

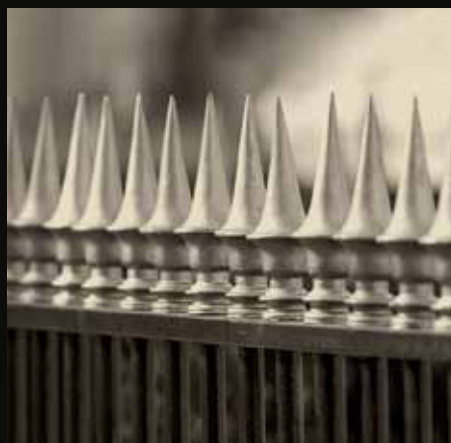


AVENUE MONTAIGNE
P A R I S

8

MAI 2011

Abx



AVENUE MONTAIGNE
P A R I S

8 MAI
2011

AM

Mot du Président



Ce numéro 8 du Guide de l'Avenue Montaigne et de la Rue François 1^{er} nous fait revivre l'histoire des lieux qui se trouvent aux deux extrémités de l'Avenue Montaigne.

Le Rond-point, qu'elle partage avec les Champs-Élysées, l'Avenue Matignon et l'Avenue Franklin Roosevelt, a un passé étonnamment prestigieux. Conçu par Le Nôtre, il fut habité par des personnes célèbres à différents titres.

À la fin de l'Avenue Montaigne, la place de l'Alma fut choisie par Auguste Rodin en 1900 pour y installer un pavillon exposant une rétrospective de ses œuvres et c'est l'occasion pour nous d'évoquer le parcours de ce sculpteur génial.

Comme dans chaque numéro, nous avons un «Grand Témoin» qui nous parle de nos deux artères; aujourd'hui il s'agit du talentueux photographe, Patrick Demarchelier. Bien sûr, comme cela est devenu traditionnel, nous est contée la saga d'une de nos grandes Maisons. Cette fois-ci le très beau nom Gucci.

En novembre 2010 eut lieu la grande fête traditionnelle de l'Avenue Montaigne et de la Rue François 1^{er}, les Vendanges, dont c'était le 20^e anniversaire. Vous retrouverez dans ces pages quelques-uns de ces grands moments où chaque Maison participante, elles étaient 40 pour cette édition, reçoit, avec un grand nom de vin ou de Champagne, ses invités pour une soirée joyeuse et de haute tenue.

Enfin, pour les amateurs, ce numéro 8 est disponible sur iPad.

Cher ami lecteur, chère amie lectrice, j'espère que ce numéro 8, qui situe notre Avenue et la Rue François 1^{er} tant dans leur passé prestigieux que dans leur actualité, vous apportera un moment de détente et vous fera partager la passion que nous leur portons.



This 8th edition of the Guide Avenue Montaigne and the Rue François 1^{er} brings to life the history of the two ends of the Avenue Montaigne.

The Rond-Point, which is shared by the Champs-Élysées, Avenue Matignon and Avenue Franklin Roosevelt, has a fascinating past. Designed by Le Nôtre, it has been the residence of personalities of different titles.

At one end of the Avenue Montaigne, the Place de l'Alma was chosen by Auguste Rodin in 1900 to open a pavilion exhibiting a retrospective of his works, and this gives us the opportunity to talk about this exceptional sculptor.

As in each of our editions, we have a “Grand Témoin”, an adept of the Avenue who shares his memories and sentiments about these two streets. In this issue, the talented photographer Patrick Demarchelier talks about the avenue.

And, of course, it has become traditional for us to relate the saga of one of our fine *Maisons*. For this edition, our saga is that of the great name Gucci.

In November 2010, the traditional harvest festival of the Avenue Montaigne and the Rue François 1^{er}, *les Vendanges*, celebrated its 20th anniversary. In these pages, you will find some of the great moments of each of the participating firms. This season, there were 40 houses who welcomed visitors, each in partnership with a great name in French wine or Champagne, for a festive evening in great style.

Finally, for fans, this edition is also available on iPad.

Dear friends and readers, I hope that this 8th issue, which positions the Avenue Montaigne and the Rue François 1^{er} both for their prestigious past and their current importance, will give you a moment of relaxation, and will share with you our passion for these extraordinary places.

M. Jean-Claude Cathalan,
Président du Comité Montaigne / President of the Comité Montaigne



CHANEL

42 Avenue Montaigne

Esprit, lignes, matières, qu'est-ce qui caractérise la collection Chanel Printemps-Été 2011 ?

La légèreté donne le ton. Les volumes glissent sur le corps, souples, fluides, décollés, dans une palette de noir et blanc, de faux noirs, accompagnés de jade, citrine, corail, couleur de rosée et bleu intense. Robes-tailleurs, robes enveloppantes, tailleurs courts ou version mini-shorts et robes caressant le mollet, campent la silhouette. «*Le monde change, les matières changent, c'est ce qui est passionnant*» explique Karl Lagerfeld. Les effets tweed déclinés à l'envi se font mouchetés, floutés, superposés, et se libèrent en dévorés, troués, coupés bord franc et effilochés, affichant une élégance contemporaine décalée. Les transparences épousent les jeans près du corps. La grâce s'invite avec des plumes aériennes et mousseuses en ourlets, en épaulettes ou encore en mancherons sur effet tweed. Des plumes laquées, taillées en cols ou en manches imposantes comme des ailes greffées, s'exposent au contraste du tulle, de la mousseline, et de la maille. Le soir, les imprimés floraux géants envahissent la mousseline, le tulle de soie, l'organza, le satin et le voile de coton aérien.

Quels accessoires peaufinent la silhouette ?

Aux pieds, boots et sandales faussement compensées, cuissardes de conquérantes et bottes de motard dynamisent la silhouette. Des plastrons ou colliers mêlant chaînes et plumes, des BO ou manchettes allient le métal à la pâte de verre ou encore des mitaines en cuir dévoré peaufinent chaque silhouette. Les sacs s'ornent de plumes ou de broderies pour compléter à merveille les looks de la collection.

Quels seront les principaux événements qui ponctueront l'année Chanel 2011 ?

Nos différents défilés sont des moments forts : Haute Couture Été 2011, Prêt-à-Porter Automne-Hiver 2011-2012, Croisière, Haute Couture Automne-Hiver 2011-2012, Prêt-à-Porter Printemps-Été 2012 et une collection dédiée à nos Métiers d'Art.

En outre, l'exposition «Culture Chanel» a été présentée jusqu'au 14 mars 2011 au Museum of Contemporary Art de Shanghai.

A mood, lines, fabrics, what characterizes Chanel's Spring-Summer collection for 2011 ?

Lightness sets the tone. Volumes glide over the body, soft, fluid, loose, in a palette of black and white, near-blacks, accompanied by jade, citrus, coral, intense pinks and blues. Suit dresses, wraparound dresses, short suits or tailored mini-short versions, and calf-length dresses flatter the silhouette. “*The world is changing, materials change, that's what is exciting*”, explains Karl Lagerfeld. Tweeds in multiple variations, spotted, blurred or layered, with holes, trimmed edges, frayed, create a contemporary off-handed elegance. Transparencies over jeans close to the body.

Grace is interpreted with airy feathers, rippling hems, and shoulder pads. Glazed feathers, on collars or sleeves, like wings, contrast with tulle, mousseline, and delicate meshes.

For evening, giant floral prints invade mousseline or silk tulle, organza, satin and airy cotton voile.

What accessories compliment the silhouette?

For the feet, boots and sandals, with compensated heels, tantalizing black leather thigh boots, and biker's boots. Breastplates or necklaces mixing chains and feathers, cuffs combining metal and *pâte de verre*, or leather mittens, also refine silhouettes. Handbags ornamented with feathers or embroidery, harmonize the look of the collection marvellously.

What are the principle events that will punctuate the year 2011 for Chanel ?

Our different fashion shows are the highlights: Haute Couture Summer 2011, Prêt-à-Porter Fall-Winter 2011-2012, Cruise-wear, Haute Couture Fall-Winter 2011-2012, Prêt-à-Porter Spring-Summer 2012 and a collection dedicated to Métiers d'Art, our artistic professions.

In addition, the “Chanel Culture” exhibition was displayed until March 14, 2011 at the Museum of Contemporary Art in Shanghai.

CHANEL





DIOR

30 Avenue Montaigne

LE LADY DIOR

Marion Cotillard – Une Lady, Un Accessoire icône, Quatre villes.

Elle est élégante, parisienne, moderne. Une campagne cinématique internationale, composée de quatre nouvelles dans quatre villes différentes: Paris, New York, Shanghai et... Dans chaque ville un lieu emblématique a été choisi pour symboliser la technique du cannage Dior.

1ère nouvelle: Lady Noir – Paris. Marion Cotillard est photographiée par Peter Lindbergh au sommet du monument le plus célèbre et le plus romantique du monde – la Tour Eiffel. Avec son architecture complexe dont la géométrie du graphisme évoque le cannage du Lady Dior, c'est le décor parfait. Pour accompagner cette campagne, un film noir inspiré de l'univers d'Alfred Hitchcock des années 60 (avec lequel Christian Dior avait travaillé sur *Le Grand Alibi*) où une Lady Dior mystérieuse, indépendante et audacieuse se retrouve au cœur d'une intrigue policière qui nous entraîne dans des rues de Paris jusqu'au sommet de la Tour Eiffel. Dior, dans ce thriller de 6 minutes 30, réunit à nouveau le couple triplement récompensé Marion Cotillard et Olivier Dahan.

2ème nouvelle: Lady Rouge – New York. Marion Cotillard est photographiée par l'emblématique Annie Leibovitz. Rencontre entre deux femmes dans la ville la plus théâtrale du monde, New York. Dans la ville qui ne dort jamais, Lady Rouge vit une double vie: le jour, elle est femme d'affaires, la nuit, le rythme de la ville appelle sa voix. Elle a besoin d'une chanson à chanter... *«et si je ne peux pas chanter, on ne m'entend pas»*. Poussée par la passion et le mystère, sur scène notre Lady évoque la passion et la force. Avec la collaboration exclusive de Franz Ferdinand, Marion Cotillard chante: *The Eyes of Mars*.

3ème nouvelle: Lady Blue – Shanghai. Marion Cotillard est photographiée par Steven Klein. Il a su captiver l'image glamour de cette nouvelle Lady. Bleu est la couleur du ciel, de la mer, de l'aventure. David Lynch, qui réalise le film, a choisi la Pearl Tower, pour symboliser le cannage. Marion Cotillard récite un poème qu'il lui a écrit. Les mots et les images se rejoignent sur l'écran.

4ème nouvelle: Lady Grey – Londres. Marion Cotillard est photographiée par Mert Alas et Marcus Piggott au sommet du «London Eye» dont l'effet géométrique souligne les traits du cannage du tout nouveau Lady Dior. Cette histoire énigmatique, réalisée par John Cameron Mitchell, dévoile la magie du Lady Dior. Marion Cotillard en Lady Grey, dans le rôle d'une danseuse de cabaret, transforme la vie de deux hommes.

THE DIOR LADY

Marion Cotillard – A lady, An icône motif, Four cities.

She's elegant, Parisian, modern. An international campaign, around four film clips in four different cities: Paris, New York, Shanghai and... In each city an emblematic site was chosen to symbolize the Dior cane work motif.

First clip: Black Lady – Paris. Marion Cotillard, photographed by Peter Lindbergh at the top of the world's most famous and most romantic monument – the Eiffel Tour. Its complex architecture with geometric and graphic forms brings to mind Lady Dior's cane work motif, making the monument a perfect backdrop. To accompany this campaign, a film inspired by the 1960's of Alfred Hitchcock, with whom Christian Dior worked on the movie "Stage Fright", portrays a mysterious, independent and audacious Lady Dior who finds herself entangled in a police intrigue that leads her through the streets of Paris and to the top of the Eiffel Tour. In this six-and-a-half minute thriller, Dior reunites a couple – Marion Cotillard and Olivier Dahan- whose previous collaboration received three prestigious awards.

Second clip: Red Lady – New York. Marion Cotillard, photographed by the emblematic Annie Leibovitz: A meeting between two women in the world's most theatrical city, New York. In the city that never sleeps, Red Lady lives a double life: During the day she is a businesswoman, at night, the rhythm of the city calls her voice. She needs a song to sing... *"and if I can't sing, no one hears me."* Motivated by passion and mystery, our Lady evokes passion and strength when on stage. With the exclusive collaboration of Franz Ferdinand, Marion Cotillard sings: *The Eyes of Mars*.

Third clip: Lady Blue – Shanghai. Marion Cotillard, photographed by Steven Klein. He has managed to capture the glamorous image of this new Lady. Blue is the color of the sky, the sea, and of adventure. David Lynch, who directed the film, uses the Pearl Tower as a symbol of the cane work motif. Marion Cotillard recites a poem that he wrote for her. The words and the images come together on the screen.

Fourth Clip: Lady Grey – London. Marion Cotillard, photographed by Mert Alas and Marcus Piggott at the top of the "London Eye", whose geometric forms echo the cane work motif of the new Lady Dior. This enigmatic story, directed by John Cameron Mitchell, reveals the magic of Lady Dior. Marion Cotillard in Lady Grey, plays the role of a cabaret dancer who changes the lives of two men.

Dior



LOUIS VUITTON

22 Avenue Montaigne

Parlez-nous de la collection Printemps-Été 2011 ?

Couleurs étincelantes, textures scintillantes et mouvements hypnotisants. Véritable hommage au savoir-faire des ateliers Louis Vuitton, cette collection parvient à ériger la décadence au statut d'art. L'influence des seventies est visible à tous les niveaux: silhouettes fluides et vaporeuses ou fines et sinueuses, couleurs vives — souvent d'un seul bloc — lamé, lurex, strass et paillettes. Les «chinoiseries» font également partie des thèmes récurrents avec la présentation de robes cheong-sams, de vestes à col mandarin et d'éventails en dentelle Monogram. Parés d'une telle profusion de détails, les vêtements ont légèrement éclipsé les accessoires, même si plusieurs silhouettes sont complétées par des boucles d'oreilles à breloques très longues ou des bracelets en ébène de macassar sculpté d'inspiration Art déco.

Quelles sont les nouveautés en maroquinerie et accessoires pour femme ?

La collection de sacs réalisés en collaboration avec Sofia Coppola, à l'allure toujours chic et discrète, s'enrichit de nouvelles couleurs.

Les bijoux fantaisie Louis Vuitton deviennent la touche glamour indispensable pour accessoriser son style «très fille, très chic». La liberté de style devient un jeu de séduction. Naviguant sur un esprit graphique et décalé, la collection innove pour composer un cocktail ludique de couleurs et de formes. Enfin, l'extraordinaire devient la règle avec, notamment, une collection de sacs et pochettes issus du défilé et réalisés dans des cuirs exotiques toujours plus précieux, tel le galuchat.

