pop Montréal festival is a welcome addition to the city's vibrant spirit. In winter, Igloofest brings together snow and nightlife, while the Montréal en lumière festival and its famous Nuit Blanche warm both heart and soul. Fashion designers are present, of course, and accessible everywhere. Every summer, the Festival Mode & Design celebrates creativity in the outdoor setting of the Quartier des spectacles. Don't forget the Grande Braderie de mode québécoise and the exhibitions at the Canadian Centre for Architecture.

Quand une ville regroupe Leonard Cohen, Céline Dion, Arcade Fire et Oscar Peterson parmi ses célébrités, nous savons que la diversité sera au rendez-vous.

Capitale mondiale des festivals, plateforme de talents locaux et internationaux, passerelle entre l'Amérique et l'Europe, la touche artistique montréalaise se vit en toutes saisons, à l'intérieur comme à l'extérieur. Au centre-ville seulement, vous trouverez plus de 180 salles de spectacles et 65 musées !

En été, le Festival International de Jazz de Montréal, les Francos et le Festival Juste pour Rire sont des incontournables. S'ajoutent des dizaines d'événements qui vous permettront de découvrir des cultures de tous horizons.

On fréquente des espaces extérieurs comme la Place des Festivals, ou des salles intimes comme La Sala Rossa, des festivals comme Osheaga ou Nuits d'Afrique. Montréal, c'est aussi la capitale mondiale du cirque – le Cirque du Soleil y a son siège social. Avec le festival Montréal Complètement Cirque, vous vivrez la créativité et l'énergie de ces artistes de haut niveau.

Les expos du Musée des beaux-arts de Montréal et du Musée d'art contemporain de Montréal sont à voir. En marge, des espaces comme le Centre Phi, les galeries de l'édifice Belgo et celles que l'on retrouve dans tous les quartiers vous permettront de capter l'imaginaire des artistes actuels.

L'automne, le festival Pop Montréal est une vibrante incursion dans l'âme de la ville. En hiver, l'Igloofest rallie neige et nightlife, *tandis que le festival Montréal en lumière et sa fameuse Nuit Blanche réchauffent le cœur et l'esprit. Les créateurs de mode sont évidemment présents, et accessibles partout. Chaque été, le Festival Mode & Design célèbre la créativité – à ciel ouvert dans le Quartier des spectacles. On ne manque pas La Grande Braderie de Mode Québécoise ni les expos du Centre Canadien d'Architecture.*



MONTRÉAL EN LUMIÈRE



FRANCOS

Montréal's artistic touch can be experienced year-round, both inside and outside.
La touche artistique montréalaise se vit en toutes saisons, à l'intérieur comme à l'extérieur.

Photo Musée d'art contemporain de Montréal : Sébastien Roy, photo Montréal en lumière : Frédérique Ménard-Aubin, photo Francos : Les FrancoFolies de Montréal, Benoit Rousseau



TOQUÉ!



SCHWARTZ'S



ST-VIATEUR BAGEL

TIME TO EAT!
À TABLE !

Whether you feel like street food or fine dining, Montréal is the North American foodie paradise. For an unforgettable food and wine pairing, Mousso, Toqué! or Europea is where you want to be. Joe Beef and Au pied de Cochon are also Montréal classics worth trying out. You'll want to make a reservation before you head out. Feel like mingling with the locals late at night? L'Express and Leméac are two wonderful spots. The sky-high (and revolving!) Portus 360 restaurant serves remarkable Portugese food with a stunning panorama view. It's a great lunch spot. On summer evenings, head to the rooftop terraces of Willam Gray and Brasserie 701 for breathtaking views and unforgettable meals.

The famous poutine, invented in Québec – a combination of fries, gravy and cheese curds—is a real must. Patati Patata serves the best one, but many swear by La Banquise. The legendary Schwartz's Deli offers the most delicious smoked meat in the world, invariably accompanied by a Cherry Coke and a pickle.

The best Tonkinese soup east of Hanoi awaits you in the lively Pho Bang New York in Montréal's Chinatown. In Little Italy, the grilled octopus, playlist and casual atmosphere of Bistro Beaufort immerses you in the real Montréal. On the Plateau, the ramen soup and Japanese creations of Izakaya Ichigo Ichie dazzle the senses.

For a morning pick-me-up, try a coffee at Olympico (Mile-End) on Saint-Viateur Street , and hang out with local hipsters. From there, type "Bagel" into your phone's GPS. If you're in Old Montréal, kick off the day at the very Instagrammable Crew Collective & Café and Tommy Breakfast at the relaxed and elegant XO in Hotel Le St-James is quite an enjoyable experience.

Not sure where to have lunch between two downtown shopping sessions? Head over to Parvis, Bouillon Bilk, Jatoba, or take a trip back in time to Taverne Square Dominion. Bon appétit!

En mode *bouffe de rue ou haute gastronomie, Montréal est le paradis nord-américain des* foodies. *Pour un accord mets-vins inoubliable, Le Mousso, Toqué! ou encore Européa déploient des prestations remarquables. Joe Beef et Au Pied de Cochon sont aussi des classiques montréalais à découvrir. Attention : on réserve avant de partir. Envie de vous mêler à la faune locale, tard en soirée ? L'Express et Leméac sont deux superbes adresses.*

Le restaurant en hauteur (et tournant !) Portus 360 assure une expérience inoubliable, autant pour la gastronomie portugaise que pour la vue panoramique sur tout Montréal. Magnifique option lunch. Toujours en hauteur, l'été nous guide à la tombée du jour sur les terrasses du Willam Gray et de la Brasserie 701, pour des vues imprenables et d'exquis souvenirs de table.

Inventée au Québec, la célèbre poutine – mariage de frites, de sauce brune et de fromage en grains – est un vrai must. Le Patati Patata sert la plus exquise, mais plusieurs ne jurent que par La Banquise. Le mythique Schwartz's Deli propose le plus succulent smoked meat de l'univers, invariablement escorté d'un Cherry Coke *et d'un* pickle.

*La meilleure soupe tonkinoise à l'est d'Hanoi vous attend dans l'animé Pho Bang New York (quartier chinois). Dans la Petite Italie, la pieuvre grillée, la play*list *et la convivialité du Bistro Beaufort vous immergent dans le Montréal authentique. Sur le Plateau, la soupe ramen et les créations japonaises de l'Izakaya Ichigo Ichie réjouissent les sens.*

Le matin ? Le café se prend au Olympico (Mile-End) pour une virée en mode *hipster, rue Saint-Viateur. De là, entrez le mot* Bagel *dans le GPS de votre téléphone. Si vous êtes dans le Vieux-Montréal, amorcez votre matinée aux très instagrammables Crew Collective & Café et Tommy. Dans un décor chic et feutré, le petit-déjeuner au XO de l'hôtel Le St-James est fort agréable.*

Où luncher entre deux séances de magasinage au centre-ville ? Rendez-vous au Parvis, au Bouillon Bilk, au Jatoba ou encore, pour un voyage dans le temps, à la Taverne Square Dominion. Bon appétit !

LEMÉAC



Montréal is the North American foodie paradise.
Montréal est le paradis nord-américain des *foodies*.

Photo Toqué ! : Bénédicte Brocard, photo Schwartz's : Tourisme Montréal, Pierre-Luc Dufour, photo St-Viateur Bagel : Alice Gao.



MARCHÉ JEAN-TALON



BASILIQUE NOTRE-DAME DE MONTRÉAL

STEEPED IN HISTORY
LA BELLE HISTOIRE

Old Montréal is a charming outdoor heritage site. A visit to the Pointe-à-Callière Museum is a great entry point to understand the rich history of the city, which celebrated the 375th anniversary in 2017, and to learn about the history of First Nations in the area. The Château Ramezay, Marguerite-Bourgeoys Museum and Notre-Dame-de-Bon-Secours chapel take this historical tour to the next level. The majestic Notre-Dame Basilica is worth the detour, especially at night with its immersive Aura show.
Walking up Saint-Laurent Boulevard from Old Montréal, you can see the metropolis evolved, namely as you cross through Chinatown and the Portuguese and Italian quarters to end up at the Jean-Talon market, where you'll find a variety of food products and stalls.
Maison Smith, in Mount-Royal Park, is a great place to stop and recharge as you explore this hilly area. Nearby, the Kondiaronk belvedere offers one of the most breathtaking views in the country.
On the way back, the McCord Museum is another mandatory stop that celebrates the history of Montréal and its communities. In the Pointe-Saint-Charles neighborhood, the Maison Saint-Gabriel will make a lasting impression as you dive into the oldest farmhouse in the city, a remnant of the French regime.

Le Vieux-Montréal est un véritable site patrimonial à ciel ouvert. La visite du Musée Pointe-à-Callière est une superbe incursion pour comprendre la richesse de cette ville qui célébrait en 2017 les 375 ans de sa fondation, tout comme le rôle des Premières Nations. Le Château Ramezay, le Musée Marguerite-Bourgeoys et la chapelle Notre-Dame-de-Bon-Secours enrichissent ce parcours historique. La majestueuse basilique Notre-Dame de Montréal vaut le détour, notamment en soirée avec le spectacle immersif Aura. *Marcher sur le boulevard Saint-Laurent depuis le Vieux-Montréal permet de vivre l'évolution de la métropole, notamment en traversant les quartiers chinois, portugais et italien, avec une finale au Marché Jean-Talon, là où l'on retrouve une variété de produits alimentaires et de comptoirs.*
La Maison Smith, dans le parc du Mont-Royal, sera l'occasion de vous ressourcer en longeant les sentiers de cette montagne sans équivalence. À proximité, le belvédère Kondiaronk offre l'un des plus beaux panoramas au pays.
Au retour, le Musée McCord est un autre must célébrant l'histoire de Montréal et de ses communautés. Dans le quartier Pointe-Saint-Charles, la Maison Saint-Gabriel vous laissera un souvenir impérissable en vous plongeant dans la plus ancienne maison de ferme de la ville, vestige du régime français.

LONG LIVE SPORTS!
VIVE LE SPORT !

Montréal is also an amazing playground. In winter, you can rent skates and glide onto the ice in the Old Port, at Beaver Lake (Mount-Royal Park) or in Lafontaine Park. In late September, the Marathon de Montréal is the perfect way to visit the city while staying in shape! In early June, cyclists take to the streets to partake in the Tour la Nuit and Tour de l'Île. As a matter of fact, Montréal is brimming with bicycle paths and the BIXI self-service bikes are available everywhere.
Montréal is also an exciting city because of its engrossing sporting events: hockey with the legendary Montréal Canadiens (Go Habs Go!), car racing with the Canadian Formula 1 Grand Prix, soccer games with the Impact, Canadian football with the Alouettes, or even some tennis at the big international event in Jarry Park, the Rogers Cup.

Montréal, c'est aussi un fabuleux terrain de jeu. En hiver, on peut louer des patins puis s'élancer au Vieux-Port, au Lac-aux-Castors (parc du Mont-Royal) ou au parc Lafontaine. Fin septembre, le Marathon de Montréal est idéal pour visiter la ville tout en gardant la forme ! Début juin, les cyclistes célèbrent dans les rues de Montréal à l'occasion du Tour la Nuit et du Tour de l'Île. Montréal regorge d'ailleurs de pistes cyclables et les vélos en libre-service BIXI sont disponibles partout.
Montréal est aussi une ville passionnante pour ses enlevantes compétitions sportives : hockey avec les mythiques Canadiens de Montréal (Go Habs Go !), course automobile avec le Grand Prix de Formule 1 du Canada, matchs de l'Impact (soccer), des Alouettes (football canadien), ou encore le grand rendez-vous du tennis mondial, la Coupe Rogers du Canada, au parc Jarry.



LES CANADIENS DE MONTRÉAL

Photo Marché Jean-Talon : Alison Slattery, photo Basilique Notre-Dame de Montréal : Moment Factory, photo Les Canadiens de Montréal : Club de hockey Canadien inc.

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

4 cool new Montréal hotels to discover
4 nouveaux hôtels cool à découvrir à Montréal



FESTIVAL MURAL – «THE SEVEN DEADLY SINS», BUFF MONSTER (2016)

Photo : Alexandre Choquette / Tourisme Montréal

MONTRÉAL



CRESCENT STREET
RUE CRESCENT

Hôtel Uville Montréal

Proving style is cyclical, the Hôtel Uville recreates Montréal's visionary 60s and 70s, capturing the design savvy of Expo 67 and the 1976 Olympics. Rooms come outfitted with vinyl players (plus LPs by local favorites like Leonard Cohen), exhibitions and films from the National Film Board that bring the past to life.

Hotel Humaniti

Part of Marriott's Autograph Collection, Humaniti is more than just a hotel – it's Montréal's first "smart vertical community." Part condo building, part hotel, part local gathering place and altogether an architectural wonder, the chic $200-million budget Humaniti is a project we've all been waiting for with bated breath.

Hôtel le Lux

Focusing on the transformation of classic buildings in Old Montréal, the Epik Collection expands into one of the historic district's most iconic buildings. Promising big experiences in smaller spaces, Epik's boutique hotels never fail to impress, and Hôtel le Lux is another fashion-forward feather in their cap.

Hôtel Mile-End

Considered as one of the coolest neighborhoods in the world, the Mile-End is a Montréal must-see. And with its four floors of chic rooms, restaurant, rooftop terrace, basement cinema screening room and main floor gallery space, the Hôtel Mile-End lives up to the hype of the neighborhood.

Hôtel Uville Montréal

Confirmant que la mode est cyclique, l'Hôtel Uville fait revivre le Montréal visionnaire des années 1960 et 1970, avec son design inspiré d'Expo 67 et des Olympiques de 1976. Les chambres sont équipées de tourne-disques (et d'albums de héros locaux comme Leonard Cohen) et affichent expos et films rétro de l'Office national du film.

Hôtel Humaniti

Membre de la collection Autograph de Marriott, l'Humaniti est plus qu'un simple hôtel : il s'agit de la première « communauté verticale évoluée » de Montréal. À la fois immeuble à condos, hôtel, espace communautaire et merveille architecturale, ce chic projet de 200 millions de dollars très attendu pique la curiosité.

Hôtel le LUX

Assurant la transformation de bâtiments classiques du Vieux-Montréal, la collection Epik s'agrandit en investissant un des immeubles les plus célèbres du quartier historique. Promettant de grandes expériences dans de petits espaces, les hôtels-boutiques d'Epik impressionnent, et le très à la mode LUX ne fait pas exception.

Hôtel Mile-End

Considéré comme un des quartiers les plus cool du monde, le Mile-End est un incontournable montréalais. Et grâce à ses quatre étages de chambres luxueuses, son restaurant, sa terrasse sur le toit, sa salle de cinéma au sous-sol et son espace galerie au rez-de-chaussée, l'Hôtel Mile-End s'ajoute à merveille à l'offre branchée du secteur.



HÔTEL UVILLE



MILE-END

The Mile-End is a Montréal must-see.
Le Mile-End est un incontournable montréalais.

#mtlstyle

Photo Crescent stree / rue Crescent : Madore, Daphné Caron / Tourisme Montréal, photo hôtel room / chambre d'hôtel: Hôtel Uville, photo group on a rooftop bar / groupe sur le toit d'un bar : Madore, Daphné Caron / Tourisme Montréal.

4 Montréal neighborhoods you need to know
Montréal en 4 quartiers à découvrir

MU, MURALE *COMME UN JEU D'ENFANTS*, SETH (2015)

BY
PAR
JOSIANE STRATIS

When you try to introduce Montréal to someone visiting for the first time, it can be hard to get out of the classic "downtown-Old Port-Plateau" circuit where you stick to a few main streets like Mont-Royal, Saint-Laurent and Sainte-Catherine. Sometimes it's worth convincing die-hard fans of better-known streets to venture into the farthest reaches of the city to discover incredible spots. So hop the metro and head towards some lesser-known but just as trendy Montréal neighborhoods. Spotlight on neighborhoods that you need to put on the map!

