

A V E N U E   M O N T A I G N E  
P A R I S

9

S E P T E M B R E  
2 0 1 1

ABC



A V E N U E   M O N T A I G N E  
P A R I S

9

S E P T E M B R E  
2 0 1 1

*AM*



## Mot du Président

Avec ce nouveau numéro du Guide de l'Avenue Montaigne et de la Rue François 1<sup>er</sup>, le neuvième, nous continuons à vivre leur présent riche en évènements et évoquer leur long et animé passé. Comme le veut l'usage, vous aurez l'occasion de mieux connaître un certain nombre de nos Maisons à travers des interviews de leurs représentants. L'une d'entre elles fait toujours l'objet d'une attention particulière. Dans ce numéro vous sera contée la saga d'Emilio Pucci.

Dans la dernière parution du Guide vous était présentée la soirée des Vendanges de l'Avenue Montaigne et la Rue François 1<sup>er</sup>. Aujourd'hui vous est proposé un reportage sur la Fashion Night, événement réalisé avec le magazine Vogue. Cette soirée qui s'organise simultanément dans toutes les grandes villes du monde se tient à Paris, Avenue Montaigne, Rue François 1<sup>er</sup> et alentour, qui reçoivent ce jour-là une population nombreuse et joyeuse venue découvrir les Maisons de l'Avant de la Mode et de son quartier.

Une jolie tradition de la Couture s'était étiolée avec le temps. Le Comité Montaigne fait revivre la fête des Catherinettes, jeunes filles célibataires de 25 ans (30 ans pour les Nicolas, garçons célibataires à cet âge-là), en l'étendant à toutes ses Maisons. C'est l'occasion d'une fête très fraîche et très gaie. Vous trouverez au fil des pages des photos de ces Catherinettes et de leurs chapeaux réalisés spécialement pour l'occasion et souvent merveilleux de création, et qui portent les symboles de leurs beaux métiers.

Dans chaque numéro nous recevons un grand témoin. Cette fois-ci, la parole est donnée à une icône de la mode, Ines de la Fressange, qui nous livrera sa façon de voir et vivre l'Avenue Montaigne.

Récemment, une nouvelle réglementation a défini l'appellation «Palace» qui avait été quelque peu galvaudée et reposera désormais sur des critères très stricts. À Paris, seulement trois établissements ont obtenu ce label, et parmi eux notre prestigieux Plaza Athénée. Cette distinction honore notre Avenue, et à cette occasion François Delahaye, CEO de la Dorchester Collection dont le Plaza Athénée est une des étoiles, nous fait part de ses commentaires.

Enfin, le Guide vous accompagnera à la belle et émouvante exposition Dior qui se tient à Granville dans la maison où naquit Monsieur Christian Dior.

Chère lectrice, cher lecteur, une fois encore le Guide de l'Avenue Montaigne et de la Rue François 1<sup>er</sup> vous propose un périple dans l'actualité et l'histoire de ces si belles artères. Je vous souhaite une lecture que j'espère distrayante et qui vous fera voir notre Avenue et la Rue François 1<sup>er</sup> avec un œil plus intime lorsque vous nous ferez le plaisir de nous visiter.



With this new edition of the Guide to the Avenue Montaigne and the Rue François 1<sup>er</sup>, our ninth issue, we continue to relate rich current events and to evoke the long and animated past of these two streets. As in earlier issues, this one will allow you to become better acquainted with some of our fashion houses through the interviews. And, as always, one creator is spotlighted. In this edition, the saga of Emilio Pucci will be told.

In the last issue of the Guide, we presented news of the Vendages, the Harvest festival of the Avenue Montaigne and Rue François 1<sup>er</sup>. In this edition, we have included coverage of Fashion Night, an event organized in collaboration with Vogue Magazine. This evening is organized simultaneously on Paris's Avenue Montaigne and Rue François 1<sup>er</sup> and in some of the world's major cities, each of which welcomes a large and joyful number of visitors who come to discover the fashion houses of their neighborhoods.

A lovely tradition among Parisian couture houses that had nearly disappeared has been revived by the Comité Montaigne. It is the celebration of the "Catherinettes" when young single ladies of 25 years old (or 30 years old for the "Nicolas", the masculine equivalent) give all of the fashion houses the pretext for a festive and refreshing event. In these pages, you will find photos of these Catherinettes with their hats created specially for the occasion, splendid symbols of the different aspects of the couture professions.

In each edition, we also welcome the reminiscences of an important personality. This time, we've invited an icon of high fashion, Ines de la Fressange, to share her views of life on the Avenue Montaigne.

Recently, a new classification has defined the word "Palace", which if somewhat overused in the past, is now subject to strict criteria. In Paris, only three establishments have been awarded this label, and among them, our prestigious Plaza Athénée. This distinction honors the Avenue Montaigne, and for the occasion, François Delahaye, General Director of the Dorchester Collection, of which the Plaza Athénée is one of the stars, shares his comments.

Finally, the Guide will take you to the beautiful and moving Dior exhibition currently being held in the house where Mr. Dior was born in Granville, a city in the Normandy region of France.

Dear readers, once again the Guide to the Avenue Montaigne and Rue François 1<sup>er</sup> takes you on a journey through the news and history of these two beautiful streets. I wish you good reading and hope you will have the opportunity to visit us in the near future for a more intimate look at the Avenue Montaigne and Rue François 1<sup>er</sup>.

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



# CHANEL

42 Avenue Montaigne

## Quelle est la garde-robe de l'élegant(e) Chanel pour l'Automne-Hiver 2011-2012 ?

Une garde-robe androgynie, parfait croisement d'un masculin-féminin imposant une nouvelle attitude. La veste légendaire de Chanel, perlée et brodée, fusionne avec une veste d'homme au revers smoking, se greffe sur un caban sportswear, hybride et ambigu, ou se porte sous une cape de tweed ou de maille, contrastant les coloris. Les combinaisons aux allures de treillis changent de registre, en version pailletée ou matelassée. Décalées, les salopettes s'habillent de dentelles rebrodées, tandis que les pantalons masculins se portent retroussés au-dessus d'une cheville dénudée. Les tweeds, draps de cachemire, organza, mousseline et satin, maille tricotée, résonnent d'une palette sombre: noir, anthracite, gris multiples, argent, vert sapin, rouge sourd.

## Parlez-nous des sacs et chaussures qui complètent les tenues.

Les sacs en veau glacé patiné séduisent par leur fermoir constructiviste en métal argenté et doré vieilli, leur matelassage linéaire, et leurs surpiquûres graphiques. A travers une esthétique ambivalente et une connotation androgynie, le sac «Boy Chanel» trace la voie d'une nouvelle allure. Karl Lagerfeld s'inspire d'une cartouchière, sac conçu à l'origine pour les chasseurs et porté par la couturière visionnaire. Le design du sac «Boy Chanel» affirme des lignes pures et s'approprie les codes de la Maison, discrets, masculinisés: double porté, chaîne gourmette à gros maillons ronds, rabat rectangulaire, matelassage en bandes graphiques surpiquées. Sur la tranche, les six lettres désirables traduisant le nom mythique CHANEL s'inscrivent en léger relief. Au centre d'un cercle, le double C joue la retenue. Les chaussures masculines s'accompagnent de chaussettes portées lâches, comme de fausses guêtres, contrastant avec les escarpins fins et gracieux au bout pointu en crêpe de Chine et petit talon élégant, opposant les mats et brillants.

## La Maison prévoit-elle l'ouverture de nouveaux points de vente dans l'année ?

La fin de 2011 sera marquée par l'ouverture d'une boutique au 51, Avenue Montaigne. Cet espace de 600 m<sup>2</sup>, sur deux niveaux, sera entièrement décoré et réagencé par l'architecte Peter Marino. La boutique accueillera l'ensemble des collections de prêt-à-porter, de maroquinerie, de chaussures, de lunettes et d'accessoires créées par Karl Lagerfeld, ainsi que l'intégralité des créations horlogères de Chanel. Ce nouveau lieu devrait permettre à Chanel d'optimiser le service et l'accueil à la cliente. L'accent sera porté sur la mise en valeur des produits et leur accessibilité, la fluidité au sein des espaces de vente et le confort des cabines d'essayage, véritables salons, à la fois spacieux et luxueux.

## What is the wardrobe of the elegant Chanel woman for Fall-Winter 2011-2012?

An androgynous wardrobe, a perfect cross between masculine and feminine, imposing a new attitude. The legendary Chanel jacket, beaded and embroidered, fused with a man's jacket with tuxedo lapels, on a sporty reefer, hybrid and ambiguous, or worn under a tweed or knit cape of contrasting colors. Tops with a trellis effect change the tone, with sparkling and quilted versions. Off-beat over-alls are dressed up with embroidered lace, while masculine pants are worn rolled up, revealing a bare ankle.

Tweeds, draped cashmere, organza, muslin, satin and knit resonate in a dark palette of colors: black, anthracite, multiple greys, silver, pine-green, muted red.

## Tell us about the handbags and shoes to complement these creations.

Handbags in glazed, weathered calf-skin, seduce with their constructivist clasps in silver or antique-gold metal, their linear quilting, and their graphic top-stitching. With an ambiguous aesthetic and an androgynous connotation, the "Boy Chanel" bag, paves the way for the new look. Karl Lagerfeld was inspired by the "cartouchière", a bag originally for hunters, carried by this visionary designer. The design of the "Boy Chanel" bag, affirms the clean lines and integrates the codes of the trademark, discrete and slightly masculine: the chain with large links, rectangular flap, quilted in graphic top-stitched bands. On the side, six letters spell the mythical name CHANEL, written in light relief. At the center of a circle, the double C is discrete. Masculine shoes, accompanied by socks, worn loose, contrast with the fine and gracious pumps with pointed toes in crepe de chine and little elegant heels, between mat and shiny.

## Does Chanel have plans for opening any new points of sale this year?

The end of 2011 will be marked by the opening of a boutique at 51 Avenue Montaigne. This 600-square-meter space on two levels will be entirely renovated and redecorated by architect Peter Marino. The boutique will display all of the prêt-à-porter collections, small leather-goods, shoes, glasses and accessories created by Karl Lagerfeld, as well as all of Chanel's watch collections. This new space will allow Chanel to optimize client services and welcome. The accent will be on the enhancement of products and their accessibility, the fluidity of the sales floor and the comfort of the fitting rooms, which are particularly spacious and luxurious.



CHANEL



Dior



# LOUIS VUITTON

22 Avenue Montaigne

## Quelle est l'allure de la Femme Vuitton cet Automne-Hiver 2011-2012?

Pour la collection Louis Vuitton Automne-Hiver 2011-2012, Marc Jacobs explore les mystères de la mode et du fétichisme. "Le fétichisme revêt un aspect positif; au-delà d'une idée fixe inexpliquée ou d'une obsession pour un objet, il est aussi synonyme d'engagement et de discipline", explique-t-il. Il en résulte une collection au très fort impact, assurant un parfait compromis entre modestie et provocation, raison et irrationalité, qui joue sur l'ambiguité en combinant une palette de thèmes restreinte et une grande richesse des détails.

## Les produits rares et sophistiqués ont été très présents dans les collections tout au long de 2011, que prévoyez-vous pour 2012?

En maroquinerie, outre les commandes spéciales, incarnations du comble de l'exclusif, la Maison enrichit ses collections de cuirs précieux comme le crocodile, le python ou l'autruche, qui répondent aux envies d'une clientèle avertie. Dans l'univers joaillier, le rare et l'exceptionnel sont synonymes de haute joaillerie, de pièces uniques d'un raffinement ultime, réalisées par les artisans les plus talentueux.

## Parlez-nous de la montre Tambour Répétition Minutes

Considérées par les collectionneurs avertis comme la référence mécanique en matière d'œuvres horlogères, les montres à répétition minutes présentent un garde-temps qui donne l'heure en musique. Aussi, afin d'exprimer sa passion pour le voyage, le bel ouvrage et la mécanique de haute volée, Louis Vuitton a demandé aux meilleurs artisans horlogers de réaliser une montre Tambour dotée de cette subtile complication associée à un mode de lecture utile aux globe-trotteurs: le guichet au centre du cadran indique l'heure du lieu où le voyageur se trouve et celle de son lieu d'origine (*home time*). Et parce que l'art voit sa force augmentée par l'usage, le calibre à remontage manuel, protégé par son boîtier en or étanche à 30 mètres et visible à travers le cadran et le fond transparent, sonne non pas l'heure affichée en grand aux aiguilles, mais celle du lieu de départ. La montre Tambour Répétition Minutes Louis Vuitton, en or gris, or rose ou or jaune est disponible en commande spéciale, personnalisable à la demande: initiales, blason ou élément en relief, placés en lieu du chiffre 4 sous le cadran en saphir légèrement fumé.

