

AVENUE MONTAIGNE

P A R I S

22

AVRIL 2018

ABN



DIOR.COM - 01 40 73 73 73

DIOR

AVENUE
MONTAIGNE
PARIS

22

AVRIL 2018

Av

MOT DU PRÉSIDENT



Chère amie lectrice, cher ami lecteur,

Bienvenue dans ce numéro 22 du magazine de l'Avenue Montaigne.

Traditionnellement, dans chaque numéro, nous rencontrons une personnalité, témoin familier de notre Avenue. Aujourd'hui, ce sera Pénélope Blanckaert qui est directrice du Département Mode de la Maison Arctural. Elle nous raconte son Avenue Montaigne, nous fait connaître ses adresses et nous fait part de ses coups de cœur.

Dans cet opus, la Maison dont nous contons la saga est Eres, la marque qui, créée en 1968, a revisité et anobli le maillot de bain, devenu un symbole d'élégance.

Le sujet patrimoine de ce numéro portera sur l'architecture cachée de la rue François I^{er}, qui coupe à angle droit l'Avenue Montaigne : une sélection de jolis détails, moulures et mascarons à observer en façade.

Enfin, au Musée Galliera se tient une exposition sur Martin Margiela, un créateur hors normes et hors conventions. Nous vous y conduirons.

Espérant que vous passerez d'heureux moments en notre compagnie, je vous souhaite une bonne lecture de ce numéro 22 de notre magazine.



Dear Readers,

Welcome to this 22nd edition of the magazine of the Avenue Montaigne.

Traditionally, in each of our issues, we chat with a prominent personality, a habitué, familiar with our Avenue. Today, it is Pénélope Blanckaert, director of the Fashion Department of the prestigious auction house Artcurial. She talks about *her* Avenue Montaigne, shares addresses and her favorite places.

This issue's saga traces the story of Eres, the trademark founded in 1968 which revisited and ennobled the bathing suit, making it a symbol of elegance.

The subject on the heritage of our Avenue focuses on the hidden architecture of the Rue François I^{er} which intersects the Avenue Montaigne at right angles: a lovely selection of details, moldings, and mascarons to observe on the facades.

Finally, we'll visit the current exhibition at Paris's Musée Galliera which traces the work of Martin Margiela, an extraordinary and anti-conformist designer. We'll lead you there.

Hoping that you will spend some pleasant moments in our company, I wish you good reading of this 22nd edition of our magazine.

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

“
L'Avenue
Montaigne,
conservatoire
de la haute
couture
parisienne

*The Avenue
Montaigne,
the conservatoire
of Parisian
haute couture*

”



LE GRAND TÉMOIN

PÉNÉLOPE BLANCKAERT DIRIGE LE DÉPARTEMENT HERMÈS VINTAGE
ET FASHION ARTS CHEZ ARTCURIAL.
SON MÉTIER LUI A FAIT REDÉCOUVRIR L'ÉPAISSEUR HISTORIQUE
ET LES CHARMES CACHÉS DE L'AVENUE MONTAIGNE.

PÉNÉLOPE BLANCKAERT DIRECTS THE FASHION ARTS AND HERMÈS VINTAGE
DEPARTMENT OF ARTCURIAL AUCTION HOUSE. HER WORK HAS LED HER TO REDISCOVER THE HISTORIC
DEPTH AND THE HIDDEN CHARMES OF THE AVENUE MONTAIGNE.

Pénélope Blanckaert

Définir l'Avenue Montaigne,
est-ce une tâche facile?

Pas tant que cela. Car, au fond, elle revêt dans l'imaginaire collectif une forme de schizophrénie. C'est d'une part le lieu un peu ostentatoire, voire m'as-tu-vu, qu'arpentent les touristes fortunés du Golfe, d'Asie ou d'Amérique. Mais c'est aussi le conservatoire de la haute couture parisienne, son incarnation la plus glamour et historique, avec des lieux qui restent confidentiels même si des milliers de personnes passent devant...

Defining the Avenue Montaigne should be
an easy task, no?

Not so easy. Because, in fact, in the collective consciousness it reveals a sort of schizophrenia. On one hand, it is a rather ostentatious place, a place for wealthy tourists from the Gulf countries, Asia and America to be seen. But it is also the conservatoire of Parisian haute couture, incarnating all of its glamour and history, and with addresses that remain confidential even if thousands of strollers pass by them regularly.

Pénélope Blanckaert

LE GRAND TÉMOIN

Citez-nous quelques-uns de ces lieux qui, pour vous, ont ce charme un peu indéfinissable.

Il y a bien sûr l'hôtel particulier où Christian Dior a créé la fameuse collection qui a ébranlé le monde en 1947. Je me souviens de la fameuse photographe d'Yves Saint Laurent, acclamé à la fenêtre, en 1958 après sa collection Trapèze. Il s'est écrit là une bonne partie de la mode d'après-guerre. Le Relais du Plaza, avec son délicieux environnement Art déco, fait aussi partie de ces mythes dont l'image a pu être diffusée à travers le monde, mais qui reste une adresse pour connaisseurs. Et puis d'autres restaurants aux atmosphères différentes mais marquantes, comme le Stresa, un Italien au charme presque gangster, Salvy, qui incarne la cuisine traditionnelle française, l'Avenue, pour croiser les VIP, ou le Japonais Hanawa et son étage si cosy, idéal pour les tête-à-tête confidentiels.

Vous connaissez probablement certaines de ces adresses depuis longtemps...

Pas tant que ça car vous remarquerez qu'il n'est pas naturel pour un Parisien de dire : «*Je vais faire un tour Avenue Montaigne*» ! Je me souviens cependant avoir fêté mon baccalauréat à la Maison blanche, au-dessus du théâtre des Champs-Élysées (où j'ai, soit dit en passant, vu des spectacles de danse mémorables). J'allais assez fréquemment et je continue d'aller au musée d'Art moderne et au palais Galliera, qui sont tout proches. Aujourd'hui, c'est évidemment à l'hôtel Dassault, le siège d'Artcurial, que je passe le plus de temps. C'est un véritable petit univers entre le bâtiment lui-même, le café, la librairie, les expositions et les ventes – du design à l'art asiatique...

