



UN SHOWROOM POUR ACCOMPAGNER LES MARQUES ÉMERGENTES DE LA PARIS FASHION WEEK®

A SHOWROOM TO SUPPORT PARIS FASHION WEEK® EMERGING BRANDS

Depuis janvier 2020, la FHCM opère, avec le soutien du DEFI et L'Oréal Paris, SPHERE Paris Fashion Week® Showroom. SPHERE s'inscrit dans sa politique de soutien à la jeune création et rassemble un ensemble de marques invitées au calendrier officiel ou lauréates de prix, sélectionnées pour leur créativité et leur potentiel de développement.

La session Mode Feminine pour la saison Automne/Hiver 2026-2027 aura lieu au Palais de Tokyo du mercredi 4 au mardi 10 mars 2026. Une version digitale sera également disponible sur invitation avec le soutien du New Black à partir du 4 mars.

SPHERE PARIS FASHION WEEK® SHOWROOM

Cette saison, le SPHERE Paris Fashion Week® Showroom rassemblera :

J. SIMONE
MATHO
RIZ POLI
SEVALI
SONNEY
VAUTRAIT*
VICTOR CLAVELLY
WEINSANTO*

Dans un esprit de collaboration et d'échange avec la Camera Nazionale della Moda Italiana, le SPHERE PFW® Showroom accueillera **ACT N°1**. Le SPHERE PFW® Showroom recevra également **ANNE SOFIE MADSEN**, avec CPHFW NEWTALENT Designers.

(*Indique les marques du Calendrier Officiel de la Paris Fashion Week®)

Pour l'ensemble de ces actions, la FHCM bénéficie du soutien continu du DEFI, de L'Oréal Paris et de Accor, Partenaires Officiels.

Since January 2020, the FHCM has operated SPHERE Paris Fashion Week® Showroom, with the support of DEFI and L'Oréal Paris. SPHERE is part of its mission to support emerging designers. It brings together a group of brands selected for their creativity and development potential.

The Womenswear Fall/Winter 2026-2027 showroom session will take place at the Palais de Tokyo from Wednesday March 4th to Tuesday March 10th, 2026. A digital version will also be available by invitation with the help of New Black from March 4th.

SPHERE PARIS FASHION WEEK® SHOWROOM

This season, the SPHERE Paris Fashion Week® Showroom will feature:

J. SIMONE
MATHO
RIZ POLI
SEVALI
SONNEY
VAUTRAIT*
VICTOR CLAVELLY
WEINSANTO*

In a spirit of collaboration and exchange with the Camera Nazionale della Moda Italiana, the SPHERE PFW® Showroom will host **ACT N°1**. The SPHERE PFW® Showroom will also welcome **ANNE SOFIE MADSEN**, together with CPHFW NEWTALENT Designers.

(*Indicates brands on the Paris Fashion Week® Official Calendar)

For all these actions dedicated to emerging brands, the FHCM benefits from the continuous support of DEFI, L'Oréal Paris, and Accor, Official Partners.

Communication: nicolas.delarue@fhcm.paris / Commercial: SPHERE@fhcm.paris

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

ACT N°1

Presse

press@actn1.com

Commercial

Giuseppe Cocconcelli

sales@actn1.com

+393452892714

Créée en 2016, ACT N°1 propose une esthétique inspirée des souvenirs d'enfance de ses fondateurs, conçus comme le « premier acte » de la vie. Leurs collections mêlent tailoring, soies peintes, tulle et vêtements hybrides aux volumes sculptés. Punk et raffinée à la fois, l'esthétique d'ACT N°1 conjugue exigence artisanale et attitude contemporaine. La construction des pièces privilégie un travail direct en atelier : matières déchirées, assemblage apparent, jeu de contraste entre brut et précieux. Présente au Calendrier Officiel de la Milan Fashion Week, la marque de Luca Lin, demi-finaliste du Prix LVMH 2026, s'impose comme une voix singulière de la jeune création italienne. Dans un esprit de collaboration et d'échange avec la Camera Nazionale della Moda Italiana, SPHERE PFW® Showroom accueille ACT N°1.



Founded in 2016, ACT N°1 proposes an aesthetic inspired by the childhood memories of its founders, conceived as the “first act” of life. Their collections combine tailoring, painted silks, tulle, and hybrid garments with sculpted volumes. Both punk and refined, ACT N°1’s aesthetic brings together artisanal rigor and a contemporary attitude. The construction of the pieces favors direct atelier work: torn materials, visible assembly, and contrasts between the raw and the precious. Featured on the Official Calendar of Milan Fashion Week, Luca Lin’s label, semi-finalist for the 2026 LVMH Prize, asserts itself as a singular voice in the young Italian creative scene. In a spirit of partnership and exchange with the Camera Nazionale della Moda Italiana, the SPHERE PFW® Showroom welcomes ACT N°1.