## What is the look of the Vuitton Woman this Fall-Winter 2011-2012?

For the collection Louis Vuitton Fall-Winter 2011-2012, Mark Jacobs explores the mysteries of fashion and fetishism. "Fetishism has a positive aspect, beyond just the aspect of a fixed, unexplained idea or an obsession for an object, it is also synonymous with commitment and discipline," he explains. And the result is a collection with a very strong impact, with a perfect compromise between discreet and provocative, between reason and irrationality, playing on ambiguity, combining a limited palette of themes and a great richness of details.

## Rare and sophisticated pieces have been very present in collections all during 2011. What is in store for 2012?

For leather goods, aside from special orders which represent the height of exclusivity, the trademark enriches its collections of precious leathers such as crocodile, python and ostrich, to meet the desires of its most discerning customers. In the world of jewelry, rare and exceptional are synonymous with fine jewelry, unique pieces of ultimate refinement made by the most talented craftsmen.

## Tell us about the Tambour Répétition Minutes watch.

Considered by collectors to be the benchmark for mechanical timepieces, the minute repeater watch is a timepiece that tells the time with music. Expressing a passion for travel, for beautiful pieces and high-level mechanics, Louis Vuitton asked the finest watch craftsmen to create a Tambour watch graced with this subtle complication associated with an element useful to globe-trotters. A window in the center of the watch face indicates the time in the place where the traveler is and in his/her place of origin (*home time*). And because the force of art increases with use, the hand winding element, protected by its gold case, waterproof to 30 meters and visible through the dial and transparent back, does not ring the hour shown by the hands on the watch face, but that of the place of departure. The Louis Vuitton Tambour Répétition Minutes watch, in white gold, rose gold, and yellow gold is available by special order, personalized upon request, with initials, coat of arms or other elements in relief, positioned in place of the number 4 on the lightly smoked sapphire watch face.



Collection Haute Joaillerie, L'Ame du Voyage.

**LOUIS VUITTON**

LE GRAND TÉMOIN  
REMINISCENCES



# Ines DE LA FRESSANGE

Mannequin INOUBLIABLE,  
AMBASSADRICE de la mode,  
INES DE LA FRESSANGE ENTRETIENT DEPUIS TOUJOURS DES LIENS  
D'INTIMITÉ AVEC L'AVENUE MONTAIGNE.

AN UNFORGETTABLE MODEL AND AMBASSADOR OF HIGH FASHION,  
INES DE LA FRESSANGE HAS ALWAYS HAD A SPECIAL CONNECTION  
WITH THE AVENUE MONTAIGNE.

*De quand datent vos rapports avec l'Avenue Montaigne ?*  
Étonnamment, de la plus petite enfance ! En effet, mon grand-père habitait au 12, Avenue Montaigne, juste en face du Plaza Athénée. J'allais donc, enfant, déjeuner chez lui. Tel Pagnol, retrouvant «Le Château de ma mère», pour y faire un studio quelques années plus tard, j'ouvrirais à la même adresse la première boutique «Ines de la Fressange».

*How far back can you trace your ties with the Avenue Montaigne ?*  
Surprisingly, they date back to my early childhood ! In fact, my grandfather lived at 12 Avenue Montaigne, just across the street from the Plaza Athénée. As a child, I often lunched with him in his home. Just as the French author Marcel Pagnol returned to "Le Château de ma Mère" to establish his studio several years later, I opened the first "Ines de la Fressange" boutique at the same address.

*Vous souvenez-vous de votre premier contact avec l'Avenue?*  
 Ma mère a été quelque temps mannequin chez Guy Laroche, je suis donc allée la voir défiler, c'était dans les années 60. Quelques décennies plus tard, lorsque j'ai moi-même été mannequin, j'ai attendu la fin du défilé pour dire à M. Laroche que j'étais la fille de Lita. Il m'a répondu : «Pourquoi ne me l'as-tu pas dit plus tôt ?!!!». L'orgueil sans doute...

*Vous l'avez beaucoup fréquentée au cours de votre vie professionnelle.*

*L'avez-vous vu changer?*

Lorsque, avec Henri Racamier, mon associé, nous avons décidé d'ouvrir 300m<sup>2</sup> Avenue Montaigne, il y avait relativement peu de boutiques, et c'était principalement des Maisons de couture (Valentino, Ungaro, Scherrer, Hanae Mori et surtout Dior). Très vite, des marques comme Joseph, Prada, Christian Lacroix sont venues après nous. Aujourd'hui, il semble que pour les étrangers (autant investisseurs que touristes), cela soit, avec la rue du Faubourg Saint-Honoré, l'artère incontournable du luxe.

*Y avez-vous habité?*

Pratiquement! Au-dessus de ma boutique, j'avais un petit appartement très raffiné et j'y ai passé un temps fou, surtout pour des interviews.

*En dehors des Maisons de mode, y avez-vous fréquenté d'autres lieux?*  
 Le Bar des Théâtres! Le bistrot le plus chic de Paris avec une clientèle allant de l'ouvrier au prince. Un des serveurs s'appelait Marcel. Lorsque j'arrivais, il me saluait d'un «Bonjour Ines» et mon mari d'un «Bonjour Excellence!». J'adore la décoration et l'atmosphère intercontinentale et surannée du Relais Plaza (je me souviens du café turc servi par une personne aux culottes bouffantes et fez sur



*Do you remember your first contact with the Avenue?*

My mother was a model for Guy Laroche for some time, so I went to watch her in one of his fashion shows in the 1960's. A few decades later, when I had in turn become a fashion model, I waited until the end of a fashion show to tell Mr. Laroche that I was Lita's daughter. "Why didn't you tell me earlier?" he replied. I imagine it was probably out of pride...

*You have spent a great deal of time on the Avenue Montaigne during your career.  
Have you seen it change?*

When my partner Henry Racamier and I decided to open a 300-square-meter space on the Avenue Montaigne, there were relatively few boutiques, and they were reserved primarily for the couture houses (Valentino, Ungaro, Scherrer, Hanae Mori and, above all, Dior). Shortly after our arrival, names such as Joseph, Prada, and Christian Lacroix opened. Today, for foreigners (not only tourists but also investors) this street, along with the Rue du Faubourg Saint-Honoré, represents the French capital's undeniable center of luxury goods.

*Have you lived here?*

Practically! Just above my boutique I had a small, very refined apartment where I spent a great deal of time, above all for interviews.

*Apart from fashion houses, are there other addresses on the Avenue of which you are particularly fond?*

Yes, the Bar des Théâtres! Paris's most stylish bistro, with a clientele ranging from workmen to princes. One of the waiters here was named Marcel. Every time I arrived he would greet me with a "Bonjour Ines" and "Hello Excellence" for my husband! I love the decor and atmosphere of the old-fashioned

© PAOLO ROVERSI

la tête) mais c'est au restaurant du Plaza Athénée que j'ai rencontré à sa demande, pour la première fois, Roger Vivier (j'avais choisi l'adresse). Je ne me doutais pas que quelques années plus tard, je serais chargée par Diego Della Valle de relancer sa marque après sa disparition.

*Hier et aujourd'hui, qu'appréciez-vous particulièrement Avenue Montaigne?*

Ce petit air des années 50 qui me fait penser aux photos de Richard Avedon, les arbres fleuris, le cliché d'un Paris élégant et sophistiqué que j'ai connu dans mon enfance mais surtout la proximité du bureau de mon amoureux... à côté de la boutique Céline (deux bonheurs réunis!).

*Avez-vous quelques anecdotes à nous conter à son sujet?*

Je me souviens d'avoir vu Garbo marcher avec un grand manteau et des lunettes noires et d'avoir rencontré la voisine de palier de mon grand-père. C'était Marlene Dietrich... Elle m'avait fait rentrer dans son appartement après m'avoir montré ses jambes en soulevant ses pantalons (à la demande de mon grand-père!), afin de me montrer des photos d'elle... déjà âgée mais avec Charles de Gaulle. Il semble que c'était ce dont elle était le plus fière. Et aussi de mon amusement lorsque, enfant, je découvrais les sorties par la rue arrière (rue Jean Goujon). Et surtout de l'avoir empruntée en voiture un matin ensoleillé, le 27 février 1994: j'allais à la clinique pour la naissance de ma fille Nine. Finalement, je réalise que c'est une Avenue importante dans ma vie!

À lire: *La Parisienne*, Ines de la Fressange et Sophie Gachet, Photographies de Nine d'Urso par Benoît Peverelli, Flammarion, 2010, 240p., 25€.

and intercontinental Relais Plaza (I remember the Turkish coffee served by a person dressed in billowing pants and a fez cap), but it was in the restaurant of the Plaza Athénée where I first met Roger Vivier, who had asked me to meet with him (I chose the address). How could I have imagined that a few years later I would be asked by Diego Della Valle to re-launch the trademark after Vivier's disappearance?

*What do you like most, past or present, about the Avenue Montaigne?*

Its nostalgic scent of the 1950's that reminds me of Richard Avedon photos, of trees in bloom, the cliché of an elegant and sophisticated Paris that I knew in my childhood, but above all its proximity to the office of my love... at Céline (a happy union!).

*What anecdotes do you have to tell about the Avenue?*

I remember seeing Garbo walking in a long coat and dark glasses. She came to meet my grandfather's next door neighbor, Marlene Dietrich, who invited me into her apartment after having lifted her pants to show me her legs (at my grandfather's request!). She showed me photos of herself, already of a certain age, with Charles de Gaulle. It seemed to me that this was one of her proudest moments. And also, I remember how much it amused me as a child to discover a secret exit by a back door (rue Jean Goujon). And above all, I remember borrowing the car on a sunny morning, February 27, 1994 to go to the clinic for the birth of my daughter Nine. Finally, I realize that this is an important Avenue in my life!



Suggested reading: *La Parisienne*, Ines de la Fressange et Sophie Gachet, Photographies de Nine d'Urso par Benoît Peverelli, Flammarion, 2010, 240p. 25€



# 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 qui ont suivi 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 des 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, Galerie 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 that 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 1980's, the collections created by Muccia Prada have anticipated and dictated fashion trends. Each season, Prada reinvents itself, while respecting its 100-year history and its unique craftsmanship.

But Prada's horizons go beyond the confines of fashion. Art, architecture, cinema and culture in general are integral parts 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.

Their common feature is the modern atmosphere, elegant and sophisticated.

01 56 21 3070 prada.com





# NINA RICCI

39 Avenue Montaigne

## Comment se distingue la silhouette Nina Ricci cet Automne-Hiver 2011-2012?

Peter Copping nous livre une collection Automne-Hiver feutrée et délicate qui nous renvoie à l'esthétique du modèle féminin et à son intimité. Par touches subtiles, il fait ainsi allusion à de nombreux portraits d'artistes classiques ou contemporains tels que John Currin, Ingres, Marlene Dumas, John Singer Sargent, Tamara de Lempicka, Vanessa Beecroft...

Images multiples qui révèlent la richesse et la variété de la personnalité féminine, tantôt fragile, tantôt forte, séduisante ou séductrice, nostalgique ou contemporaine. Silhouette parisienne à l'élegance glamour et sensuelle, mais aussi nonchalante ou déterminée, féminine, extra-large ou ajustée, fluide, légèrement tombante ou élancée, toujours rehaussée par une taille marquée.

## L'élegance et la joie de vivre signées Nina Ricci sont perceptibles jusque dans les accessoires...

Cette saison, les accessoires Nina Ricci prennent une nouvelle direction et sont empreints d'une touche rétro réactualisée, avec des formes et des détails très contemporains. Les sacs du jour se parent de motifs métalliques et de liens de cuir pour offrir une gamme intemporelle à l'usage quotidien. Quant aux sacs du soir, ils jouent sur le côté précieux et éclectique, et mettent en avant le savoir-faire de la Maison pour offrir une gamme couture à l'impact visuel fort. Les associations de matières comme la fourrure, le python, ou encore le velours, donnent un côté hivernal à l'ensemble de la collection. Les chaussures mettent en avant une allure sexy et féminine avec leur talon stiletto et leur plate-forme, tout en misant sur un chaussant confortable.

## L'élargissement de la clientèle de la Maison est l'un des témoignages du nouvel élan que connaît la griffe...

L'accroissement et la fidélisation de la clientèle, tant parisienne qu'internationale, se renforcent encore cette saison. Au fil des collections développées par Peter Copping, nos clientes retrouvent l'esprit Nina Ricci sans cesse réinterprété dans le vêtement et l'accessoire. Le développement à l'international a débuté cette année par l'ouverture de notre boutique à Dubaï, dont le succès a été immédiat, et sera suivi d'autres projets permettant à nos clientes de retrouver l'esprit de l'Avenue Montaigne de par le monde.