Quels moments clés pour Louis Vuitton en 2011 ?

2011 sera l'année de la sophistication. Pour répondre aux attentes des clients, les produits seront encore plus rares, encore plus exceptionnels. Les magasins continueront à surprendre et la Maison célébrera en novembre l'ouverture du premier magasin d'horlogerie et de joaillerie, Place Vendôme.

Tell us about the Spring-Summer 2011 collection ?

Glittering colors, shimmering textures and mesmerizing movements. A true tribute to the savoir-faire of the Louis Vuitton workshops, this collection succeeds in elevating decadence to an art. The influence of the 1970's is ever present: fluid and sylph-like silhouettes, or fine and sinuous with lively colors, often in a solid block, lame, lurex, sparkles and glitter. “*Chinoiseries*” are also part of the recurring themes, with cheong-sam dresses, jackets with mandarin collars and monogram lace fans. Adorned with such a profusion of details, these garments have nearly overshadowed the accessories, even if several silhouettes are punctuated by long earrings or art deco-style bracelets sculpted of Macassar ebony.

What's new in leather goods and accessories for women ?

The collection of handbags created in collaboration with Sofia Coppola, with a chic and discreet style, has been enriched with new colors.

Louis Vuitton's fantasy jewelry has become the indispensable touch of glamour to accessorize a “very feminine, very chic,” style. Freedom of style becomes a game of seduction. Floating on a graphic and offbeat spirit, the collection innovates to create a playful cocktail of colors and forms. Finally, the extraordinary becomes the norm, including a collection of handbags and clutches from the fashion show, created in ever more precious, exotic leathers, such as sharkskin.

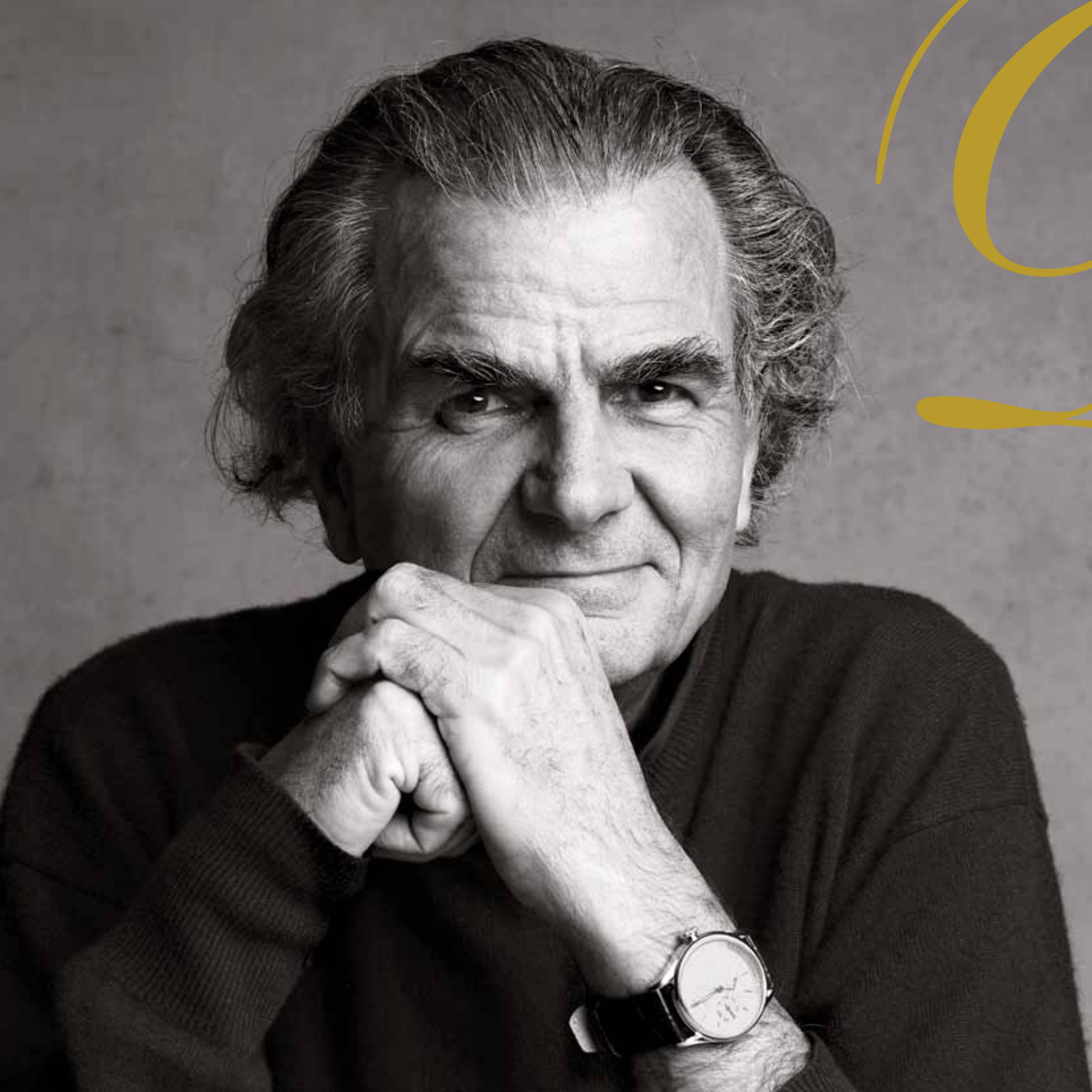
What are the key moments for Louis Vuitton in 2011 ?

This year, 2011, will be the year of sophistication. To meet all of the expectations of our clients, products will be ever rarer and more exceptional. Our boutiques will continue to surprise, and in November, we will celebrate the opening of the first shop devoted to watches and jewelry, on Place Vendôme.



Collection Haute Joaillerie, L'Ame du Voyage.

LOUIS VUITTON



LE GRAND TÉMOIN

REMINISCENCES:
PATRICK DEMARCHELIER,
PHOTOGRAPHER

PATRICK DEMARCHELIER

PHOTOGRAPHE

La richesse de votre parcours photographique vous a mené à investir de nombreux domaines : images de mode (des centaines de couvertures à votre actif), beauté, campagnes publicitaires, portraits de personnalités... on parle volontiers de la «*Demarchelier Touch*», qu'est-ce que cela représente selon vous ?

Je résumerai cela par le mot optimisme. En prise de vue, mon approche première consiste à mettre les gens à l'aise. Mannequins et célébrités doivent ressentir cet état d'esprit car le contact entre eux et moi est immédiat, détendu, calme, ce qui, je pense, est bénéfique pour le résultat final... C'est ainsi que je conçois les choses. J'aime mettre en valeur les gens, je ne cherche pas à exploiter une quelconque faille, on pourrait appeler cela la simplicité des gens heureux.

The wealth of your photographic experience has led you to work in many fields : fashion (with hundreds of magazine covers to your credit), beauty, publicity campaigns, portraits of personalities... we could talk about the "*Demarchelier touch*". What does this mean to you?

I could summarize this by the word optimism. When I am shooting, my approach is to first put people at ease. Fashion models and celebrities feel this attitude, because the contact is immediate, relaxed, calm, and I feel that this is beneficial to the final result. This is how I see things. I like to put people in their best light. I do not try to exploit the slightest flaw. You could call this the simplicity of happy people.

En 2008, le Petit Palais vous a consacré une importante exposition, qui mettait 400 de vos photographies en perspective avec des œuvres du musée, qu'est-ce que vous a apporté une telle expérience, plutôt singulière dans la vie d'un photographe ?

Je l'ai vécue comme un honneur, pour ne pas dire une consécration. Surtout parce que l'exposition a eu lieu dans mon propre pays, la France. C'était une joie pour moi de voir mes photos dans le voisinage de grandes toiles. La collection du Petit Palais est remarquable. Je suis collectionneur d'art contemporain, et donc particulièrement sensible à la peinture.

Vous vivez à New York depuis plus de trente ans, qu'appréciez-vous à Paris lorsque vous y séjournez ?

J'adore la France et Paris en particulier. Lorsque j'y suis, je retrouve aussitôt le rythme et l'atmosphère de la ville, qui sont, bien entendu, très différents de ceux de New York. Généralement, je suis assez occupé par mon travail, mais, en tant que passionné de la mode, j'aime assister aux défilés, je dîne avec des amis, notamment au Duc, boulevard Raspail, un excellent restaurant de poissons, je vais voir des expositions de peinture, je me balade sur les quais, à la découverte des trésors des bouquinistes... En mars dernier à l'occasion de la présentation des collections, j'ai assisté à «Une journée ordinaire» la pièce merveilleusement interprétée par Alain Delon et sa fille Anouchka au théâtre des Bouffes Parisiens. Je me rends à pied à Saint-Germain-des-Prés, je fais une halte chez Lipp et au Flore, j'écume les rayons de la librairie La Hune, à l'angle de la rue Saint-Benoît. Elle fait partie de mes lieux favoris avec la librairie Tome Dom, rue Saint-Dominique.

Quels souvenirs gardez-vous de votre premier contact avec l'Avenue Montaigne, quelles en furent les circonstances ?

Tout jeune photographe, cette artère, qui n'accueillait pas encore toutes les boutiques de luxe qu'elle abrite aujourd'hui, me faisait rêver. Les somptueux édifices de pierre blonde, la fameuse pierre de Paris, les grilles de fer forgé noir, cette élégance me fascinait, tout comme m'impressionnaient les noms des grandes Maisons de couture apposés

In 2008, Paris's Petit Palais devoted a major exhibition to you, placing 400 of your photos in perspective with the works of the museum. What did such an experience, rather unusual in the life of a photographer, inspire for you?

For me, this exhibition was an honor, if not a consecration, above all because it took place in my own country, France. It was a true joy for me to see my photos in the company of great paintings. The collection of the Petit Palais is remarkable. I am a collector of contemporary art and am particularly fond of paintings.

You have lived in New York for more than thirty years. What do you appreciate about Paris when you come back to visit?

I love France and particularly Paris. When I am here, I feel the rhythm and the atmosphere of the city, which is, of course, very different from that of New York. Generally, I am very busy with my work, but, as a fan of fashion, I like attending fashion shows, I dine out with friends, often at Le Duc, an excellent fish restaurant on Avenue Raspail, I go to art exhibitions, and stroll on the quays to explore the treasures of the book stalls along the Seine. Last March during the presentation of the collections, I saw “*Une Journée Ordinaire*”, the play so brilliantly interpreted by Alain Delon and his daughter Anouchka at the Théâtre des Bouffes Parisiens. I often stroll on the Boulevard Saint-Germain-des-Prés, where I stop at Lipp or Flore, or peruse the shelves of the bookstore La Hune at the corner of the Rue Saint-Benoît. It is one of my favorite places, along with the Tome Dom bookstore on rue Saint-Dominique.

What memories do you have of your first contact with the Avenue Montaigne, and what were the circumstances?

As a young photographer, this avenue, at that time not yet graced with all of the luxury boutiques that it boasts today, made me dream. The sumptuous buildings with their

sur les façades. Plus tard, je me suis rendu Avenue Montaigne pour des raisons professionnelles lorsque l'on m'a demandé de réaliser des prises de vues de mode, au Plaza Athénée, chez Dior, chez Vuitton... elles ont été nombreuses et passionnantes... Ensuite j'y ai accompagné ma femme lors de ses moments de shopping. Personnellement je ne suis pas adepte de la chose, mais j'apprécie de donner mon avis sur certains modèles, lorsqu'elle me sollicite... Et maintenant, j'ai mes habitudes Avenue Montaigne. J'aime dîner au Stresa, un superbe restaurant de gastronomie italienne, qui se trouve rue Chambiges, juste derrière l'Avenue. J'apprécie également beaucoup la cuisine d'Alain Ducasse au Plaza Athénée. Il m'arrive aussi de prendre un verre dans le splendide bar contemporain de ce palace.

Le 4 juin 2007 à New York, le prestigieux *Council of Fashion Designers of America* (CFDA) vous a décerné le «Eleanor Lambert Award» pour l'ensemble de votre carrière et votre «contribution unique au monde de la mode», quelques mois plus tard (novembre 2007), vous étiez nommé Officier dans l'ordre des Arts et des Lettres à Paris. Avec le recul, quelle est, selon vous, votre contribution au monde de la photographie ?

The reflection of an era.

Vous avez déclaré que tout vous inspire, «l'art, la nature, les gens, la rue», que diriez-vous de l'Avenue Montaigne comme source d'inspiration ?

Les images qui me viennent à l'esprit sont : l'élégance, la beauté, le luxe, bien sûr, mais aussi une certaine forme de simplicité, de sobriété. Et puis certaines silhouettes que l'on peut apercevoir ici, hommes et femmes, de tous âges... C'est un tableau vivant, en changement perpétuel, qui nourrit l'œil et l'imaginaire.

Quelle est votre actualité des prochains mois ?

Je finis actuellement un livre pour la Maison Dior Couture, dont la parution est prévue en décembre 2011, mais je ne peux en dire plus pour le moment...

creamy facades of Parisian stone and gates of black wrought iron – this elegance fascinated me, just as the signs on the facades of the great couture houses impressed me. Later I came to the Avenue Montaigne for professional reasons when I was asked to photograph fashion shoots at the Plaza Athénée, Dior, or Vuitton.... They were numerous and fascinating. In addition, I have accompanied my wife during her shopping. Personally, I am not an expert on the subject, but I like to give my opinion, when asked. And now, I have my own routine on the Avenue Montaigne. I like dining at Stresa, a superb gastronomic Italian restaurant on rue Chambiges, just behind the Avenue. I also enjoy Alain Ducasse's cuisine at the Plaza Athénée. And occasionally, I stop for a drink at the splendid contemporary bar of this palace.

On June 4th, 2007, the prestigious Council of Fashion Designers of America (CFDA) gave you the “Eleanor Lambert Award” for the ensemble of your career and your “unique contribution to the world of fashion”. A few months later, you were named *Officier* of the *Ordre des Arts et des Lettres* in Paris. Looking back, what would you say is your contribution to the world of photography?

The reflection of an era.

You have said that everything inspires you, “art, nature, people, the street.” What would you say about the Avenue Montaigne as a source of inspiration?

The images that come to mind are elegance, beauty, luxury, of course, but also a certain kind of simplicity and sobriety. And also certain silhouettes that one can observe here, men and women of all ages. It is a living painting, perpetually changing that feeds the eye and the imagination.

What's your news for coming months?

I have just finished a book for Maison Dior Couture to be published in December, but I can not say more about this for the moment.



PRADA

10 Avenue Montaigne

L'histoire de Prada puise ses racines au début du siècle dernier, en 1913, lorsque Mario Prada, grand-père de Miuccia Prada, ouvrit une boutique d'articles de luxe dans la prestigieuse Galerie Vittorio Emanuele II, symbole de Milan. L'innovation ainsi que la recherche des matériaux les plus rares et précieux et des savoir-faire les plus sophistiqués furent à la base de ses créations.