Tell us about some of the sites that, for you, have an undefinable charm.

There is, of course, the mansion where Christian Dior created his famous collection that shook the world in 1947. I remember the famous photo of Yves Saint Laurent at the window in 1958, acclaimed for his *Trapèze* collection. A good part of the story of post-war fashion was written here. The Relais at the Plaza with its delicious Art Deco environment is also one of the myths whose image has been diffused around the world, but that remains an address for connoisseurs. And also other restaurants with atmospheres quite different but memorable, such as the Stresa, an Italian with a certain "gangster" charm, Salvy, the epitome of traditional French cuisine, L'Avenue, for rubbing shoulders with VIP's, and the Japanese, Hanawa, with its cozy upstairs, ideal for confidential tête-à-tête meetings.

You have certainly known some of these addresses for a very long time.

Not so long, since as you may know, it is not a natural reflex for Parisians to say: "*I'm going to take a walk on the Avenue Montaigne*"! Nonetheless, I remember having celebrated my high school diploma at the Maison Blanche, above the Théâtre des Champs-Élysées (where, by the way, I've attended some memorable ballets). I attended presentations here frequently and I continue to go to the Musée d'Art Moderne and the Palais Galliera, which are very nearby. Today I spend the major part of my time at the Dassault mansion, the headquarters of Artcurial auction house. It is a whole little universe between the architecture of the building itself, the café, the bookshop, the exhibitions and the auctions – from design to Asian art.

“
L'Avenue
Montaigne,
est redevenue
un véritable lieu
d'expérimentation

*Avenue Montaigne
is now, once again,
creative ground*
”

Pénélope Blanckaert

LE GRAND TÉMOIN

L'Avenue Montaigne est-elle associée, dans vos souvenirs, à un parfum, une saveur, une couleur?

Un goût, oui, bien sûr, celui du chocolat ! Dans ma famille, nous avons l'habitude d'offrir celui de la maison Fouquet, qui avait la particularité d'être présenté dans des pots en verre, comme ceux des confitures. On gardait longtemps ces pots par la suite – je les ai vus autour de moi pendant toute ma jeunesse. Fouquet, qui était au croisement de la rue François I^{er}, a déménagé un peu plus loin, mais le charme opère toujours pour moi. Et puis, j'aime me promener et convoquer les fantômes du passé, comme Marlene Dietrich, qui a longtemps habité Avenue Montaigne.

Bien installée dans l'histoire, presque statufiée, certes... Mais l'Avenue Montaigne est-elle encore à la source de la création ?

Je pense qu'elle est redevenue un véritable lieu d'expérimentation. Si elles sont aussi au Faubourg, les maisons qui font la mode, les «trendsetters», ont besoin d'être là. J'en veux pour preuve, à côté de noms historiques comme Chanel ou Dior, de la présence plus récente, sur l'Avenue ou les environs immédiats, de Gucci, Balenciaga, Céline ou Azzedine Alaïa. Je pense que nous jouons aussi notre rôle chez Artcurial, avec nos ventes Hermès Vintage (deux fois par an et également à Monaco) ou avec la vente pour le 70^e anniversaire de Christian Dior en juin 2017. Nous mettons également des coups de projecteur sur des créateurs originaux comme Per Spook (prochainement) ou Elisabeth de Senneville (en juillet 2016), une pionnière ! Dès la fin des années 70, elle proposait des vêtements en bâche ouatinee ou en rideaux de douche matelassés, des robes avec des fibres optiques brodées, des T-shirt changeant de couleur suivant la température ! La mode, Avenue Montaigne, a une diversité d'expressions qui est enrichissante et assez unique.

In your memories, is the Avenue Montaigne associated with an aroma, a flavor or a color?

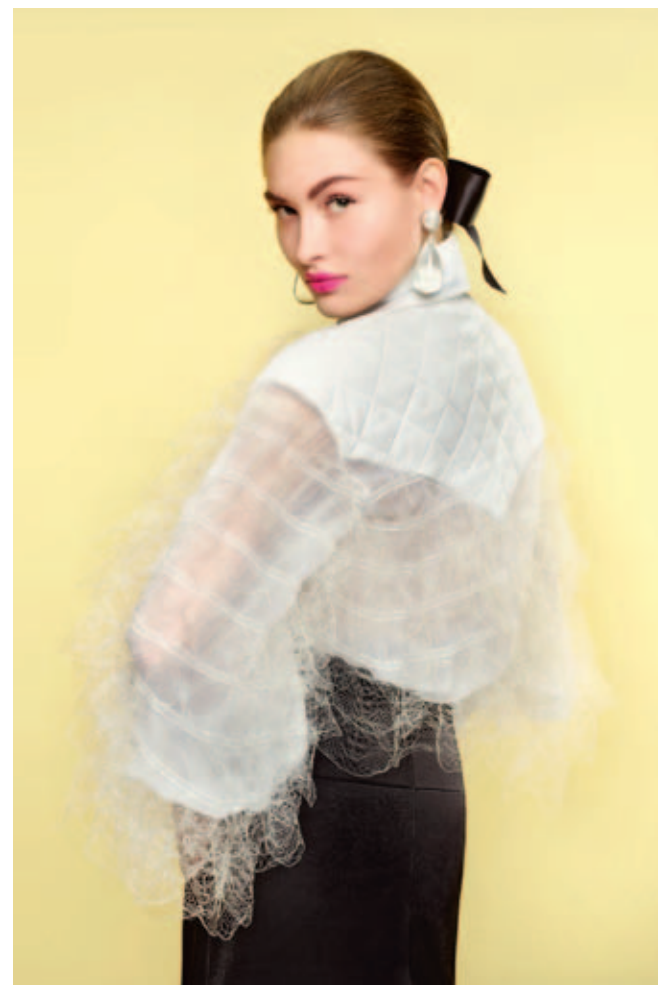
A taste, yes, of course, chocolate ! In my family, it was our custom to give chocolates from the Maison Fouquet, presented in glass jars, like jams. We kept the glass jars for a longtime afterwards. I remember seeing them all around me during my youth. Fouquet, which was located at the intersection of the Rue Francois I^{er}, has since moved on a little farther, but for me it still has the same charm. I still enjoy strolling and evoking ghosts of the past, such as Marlene Dietrich, who lived on the Avenue Montaigne for such a long time.