Cet élan s'appuie également sur de nouvelles campagnes et un investissement publicitaire accru relayés par le tout nouveau site Internet [ninaricci.com](http://ninaricci.com), intégralement repensé dans cet esprit de modernité qui anime plus que jamais Nina Ricci.

## How will we recognize the Nina Ricci silhouette for Fall-Winter 2011-2012?

Peter Copping has given us a warm and delicate Fall-Winter collection that brings us back to the aesthetic of the feminine model in all its intimacy. With subtle touches, he makes allusions to numerous portraits of classic and contemporary artists such as John Currin, Ingres, Marlene Dumas, John Singer Sargent, Tamara de Lempicka, Vanessa Beecroft...

Multiple images that reveal the richness and variety of the feminine personality, at once fragile and strong, appealing or seductive, glamorous or sensual, but also nonchalant or determined, feminine, extra-large or fitted, fluid, falling lightly or long and slim, always marked by a defined waistline.

## Elegance and a "joie de vivre" typically Nina Ricci are also seen in the accessories.

This season, Nina Ricci accessories take a new direction, marked by a "retro" touch, updated with very contemporary forms and details. Daytime handbags sport metallic details mixed with leather to offer a timeless collection for daily use. Evening bags are precious and eclectic playing up the savoir-faire of the trademark, offering a couture range with a strong visual impact.

The association of materials such as fur, python, or velvets, add a wintery note to all of the collection. Shoes have a sexy and feminine allure with their stiletto and platform heels, all the while emphasizing comfort.

## The expansion of your clientele is proof of the new momentum experienced by Nina Ricci.

Growth and an increasing loyalty of the clientele, both Parisian and international, are reinforced again this season. From one of Peter Copping's collections to the next, our clients find the Nina Ricci style, continually reinterpreted in clothing and accessories. International development began this year with the opening of our boutique in Dubai, an immediate success, and will be followed by other projects allowing our clients to discover the spirit of the Avenue Montaigne all over the world.

This momentum is also supported by new advertising campaigns and increased investments in publicity, buoyed by the new internet sight [ninaricci.com](http://ninaricci.com), totally redesigned in this modern spirit that animates Nina Ricci more than ever.



[www.ninaricci.com](http://www.ninaricci.com)

NINA RICCI



Emilio Pucci et un modèle portant une robe en imprimé de coton, 1953

Emilio Pucci et Madame Poppi de Salis portant une tenue de ski Pucci, 1948

# EMILIO PUCCI

## PRINCE DES IMPRIMÉS

EMILIO PUCCI, PRINCE OF PRINTS

1947

### The man of a thousand talents

Heir of a great Florentine family (although born in Naples in 1914), Emilio Pucci cultivated many passions. At first tempted by studies in agronomy, he obtained a doctorate in political science from the University of Florence, after a masters at Reed College in Portland, in the United States. A member of literary societies, he was also an accomplished sportsman. He excelled in tennis and fencing, but above all, he was a brilliant alpine skier, qualifying for the Italian team for the Olympic Games of 1932 at Lake Placid. It was, in fact, skiing that was his springboard to fame. A ski outfit that he had designed for a friend was noticed on the slopes of Zermatt in 1947 by Toni Frissell, a photographer for Harper's Bazaar. The tapered pants and hooded parka were a sensation in America, launching Pucci's career thanks to the enthusiasm of the great New York stores.



L'homme aux mille talents

Héritier d'une grande famille florentine (bien que né à Naples, en 1914), Emilio Pucci cultive de nombreuses passions. D'abord tenté par des études d'agronomie, il obtiendra finalement un doctorat en

sciences politiques, à l'université de Florence, après un master au Reed College de Portland, aux États-Unis. Membre de sociétés littéraires, c'est aussi un sportif accompli : excellent tennisman et escrimeur, il brille surtout en ski alpin, étant même qualifié dans l'équipe italienne pour les Jeux olympiques de 1932 à Lake Placid. C'est d'ailleurs le ski qui fournira l'amorce de sa célébrité : la tenue qu'il a dessinée pour une amie est remarquée en 1947, sur les pistes de Zermatt, par Toni Frissell, une photographe de Harper's Bazaar. Ces fuseaux et ce parka à capuche font sensation aux États-Unis : ils lancent sa carrière en suscitant l'intérêt des grands magasins new-yorkais.



## Le magicien des imprimés



1.

1. Emilio Pucci et un modèle de la collection «Siciliana», 1955
2. Une cape de la collection «Palio», 1957
3. Emilio Pucci et un modèle de la collection «Palio» sur un toit, 1957

Emilio Pucci est nourri des couleurs de la Méditerranée – le bleu de la mer, le jaune du soleil, toutes les teintes de l'architecture et des fleurs, du vert menthe au vert amande, du rose bougainvillée au rose géranium... Il crée des motifs abstraits pleins de mouvement, au chromatisme inédit, qui lui valent le titre de «prince des imprimés». Certains s'inspirent des mosaïques de Monreale et des roues des charrettes traditionnelles de Sicile, d'autres des toits de Florence, ou encore des bannières du célèbre Palio de Sienne. Emilio Pucci ne se limite pas à ces motifs virtuoses. Il mène aussi des recherches avancées sur les matières, mettant au point le jersey de soie et différents tissus stretch, qui permettent de créer des vêtements souples, près du corps, jouant un rôle pionnier dans la libération de la mode féminine.

### A magician with prints

Emilio Pucci's creations are bathed in the colors of the Mediterranean – the blue of the sea, sun yellow, all of the hues of the local architecture and flowers, mint and almond greens, bougainvillea fuchsia or geranium pink... He created abstract prints with movement and original chromatics which earned him the title of the "prince of prints". Certain of them were inspired by the mosaics of Monreale or the wheels of traditional Sicilian carriages, others by the roofs of Florence or the heraldic banners of Sienna's famous Palio horse race. Emilio Pucci did not limit himself to these ingenious motifs. He also undertook indepth research into fabrics, perfecting silk jersey and different stretch fabrics that allowed him to create supple clothing close to the body, and in this way playing a key role in the liberation of feminine fashion.



2.



3.



5.



4.

## 1965

4. Cape en jersey de soie, 1965
5. Haut en jersey de soie sur une jupe orientale, 1966
6. Minijupe en imprimé de soie brodée avec des cristaux, 1967

Avec ses tenues fluides et lumineuses, avec son graphisme unique, inspiré de formes organiques, Emilio Pucci séduit les stars. En ouvrant en 1950 sa boutique à Capri, où il dicte la mode – des chemises de soie ou des tops légers, des pantalons moulants – il élargit sa clientèle et ses admirateurs à Jacky Kennedy, Elizabeth Taylor ou Salvador Dalí. Si Marilyn Monroe dormait en Chanel 5, c'est dans une soie d'Emilio Pucci qu'elle est partie pour son dernier sommeil : tout un symbole... Le lien avec le monde des «beautiful» n'a d'ailleurs jamais cessé. Parmi les habituées de Pucci aujourd'hui, on compte aussi bien Sienna Miller que Jennifer Lopez, Nicole Kidman (qui fit sensation au festival de Cannes en 2003 dans une robe rouge) que Kylie Minogue, Madonna ou Eva Longoria.

## Le couturier de la jet set



6.

## L'appel de l'espace



1.

### The call of space

True to his penchant for innovation, Emilio Pucci can pride himself for being the first designer to have sent his creations into outer space. In 1971, he designed the logo of the Apollo 15 mission. And his relationship with the world of air is not limited to this exploit. In 1965 he was hired by Braniff International, one of America's most important airlines, founded in 1929. This would contribute to the transformation of his image, which remains today a model of audacious rejuvenation. Emilio Pucci designed colorful, futuristic uniforms for the flight attendants, as well as surprising accessories such as the plastic "bubble helmets" to protect stewardesses from the rain in the years when covered walkways were rare in airports.

# 1971

Fidèle à son goût pour l'innovation, Emilio Pucci pourra s'enorgueillir d'être le premier couturier à avoir envoyé ses créations dans l'espace. En 1971, il dessine en effet le logo de la mission Apollo 15. Ses rapports avec le monde de l'air ne se limitent pas à cet exploit : en 1965, il est appelé par Braniff International, une des principales compagnies aériennes américaines, fondée en 1929. Il contribue à la métamorphose de son image, qui reste aujourd'hui tenue comme un modèle de rajeunissement audacieux. Le couturier dessine des tenues colorées et des accessoires surprenants comme ce «casque spatial» en plastique, qui permettait aux hôtesses de l'air de ne pas se mouiller les cheveux, les passerelles couvertes étant alors rares dans les aéroports.

1. Le logo de la mission Apollo 15, 1971
2. Emilio Pucci signant ses tapis au Museo Nacional de Arte Decorativo à Buenos Aires, 1970
3. Les uniformes de la compagnie Braniff International Airlines, 1965



2.



3.

# 1990

Chemise de soie imprimée avec pantalons «Capri», 1986



Les créations psychédéliques d'Emilio Pucci sont tout à fait en phase avec les «Seventies et Eighties». À cette époque, le marquis puise aussi son inspiration dans les cultures exotiques – Inde, Océanie – renouvelant sans cesse ses compositions. Les défilés au Palazzo Pucci sont toujours de grands moments – débauche de couleurs dans les espaces somptueux de la Sala Bianca. Emilio Pucci applique aussi sa créativité dans d'autres domaines – conception de tapis, qui seront exposés au musée des Arts décoratifs de Buenos Aires ou création du parfum Vivara, indémodable depuis 1966 avec ses notes florales de Méditerranée. Toujours dans l'air du temps, Pucci sera aussi l'un des pionniers du legging, dont il contribuera à faire un vêtement tendance. Cette tendance se poursuivra au cours des décennies et en 2001-2002, les grands-voiles des yachts Wally, les canapés Cappellini, les maquillages Guerlain arboreront les dessins Pucci, témoignant de la diffusion universelle de son esthétique.

### Parfum et leggings...

#### Perfume and leggings

The psychedelic designs of Emilio Pucci were totally in synchronization with the 1970's and 80's. During this period, the Marquis drew his inspiration from exotic cultures – India and the South Pacific – constantly renewing his compositions. Fashion shows at the Palazzo Pucci were always great events, celebrations of color in the sumptuous spaces of the Sala Bianca. Emilio Pucci has also applied his creativity to other domains, such as the conception of rugs that were exhibited in the Museum of Decorative Arts in Buenos Aires, or the creation of the perfume Vivara, timeless since 1966 with its floral notes of the Mediterranean. Always a step ahead of the times, Pucci would also be one of the pioneers of leggings, which he helped to make into a trend. This trend continues well in the decades and in 2001/2002, the large sails of the Wally yachts, Cappellini sofas, and Guerlain make-up would be decorated with Pucci designs, proof of the universal appeal of his aesthetics.

1990

Now...

Emilio Pucci et sa fille Laudomia



## Un nouvel envol

Au décès du marquis Emilio Pucci en 1992, sa fille Laudomia, qui avait travaillé avec son père depuis 1985, prend les rênes de la société. En s'associant en 2000 avec LVMH, qui prend la majorité des parts, c'est un nouveau départ pour la Maison. Aujourd'hui, le Norvégien Peter Dundas assure la direction artistique, produisant une gamme à la fois fidèle aux fondamentaux d'Emilio Pucci, à sa symphonie colorée et visuelle, mais aussi attentive à l'air du temps et privilégiante un «fashion power» Pucci avec une série d'accessoires, de l'écharpe aux lunettes de soleil et aux sacs à main. Si la Maison compte désormais plus de cinquante boutiques à travers le monde, son siège est resté bien ancré dans l'historique Palazzo Pucci, à Florence...



## A new departure

At the death of the Marquis Emilio Pucci in 1992, his daughter Laudomia, who had been working with her father since 1985, took over the reins of the company. By joining forces in 2000 with LVMH, which assumed the majority of shares, the company experienced a new departure. Today, the Norwegian Peter Dundas guides the artistic direction, producing a range of creations that is loyal to the fundamentals of Emilio Pucci, to the visual and colorful symphony, but also attentive to the times and emphasizing the Pucci "fashion power" with a line of accessories from scarves to sunglasses and handbags. The trademark now has more than 50 boutiques around the world, but its headquarter remains well anchored in the historic Palazzo Pucci in Florence.