Tels sont les principes que Mario Prada a voulu transmettre, et que les générations suivantes ont su préserver et développer.

Du point de vue du produit, la qualité sans compromis – appliquée à toutes les phases de réalisation – ainsi que l'innovation sont donc les piliers de la marque. Depuis les années 80, Miuccia Prada a su anticiper et dicter les tendances de la mode, et ses créations ont profondément influencé le style contemporain.

Mais les valeurs de référence de Prada vont au-delà des frontières de la mode. Ainsi l'art, l'architecture, le cinéma et la culture en général font partie intégrante de la marque qui s'exprime également par le biais de projets particulièrement novateurs et à l'avant-garde. Le Prada Transformer de Séoul – conçu en collaboration avec l'architecte Rem Koolhaas – en a été un témoignage. Un édifice mutant, capable de pivoter sur lui-même et de changer ainsi radicalement sa configuration suivant le projet – mode, culture, art ou cinéma – qu'il accueillait. Une véritable référence de l'architecture contemporaine.

Les boutiques Prada constituent les «Ambassades» de la marque. Elles s'inspirent, dans leur conception, des valeurs profondes de la Maison et notamment de l'exigence de qualité, de l'accueil, d'un service personnalisé et d'une approche innovante. Certaines d'entre elles – les Epicentres Prada – sont de véritables laboratoires d'idées. Leur trait commun est l'atmosphère moderne, élégante et sophistiquée.

The history of Prada finds its roots at the beginning of the last century in 1913, when Mario Prada, Miuccia Prada's grandfather, opened a boutique for luxury goods in the prestigious landmark Galleria Vittorio Emanuele II in Milan. A quest for innovation and the rarest and most precious materials as well as for highly sophisticated craftsmanship are at the core of its creations.

These are the principles that Mario Prada wished to convey, and that the generations which followed have succeeded in preserving and developing.

Uncompromised quality – applied to every phase of the process – and innovation are Prada's reference values: since the 80s, the collections created by Miuccia Prada have anticipated and dictated fashion trends. Each season Prada reinvents itself whilst respecting its 100 year history and its unique craftsmanship approach.

Prada's horizons go beyond the confines of fashion: art, architecture, cinema and culture in general are an integral part of the brand's core values. The Prada Transformer in Seoul – designed in collaboration with architect Rem Koolhaas – is one of the expressions of this approach: a changing pavilion, which may be flipped, shifting its space into a radically different configuration, depending on the project – fashion, art, cinema or special event – being hosted. A breakthrough and a reference for contemporary architecture.

Prada boutiques are the brand's "Embassies" and as such, they portray the brand's values of top quality and innovation in all aspects: the welcome and client service to the modern elegant and sophisticated atmosphere all make the shopping experience unique. Some of the Prada stores – the self-styled Epicenters designed by renowned architects – are genuine laboratories of new ideas.



01 56 21 3070 prada.com

PRADA



NINA RICCI

39 Avenue Montaigne

Comment la femme Nina Ricci sera-t-elle vêtue ce Printemps-Été 2011 ?

À l'occasion de la présentation de la ligne Printemps-Été 2011, Peter Copping lève le voile sur une collection d'une élégance éclatante. S'appuyant sur la tradition des collaborations de la Maison Nina Ricci avec de nombreux artistes tels que Christian Bérard, Janine Janet et Marc Lalique, il met en lumière des modèles empreints d'une créativité raffinée et légère laissant place à un imaginaire onirique et moderne. Dessinant les contours d'une silhouette très caractéristique du style Nina Ricci, il introduit de subtils clins d'œil à ces mêmes artistes en y apportant la rigueur d'une coupe contemporaine. C'est dans cette perspective que Peter Copping cultive malicieusement les contradictions: la construction précise de la garde-robe Ricci est adoucie par l'utilisation de matières légères et diaphanes; une aisance «casual» nuance l'aspect Couture de certains vêtements; la fluidité et l'asymétrie sont maîtrisées.

Quels accessoires parachèveront sa silhouette?

Peter Copping a créé une ligne d'accessoires colorés, modernes et graphiques. Interprétant les codes et les symboles de la Maison, les accessoires de la collection s'appuient plus que jamais sur un réel savoir-faire traditionnel. Les chaussures et les accessoires font écho à la joie de vivre qui caractérise cette collection d'été; les bijoux également font référence aux créations artistiques de la Maison Lalique et du créateur Christian Bérard, et soulignent l'originalité et le romantisme des vêtements.

Comment analysez-vous le nouveau souffle que connaît la Maison, et dont témoigne le succès des dernières collections?

L'élan créatif de la marque permet de mieux définir l'image de la femme Nina Ricci. Les différents marchés et nos partenaires locaux investissent et soutiennent fortement la Maison depuis l'arrivée de Peter Copping. Cette vision d'une féminité certaine, sensuelle et romantique étant en adéquation avec l'esprit Nina Ricci, nos collections rencontrent donc un succès grandissant auprès d'un plus large public. La marque accompagne ce développement en apportant un réel support à son réseau de distribution en termes d'animation des points de vente et de communication. Cet effort se traduit, entre autres, par la refonte de notre site Internet et la relance de nos campagnes de publicité.

How will the Nina Ricci woman be dressed for Spring-Summer 2011?

For the presentation of the Spring-Summer 2011 line, Peter Copping unveiled a dazzlingly elegant collection. Reconfirming Nini Ricci's tradition of collaborating with numerous artists such as Christian Bérard, Janine Janet and Marc Lalique, it highlights creations marked by a refined and light creativity, with a modern, dreamy mood. With contours of a silhouette very characteristic to the Nina Ricci style, the collection introduces subtle references to these same artists, adding the precision of a contemporary cut. Within this perspective, Peter Copping cleverly cultivates contradictions: the precise construction of the Nina Ricci wardrobe is softened by the use of light and diaphanous fabrics. A casual ease, adds nuance to the couture aspect of certain creations, fluidity and asymmetry are mastered.

What accessories will complete her silhouette?

Peter Copping has created a line of colorful, modern and graphic accessories. Interpreting the codes and symbols of the Maison, the accessories of the collection are based more than ever on true traditional savoir-faire. Shoes and accessories echo the *joie de vivre* that characterizes this summer collection. In the same way, jewelery makes reference to the artistic creations of the Maison Lalique and designer Christian Bérard, highlighting the originality and romanticism of the clothing.

How would you define the new direction of the Maison Nini Ricci, reflected in the success of its latest collections?

This creative impetus of the trademark permits a better definition of the image of the Nina Ricci woman. Different markets and our local partners have invested in and strongly supported the Maison since the arrival of Peter Copping. This vision of a certain femininity, both sensual and romantic, is in perfect harmony with the Nina Ricci spirit, and our collections have thus experienced ever increasing success among a wider public. Our trademark is following up this development with an active support to its network of distribution through communication and animation at its points of sale. This effort translates to initiatives such as the restructuring of our internet site and the launch of new publicity campaigns.



NINA RICCI



CHLOÉ

44 Avenue Montaigne

Qu'est-ce que Hannah MacGibbon, directrice artistique de la Maison, a imaginé pour sublimer les femmes ce Printemps-Été?

Posture élégante, silhouette élancée: la Femme Chloé incarne une grâce moderne et pleine de fraîcheur. Son vestiaire aux accents couture mise sur l'épure pour mieux refléter son style aérien empreint d'assurance et d'énergie contrôlée.

Les robes et les manteaux en crêpe, au tombé impeccable, sont soulignés de métal. Les robes aux plissés minutieux sont coupées dans un jersey luxueux à la fluidité parfaite. On retrouve la même souplesse rigoureuse dans les longs jupons en mousseline ou en tulle, ils se posent parfois sur un short pour mieux jouer sur les transparences. Plus sport, les pantalons à bandes de satin et les chemises sans manches en coton raide et frais évoquent de manière presque abstraite la discipline quotidienne d'une ballerine contemporaine.

Au chapitre des créateurs de It Bag, Chloé tient une place de choix, quel est le dernier succès en date?

Le sac «Aurore», une élégance classique qui accompagne les Femmes Chloé dans leur quotidien. S'il a hérité du «Paddington» son esprit pratique et sa dégainé légèrement masculine, «Aurore» se distingue par la fluidité de ses lignes épurées, inspirées du sportswear sophistiqué des collections d'Hannah MacGibbon. Son cadenas plus discret, son cuir végétal allégé, offrent une allure au chic parfait et facile à vivre. Compagnon idéal de la citadine active, «Aurore» se décline en deux formes simples, Duffle et Tote, permettant l'une comme l'autre un porté main très aisé, en deux teintes, noir et caramel.

What has Hannah MacGibbon, Artistic Director of your firm, created to flatter women for this spring-summer season?

An elegant stance, slim silhouette: the Chloé woman embodies a modern grace, full of freshness. Her wardrobe with couture accents, embodies refinement to better reflect her airy style, marked by self confidence and controlled energy.

Dresses and coats in crepe, fall impeccably, underlined with metal. Dresses with meticulous pleats are cut from luxurious jersey of perfect fluidity. The same rigorous fluidity is found in long skirts made of mousseline, sometimes over shorts for a play on transparencies. More sporty, pants with satin bands and shirts without sleeves in starched and fresh cotton evoke in a nearly abstract way the daily discipline of a modern ballerina.

Among creators of the It Bag, Chloé holds a prime position. What is the latest success?

The "Aurore" handbag, with its classic elegance accompanies the Chloé woman daily. If it inherited from the "Paddington", a practical spirit and slightly masculine allure, "Aurore" sets itself apart by its fluidity and its pure lines, inspired by the sophisticated sportswear of the collections of Hannah MacGibbon. Its more discrete padlock, its light "cuir végétal", (vegetable-tanned leather), make for a perfectly chic look, easy to wear. Ideal companion for the active city dweller, "Aurore" is available in two basic forms, Duffle and Tote, both equally easy to carry, available in two shades, black and caramel.

BOUTIQUES CHLOE
44, AVENUE MONTAIGNE
PARIS 8ÈME
GALERIES LAFAYETTE
40, BD HAUSSMANN
PARIS 9ÈME
LE PRINTEMPS
64, BD HAUSSMANN
PARIS 9ÈME
WWW.CHLOE.COM

Chloé



Gucci

90 ANS
DE LUXE &
D'ÉLÉGANCE

GUCCI, 90 YEARS OF LUXURY AND ELEGANCE

© COURTESY OF GUCCI

Guccio et Rodolfo Gucci
devant la boutique Gucci,
Florence 1940

De Liz Taylor au Metropolitan Museum



Elizabeth Taylor, portant le sac Bamboo,
et Paul Newman sur le plateau du tournage
de «*La Chatte sur un toit brûlant*», 1958

From Liz Taylor to the Metropolitan Museum

Gucci was worn as easily at the Cinecittà, at the time of *La Dolce Vita*, as in Saint-Germain-des-Prés by the existentialists, in Hong Kong or in New York. Proof of the universality of the trademark were its unconditional fans including Liz Taylor, Peter Sellers or Samuel Beckett. For Grace Kelly, Gucci created a printed silk scarf, Flora, with 37 colors, and Hollywood stars visiting the Beverly Hills boutique had access to unique creations, made with rare and sumptuous materials – precious stones, crocodile or silver fox. And as the Gucci galaxy continued to develop, particularly with prêt-à-porter and the opening of new points of sale in major cities, the growing influence of Gucci on fashion was symbolized by the decision of the Metropolitan Museum of New York – the world's greatest museum – to include in its permanent collection, the famous Gucci loafer embellished with its bridle bit.

On portait du Gucci aussi bien à Cinecittà, à l'époque de *La Dolce Vita*, qu'à Saint-Germain-des-Prés chez les existentialistes, à Hong Kong ou à New York. Preuve de l'universalité de la marque, on comptait parmi les inconditionnels aussi bien Liz Taylor que Peter Sellers ou Samuel Beckett ! Pour Grace Kelly en visite, Gucci créa l'écharpe en soie imprimée Flora, aux 37 couleurs, tandis que les étoiles de Hollywood avaient accès dans la boutique de Beverly Hills à des créations uniques, utilisant des matériaux rares et somptueux – pierres précieuses, crocodile ou renard argenté. Alors que la galaxie continue de se développer, notamment avec le prêt-à-porter et l'ouverture de nouveaux points de vente dans des villes-phares, l'influence grandissante de Gucci sur la mode est symbolisée par la décision du Metropolitan Museum de New York – le plus grand musée du monde – de faire entrer dans ses collections permanentes le célèbre mocassin Gucci orné de son mors.

© CREDITS BY RUE DES ARCHIVES - © COURTESY OF GUCCI

Portrait de Frida Giannini

Après les années 1980, Gucci connaît une croissance spectaculaire. Dynamisé par le duo Domenico de Sole-Tom Ford, Gucci entre dans le groupe PPR, où elle devient la marque leader. Après un passage chez Fendi, Frida Giannini entre en septembre 2002 comme Directrice de la Création des sacs à main et y ajoute deux ans plus tard la Direction de la Création accessoires. En 2006, elle devient l'unique Directrice de la Création, s'attachant à fondre en un style unique, rajeuni, vivifié, l'extraordinaire patrimoine de la Maison et son goût jamais démenti pour l'innovation. Le passé magnifié par le présent : ce mariage réussi de la tradition et de l'innovation a aussi fait de Gucci la deuxième marque de luxe au monde en termes de chiffre d'affaires, qui a doublé en sept ans. Ce succès éclatant est confirmé par une donnée parlante : en 2007, selon une enquête d'opinion Nielsen, Gucci est considérée comme la marque de luxe la plus désirable au monde !

The world's most desired trademark!

After the 1980's, Gucci experienced spectacular growth. Buoyed by the duo Domenico de Sole / Tom Ford, Gucci came into the PPR group, where it became the flagship trademark. After working for Fendi, Frida Giannini arrived in September 2002 as Creative Director for handbags, and two years later, became Creative Director for accessories. In 2006, she became the Creative Director for all of Gucci, adding a unique, rejuvenated, lively style to the extraordinary legacy of the trademark, and a never-ending taste for innovation. The past exalted by the present: this successful marriage of tradition and innovation has also made Gucci the world's second luxury trademark in terms of turnover, which has doubled in seven years. This extraordinary success is confirmed by a revealing statistic: In 2007, according to a Nielsen opinion pole, Gucci was considered to be the world's most desirable trademark!

© CREDITS COURTESY OF MERT ALAS & MARCUS PIGGOT

La marque
la plus désirée du monde !