It holds a place in the history of Paris, unquestionably, but is the Avenue Montaigne still a place of creation?

I think it has become, once again, a place of true experimentation. Even if they are also implanted on the Faubourg, the houses that make fashion, the "trendsetters", have to be here. The proof, next to historic names such as Chanel and Dior, note the more recent presence on the Avenue or very nearby, of Gucci, Balenciaga, Céline and Azzedine Alaïa. I think that we at Artcurial also play our role with our sales of Hermès Vintage (twice a year here and also in Monaco) and with a sale in June 2017 for the 70th anniversary of Christian Dior. We also spotlight original creators such as Per Spook (coming soon) or Elisabeth de Senneville (July 2016), a pioneer ! From the end of the 1970's, she was already creating clothing from padded canvas or from quilted shower curtains, dresses embroidered with optical fibers, and T-shirts that change colors with the temperature ! Fashion on the Avenue Montaigne has a diversity of expression that is enriching and unique.



www.chanel.com La Ligne de CHANEL - Tél. 0 800 255 005 (appel gratuit depuis un poste fixe).



CHANEL



DIOR



LOUIS VUITTON

22 Avenue Montaigne

Travel, ou l'esprit voyage selon Louis Vuitton

Qui incarne la femme Louis Vuitton dans la prochaine campagne publicitaire?

C'est la comédienne Emma Stone qui est la nouvelle égérie. Elle est photographiée par Craig McDean dans le désert californien, dans un paysage spectaculaire entre espace brut et évasion. La quête de la liberté et l'aventure au bout du monde : c'est tout l'esprit du voyage Louis Vuitton.

Est-ce la première collaboration avec Emma Stone?

Oui. Cette campagne est sa première apparition pour Louis Vuitton. Vêtue de la collection Prefall 2018, elle représente une héroïne en mouvement permanent, téméraire et assumée. *« Je suis très heureuse et fière d'être associée à une Maison aussi passionnante que Louis Vuitton ainsi qu'au style unique et aux créations de Nicolas Ghesquière »*, a-t-elle déclaré après cette expérience.

Quels accessoires sont à l'honneur dans la campagne?

Ce sont les sacs Capucines. Modèle signature à l'élégance discrète, le Capucines est l'incarnation de la Maison et de son savoir-faire. Parmi les modèles présentés dans cette campagne sont mis en scène les Capucines Taurillon et Alligator.

Louis Vuitton's spirit of travel

Who is Louis Vuitton's new muse?

Actress Emma Stone, who is photographed by Craig McDean in the Californian desert, in a spectacular landscape that blends raw space and travel. The quest for freedom and adventure in faraway places – this is Louis Vuitton's spirit of travel.

Is it the first collaboration with Emma Stone?

Yes. This is the first Louis Vuitton campaign featuring Emma Stone. The actress is wearing pieces from the Prefall 2018 collection. She embodies a heroine who is daring, confident and always on the move. *"I am very happy and proud to be working with a House as passionate as Louis Vuitton, as well as with the unique style and creations of Nicolas Ghesquière"* said Emma Stone.

Which bags are put forward in this campaign?

This Travel campaign highlights the Capucines bags: a signature of discreet elegance, Capucines represents the spirit of the House and its expertise in leather craftwork. The Taurillon and Alligator Capucines appear alongside the looks of the season.

Photographie retouchée



L'Ame du Voyage

LOUIS VUITTON



Maillot de bain
deux pièces Miami
Été 2005
© ERES

ERES

LA RÉVOLUTION DU MAILLOT DE BAIN A UN DEMI-SIÈCLE

SI LA MAISON EST AUJOURD'HUI TOUT AUSSI CONNUE
POUR SA LINGERIE, C'EST BIEN LE MAILLOT DE BAIN
QUI A ÉTÉ L'AMORCE D'UNE HISTOIRE ÉTONNANTE,
DANS LE BROUHAHA DE MAI-68...

Eres: The bathing suit revolution - half a century later
If this name is equally well known today for its lingerie, it was the bathing suit that was at the beginning
of an astounding story, born with the upheaval of May 1968 in Paris...

ERES

Irène Leroux, une pionnière

La maison a fait sienne une formule choc : non pas le «culte du corps», si prisé par les hédonistes, mais «l'art du corps». Il tient à la qualité des coupes et au choix des étoffes mais aussi à une philosophie qui défend une féminité moderne. Cette année 2018 n'est pas comme les autres : Eres fête son premier demi-siècle. Lorsqu'elle porte la société sur les fonts baptismaux en 1968, Irène Leroux ne fait que reprendre la boutique de ses parents. Mais en y introduisant une petite révolution : elle y vendra des maillots de bain en permanence et pas seulement à la belle saison.

Irène Leroux, a pioneer

This fashion house made a shock slogan its own: not the "cult of the body", so repeated by hedonists, but rather the "art of the body". Its success is due to the quality of its cuts and the choice of fabrics, but also to a philosophy defending a modern femininity. This year, 2018, is not just another year: Eres celebrates its first half century. When she baptized her company in 1968, Irène Leroux had simply taken over the boutique of her parents. But she also introduced a little revolution: she decided to sell swimwear throughout the year, and not just during the summer season.