# EMILIO PUCCI

36 Avenue Montaigne

**Comment Peter Dundas, directeur de la création, a imaginé la Femme Pucci pour l'Automne-Hiver 2011-2012 ?**

La Femme Pucci pour l'Automne-Hiver 2011 revêt une allure plus sophistiquée. Des matières plus riches et des couleurs somptueuses habillent une ligne de corps plus allongée. Une recherche sur les décolletés et les détails de lingerie assure une féminité absolue.

**Parlez-nous des accessoires qui accompagnent cette collection.**

Des chapeaux de chasse, des escarpins en velours et des sacs peints à la main façon tyrolienne complètent cette collection qui rend hommage à Sissi et la cour des Habsbourg.

**Verde 72 a récemment élargi la palette de la fragrance Vivara, quelles en sont les inspirations olfactives ?**

Le nouveau Vivara été 2011 se pare de vert avec Verde 72, écho à la numérotation du nuancier de la Maison qui référence avec précision chaque ton utilisé dans la palette des imprimés. Le nouveau Vivara Variazioni Verde 72 plonge ainsi dans le vert et salue, de cette manière, la riche végétation de l'île de la Méditerranée.

La facette verte et aromatique s'impose définitivement avec une fraîcheur craquante, végétale et vive. A l'essence de bergamote, pétillante et hespéridée, répond en tête une note verte et fraîche de feuilles de menthe. Dans le cœur floral s'épanouit une délicate essence de néroli bigarade et une suave rose de Turquie. En fond, s'imposent des notes boisées avec notamment du cèdre et la douceur tendre de l'absolue de fève tonka. Un parfum joyeux et insouciant, une fraîcheur enlevée, pour voir la vie en vert.

**How has Peter Dundas, Creative Director, imagined the Pucci Woman for Fall-Winter 2011-2012?**

For the Fall-Winter 2011 season, the Pucci Woman will take on a more sophisticated look. Richer fabrics and more sumptuous colors will follow long, slim lines. A spotlight on open necklines with lingerie details will assure absolute femininity.

**Tell us about the accessories that will accompany this collection.**

Hunting hats, velvet pumps and hand painted, Tyrolienne-style handbags complete this collection that is a tribute to Sissi and the court of the Hapsburgs.

**"Verde 72" has recently enlarged the palette of the Vivara fragrance. What are the olfactory inspirations for this scent?**

The new Vivara for summer 2011 goes green with Verde 72, echoing the color palette of the trademark which precisely references each shade used in its prints. The new Vivara Variazioni Verde 72 takes on a fresh green note, paying tribute to the rich vegetation of the Mediterranean island.

The green and aromatic facet comes through definitively with a crisp freshness, vegetal and lively. The sparkling citrus essence of bergamot at the top has a note of fresh mint leaves. At the floral heart there is the delicate essence of néroli bigarade and a sweet hint of Turkish rose. And at the base, woody notes unfold with cedar and the soft tenderness of tonka bean. It is a joyous and insouciant perfume full of freshness to tint life with a lovely shade of green.



# EMILIO PUCCI

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

[www.emiliopucci.com](http://www.emiliopucci.com)



# CHLOÉ

44 Avenue Montaigne

#### **Chloé Automne-Hiver 2011-2012**

Nomade à l'esprit aventurier et collectionneuse de pièces uniques, la Femme Chloé privilégie les patchworks de textures et de matières et les effets de superpositions, elle mixe avec aisance le jean, la mousseline, les laines et les cuirs de couleurs contrastées. Elle aime aussi les imprimés reptiliens associés à de véritables peaux exotiques qui se retrouvent en compositions fondues, façon camouflage sur les trenchs, courent sur les blouses et les mailles et soulignent la sophistication de la collection. Les chemises masculines à poches plaquées, coupées dans des popelines et des piqués de coton contrastés, les pantalons baggy aux coupes souples, et strictes à la fois, évoquent, quant à eux, un esprit plus urbain.

Elégante et d'une sobriété assumée, la silhouette de la saison évoque également l'allure et l'autorité naturelle de femmes portant l'uniforme. Manteaux droits aux tombés impeccables, jupes à plis creux à l'ourlet frôlant le mollet, robes en crêpes texturés égayées de détails bijoux complètent le vestiaire de cette Femme Chloé pleine d'assurance et adepte d'un luxe confortable. Ses teintes favorites sont empruntées à la nature: du noir, des beiges aux nuances subtiles, un vert profond, une teinte amande, bordeaux, ocre, mangue, relevées de quelques notes acides, lumineuses et stridentes.

Pour le soir, place à la légèreté, aux associations de mousselines, organzas et twills plissés, aux robes et blouses aériennes à collettes délicates qui signent des silhouettes graphiques dans une palette privilégiant le noir et l'ivoire.

Spectaculaires, les escarpins au chic épuré habillent le pied de cuir verni noir rehaussé de notes blanches. Les sangles caressent le cou de pied tandis que les brides à boucles emprisonnent la cheville. Dans sa version patchwork de reptiles, la cambrure reste raffinée et féminine.

L'esprit artisanat de luxe s'exprime dans des sacs rectangulaires à porter main, parés de crocodile et dont le rabat peut aller jusqu'à accueillir une tête de cobra. On le retrouve encore sur des modèles peints à la main où l'on peut suivre les traces de pinceaux comme sur une pièce fraîchement customisée. Plus 70's, un grand volume souple à maxi pompon fouet se décline dans des compositions de cuirs de couleurs contrastées, tandis qu'une version géométrique en cuir brillant rappelle l'austérité de l'uniforme. Le grand polochon de luxe, lui, évoque le charme du nomadisme chic.

BOUTIQUES CHLOÉ  
44, AVENUE MONTAIGNE  
PARIS 8<sup>ÈME</sup>  
GALERIES LAFAYETTE  
40, BD HAUSSMANN  
PARIS 9<sup>ÈME</sup>  
LE PRINTEMPS  
64, BD HAUSSMANN  
PARIS 9<sup>ÈME</sup>  
[WWW.CHLOE.COM](http://WWW.CHLOE.COM)





# CONCOURS D'ÉLÉGANCE À LA FASHION NIGHT

FASHION NIGHT  
A CONTEST OF ELEGANCE



The third edition of a chic event... At just its third successive edition, following the launch in 2009, this event has already assumed an important place on the calendar of Parisian fashion and elegance. Vogue Fashion Night will be held on September 8<sup>th</sup>, featuring the same program as last year: The boutiques of the Avenue Montaigne and the Rue François I<sup>er</sup> will remain open until late in the evening for their clients to discover their collections, accessories, and perfumes in a nocturnal and festive atmosphere. Numerous special features are planned, and the "*beau monde*" will certainly be here in force. Under the auspices of the Comité Montaigne, there will be stunning special events and the show windows will display the most original creations, selected by the international editions of Vogue magazine.

Troisième cru  
d'un événement chic

L'événement n'en est qu'à sa troisième édition depuis le lancement de 2009 mais s'est déjà établi de façon indiscutable dans le calendrier parisien de la mode et de l'élegance. La Vogue Fashion Night se tient cette année le 8 septembre. Même programme que l'an passé: les boutiques de l'Avenue Montaigne et de la rue François I<sup>er</sup> resteront ouvertes tard pour que les clients puissent découvrir les collections, les accessoires, les parfums dans une ambiance nocturne et festive: il y aura de nombreuses animations et les «beautiful people» sont évidemment attendus en délégations fournies. Sous l'égide du Comité Montaigne, les mises en scène seront spectaculaires et les tenues les plus originales, sélectionnées par les éditions internationales de Vogue, seront à l'honneur dans les vitrines.

## Des développements planétaires

L'événement, qui est une grande fête de la mode et du shopping, et un dernier sursis des beaux jours avant l'arrivée de l'automne, a largement dépassé le cadre de la France. Il se déroule désormais dans dix-sept pays du monde, sur quatre continents. L'inauguration se fera d'ailleurs en Russie le 6 septembre, sera relayée en Espagne le 7 septembre, tandis que pas moins de huit pays accompagneront Paris dans l'intense journée du 8 septembre : le Brésil, le Mexique, la Corée, l'Australie, l'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni et le Portugal. Chacun à sa façon montrera ce que les stylistes et les créateurs contemporains produisent de plus original, de plus spectaculaire, de plus romantique... Ouvertes à 18h (mais il y aura assurément du monde avant), les réjouissances dureront Avenue Montaigne jusqu'à 22h.



## Global Expansion

This event, conceived as a celebration of fashion and shopping, as well as of the last days of summer before the arrival of fall, has expanded its influence well beyond the borders of France. It is now held in seventeen countries around the world on four continents. The inauguration of the Russian edition of the event will take place on September 6<sup>th</sup>, followed by the Spanish edition on September 7<sup>th</sup>, and no less than eight countries will celebrate the event simultaneously with Paris on September 8<sup>th</sup>: Brazil, Mexico, Korea, Australia, Germany, Italy, England and Portugal. On this day of intense activity, each country will take the opportunity to show the most original, spectacular and romantic creations of its stylists and contemporary designers. The Paris kick-off is at 6pm (but crowds will certainly gather before), and festivities will continue until 10pm on Avenue Montaigne.



LE 8 SEPTEMBRE 2011:  
L'AVENUE MONTAIGNE  
CÉLÈBRE  
**LA VOGUE  
FASHION  
NIGHT**





# ELIE SAAB

43 Avenue Franklin D. Roosevelt

## Quelles inspirations ont guidé les collections Automne-Hiver 2011-2012?

La Femme Elie Saab adopte une silhouette crayon, quintessence du chic parisien. Marquée à la taille de fines ceintures, elle remet à la page l'élegance des années 60, juchée haut sur des talons bridés inspirés des babies. Gainée dans une robe-tailleur fuseau en crêpe de laine vierge rouge baiser, sable blond ou prune, elle renoue, avec féminité, avec les manches raglan et jupes à godets.

Légèrement évasée, la silhouette est structurée avec aplomb, faisant la part belle aux tombés impeccables des looks en laine fraîche stretch. Des pièces en cuir, maille et fourrure noire onyx s'immiscent par touches: un jeté d'épaule en renard flirte avec une robe en maille rythmée de plissés «strates», ou avec un petit top en laine rouge cerise.

Grand soir, des robes pailletées prune et gris nuage rebrodées ton sur ton font face à d'autres silhouettes en soie plissée nervurée, couleur aubergine et rouge vermeil.

## L'année 2011 annonce également l'arrivée du premier parfum Elie Saab.

Composé telle une ode à la lumière, *Elie Saab le Parfum* est un floral solaire et boisé. Les premières notes dévoilent une envolée de fleurs d'oranger, amplifiée en cœur par du jasmin et l'ombre du patchouli. Le bouquet s'étoffe en fond grâce à un accord boisé cèdre avec une touche de miel de rose.

Cette composition olfactive est présentée dans un lourd flacon en verre, travaillé comme du cristal, qui sublime la lumière, la brillance et la transparence, tout en mettant en valeur la teinte légèrement dorée du parfum. Aiguisé par l'exigence du couturier et son désir d'éclat absolu, le travail verrier a été poussé aux limites de la précision pour créer, entre architecture et joaillerie, un écrin de lumière qui reflète toute l'élegance d'Elie Saab.

## What inspirations guided the Fall-Winter 2011-2012 collections?

The Elie Saab woman takes on a pencil slim silhouette, the quintessence of Parisian chic. Drawn in at the waist with thin belts, she revives the elegance of the 1960's, perched high on slanted heels inspired by "babies". Sheathed in a tapered dress-suit of virgin wool crêpe, kiss red, golden sand or plum, she comes back, with femininity, to raglan sleeves and flared skirts.

Slightly flared, the silhouette is structured to emphasize the impeccable draping of cool stretch wool.

Pieces in leather, knit and fur are punctuated by black onyx. A fox piece on the shoulder flirts with a knit dress of "strate" pleats, or with a little top in cherry red wool.