Frida Giannini renouvelle les classiques



Comment renouveler une icône du XX^e siècle? C'est le défi qu'a relevé Frida Giannini avec, entre autres, deux créations emblématiques de Gucci : les sacs Bamboo et Jackie. Le premier est né au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, en 1947, lorsque la pénurie de cuir poussa Gucci à tirer le meilleur des matériaux disponibles, souvent «pauvres», comme le chanvre, le lin ou le bambou... La virtuosité des artisans de la Maison permit d'élaborer le brunissage du rotin – le sac Bamboo, avec sa anse évoquant la forme d'une selle de cheval, était né! Plus d'un demi-siècle après sa création et la déclinaison du motif en de multiples produits raffinés – des montres jusqu'aux talons aiguille – la Directrice de la Création lui a redonné un nouveau souffle en l'incarnant dans des accessoires très contemporains. Le sac Jackie, ainsi surnommé car il fut le fétiche de Jackie Kennedy, a lui aussi subi une cure de jouvence en gagnant en souplesse, en couleurs lumineuses, et en raffinement avec des peaux très précieuses – autruche, python ou crocodile...

© COURTESY OF GUCCI

1. Sac Bamboo, 1947
2. Étapes de montage du sac New Bamboo
3. Sac New Bamboo, version réinterprétée par Frida collection Printemps-Été actuellement en boutique Avenue Montaigne

Frida Giannini updates the classics

How does one renew an icon of the twentieth century? This is the challenge that Frida Giannini faced and met with, among others, two emblematic Gucci creations: the Bamboo and Jackie handbags. The first was born shortly after the end of the Second World War in 1947, when a shortage of leather inspired Gucci to make the most of the materials available, often poor materials such as hemp, flax or bamboo. The talent of Gucci's craftsmen led to the creation of a treatment for rattan – the Bamboo handbag, with its curved handle was born! More than a half century after its creation, and following its re-interpretation in a multitude of refined variations from watches to stiletto heels, the Creative Director has given it new life, in the form of very contemporary accessories. The Jackie handbag, named so because it was a favorite of Jackie Kennedy, has also undergone rejuvenation, with added flexibility, bright colors and a supplement of refinement thanks to precious skins including ostrich, python or crocodile.

Gucci prend de la vitesse



500byGucci

Fendre les eaux à la barre d'un Riva tout en restant fidèle à l'univers Gucci, c'est possible. Gucci a en effet collaboré avec une autre Maison de prestige, Riva, née en 1842 sur le lac d'Iseo, pour créer une embarcation d'exception, présentée en 2010 au Salon nautique de Cannes. Avec ses tissus rendant hommage aux motifs Guccissima et au blanc brillant de Gucci, avec ses parements en acajou et son pare-brise en cristal, l'Aquariva est un véritable joyau des mers. Moins profilée mais tout aussi mythique est la Fiat 500, qui a symbolisé l'Italie de la reconstruction. Frida Giannini, en collaboration avec le bureau de style de Fiat, a conçu une édition limitée de la *macchina* dont le premier modèle a plus d'un demi-siècle. Habillée de noir ou de blanc, avec une peinture nacre brillante, des détails en chrome satiné et une bande web (vert-rouge-vert) qui en fait le tour, la *500byGucci* a fait sensation au Salon de Genève en mars 2011. Elle réunit en elle la nostalgie d'un passé heureux et les dernières technologies.

Gucci picks up speed

Cutting through the waters at the helm of a Riva, while remaining faithful to the Gucci universe – what a challenge! Gucci did, in fact, collaborate with another prestigious Italian firm, Riva, born in 1842 on the Lac d'Iseo, to create an exceptional boat presented at the Cannes Boat Show in 2010. With its fabrics, a tribute to the Guccissima designs and the bright Gucci white, with mahogany decoration and a crystal windshield, the Aquariva is a true jewel of the seas. Less streamlined, but just as mythical is the Fiat 500 that symbolized the reconstruction of Italy. Frida Giannini, in collaboration with the design office of Fiat, has conceived a limited edition of this *macchina*, the first model of which dates back to more than a half century ago. Fitted out in black and white, with pearl-finish painting, shiny satin chrome details, and a web band (green-red-green) running around it, the *500byGucci* created a sensation at the Geneva Motorshow in March 2011. It combines the nostalgia of a happy past with the latest technology.

© COURTESY OF GUCCI

Jennifer Lopez et ses jumeaux
Campagne publicitaire enfant

For Children

Constantly widening its audience, Gucci recently created a children's collection which has been available since November 2010. Including clothing as well as shoes, small leather goods and accessories (scarves and sunglasses), it integrates all of the Gucci codes, including the double GG signature and the horse bit, while adding a fresh touch. Special attention to the world of childhood is also materialized by humanitarian actions. The partnership between Gucci and Unicef since 2005, marked by its collaboration with the actress Jennifer Lopez, has raised more than nine million dollars. The funds were used for developmental programs, notably in Sub-Saharan Africa, aid to the most underprivileged, implementation of preventive care and access to vital care treatment, equipping schools with clean drinking water, supporting children with AIDS and nutrition programs.

Élargissant sans cesse son audience, Gucci a récemment créé une collection pour les enfants, qui est disponible depuis novembre 2010. Comprenant aussi bien des vêtements que des chaussures, de la petite maroquinerie ou des accessoires (écharpes ou lunettes de soleil), elle reprend les codes Gucci, avec la signature double GG ou le mors de cheval, en leur donnant une touche de fraîcheur. Cette attention envers l'enfance se matérialise aussi par des actions humanitaires. Le partenariat de Gucci avec l'Unicef depuis 2005, qui a été marqué par une collaboration avec l'actrice et chanteuse Jennifer Lopez, a permis de recueillir plus de 9 millions de dollars. Ils ont été employés pour des programmes de développement, notamment en Afrique subsaharienne : aide aux plus défavorisés, mise en place d'actions de prévention ou d'accès aux soins vitaux, équipement des écoles avec de l'eau potable, soutien aux enfants atteints de sida ou programmes de nutrition.

Du côté des enfants



GUCCI





Une passion pour le cinéma

Frida Giannini et Martin Scorsese
lors du 5^e Festival International du Film de Rome, 2010

A passion for film

When a name representing an *art de vivre* full of glamor, born in one of the world's most beautiful cities, meets the best of Italian creativity, the marriage is inevitable. Spurred by Frida Giannini, who recently recalled that "*Gucci shares with Italian cinema, a long history, dating back to the end of the 1940's*" Gucci has committed itself to restoring a vital heritage, contributing 900,000 euros to Martin Scorsese's Film Foundation to restore the original version of the *Guépard*. This film shot in 1963 by Luchino Visconti, based on Tomasi di Lampedusa's novel, and starring Alain Delon, Claudia Cardinale and Burt Lancaster, is a true icon of Italian culture. The restored version was presented at the Cannes film festival in 2010. This same motivation led Gucci to support the restoration of another emblematic film, *La Dolce Vita* by Federico Fellini. The restored copy was presented on October 30, 2010, at the Festival de Rome – the city in which the film was shot in 1959.



Entre un nom qui incarne à lui seul un art de vivre plein de glamour, né dans l'une des plus belles villes du monde, et le meilleur de la créativité italienne, le mariage était inévitable. Sous l'impulsion de Frida Giannini qui rappelait récemment que «*Gucci partage avec le cinéma une histoire de longue date, remontant à la fin des années quarante*», Gucci s'est engagé dans la restauration

de ce patrimoine essentiel, en versant notamment 900 000 euros à la Film Foundation de Martin Scorsese pour la restauration de la version originale du *Guépard*. Ce film tourné en 1963 par Luchino Visconti, à partir du roman de Tomasi di Lampedusa, et dont le casting inclut des stars comme Alain Delon, Claudia Cardinale ou Burt Lancaster, est une véritable icône de la culture transalpine, qui a été présenté au festival de Cannes en 2010. C'est la même approche qui a poussé Gucci à soutenir la restauration d'un autre film emblématique, *La Dolce Vita* de Federico Fellini. La copie restaurée a été présentée au Festival de Rome – la ville où le film avait été tourné en 1959 – le 30 octobre 2010.



© COURTESY OF GUCCI / GETTY IMAGES



2.

90 ans, cela se fête et la Maison Gucci entend bien marquer cet anniversaire en 2011! Une ligne exclusive de prêt-à-porter et d'accessoires a été dessinée pour cette occasion. Comme l'explique la Directrice de la Création, Frida Giannini, «*chaque pièce de la collection raconte une anecdote, illustrant un chapitre de l'histoire de la Maison*». Cette collection 1921 porte une nouvelle signature: G. Gucci Firenze 1921. Le célèbre vert Gucci se retrouve à l'intérieur des mocassins tandis que le cuir, matière fétiche, s'installe sur le cadran de la montre de femme et jusque sur les lunettes de soleil! L'écusson et le monogramme GG apparaissent sur le carré de soie ou le prêt-à-porter. Et pour ceux qui veulent faire une véritable plongée dans l'histoire de la marque, il ne reste qu'à profiter de l'autre événement de l'année: l'ouverture à l'automne 2011, à Florence, d'un musée entièrement dédié à Gucci, avec des archives et des pièces uniques offertes à l'admiration des visiteurs.



1.

Celebrating 90 years in grand style!

With ninety years of luxury to celebrate, Gucci fully intends to mark this important anniversary in 2011! An exclusive line of prêt-à-porter and accessories has been created for this occasion. As Frida Giannini, Creative Director, explains, "*each piece in the collection tells an anecdote, illustrating a chapter in the history of the house of Gucci*". This collection 1921, has a new signature, G. Gucci Firenze 1921. The famous Gucci green is found inside loafers, while leather, a fetish material, is on the face of the woman's watch, and even on sunglasses. The crest and monogram GG appear on the silk scarf or on prêt-à-porter. And those who wish to plunge into the history of the trademark, can take advantage of another event of the year, the opening in the fall of 2011 in Florence of a museum devoted entirely to Gucci, with archives and unique pieces displayed for the admiration of all visitors.

1. Mocassins mors en crocodile, Collection 1921
2. Sacs New Bamboo, Collection 1921

90 ans
en fanfare!



GUCCI

60 Avenue Montaigne

Quelles lignes et inspirations ne manqueront pas de séduire la femme éprise de Gucci?

Pour le Printemps-Été 2011, Gucci ouvre les portes d'une tribu intellectuelle peuplée de femmes exotiques, perçues à travers une dimension urbaine. *«C'est le résultat de la recherche d'une élégance sophistiquée qui dessine une nouvelle esthétique de la femme Gucci»*, explique la Directrice de la Création Frida Giannini. *«Toujours forte et sûre d'elle, qui aime provoquer et séduire avec une pointe d'ironie, jouant avec des couleurs vives et des matériaux précieux, se distinguant ainsi par son attitude d'Amazone moderne»*. Ce retour à la séduction, cette nouvelle féminité sophistiquée, confiante se traduit par les couleurs vives de la sensualité. Déstructurations décontractées et lignes structurées soulignent le corps. Vestes masculines ou vestes cintrées comme celles d'équitation. Jupes tulipes taille haute ou sarouels. Des couleurs vives pour les silhouettes loose des premiers passages en turquoise, orange, violet hortensia, bleu iris, rose antique et Indian Jade. Des effets couleurs peau avec des bandes de cuir. Du noir rock pour une nouvelle palette de noirs associé à du cuir marron, des bombers travaillés avec des franges entrelacées de chaînes et anneaux dorés. Broderies ethniques et bronzes sur les vestes pour les amazones du désert. Le soir, des combinaisons smoking avec une touche masculine, pantalons effet sarouel et parures de bijoux brodées sur le décolleté. Des broderies en cristal, des pompons en soie, du métal. Une atmosphère exotique issue d'un mélange de plumes colorées et de détails en plexiglas pour des robes totem. Les matières illustrent tout le savoir-faire de la Maison: un travail exceptionnel sur le cuir, précieux et artisanal. Les franges créent un effet de relief sur les blousons et se drapent sur les jupes crayon. Tops en veau velours et réalisés au crochet. Pantalons de style équitation en python couleur chair. Du lin ultra léger pour de nouvelles sahariennes. Du satin brillant pour des frissons de sensualité. Tout un univers...

What lines and inspirations will seduce the Gucci woman this season?

For Spring-Summer 2011, Gucci opens the doors to an intellectual tribe of exotic women, perceived in an urban context. *"It is the result of the quest for sophisticated elegance that traces a new aesthetic of the Gucci women,"* explains Creative Director, Frida Giannini. *"Still strong and confident, she likes to provoke and seduce with a touch of irony, playing with lively colors and precious fabrics, distinguishing herself by her attitude of a modern Amazon."* This return to seduction, this new sophisticated, self-assured femininity, translates to the bright colors of sensuality. De-structured and relaxed, with lines emphasizing the body. Masculine jackets or belted equestrian vests. High-waisted tulip skirts or sarouel-style pants. Bright colors for loose silhouettes of turquoise, orange, hydrangea violet, iris blue, antique rose and Indian jade. Skin-tone shades with bands of leather. Black rock with a new palette of blacks associated with brown leather, bomber jackets worked with fringe of braided chains and gold rings. Ethnic, bronze embroidery on jackets for amazons of the desert. For evening, tuxedo suits with a masculine touch, sarouel-style pants and embroidered jewelry sets. Crystal embroidery, silk tassels, metal. An exotic atmosphere created by a mix of colored feathers and Plexiglas details for totem dresses. These materials illustrate the Gucci savoir-faire, exceptional and precious craftsmanship. Fringes create a relief effect on tops and drape pencil skirts. Crocheted suede tops, equestrian style pants in python-skin tones. Ultra light linen for the new Saharan pieces. Bright satins for sensual shivers. A whole world...

Quels accessoires «accompagnent» les silhouettes?

Les accessoires conjuguent tradition et innovation, illustrant parfaitement le savoir-faire Gucci. Les coutures apparentes des mini sacs portés épaule, les cluchs souples et les ceintures dorées en serpent, apportent une touche de folklore. Un nouveau travail de tressage pour des paniers oversize, des bottes à talons aiguille et le nouveau sac «Snaffle Bit». Une attention particulière portée sur le travail du cuir tressé, pour les boots et les sandales dont les talons sont en métal avec des détails en python. Une nouvelle version plus foncée de l'anse du sac «Bamboo». Un effet usé et vintage grâce à un travail manuel pour une diffusion irrégulière de la couleur. Des bracelets dorés oversize d'inspiration berbère et des colliers en bambou. «Gucci 1921», une nouvelle montre avec cadran recouvert en crocodile.

Les hommes apprécient également les collections de la Maison, que porteront-ils ce Printemps-Été?