Maillot de bain
une pièce Playa

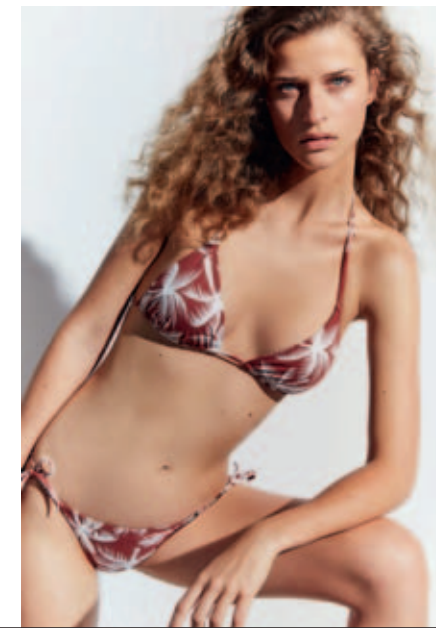
© ERES

Intuition brésilienne

La légende dit que l'intuition lui est venue après avoir servi une cliente brésilienne qui exigea une panoplie pour toute l'année. L'époque était au développement du tourisme (le Club Med était tout jeune!), aux vacances plus longues (les semaines de congés payés augmentaient), mais aussi à une audace accrue dans l'apparence physique. La femme (et l'homme, aussi!) de la fin des Sixties assume son corps, le soigne, le bronze et ne dédaigne pas le montrer. Le maillot de bain n'est plus un accessoire secondaire et standardisé, il devient une marque d'élégance, de personnalité.

Brazilian Intuition

Legend has it that this idea came after having served a Brazilian client who ordered a panoply of swimwear for the entire year. It was a period of intense touristic development (Club Med had just begun!), of longer vacations (the number of paid holidays increased), but also of keen attention to personal appearance. At the end of the 1960's, women (and men too!) assumed their bodies, pampering themselves, basking in the sun, with no fears of exposing their bodies. The bathing suit was no longer a secondary and standardized accessory. It became a mark of elegance and affirmation of personality.





Maillot de bain
une pièce Sirène
coloris Laqu.

© ERES



Le secret d'un nom

Curieusement, Irène Leroux, qui vient de finir des études de lettres à la Sorbonne, est en phase avec une autre révolution, celle de Mai-68, puisque la boutique qu'elle renouvelle de fond en comble place de la Madeleine est inaugurée au début du mois – soit quelques jours seulement avant l'érection des barricades! La société a conservé jusqu'à nos jours le même nom, qui conserve pour la plupart des clients une touche de mystère avec sa sonorité un peu mythologique, un peu exotique: Erès correspond simplement à R.S., les initiales de l'ancien propriétaire...

The secret behind its name

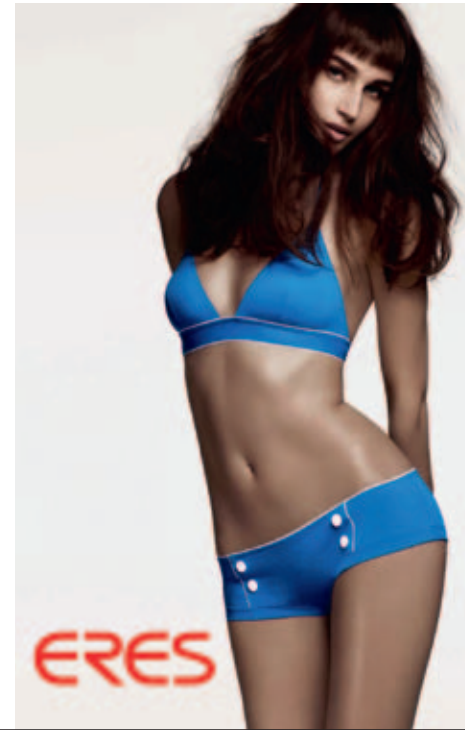
Strangely, Irène Leroux, fresh out of her university studies at the Sorbonne, was in complete synchronization with another revolution, that of May 1968 in France. The boutique at the Place de la Madeleine, which she renovated from cellar to rafters, was inaugurated at the beginning of the month, just several days before the hostilities began! The company has retained the same name since that period, a name that for the majority of its clients has a touch of mystery with a lilting, somewhat mythical and exotic touch. The name Erès derives simply from RS, the initials of its former owner.

swimwear



Maillot de bain deux
pièces Surligné
coloris Graphite

© ERES



Offrir des maillots tout au long de l'année implique la capacité de créer des lignes nouvelles, modernes, alléchantes, aussi bien pour occuper les piscines en hiver que pour se montrer sur la plage en été... Irène Leroux s'éloigne de la mode dictée par les traditions du XIX^e siècle avec ses baleines et ses armatures: le maillot de bain devient quasiment une seconde peau, un vêtement certes minimal mais plus naturel, qui épouse les formes au lieu de les cacher. Irène Leroux, dans cette démarche pionnière, a un autre coup de génie: elle propose l'achat séparé du haut et du bas. Les clientes ont toute latitude pour composer, imaginer, assembler.

Adieu gaines et baleines

Goodbye stays and corsets

Selling bathing suits all during the year implies being able to create new, modern, and appealing collections suited as much for swimming pools in winter as for strutting on the beach in summer. Irène Leroux moved away from the styles dictated by the traditions of the 19th Century with stays and corseted waists: the swimsuit became nearly a second skin, a minimal but natural garment that marries one's curves rather than hiding them. Irène Leroux, in her role as a pioneer, had another stroke of genius: she decided to sell the top and the bottom separately, giving clients the latitude to compose, imagine and assemble at will.