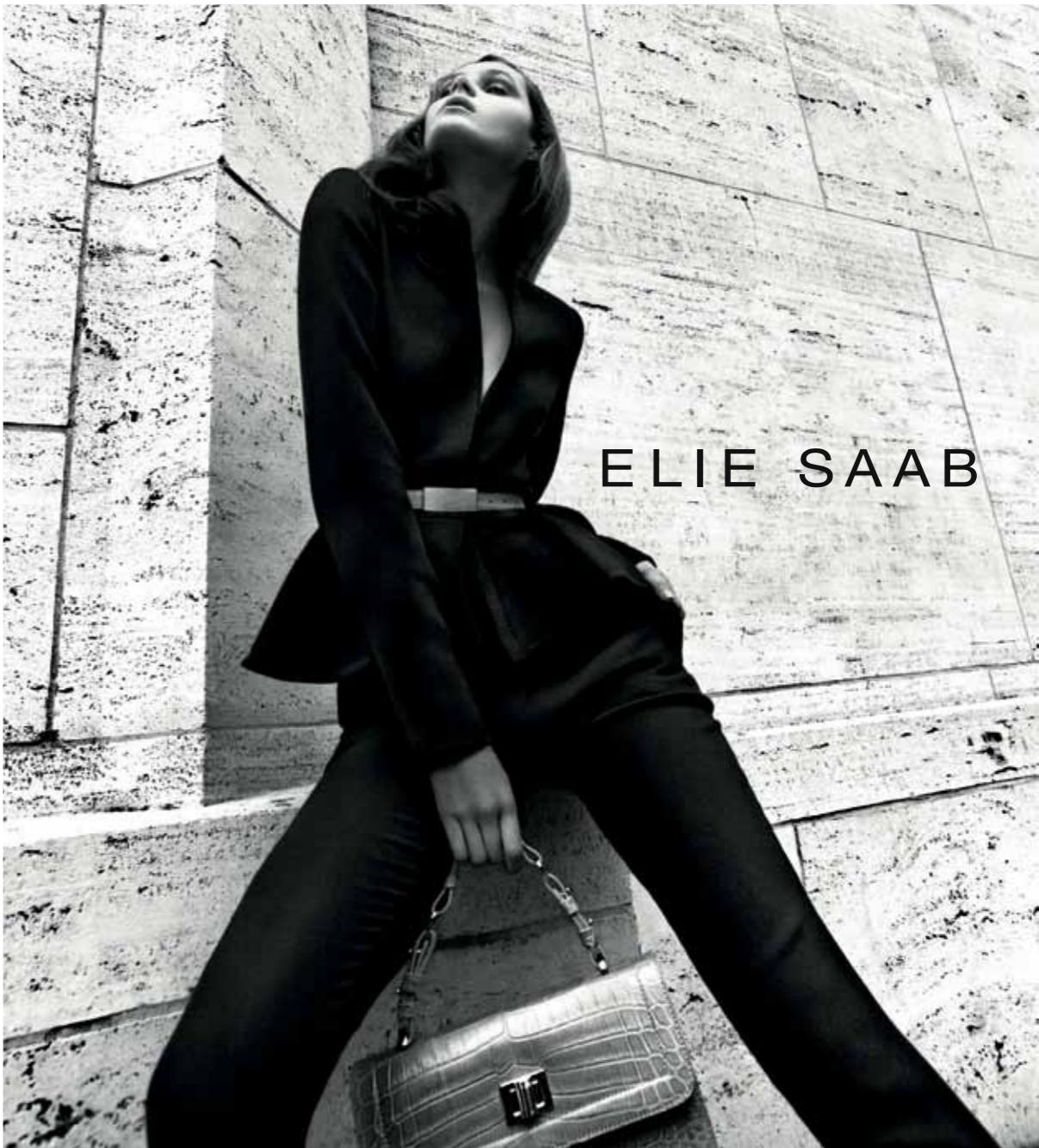
For grand evenings, sequined dresses in prune and cloud grey embroidered tone on tone or other silhouettes with ribbed silk pleats in vermillion red and aubergine.

## The year 2011 will also be the year of the first Elie Saab perfume.

Composed like an ode to light, *Elie Saab le Parfum* is floral, sunny and woody. The perfume opens with notes of orange blossoms, amplified by jasmine in the heart and a shadow of patchouli. The bouquet is filled out by a woody cedar accord and a touch of rose honey.

This olfactory composition is presented in a heavy glass bottle, crafted like crystal, shining with light, brilliance and transparency, highlighting the lightly golden tint of the perfume.

Heightened by the designer's exactitude and his desire for a glittering object, the work of the glassmaker was pushed to the limits of perfection to create, between architecture and jewellery, a vessel of light reflecting all of the elegance of Elie Saab.





# BLUMARINE

56 Avenue Montaigne

**À quoi reconnaîtra-t-on la Femme Blumarine croisée à Paris, Rome, Pékin ou Los Angeles, cet Automne-Hiver?**

La Femme Blumarine se distingue par son vestiaire urbain futuriste mûtié d'esprit couture. La Femme Blumarine exprime une élégance impeccable, étayée de coupes façon sur mesure et de silhouettes contemporaines.

**Créativité et excellence du savoir-faire made in Italy, cela fait partie de l'ADN Blumarine...**

Blumarine croit profondément en l'importance d'une production entièrement réalisée en Italie, du fait de l'extrême compétence des artisans italiens, qu'il est bien difficile de trouver ailleurs dans le monde. Pour cette collection, j'ai une confiance absolue en l'artisanat italien pour les coupes laser colorées des bords, et doublures en laine des manteaux imperméabilisés, ainsi que pour les looks en tricot.

**Quels seront les principaux accessoires à associer aux tenues Blumarine cet Automne-Hiver?**

Chaussures à bride cheville et bottes à talons plats en feutre coloré, bottes à talons plats façon biker et cuissardes en cuir mat caoutchouté. En ce qui concerne les sacs, il faut noter le format shopper en cuir mat caoutchouté ou feutre pour la journée et sa version de dentelle pour le soir.

**How will one recognize the Blumarine Woman, met in Paris, Rome, Peking, or Los Angeles this coming Fall-Winter season?**

We will distinguish Blumarine women by their futuristic urban-wear with a couture twist. They will express a flawless elegance with tailored shapes and contemporary silhouettes.

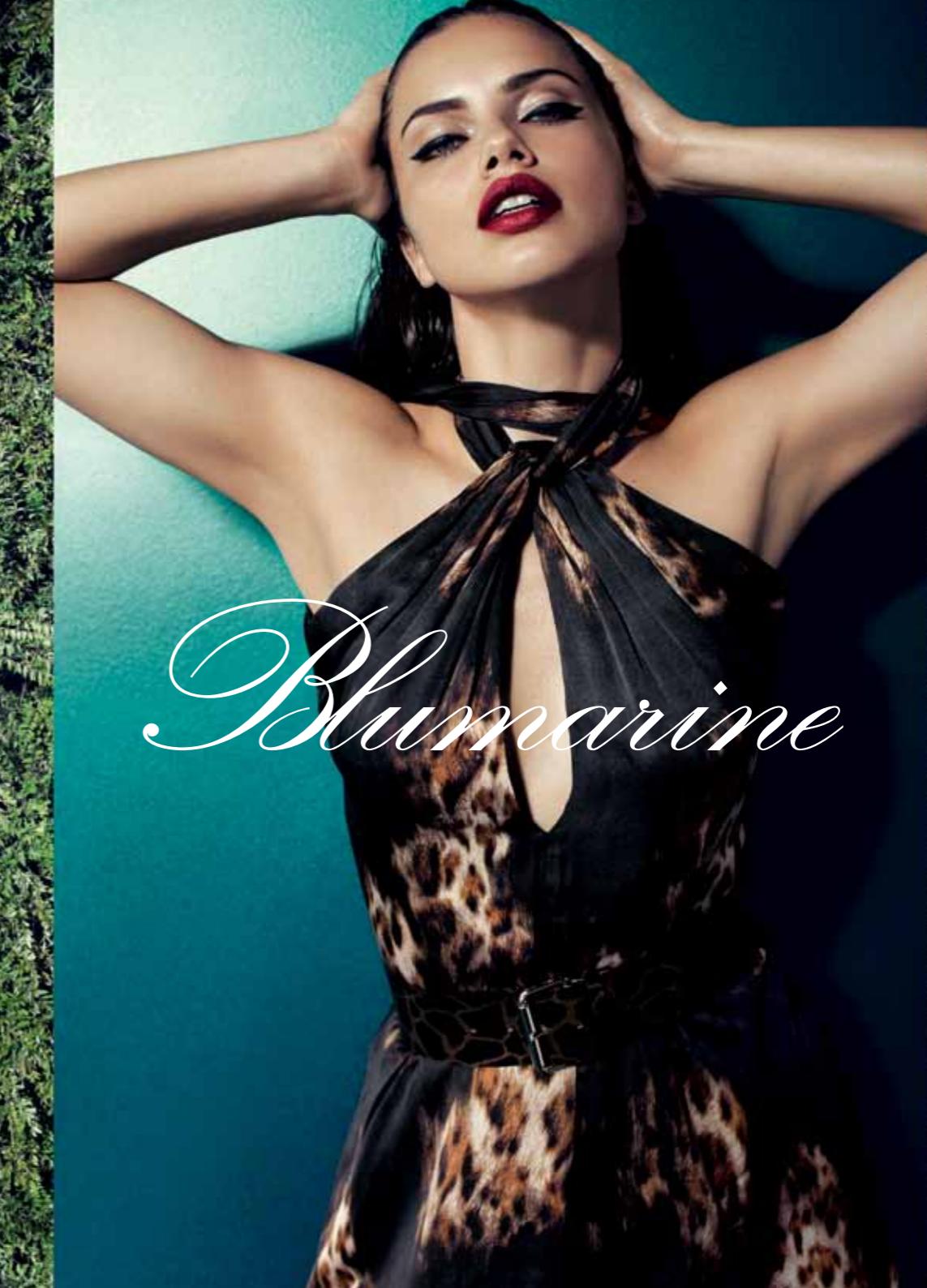
**The creativity and excellence of a savoir-faire made-in-Italy, this is part of Blumarine's DNA...**

Blumarine deeply believes in the importance of an entirely Made in Italy production, because of the excellent skills of Italian craftsmen which are hard to find somewhere else. For this collection I especially relied on Italian craftsmanship for block-colored laser-cut hems and wool linings of the rubberized coats and for the total looks in knitwear.

**What are the principal accessories to be worn with Blumarine creations for Fall-Winter?**

Court shoes with ankle strap and coloured felt flat boots, flat boots with biker details and thigh boots in matte rubberized leather. As for the bags, I suggest the shopper in matte rubberized leather or felt for the daywear and a feminine lace covered clutch for the evening.

Paris, 56 Avenue Montaigne ~ 58 Rue du Faubourg Saint-Honoré ————— [www.blumarine.com](http://www.blumarine.com)





Christian Dior avec le mannequin  
Dorothy Emms, 1952

Christian Dior  
par le peintre Paul Strecker  
Collection particulière

# CHRISTIAN DIOR

LE BAL DES ARTISTES

CHRISTIAN DIOR,  
THE BALL OF ARTISTS



## Hesitant beginnings

Christian Dior is such an icon in the world of fashion that it is difficult to imagine him having lived another life before the presentation of his "New Look" collection in 1947, the collection that made him, practically overnight and for eternity, the world's most famous fashion designer. But in fact, early on, the young man had other ambitions. Born in Granville, in Normandy into a wealthy family (his father produced a famous washing detergent called Saint-Marc), he grew up in a refined and cultivated environment surrounded by works of art, elegant furnishings and music. He first dreamed of becoming an architect. But to please his parents, he agreed to follow a more secure path, enrolling in Paris's prestigious school of political sciences. In 1928, he dropped out without a diploma. At the age of 23, the young man was once again a source of disillusionment for his parents, announcing that he wanted to open an art gallery. His parents accepted the idea under one condition: that he associate himself with other investors and that his name not appear on the gallery, thus minimizing the risks of such an uncertain venture.

## L'hésitation des débuts

Christian Dior est une telle icône de la mode que l'on imagine mal qu'il ait pu vivre une autre vie avant sa collection «New Look» de 1947, qui en fit, du jour au lendemain et pour toujours, le couturier le plus célèbre du monde. Pourtant, le jeune Christian avait d'autres ambitions. Né à Granville (Manche) dans une famille fortunée (son père produisait la célèbre lessive Saint-Marc), dans un environnement raffiné et cultivé, entouré d'œuvres d'art, de beaux meubles, de musique, il se rêve d'abord architecte. Pour complaire à ses parents, il s'engage cependant dans une voie plus sûre, celle de l'École nationale des sciences politiques à Paris. En 1928, il abandonne sa scolarité, sans diplôme. Agé de 23 ans, le jeune homme désespère encore davantage ses parents lorsqu'il leur annonce qu'il veut ouvrir une galerie d'art. Ceux-ci n'acceptent qu'à une condition: qu'il s'associe à d'autres et ne fasse pas apparaître son nom, pour ne pas le galvauder dans une entreprise aussi hasardeuse...



1.



2.



3.