Frida Giannini a créé une collection dans laquelle les valeurs du détail, l'artisanat et les références créatives à l'intemporel héritage de Gucci sont interprétés dans une élégance qui associe un esprit urbain aux références éclectiques d'un voyageur moderne. Un homme au style impeccable, élégant, libre et excentrique: un nouveau dandy bohémien. La palette varie de différents tons de bleus aux tonalités de terre et aux tons de gris, des teintes claires naturelles aux pointes de couleurs du luxueux python et cuir de vachette, artistiquement traités pour obtenir un nouvel aspect chromatique de tons rougeâtres. Les costumes sont réalisés en soie et mohair effet denim, comme une veste double boutonnage portée avec un t-shirt en soie ultra légère, cardigans bordés de python et pantalons slim avec de légères pinces à la taille et aux hanches. Le style souligne le concept du tailoring à travers les accessoires inédits et particuliers, comme les écharpes en soie lavée, froissées et les bijoux inspirés de l'artisanat berbère: colliers avec pendentifs en corne et corail, bracelets en plaques argentées de maille marocaine avec les symboles de Gucci comme le clou et le mors de cheval. Une atmosphère sportswear définit la veste saharienne, proposée aussi en python enduit, alternée par des trench courts, des vestes sans doublures et une maxi parka en coton technique waterproof avec ceinture en cuir incorporée, à porter avec des pantalons sanglés sur la cheville par des élastiques ajustables. L'authentique esprit de la route des années 70 renaît avec le blouson biker en cuir lavé et taché main avec une broderie en coton créant un tatou graphique, les bombers, les cabans et les vestes safari en vachette façon vintage.



What accessories will accompany these silhouettes?

The accessories combine tradition and innovation, perfectly illustrating the Gucci savoir-faire. The stitching on mini shoulder bags, soft clutches, golden snake-skin belts, add a touch of folklore. New weaving for oversize baskets, boots with stiletto heels and a new handbag, "Snaffle Bit". Special attention is given to woven leather for boots and sandals with metal heels and python details. A new, darker version of the handle on the "Bamboo" handbag. A weathered and vintage effect, thanks to a manual technique for diffusing color. Gold, oversize Berber-inspired bracelets and bamboo necklaces. "Gucci 1921", a new watch with crocodile watch face.

Men are also fond of your collections.

What will they be wearing this Spring-Summer season?

Frida Giannini has created a collection in which detail, craftsmanship and the creative references to the timeless heritage of Gucci are interpreted by an elegance associating urban spirit with eclectic references to a modern traveler. A man with impeccable style, elegant, free and eccentric: a new bohemian dandy. A varied palette of different tones of blue with earth tones and greys, light, natural shades with color accents in luxurious python or calfskin leather, artistically treated to produce a new chromatic effect of reddish tones.

Suits are made of silk and mohair, denim effect, such as a double-breasted jacket worn with a ultra light silk t-shirt, cardigans trimmed with python

and slim trousers with gentle pleats at the waist and hips.

The style underlines the concept of tailoring through original and unusual accessories, such a scarf of washed, wrinkled silk, and jewels inspired by Berber crafts, necklaces with pendants in horn and coral, bracelets of Moroccan silver mesh with the Gucci symbols such as the stud and the bridal bit.

A sporty mood defines the Saharan jacket, also available in python, alternating with short trenches, jackets without lining and a maxi-parka in waterproof cotton with incorporated leather belt, to be worn with trousers strapped at the ankle by adjustable elastic. The authentic spirit of the road of the 1970's is reborn with the biker jacket in washed leather with accents of cotton embroidery creating graphic tattoos, bomber jackets, safari jackets in vintage-style calfskin.



EMILIO PUCCI

36 Avenue Montaigne

Quelles créations les célèbres imprimés Pucci ont inspiré pour le Printemps-Été 2011 ?

Les imprimés inspirent la collection avec leurs couleurs, leur graphisme mais surtout avec leur esprit, à la fois chic et rebelle, comme la femme Pucci !

Les accessoires se distinguent également par des lignes et matériaux originaux...

Les accessoires, pour cette collection qui est un hommage à la Grèce, sont très artisanaux. Tissage à la main pour les sacs et sandales en cuir de veau patiné et doré par le soleil.

Qu'est-ce qui fait que «Vivara» et «Miss Pucci», parfums de la Maison, paraissent à la fois très actuels et intemporels ?

Nous pensons que la marque Pucci possède dans son ADN ces deux aspects complémentaires : actuel / intemporel ! D'ailleurs dans «Vivara» nous avons intégré une note classique galbanum, et dans «Miss Pucci» un floral plus classique et des notes italiennes très fraîches et nerveuses.

What creations have Pucci's famous prints inspired for Spring-Summer 2011 ?

The prints inspire the collection with their colors and their graphics, but above all with their spirit, both chic and rebel, like the Pucci woman!

Your accessories set themselves apart as well, for their original lines and materials...

The accessories for this collection, which is a tribute to Greece, highlight craftsmanship: Hand weaving for handbags and sandals in calfskin, with a sun-warmed, golden patina.

What makes "Vivara" and "Miss Pucci", two Pucci perfumes, seem both timeless and very modern.

We believe that the Pucci trademark has in its DNA these two complementary aspects: timeliness and timelessness! In "Vivara" there is a classic galbanum note, while "Miss Pucci" has more classic floral notes with very fresh nuances, Italian and crisp.



EMILIO PUCCI

36, Avenue Montaigne - Tél. 01 47 20 04 45

www.emiliopucci.com



ELIE SAAB

43 Avenue Franklin D. Roosevelt

Les robes Elie Saab distillent élégance et rêve, quelles sont les grandes lignes de la collection Printemps-Été 2011 ?

Elie Saab s'est inspiré de l'élégance des icônes de mode des années 70, période phare d'une grande féminité associée à l'image d'une femme libre et déterminée. Sa dernière collection de Prêt-à-porter illustre cette époque mythique, en sublimant des robes fluides en jersey rose thé, ou encore des robes ou tuniques aériennes en mousseline imprimée de motifs abstraits pastel. Pour la fin de journée, des couleurs exotiques rappelant l'exubérance de Bahia prennent la relève dans un foisonnement de plissés-drapés : robes de cocktail courtes et ajustées, follement séduisantes, sur un prisme de vert tendre, saumon, bleu ardoise et blanc fumé. Pour le soir, les paillettes grisées effet croco et les longues robes pêche en soie satin lavée affichent des décolletés plongeants. Au travers de ces créations, Elie Saab donne vie à tout un monde de beauté glamour.

Les accessoires Elie Saab complètent admirablement les silhouettes...

Les matériaux riches et précieux et le soin minutieux apporté aux détails sont perceptibles dans une superbe collection de petites pochettes en croco gold ou daim camel, striées de lignes vernies grège. Mais également des minaudières en daim saumon, surlignées de métal, des micro sacs-bijoux parés d'émaux et cristaux, ou texturés d'un entrelacs de cuir ton sur ton gris galet, impeccablement coordonnés à de hautes sandales ouvertes. À chaque moment et occasion du jour et du soir, les créations de la Maison accompagnent ainsi une garde-robe très étudiée, cultivant une élégance impeccable en toute circonstance.

Qu'en est-il de la nouvelle collection Couture ?

Les tailles, ceinturées d'un ruban de gros-grain ton sur ton, révèlent les silhouettes de manière altière. Affleurant à la base du cou, les coupes couvrent le buste avec légèreté, les épaules s'enveloppent de tulle blanc craie, de dentelle nervurée de noir ou rebrodée de pétales rose thé. Des volumes courts s'ouvrent en corolle depuis la taille. Des teintes empruntées à la lingerie se marient avec des fleurs abstraites, tandis que des pétales de tulle et perles nacrées dévorent une robe comme un corail moussieux. Les dentelles et broderies se mêlent et se superposent dans un summum de subtilité, sur une palette printanière de rose thé, parme, framboise, vert anis et blanc craie.

Elie Saab dresses evoke elegance and dreams.

What are the broad lines of the Spring-Summer 2011 collection?

Elie Saab was inspired by the elegance of fashion icons of the 1970's, a key period combining great femininity with the image of the free and determined woman. His latest collection of prêt-à-porter illustrates this mythical period, with flatteringly fluid dresses in tea rose jersey, or dresses and airy tunics in mousseline printed with abstract pastel motifs. For the end of the day, exotic colors bring to mind the exuberance of Bahia, with a flurry of pleated-draping for cocktail dresses, short and fitted, wildly seductive, in a prism of light green, salmon, slate blue and smoky white. For evening, grey glitter with a "croco" effect and long dresses in peach, washed silk satin with plunging necklines. Through these creations, Elie Saab brings to life a whole world of glamorous beauty.

The accessories of Elie Saab admirably flatter these silhouettes.

Rich and precious materials, and the meticulous care given to detail are evident in a stunning collection of small *pochettes* in gold crocodile or camel suede, streaked with grey-beige. But also *minaudières* in salmon suede, accented with metal, micro-jewel bags, trimmed with enamel and crystals, or textures of interlaced tone-on-tone, stone grey, impeccably coordinated with the high, open sandals. For every moment and occasion, day or night, these creations of Elie Saab accompany a very studied wardrobe, cultivating a flawless elegance for all circumstances.

What's new for your Couture collection?

Waists belted with tone-on-tone grosgrain ribbons reveal silhouettes in almost a haughty way. Floating from the base of the neck, cuts cover the bust lightly, shoulders are wrapped in chalk white tulle, in lace ribbed with black or bordered with tea rose petals. Short volumes open out in a corolla from the waist. Hues borrowed from lingerie marry with abstract flowers, while tulle petals and pearly beads devour a dress like sparkling coral. Lace and embroidery mix and overlap for the height of subtlety, on a palette of spring tea rose, lavender, raspberry, anis green and chalk white.

ELIE SAAB





BLUMARINE

56 Avenue Montaigne

La créatrice de Blumarine, Anna Molinari, a récemment reçu le titre de «Cavaliere Del Lavoro» pour l'ensemble du travail qu'elle a accompli depuis trois décennies...

Durant ma carrière, j'ai eu la joie d'être lauréate de nombreux prix. J'ai reçu cette distinction spéciale en novembre 2010, des mains du Président de la République italienne, Giorgio Napolitano, dans mon propre pays, ce qui fait qu'elle revêt une importance particulière pour moi. Au long des années, j'ai poursuivi mes objectifs avec détermination et au prix de nombreux sacrifices, mais avec le privilège d'accomplir un travail enthousiasmant, et à travers lequel je peux exprimer ma créativité et ma sensibilité esthétique. Ce prix est important car il célèbre le mérite entrepreneurial, et j'aurais aimé le partager avec mon mari Gianpaolo. Je suis de nature émotive et impulsive, et si Blumarine est parvenu à un tel succès, c'est grâce à la présence à mes côtés de mon mari, qui a eu un extraordinaire talent visionnaire.

Quelles lignes et matières caractérisent la collection Printemps-Été 2011 ?

La collection Printemps-Été est pleine d'allégresse, de couleurs et de lumière, elle est dotée d'un esprit naturellement luxe. Le style est libre et informel, avec des touches de couleurs vives et l'utilisation de différentes matières. Les couleurs, formes et proportions sont inspirées de la nature : le papillon évoque la féminité, la grâce et la liberté. Le style épouse les plis des tissus et les courbes du corps dans un esprit de vibrante luminosité. Du point de vue des matières, je peux mentionner le tricot de soie et crêpe de viscose, le chiffon crépon reproduisant les rendus froissé et droit, le jersey de soie imprimé avec drapés et reflets brillants.

Le tout nouveau Desi Bag rejoint la famille des sacs et accessoires à succès de la Maison, comment se présente-t-il ?

Le Desi Bag est un sac porté épaule, au style luxueux, destiné à plaire à toutes les femmes. Il est disponible en cuir nappa souple et en daim, et en plusieurs couleurs : ivoire, turquoise, cyclamen et corail pour le modèle cuir, et beige et vert pour la version en daim. Le Desi Bag doit son esprit glamour à son décor de marguerites de métal et à la multitude de franges pour un look affranchi des conventions. Sa forte identité est renforcée, dans la version en cuir, par les animaux imprimés dans des couleurs pastel. Le nouveau sac de Blumarine est entièrement fabriqué en Italie, et se caractérise par la grande qualité des matières et le savoir-faire minutieux, éléments distinctifs de la Maison.

Anna Molinari, founder of Blumarine, was recently honored with the title of «Cavaliere del Lavoro» for her accomplishments over the past three decades....

During my career I received many prizes which made me happy about the results achieved. I received this special award in November, by the President of the Italian Republic Giorgio Napolitano, so it has a particular importance within Italian country and I'm very proud of it. I pursued the goals I set with determination and many sacrifices, but with the privilege of doing a job which I am still very enthusiastic about and in which I can completely express my creativity and aesthetic sensitivity. This award is an important honour for entrepreneurial merits and I would have loved to share it with my husband Gianpaolo: I'm emotional and impulsive by nature and, if Blumarine has achieved this success, it's because I had by my side my husband, who had an extraordinary talent for planning and foresight.

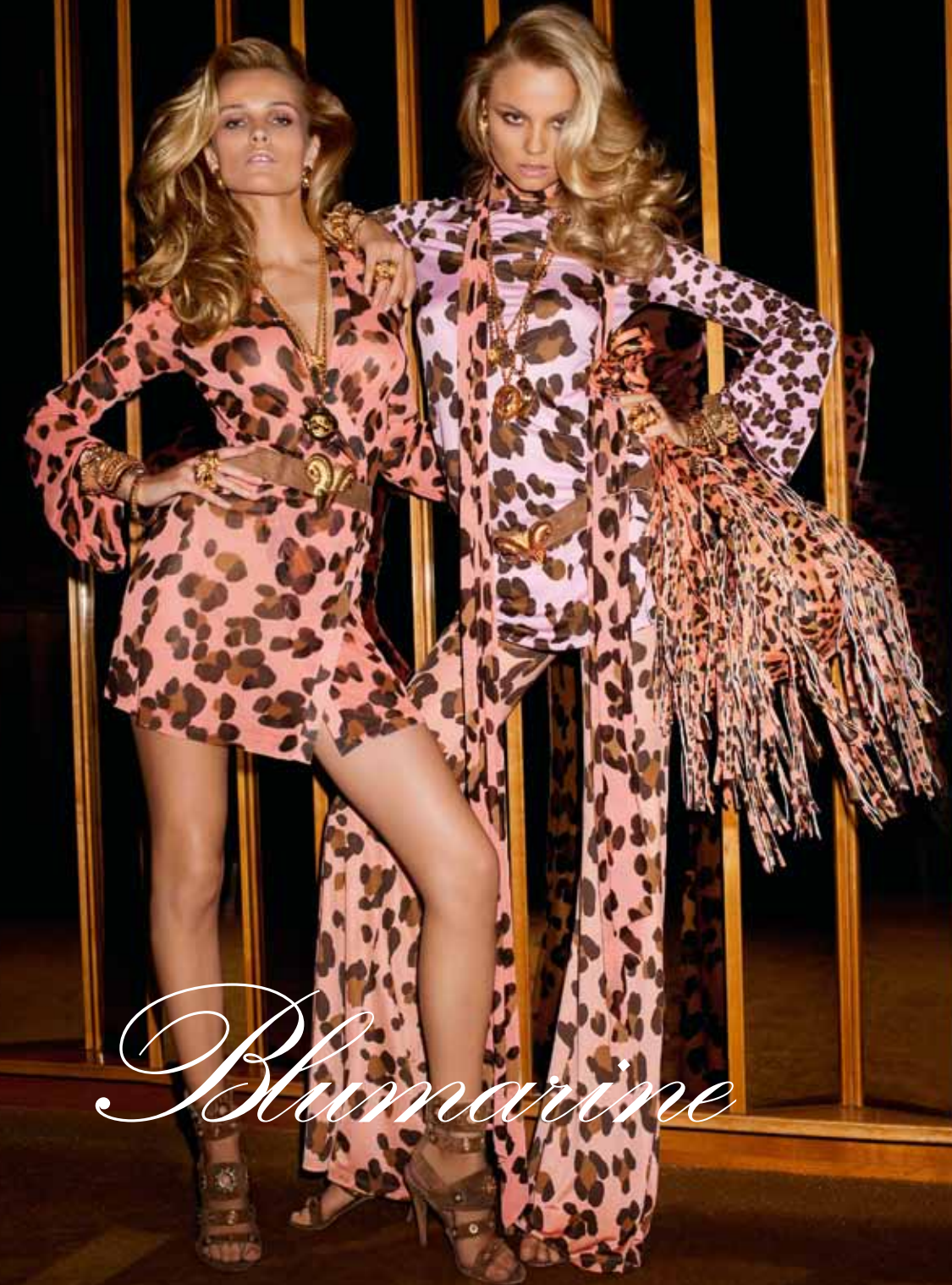
What lines and fabrics characterize your collection for Spring-Summer 2011.