Quand on tente de faire découvrir Montréal à une personne qui la visite pour la première fois, il peut être plus difficile de sortir du classique circuit « centre-ville-Vieux-Montréal-Plateau ». Voilà qu'il faut parfois inviter les fervents des artères plus connues dans les contrées lointaines de la ville avec une liste d'endroits à découvrir. Allez, hop ! dans le métro pour découvrir les quartiers en vogue de Montréal, mais pas trop. Flash sur certains quartiers à mettre sur la map *!*

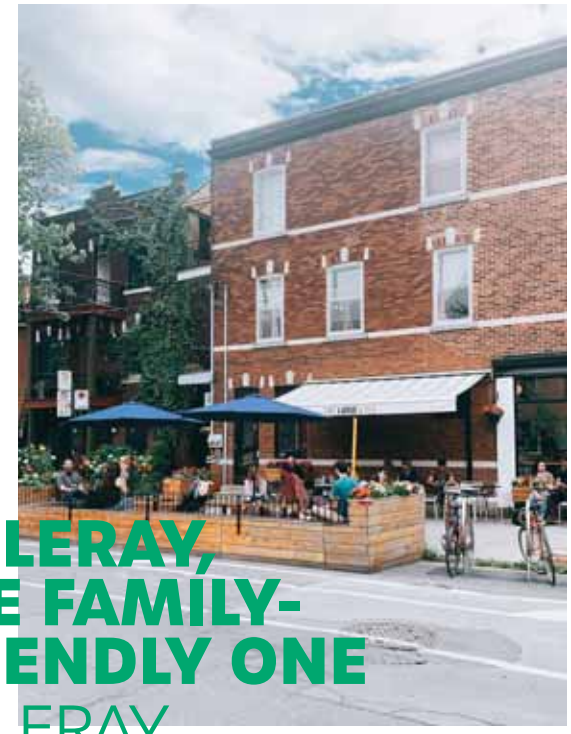
DAMAS



You'll enjoy strolling through and exploring these areas
Il vous fera bon marcher pour découvrir les alentours



Gauche : photo murale : Alexandre Choquette / TourismeMontréal. photo Damas : Vesia Photography. Droite : photo Vin Mon Lapin : Dominique Lafond, photo Cul-sec : Cul-sec



CAFÉ LARUE & FILS

VILLERAY, THE FAMILY-FRIENDLY ONE
VILLERAY, LA FAMILIALE

Villeray is a family-friendly neighborhood. It's home to secret parks, including a stunning one at the corner of Chateaubriand and Villeray, wonderful shops on Villeray Street (CANTIN, Cokluch, Slak, Archive, Anfibio), cafes where you can slow down and take a break (like Café Larue & Fils) and little restaurants, including favorites Mesón, Tapeo and Alep, where you can enjoy a wide variety of gourmet food! The best shopping streets in the area are Villeray and Jarry, where you'll enjoy going for a walk and exploring. You absolutely need to stop by LOCO to find out about the world of zero-waste groceries. Some streets keep a lower profile, like De Castelnau, which features lovely little boutiques like Boa Bijoux, Maillagogo and Randolph, which sells board games. On Guizot Street, you'll find the lovely YUL Vintage store for unique discoveries. On Gounod street, visit CANTIN for locally-made designer accessories. Oh! And don't forget to pay a visit to the wonderful Jarry Park with its diverse visitors—it'll make you fall in love with the neighborhood.

Villeray est le quartier des familles. On y retrouve des parcs secrets, dont le meilleur au coin de Chateaubriand et Villeray, des magnifiques boutiques sur la rue Villeray (Cantin, Cokluch, Slak, Archive et Anfibio), des cafés où il est possible de prendre son temps (dont Larue & Fils) et des petits restaurants coup de cœur comme le Mesón, le Tapeo et l'Alep pour manger de la cuisine raffinée et variée! Ses rues les plus connues côté commerces sympathiques restent la rue Villeray et la rue Jarry, où il vous fera bon marcher pour découvrir les alentours. Il vous faut absolument arrêter à la boutique LOCO pour découvrir l'univers du zéro déchet. Certaines rues se font plus discrètes, comme De Castelnau, qui offre de sympathiques boutiques telles que Boa Bijoux, Maillagogo et Randolph, pour des jeux de société. Sur la rue Guizot se trouve la chouette boutique YUL Vintage pour des trouvailles uniques. Sur Gounod, vous pouvez magasiner chez CANTIN pour des accessoires design faits ici. Oh ! Il ne faut surtout pas manquer le magnifique parc Jarry et sa population diversifiée pour tomber en amour avec le quartier.



MESÓN



VIN MON LAPIN



CUL-SEC

LITTLE ITALY, THE GOURMET ONE
LA PETITE ITALIE, LA GOURMANDE

Little Italy is anything but sleepy! Many local businesses and wine bars like Cul-sec and Vin Mon Lapin are comfortably established in the neighborhood, along Beaubien Street. And while you're in the area, make sure to stop by Marmier Betina Lou, C'est Beau and Deuxième Édition to take advantage of a more environmentally friendly approach to fashion. As you pass through Saint-Zotique Street, stock up in one of the grocery stores specializing in beer and other delicacies, and grab a bite in one of the many restaurants on Dante street. And while you're there, check out quincaillerie Dante—a must for all kitchen accessory lovers! The buzzing Saint-Laurent Boulevard is lined with a phenomenal number of boutique experiences, cafes and nice little spots where you'll make all kinds of delicious discoveries. Stop by Empire Exchange and Ex-Voto for a bit of shopping, Alambika for pratical bar accessories and La Cornetteria for decadent cannoli, when you're feeling a little peckish in the afternoon. Don't hesitate to bring your tote bag (or many of them!) along on your next visit to Little Italy so you have somewhere to put all those splendid local finds.

La Petite Italie est tout sauf endormie ! Plusieurs commerces locaux et bars à vins, tels que Cul-sec et Vin Mon Lapin, sont confortablement installés dans le quartier, aux abords de la rue Beaubien. Tant qu'à être dans le coin, assurez-vous de passer chez Marmier Betina Lou, C'est beau et Deuxième édition pour profiter d'une version plus écologique de la mode. En passant sur la rue Saint-Zotique, faites le plein dans l'une des épiceries spécialisées en bières et autres gourmandises, et cassez la croûte dans un des nombreux restaurants de la rue Dante. D'ailleurs, la Quincaillerie Dante est un incontournable pour tous les amoureux d'accessoires de cuisine ! L'effervescent boulevard Saint-Laurent offre une quantité phénoménale de boutiques expériences, de cafés et de petits coins sympathiques se prêtant merveilleusement bien à de succulentes découvertes. Un arrêt s'impose chez Empire Exchange et Ex-Voto pour une virée shopping, chez Alambika pour de pratiques accessoires de bar et La Cornetteria pour un décadent cannoli, question de combler son petit creux d'après-midi. Alors, n'hésitez pas à traîner un (ou plusieurs !) sac réutilisable pour votre visite dans la Petite Italie, question d'y ranger tous ces superbes achats locaux.



DAMAS

OUTREMONT, THE DISCREET ONE

OUTREMONT, LA DISCRÈTE

More and more, Outremont is positioning itself as a neighborhood that shines because it has so many little gems just waiting to be discovered, hidden between abundant greenery and houses with a unique charm. To start your tour of the neighborhood off on the right foot, head to Laurier Avenue. With its fashion and high-end accessory boutiques, as well as its many gourmet spots, Laurier Avenue is bound to win you over. To revamp your wardrobe, pay a visit to Billie and Billie le Kid, Ça va de soi, Iris Setlakwe, Michel Brisson and Très Chic Robe. They're guaranteed to please! On Van Horne Avenue, Friperie Morgane has been offering quality clothing at reasonable prices for years. Then, set off for adventure in neighboring streets to discover hidden-but-delicious restaurants like Les Fillettes, Les Enfants Terribles, Rumi, Damas or the can't-miss Leméac. Bon appétit!

Outremont se place de plus en plus comme un quartier qui brille par ses petites perles à découvrir, bien cachées entre une végétation abondante et des maisons au cachet singulier. Pour bien commencer la tournée du quartier, direction avenue Laurier. Avec ses boutiques mode et accessoires haut de gamme, ainsi que ses nombreux arrêts gourmands, l'avenue Laurier vous plaira à coup sûr. Pour raviver votre garde-robe, il vous faut passer par les boutiques Billie et Billie le kid, Ça va de soi, Iris Setlakwe, Michel Brisson et Très Chic Robe. Coups de cœur garantis ! Sur l'avenue Van Horne, la Friperie Morgane offre depuis des années des vêtements de qualité à bon prix. Partez ensuite à l'aventure dans les rues avoisinantes pour y découvrir des restaurants discrets, mais si savoureux, comme Les Fillettes, Les Enfants Terribles, Rumi, Damas ou encore l'incontournable Leméac. Bon appétit !



IRIS SETLAKWE

With its fashion and high-end accessory boutiques, Laurier Avenue is bound to win you over. Avec ses boutiques mode et haut de gamme, l'avenue Laurier vous plaira à coup sûr.



LES FILLETTES

Photo Damas : Vesia Photography, photo Les Fillettes : Krystel V. Morin.



MERCEDES MORIN



HÉLICOPTÈRE

HOCHELAGA, THE ECLECTIC ONE
HOCHELAGA, L'ÉCLECTIQUE

Like many other working-class neighborhoods, Hochelega gives local artists a place to develop and grow. It's home to delightful markets, cafes and designers who know how to express their creativity and connect with a clientele that just can't get enough of their know-how. If you're looking for something tasty to eat, try Hélicoptère or Comptoir Sushi à la maison on Ontario Street. For shopping, Rollin Boardshop is worth the detour for the daredevils among us, Terre à soi is THE spot for green shopping in the area, Du Design, du rétro et du Kitsch is the ideal spot for amateur interior decorators and Baba Souk for admirers of Morroccan inspiration. On Sainte-Catherine Street, you'll find many designers' workshops where you can meet local creators like Mercedes Morin, Mayaluga and Rose Buddha. The neighborhood's wide range of offerings is bound to please anyone who sets foot there. Psst! Be on the lookout for posters for public markets in the streets of Hochelaga or similar shops that bring together several local artisans like the Grande Fabrique, the Etsy market and other pop-up events. Discover the neighborhood's artisans and artists and the wonderful collectible items they make.

Comme plusieurs autres quartiers populaires, Hochelaga a su permettre le développement d'artistes locaux. On y retrouve de sympathiques marchés, cafés et créateurs qui savent exprimer leur créativité et rejoindre une clientèle adepte de son savoir-faire. Pour manger, trouvez le savoureux restaurant Hélicoptère et le Comptoir Sushi à la maison sur la rue Ontario. Pour magasiner, la boutique Rollin vaut le détour à elle seule pour les casse-cous d'entre nous, Terre à soi est LE bon rendez-vous pour les écolos du coin, Du Design, du rétro et du Kitsch est la boutique idéale pour les fervents de déco et Baba Souk, pour les admirateurs d'inspirations marocaines. Sur la rue Sainte-Catherine, on retrouve plusieurs ateliers-boutiques permettant à tous de visiter des créateurs locaux comme Mercedes Morin, Mayaluga, Rose Buddha. L'offre variée du quartier saura plaire à tous ceux qui y mettront les pieds, c'est garanti. Psst! Surveillez les annonces de marchés publics dans les rues d'Hochelaga ou les ventes qui regroupent plusieurs artisans locaux comme la Grande Fabrique, le marché Etsy et autres événements pop-up *pour découvrir les artisans et artistes du quartier qui produisent de magnifiques objets à collectionner.*



HÉLICOPTÈRE



MERCEDES MORIN

On Sainte-Catherine Street, you'll find many designers' workshops where you can meet local creators.

Sur la rue Sainte-Catherine, on retrouve plusieurs ateliers-boutiques permettant à tous de visiter des créateurs locaux.

Photo Mercedes Morin : Olivier Gariépy

Charlotte Cardin

From Fashion to Music

De la mode à la musique

Photos : Carl Lessard

SHIRT/CHEMISE : YOGA JEANS



At only 25 years old, singer-songwriter Charlotte Cardin is already considered one of Canada's most beautiful voices. In fact, from her very first appearances on television show The Voice (Québec), in 2013, she won over the hearts of millions of viewers of all ages. Ever since, she's been making her mark, in both English and French, with a series of EPs and collaborations. Dealing with success with remarkable ease, the artist who kicked off the 2019 edition of the Montréal International Jazz Festival will finally launch her (highly) anticipated debut album in the spring of 2020.

À seulement 25 ans, l'auteure, compositrice et interprète Charlotte Cardin est déjà considérée comme l'une des plus belles voix au Canada. D'ailleurs, dès ses premières apparitions à *La Voix* (Québec), en 2013, elle a conquis le cœur de millions de téléspectateurs, toutes générations confondues. Depuis, elle fait sa marque, en anglais comme en français, enchaînant minialbums et collaborations. Apprivoisant le succès avec une aisance remarquable, celle qui ouvrait l'édition 2019 du Festival International de Jazz de Montréal lancera son (très !) attendu premier album au printemps 2020.

BY
PAR
JOSIANE STRATIS

Despite her inclination for playing piano and singing, Charlotte Cardin first turned to modelling when she was about 15. A few years later, for the first time, she combined the best of both worlds by singing for the launch of Montréal brand Barilà's line of ready-to-wear clothing. That night would turn out to be the spark that ignited her career.

And then came The Voice. In 2013, and the doors were thrown wide open. True to her roots, she signed with Montréal label Cult Nation, a creative hub where she could develop her style, collaborate with all kinds of artists, and—of course—compose wonderful songs.

In 2016, she released her *Big Boy* EP, which earned her a guest appearance on a very popular Sunday night television show in Québec, *Tout le monde en parle*. Since then, the accolades have been pouring in, including recognition from her peers, the media, and the public, who have been unanimously celebrating the artist's talent and personality.

With more than her fair share of integrity, Charlotte Cardin has carved a spot for herself in the music world, in Canada and beyond, in both English and French.

A COMBINATION OF STYLES

When asked about artists like Billie Eilish, who subverts traditional body image tropes, Charlotte Cardin admits she leans towards a mix of different styles, preferring for the audience to focus on her music instead of what she's wearing. This explains her affection for the work of Dime and JJJJound, two brands that make practical-yet-stylish clothing that's to everyday life and embodies the Montréal casual, streetwear style.

Attirée par le piano et le chant, c'est plutôt vers le mannequinat que Charlotte Cardin se tourne d'abord, vers l'âge de 15 ans. Quelques années plus tard, elle réconcilie pour la première fois sa passion pour la mode et la musique en participant, en chanson, au lancement de la ligne de prêt-à-porter montréalaise Barilà. Cette soirée sera le détonateur de son ascension musicale.

Arrive donc La Voix. Nous sommes en 2013 et les portes s'ouvrent toutes grandes. Femme fidèle à ses racines, elle signe avec le label montréalais Cult Nation, base de créativité d'où elle peut à la fois développer son style, cumuler les collaborations avec des artistes de tous horizons et, surtout, composer de splendides chansons.

En 2016, elle lance son minialbum Big Boy, *qui lui vaut notamment un passage au très populaire rendez-vous télévisuel du dimanche au Québec, l'émission* Tout le monde en parle. *Depuis, elle cumule les succès, y compris la reconnaissance de ses pairs, des médias et du public, unanimes à saluer le talent et la personnalité de l'artiste.*

Femme intègre, Charlotte Cardin se pose ainsi doucement dans l'univers de la musique, au Canada et sans doute ailleurs dans le monde — anglophone et francophone.

COMBINAISON DE STYLES

À propos d'artistes comme Billie Eilish – qui sublime l'image corporelle traditionnelle – , Charlotte Cardin avoue son penchant pour le mélange de styles, préférant que le public se concentre d'abord sur sa musique plutôt que sur ce qu'elle porte. D'où son affection pour le travail de Dime et de JJJJound, deux enseignes proposant des vêtements utilitaires et design, adaptés à la vie de tous les jours et dotés de la touche street *et décontractée montréalaise.*

That's what she likes about Montréal designers: there's no gimmicks when you have to contend with the realities of an extreme climate. She also mentions accessible ready-to-wear lines, like Frank And Oak, the perfect answer to massive fast-fashion chains. Another example is the designer pieces carried by Éditions de Robes. Wearing Maguire footwear, she wanders around the iconic Mile End, where she pays a visit to Ruse Boutique, on Saint-Laurent Boulevard.
Just a few doors down, you can find Charlotte Cardin combing through the racks of Les Étoffes looking for carefully curated designer fare. Her recent favorite? Ça va de soi, a balance between sensible and passionate that results in chic, timeless, and high-quality clothing. "I'd rather get a durable cardigan than have to buy several from a big retailer over the next few years," she explains.