## Le galeriste de Dalí et Giacometti

Dans sa villa d'enfance, qu'il vénérait et qui lui laissa toujours un souvenir ému (surtout après sa vente forcée en 1931), aujourd'hui transformée en musée, une exposition explore en profondeur les rapports de Christian Dior avec le monde de l'art et des artistes. Ces liens, qu'il devait cultiver toute sa vie, prirent racine au cours de sa brève expérience de galeriste. En 1928, avec son ami Jacques Bonjean, il ouvre un espace au 34 rue La Boétie. Un autre personnage remarquable, Pierre Colle, devait plus tard compléter l'équipe. Les créateurs exposés en quelques années montrent la qualité de la sélection et la sûreté de jugement : Salvador Dalí, Giorgio de Chirico, Pavel Tchelitcheff ou encore Max Jacob. Alberto Giacometti y aura sa première exposition personnelle en mai 1932 tandis que Calder, qui fascine ses amis bohèmes avec son *Cirque*, y fera sa cinquième et dernière apparition parisienne, du 16 au 19 mai 1933, avant son retour définitif en Amérique.



© MUSÉE CHRISTIAN DIOR

1. Invitation de la galerie Bonjean  
2. Salvador Dalí, 1904-1989  
3. Alberto Giacometti, 1901-1966  
4. La Villa «Les Rhums», Granville



© MUSÉE CHRISTIAN DIOR



5.

5. Robe Braque  
6. Christian Dior. Maquette de costume dessiné pour *Le Lit à colonnes*, 1942

D'autres amitiés seront tissées avec des noms devenus aujourd'hui fameux : Balthus réalise ainsi une de ses œuvres majeures, *Les Trois Sœurs*, en faisant le portrait des trois filles de Pierre Colle. Cocteau était de toutes les soirées, notamment au *Bœuf sur le toit*, cabaret mythique où l'on rencontrait aussi bien Picabia, Radiguet et Blaise Cendrars que la vicomtesse de Noailles ou Duke Ellington. À la fin des années vingt, la crise frappe. Jacques Bonjean est ruiné et la famille Dior connaît le même sort. Christian, qui n'a pas encore 30 ans, doit brader un stock de tableaux. «*Certaines peintures qui valent aujourd'hui des millions se bazaient péniblement quelques dizaines de milliers de francs*», écrira-t-il plus tard. Sur les conseils d'un ami, alors qu'il est en convalescence pour tuberculose, Christian Dior s'engage dans une autre voie : il devient illustrateur de mode puis réussit à entrer chez Lucien Lelong, l'un des grands couturiers de l'époque. Grâce à l'appui de l'industriel Marcel Boussac, il peut ouvrir sa propre Maison en 1947. Sans pour autant oublier son amour pour l'art...

## Balthus, Cocteau, Duke Ellington...



6.

### Balthus, Cocteau, Duke Ellington...

Other friendships grew with many artists who are now famous: Among Balthus's most important works was *Les Trois Soeurs*, the portrait of Pierre Colle's three daughters. Cocteau was a habitué of frequent soirées, including those at the famous *Bœuf sur le Toit*, a legendary cabaret where everyone met from Picabia, Radiguet and Blaise Cendrars, to the Vicomtesse de Noailles and Duke Ellington. At the end of the 1920's, the crash hit. Jacques Bonjean was ruined, as well as the Dior family. Christian, not yet 30 years old, was forced to sell his stock of paintings. "Some paintings that are worth millions today, were auctioned to the lowest bidders, painfully drawing ten thousand francs," wrote Dior later. While recovering from tuberculosis, Christian Dior, following the advice of a friend, decided to embark on a new career. He became a fashion illustrator and succeeded in being hired by Lucien Lelong, one of the great couture designers of the time. Thanks to the backing of the industrial Marcel Boussac, Dior opened his own fashion house in 1947, without ever forgetting his love for art...

Marya Markina inspirée de Christian Bérard

### Christian Bérard, a flurry of creativity

Everything in the organization of his fashion house demonstrated the persistence of this passion. He engaged the decorator Victor Grandpierre to design his boutiques and show windows and hired the most talented photographers, such as Willy Maywald and the young Richard Avedon, whose success is now legendary. His creations were inspired by Matisse and Braque, but also by the melodies of Henri Sauguet and Georges Auric, with whom he continued to spend time. In this privileged club, one man would perhaps count more than others: Christian Bérard.

A man of multiple and remarkable talents, designer, painter, set designer, costume artist, he accompanied Christian Dior in all of his adventures, sketching his creations and participating in his passion for disguises and portraits in costume, as well as helping to decorate 30 Avenue Montaigne, Dior headquarters.

### Christian Bérard, une créativité tous azimuts

Tout, dans l'activité de sa Maison, montre en effet la persistance de cette passion. Il demande la collaboration du décorateur Victor Grandpierre pour dessiner ses boutiques et ses vitrines. Il s'attache les services des photographes les plus doués, comme Willy Maywald ou le jeune Richard Avedon, qui fera la carrière que l'on connaît. Ses robes sont inspirées de Matisse, Braque mais aussi des mélodies d'Henri Sauguet et de Georges Auric, qu'il fréquente continuellement. Dans ce cénacle, un homme comptera peut-être plus que d'autres: Christian Bérard. Personnage tonitruant aux talents multiples, il est à la fois dessinateur, peintre, scénographe, costumier et de toutes les aventures de Christian Dior, croquant ses créations, l'accompagnant dans sa passion pour les déguisements et les portraits costumés, aidant à décorer le 30, Avenue Montaigne, siège de la Maison.



© COLLECTION CHRISTIAN DIOR H/C 2007/2008 © GUY MARINÉAU



© COPYRIGHT DR



© ASS WILLY MAYWALD / ADAGP 2011

1. Willy Maywald représentant Christian Dior et Victor Grandpierre lors des travaux d'aménagement du 30, Avenue Montaigne, décembre 1946-février 1947
2. Christian Dior aux puces avec son ami Christian Bérard, vers 1925
3. Leonor Fini, 1908-1996
4. Trois Faunesse de Leonor Fini, 1932

Une autre artiste noue avec Christian Dior des liens privilégiés: il s'agit de Leonor Fini, muse de Cartier-Bresson, d'André Pieyre de Mandiargues ou de Max Jacob. Née à Buenos Aires en 1907, cette créatrice cosmopolite grandit à Trieste, où elle fréquente Italo Svevo ou James Joyce. Après un début de carrière discret en Italie, elle arrive à Paris en 1931, où elle s'impose rapidement, en partie grâce à Christian Dior. C'est lui, en tant que directeur de la galerie Bonjean, qui organise sa première exposition personnelle en novembre 1932. L'après-guerre marque sa plus grande célébrité, acquise par ses tableaux, ses décorations pour le théâtre, ses illustrations de livres... et sa participation aux soirées et bals costumés qui font fureur, chez le comte de Beaumont ou les Noailles. L'apothéose en est – pour elle comme pour Christian Dior, l'Aga Khan, Salvador Dalí, Orson Welles et 1500 autres invités – l'extraordinaire bal du Palazzo Labia à Venise, organisé le 3 septembre 1951 par Charles de Beistegui, qui restera à jamais le «bal du siècle», un moment inoubliable de la fusion des arts.



3.

### Leonor Fini, séductrice venue du Sud

#### Leonor Fini, the muse from the South

Another artist would form a privileged relationship with Christian Dior. Her name was Leonor Fini, muse of artists including Cartier-Bresson, André Pieyre de Mandiargues and Max Jacob. Born in Buenos Aires in 1907, this cosmopolitan artist grew up in Trieste where she met Italo Svevo and James Joyce. After the timid beginning of a career in Italy, she came to Paris in 1931 where she was quickly noticed, thanks in part to Christian Dior. As director of the Bonjean gallery, Dior organized Leonor Fini's first solo exhibition in November 1932. The post-war period marked her rise to celebrity, not only for her paintings, but also for her theatre sets and book illustrations... and her participation in parties and costume balls which were the rage at the Comte de Beaumont's and the Noailles'. But the apotheosis, both for her and for Christian Dior, as well as the Aga Khan, Salvador Dalí, Orson Welles and 1500 guests, was an extraordinary ball held at Venice's Palazzo Labia on September 3<sup>rd</sup>, 1951, organized by Charles de Beistegui, which would go down in posterity as "The Ball of the Century", an unforgettable fusion of the arts.



4.

1. Robe Concerto, ligne fuseau
2. Passage 23 inspiré de Lucas Cranach
3. Robe d'inspiration surréaliste

### Changing of the Guard

Until his untimely death in 1957 at the age of 52 during a restful stay at the baths of Montecatini, Christian Dior maintained ties with friends met before the war. He continued to cultivate his passion for music (Henri Sauguet, who wrote and dedicated a waltz entitled *Miss Dior* to wish his friend happy new year in 1948, also composed Dior's funeral hymn), and to collect, to visit museums, galleries, auction rooms and antique shops, particularly the Kraemer's, for the Louis XVI-style furnishings of which he was so fond. He would create costumes for movies (including those seen in Jean-Pierre Melville's film, *Enfants Terribles*, and Ava Gardner's wardrobe for *The Little Hut*.) His successors at the head of Dior, notably Marc Bohan and Yves Saint Laurent, maintained these fruitful ties with the art world and would, in turn, be inspired by Mondrian, Braque, Pollock and others, acquiring remarkable personal collections. Dior and the arts: An enduring love story!



1.

### Passage de témoin



Jusqu'à sa mort précoce, en 1957, à l'âge de 52 ans, lors d'un séjour de repos aux thermes de Montecatini en Italie, Christian Dior continuera de fréquenter ses amis connus avant la guerre, de se passionner pour la musique (Henri Sauguet, qui lui avait écrit et dédié une valse intitulée *Miss Dior* pour lui souhaiter une bonne année 1948, composera son hymne funèbre), de collectionner, de fréquenter musées, galeries, salles des ventes et antiquaires (notamment les Kraemer, pour se meubler dans le style Louis XVI qu'il affectionnait). Il réalisera des costumes pour le cinéma (de ceux des *Enfants terribles* de Jean-Pierre Melville à celui d'Ava Gardner dans *The Little Hut*). Ses successeurs à la tête de la Maison, notamment Marc Bohan et Yves Saint Laurent, entretiendront ces épousailles fécondes avec le monde de l'art, s'inspirant de Mondrian, Braque ou Pollock, et réunissant de remarquables collections personnelles. Dior et l'art: une histoire d'amour qui dure!

2.

OP



© COLLECTION CHRISTIAN DIOR H/C A/H 2007/2008. © GUY MARINIAU



*Dior, le bal des artistes*  
au musée Christian Dior,  
villa «Les Rhumbs», à Granville  
Commissaire: Florence Müller  
jusqu'au 25 septembre 2011.

Catalogue Artlys, 112 p., 25€

*Dior, le bal des artistes*  
at the Christian Dior Museum  
villa "Les Rhumbs" in Granville,  
Curator: Florence Müller  
until September 25, 2011.

[www.musee-dior-granville.com](http://www.musee-dior-granville.com)

3.







# LE PLAZA ATHÉNÉE

## DANS LE CERCLE FERMÉ DES PALACES

THE PLAZA ATHÉNÉE  
INCLUDED IN THE  
VERY CLOSED CIRCLE  
OF PALACE HOTELS



Révolution  
dans la classification  
française

### A revolution in French classification

For a very long time, the laudatory term "palace" has been applied in an empirical manner to different establishments. But recently, this superlative has been perfectly defined in the terminology of French hotels. Eight hotels were awarded this prestigious label for the first time in May 2011. Among the laureates was the Plaza Athénée, this "must" establishment on the Avenue Montaigne, a meeting place for celebrities, and anyone with a taste for refinement, since its opening in 1913. The new title was enthusiastically welcomed by François Delahaye, the hotel's General Director, who collaborated with the French Ministry of Tourism to establish the evaluation system. How does a hotel become a palace? *"It is a voluntary initiative. A hotel must ask to be a candidate and send a detailed presentation. Following this, there is a great deal of work, requiring over a month of full time action by one of the hotel's employees. The establishment must meet a certain number of criteria of excellence – including having a minimum size for rooms and bathrooms, a spa, business center, air conditioning, elevators, multi-lingual employees, etc."*

On a longtemps utilisé de manière empirique la mention de «palace», attribuant à différents établissements cette appréciation élogieuse. Depuis quelques mois, dans la terminologie hôtelière française, ce qualificatif est parfaitement défini. Huit hôtels ont obtenu le label lors de la première «promotion» de mai 2011, dont le Plaza Athénée, adresse incontournable de l'Avenue Montaigne, rendez-vous des célébrités et des amants du raffinement depuis son ouverture en 1913. François Delahaye, son directeur général, qui a contribué à la mise en place du système d'évaluation avec le ministère du Tourisme, s'en félicite. Comment devient-on palace ? *«C'est une démarche volontaire: il faut faire acte de candidature et envoyer un dossier. C'est ensuite un travail important, qui emploie une personne à temps complet pendant plus d'un mois. Il faut répondre à un certain nombre de critères d'excellence – la taille des chambres et de la salle de bains, la présence d'un spa, d'un business center, de climatisation, d'ascenseurs, le caractère polyglotte des employés, etc.»*



## 234 questions et... un jury

Le formulaire administratif d'éligibilité énumère en effet 234 questions, de l'existence d'une enseigne en bon état jusqu'à la «sensibilisation des collaborateurs à la gestion économe des déchets» en passant par la présence du wifi, l'éclairage dans les couloirs ou un service de voiturier. «*Mais un palace, ce n'est pas uniquement des chiffres, des surfaces, des équipements. C'est aussi une histoire, une aura, une architecture, une place dans la ville, la notoriété d'un restaurant, bref, des éléments immatériels. Seuls des écrivains, des historiens, des architectes, des gens habitués à voyager sont capables de sentir cette patine.*» Un jury de personnalités qualifiées, parmi lesquelles figuraient Dominique Fernandez et Gonzague Saint Bris, a été composé pour séjourner, tester et trancher. Prochaine promotion dans quelques mois: outre Le Bristol, Le Meurice et le Park Hyatt, on saura quelles grandes adresses parisiennes tiendront compagnie au Plaza Athénée...