Blumarine s/s 2011 collection is a joyful collection, full of colors and light, with a luxury natural mood. The style is relaxed and free, with touches of bright colour and layering of textures. Nature draws shapes, colours and proportions: the butterfly's image evokes feeling of femininity, grace and freedom. Style follows the folds of fabrics, the weaves of yarns and the curves of the body, in a mood of vibrant lightness. With regard to the materials, I can mention the silk and viscose crêpe knit, the chiffon crépon reproducing crinkled and stretch patterns, the printed silk jersey embellished with drapes, vents and shiny glints.

The brand new Desi Bag joins your firm's family of successful handbags and accessories. What is it like?

Desi Bag is a slouchy, handy shoulder tote, with trendy and luxe design, it is set to meet the needs and aspirations of all women. It is available in two versions, in soft nappa leather and suede, in several colours – ivory, turquoise, cyclamen and coral for the nappa and brown, beige and green for the suede. Desi's glamorous side comes from the metal daisy appliques and the many fringes for a grittier look. Its strong personality is heightened in the version in leather with animal print in marshmallow colours. The new bag from Blumarine, Made entirely in Italy, stands out through the high quality of the materials and careful crafting, distinctive features of the Maison.

Paris, 56 Avenue Montaigne ~ 58 Rue du Faubourg Saint-Honoré ~ www.blumarine.com





LE ROND-POINT DES CHAMPS-ÉLYSÉES UN CARREFOUR D'EXCEPTION

THE ROND-POINT OF THE CHAMPS-ÉLYSÉES
AN EXCEPTIONAL CROSSROADS

André Le Nôtre,
1613-1700

An idea of Le Nôtre

One of the key crossroads of Paris, and among the most glamorous, the Rond-Point of the Champs-Élysées is located at the intersection of the most elegant avenues of the capital. On one side, leading to the Seine river, are the Avenue Montaigne, Avenue Matignon, Avenue Franklin Roosevelt, and, of course, the Champs-Élysées. The initial design was drawn up in 1670 by Le Nôtre, the master of French gardens during the reign of Louis XIV. This was the spectacular culmination of the Roule drive, where the most beautiful carriages once circulated for leisurely strolls. A century later, entrepreneurs attempted to turn this into an early attempt at an amusement park, dubbed Le Colisée. It closed down even before the Revolution due to the decline of the prestige of the area, which had started to look more like a dangerous back street than a fashionable meeting place.



L'idée de Le Nôtre

C'est l'un des croisements essentiels de Paris, et l'un des plus «glamour». Le Rond-point des Champs-Élysées se trouve à l'intersection de certaines des plus chics avenues de la capitale. Il y a d'un côté, menant vers la Seine, l'Avenue Montaigne, puis l'Avenue Matignon, l'Avenue Franklin Roosevelt, et, évidemment, les Champs-Élysées. Son dessin initial a été établi par Le Nôtre, le grand prêtre des jardins à la française, en 1670, sous le règne de Louis XIV. Il servait alors de conclusion spectaculaire à l'allée du Roule, que parcouraient en promenade les plus beaux équipages. Un siècle plus tard, des entrepreneurs tentent d'en faire un lieu de loisirs avec un parc d'attractions avant l'heure, le Colisée, mais il ferme ses portes avant même la Révolution tant le standing des lieux a chuté : il est davantage un coupe-gorge qu'un rendez-vous à la mode.

1. Rond-point des Champs-Élysées, 1900
2. Rond-point des Champs-Élysées, 1950
3. René Lalique, 1860-1945



1.



3.

Sur ce lieu stratégique, le pouvoir a voulu édifier des statues symboliques mais nombreuses sont celles qui sont restées à l'état de projets. Ainsi, l'un des inspirateurs de la Révolution, Jean-Jacques Rousseau, devait s'y voir immortalisé en bronze mais ce souhait de la Convention est balayé par les changements trop rapides de régime. Au temps de la Restauration, on change évidemment de référence : c'est Louis XV, autrefois le Bien-Aimé, qui doit s'y élever. Mais les lenteurs administratives condamnent le projet : lorsque l'on s'apprête à fondre le bronze, voilà que se déclenche inopinément la Révolution de juillet 1830. Même des constructions moins polémiques, comme ces fontaines dessinées par René Lalique, ont eu du mal à se maintenir longtemps en place, menacées par les transformations de la voirie face à un trafic en perpétuelle augmentation. Elles furent démolies dans les années 1950.

From one statue to another

At this strategic location, certain political powers sought to construct symbolic statues, but many of them remained on the drawing boards. One of the instigators of the French Revolution, Jean-Jacques Rousseau, was to be immortalized in bronze here, but before the monument was finished, rapid changes in the political regime put an end to the initiative. Then came the Restoration period and needless to say, the heroes changed: It was now a statue of Louis XV which was to be erected. But bureaucratic delays stalled the project and just as the bronze was ready to be poured, the Revolution of July 1830 broke out suddenly. Even less controversial projects, such as the fountains designed by René Lalique, didn't manage to stand the test of time. Threatened by changes in the road traffic to deal with constantly increasing congestion, the fountains were demolished in the 1950's.



2.

4. Joseph Oller, 1839-1922
5. *Baronne Gourgaud*, peinture de Marie Laurencin
6. Paul Poiret, 1879-1944

Famous residents

Some of the most desirable Parisian addresses are located on the fringes of the Rond-Point. Who wouldn't dream of living at number 1, Rond-Point des Champs-Élysées? The first person to have had this privilege was a businessman from the Catalan region named Joseph Oller. His name has been long forgotten, but the name of one of his most famous creations lives on today: *le Moulin Rouge*. He was also behind the creation of the *Olympia*, another renowned Parisian music hall. Also living at the same address were the Baron and Baroness Gourgaud, whose names have lived on thanks to their collection of modern art, (certain pieces of which can be admired at Paris's Pompidou Museum), and through portraits of them by famous artists, including Marie Laurencin. In the history of fashion, number 1 Rond-Point des Champs-Élysées is also famous for the boutique that Paul Poiret opened here in 1925. Just a few years before the crash of 1929, which put an end to his empire, he revolutionized the concept of a fashion boutique by giving fundamental importance to the show window.



4.



5.



6.

Célèbres habitants



Sur le pourtour du Rond-point s'élèvent certaines des adresses les plus disputées de Paris. Qui ne rêverait d'habiter au 1, Rond-point des Champs-Élysées? Ce privilège fut d'abord celui de Joseph Oller, entrepreneur catalan. Son nom a été oublié, pas celui de sa création la plus fameuse : le Moulin Rouge. Il fut aussi à l'origine de l'Olympia. À la même adresse vécurent ensuite le baron et la baronne Gourgaud, dont le nom a survécu à travers leur collection d'art moderne (une partie peut être admirée au Centre Pompidou) et les portraits que firent d'eux des artistes renommés (notamment Marie Laurencin). Dans l'histoire de la mode, le 1, Rond-point des Champs-Élysées est notable pour la boutique qu'y ouvrit Paul Poiret en 1925. Quelques années à peine avant que la crise de 1929 ait raison de son empire, il révolutionnait le concept de magasin de mode, donnant une importance fondamentale à la vitrine.



De Paul Poiret à Dassault



From Paul Poiret to Dassault

Two neighboring mansions belonged at one time to the same owner: Felicie Sabatier d'Espeyran, the widow of a wealthy merchant from Montpellier. Number 7, which was the Hôtel d'Espeyran, is today the home of Artcurial, an important Parisian auction house. Next door, number 9, called the Hôtel du Rond-Point, has long been associated with the name Marcel Dassault. The editorial offices of Dassault's magazine, *Jours de France*, were located in this building and it remains today the headquarters of the Dassault group. This had been the site of another mansion, Le Hon, built by the Duke of Morny, Napoleon III's stepbrother, for his mistress the Countess Le Hon. A little further on at number 12-14, is the Bamberger mansion, named for the founder of the *Banque Paris et Pays-Bas*, which was also the home of the editorial offices of the *Figaro* newspaper and of the couture house of Jean Dess, (Aristotle Onassis' couturier), where the young Valentino, newly arrived in Paris, made his debut.

Deux hôtels mitoyens ont eu un temps la même propriétaire: Félicie Sabatier d'Espeyran, veuve d'un riche commerçant de Montpellier. Au 7, dit hôtel d'Espeyran, officie aujourd'hui la maison de ventes Artcurial. Le 9, dit hôtel du Rond-point, a, lui, été longtemps associé au nom de Marcel Dassault. C'est ici qu'était installée la rédaction de son magazine, *Jours de France*, et c'est encore le siège, aujourd'hui, du groupe Dassault. Au même emplacement s'élevait auparavant l'hôtel Le Hon, construit par le duc de Morny, demi-frère de Napoléon III et créateur de Deauville, pour sa maîtresse, la comtesse Le Hon. Au 12-14, l'hôtel Bamberger, du nom du fondateur de la Banque de Paris et des Pays-Bas, a aussi accueilli la rédaction du *Figaro* et la Maison de couture Jean Dessès (chez qui s'habillait Aristote Onassis), où le jeune Valentino, à peine arrivé à Paris, fit ses premières armes.



1.



1. Jean Dessès, 1904-1970
2. Jean-Louis Barrault, 1910-1994
Madeleine Renaud, 1900-1994

À l'origine du Théâtre du Rond-point, célèbre institution culturelle, se trouve la compagnie Renaud-Barrault. À la fin des années 1970, les deux célèbres comédiens (Madeleine Renaud et Jean-Louis Barrault) doivent quitter une nouvelle fois les lieux qu'ils occupent: ils sont en effet installés dans la gare d'Orsay qui doit être transformée en musée de l'art du XIX^e siècle. En remplacement, on leur propose la Rotonde des Champs-Élysées, en face du théâtre Marigny (qu'ils avaient également connu, en 1953, au début de leur itinérance). Dans ce qui fut un panorama puis une patinoire, le nouveau théâtre, entièrement redessiné à l'intérieur, est inauguré en 1981. Après une décennie sous la direction Renaud-Barrault, marquée par des œuvres de Marguerite Duras ou Samuel Beckett, le théâtre connaît une période faste avec Marcel Maréchal, entre 1995 et 2000. Le théâtre est aujourd'hui dirigé par Jean-Michel Ribes et propose une programmation diversifiée et souvent iconoclaste.



2.

Lever de rideau

Curtain's Up

In the beginning, the *Théâtre du Rond-Point*, a Parisian cultural institution, was the home of the Renaud-Barrault theater company. In the late 1970's, these two famous actors, Madeleine Renaud and Jean-Louis Barrault, were asked to leave their quarters in the old Orsay train station, which was destined to be transformed into a museum dedicated to 20th Century art, the Orsay Museum. They were relocated in the Rotonde des Champs-Élysées, just across from the Théâtre Marigny, where the couple had performed in the 1950's at the beginning of their partnership. The building, formerly housing an ice skating rink, was completely redesigned and transformed into a theater which opened in 1981. After more than a decade under the direction of Renaud-Barrault, when the theater presented the works of Marguerite Duras, Samuel Beckett and others, it came under the direction of Marcel Maréchal from 1995 to 2000. Today the theater is directed by Jean-Michel Ribes and presents a diverse and often iconoclastic repertoire of works.



Le Tour en beauté



On pourrait enrichir longuement la liste des événements et des lieux qui ont marqué l'histoire du Rond-point des Champs-Élysées. Le drugstore Publicis a ainsi laissé un souvenir durable. Le premier de ces magasins d'un type nouveau à Paris – mêlant librairie, tabac, brasserie – avait été créé en 1958 à l'Étoile par Marcel Bleustein-Blanchet, qui en avait eu l'inspiration en se promenant à New York, à jeun, un soir... Le drugstore du Rond-point fut le troisième établissement après celui de Saint-Germain-des-Prés. Ouvert en 1970, sa fin a été peu flamboyante : cédé par Publicis, il a fermé en catimini le dernier jour de l'année 2001. Le Tour de France, en revanche, n'a jamais déserté les lieux depuis 1975. Auparavant, il s'achevait au Parc des Princes mais le parcours de la dernière étape a été modifié à la demande d'Yves Mourousi et des organisateurs de l'épreuve. Son passage par le Rond-point (à plusieurs reprises car il s'agit d'un circuit en boucle) signe depuis près de quarante ans l'apothéose de l'épreuve : le sprint final sur la plus belle Avenue du monde...

Highlight of the Tour de France

There is no end to the list of rich events and sites that have marked the history of the Rond-Point des Champs-Élysées. The Drugstore Publicis, for example, has left a lasting legacy. It was the first of a new type of store to open in Paris, selling a combination of books, cigarettes, and snacks, created in 1958 near the Arc de Triomphe by Marcel Bleustein-Blanchet, who had the idea one late night while walking, with an empty stomach, through the streets of New York. The Drugstore of the Rond-Point was the third store, created after that of Saint-Germain-des-Prés. Opened in 1970, its demise was less than flamboyant. Sold by Publicis, it closed quietly on the last day of 2001. On the other hand, the Tour de France has remained loyal to this site since 1975. Prior to that date, the famous French cycling race finished at Paris's Parc des Princes. The itinerary of the last round was modified at the request of television anchorman Yves Mourousi and the organizers of the event. Images of cyclers looping around the Rond-Point several times in succession have marked the highlight of this race for nearly forty years, a final sprint on the world's most beautiful avenue.