LIVING THE MONTRÉAL WAY

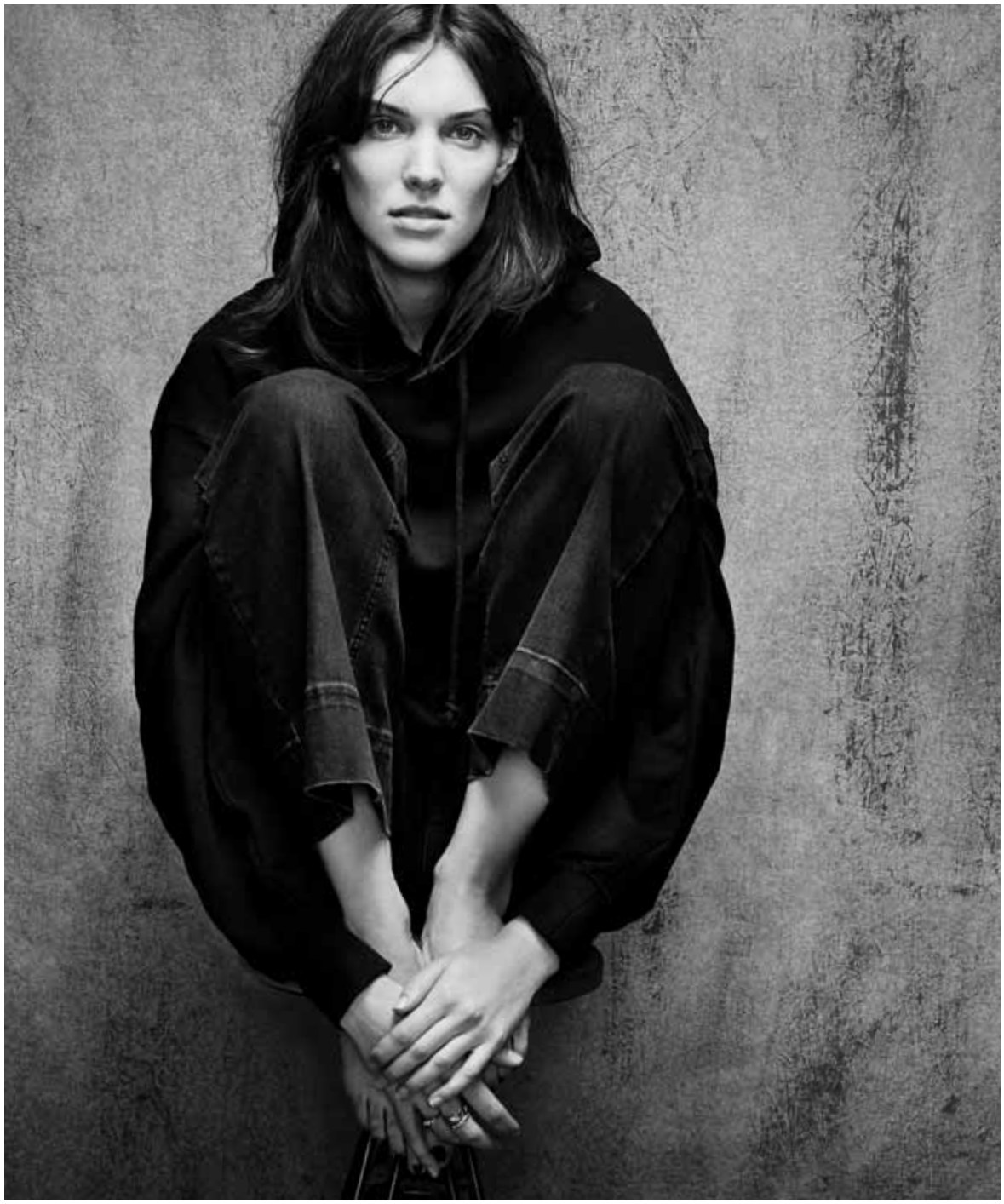
Charlotte Cardin will release her first album the spring of 2020. This launch is another opportunity to live, explore and develop her many artistic talents, in a city rife with creativity. It's a vibrant and inspiring metropolis, where the lifestyle matches her core values. And that's what's remarkable about Charlotte Cardin—her ability to work relentlessly, while always striving to do better, and continuing to make consistent tracks like the ones that have been carrying us away for seven years already. With her heart in the right place, she manages to turn her music into images in the most incredible way. With this new chapter, she promises to sweep us off our feet this spring.

C'est d'ailleurs ce qu'elle note en parlant des designers montréalais : l'absence d'artifices, ce jeu probable avec les réalités d'un climat extrême. Elle cite aussi le prêt-à-porter accessible, par exemple celui de Frank And Oak, réponse parfaite aux grandes chaînes de fast fashion. *Elle évoque les pièces de designers qu'on retrouve chez Éditions de Robes. Chaussée de Maguire, elle parcourt l'iconique Mile-End, où elle visite Ruse Boutique, boulevard Saint-Laurent.*
Sur la même artère, pour des vêtements design sélectionnés avec soin, on retrouve Charlotte Cardin chez Les Étoffes. Son récent coup de cœur ? Ça va de soi, mariage de raison et de passion entre vêtements chics, indémodables et de haute qualité. « Je préfère me procurer un cardigan durable plutôt que de m'en procurer plusieurs au cours des années dans une grande bannière », explique-t-elle.

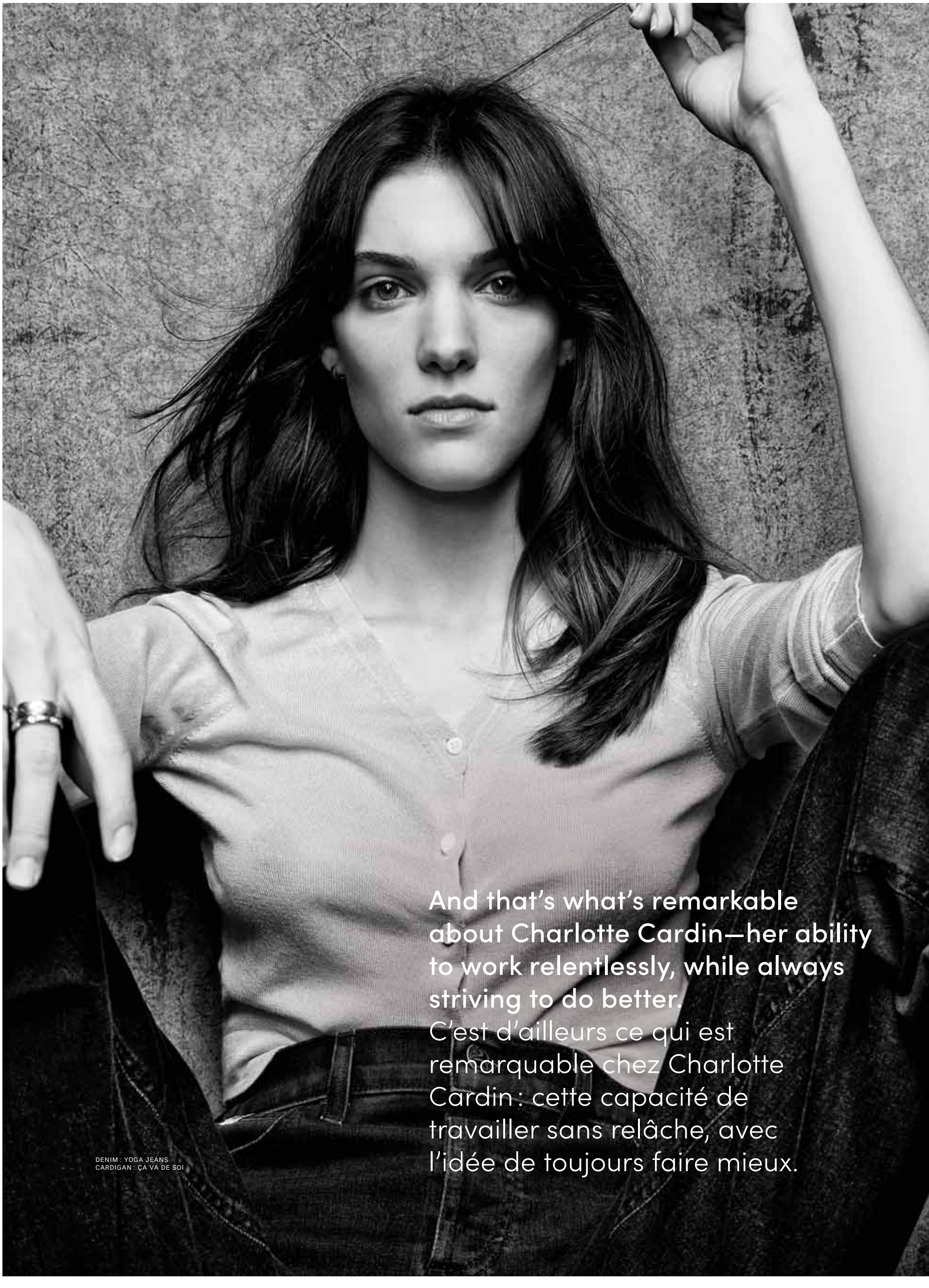
VIVRE À LA MONTRÉAL

Charlotte Cardin sortira son premier album au printemps 2020. Ce lancement est une autre occasion de vivre, d'explorer et de développer ses multiples talents artistiques, dans une ville riche en créativité. Une métropole vibrante et inspirante, où le mode de vie correspond à ses valeurs profondes.
C'est d'ailleurs ce qui est remarquable chez Charlotte Cardin : cette capacité de travailler sans relâche, avec l'idée de toujours faire mieux, mais surtout, de se révéler, en toute simplicité, en adéquation avec ses titres qui, depuis déjà sept ans, nous transportent ailleurs. Femme de cœur, elle réussit à mettre en image sa musique, de façon magnifique. Avec ce nouveau chapitre, le printemps s'annonce enchanteur.

DENIM : YOGA JEANS
SWEATSHIRT/CHANDAIL : KUWALLA TEE



Photos : Carl Lessard



And that's what's remarkable about Charlotte Cardin—her ability to work relentlessly, while always striving to do better.
C'est d'ailleurs ce qui est remarquable chez Charlotte Cardin : cette capacité de travailler sans relâche, avec l'idée de toujours faire mieux.

DENIM : YOGA JEANS
CARDIGAN : ÇA VA DE SOI

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE



The sustainable denim choice
Le choix du denim durable





Yoga Jeans® are more than just the most comfortable jeans you will ever wear—they're a way of life.
The company's mission is to make all women look and feel their best at the same time as designing and producing the most sustainable denim possible.
Over the past decade, Yoga Jeans® has been relentless in its pursuit of the most responsible, eco-friendly and sustainable materials and methods of production. To that end, it has built a high-quality, eco-conscious brand of jeans that are 100-percent made in its own Canadian factory using the latest laser and wash technologies to reduce their environmental footprint. And of course, style is always on point—from vintage vibes to hipster chic.
The method, the mission and the jeans spell good energy all around. And that, too, is part of the Yoga Jeans® mission: to spread good karma. Quality, good karma, sustainability and style are the hallmarks of the brand, making Yoga Jeans® the natural choice for the most versatile, iconic garment in modern times.
We are all different, but what weaves us together is the love of denim.

Yoga Jeans has built a high-quality, eco-conscious brand.
Nous avons bâti une marque de qualité et soucieuse de l'environnement.

Les Yoga Jeans® sont plus que les jeans les plus confortables que vous puissiez porter - ils sont un mode de vie.
La mission de l'entreprise est de s'assurer que toutes les femmes paraissent et se sentent bien dans leur peau, ainsi que concevoir et produire des vêtements en denim de la manière la plus durable possible. Au cours de la dernière décennie, chez Yoga Jeans®, nous avons travaillé sans relâche pour rechercher et adopter les méthodes de production et les matériaux les plus durables, écologiques et responsables. À cette fin, nous avons bâti une marque de qualité et soucieuse de l'environnement qui offre des jeans fabriqués à 100 % dans notre propre manufacture canadienne, en utilisant les technologies laser et de délavage les plus récentes afin de réduire notre empreinte écologique.
Évidemment, le style est toujours important – du look vintage au chic hipster.
La méthode, la mission et les jeans dégagent une énergie positive, de toute part. Cela fait aussi partie de la mission de Yoga Jeans® : créer le bon karma.
La qualité, un bon karma, la durabilité et le style constituent l'essentiel de la marque, faisant de Yoga Jeans® la figure de proue des vêtements les plus polyvalents et emblématiques des temps modernes.
Nous sommes toutes différentes, mais ce qui nous tisse ensemble, c'est l'amour du denim.

yogajeans.com

#mtlstyle

THESE COOL KIDS

ENTREZ DANS LA CLIQUE

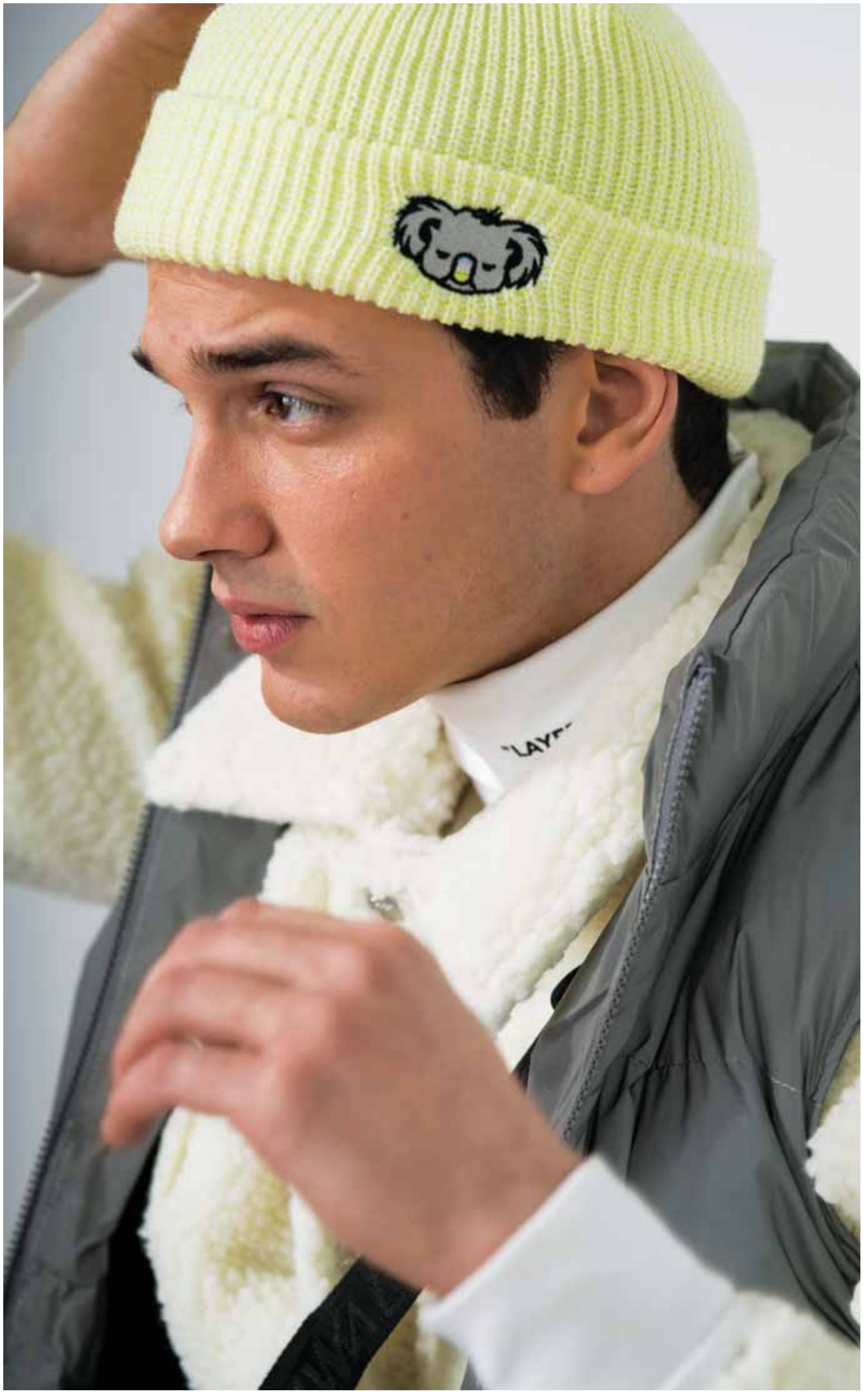


Bright colors, crazy patterns, funky textures, Montréal fashion has what it takes to win over the it-kids on the planet.
Couleurs éclatantes, motifs loufoques, textures funky, la mode de Montréal a tout pour conquérir le cœur de tous les jeunes branchés de la planète.