### 234 questions and a jury...

The eligibility form lists 234 questions, from having its name attractively displayed, to the "staff's awareness of and efficient management of waste", to the presence of Wifi, lighting in the hallways and valet parking. "But a palace is not just numbers, square footage and equipment. It also has a history, an aura, distinguishing architecture, a prime location in a city, a reputed restaurant, in short, many intangible elements come into play. Only writers, historians, architects and those who travel frequently are able to feel this patina." A jury of qualified personalities, including Dominique Fernandez and Gonzague Saint Bris, was charged with visiting, testing and judging. The next selections will be made in a few months. In addition to Le Bristol, Le Meurice and the Park Hyatt, other great addresses will keep the Plaza Athénée company.





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

Hotel Bel-Air  
LOS ANGELES

Coworth Park  
ASCOT

45 Park Lane  
LONDON



Avenue Montaigne, l'Hôtel Plaza Athénée vous invite à vivre une expérience unique et surprenante... Derrière la façade fleurie de géraniums rouges se cache une magnifique cour qui se transforme comme par magie : véritable havre de paix entouré de vigne vierge verdoyante en été, la Cour Jardin se métamorphose en patinoire l'hiver. Au guidon du fameux vélo « rouge Plaza », flânez dans les rues de Paris avant de rejoindre l'une des 191 chambres et suites de l'hôtel, dont la Suite Royale ou l'une des Suites Eiffel. Véritables appartements parisiens, ces suites offrent une vue imprenable sur la Dame de Fer. Puis prolongez votre soirée au restaurant de Haute Cuisine *Alain Ducasse au Plaza Athénée*, avant de déguster une Rose Royale au *Bar du Plaza Athénée*, l'un des endroits les plus prisés de la capitale.

HÔTEL  
**PLAZA ATHÉNÉE**  
PARIS

*Hôtel Plaza Athénée - 25 avenue Montaigne - 75008 Paris - Tel. 01 53 67 66 65 - www.plaza-athenee-paris.com*



# DESSANGE

39 Avenue Franklin D. Roosevelt

**Quelle est l'actualité de la Maison Dessange pour l'Automne-Hiver 2011-2012?**

Pour cet Automne-Hiver 2011-2012, la Maison Dessange propose une nouvelle collection coiffure «Sélection officielle» qui s'inspire des icônes intemporelles du 7<sup>e</sup> art. Sous les feux des projecteurs, la Femme Dessange se révèle: elle captive les regards tout en cultivant le mystère inhérent aux stars. Sa sensualité exacerbée, son pouvoir de séduction assumé, sa prestance et ses attitudes subliment la beauté, la matière et les effets de couleurs.



Benjamin Dessange  
Président du Directoire  
DESSANGE International

**On évoque souvent l'innovation et la qualité des produits Maison, mais la notion de service et conseil à la clientèle est aussi une valeur forte chez Dessange.**

La notion de service est la clé de voûte de notre Maison. Elle s'exprime dans toutes les composantes de nos salons: ergonomie des espaces, diversité et qualité des produits, conseils offerts à nos clientes. Chaque collaborateur possède l'expertise de sa spécialité: couleur, extensions, lissage, soins esthétiques... pour pouvoir procurer des conseils sur mesure.

**L'image de Dessange associe à la fois le glamour et l'idée de coiffer les femmes actives au quotidien...**

En effet, nous véhiculons une image de glamour grâce à nos différents partenariats dans l'univers du 7<sup>e</sup> art: Festival de Cannes, de Deauville, de Marrakech, cérémonies des Césars... mais ce glamour ne s'arrête pas au pied des marches recouvertes du tapis rouge. Nous repensons les coiffures que nous réalisons dans les grands événements du 7<sup>e</sup> art pour sublimer les femmes au quotidien dans chacun de nos salons.

**What's new at the Maison Dessange for Fall-Winter 2011- 2012?**

For Fall-Winter 2011-2012, Dessange proposes a new collection of hairstyles, "Selection Officielle", inspired by the timeless icons of the silver screen. Under the lights of the camera, the Dessange Woman reveals herself, captivating all eyes, while cultivating the inherent mystery of stars. Her sensuality is accentuated, she assumes her full power of seduction, her presence and her attitude enhances her beauty, texture and nuances of color.

**Innovation and the quality of your products are often cited, but the idea of service and client guidance is also one of Dessange's strong points.**

The concept of service is the cornerstone of our trademark. It is expressed in all areas of our salons: including ergonomic spaces, the diversity and quality of products, and the advice offered to our clients. Each of our employees is an expert in his or her specialty: color, extensions, straightening, beauty treatments... in order to best counsel the client.

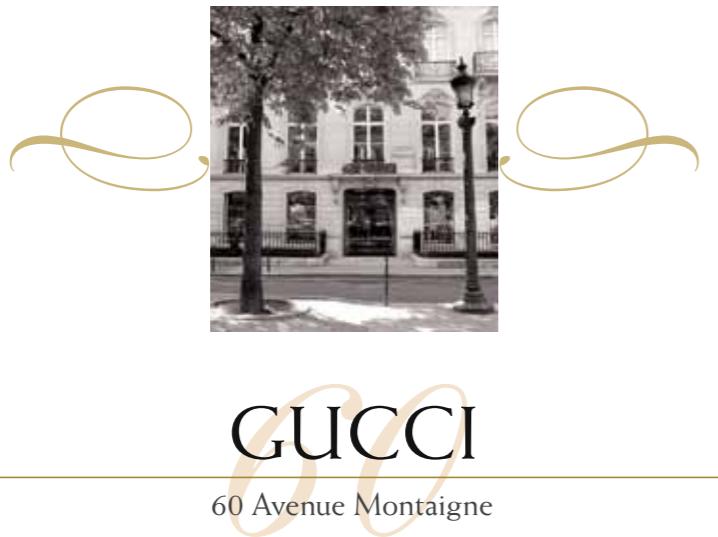
**The image of Dessange combines glamour with the idea of everyday styling for the active woman.**

Yes, in fact, we convey an image of glamor thanks to our different partners in the world of cinema: the Film Festivals of Cannes, Deauville, and Marrakech, and the ceremony of the César awards honoring French films. But this glamor does not stop at the bottom of the steps covered with red carpet. We use the styles we create for these great events of the "Seventh Art", adapting them to enhance women who visit each of our salons daily.

PORTRAIT DE FEMME



[dessange.com](http://dessange.com)



**GUCCI**  
60 Avenue Montaigne

#### Comment Frida Giannini a-t-elle imaginé la Femme Gucci cet Automne-Hiver 2011-2012 ?

Nuages de fourrures colorées, transparencies insaisissables, accents masculins, pointes de cuir verni pour une femme de mystère et d'ironie. Palette de couleurs audacieuse et provocante: pour l'Automne-Hiver 2011-2012, les robes des Femmes Gucci ont une allure cinématographique et un fort pouvoir de séduction. «Il s'agit d'un dandy contemporain au féminin, qui combine glamour et séduction en utilisant les codes emblématiques de la Maison. C'est une femme dotée d'une personnalité décisive, attentive aux détails et audacieuse», explique Frida Giannini, Directrice de la Création. La silhouette est ainsi caractérisée par des détails vestimentaires et des proportions années soixante-dix extrêmes. La ligne s'allonge jusqu'aux genoux et s'évase. Des robes aériennes donnent un effet de transparence et se nouent au col avec de longues écharpes. Le côté masculin s'exprime dans les pantalons extra-larges, en veau-velours léger ou en tissus britanniques exclusifs. La jupe-pantalon devient une signature, portée avec un caban et des cuissardes. À mélanger avec des imprimés noir et blanc graphiques, pois, motifs géométriques, pied-de-poule. Les matières célèbrent la peau sur la peau avec un chemisier sur robe bustier en cuir, dans différentes couleurs. Bleu-vert, rouille, émeraude, cerise, lilas, tilleul, mis en évidence par les traitements artisanaux de la fourrure sur les cols, manches et basques d'un caban luxueux et extravagant. La finesse de la soie et le tweed rehaussé de détails en cuir verni rappellent un esprit fétichiste à la Helmut Newton. Pour le soir: haute couture de sensualité avec des robes en mousseline de soie et organza, comme un souffle sur la peau...

#### What has Frida Giannini imagined for the Gucci Woman for Fall-Winter 2011-2012?

Clouds of colored furs, fleeting transparencies, masculine accents, patent leather details for a woman of mystery and irony. An audacious and provocative palette of colors. For Fall-Winter 2011-2012, dresses for the Gucci woman convey a cinematic appeal and a strong power of seduction. "It's the feminine version of a contemporary dandy, combining glamor and seduction, using the emblematic codes of the trademark. It's a woman graced with a decisive personality, attentive to details and audacious," explains Creative Director, Frida Giannini. The silhouette is characterized by design details and the extreme proportions of the 1970's. The line extends to the knees and then flares. Airy dresses give a transparent effect and tie at the neck with long scarves. The masculine note is expressed in extra-wide pants, light calf-skin suede or exclusive British fabrics. The pant-skirt is becoming a signature, worn with a vest and thigh boots. To be combined with black and white graphic prints, polka dots, geometric designs, and hounds-tooth checks. Materials represent skin on the skin, such as a blouse over a leather bustier in different colors. Blue-green, rust, emerald, cherry red, lilac, lime, highlighted by the artisanal touch of fur on the collar, sleeves and hem of a luxurious and extravagant reefer jacket. The finesse of silk and tweed, accentuated with patent leather details bring to mind the fetishism of Helmut Newton. For evening, haute couture sensuality with dresses of silk chiffon and organza, like a whisper on the skin.

#### Et les Hommes, que porteront-ils?

La collection Gucci Automne-Hiver 2011-2012 devient une histoire à multiples facettes, où la seule règle est d'avoir une forte personnalité. «2011 marque notre 90<sup>e</sup> anniversaire, explique Frida Giannini, j'ai exploré les codes de Gucci, réintroduisant les éléments de l'ADN des années 70 et l'esprit des icônes masculines comme référence.» Ainsi, ce nouveau dandy aime séduire par son côté traditionnel et sûr de lui. Il ose la veste croisée et le trench en crocodile et autruche. Il hypnotise via une palette sophistiquée, avec des nuances de nacre et de terre. Il joue avec l'élegance: maille rayée en mohair, costume sur mesure, touche biker subtile, fourrures rock'n'roll. Les matières sont nobles: cashmere, velours, gabardine, flanelle, carreaux British accompagnés de peaux exotiques pour les manteaux et fourrures dans un look cosmopolite. Castor rasé effet côtelé pour le trench, poney et lapin naturel à poils longs sur le caban pour une escapade nocturne, shearling pour l'intérieur du manteau oversize, et même chèvre de Mongolie tressée pour un manteau poids plume. À noter, le premier sac *Bamboo* pour homme, aux anses noircies, dans une taille voyage, est le fil rouge de la saison.