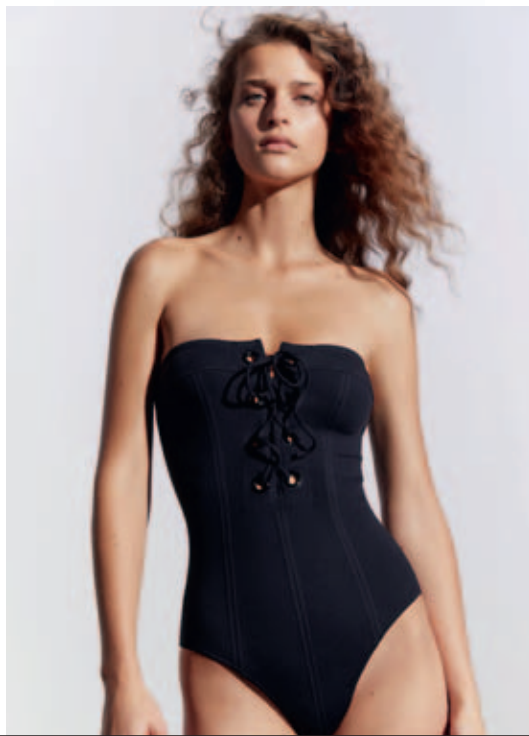
Au fil des années, Eres multiplie les innovations. Dans les coupes (comme ces décolletés généreux en V) et les couleurs (conçues en interne, et renouvelées à chaque collection) mais aussi dans les matériaux. Dès 1968, elle fait le choix du Lycra, une fibre synthétique révolutionnaire développée par DuPont – et aussi connue sous le nom d'élasthanne. Suivront le Parachute (80% de polyamide, 20% d'élasthanne), qui a la vertu de sécher de manière quasi instantanée – idéal pour l'arrière-saison! – et Peau Douce, qui offre, comme son nom l'indique, un confort unique au contact de l'épiderme.

Parachute et Peau Douce

Parachute and “Peau Douce”

Year after year, Eres continued to innovate. For the cuts (such as the deep-cut V neckline) and colors (conceived in house and renewed for each collection) but also for fabrics. As early as 1968, she used Lycra, a revolutionary synthetic fiber developed by DuPont – also known as spandex. Then came Parachute fabric (80% polyamide, 20% spandex), its strong point being to dry nearly instantly – ideal for the off-season! – and “*peau douce*” (soft skin), which offers, as the name implies, a unique comfort and feel against one's skin.

Maillot de bain
une pièce Niko
coloris Charbon
© ERES



Maillot de bain
une pièce Surligné
coloris Graphite
© ERES



En 1996, la marque est rachetée par Chanel mais Irène Leroux reste encore pendant une décennie au timon de la société qu'elle a si bien développée. Cela lui permet notamment de concrétiser un désir ancien : la création, en 1998, d'une ligne de lingerie. Son soutien-gorge triangle devient emblématique et de nouvelles avancées techniques s'incarnent dans le Tulle ou le Jersey Lumière, d'une extrême légèreté. Avant tout le monde, Eres joue sur les coloris peau, anticipant la mode du «nude». Elle intègre aussi à ses modèles des accessoires qui deviennent autant de marqueurs : fronces, laçages, œillets, nœuds et drapés.

Nouvel élan avec Chanel

New momentum with Chanel

In 1996, the trademark was bought by Chanel, but Irène Leroux remained for a decade at the helm of the company she had developed so well. This would, in fact, allow her to realize a long-nurtured desire: the creation in 1998 of a line of lingerie. Her “triangle” bra would become emblematic, as well as the extreme lightness of tulle and Jersey Lumière, thanks to new technical advances. Before anyone else, Eres was creating lingerie in skin tones, ahead of the trend to “nude”. Eres also introduced in its creations accessories that would become markers, gathers, laces, eyelet, bows, and draping.



Marie-Paule Minchelli,
directrice du
studio d'Eres
© ERES

En 2007, elle cède la place à Valérie Delafosse, venue de Princesse Tam-Tam. C'est aujourd'hui la Rochelaise Marie-Paule Minchelli qui préside aux destinées du studio de création. Diplômée de l'école phare de la mode, Esmod, à Paris, elle est passée chez Chantal Thomass et Princesse Tam-Tam, avant d'arriver chez Eres en 2008. Elle s'attache à renouveler le lien toujours fort de la maison avec la création contemporaine, en conservant ses deux volets – Homewear et Beachwear – et en appliquant une devise qui n'est simple qu'à première vue : «sublimier le corps sans tricher».

Passage de témoin

Passage of power

In 2007, Irène Leroux ceded her position to Valérie Delafosse, formerly with Princess Tam-Tam. Today, Marie-Paule Minchelli presides over the creation studio. A graduate of Esmod, a leading fashion school in Paris, she worked for Chantal Thomass and Princesse Tam-Tam before arriving at Eres in 2008. She aims to renew this trademark's link, still strong, with contemporary creation, retaining the two key elements – Homewear and Beachwear – and applying a motto that is only simple at first sight: "flatter the body without cheating".

Boutique Eres
40 avenue Montaigne,
Paris 8^e.
© ERES



Eres ne fait pas ses cinquante ans : la maison semble plus jeune que jamais. Ses créations ont été immortalisées par les plus grands photographes, de Karl Lagerfeld à Terry Richardson et Viviane Sassen. Et ses boutiques couvrent la planète : encore et toujours à Paris (avec neuf adresses différentes), mais aussi en province, de Bordeaux à Nice. Avec un maillage particulièrement impressionnant à l'étranger, d'Amsterdam à Capri, d'Anvers à Kiev, d'Athènes à Moscou, de Bodrum à Palm Beach, de San Francisco à Saint-Barth. On attend un deuxième demi-siècle aussi créatif que le premier !

Toujours jeune

Forever young

Eres doesn't appear to be fifty years old: the trademark seems younger than ever. Its creations have been immortalized by the greatest photographers, from Karl Lagerfeld to Terry Richardson and Viviane Sassen. And its boutiques dot the planet: still and forever in Paris (with nine different addresses), but also outside of the capital from Bordeaux to Nice. And with a particularly impressive network abroad, Amsterdam to Capri, Antwerp to Kiev, Athens to Moscow, from Bodrum to Palm Beach, San Francisco to Saint-Barts. The second half century will certainly be as creative as the first!

ERES

ERES





PRADA



PRADA.COM



PARIS REGORGE DE MONUMENTS CÉLÈBRES
MAIS ON OUBLIE TROP SOUVENT D'EN APPRÉCIER
LE PATRIMOINE MINEUR – CES DÉTAILS APPOSÉS À PROFUSION PAR
LES CONSTRUCTEURS SUR LES FAÇADES.
LA RUE FRANÇOIS I^{er} EN DONNE UN BON APERÇU,
POUR PEU QUE L'ON VEUILLE PRENDRE SON TEMPS ET LEVER LES YEUX –
C'EST-À-DIRE SE DISTRAIRE UN MOMENT
DE LA CONTEMPLATION DES VITRINES...