LEFT / GAUCHE
Coat / Manteau
Odeyalo
Hat / Tuque
Atelier Murri
Bag / Sac
Mathilde C
Boots / Bottes
ALDO
—
Coat / Manteau
Odeyalo
Shirt / Chemise
Pants / Pantalons
Atelier Murri

RIGHT / DROITE
Hat / Tuque
Boro
Turtleneck / Col roulé
Odeyalo
Jacket / Veste
Pants / Pantalons
Melow
Sweater / Chandail
Kuwalla Tee





LEFT / GAUCHE
Turtleneck / Col roulé
Odeyalo
Dress / Robe
Marigold

RIGHT / DROITE
Hat / Tuque
Coat / Manteau
Vest / Veste
Kuwalla Tee
Turtleneck / Col roulé
Simons



LEFT / GAUCHE
Coat / Manteau
Toboggan Canada
Vest / Veste
Gentry
T-shirt
Cap / Casquette
Beurd
Pants / Pantalon
Kuwalla Tee
Boots / Bottes
Martino

RIGHT / DROITE
Coat / Manteau
Scarf / Foulard
Quartz Co







LEFT / GAUCHE
Jacket / Veste
Frank And Oak
Sweater / Chandail
Odeyalo
Jean
Lola Jeans
Boots / Bottes
ALDO

RIGHT / DROITE
Suit / Complet
Tallia Orange
(Peerless Clothing)
Shoes / Chaussures
ALDO



LEFT / GAUCHE
Pants / Pantalons
Odeyalo
T-shirt
Atelier Murri
—
Dress / Robe
Scapa Lauren Perre
Bag / Sac
Mathilde C

RIGHT / DROITE
Coat / Manteau
Gorski



ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

CURVE







CURVE innovates and enhances the show experience to make matchmaking easier.
Chaque année, CURVE innove et enrichit l'expérience salon pour faciliter le *matchmaking*.

With 12 editions under its belt, and thanks to the relationships built with brands and buyers, Curve has established itself as the leading lingerie and sleepwear show in North America.

Bringing together local and international brands—Aubade, Bluebella, Bordelle, Dita Von Teese, CALIDA, Chantelle, Claudel, Commando, Cosabella, Miraclesuit, Natori, Eberjey, Elomi, Felina, Fleur of England, Fogal, Hanky Panky, Journelle, DKNY, Le Mystère, Leonisa, Lise Charmel, Maison Lejaby, Montelle, Panache, Simone Pérèle, Skin, UGG, Undress Code, Va Bienand Wacoal, to name a few—Curve is THE industry's can't-miss event for networking, discovering the latest collections and placing orders.

Every year, CURVE innovates and enhances the show experience to make matchmaking between buyers and exhibitors easier, acting as an incubator for new brands through speed-dating or pitch-off sessions, and educating the community through panels and talks on market trends, best practices for success and other key industry themes.

Fort de douze années d'expérience et grâce à la proximité créée auprès des marques et des acheteurs, CURVE s'est imposé comme le salon leader pour la lingerie et les vêtements de nuit en Amérique du Nord.

Réunissant des marques locales et internationales — Aubade, Bluebella, Bordelle, Dita Von Teese, Calida, Chantelle, Claudel, Commando, Cosabella, Miraclesuit, Natori, Eberjey, Elomi, Felina, Fleur of England, Fogal, Hanky Panky, Journelle, DKNY, Le Mystère, Leonisa, Lise Charmel, Maison Lejaby, Montelle, Panache, Simone Pérèle, Skin, UGG, Undress Code, Va bien, Wacoal… —, CURVE est LE rendez-vous incontournable de l'industrie pour networker, *découvrir les dernières collections et par commande.*

Chaque année, CURVE innove et enrichit l'expérience salon pour faciliter le matchmaking *entre acheteurs et exposants, joue le rôle d'incubateur pour les nouvelles marques avec des animations speed dating ou* pitch off, *et éduque la communauté avec des panels et conférences sur les tendances du marché, les bonnes pratiques pour réussir et autres thématiques clés pour l'industrie.*

curve-newyork.com

Pride in production

MADE IN MONTRÉAL FASHION MEANS QUALITY AND CACHET
L'INDUSTRIE MONTRÉALAISE DU VÊTEMENT PORTE UNE ÉTIQUETTE DE QUALITÉ ET DE SAVOIR-FAIRE

Un patrimoine manufacturier



There are about 1,800 clothing businesses in Québec—half the Canadian total—which contribute $8 billion to the province's economy.
Au Québec, on dénombre environ 1 800 entreprises de vêtements, qui constituent la moitié de ce secteur au Canada et contribuent à l'économie provinciale à hauteur de 8 milliards de dollars.

BY
PAR
EVA FRIEDE

Deep in the heart of downtown Montréal, nestled among skyscrapers, shiny new condos and century-old landmarks, stands a nondescript 1950s structure. It is home to headquarters for Jack Victor, a maker of fine tailored menswear founded in 1913.

Surprisingly, the building and another one nearby are also home to its factory and perhaps 1,000 workers who cut, sew, fuse and ship up to 6,000 jackets and 8,000 pairs of trousers a week. The factory is a window to Montréal's storied heritage of garment manufacturing and a sign that the industry remains a vital part of the city's economy.

There are about 1,800 clothing businesses in Québec—half the Canadian total—which contribute $8 billion to the province's economy. In 2018, Québec exported $1.17 billion in textiles and apparel worldwide, up 30 percent from 2014 and about 40 percent of the Canadian total.

The vast majority of exports – $941 million in 2018 – goes to the U.S, according to Statistics Canada data.

Montréal remains one of the main hubs for garment manufacturing in North America, behind only New York and Los Angeles. "We call Montréal a bridge between Europe and the American market," says Alan Victor, CEO of Jack Victor and the third generation leader of the company.

TODAY'S LEADERS

The manufacturing ecosystem in Montréal runs the gamut from multinational powerhouses like menswear leader Peerless Clothing and uniform supplier Logistik Unicorp to young startup designers located in industrial pockets of hip Mile End. "Canadian firms like Peerless and Logistik are world leaders," says Bob Kirke, executive director of the Canadian Apparel Federation. "They are not leaders in fashion; they are leaders in supply chain management."

Still, there's no denying the fashion clout of Peerless, which makes about 1 million of the 10 million suits it makes each year – for names like Ralph Lauren, Calvin Klein and John Varvatos – in Montréal.

Founded in 1919, Peerless marked its centenary last year. Alvin Segal,

Au cœur du centre-ville de Montréal, niché dans son écrin de gratte-ciel, de tours de condos flamboyantes et de bâtiments centenaires, se cache un joyau qui date des années 1950. Bienvenue chez Jack Victor, un fabricant de vêtements sur mesure pour hommes fondé en 1913.

Étonnamment, cette discrète enseigne ainsi qu'une autre bâtisse avoisinante abritent également son usine, où quelque 1 000 ouvriers coupent, cousent, assemblent et expédient chaque semaine jusqu'à 6 000 vestons et 8 000 pantalons. Véritable fenêtre sur le patrimoine historique des manufactures de vêtements de Montréal, le quartier général de Jack Victor témoigne aussi de la vitalité de cette industrie qui demeure un pilier économique de la ville.

Au Québec, on dénombre environ 1 800 entreprises de vêtements, qui constituent la moitié de ce secteur au Canada et contribuent à l'économie provinciale à hauteur de 8 milliards de dollars. En 2018, le Québec a exporté pour 1,17 milliard de dollars de textiles et de vêtements dans le monde, ce qui représente 30 % de plus qu'en 2014 et environ 40 % des exportations totales du genre au pays. Selon les données de Statistique Canada, la grande majorité de ces exportations – soit 941 millions de dollars en 2018 – sont destinées aux États-Unis. Devancée uniquement par New York et Los Angeles, Montréal constitue un pôle majeur de la fabrication de vêtements en Amérique du Nord. « Nous considérons Montréal comme un pont entre l'Europe et le marché américain », déclare Alan Victor, PDG de Jack Victor et troisième génération à la tête de l'entreprise.

LEADERS D'AUJOURD'HUI

L'écosystème manufacturier montréalais va des multinationales comme Vêtements Peerless, leader dans le secteur de la mode masculine, et le fabricant d'uniformes Logistik Unicorp aux jeunes start-up *qui peuplent les faubourgs industriels du très hip quartier Mile-End. « Certaines entreprises canadiennes comme Peerless et Logistik sont des chefs de file mondiaux », affirme Bob Kirke, directeur général de la Fédération canadienne du vêtement. « Ce ne sont pas des leaders de la mode, mais bien de la gestion de la chaîne d'approvisionnement. »*



With more than a century of apparel industry know-how, Montréal remains a draw for players of all sizes.
Forte d'un savoir-faire séculaire dans l'industrie du vêtement, Montréal demeure un pôle d'attraction pour les grands comme les petits joueurs de l'industrie.

chairman and CEO, joined the company in 1951, building it into the largest producer of men's fine tailored clothing in North America through technical advances and by taking advantage of the access to the U.S. market afforded by the Free Trade Agreement of 1989.
There are hundreds of other famous names in Canadian fashion that continue – proudly – to manufacture their products here for better quality control and so they can respond quickly to the market, here and in the United States. Footwear also retains a toehold in producing here, with companies like Martino Footwear, Anfibio, Pajar and La Canadienne specializing in something Québecers know a lot about—sturdy winter boots.
"There's still cachet to products made in Canada," says John Gunn, CEO of Joseph Ribkoff, which prides itself on perfect fits and quality and makes 75 percent of its womenswear here.

MAJOR CHALLENGE

Everyone says finding workers is the greatest challenge. When Jack Victor (born Wigdorovici) arrived in Canada from his native Romania in 1907 to build a new life, he—like many immigrants—began working in the garment trade. The story of how he built the premium menswear company is told in a lavish, touching coffee table book published to mark its centenary in 2013. The fashion business was the entry point and the dream of a better life for generations of immigrants who came to Canada and the U.S. through much of the 20th century. Today, the jobs are there for the taking—but the labor force is lacking.
"In Vancouver and Montréal, the number of people being recruited is wild," says Kirke, adding that jobs are available for sewers as well as white collar workers.
With more than a century of apparel industry know-how, Montréal remains a draw for players of all sizes. Kirke points to Canada Goose, the thriving Toronto-based parka brand, which recently opened a second factory in Montréal and plans to employ 650 people there by the end of 2020. Alan Victor notes there are still generations of tailors and others with apparel industry skills in the city. Recruiting is difficult, he says, but Jack Victor is willing and able to train workers.

On ne saurait non plus passer sous silence l'influence de Peerless, qui fabrique chaque année environ 1 million de ses 10 millions de costumes à Montréal pour des griffes comme Ralph Lauren, Calvin Klein et John Varvatos. Fondée en 1919, Peerless a célébré son centième anniversaire l'an dernier. Alvin Segal, président du conseil et chef de la direction, s'est joint à l'entreprise en 1951. Il en a fait le plus important producteur de vêtements sur mesure pour hommes en Amérique du Nord, en sachant tirer parti des progrès techniques et de l'accès au marché américain octroyé par l'accord de libre-échange de 1989.
Des centaines de grands noms de la mode canadienne sont fiers de continuer à fabriquer leurs produits ici, ce qui leur permet notamment d'assurer un contrôle serré de la qualité et d'être réactifs aux besoins du marché canadien et américain. Les fabricants de chaussures comme Martino, Anfibio, Pajar et La Canadienne qui ont su se distinguer dans un créneau bien implanté au Québec – celui des bottes d'hiver – ont toujours un pied dans la production locale. « Les produits fabriqués au Canada ont acquis un certain prestige », affirme John Gunn, PDG de Joseph Ribkoff, qui a de quoi se vanter des coupes impeccables et de la qualité de ses vêtements féminins, dont 75 % sont fabriqués ici.

UN DÉFI DE TAILLE

Tous les acteurs du secteur s'entendent pour dire que le plus grand défi à l'heure actuelle est de recruter la main-d'œuvre. Quand Jack Victor (né Wigdorovici) a quitté sa Roumanie natale pour venir s'installer au Canada en 1907, il s'est retrouvé, comme beaucoup d'immigrants, dans le commerce du vêtement. Son histoire émouvante est relatée dans un superbe livre publié en 2013 pour marquer le centenaire de l'entreprise. À l'époque et pendant une bonne partie du 20e siècle, l'industrie de la mode fut bien souvent la porte d'entrée par laquelle passaient des générations d'immigrants venus au Canada et aux États-Unis en quête d'une vie meilleure. Aujourd'hui, ce ne sont pas les emplois, mais les employés qui manquent. « À Vancouver et à Montréal, le taux d'embauche est fou, affirme Kirke, tant pour les cols blancs que pour les couturiers ».
Fort d'un savoir-faire séculaire dans l'industrie du vêtement,



"On the manufacturing side, we have a rich heritage in this city that dates back to the turn of the 20th century. And we do have a base from which to take that heritage and keep training people and passing on those skills, from one generation to the next."

QUALITY: THE GREATEST CONCERN

Eric Wazana took matters into his own hands. Eleven years after he founded Canadian success story Yoga Jeans in 2000, he opened a 52,000-square-foot factory to control his production because he was finding it difficult to produce premium jeans with contractors. Beauce Jeans, 200 miles east of Montréal and less than 20 miles from the U.S. border, supplies manufacturing services to virtually every private retail brand in Canada. The factory has room to grow to 1 million pairs of jeans a year, Wazana says. "We are very concerned with social and environmental responsibility." Yoga Jeans, which targets women of all ages who are looking for superior comfort in their jeans, has little room to grow in the Canadian market, he adds. "Our eyes are on the U.S."

Fashion retailer Le Château produces 30 percent of all its apparel and half of its dresses in Montréal. "We don't have to buy minimums, we can test and we can have a greater assortment of dresses," says Franco Rocchi, executive vice-president of the retail chain.

"Manufacturing here is coming back, he says, partly because the advantages of producing in China are dissipating as costs there rise."

Montréal's grande dame of fashion, Marie Saint Pierre, has an ever-expanding atelier to produce her luxury collections with specialized techniques. She opened a 12,000-square-foot atelier a year and a half ago, and plans to expand to meet production needs.

Startup designer Eliza Faulkner was working in a tiny shared studio on the edge of an industrial sector, but recently expanded to an atelier of her own in the Chabanel garment district. With stellar credentials—she studied at Central Saint Martins in London and interned with Erdem, Roland Mouret and Zandra Rhodes—she has garnered industry recognition for her playful, feminine fashions. A major coup: Faulkner scored premium visibility when Sophie

Montréal demeure un pôle d'attraction pour les grands comme les petits joueurs de l'industrie. Kirke cite en exemple Canada Goose, la célèbre marque de parka basée à Toronto, qui a récemment ouvert une deuxième usine à Montréal et prévoit y employer 650 personnes d'ici la fin 2020. Alan Victor souligne que la ville abrite toujours des générations de tailleurs et d'autres artisans chevronnés. Le recrutement est difficile, oui, mais Jack Victor est déterminé à – et outillé pour – former des travailleurs qualifiés. « Au chapitre de la manufacture, cette ville porte en elle un riche patrimoine qui remonte au début du 20e siècle. Nous disposons d'une base solide sur laquelle nous pouvons nous appuyer pour continuer à transmettre cette expertise d'une génération à l'autre. »

LA QUALITÉ AU CENTRE DES PRÉOCCUPATIONS

Eric Wazana, fondateur de Yoga Jeans, a pris la situation à bras-le-corps en 2011. Onze ans après avoir lancé son entreprise à succès, il a ouvert une usine de 52 000 pieds carrés dans le but d'exercer un meilleur contrôle sur sa production puisqu'il trouvait difficile de fabriquer des jeans de qualité supérieure en ayant recours à des sous-traitants. Beauce Jeans, située 330 km à l'est de Montréal et à une trentaine de kilomètres de la frontière américaine, fournit des services de production à presque toutes les marques de détail privées du Canada. L'usine pourrait fabriquer jusqu'à 1 million de paires de jeans par an, indique Wazana. « Nous endossons une grande responsabilité sociale et environnementale. » Yoga Jeans, qui cible toutes les femmes à la recherche d'un jean ultraconfortable, a peu de marge de croissance sur le marché canadien. « Notre regard est tourné vers les États-Unis », ajoute-t-il.