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

ANNE SOFIE MADSEN

Presse

pr@annesofiemadsen.com

Commercial

sales@annesofiemadsen.com



Diplômée de l'Académie Royale des Beaux-Arts du Danemark et formée auprès de John Galliano à Paris puis d'Alexander McQueen à Londres, Anne Sofie Madsen fonde son label éponyme en 2011. Son univers explore la frontière entre le vêtement et l'art, où le corps devient le support d'une narration entre fantasme et réalité. Après avoir été régulièrement au Calendrier Officiel de la Paris Fashion Week® de 2014 à 2017, la créatrice a choisi de réinventer son approche. À travers l'upcycling et des techniques artisanales, Anne Sofie Madsen célèbre une féminité moderne et audacieuse, infusant une touche de poésie dans le vestiaire contemporain. SPHERE PFW® Showroom accueille Anne Sofie Madsen avec le CPHFW NEWTALENT Designers.

A graduate of the Royal Danish Academy of Fine Arts and trained under John Galliano in Paris and then Alexander McQueen in London, Anne Sofie Madsen founded her eponymous label in 2011. Her universe explores the boundary between clothing and art, where the body becomes the medium for a narrative between fantasy and reality. After regularly appearing on the Official Paris Fashion Week® Calendar from 2014 to 2017, the designer chose to reinvent her approach. Through upcycling and artisanal techniques, Anne Sofie Madsen celebrates a modern and bold femininity, infusing a touch of poetry into the contemporary wardrobe. SPHERE PFW® Showroom welcomes Anne Sofie Madsen together with the CPHFW NEWTALENT Designers.

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

J. SIMONE

Presse

Tina Lignell
tina@tlparis.com

Commercial

Jupiter Gadel
sales@maisonjsimone.com



Jude Ferrari, diplômée de Central Saint Martins, fonde J.SIMONE à Paris en 2023, animée par la volonté de bousculer les codes du goût. La marque propose un univers qu'elle décrit comme un « Cronut » : un croisement entre l'élégance d'un croissant parisien et la fantaisie sucrée d'un donut pailleté. Attachée à une fabrication responsable, J.SIMONE développe une approche durable en intégrant des techniques comme l'upcycling et l'utilisation de tissus de seconde main. Cette démarche traduit une volonté d'allier créativité, innovation textile et respect de l'environnement. Le vestiaire de J.SIMONE se caractérise par ses couleurs éclatantes et son ton librement irrévérencieux, incarnant une créativité audacieuse.

Jude Ferrari, a graduate of Central Saint Martins, founded J.SIMONE in Paris in 2023 with a bold ambition to challenge conventional notions of taste. She describes the brand's world as a "Cronut" : a fusion between the elegance of a Parisian croissant and the glittery playfulness of a sugar-coated donut. Rooted in responsible craftsmanship, J.SIMONE embraces sustainability through techniques such as upcycling and the use of deadstock fabrics. This approach reflects a desire to merge creativity, textile innovation, and environmental consciousness. J.SIMONE's wardrobe stands out for its vibrant colours and irreverent tone, embodying a spirit of fearless creativity.

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

MATHO

Presse

Caroline Charles Communication
Pierre Gobert
pierre@carolinecharles.fr
+33 6 59 89 79 00

Commercial

Léa Mathonière Fallot
contact@leamathonierefallot.com
+33 6 86 83 65 08



Fondée par Léa Mathonière Fallot, diplômée de l'École Duperré et de l'Institut Français de la Mode, MATHO réinterprète le prêt-à-porter à travers la sensualité de sa maille pensée comme une peau alternative. Son travail repose sur une exploration des formes organiques soulignant les lignes du corps. MATHO mêle le savoir-faire ancestral du tricot à des techniques expérimentales d'impression 3D, de sublimation et de pulvérisation pigmentaire, créant des trompe-l'œil et des textures hybrides. Distinguée lors de son incubation au Fashion Entrepreneurship Center de l'IFM par le Prix AMI x IFM 2025, la marque incarne une vision moderne et engagée de la mode, où la rigueur du savoir-faire rencontre une élégance sculpturale.

Founded by Léa Mathonière Fallot, a graduate of École Duperré and the Institut Français de la Mode, MATHO reinterprets ready-to-wear through the sensuality of knitwear conceived as an alternative skin. Her work is rooted in an exploration of organic forms that trace and enhance the body's lines. MATHO combines the ancestral craft of knitting with experimental techniques such as 3D printing, sublimation, and pigment spraying, creating trompe-l'œil effects and hybrid textures. Recognized during its incubation at IFM's Fashion Entrepreneurship Center with the AMI x IFM 2025 Prize, the brand embodies a modern and committed vision of fashion, where the rigor of craftsmanship meets sculptural elegance.