Rue François I^{er} UNE ARCHITECTURE CACHÉE

Rue François I^{er}, and its hidden architecture

Paris offers a profusion of famous monuments, but we often forget to admire lesser legacies – such as the multitude of details affixed to the city's facades by their constructors. Rue François I^{er} offers a good glimpse of this, for those who take the time to look up – that is to say, those who find a moment to pull their eyes away from the street's dazzling shop windows.



On aurait attendu la salamandre – l'animal fétiche du roi François qui a donné son nom à la rue – mais c'est un autre bestiaire qui domine au-dessus des portails : le lion est en évidente supériorité numérique. On le voit au 30, au 31, au 41, au 52, ou, plus stylisé et surmontant une élégante porte en bois, au 39. Au 34, sur la résidence de l'ambassadeur de Norvège, le roi des animaux est en plus mauvaise posture. On reconnaît sa crinière et sa dentition mais ce n'est que sa dépouille que revêt le personnage sculpté – peut-être Hercule avec ce qui reste du lion de Némée. Heureusement, sur l'écusson qui le domine, le félin a repris de sa superbe, adoptant la position héraldique dite du «lion rampant».



Sous le signe du lion

Under the sign of the Lion

One would have expected to see a salamander, the fetish animal of King François, for whom this street was named. But another beast thrones over many entrances – the lion is clearly dominant here. It can be seen at numbers 30, 31, 41 and 52, or, more stylized, above an elegant wooden door at number 39. At 34, above the residence of the Ambassador of Norway, the king of animals is in a less favorable stance. His mane and jaw are easily discerned, but it is only his remains that we see on the person in the sculpture – perhaps Hercules with the Nemean lion. Fortunately, on the crest, the lion regains his glory, assuming the heraldic role of the “lion rampant”.





D'autres personnages apparaissent ici ou là – ce sont des mascarons, tantôt sérieux (au 40) tantôt souriants (au 26) tantôt grimaçants, surveillant les allées et venues : à l'origine, ils étaient censés intimider les mauvais esprits. Généralement placés sur l'arc d'entrée, ils peuvent se cacher au sommet de pilastres ou sur les linteaux des fenêtres. Il faut un œil perspicace pour les dénicher tous ! Les mascarons, dont le nom dérive du latin puis de l'italien *maschera* (masque), sont ensuite devenus des emblèmes décoratifs appréciés, jusqu'au début du XX^e siècle. En revanche, notre époque semble les avoir totalement oubliés...



Le peuple des mascarons

A profusion of masks

Other characters appear here and there – in the form of masks, sometimes serious (as at number 40), sometimes smiling (at number 26), or scowling, surveying the comings and goings. In the beginning they were intended to intimidate evil spirits. Generally placed over the archways of entrances, they could also be hidden at the top of pillars or over the lintels of windows. It takes a keen eye to find them all! These *mascarons*, whose name comes from Latin, and then the Italian word *maschera* (mask), later became very popular decorative emblems up until the end of the 20th century. Our era, however, seems to have totally forgotten them.



Feuilles d'acanthé et vermiculures

Du règne animal au végétal, il n'y a qu'un pas à faire... ou qu'un coin de rue à traverser. En ce domaine, la star est évidemment la feuille d'acanthé, dont le succès ne s'est pas démenti depuis l'Antiquité. On décèle aussi des fleurs stylisées, des rinceaux, des roses. Mais les motifs les plus usités sont abstraits. Il existe en ce domaine un inépuisable répertoire, où voisinent des lignes dites grecques (voir au 56), des oves, des flots et des godrons, des cannelures de pilastres (au 50, par exemple) ou encore des vermiculures, qui sont comme les traces asymétriques laissées par une colonie de vers – à observer par exemple sur la façade du 49 où siège Cartier.

Acanthus leaves and wavy lines

From the animal kingdom to the world of plants, there's just one step... Or rather, a street corner to cross. In the realm of plants, the star is without a doubt the acanthus leaf whose success has not waned since ancient times. There are also stylized flowers, foliage, and roses. But the most commonly used motifs are abstract. And in this category, the repertoire is inexhaustible, from the so-called Greek lines (see number 56), ovals, waves and ripples, crenulated pilasters (at number 50, for example) or even the wavy motifs called vermiculations resembling asymmetrical trenches left by a colony of worms, to be seen, for example on the façade of number 49, the headquarters of Cartier.



Des balcons pour ligne de fuite

Lors de la transformation de l'urbanisme parisien décidée par le préfet Haussmann au Second Empire, les balcons jouaient un rôle essentiel : ils soulignaient les perspectives en encadrant les deuxième et cinquième étages des immeubles de rapport. Ils ne sont pas aussi spectaculaires que ceux de l'île Saint-Louis (le quai de Béthune était appelé le «quai des balcons») mais on en voit de beaux exemples (en fonte et non plus en fer forgé comme au XVII^e siècle) en remontant la rue François I^{er}. Inutile d'en chercher sur la boutique Bulgari, au bout de la promenade, au croisement de l'avenue George V : c'est une nouvelle forme architecturale qui prévaut ici avec une façade moderne en verre courbe, qui fait penser à une soucoupe volante.

Balconies and perspectives

At the time of the significant urban transformation of Paris undertaken by the Baron Haussmann during the Second Empire, balconies played an essential role: emphasizing the perspectives framing the second and fifth floors of new investment properties. They may not be as spectacular as those on the Ile Saint-Louis (the quay de Béthune was called the "quai of balconies"), but two lovely examples (made of cast iron rather than the wrought iron of the 17th century) can be seen on Rue François I^{er}. On the other hand, it's not necessary to look for these on the Bulgari boutique, at the end of the street where it crosses the Avenue George V: It's a new architectural form that prevails here with a modern curving glass façade resembling a flying saucer.