Le détaillant de mode Le Château produit 30 % de tous ses vêtements et la moitié de ses robes à Montréal. « Nous ne sommes pas contraints d'acheter des quotas minimums ; nous avons la liberté d'expérimenter et d'offrir un plus grand assortiment de robes », affirme Franco Rocchi, vice-président exécutif de la chaîne de magasins.

Si le secteur manufacturier reprend du galon chez nous, c'est en partie parce que les avantages de produire en Chine perdent de leur attrait au fur et à mesure que les coûts y augmentent.



ELIZA FAULKNER

Grégoire Trudeau, wife of Canadian Prime Minister Justin Trudeau, wore her yellow Pandora dress in front of a national audience during her husband's election night win last October.

Faulkner's production run is miniscule compared with Jack Victor or any of the makers profiled here: an average of 50 items per style each season made by six or seven contractors around town. "We could do it abroad if we wanted to, but I wouldn't want to," she says. Like her contemporaries, the reasons are ethical, ecological and about quality.

Joseph Ribkoff, founded in 1957, boasts 380 employees who work at three sparkling facilities in Montréal's West Island. CEO Gunn cites the advantage of proximity to its market in Canada and the U.S.and to its production sites as the reason for the brand's superior quality. "We're in control," he says, echoing other local manufacturers. "When Mr. Ribkoff started off 62 years ago, he wanted to make a garment that not only looked beautiful, but also fit perfectly. The fact that we are a Canadian brand designed here and produced here is monumental for a fashion business. It's an integral part of Joseph Ribkoff's DNA."

Montréal is the fashion center of Canada, Gunn says, and keeping the business alive is crucial. "It's part of the soul of Montréal."

"We could do it abroad if we wanted to, but I wouldn't want to," Faulkner says. Like her contemporaries, the reasons are ethical, ecological and about quality.
« On pourrait les faire fabriquer à l'étranger si on voulait, mais je ne veux pas », explique Faulkner. À l'instar de ses contemporains, les raisons qu'elle énumère sont d'ordre éthique, écologique et de qualité.

La grande dame de la mode montréalaise Marie Saint Pierre dispose d'un atelier en perpétuelle croissance où elle confectionne ses collections de luxe en employant des techniques spécialisées. Un an et demi après avoir ouvert un atelier de 12 000 pieds carrés, elle prévoit encore prendre de l'expansion pour mieux répondre à ses exigences de production.

La designer Eliza Faulkner, qui a démarré son entreprise dans un petit atelier partagé en périphérie d'un secteur industriel, a récemment ouvert son propre atelier dans le quartier Chabanel, la cité de la mode. Diplômée de la Central Saint Martins de Londres et ex-stagiaire chez Erdem, Roland Mouret et Zandra Rhodes, elle s'est taillé une place de choix dans l'industrie avec ses créations fantaisistes et féminines. Faulkner a entre autres profité d'une visibilité exceptionnelle lorsque Sophie Grégoire, épouse du premier ministre du Canada Justin Trudeau, a porté sa robe jaune Pandora devant le pays tout entier le soir de la victoire électorale de son mari en octobre dernier. Le volume de production de Faulkner est infinitésimal comparé à celui de Jack Victor ou de l'un des commerçants mentionnés plus haut : chaque style est fabriqué en une cinquantaine d'exemplaires par saison seulement, en faisant appel aux services de six ou sept sous-traitants à travers la ville. « On pourrait les faire fabriquer à l'étranger si on voulait, mais je ne veux pas », explique-t-elle. À l'instar de ses contemporains, les raisons qu'elle énumère sont d'ordre éthique, écologique et de qualité.

Joseph Ribkoff, fondé en 1957, emploie 380 personnes qui travaillent dans trois établissements de pointe situés dans l'Ouest-de-l'Île. Gunn fait valoir l'avantage que lui procure sa proximité par rapport aux marchés canadien et américain, tout comme en termes de production et de qualité. « Nous avons le contrôle », dit-il, faisant écho à tous les manufacturiers locaux. « Quand M. Ribkoff a fondé la marque il y a 62 ans, il voulait offrir aux femmes des vêtements qui seraient non seulement beaux, mais parfaitement ajustés. Le fait que nous soyons une marque canadienne qui conçoit et fabrique ses vêtements ici est déterminant. Ça fait partie intégrante de l'ADN de Joseph Ribkoff. »

« Montréal a toujours été l'épicentre de la mode au Canada », affirme Gunn, et il est essentiel d'assurer la pérennité de cette industrie. « Ça fait partie de l'âme de Montréal. »

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

A new world of business is right here

Le nouveau monde des affaires, c'est ici !



M STY LE

District Central: A new business district in Montréal

This vibrant district welcomes daring, creative and determined entrepreneurs and is developing around three business hubs: design, urban manufacturing and technology. Recognized for its legendary Chabanel sector, District Central is vital for the fashion industry, with more than 7,000 jobs based there. Famous businesses like SSENSE, Matt & Nat, Rudsak and Canada Goose have set up shop there.

A unique ecosystem

District Central has the fourth largest concentration of jobs in Montréal with 1,800 businesses, 25,000 workers and 25 million square feet of space to create, innovate and shine. It's time to join this important industry network.

District Central : un nouveau quartier d'affaires à Montréal

Ce quartier en effervescence accueille des entrepreneurs audacieux, créatifs et déterminés et se développe autour de trois pôles d'affaires : le design, la manufacture urbaine et la technologie.

Reconnu par son légendaire secteur Chabanel, le District Central est incontournable dans l'industrie de la mode avec plus de 7 000 emplois. Des perles d'affaires renommées comme SSENSE, Matt & Nat, Rudsak ou encore Canada Goose s'y sont établies.

Un écosystème unique

Le District Central est la 4e concentration d'emplois à Montréal avec 1 800 entreprises, 25 000 travailleurs et 25 millions de pieds carrés d'espaces pour créer, innover et rayonner. C'est le temps de venir s'installer dans cet important réseau de l'industrie !

district-central.ca



District Central is vital for the fashion industry

Le District Central est incontournable dans l'industrie

#mtlstyle

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE



GORSKI

Gorski, a Montréal-based fashion house, creates compelling luxury lifestyle collections including: modern furs, cashmere with fur trim, shearling, down-filled Après-Ski outerwear made in Italy, fur accessories, menswear and home décor.
Gorski uses fine natural materials of impeccable quality coupled with proud traditions and elevated craftsmanship. Every detail is carefully thought out to create incredibly fashionable styles and beautiful modern shapes. Each style embodies the charm and uniqueness that can only come from a meticulously hand-crafted product.
Gorski collections are prominently featured at the finest specialty stores and most upscale department stores around the world. Gorski has a major presence in over 40 Neiman Marcus stores throughout the United States, on the store's couture or designer floors. You will also find Gorski signature collections in the cold weather accessories departments.
Since its founding almost 4 decades ago, Gorski has been a driving force on sustainability and an innovator and advocate of circular economy and conservation. As such, Gorski operates national service centers in the New York area, Dallas, and Los Angeles: restyling, preserving and storing furs and fine outerwear garments.



As seen @ Neiman Marcus

GorskiGroup.com

Each style embodies the charm and uniqueness that can only come from a meticulously hand-crafted product.
Chaque design incarne le charme et l'originalité qui ne peuvent provenir que d'un produit méticuleusement fabriqué à la main.



Gorski, une maison de couture basée à Montréal, crée des collections lifestyle luxueuses et irrésistibles incluant des fourrures modernes, des cachemires avec garnitures en fourrure, des peaux de mouton, des vêtements d'extérieur après-ski en duvet — fabriqués en Italie, des accessoires en fourrure, ainsi que des collections pour hommes et pour la maison.
Gorski privilégie des matériaux naturels d'une qualité irréprochable, associés à la fière tradition d'un savoir-faire pointu, et prête une attention particulière à chaque détail afin de créer des styles tendances aux silhouettes actuelles. Chaque design incarne le charme et l'originalité qui ne peuvent provenir que d'un produit méticuleusement fabriqué à la main.
Les collections Gorski occupent une place de choix dans les meilleurs détaillants spécialisés et les plus grands magasins haut de gamme du monde. Gorski a une présence majeure dans plus de 40 établissements Neiman Marcus à travers les États-Unis, aux étages couture ou design. Vous trouverez également les collections signatures Gorski dans les rayons d'accessoires d'hiver.
Depuis sa fondation, il y a près de 40 ans, Gorski est un chef de file en matière de durabilité et d'innovation, ainsi qu'un grand défenseur de l'économie circulaire et de la conservation. À ce titre, Gorski exploite des centres de service nationaux dans les régions de New York, Dallas et Los Angeles, pour le redesign, la conservation et l'entreposage des fourrures et des vêtements d'extérieur raffinés.

SUSTAINABLY CHIC!

DES FOURRURES DURABLES !

FURRIERS FIND INVENTIVE WAYS TO RENEW A WONDERFUL RESOURCE. *LES ARTISANS DE LA FOURRURE D'ICI IMAGINENT DES FAÇONS INGÉNIEUSES DE REVALORISER CETTE PRÉCIEUSE RESSOURCE.*

Lysa Lash



CHIC

Fur is the fabric of Canada, the resource upon which this country was built.
La fourrure est le matériau emblématique de notre pays ; le canevas sur lequel il s'est bâti.

BY
PAR
EVA
FRIEDE

Christina Nacos has always been an outspoken and articulate advocate for the fur industry—but a reluctant wearer of extravagant fur coats. The vice-president of Montréal's renowned Natural Furs, Nacos is certainly not anti-fur in any way. It's more a question of aesthetics and a taste that runs to minimalist and understated.
Now, Nacos has a project close to her heart and her sense of style. Furb, Natural Fur's line of upcycled fur garments and accessories, relies on huge inventories of used furs for removable liners and exquisite small batch of Japanese fabrics for the shell. The Bay has bought the collection exclusively in Canada. "Furb is where we want to be—and that's using all the fur that exists," Nacos says. "It's sustainable, there's no waste and we're capitalizing on the fact that we have this wonderful resource."

FUR, TRENDY FROM PAST TO PRESENT

Fur is the fabric of Canada, the resource upon which this country was built. "Fur is a founding product of our country, and specifically, of Montréal," says Teresa Eloy, executive director of the Fur Council of Canada. Jacques Cartier first traded furs with Labrador's First Nations people in 1534. What followed was centuries of exploration and exploitation—notably by the Hudson's Bay Company, founded in 1670, and competitor the North West Company, founded in 1779. The two merged in 1821. The European fashion for beaver felt hats, which lasted from the late 1600s until about 1850, fuelled the lucrative trade. And Montréal was the hub for the trade.
Fashions change, of course. The burly raccoon and beaver garments of yesteryear transformed over the centuries to become glamorous full-length statements and later, sheared, dyed and adorned coats of many colours. Today, the fur-trimmed parka is the dominant winter wear in cold climates. Multi-colored jackets of mink, beaver and fox are the mainstay of fur collections, and shawls, stoles, vests, hats, pompoms and bags are important sectors of the fur business. Fur, in fact, has permeated the fashion industry.
"The big full-length fur coat has not been the major part of our line for ages,'' Nacos says. "We've moved to contemporary ready to wear, along with the rest of the industry." Natural Furs, in business for about 45 years, has been the licensee for top luxury labels including Dior, Louis Féraud, Bill Blass and Prabal Gurung. Its factory remains in the traditional downtown fur district near the Quartier des Spectacles, although most furriers have moved further north in the city along with the bulk of the garment industry, to the famous fashion district known as Chabanel.

Christina Nacos a toujours été une fervente porte-parole de l'industrie de la fourrure, mais vous ne la verrez jamais enveloppée dans un manteau de vison extravagant. Ce n'est pas que la vice-présidente de la prestigieuse compagnie montréalaise Natural Furs est contre la fourrure, bien évidemment. Ça relève plutôt de son sens de l'esthétique et de son style minimaliste et discret.
Nacos poursuit aujourd'hui un projet aligné à ses valeurs et à son amour de la mode. Furb, la ligne de vêtements et d'accessoires en fourrure recyclée de Natural Furs, est confectionnée à partir d'énormes stocks de fourrures usagées (pour les doublures amovibles) et de tissus japonais raffinés produits en petits lots (pour le revêtement extérieur). La Baie d'Hudson a acheté la collection pour l'offrir en exclusivité au Canada. « Furb sert notre objectif, qui est de réutiliser toute la fourrure existante, affirme Nacos. C'est un processus durable qui élimine le gaspillage et qui nous permet de revaloriser cette merveilleuse ressource. »

LA FOURRURE, TENDANCE D'HIER À AUJOURD'HUI

La fourrure est le matériau emblématique de notre pays ; le canevas sur lequel il s'est bâti. « La fourrure est l'un des produits fondateurs du Canada, et plus particulièrement de Montréal », explique Teresa Eloy, directrice générale du Conseil canadien de la fourrure. C'est en 1534 que Jacques Cartier commence à faire la traite des fourrures avec les peuples des Premières Nations du Labrador. S'ensuivent des siècles d'exploration et d'exploitation, notamment par la Compagnie de la Baie d'Hudson, fondée en 1670. La Compagnie du Nord-Ouest, fondée en 1779, devient sa principale concurrente avant que les deux entreprises ne fusionnent en 1821. La mode européenne des chapeaux en feutre de castor, qui perdure de la fin des années 1600 jusqu'en 1850 environ, assure le succès de ce commerce très lucratif dont Montréal est la plaque tournante.
Bien sûr, la mode et les temps changent. Au fil des siècles, les épaisses pelisses de raton laveur et de castor d'antan font place à d'élégantes pièces pleine longueur, puis, à un arc-en-ciel de manteaux teints, ornés d'enjolivures de toutes sortes. Aujourd'hui, le parka garni de fourrure est le vêtement d'hiver par excellence dans les climats froids. Les manteaux en vison, en castor et en renard colorés sont les pièces maîtresses des collections de fourrures, alors que châles, étoles, vestes, chapeaux, sacs et pompons s'accaparent un segment considérable de l'industrie. En fait, la fourrure a envahi les passerelles.

FurMark certification, launching in 2020, is a global program to ensure that fur is sustainably and ethically produced, traceable and overseen by a third party

Le programme FurMark, qui sera lancé en 2020, vise à garantir que la fourrure est produite selon un processus durable et éthique, traçable et supervisé par une tierce partie.

Gorski



OUR ICONS

Also thriving in downtown Montréal is Gorski Group. Light, bright, happy, cropped and embellished with crystals, feathers and embroidery is how founder and designer Leonard Gorski describes his fall 2020 collections. "The thinking behind all collections is from lifestyle to couture," he says, noting that all of the furs he uses—ranched mink, sable, ranch-raised fox for vests and trim, and chinchilla for evening and capes—are sustainable.

Eloy says there are about 30 fur-manufacturing, dressing and dyeing companies in Québec, mostly in the Montréal region. That's down from perhaps 300 companies from the 1950s through the 1970s. But fur remains an important sector for Canada, employing about 50,000 people and accounting for $437.8 million in exports in 2018, up 9 percent over 2017.

Obviously, the industry has faced challenges over the past decades, partly due to increased manufacturing in China and partly due to the powerful anti-fur movement. The industry has taken steps to calm concerns about fur, the latest of which is FurMark certification, launching in 2020. It is a global certification program to ensure that fur is sustainably and ethically produced, traceable and overseen by a third party, says Eloy.