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

RIZ POLI

Presse

ACPR
Alex Chen
a.chen@acpr-communication.com
+33 6 34 39 24 77

Commercial

Foussi Youcef
foussi@byfouss.com
+33 6 42 31 16 38
Chen Xu
sales@rizpoli.fr
+33 6 58 18 61 48



Chen Xu est diplômé d'ESMOD Paris en 2016. Il débute sa carrière chez Y/Project aux côtés de Glenn Martens, une expérience fondatrice qui nourrit son goût pour la construction, le volume et la déconstruction. Il fonde RIZ POLI à Paris en 2022. Inspirée par l'« Ode au pain », poème de Pablo Neruda, la marque développe un vestiaire urbain et structuré, traversé par des récits intimes et une observation sensible du quotidien. Chaque collection explore un fragment de vie, mêlant féminité contemporaine, culture club et poésie sociale, pour créer une expérience à la fois personnelle et partagée. À travers une approche pluridisciplinaire, RIZ POLI inscrit le vêtement au croisement du corps, de l'art et de la société.

Chen Xu graduated from ESMOD Paris in 2016. He began his career at Y/Project alongside Glenn Martens, a defining experience that shaped his eye for structure, volume, and deconstruction. In 2022, he launched RIZ POLI in Paris. Inspired by Pablo Neruda's poem "Ode to Bread", the brand explores an urban and structured wardrobe, infused with intimate narratives and a keen sensitivity to everyday life. Each collection captures a fragment of lived experience, blending contemporary femininity, club culture, and social poetry to create a deeply personal yet collective journey. Through a multidisciplinary lens, RIZ POLI positions fashion at the intersection of body, art, and society.

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

SEVALI

Presse

email@sevalistudio.com
+33 6 22 30 45 32

Commercial

email@sevalistudio.com
+33 6 22 30 45 32



SEVALI, fondée en 2019 par le créateur chilien Sebastian A. de Ruffray, est une marque parisienne qui explore l'upcycling à travers un travail de déconstruction et de réinterprétation des codes vestimentaires. S'appuyant sur des techniques artisanales, la marque transforme des matériaux existants en pièces uniques. Chaque collection interroge la relation au vêtement en intégrant l'imperfection comme élément de design. SEVALI ancre sa création dans l'expérimentation, où le processus de fabrication façonne directement l'esthétique du vêtement. La marque revendique une production locale et une réflexion sur la durabilité.

SEVALI, founded in 2019 by Chilean designer Sebastian A. de Ruffray, is a Parisian brand that explores upcycling through a work of deconstruction and reinterpretation of garments codes. Using traditional techniques, the brand transforms existing materials into unique pieces. Each collection questions our relationship with clothing by incorporating imperfection as a design element. SEVALI anchors its creation in experimentation, where the manufacturing process directly shapes the aesthetics of the garment. The brand asserts local production and a reflection on sustainability.

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

SONNEY

Presse

contact@sonneyparis.com

Commercial

sales@sonneyparis.com



Lora Sonney est diplômée en 2021 de la HEAD - Genève. Après des expériences chez Marine Serre, CELINE et Jakob Schlaepfer, elle développe un vestiaire structuré et polyvalent, où les influences utilitaires se combinent à des coupes fluides et à une palette vibrante. Finaliste du Festival de Hyères en 2022, elle signe, ensuite, une collection capsule avec AZ Factory en 2023. L'année suivante, elle reçoit le Prix de l'Entrepreneuriat IFM x AMI. Puisant dans ses paysages natals du Jura, elle explore de nouvelles matières en transformant des objets du quotidien en textiles innovants. À travers cette approche, Laura Sonney développe son univers esthétique, où l'innovation textile et la fonctionnalité se conjuguent pour donner vie à un vestiaire poétique.

Lora Sonney is a 2021 graduate of HEAD - Geneva. After working for Marine Serre, CELINE and Jakob Schlaepfer, she developed a structured and versatile wardrobe, combining utilitarian influences with fluid cuts and a vibrant palette. A finalist at the Hyères Festival in 2022, she then signed a capsule collection with AZ Factory in 2023. The following year, she was awarded the IFM x AMI Prize. Drawing on her native Jura landscapes, she explores new materials by transforming everyday objects into innovative textiles. Through this approach, Lora Sonney develops her aesthetic universe, where textile innovation and functionality combine to give life to a poetic wardrobe.