L'HÔTEL PLAZA ATHÉNÉE - L'ADRESSE HAUTE COUTURE DE PARIS

Idéalement situé sur la prestigieuse avenue Montaigne, l'Hôtel Plaza Athénée offre une expérience Haute Couture au sein de la Ville Lumière.

Perfectly located on the prestigious avenue Montaigne, Hôtel Plaza Athénée offers a Haute Couture service in the heart of the city of lights



25, Avenue Montaigne - 75008, Paris



UNE ICÔNE SANS VISAGE MARGIELA

IL A ANTICIPÉ BEAUCOUP DES TENDANCES ACTUELLES, COMME LA RÉCUP', LE XXL, LES HABITS TROUÉS... MAIS L'APPORT DE MARTIN MARGIELA VA BIEN AU-DELÀ : UNE EXPOSITION TRACE LE PORTRAIT EN CREUX DE CE SALINGER DE LA MODE, QUI REFUSE OBSTINÉMENT DE SE FAIRE PHOTOGRAPHIER.

Margiela, a faceless Icon

He was ahead of many of the current trends, such the XXL, torn and recycled clothing. But Martin Margiela's contribution goes well beyond this: An exhibition traces the portrait in relief of this Salinger of fashion, who stubbornly refuses to be photographed.

Martin Margiela,
gilet,
Printemps-été 1990
Affiches publicitaires
lacérées et collées,
doublure en coton blanc

© FRANÇOISE COCHENNEC / GALLIERA
/ ROGER-VIOLETT



1.
2.

Gilet en porcelaine

Il fallait le faire : emboîter le pas des «affichistes» comme Villeglé et Rotella et créer en 1990 un gilet en affiches publicitaires lacérées. Ou de se servir d'un simple ruban noir pour faire un set de bagues pour tous les doigts. Ou encore de faire un gilet en porcelaine dont les morceaux sont sommairement cousus par du fil noir. Ou encore d'oser ces «manches-gants» en 1994, une chemise portée comme une robe en 2000, un haut en perruques retournées en 2005, qu'on pourrait prendre pour un manifeste du Nouveau Réalisme ou pour un objet issu de l'imagination de Robert Rauschenberg!

A Porcelain Vest

Someone had to think of it: to follow in the footsteps of poster artists such as Villeglé and Rotella and create in 1990 a vest of lacerated publicity posters. Or to use a simple black ribbon to make a set of rings for all fingers. Or to make a vest of porcelain pieces summarily sewn together with black thread. And also, to dare those sleeve-gloves in 1994, a shirt worn as a dress in 2000, a top fashioned from an inverted wigs in 2005, which could be taken for a manifesto of New Realism or for an object right out of Robert Rauschenberg's imagination!

1. Martin Margiela, paire de manches-gants maintenues par des épingles de nourrice, Automne-hiver 1993-1994
Laine d'agneau à froissé permanent

© JULIEN VIDAL / GALLIERA / ROGER-VIOLETT

2. Martin Margiela, gilet, Automne-hiver 1989-1990
47 éclats de porcelaine et faïence.
Fil de métal argenté.
Fil de métal noirci

© JULIEN VIDAL / GALLIERA / ROGER-VIOLETT



3.
4.



3. Martin Margiela, veste-perruques et postiche, postiche, Automne-hiver 2008-2009 (collection « Artisanal »), puis Printemps-été 2009
Cheveux synthétiques blonds, taffetas ivoire

© STÉPHANE PIERA / GALLIERA / ROGER-VIOLETT

4. Martin Margiela, ruban porté en bagues, Automne-hiver 1989-1990
Bolduc de coton noir

© FRANÇOISE COCHENNEC / GALLIERA / ROGER-VIOLETT

Un passage chez Gaultier

C'est là tout le génie décalé de Martin Margiela, créateur belge apparu comme un météore dans les années 80. Et qui a choisi de désert les passerelles en 2008 et de ne plus se faire voir. Il n'a pas inventé pour rien les lunettes Incognito! Né en 1957 à Louvain, diplômé de l'Académie royale des beaux-arts d'Anvers, assistant pendant quelques années de Jean-Paul Gaultier (1984-1987), Margiela fonde sa maison à Paris en 1988 mais reste insaisissable : il ne concède d'interview que par fax... Pendant vingt ans, il va multiplier les audaces, dont la liste ci-dessus ne donne qu'un aperçu.

Assistant to Gaultier

These are all part of the offbeat genius of Martin Margiela, Belgian designer who arrived on the scene like a meteor in the 1980's. And who decided to desert the runways in 2008, never letting himself be seen again. It wasn't by accident that he invented incognito glasses! Born in 1957 in Louvian, he earned his diploma from The Royal Academy of Fine Arts in Antwerp, before becoming assistant to Jean-Paul Gaultier for several years (1984-1987). Margiela founded his own fashion house in Paris in 1988, but remained elusive. He granted interviews only by fax. For twenty years, he never ceased to produce daring creations, of which those mentioned above are only a sampling.

Oversize et tabi

Remettant en cause le système de la mode par son refus d'apparaître (et par son goût pour un blanc omniprésent, même sur sa griffe sans nom, qui ne porte que des chiffres), il le dynamite aussi en étant l'un des premiers à défiler dans des lieux hors normes : stations de métro, parkings, jusqu'aux terrains vagues. Et quand il fait de l'oversize, il ne lésine pas, agrandissant les mesures jusqu'à 200% ! L'exposition au Palais Galliera retrace ce parcours étonnant, en exposant des silhouettes emblématiques (avec la carrure étroite, la réplique de vêtements récupérés aux puces ou, aux pieds, le tabi japonais à l'orteil séparé).