Canada is special, she adds, in that trapping regulations have been in force for decades. FurMark incorporates all international certification programs, including 80 protocols, explains Charles Ross, head of international marketing for Saga Furs, the auction house headquartered in Finland with a trend-setting design centre in Copenhagen. "The industry is really trying to become more transparent and work together to inspire confidence," Ross says. "It's kind of like the farm-to-table concept."

YOUNGER COSTUMERS ARE READY

Most fur is now produced for trim for companies like Mackage, Moose Knuckles and Canada Goose, Ross says, with more and more firms going for certified trim. Mitch Fazekas of Mitchie's Matchings does not do trim for parkas, but soon after he joined his father's business, 43 years ago, he made his mark with small pieces, starting with earmuffs and later, fur coats for Cabbage Patch dolls. "I thought there was a void," Fazekas says. His firm is one of the largest fur accessory companies in North America, and one of the few to still manufacture in Montréal. "I'm in the accessory business, trimmed with fur," he says, adding that all his furs are ethically sourced from the major auction houses. Like many furriers, he is targeting a younger market, particularly the 24 to 40 year olds. Retail prices range from $89 to $500: "That age category can handle that price category," Fazekas says.

Over at the Natural Furs stockrooms, subdued parkas in olive, putty, camel and denim are lined in patchwork raccoon and mink. There are mink shoulder bags in baby blue, with just a hint of the original blond mink showing through. Nacos

« L'imposant manteau de fourrure pleine longueur n'est plus la vedette de nos collections depuis des lustres, dit Nacos. Nous sommes passés au prêt-à-porter contemporain, avec le reste de l'industrie. » Natural Furs, dans les affaires depuis environ 45 ans, est le fournisseur attitré de grandes marques de luxe telles que Dior, Louis Féraud, Bill Blass et Prabal Gurung. Son atelier a toujours pignon sur rue dans le quartier traditionnel de la fourrure, près du Quartier des spectacles de Montréal, bien que la plupart des fourreurs et autres fabricants de vêtements aient depuis accroché leur enseigne dans le célèbre quartier Chabanel, aussi surnommé la « Cité de la mode ».

LES FLEURONS D'ICI

Le Groupe Gorski est un autre fleuron prospère et admiré du centre-ville de Montréal. Selon Leonard Gorski fondateur et designer, sa collection d'automne 2020 propose des pièces légères, lumineuses, joyeuses, écourtées et parées de cristaux, de plumes et de broderies. « La ligne directrice de toutes les collections, affirme-t-il, est de concilier style de vie et haute couture, précisant que toutes les fourrures qu'il utilise — zibeline, vison et renard d'élevage pour les vestes et les garnitures; chinchilla pour les pièces de soirée et les capes — sont d'origine durable ».

Eloy souligne que le Québec compte désormais une trentaine d'entreprises de fabrication, d'apprêt et de teinture de fourrure, pour la plupart établies dans la région de Montréal. Ces chiffres représentent un déclin considérable comparativement aux quelque 300 entreprises qu'on y retrouvait entre les années 1950 et 1970. La fourrure demeure toutefois un secteur non négligeable au Canada : il emploie environ 50 000 personnes et ses exportations auront atteint 437,8 millions de dollars en 2018, soit 9 % de plus qu'en 2017.

Il va sans dire que l'industrie a été confrontée à des défis de taille ces dernières décennies, notamment en raison de la montée en puissance de la production chinoise et du mouvement antifourrure. L'industrie a pris des mesures pour répondre aux préoccupations de la population au sujet de la fourrure, dont la dernière en date est la certification FurMark, qui sera lancée en 2020. Ce programme mondial vise à garantir que la fourrure est produite selon un processus durable et éthique, traçable et supervisée par une tierce partie, explique Eloy.

Le Canada a ceci de particulier, ajoute-t-elle, que les règlements sur le trappage ont été mis en place il y a plusieurs décennies. Charles Ross, responsable du marketing international chez Saga Furs, précise que FurMark intègre tous les programmes de certification internationaux, incluant 80 protocoles. Le centre de design de cette maison de ventes aux enchères basée en Finlande fait aujourd'hui figure de précurseur à Copenhague. « L'industrie s'efforce réellement de devenir plus transparente et de travailler collectivement à rétablir la confiance », affirme Ross. « C'est un peu comme le concept de la ferme à la table. »

UNE CLIENTÈLE QUI SE RAJEUNIT

« La majeure partie de la production de fourrure est maintenant destinée aux garnitures, pour des entreprises comme Mackage, Moose Knuckles et Canada Goose, explique Ross, et de plus en plus d'entreprises optent pour des garnitures certifiées ». Mitch Fazekas de Mitchie's Matchings ne fabrique pas de garnitures pour parkas, mais peu de temps après qu'il s'est joint à l'entreprise de son père,



Furb

is quick to give credit to Montréaler Mariouche Gagné, a worldwide pioneer, who started advocating for the use of recycled fur back in 1994. A lot of manufacturers and retailers have relied on remodelling as retail numbers have dropped, Nacos says. "Millennials love it. They appreciate the vintage aspect. It's the antithesis of fast fashion."

A younger generation is attracted to the business. Newcomers include Maison Elama and Lysa Lash Furs, although Lash is the fourth generation in her family to work in the fur trade. Elama started out remodelling and doing accent pieces like vests and muffs, but has moved to a broader range of luxury outerwear, mixing fur with cashmere. "Fur is one of the most luxurious and sustainable materials. It stays in your family like jewelry," says Rita Elias, who started the company with her sister Rim in 2014. Lash specializes in mink, sable and chinchilla, often in chic little colorful jackets that she sells at luxurious trunk show venues in cities across North America. "I'm selling an experience," Lash says. "I've modernized the way people are buying luxury, making that experience special."

Even as fur protests gain traction, fur sales remain robust, accounting for $30 billion U.S. in retail sales globally in 2015, according to the International Fur Federation.

A SUSTAINABLE APPROACH

In October, California became the first U.S. state to sign a ban on the sale and manufacture of new fur products, which will come into effect in 2023. Cowhide, leather, used fur and shearling are exempt, as is fur used for religious and Native American practices. Los Angeles, San Francisco and other Californian cities have also passed anti-fur legislation, and another bill is in progress in New York City.

Nacos has questions. "Why a fur ban?" asks Nacos. "What are you really trying to ban? Why not leather, why not shearling?" Nacos reiterates her concern for the environment. "My job is gaining back some of that moral high ground," she says. "It's saying that fur is sustainable, and ecologically very sound, especially fur that is reused."

il y a 43 ans, il a fait sa marque avec de petites pièces, à commencer par des protège-oreilles, puis des manteaux de fourrure pour les poupées Bout de chou. « J'ai perçu une lacune », raconte Fazekas. Son entreprise est aujourd'hui l'une des marques d'accessoires de fourrure les plus florissantes en Amérique du Nord, et l'une des rares à toujours fabriquer ses pièces à Montréal. « Je suis dans le commerce d'accessoires garnis de fourrure », résume-t-il, ajoutant que toutes ses fourrures sont de source éthique et proviennent de grandes maisons de ventes aux enchères. Comme beaucoup de fourreurs, il vise un marché plus jeune, âgé de 24 à 40 ans. Ses pièces se détaillent entre 89 et 500 dollars : « Une catégorie de prix adaptée à cette catégorie d'âge », précise M. Fazekas.

Les entrepôts de Natural Furs regorgent de parkas aux teintes sobres – olive, argile, chamois, denim – doublés de raton laveur et de vison façon patchwork. On y trouve aussi des sacs à bandoulière en vison bleu clair, où transparaît un soupçon du poil blond d'origine. Nacos s'empresse de souligner le mérite de la Montréalaise Mariouche Gagné, pionnière mondiale dans le domaine de la fourrure recyclée et figure de proue de cette industrie depuis 1994. « De nombreux fabricants et détaillants se sont tournés vers le remodelage en réponse à la chute des chiffres de vente au détail, explique Nacos. Les milléniaux *adorent ça. Ils raffolent de l'aspect vintage. C'est l'antithèse du Fast Fashion. »*

L'industrie attire désormais une clientèle plus jeune. Parmi les étoiles montantes figurent Maison Elama et Lysa Lash Furs – bien que Lash soit la quatrième génération de sa famille à œuvrer dans le commerce des fourrures. Elama a commencé par remodeler et confectionner des pièces d'accent comme des vestes et des manchons, puis a diversifié son offre pour proposer une large gamme de vêtements d'extérieur de luxe mêlant fourrure et cachemire. « La fourrure est l'un des matériaux les plus luxueux et durables qui soient. C'est un peu comme un bijou de famille », illustre Rita Elias, qui a cofondé l'entreprise avec sa sœur Rim en 2014. Lash se spécialise dans le vison, la zibeline et le chinchilla, qui prennent le plus souvent la forme de petites vestes chics et colorées qu'elle vend dans de luxueux salons de mode à travers l'Amérique du Nord. « Ce que je vends, c'est une expérience », dit Lash. « J'ai modernisé la façon dont les gens achètent les produits de luxe pour rendre cette expérience mémorable. » Selon la Fédération internationale de la fourrure, les ventes de fourrures ont toujours le vent en poupe, avec des ventes totalisant 30 milliards de dollars américains à l'échelle mondiale en 2015 — bien que les manifestations antifourrure continuent de rallier de plus en plus d'adeptes.

RESPONSABLE MALGRÉ TOUT

En octobre, la Californie est devenue le premier État américain à signer une interdiction de vente et de fabrication d'articles neufs en fourrure, qui entrera en vigueur en 2023. La peau de vache, le cuir, la fourrure usagée et les moutons sont exemptés, tout comme la fourrure utilisée dans le cadre de pratiques religieuses et autochtones. Los Angeles, San Francisco et d'autres villes californiennes ont également adopté des lois antifourrure, alors qu'un projet de loi est sur la table à New York. Devant ces initiatives, Nacos s'interroge. « Pourquoi interdire la fourrure ? Qu'essayent-ils vraiment d'interdire ? Pourquoi pas le cuir, pourquoi pas le mouton ? » Nacos réitère sa préoccupation pour l'environnement. « Mon travail consiste à redonner ses lettres de noblesse à la fourrure, poursuit-elle, à démontrer que c'est un produit durable et écologiquement très responsable, surtout quand il est question de fourrure recyclée. »



THE WILD NORTH

LE NORD SAUVAGE

DENIM, LEATHER, WOOL AND FRINGE CELEBRATE THE DIVERSITY OF FABRICS AND TEXTURES MONTRÉAL FASHION EMBRACES IN ITS GREATEST CREATIONS.

DENIM, CUIR, LAINE ET FRANGES CÉLÈBRENT LA DIVERSITÉ DES MATÉRIAUX ET TEXTURES QUE LA MODE DE MONTRÉAL ADOPTE DANS SES PLUS GRANDES CRÉATIONS.



LEFT / GAUCHE
Blouse / Chemise
Pants / Pantalons
LAMARQUE
Boots / Bottes
Boulet

RIGHT / DROITE
Jacket / Veste
Lola Jeans
Sleeveless vest /
Veste sans manche
Natural Furs





LEFT / GAUCHE
Coat / Manteau
Scarf / Foulard
Dino Gaspari
Earrings /
Boucles d'oreilles
wellDunn
—
Wool jacket /
Veste de laine
Odeyalo
Coat / Manteau
LAMARQUE

RIGHT / DROITE
Suit / Complet
Tallia Orange



LEFT / GAUCHE
Jean jacket /
Veste en denim
Jean
Yoga Jeans
Boots / Bottes
Boulet

RIGHT / DROITE
Jean jacket /
Veste en denim
Frank And Oak
Coat / Manteau
Success Clothing


Success



LEFT / GAUCHE
Shirt / Chemise
Jean
Lisette L
Denim and shearling jacket / Veste en jean et mouton
Frank And Oak
Vest with fur / Veste avec fourrure
Mitchie's Matching
Watch / Montre
Solios
Ring / Bague
wellDun

RIGHT / DROITE
Jacket / Veste
Kuwalla Tee
Jeans
Frank And Oak
Bag / Sac
Lantinga Vita
—
Watch / Montre
Solios
Bag / Sac
Mathilde C
Bow tie / Nœud papillon
Guillotine
Bracelet
Anne-Marie Chagnon





#mtlstyle





LEFT / GAUCHE
Pajamas / Pyjama
Claudel Lingerie

RIGHT / DROITE
Coat / Manteau
Musi Furs
Top / Haut
La Vie en Rose

SCAPA
LAURENPERRE



LAURENPERRE.COM



Montréal's newcomers

La relève Montréalaise

Thanks to the support of the City of Montréal, the mmode Cluster enabled young Montréal entrepreneurs to participate in an exploratory mission to the MAGIC show in Las Vegas or the COTERIE show in New York, in February 2020.

Grâce à l'appui de la Ville de Montréal, la Grappe mmode a permis à de jeunes entrepreneurs montréalais de participer à une mission exploratoire au salon MAGIC à Las Vegas ou au salon COTERIE à New York en février 2020.

Photo : Susan Moss / Tourisme Montréal



Beurd

Boro



Las Vegas

Atelier Murri
ateliermurri.com
Beurd
beurd-shop.com
Bilinks
bilinks.com
Boro clothing
boroclothing.com
Coo-mon
coo-mon.ca
Marie-Michèle Larivée
mmichelelarivee@gmail.com
Mathilde C
mathildec.com
Nathon Kong
nathonkong.com
Prysm
my-prysm.com
Splendor Fur
splendorfur.com
Solios Watches
solioswatches.com
Success Clothing
wegotsuccess.com
Trendays
trendays.ca
Zallerina Shoes
zallerina.com



Mathilde C



Prysm



Zallerina



Atelier Murri



Marigold

Gament Designs
gament.com
Lantinga Vita
lantingavita.com
Marigold
marigoldmtl.com
Melow
melowparmelissabolduc.com
Natalia Baquero
nataliabaquero.com
Ookpik/Sly & Co
ookpik.world
Stuart In Co.
stuartinco.ca

New York



Gament Designs



Stuart In Co.

This page was offered by Gorski as a show of support for Montréal's newcomers.
Cette page est gracieusement offerte par Gorski en guise de soutien à la relève montréalaise.

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

MAGIC



Every February and August, the retail industry convenes in Las Vegas for the United States' most comprehensive fashion trade show—MAGIC. Here you will find the latest in apparel, footwear, accessories and manufacturing techniques. MAGIC helps over 2,500 exhibitors and 46,000 domestic and international retailers. Helping to facilitate connections between buyers and brands, by offering services such as retail concierge and matchmaking programs along with over 50 complimentary seminars led by 70+ executive level speakers. The next edition of MAGIC runs February 5-7, 2020 at the Mandalay Bay Convention Center in Las Vegas, NV. SOURCING AT MAGIC begins February 4th.