*Parisienne au Rond-point
des Champs-Élysées
de Jean Béraud,
1849-1935*

Rond-point des Champs-Élysées







(Incomparable view of the Eiffel Tower)

An Extraordinary Collection)(Dorchester Collection

The Dorchester LONDON The Beverly Hills Hotel BEVERLY HILLS Le Meurice PARIS Hôtel Plaza Athénée PARIS Hotel Principe di Savoia MILAN The New York Palace NEW YORK Hotel Bel-Air LOS ANGELES Coworth Park ASCOT (2010) 45 Park Lane LONDON (2010)



The Hôtel Plaza Athénée, located on the prestigious Avenue Montaigne, Paris' avenue of Haute Couture, invites you to savour unique and amazing experiences. Take a leisurely ride around the streets of Paris on a geranium-red Plaza bicycle or relax in the hotel's elegant horse-drawn carriage before retreating into one of the 191 rooms and suites. Decorated in a classical style or in an Art Deco style, the apartments reflect the refinement of Paris and integrate state-of-the-art technology offering you the utmost comfort. Take a break and relax in the *Dior Institut at the Plaza Athénée*, continue the evening in the Haute Cuisine restaurant *Alain Ducasse at the Plaza Athénée* and sip one of the audacious and creative cocktails at the Bar, which combines classic and modern, and continues to astonish and wow the A-list of Parisian beauties that regularly frequent its walls.



Hôtel Plaza Athénée - 25 avenue Montaigne - 75008 Paris - Tel. 33 (0)1 53 67 66 65 - www.plaza-athenee-paris.com



1900: UN TRIOMPHE POUR *R*ODIN

1900: RODIN'S TRIUMPH

Exposition universelle,
1900



Au cœur de
l'Exposition
universelle

At the heart of the world's fair

In 1900, Auguste Rodin was already an idol. But he retained the independent spirit of an eternal rebel. When Paris hosted its world's fair, the *Exposition Universelle*, this free-minded artist decided to set himself apart, organizing his own personal retrospective. He installed his pavilion at a strategic site, Place de l'Alma, where he presented a well-staged collection of his own creations. It was located near the heart of the official exhibition, which spread from the Champ de Mars to the Palais de Chaillot, and from the Explanade des Invalides to the Petit and Grand Palais (both of which were constructed for the exhibition and still exist today). Here Rodin presented numerous sculptures (165 in all, including marbles, bronzes and plaster models), but also drawings and photographs of his works, a very avant-garde initiative for the time.

En 1900, Auguste Rodin est déjà un monstre sacré. Mais il a gardé l'indépendance d'esprit d'un éternel rebelle. Alors que Paris accueille l'Exposition universelle, il se permet de faire bande à part et de monter sa rétrospective personnelle. Il installe un pavillon dans un quartier névralgique, place de l'Alma,

et y organise une mise en scène étudiée de sa propre création. Il est tout près du cœur de l'Exposition universelle, qui s'étend du Champ de Mars au Palais de Chaillot, de l'Esplanade des Invalides aux Petit et Grand Palais (ces deux monuments ont survécu dans la géographie parisienne). Rodin y présente de nombreuses sculptures (165 entre marbres, bronzes et plâtres), des dessins, mais aussi, et c'est une attitude avant-gardiste pour l'époque, des photographies de ses œuvres.

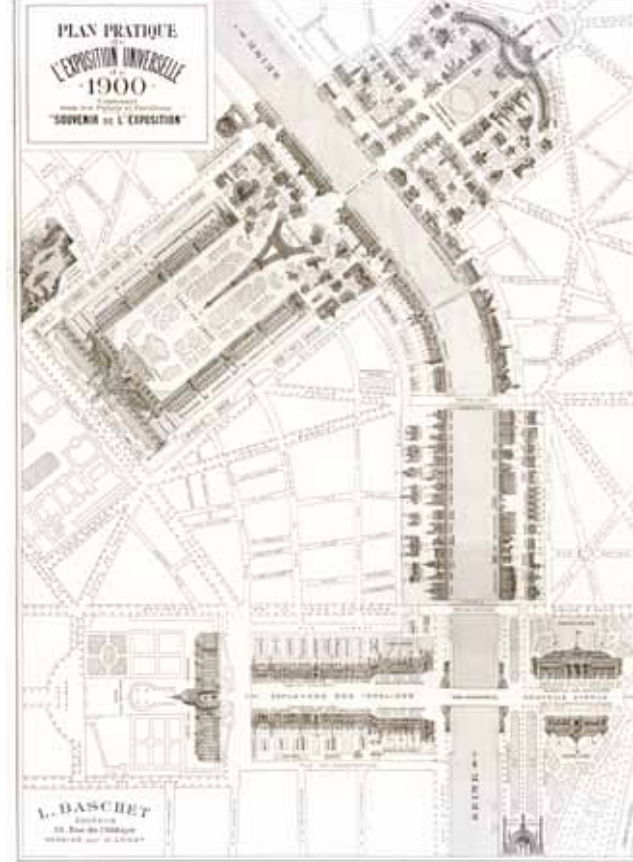


La visite du ministre

The minister's visit

Once past the grand entrance graced with large white columns, the stage was carefully set in a light-filled room hung with awnings for the visitor to appreciate the full glory of the art of this great sculptor, who was celebrating his sixtieth birthday in grand style. Rodin had been angered by the attitude of the establishment since his humiliation two years earlier in 1898, with the rejection of his statue of *Balzac* by the *Société des Gens de Lettres*. (This statue can be seen today at the intersection of Blvd Raspail and Avenue Montparnasse.) Nevertheless, the presence of the minister of public education and fine arts, George Leygues, at the inauguration of his pavilion, confirmed that Rodin was indeed among the glories of France. What a long way he had come since the 1860's when the artist, disappointed by three failures to pass the entrance exam for the *École National des Beaux-Arts*, the fine arts academy, was forced to earn his living as a brick layer.

Après une entrée grandiose, avec de grandes colonnes blanches, tout est mis en œuvre, dans une salle claire tendue de velums, pour que le visiteur soit imprégné, imbibé de l'art du grand sculpteur, qui fête son soixantième anniversaire de façon magistrale. Rodin était furieux contre l'attitude de l'establishment depuis le camouflet reçu deux ans auparavant, en 1898, avec le refus par la Société des gens de lettres de sa statue de *Balzac* (aujourd'hui visible au croisement du boulevard Raspail et de l'avenue du Montparnasse). Pourtant, la présence du ministre de l'Instruction publique et des Beaux-Arts, Georges Leygues, lors de l'inauguration du pavillon, confirmait que Rodin faisait bien partie des gloires de la France. Que de chemin parcouru depuis les années 1860 quand l'artiste, endolori par trois échecs au concours d'entrée à l'École nationale des beaux-arts, devait gagner sa vie comme maçon...



Il y a dix ans (mars-juin 2001), l'exposition de 1900 a été partiellement remontée au musée du Luxembourg. L'un des objets passionnants de cette relecture était la maquette réalisée au 1/20^e par des étudiants de l'École des arts appliqués Olivier de Serres (aujourd'hui visible à l'atelier de Rodin à Meudon). On y voyait la structure du pavillon mais aussi une partie des sculptures disposées à l'intérieur – le *Balzac* précité ou les célèbres *Bourgeois de Calais*. Mais une autre sculpture monopolisait l'attention : il s'agissait de la mythique *Porte de l'enfer*, que l'État avait commandée à l'artiste vingt ans auparavant et qui, en 1900, n'était toujours pas livrée... Les visiteurs se pressaient autour de ce monument, qui allait devenir le symbole d'une création perpétuellement inachevée. Rodin y travaillera par intermittence jusqu'à sa mort en 1917 mais elle ne sera fondue en bronze qu'après sa mort et devra attendre 1937 pour être installée au musée Rodin, son ancien atelier.



The unfinished door

Ten years ago (March-June 2001), the exhibition of 1900 was partially reconstituted at the Luxembourg Museum. One of the most fascinating objects of this simulation was a model of Rodin's pavilion produced by students of the Olivier de Serres School of Applied Arts, today on display in Rodin's studio in Meudon. In this model, one twentieth of the size of the original, one could observe the structure of the pavilion, but

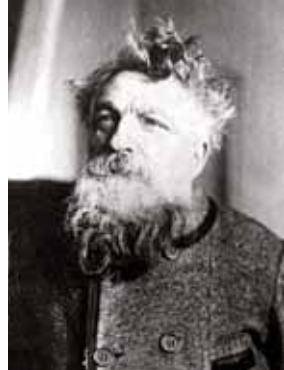
also many of the sculptures exhibited inside, such as the statue of *Balzac* and the famous *Bourgeois de Calais*. But another sculpture drew everyone's attention: It was the legendary *Porte de l'Enfer*, (the gate to hell), which the state had commissioned from the artist twenty years earlier and which had not yet been delivered in 1900. Visitors thronged around this monument, which would become the symbol of the perpetually unfinished creation. Rodin worked on this intermittently until his death in 1917, but it would not be cast in bronze until after his death. It wasn't until 1937 that it was installed in the Rodin Museum, his former studio.



Une Porte sans fin



Rodin star mondiale



Auguste Rodin,
1840-1917

Rodin, a world star

In 1900, the care and attention that Rodin devoted to the publication of a catalog of his exhibition was also very new. For the text of this publication, Rodin called upon noted writers and also solicited the contributions of colleagues such as Claude Monet and Eugene Carrière, who gave the best they had to offer. For the occasion, Carrière produced a lithograph of Rodin at work which would be used on the poster of the exhibition. Fifty million people visited the *Exposition Universelle*. Only a part of the visitors would stop at Rodin's Pavillon de L'Alma, after visiting the *Grand Guignol*, the *Palais de la Dance* or the *Manoir à l'Envers* – the nearest attractions. Nonetheless, Rodin's reputation was further enhanced by this event. He would go on to receive the Légion of Honor, would exhibit in London, Düsseldorf, Vienna and even in Tokyo (in 1912), and his statue *Le Penseur* (the Thinker), presented in 1904, would become one of the icons of the twentieth century.



En 1900, l'attention accordée par Rodin à la publication d'un catalogue était aussi toute nouvelle. Pour sa rédaction, Rodin fit appel à de bonnes plumes et à des collègues comme Claude Monet ou Eugène Carrière qui donnèrent le meilleur d'eux-mêmes. Carrière réalisa pour l'occasion une lithographie présentant Rodin en plein travail: elle servira d'affiche à l'exposition. Cinquante millions de visiteurs parcourront l'Exposition universelle. Une partie d'entre eux seulement, après avoir visité le Grand Guignol, le Palais de la danse ou le Manoir à l'envers – les attractions les plus proches – feront une halte au Pavillon de l'Alma. Mais la notoriété de Rodin sera encore accrue par cet événement. Il sera fait commandeur de la Légion d'honneur, exposera à Londres, Düsseldorf, Vienne et même Tokyo (en 1912) tandis que la statue du *Penseur* (présentée en 1904) deviendra l'une des icônes du XX^e siècle.



EXPOSITION RODIN



PRIX D'ENTRÉE

Semaine... 1^{fr}.

Vendredi... 5^{fr}.

Dimanche Gratuit

1^{er} JUIN-NOVEMBRE
Place de l'Alma

COIN DE L'AVENUE MONTAIGNE





DIANE VON FURSTENBERG

29 Rue François 1^{er}

Rappelez-nous les grands moments de création de la griffe Diane von Furstenberg depuis son inauguration, en 1972.

La Maison Diane von Furstenberg a été fondée en 1972 par la styliste. Célèbre pour ses robes portefeuille et ses imprimés, Diane von Furstenberg a vendu des millions de robes, qui symbolisent le pouvoir de la femme et la liberté de toute une génération, assortis d'un conseil aux femmes «Sentez-vous Femme, portez une robe». En 1997, après une décennie passée à l'écart du monde de la mode, Diane réapparaît sur le devant de la scène new-yorkaise et fonde DVF Studio, un atelier de stylisme dans le Meatpacking district à New York. Au printemps 2001, Diane ouvre sa première boutique en propre, Diane von Furstenberg the Shop. Et depuis, ne cesse de concevoir de nouveaux modèles...

Le domaine créatif de la Maison est largement étendu : prêt-à-porter, accessoires, chaussures, optique...

Le domaine créatif de la Maison est effectivement vaste : prêt-à-porter, accessoires, chaussures, optique... En très peu de temps, Diane von Furstenberg est devenue une marque de luxe globale : deux lignes de prêt-à-porter, maillots de bain, sacs, chaussures, bagages, accessoires, joaillerie, parfum, optique et maison. C'est tout un univers en harmonie avec les valeurs de sa créatrice, et ses exigences de qualité.

La griffe est largement présente dans le monde, avec des points de vente dans 71 pays, y a-t-il des ouvertures prévues cette année ?

Plusieurs ouvertures sont planifiées, elles concernent le Chine, l'Australie, le Brésil et les États-Unis.

Tell us about the important moments in the creation of the Diane Von Furstenberg trademark since its inauguration in 1972.

The Diane Von Furstenberg firm was founded in 1972 by the designer. Famous for her wrap-around and printed dresses, Diane von Furstenberg has sold millions of dresses, symbolizing the power of women and the liberty of an entire generation, accompanied by this advice for women, "Feel like a woman, wear a dress." In 1997, after a decade away from the world of fashion, Diane came back into the limelight of the New York scene, founding DVF Studio, a design studio in the meatpacking district of New York. In the spring of 2001, Diane opened the first boutique of her own, Diane von Furstenberg, the Shop. And since then, she hasn't stopped creating new models.

The creative range of the company has been greatly expanded: prêt-à-porter, accessories, shoes, glasses....

Yes, the creative range of the firm is truly vast: prêt-à-porter, accessories, shoes, optics. In a very short period of time, Diane von Furstenberg has become a global luxury trademark; two lines of prêt-à-porter, swimwear, handbags, shoes, luggage, accessories, jewelery, perfume, optics and home design. It is an entire universe in harmony with the values of its creator and her exacting requirements for quality.

The label is widely represented all over the world, with points of sale in 71 countries. Are new openings scheduled for this year?

Several openings are in the planning. They concern China, Australia, Brazil and the United States.



DVF

DIANE VON FURSTENBERG

29 RUE FRANCOIS 1ER 75008

14 RUE D'ALGER 75001

81 RUE DES SAINTS PÈRES 75006

NEW YORK LOS ANGELES BOSTON LAS VEGAS MIAMI DALLAS SAO PAULO LONDON BRUSSELS ANTWERPEN KNOCKE MADRID ATHENS
ISTANBUL MOSCOW DUBAI HONG KONG BEIJING SHANGHAI MACAU JAKARTA KUALA LUMPUR SINGAPORE SEOUL TOKYO SYDNEY

DVF.COM



DESSANGE

39 Avenue Franklin D. Roosevelt

Quelles teintes et lignes caractérisent la femme Dessange à travers votre dernière collection coiffure?