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

VAUTRAIT

Presse

press@vautrait.com

Commercial

sales@vautrait.co



Yonathan Carmel fonde Vautrait en 2021. La marque reprend le nom d'un de ses aïeux. Le créateur place l'artisanat et le tailoring au cœur de sa démarche. Chaque pièce est le fruit de techniques traditionnelles et devient un espace d'évolution où le temps, la mémoire et la modernité se rencontrent. Préserver ce savoir faire va au-delà du vêtement : c'est aussi assurer la transmission des gestes et des connaissances de celles et ceux qui le façonnent. Vautrait défend une mode qui valorise l'authenticité et la patine naturelle du temps. En septembre 2024, la marque intègre le Calendrier Officiel de la Paris Fashion Week®. La même année, elle est demi-finaliste du LVMH Prize.

Yonathan Carmel founded Vautrait in 2021. The brand takes its name from one of his ancestors. The designer places craftsmanship and tailoring at the heart of his approach. Each piece is the fruit of traditional techniques and becomes a place where time, memory and modernity meet. Preserving this know-how goes beyond the garment itself: it also means ensuring that the skills and knowledge of those who make it are passed on. Vautrait defends a fashion style that values authenticity and the natural patina of time. In September 2024, the brand joined the Official Calendar of Paris Fashion Week®. That same year, it was a semi-finalist in the LVMH Prize.

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

VICTOR CLAVELLY

Presse

RITUAL PROJECTS

Xavier Thurston

Xavier@ritualprojects.com

Nina Le Diabat

nina@ritualprojects.com

Commercial

Ann RAMIREZ

+33 (0) 749 582 735 (Whatsapp)

office.victorclavelly@gmail.com



Diplômé de l'École Duperré, Victor Clavelly développe une approche singulière du vêtement, à la croisée de la mode, de la technologie et de l'engagement durable. Fondée à Paris en 2021, la marque explore les potentialités offertes par la fabrication additive appliquée au textile. Cela contribue à élaborer un langage vestimentaire sculptural, hybride et expérimental. Chaque collection s'inscrit dans une démarche de recherche formelle et narrative, comme un fragment d'un univers fictionnel en expansion. Le vêtement devient le résultat d'une expérience. Entre trompe-l'œil et métamorphose, Victor Clavelly affirme sa volonté d'élargir le champ des possibles dans la mode. La marque a intégré, en 2023, l'incubateur de l'Institut Français de la Mode.

A graduate of the École Duperré, Victor Clavelly pursues a singular approach to clothing, at the crossroads of fashion, technology and sustainability. Founded in Paris in 2021, the brand explores the opportunities provided by additive manufacturing applied to textiles. The result is a language of clothing that combines the sculptural, the hybrid and the experimental. Each collection is part of a process of formal and narrative research, like a fragment of an expanding fictional universe. The garment becomes the result of an experiment. Somewhere between trompe-l'œil and metamorphosis, Victor Clavelly affirms its desire to broaden the scope of what is possible in fashion. In 2023, the brand joined the incubator of the Institut Français de la Mode.

DU 4 AU 10 MARS 2026
UNE OPÉRATION SOUTENUE PAR LE DEFI,
L'ORÉAL PARIS ET ACCOR

WEINSANTO

Presse

TL Paris
Jelka Music
jelka@tlparis.com
+33 6 45 68 40 93
Tina Lignell
tina@tlparis.com
+33 6 14 62 71 77

Commercial

Enzo Kerbali-Lamy
sales@weinsanto.com
+33 6 86 01 77 58

Diplômé de l'Atelier Chardon Savard, Victor Brunstein fonde Weinsanto, le nom de sa grandmère maternelle, en 2020 avec le soutien de l'incubateur Dover Street Market Paris. Pendant deux ans, de 2018 à 2020, il est assistant designer au sein de la Maison Jean Paul Gaultier où il se perfectionne dans les savoir-faire, l'artisanat tout en libérant sa créativité. Demi-finaliste du LVMH Prize en 2022, il intègre à ses créations l'idée de mouvement. Ancien danseur, il trouve son inspiration dans les arts vivants. Chacune de ses collections est envisagée comme un spectacle, celui de son inspiration, de ses amis et de ses muses.



A graduate of the Atelier Chardon Savard, Victor Brunstein founded Weinsanto, the name of his maternal grandmother, in 2020 with the support of the Dover Street Market Paris incubator. From 2018 to 2020, he worked as an assistant designer for Jean Paul Gaultier, perfecting his skills and craftsmanship while unlocking his creativity. A semi-finalist for the LVMH Prize in 2022, he infuses his designs with the ideas of movement. A former dancer, he finds inspiration in the living arts. Each of his collections is seen as a stage production, that of his inspiration, his friends and muses.