Chaque mois de février et août, le secteur du commerce au détail se réunit à Las Vegas pour le marché de la mode le plus complet des États-Unis — MAGIC. Vous y trouverez les dernières nouveautés en matière de vêtements, chaussures, accessoires et procédés de fabrication. MAGIC attire plus de 2 500 exposants et 46 000 détaillants nationaux et internationaux. Contribuant à faciliter les liens entre les acheteurs et les marques, MAGIC propose des services tels que des programmes de conciergerie au détail et de jumelage ainsi qu'une cinquantaine de séminaires gratuits, donnés par plus de 70 conférenciers de niveau exécutif. *La prochaine édition de MAGIC aura lieu du 5 au 7 février 2020 au Mandalay Bay Convention Center à Las Vegas, NV. SOURCING AT MAGIC débute le 4 février.*

magicfashionevents.com







COTERIE

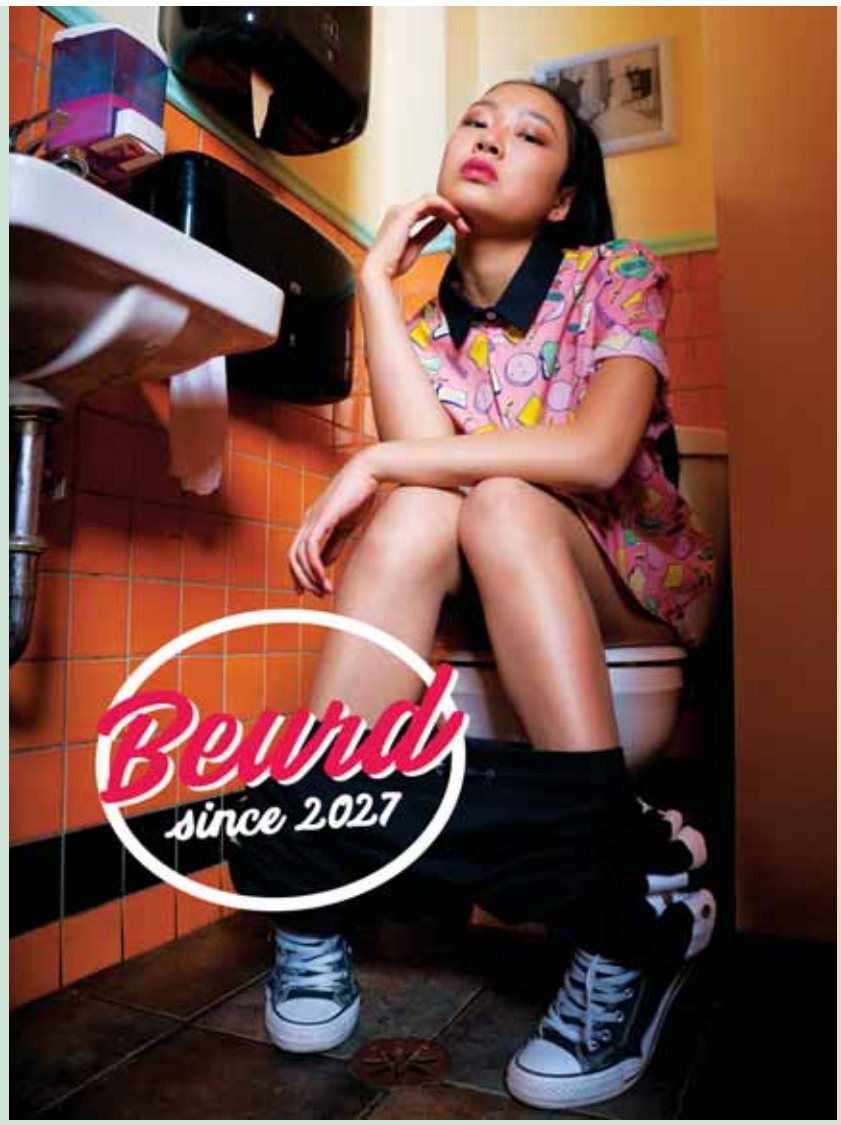
COTERIE is the premier women's fashion event that connects a full range of established brands and contemporary designers across apparel, accessories, and footwear—all under one roof. COTERIE is a key resource for buyers on the lookout for the latest trend who also want the convenience of meeting with their current vendors in the same venue.
Every February and September, the COTERIE Marketplace, comprised of COTERIE, FAME, SOLE COMMERCE and MODA, anchors the New York market and kicks off the global sales calendar for the new season. This F/W20 edition takes place during NYFW, February 11-13, 2020 at the Jacob K. Javits Convention Center in New York City.

COTERIE est le premier événement de mode féminine réunissant une gamme complète de marques établies et de créateurs contemporains du domaine du vêtement, des accessoires et des chaussures — le tout sous un même toit. COTERIE est une ressource clé pour les acheteurs privilégiant la nouveauté tout en profitant de la commodité de rencontrer leurs fournisseurs actuels au même endroit.
Tous les mois de février et septembre, Le Marché COTERIE, composé de COTERIE, FAME, SOLE COMMERCE et MODA, s'installe au marché de New York et donne le coup d'envoi au calendrier de vente mondial de la nouvelle saison. Cette édition A/H20 se déroule pendant la NYFW, du 11 au 13 février 2020, au Jacob K. Javits Convention Center de New York.

coteriefashionevents.com

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

Beurd



Life can be so serious. At Beurd, we try to lighten the mood. Our brand specializes in the allover print.
The urban clothing line Beurd started in 2016 at Emma and Thib's dream. They were partners in life and at work. Emma always loved to design clothes with her creative spirit. Thib always wanted to go into business with his sense of leadership. And so, Beurd was born. Thib and Emma imagine and draw the patterns. They then have their rolls of fabric printed and work with a few local family companies based in Montréal to cut and sew the products.
"We support local manufacturers and we proudly offer ethically-made, quality clothing."
That's why you may spot some montrealers sporting a shirt with a fat happy merman, a feminist eating Tim Hortons, or a bike covered in snow on it.
Proud to have evolved in the Montréal landscape, Beurd and its funky outfits opened the doors to its new atelier-boutique six months ago and offer an original customer experience on the Plaza St-Hubert.
While discovering Beurd's new collections in a chill and funky atmosphere, you can see how the brand has evolved, from the design to the Montréal manufacturing to some in-house screen printing techniques.

beurd-shop.com

La vie peut être parfois tellement sérieuse qu'avec Beurd, on fait dans l'humour. C'est d'ailleurs le print all-over, spécialité de la marque, qui fait parler de lui.
Lancée en 2016, la ligne de vêtements urbaine était un rêve d'Emma et de Thibault, en couple dans la vie comme au bureau. Emma aime dessiner des vêtements depuis qu'elle est capable de tenir un crayon. Thibault, qui vendait ses goûters à la garderie deux fois le prix, a toujours voulu créer son affaire. Beurd était née !
Thib et Emma imaginent et dessinent des motifs, font imprimer leurs designs sur des rouleaux de tissu et travaillent avec plusieurs compagnies familiales à Montréal pour couper et assembler le produit. « On met de l'avant la production québécoise et on propose fièrement des vêtements de qualité. »
C'est de cette manière que des Montréalais peuvent se vêtir d'un merman *en embonpoint assumé, d'une féministe qui mange du Tim Hortons, d'un vélo sous la neige…*
Fière de son évolution dans le paysage Montréalais, Beurd, qui fait des blagues avec son linge, a ouvert les portes de sa boutique-atelier il y a six mois et propose une expérience originale à la Plaza St-Hubert.
En plus d'y découvrir les dernières collections, on y voit les coulisses du design en aval d'une fabrication montréalaise ainsi que l'impression artisanale de certains articles, le tout dans une ambiance chill *et funky.*



"We support local manufacturers and we proudly offer ethically-made, quality clothing."
«On met de l'avant la production québécoise et on propose des vêtements de qualité. »

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

M STY LE

Melow





Melow is a contemporary line that has complex designs, but shows simple lines. The clever engineering of the construction makes the clothes adjust to flatter any body shape.
Our collections ensure distinction and freedom of motion on all silhouettes. Our purpose is to break down sizing stereotypes by offering our customers a greater availability of shapes and sizes.
Our philosophy is that a garment should always be adapted to a woman's body and not the other way around.
Our clothing is designed, created and made in Canada, in safe conditions with researched raw materials to minimize our ecological impact.

Melow est une griffe contemporaine au design structuré, épuré et complexe. Des vêtements aux lignes fluides, alliant confort et élégance. Nous créons des collections de vêtements qui visent à valoriser la beauté naturelle et l'authenticité des corps féminins tout en assurant distinction et liberté de mouvement sur toutes les silhouettes. Notre philosophie soutient qu'un vêtement devrait toujours être travaillé de façon à s'adapter au corps de la femme et non le contraire. Nos vêtements sont dessinés, créés et produits au Canada dans des conditions saines avec des matières premières recherchées. Cela nous permet de minimiser notre impact écologique.

melowparmelissabolduc.com

Our purpose is to break down sizing stereotypes.
Nous créons des vêtements qui visent à valoriser la beauté naturelle.

#mtlstyle

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

Let’s make fashion e-commerce more social

Rendons le *e-commerce* de la mode plus social



trendays.ca



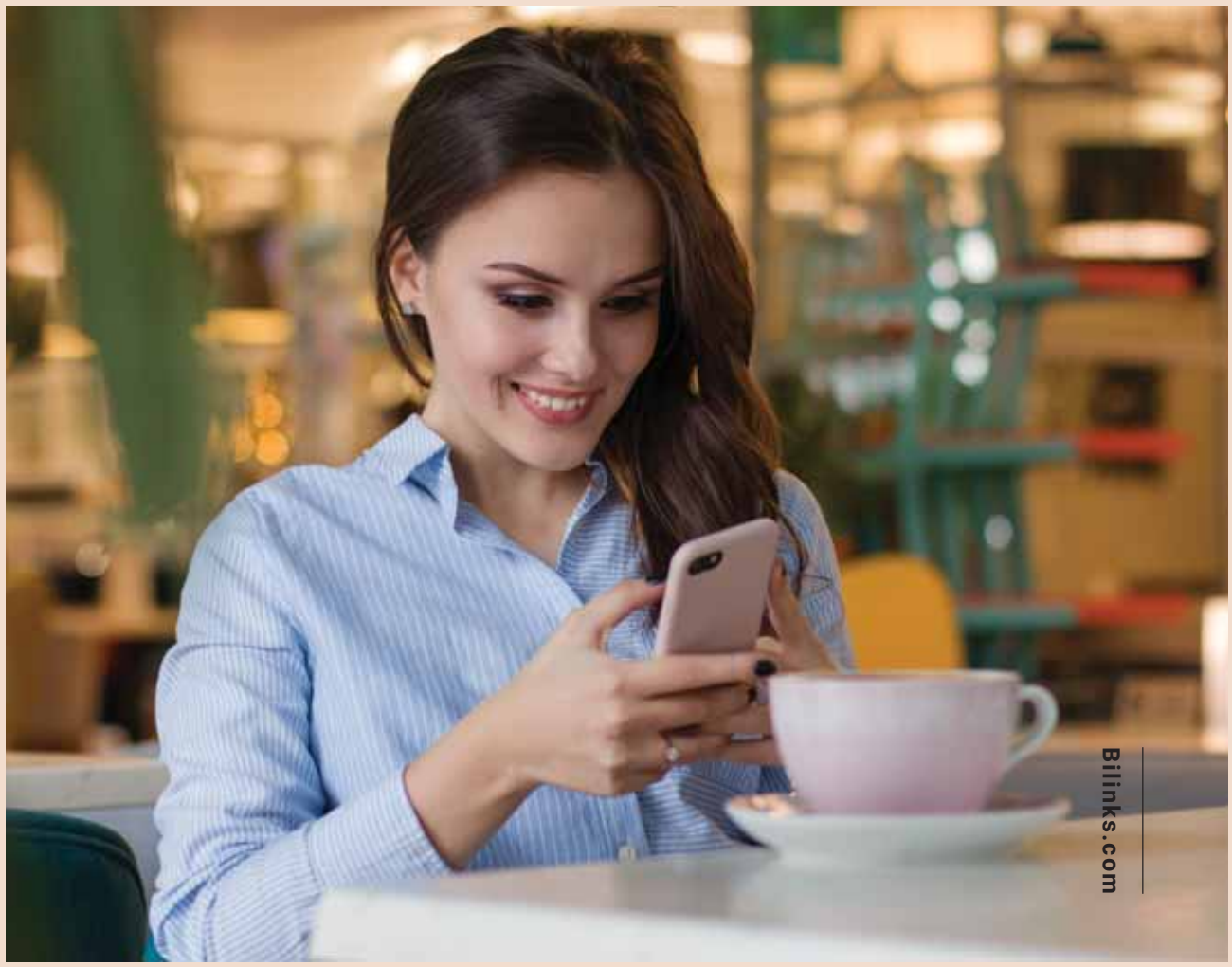
More purchase opportunities for your products

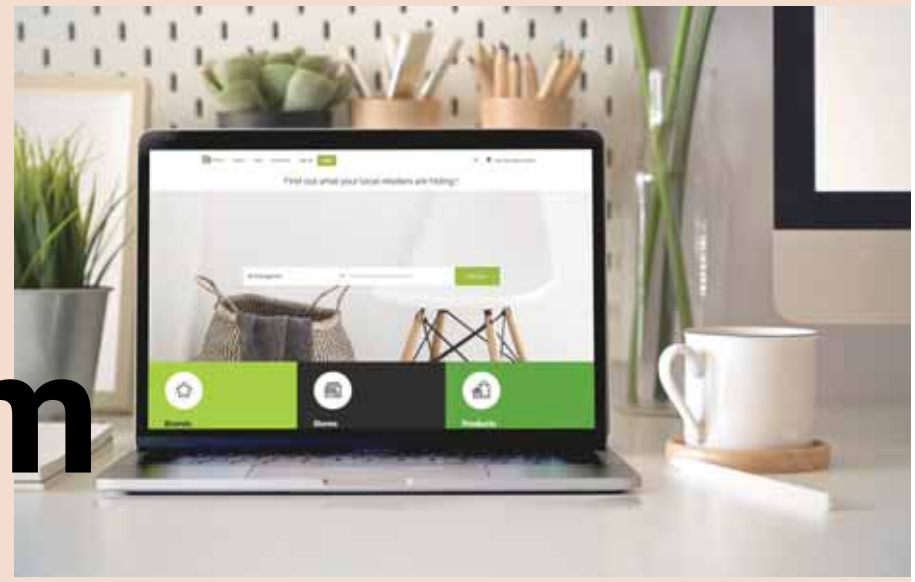
Trendays is a “social meets fashion” e-commerce platform that creates shoppable product recommendations of partnered brands through outfit ideas shared by a fashion-forward community. With just a few clicks, users can go from browsing for inspirational looks to adding your products onto their cart, all through one platform. Let’s expand your reach to the right audience. Partner with us at Trendays!

Plus d’occasions d’achat pour vos produits

Trendays est une plateforme de e-commerce *de mode qui bénéficie d’une communauté engagée, afin de recommander les produits de ses marques à travers des idées de tenues. En quelques clics seulement, les utilisateurs peuvent passer de la recherche de tenues inspirantes à l’ajout de produits dans leur panier. Le tout sur la même plateforme.*

Atteignez le bon public. Devenez partenaire chez Trendays !





Bilinks.com

Becoming a web giant is now easy!
As a distributor and manufacturer, you can create a web page for each of your products for each of your retailers automatically!
Thanks to *Bilinks.com*, distributors and manufacturers can create automatically a web page for each product for every retailer!
Each web page on the *Bilinks.com* Marketplace is designed to increase in-store foot traffic.
Bilinks.com is a new innovative low-cost marketplace now available for your retailers for free!

Devenir un géant du web est maintenant un jeu d'enfant!
Grâce à Bilinks.com, *les distributeurs et manufacturiers créent une page web pour chacun de leurs produits pour chacun de leurs détaillants de manière complètement automatisée!*
Chaque page web sur le marketplace Bilinks.com *est conçue pour augmenter l'achalandage des clients en magasin.*
Bilinks.com *est une solution économique et innovante maintenant offerte gratuitement à vos détaillants!*

By tomorrow, your retailers will be offering 10 times more of your products!
Demain matin, vos détaillants offriront 10 fois plus de vos produits!

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

Mathilde C





mathildec.com

Mathilde C is a brand of Italian leather handbags ready to follow all trendy and active women. Imagined by Mathilde Criqui, a bag-addict, Mathilde C collection captures the spirit of the times and combines the quality of materials with the originality of styles. Mathilde C handbags are for all those girls who carry their entire life around in their purse. They are also a real invitation to travel with their practical and clever designs.

Mathilde C bags are a real invitation to travel.

Les sacs Mathilde C sont une véritable invitation à voyager.

Mathilde C est une marque de sacs à main en cuir italien prêts à suivre toutes les femmes actives et branchées. Imaginée par Mathilde Criqui, une bag addict. *La collection Mathilde C capte l'esprit du temps et allie la qualité des matières à l'originalité des styles. Les sacs à main Mathilde C sont pour toutes les filles qui portent toute leur vie dans leurs sacs à main. Ils sont aussi une véritable invitation à voyager avec leurs designs pratiques et astucieuses.*

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

Lantinga Vita



From ghost fishing nets to performance apparel
As we pave the way to a sustainable future, it's high time that we found new uses for the abandoned fishing gear in the sea. Sensing an urgent need to act, Lantinga Vita has launched, in partnership with the Healthy Seas initiative, a sustainable apparel line using ECONYL® regenerated nylon. The nylon comes mainly from fishing nets recovered from the North, Mediterranean and Adriatic seas. The yarn is then woven with precision in Italy, and the garments are made with care in Québec, Canada.