Notre prochaine collection Printemps-Été 2011, raffinée et naturelle, s'inspire de l'atmosphère de la French Riviera: lumière, simplicité et sophistication. Une ambiance à même de révéler l'allure de la femme Dessange dans ses envies de liberté. Les coupes sont dessinées ou souples, mais toujours signées d'un naturel sophistiqué. Dessange s'inscrit plus que jamais dans son expertise du blond, symbole de rareté et d'élégance: Californien, Nacré ou Vanille, les blonds de cette collection sont éclatants et rayonnants.



Benjamin Dessange
Président du Directoire
DESSANGE International

Quelles sont vos nouveautés en termes de produits de soin, de beauté et de maquillage?

Les grandes nouveautés de ce début d'année traduisent notre volonté de prendre soin de toutes les facettes de la beauté féminine. Pour accompagner les nouveautés coiffure de ce Printemps-Été, nous avons créé «Croisière», une collection maquillage lumineuse, aux teintes beiges et rosées, douces et harmonieuses. Le soin se pare de nouveaux écrins aux formes simplifiées et modernes telle Révélation Jeunesse, Soin de nuit régénérant ou le tout nouveau Booster de Beauté, Sérum royal hydratant.

Avez-vous de nouveaux partenariats dans le domaine du cinéma?

La Maison Dessange s'associe à un nouvel événement, le Prix Romy Schneider et Patrick Dewaere 2011, et conforte sa position de Partenaire officiel incontournable du 7^e art. Ce Prix fait naturellement écho à la Maison Dessange à travers ses valeurs d'authenticité et de professionnalisme. Le palmarès hors du commun des lauréats montre la place extraordinaire du Prix auprès de la profession mais aussi des médias français et européens.

What are the colors and lines of the Dessange women, characterized by your latest collection of hair styles?

Our next collection, Spring-Summer 2011, refined and natural, takes its inspiration from the atmosphere of the French Riviera: light, simplicity and sophistication. It is an ideal ambiance for revealing the allure of the Dessange woman in all of her liberty. The cuts are structured or fluid, but always marked by a natural sophistication. More than ever, Dessange distinguishes itself through its mastery of blonds, a symbol of rarity and elegance: Californian, Pearly or Vanilla, the blonds of this collection are vibrant and radiant.

What's new this season in the area of beauty products, make-up and beauty treatments?

The big news for the beginning of this year reflects our commitment to caring for all aspects of feminine beauty. The new hair styles for Spring-Summer are complemented by the newly created "Croisière" line, a collection of luminous make-up, with soft and harmonious beige and pale rose hues. Our beauty treatments include new collections, simplified and modern such as *Révélation Jeunesse*, the regenerative *Soin de Nuit*, and the new *Booster de Beauté*, moisturizing *Sérum Royal*.

Do you have new partners in the film world?

Dessange has recently associated itself with a new event, the *Prix Romy Schneider et Patrick Dewaere 2011*, thus confirming its role as Official Partner of the 7th Art and the French film industry. This prize is a natural echo of Dessange's values for authenticity and professionalism. The outstanding achievements of the winners show the extraordinary place this prize holds within the profession, as well as in the French and European press.

PORTRAIT DE FEMMES



DESSANGE
PARIS

dessange.com



VENDANGES DE L'AVENUE MONTAIGNE: UN CRU MÉMORABLE

AVENUE MONTAIGNE'S VENDANGES, A MEMORABLE VINTAGE

20 ans déjà!

Already 20 years!

The Avenue Montaigne's biennial *Vendanges* event took on a certain solemnity in the Fall of 2010. This traditional harvest festival launched in 1990 celebrated its twentieth anniversary. Originally conceived as a convivial exchange around luxury goods and fine French wines (including Champagne), an exchange between fine trademarks and their clients, this harvest festival quickly assumed an important place in the Parisian Fall calendar. Based on partnerships between prestigious marks of the Avenue Montaigne and producers of France's finest wines, this celebration marks the opening of a festive, crisp season, and is often memorable for its spectacular settings. Elegant tents take their place on the avenue and refined buffets draw numerous and elegant crowds. The *Vendanges* concept initiated by the Avenue Montaigne has, in fact, inspired other spin-off events, including a successful adaptation in September 2009 on Avenue Louise in Brussels. Milan's Via Montenapoleone is currently planning a similar project.



Le rendez-vous biennal de l'Avenue Montaigne revêtait une certaine solennité à l'automne 2010. Les traditionnelles vendanges, lancées en 1990, fêtaient en effet leur vingtième anniversaire. Imaginées au départ comme une rencontre conviviale autour du luxe et du bon vin (Champagne compris!) entre les Maisons et leurs clients, les vendanges se sont définitivement ancrées dans l'agenda parisien. Basées sur des partenariats entre enseignes de l'Avenue Montaigne et grands producteurs des régions viticoles, elles permettent une entrée festive dans la saison fraîche, dans un décor souvent spectaculaire. Des tentes élégantes se déploient sur l'Avenue et les buffets raffinés y accueillent une assistance nombreuse mais toujours élégante. Le concept de Vendanges initié sur l'Avenue Montaigne a d'ailleurs fait des émules: on en a vu une adaptation réussie en septembre 2009, à Bruxelles, Avenue Louise, et la Via Montenapoleone de Milan caresse un projet similaire.

Pièces jaunes, toujours

Comme à chaque édition, on a veillé à maintenir l'engagement philanthropique qui caractérise les Vendanges depuis plusieurs années. Un chèque a été remis par le comité Montaigne à Madame Bernadette Chirac en faveur de l'opération «Pièces jaunes», pour financer des actions dans le cadre de la Fondation hôpitaux de Paris-hôpitaux de France. Depuis 1990, «Pièces jaunes», en utilisant la menue monnaie qui encombre souvent les poches, a permis de financer près de 7 000 projets pour améliorer la vie des enfants et des adolescents hospitalisés. Ce geste émouvant donnait le coup d'envoi de la soirée, qui allait se poursuivre ce 23 novembre 2010 jusqu'à 23 heures dans un climat clément. La météo, il faut le croire, est elle aussi une fan des Vendanges... Les quelque 37 tentes et dais montés pour l'occasion ne devaient pas désemplir jusqu'à la fin de la soirée, permettant de combiner de façon agréable la bonne chère, les précieux nectars et le shopping.

La soirée fut aussi l'occasion de lancer les illuminations de l'Avenue Montaigne, qui sont parmi les plus sophistiquées de la Ville Lumière et qui ont duré jusqu'à l'année nouvelle. De grands globes de lumière blanche, des arbres vêtus de guirlandes rouges faisaient bonne figure à côté des messieurs en smoking ou des dames à chapeau, aussi bien coiffées que les célèbres Catherinettes. Après la Fashion Night du mois de septembre – autre rendez-vous qui a réussi à s'imposer en très peu de temps – les Vendanges offraient une parenthèse détendue avant le rush du premier trimestre 2011 et les nombreux défilés programmés pour présenter les nouvelles collections. De A à Z, d'Apostrophe à Zadig & Voltaire et d'Antinori (vin toscan) à Vranken, tous les participants ont été une nouvelle fois très satisfaits par la tenue de l'événement, qu'ils ont conclu par une simple invitation : rendez-vous en 2012!

Et la lumière fut!



Copper coins forever

Every year, the *Vendanges* continues the philanthropic commitment that it has maintained for many years. And this year, the Comité Montaigne presented a check to Madame Bernadette Chirac in support of this former First Lady's "Pièces Jaunes" (copper coin) campaign, benefiting a foundation for the public hospitals of Paris and France. Since 1990 this "Pièces Jaunes" initiative has called upon the public to contribute the loose change that often clutters

their coin purses and pockets to this cause that finances nearly 7000 projects for improving the lives of hospitalized children and adolescents. This moving moment on November 23rd 2010 was the send-off of an evening that continued until 11 PM in the most favorable climate. The weather was particularly supportive for this *Vendanges*... The more than 37 tents and awnings set up for the occasion would continue to welcome guests well into the night, with a very pleasant mix of precious nectars, delicate dishes and shopping.

© YSABEL DUBUGET

Let there be light!

This evening was also the occasion for turning on the lights of the Avenue Montaigne, which are among the most sophisticated of the City of Light and which would continue to twinkle until the New Year. Large globes of white light and trees dressed in red garlands provided the perfect setting for men in tuxedos and ladies with hats, as beautifully coiffed as the famous "Catherinettes". After September's Fashion Night

(another event that has assumed an important place in a very short time), the *Vendanges* offered a relaxing moment before the rush of the first trimester of 2011 with its numerous fashion shows, scheduled for presenting the new collections. From A to Z, from Apostrophe to Zadig & Voltaire, and from Antinori (Tuscan wines) to Vranken, all of the participants were, once again, very satisfied by the outcome of this event which ended with a simple invitation: Rendez-vous in 2012!



Informations pratiques

Practical Information



TRANSPORTS PUBLICS

PUBLIC TRANSPORT

STATIONS DE MÉTRO/METRO STATIONS:

Alma-Marceau (ligne 9, *Line 9*) et
Franklin-D. Roosevelt (lignes 1 et 9, *Lines 1 and 9*)
RER C: Pont de l'Alma
BUS: 28, 32, 42, 49, 52, 63, 72, 73, 80, 83, 92
www.ratp.fr

TRAJET DEPUIS L'AÉROPORT DE ROISSY CHARLES DE GAULLE

FROM ROISSY CHARLES DE GAULLE AIRPORT

RER B ou D jusqu'à Châtelet-Les Halles puis ligne 1 du métro
jusqu'à Franklin-D. Roosevelt ou bus Air France jusqu'à Place de l'Étoile.
*RER B or D to Châtelet-Les Halles metro, then take metro line 1
to Franklin-D. Roosevelt or take the Air France Bus to Place de l'Étoile.*

TRAJET DEPUIS L'AÉROPORT D'ORLY

FROM ORLY AIRPORT

RER B jusqu'à Châtelet-Les Halles puis ligne 1 du métro
jusqu'à Franklin-D. Roosevelt ou bus Air France jusqu'aux Invalides.
*RER B to Châtelet-Les Halles metro, then take metro line 1
to Franklin-D. Roosevelt or take the Air France Bus to Invalides.*

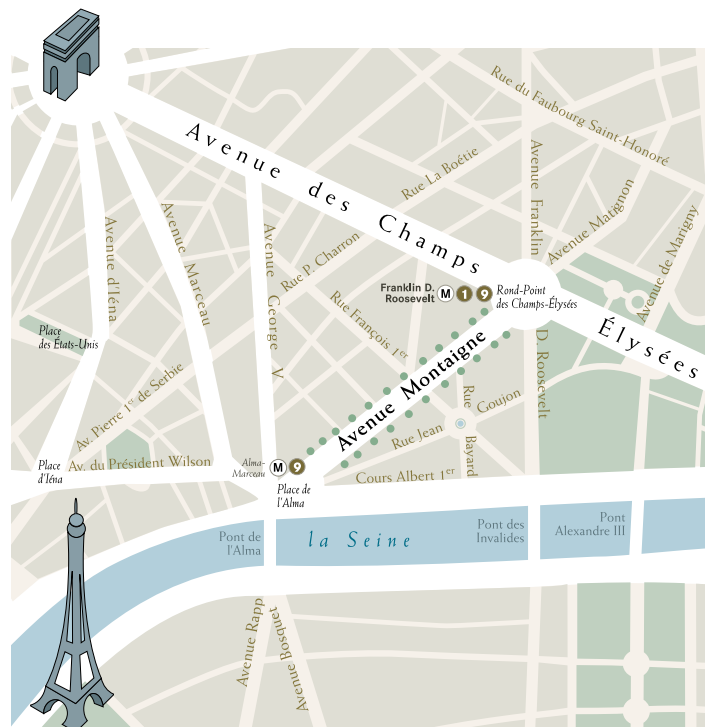
www.aeroportsdeparis.fr

OFFICE DE TOURISME DE PARIS

PARIS TOURIST OFFICE

25 rue des Pyramides - 75001 Paris - Tél. : 0892 68 3000
STATIONS DE MÉTRO/METRO STATIONS: Pyramides
Du lundi au samedi de 10h à 19h. Dimanche et les jours fériés de 11h à 19h.
Monday to Saturday from 10am to 7pm. Sunday and Holidays from 11am to 7pm
www.parisinfo.com





Avec nos remerciements pour sa collaboration au COMITÉ MONTAIGNE
Our thanks to the COMITÉ MONTAIGNE for its collaboration

RÉALISATION ET PUBLICITÉ/PRODUCTION AND PUBLICITY ART'COMMUNICATION 6, rue Alfred Roll, 75017 Paris
 Tél. 33(0)1 42 12 97 97 - Fax 33(0)1 42 12 97 98 - Art.fab@wanadoo.fr
www.avenuemontaigneguide.com

COORDINATION/COORDINATION Sabrina Douïé – RÉDACTION/EDITING AND TEXT Rafael Pic - Yamina Benaï – RELECTURE/COPY EDITEUR Christine Proly
 PHOTOGRAPHIES/PHOTOS Valérie Delebecque – TRADUCTION/TRANSLATION Stephanie Curtis – CONCEPTION GRAPHIQUE/GRAPHIC DESIGN Valérie Delebecque

AVENUE MONTAIGNE remercie la Maison Gucci
 ART COMMUNICATIONS would like to thank the Maison Gucci



Le site www.avenuemontaigneguide.com
est le prolongement des Guides papier.
Il reprend le contenu de tous les Guides parus.
Beaucoup de mode, de haute couture et d'accessoires,
d'actualités et d'interviews exclusives...

Actuellement,
www.avenuemontaigneguide.com est le seul site
à proposer les vidéos des collections du moment.
Il est une vitrine exceptionnelle pour les marques.

www.avenuemontaigneguide.com



*The site www.avenuemontaigneguide.com,
is the extension of the paper version of the Guides.
It incorporates the content of all of the published Guides,
featuring a great deal of fashion, haute couture, accessories,
news and exclusive interviews.*

*Currently, www.avenuemontaigneguide.com
is the only site to offer videos of collections of the moment.
It is an exceptional showcase for prestigious names.*



www.avenuemontaigneguide.com



Le Luxe
à portée de clic

Luxury
is just a click away

Le Guide de
l'Avenue
Montaigne
N°8
sur iPad

Disponible gratuitement
sur Apple Store
Available free at Apple Store



GUCCI

ACHETEZ DANS LA BOUTIQUE EN LIGNE GUCCI.COM