#### Parlez-nous des derniers It Accessoires signés Gucci.

En l'honneur des 90 ans de Gucci, la Maison présente la Collection 1921: ligne exclusive de prêt-à-porter et d'accessoires homme et femme. «Tout au long de cette année, nous célébrons l'anniversaire de Gucci sous diverses formes; j'ai ainsi souhaité, au fil de cette collection commémorative, rendre hommage aux icônes, au savoir-faire et aux matières luxueuses, qui font la réputation de la Maison depuis sa création», souligne Frida Giannini, chaque pièce raconte une anecdote, illustrant un chapitre de l'histoire de la Maison.» La collection arborera ainsi une nouvelle signature, G. GUCCI Firenze 1921, estampillée sur les accessoires, les boucles de ceintures et imprimée sur les étiquettes de voyage en métal. Parmi les créations phares de la Collection 1921: les sacs New Bamboo, New Jackie et Horsebit Chain, en cuir de vachette et crocodile, dans des tons marron foncé, rose, kaki, cerise, vert bouteille; et deux valises de voyage homme d'inspiration vintage se déclinant également en cuir de vachette et toile Diamante.

Quant à la Collection 70', une ligne de sacs d'inspiration vintage conçue par Frida Giannini, elle retrace l'histoire prestigieuse du travail fait main, sublimé par un nouveau service de personnalisation: chaque sac 70' (proposé avec son service d'embossage personnalisé) portera les initiales dorées de son propriétaire. Les finitions sont sophistiquées, fusion entre savoir-faire artisanal et innovation, et un nouveau processus de lavage finalise la fabrication, donnant à chaque pièce un aspect unique, comme patiné par le temps.

#### And men, what will they be wearing?

Gucci's Fall-Winter 2011-2012 collection is a multi-faceted story in which the only rule is to have a strong personality. "The year 2011 marks our 90<sup>th</sup> anniversary," says Frida Giannini. "I looked back through the Gucci codes and re-introduced elements of the DNA of the 1970's and the references of the masculine icons." This new dandy is as seductive as ever and just as sure of himself. He is daring in his double-breasted jacket and crocodile and ostrich trench coat. He hypnotizes with a sophisticated color palette, from pearly to earthy tones. He plays with the elegance of striped knit mohair, tailor-made suits, subtle biker touches, rock'n'roll furs. The fabrics are noble: cashmere, velvet, gabardine, flannel, British checks accompanied by exotic skins for coats and furs with a cosmopolitan look. Sheared beaver with a ribbed effect for a trench coat, pony and natural long hair rabbit in a cropped coat for a romantic night, or shearling for the interior of an oversized coat, or even braided Mongolian goat for a featherweight jacket. Note that the first *Bamboo* bag for men, with blackened handles, in a travel size is the recurring theme of the season.



#### Tell us about the latest "It" accessories created by Gucci.

In honor of its 90 years, Gucci is presenting its 1921 Collection, an exclusive line of prêt-à-porter and accessories for men and women. "All during the year, we will celebrate Gucci's anniversary in several ways. With this commemorative collection, I would like to make a tribute to icons, to our savoir-faire and to the luxurious materials that have built the reputation of our trademark since its creation," emphasizes Frida Giannini. "each item tells an anecdote, illustrating a chapter in the history of our Maison". The collection carries a new signature, G. GUCCI Firenze 1921, stamped on accessories, belt buckles, and printed on travel labels in metal. Among the highlights of the 1921 Collection are the New Bamboo, New Jackie, and Horsebit Chain handbags in calf-skin and crocodile, in tones of dark brown, rose, kaki, cherry, and bottle green. There are also two men's travel bags of vintage inspiration, available in calf-skin and Diamante canvas. The 70' Collection, a line of vintage-inspired handbags created by Frida Giannini, retraces a prestigious history of hand craftsmanship, enhanced by a new personalization service: Each 70' handbag (proposed with the personalized embossing service) will carry the gold initials of its owner. The finishing details are sophisticated, a fusion of artisanal savoir-faire and innovation, with a new washing process to finish that gives each piece a unique look, as if lovingly weathered by time.



# LES CATHERINETTES OU L'ART DU CHAPEAU

THE "CATHERINETTES"  
OR THE ART OF THE HAT

**En souvenir**  
de sainte Catherine

## In memory of Saint Catherine

On November 25<sup>th</sup> yearly, the fashion houses of the Avenue Montaigne perpetuate a very old tradition known as the "Catherinettes". The patron saint of this celebration, Catherine of Alexandria, lived seventeen centuries ago and was tortured to death on November 25<sup>th</sup>, 307 under the reign of Maximien. In the past, on her feast day, young unmarried ladies would "*coiffer Sainte Catherine*" literally, cover Saint Catherine's head. In other words, they would decorate Saint Catherine's statue with a hat, while making a wish to find a husband. Over time, the tradition has been abandoned by the general public, preserved only in the fashion world. And even in fashion circles, it has lost ground. The Comité Montaigne has re-launched the tradition, adding a modern touch: it is no longer reserved only for couture houses and, now even young men can participate under the patronage of Saint Nicholas. The rules are the same for both sexes: candidates must be unmarried, be at least 25 year old... and must wear a hat.

Chaque 25 novembre, les Maisons de l'Avenue Montaigne sacrifient à une tradition : celle des Catherinettes. La patronne de cette célébration a vécu il y a dix-sept siècles : il s'agit de sainte Catherine d'Alexandrie, suppliciée le 25 novembre 307, sous le règne de Maximien. Autrefois, le jour de sa fête, les jeunes filles allaient « coiffer sainte Catherine » : en d'autres mots, elles allaient orner d'un chapeau la statue de la sainte en faisant le voeu de se marier. Puis l'habitude s'est perdue, ne survivant que dans le monde de la mode. Encore y était-elle de moins en moins observée. Le Comité Montaigne a relancé cette tradition en la modernisant quelque peu : elle n'est plus réservée aux seules Maisons de couture et, désormais, les garçons aussi peuvent y participer en se recommandant à saint Nicolas. Les règles sont les mêmes pour les deux sexes : il faut être célibataire, avoir 25 ans... et porter un chapeau.



## Jaune et vert



C'est dans le couvre-chef que réside toute la magie de l'événement: il doit être jaune (pour symboliser la foi et le temps qui passe) et vert (pour la jeunesse et l'espérance), et être surmonté d'attributs qui montrent le savoir-faire de son propriétaire. Certaines créations sont de véritables pièces montées: il est parfois impossible aux demoiselles de tourner la tête sans faire de dommage irréparable et il peut être tout aussi compliqué de les croiser dans l'escalier tant elles se déploient dans l'espace. Même au théâtre des Champs-Élysées où se tient le concours... Devant un jury exigeant mais amical – composé du président du Comité Montaigne, Jean-Claude Cathalan, et de personnalités du monde de la mode, notamment de magazines réputés –, les

Catherinettes (et les Nicolas) descendent les marches en arborant leur magnifique accessoire. L'entrée est libre: dans la grande salle, chef-d'œuvre d'Auguste Perret, le public ne se prive pas de prendre position...

## Yellow and Green

The magic of the event lies in the nature of the hat: it must be yellow (symbolizing faith and the passage of time) and green (for youth and hope), and it must be ornamented with elements demonstrating the savoir-faire and creativity of the person wearing it. Certain creations are true architectural feats, making it sometimes impossible for the young lady to turn her head without committing irreparable damage, and it is often just as complicated for two competitors to pass by one another on the stairway, in light of the space taken up by each of these creations. In the theatre of the Champs-Élysées, where the competition is held, judged by a very demanding but friendly jury, including the President of the Comité Montaigne, Jean-Claude Cathalan and personalities of the fashion world, notably of renowned magazines, the Catherinettes (and the Nicolas) walk down the stairs sporting their magnificent headdresses. Entrance is free and the public comes to view the show in the theatre's main concert hall, the masterpiece of Auguste Perret.



Chaque chapeau a été conçu et fabriqué dans les studios de création. Il se veut un hommage au talent de toutes les «petites mains» et des maîtres d'art – brodeurs et autres artisans – qui sont un patrimoine inégalable de la mode et du luxe. Certains chapeaux sont des constructions remarquables, inventives, mêlant boîtes de chocolat, carton, voile, broderies, ciseaux et plumes... Le jury, après délibération, élit la lauréate et sa dauphine. Et pour que la fête soit plus complète, il décerne des accessits: un prix à la Catherinette la plus drôle, un autre à la plus originale, un prix du Président, un prix du Nicolas... Le tout s'achève dans la bonne humeur autour d'un buffet et aucun concurrent ne repart les mains vides. Un parfum et une bouteille de Champagne sont le lot de chacun. Car il n'y aura pas de seconde chance: l'an prochain, une nouvelle génération prendra la suite.



## Une avalanche de prix

### An avalanche of prizes

Each hat is designed and conceived in one of the design studios. Each is meant to be a tribute to the talent of all of the workers and artists – embroiderers and other craftsmen – who represent an unequalled heritage in the world of fashion and luxury goods. Some hats are remarkable constructions, extremely inventive, combining chocolate boxes, cardboard, veils, embroidery, scissors and feathers. After deliberation, the jury designates the winner and runner-up. And to make the celebration complete, it also awards an array of other titles: the funniest Catherinette, or the most original, the President's prize, and the Nicolas prize. No one goes home empty-handed and it all ends around a very good-natured buffet. Each competitor receives a perfume and a bottle of Champagne, because there is no second chance. Next year, a new generation of "Catherinette's" will be in the limelight.





## 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](http://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](http://www.aeroportsdeparis.fr)

#### OFFICE DE TOURISME DE PARIS

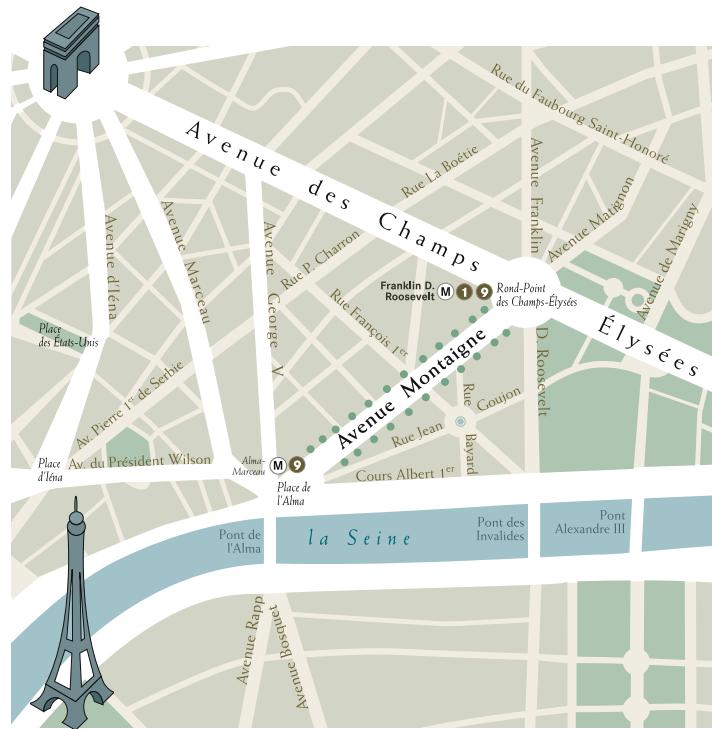
#### PARIS TOURIST OFFICE

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](http://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](http://www.avenuemontaigneguide.com)

COORDINATION/COORDINATION Sabrina Douïé – RÉDACTION/EDITING AND TEXT Rafael Pic - Yamina Benai – RELECTURE/COPY EDITOR Christine Proly  
 PHOTOGRAPHIES/PHOTOS Valérie Delebecque - Ysabel Dubuget – TRADUCTION/TRANSLATION Stephanie Curtis – CONCEPTION GRAPHIQUE/GRAFIC DESIGN Valérie Delebecque

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

©Avenue Montaigne, juillet 2011, imprimé en France - July 2011, Printed in France

La reproduction, même partielle des textes, dessins et photographies publiés dans le Guide AVENUE MONTAIGNE est totalement interdite sans l'accord écrit de Art Communication. Art Communication se réserve le droit de reproduction et traduction dans le monde entier.  
 Reproduction, even partial, of texts, sketches and photographs published in the Guide AVENUE MONTAIGNE is totally forbidden without written permission from Art Communication. Art Communication reserves all rights for reproduction and translation throughout the world.



Le site [www.avenuemontaigneguide.com](http://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](http://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](http://www.avenuemontaigneguide.com)



*The site [www.avenuemontaigneguide.com](http://www.avenuemontaigneguide.com), it 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](http://www.avenuemontaigneguide.com) is the only site to offer videos of collections of the moment. It is an exceptional showcase for prestigious names.*

AM



[www.avenuemontaigneguide.com](http://www.avenuemontaigneguide.com)



AM



Le Luxe  
à portée de clic

Luxury  
is just a click away

Le Guide de  
l'Avenue  
Montaigne  
N°9 sur iPad  
Disponible gratuitement  
sur Apple Store  
Available free at Apple Store



GUCCI

ACHETEZ DANS LA BOUTIQUE EN LIGNE GUCCI.COM