Design for people and the planet
Lantinga Vita designs performance apparel and accessories using only innovative sustainable textiles. Its designs combine style, versatility and unparalleled comfort. Certified as a B Corporation company, Lantinga Vita meets the highest standards of social and environmental impact.



Lantinga Vita designs performance apparel and accessories using only innovative sustainable textiles.

Lantinga Vita conçoit
des vêtements et des accessoires
de performance uniquement
à partir de textiles durables
et innovants.

De filets de pêche « fantômes » à vêtements de performance
Alors que nous traçons la voie vers un avenir durable, il est grand temps de donner une nouvelle vie aux débris de pêche abandonnés en mer. Sentant l'urgence d'agir, Lantinga Vita lance en partenariat avec l'ONG Healthy Seas une ligne de vêtements durables conçus à partir de nylon régénéré ECONYL®, dont la fibre provient principalement de filets de pêche récupérés en mer du Nord, Méditerranée et Adriatique. Le fil est ensuite tissé avec précision en Italie, tandis que les vêtements sont fabriqués avec soin au Québec (Canada).

Le design au service des gens actifs et de la planète
Lantinga Vita conçoit des vêtements et des accessoires de performance uniquement à partir de textiles durables et innovants. Leurs designs allient style, polyvalence et confort inégalé. En tant qu'entreprise certifiée B Corporation®, Lantiga Vita répond aux normes les plus rigoureuses en matière d'impact social et environnemental.

lantingavita.com

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE



Guillotine

guillotine.ca

These bow ties, lapel pins, and necklaces are carefully fashioned by hand.

Ces nœuds papillon, broches et colliers sont soigneusement confectionnés à la main.



Guillotine (winner of the 2016 Phénicia Award for Innovation and creator of the 2019 Phénicia Medal) is first and foremost a collection of unique, unisex accessories fashioned completely by hand. These bow ties, lapel pins and necklaces, created by Montréal artist Danniel Oickle, are carefully handcrafted from fine polymer and finished with silk from repurposed vintage ties, thus offering a second life to these high quality fabrics. Inspired by butterflies, Oickle wished to design a collection of accessories that truly capture the beauty and ethereal essence of this gossamer wonder of nature.
Guillotine has style you will lose your head over!

Guillotine (recipiendaire par lauréat du prix Phénicia Innovation 2016 et créateur de la médaille Phénicia 2019), c'est d'abord et avant tout une collection d'accessoires uniques et unisexes. Œuvres de l'artiste Danniel Oickle, ces nœuds papillon, broches et colliers sont soigneusement confectionnés à la main à partir de polymère finement sculpté et agencé à une soie réutilisée de cravates vintage offrant ainsi une seconde vie à des tissus de première qualité. S'inspirant des papillons, il souhaitait concevoir une collection d'accessoires qui capturent véritablement la beauté, la délicatesse et l'essence éthérée de ces merveilles de la nature.
Avec Guillotine, vous perdrez la tête !

ADVERTORIAL PUBLIREPORTAGE

M
STY
LE

Stuart In Co.





We offer all types of sunglasses to match any professional style.
Nous proposons tous
les types de lunettes solaires
qui correspondent à votre
profil d'entreprise.

Stuart In Co. and its proud ambassador, high diver Lysanne Richard, silver medalist at the third Red Bull World Series. Follow her on Instagram @LysanneRichard.
Glasses for every occasion. We offer all types of sunglasses to match any professional style. Looking for a particular color or frame? We have it all.
Perfect corporate gift for your event, your fashion brand or your loyal customer. Yes we can.
100% satisfaction guaranteed. We put the fun in functional eyewear.

Stuart In Co. et sa fière ambassadrice, la plongeuse de haut vol Lysanne Richard, deuxième mondial, troisième série mondiale Redbull. Vous pouvez la suivre sur instagram : @LysanneRichard.
Des montures pour toutes les occasions. Nous proposons tous les types de lunettes solaires qui correspondent à votre profil d'entreprise. Vous recherchez un style particulier ou une certaine couleur de monture ? Nous avons tout.
Cadeaux d'entreprise parfaits pour vos événements, votre marque de compagnie ou vos fidèles clients. Aucun problème, avec Stuart in Co. tout est possible.
Satisfaction 100 % garantie. Nous nous sommes engagés à mettre le plaisir dans des lunettes fonctionnelles.

stuartinco.ca

#mtlstyle

Atelier Murri

Fashion for analog People

éthique / responsable / durable / créatif

Atelier Murri . 68 rue Rachel - Montreal
www.ateliermurri.com



Index



COLLÈGE LASALLE

ANNE-MARIE CHAGNON
annemariechagnon.com
info@annemariechagnon.com

ATELIER MURRI
ateliermurri.com
lambert@murri-clothes.com

BEURD
beurd-shop.com
thibault@beurd-shop.com

BILINKS
bilinks.com
services@bilinks.com

BOULDER DENIM
boulderdenim.com
hello@boulderdenim.com

BORO CLOTHING
boroclothing.com
boroclothing@gmail.com

CLAUDEL LINGERIE
claudellingerie.com
info@claudellingerie.com

COLLÈGE LASALLE
collegelasalle.com
admission@collegelasalle.com

COLLÈGE MARIE-VICTORIN
collegemv.qc.ca
promotion@collegemv.qc.ca

COO-MON
coo-mon.ca
info@coo-mon.ca

CURVE NEW YORK
curve-newyork.com
info@curvexpo.com

DESJARDINS CAPITAL
desjardinscapital.com
eric.krause@desjardins.com

DINO GASPARI
dinogaspari.com
concierge@dinogaspari.com

EDC
edc.ca
connections@edc.ca

FAIRMONT CHÂTEAU FRONTENAC
fairmont.fr/frontenac-quebec

FESTIVAL D'ÉTÉ DE QUÉBEC
feq.ca

FUMILE CHAPELIER
fumile.ca
info@fumile.ca

GAMENT DESIGNS
gament.com
info@gament.com

GARY MAJDELL SPORT INC.
garymajdellsport.com
gary@majdellgroup.com

GORSKI
gorskigroup.com
info@gorskigroup.com

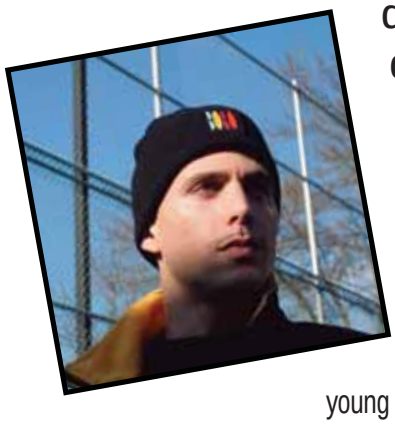
GUILLOTINE
guillotine.ca
info@guillotine.ca

INFORMA
informa.com
cs@fashionresource.com

Photo : Jean-Michel Seminaro

BORO : IF YOU KNOW, YOU KNOW.

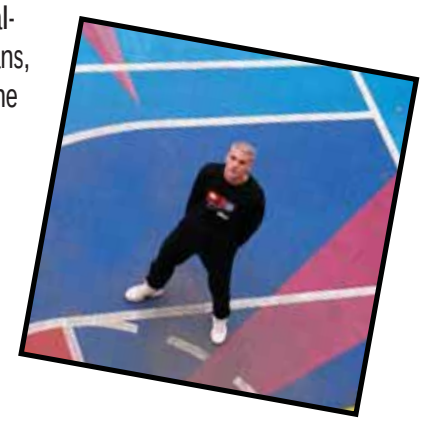
"Style is the answer to everything. A fresh way to approach a dull or dangerous thing. To do a dull thing with style is preferable to doing a dangerous thing without it. To do a dangerous thing with style is what I call art." - Charles Bukowski



To understand street fashion, it is necessary to understand the streets. **It's these same streets** that gave birth to a young visionary who for over 15 **years navigated Montreal's different corners of** the city all the while getting involved and participating in various sub-cultures. Most notably, graffiti. All these experiences eventually culminated into one concrete **vision. Boro Clothing is an ode to yesteryear's unwritten** traditions and codes that to this day still dictate and influence everything in pop culture.



Pour comprendre la mode de la rue, il est nécessaire de comprendre la rue, et sa culture. Ce sont ses mêmes rues qui ont donné naissance au créateur de Boro Clothing. Parcourant les différents coins de la ville, immergé dans les sous-cultures montréal-aises depuis plus de 15 ans, notamment le graffiti, une vision est née. Boro Clothing est un hymne à une décennie antérieure, et ses traditions non-écrites qui influencent encore **aujourd'hui la culture** populaire.



BORO MONTREAL

WWW.BOROCLOTHING.COM

BORO FALL WINTER. 2019

@BORO_CLOTHING

Index



MELOW

JOSEPH RIBKOFF
josephribkoff.com
info@josephribkoff.com

KUWALLA TEE
kuwallatee.com
info@kuwallatee.com

LA VIE EN ROSE
lavieenrose.com
info@lavieenrose.com

LANTINGA VITA
lantingavita.com
info@lantingavita.com

LAUNDROMAT
laundromatstuff.com
sales@laundromatstuff.com

LISETTE L
lisettel.com
ecomsupport@lisette-l.com

LOGISTIK UNICORP
logistikunicorp.com
info@logistikunicorp.com

LOLA JEANS
lolajeans.ca
info@lolajeans.ca

MARIE-MICHÈLE LARIVÉE
mmichelelarivee@gmail.com

MARIGOLD
marigoldmtl.com
info@marigoldmtl.com

MARKANTOINE
markantoine.ca
contact@markantoine.ca

MARTINO FOOTWEAR
martinofootwear.com
martino@martinofootwear.com

MATHILDE C
mathildec.com
info@mathildec.com

MELOW
melowparmelissabolduc.com
info@melowdesign.com

MITCHIE'S MATCHINGS
mitchiesmatchings.com
mitchiesmatchings.info@gmail.com

MOMENTIS
momentis.com
info@momentis.com

MONTRÉAL INTERNATIONAL
montrealinternational.com
info@montrealinternational.com

MUSI FURS
musifurs.com
info@musifurs.com

NATALIA BAQUERO
nataliabaquero.com
nb@nataliabaquero.com

NATHON KONG
nathonkong.com
info@nathonkong.com

NATURAL FURS
naturalfurs.com
info@naturalfurs.com

Index



YOGA JEANS

OOKPIK / SLY & CO
ookpik.world
info@slyandco.com

ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL
osm.ca

PREMIÈRE VISION SPORT
premierevisionsport.com
t.langlais@premierevision.com

PRYSM
my-prysm.com
benoit@my-prysm.com

QUARTZ CO
ca-fr.quartz-co.com
info@quartz-co.com

RICHTER
richter.ca
info@richter.ca

SCAPA LAUREN PERRE
laurenperre.com
sales@laurenperre.com

SDC DISTRICT CENTRAL
district-central.ca
info@district-central.ca

SPLENDOR FUR
splendorfur.com
info@splendorfur.com

SOLIOS WATCHES
solioswatches.com
info@solioswatches.com

STEPHAN H
stephanh.com
service@stephanh.com

STUART IN CO
stuartinco.ca
info@stuartinco.com

SUCCESS CLOTHING
wegotsuccess.com
info@wegotsuccess.com

TOURISME MONTRÉAL
mtl.org
info@mtl.org

TRENDAYS
trendays.ca
info@trendays.com

WELLDUNN JEWELRY
welldunnjewelry.com
info@welldunnjewelry.com

YOGA JEANS
yogajeans.ca
info@secondclothing.ca

ZALLERINA
zallerina.com
sarah@zallerina.com

Montréal

Where know-how and technology inspire style and creativity.

Où savoir-faire et technologie inspirent style et créativité.



Photo : (no)where (now)here - Dominique Lafond

Montréal fashion designer Ying Gao questions our assumptions about clothing by combining fashion design, product design, architecture and media design.

La créatrice montréalaise Ying Gao remet en question la notion de vêtement tel qu'on le connaît en alliant le design de mode, le design industriel, l'architecture et le média interactif.

Montréal International

montrealinternational.com

Some visit.
We live it.

Certains la visitent.
Nous l’explorons.

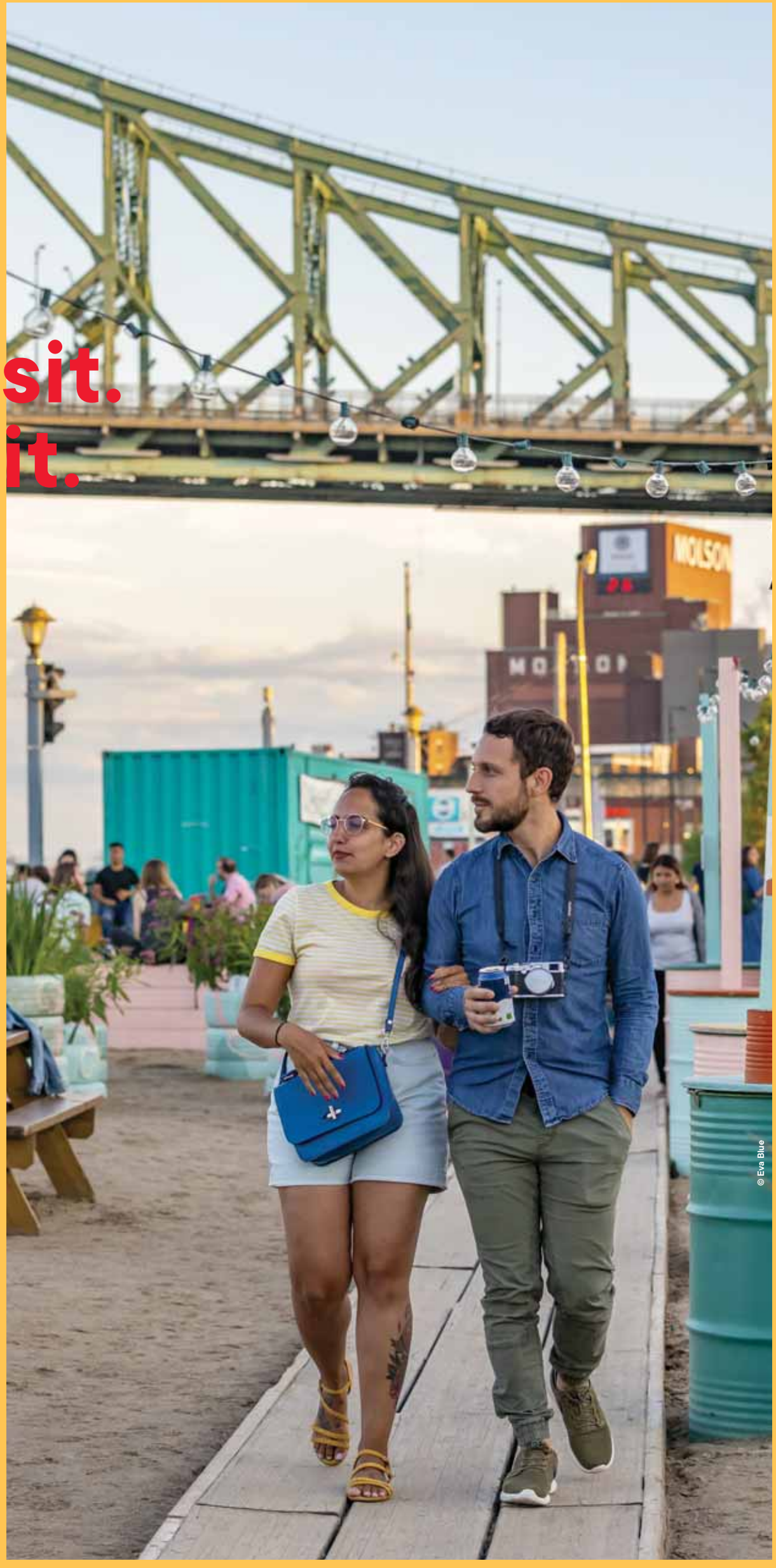
Montréal is for everything fashion, foodie and design.

Discover one of the trendiest cities.

Mode, gastronomie, design, Montréal a tout pour plaire.

Découvrez l’une des villes les plus tendance.

MONTRÉAL



MTL.ORG/MTLSTYLE