Oversize and tabi

Challenging a certain fashion system by his refusal to appear in public (also by his omnipresent propensity for white, and the absence of a name on his label, only numbers), he was also a trailblazer, being one of the first to organize his fashion shows in uncommon sites: metro stations, parking lots, and abandoned lots. And when he launched into oversize, he wasn't timid, expanding sizes by 200%! The exhibition at the Palais Galliera traces this astonishing path, displaying emblematic silhouettes (with narrow shoulders, and replicas of made-over flea market clothes, and, for footwear, Japanese tabi with separated toes.)



2.

1. Martin Margiela,
semelles « tabi »,
Printemps-été 1996
Cuir noir

© FRANÇOISE COCHENNEC / GALLIERA /
ROGER-VIOLETT

2. Martin Margiela, haut en
perruques retournées,
Automne-hiver 2005-2006
Cheveux synthétiques, cuir mastic

© JULIEN VIDAL / GALLIERA / ROGER-VIOLETT

Octobre 2008 : rideau de fin

Celui qui fit un gilet à partir d'une robe de bal des années 50 récupérée et d'un marcel, qui s'inspira du vestiaire des poupées pour sa collection 1994, qui réinterpréta le mannequin Stockman, sera provisoirement «récupéré» par Hermès pour qui il réalisera les collections de prêt-à-porter féminin de 1997 à 2003. Il avait lancé sa première collection, le jour désormais mythique du 23 octobre 1988, au Café de la Gare, au son du Velvet Underground, mais il finira par préférer le silence. Margiela, dont on n'a que de très rares photographies, a quitté sa maison (qui existe toujours), il y a maintenant dix ans, lundi 29 septembre 2008, au soir du défilé de la collection printemps-été 2009...

October 2008: The curtain falls

This designer who made a vest out of a 1950's ball gown and a "marcel" T-shirt, who also drew inspiration from a doll's wardrobe for his 1994 collection, who reinterpreted the Stockman mannequin, and who was provisionally "recuperated" by Hermès to create the women's prêt-à-porter collections from 1997 to 2003, launched his first collection, now legendary, on October 23, 1988 at the Café de la Gare, to the strains of Velvet Underground. But in the end he preferred silence. Margiela, of whom we have only very rare photographs, left his fashion house (still in existence today) ten years ago, Monday, September 29th, 2008, the evening of the show for his Spring-Summer 2009 collection.



3. Martin Margiela,
paire de lunettes
«Incognito»,
Printemps-été 2008
Plastique noir

© JULIEN VIDAL / GALLIERA / ROGER-VIOLETT



4. Martin Margiela,
col de chemise,
Printemps-été 2003
Popeline de coton couverte
d'acier galvanisé

© FRANÇOISE COCHENNEC / GALLIERA /
ROGER-VIOLETT

5. Martin Margiela,
paire de bottines
«tabi» taguées,
1991
Cuir blanc, toile de coton blanc,
encre feutre noir et bleu

© FRANÇOISE COCHENNEC / GALLIERA /
ROGER-VIOLETT



5.

Margiela/
Galliera
1989-2009

Palais Galliera

Du 3 mars
au 15 juillet 2018

From March 3
to Juillet 15, 2018

palaisgalliera.paris.fr

1.

Informations pratiques

Practical Information



TRANSPORTS PUBLICS PUBLIC TRANSPORT

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

TRAJET DEPUIS L'AÉROPORT DE ROISSY CHARLES DE GAULLE

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

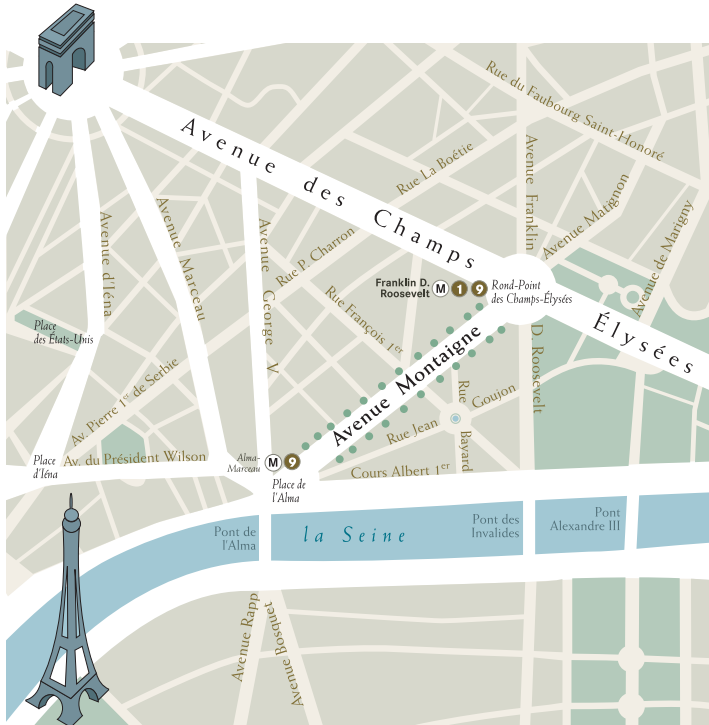
TRAJET DEPUIS L'AÉROPORT D'ORLY

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

OFFICE DE TOURISME DE PARIS PARIS TOURIST OFFICE

25 rue des Pyramides - 75001 Paris - Tél. : 0892 68 3000
STATIONS DE MÉTRO/METRO STATIONS: Pyramides
Du lundi au samedi de 10h à 19h.
Dimanche et les jours fériés de 11h à 19h.
*Monday to Saturday from 10am to 7pm.
Sunday and Holidays from 11am to 7pm.*
www.parisinfo.comwww.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 5 bis, rue Kepler, 75116 PARIS
Tél. 33(0)1 42 12 97 97 - Fax 33(0)1 42 12 97 98 - Art.fab@wanadoo.fr
www.avenuemontaigneguide.com

COORDINATION/COORDINATION Sabrina Douié – RÉDACTION/EDITING AND TEXT Rafael Pic
PHOTOGRAPHIES/PHOTOS Valérie Delebecque – TRADUCTION/TRANSLATION Stephanie Curtis
CONCEPTION GRAPHIQUE/GRAPHIC DESIGN Valérie Delebecque





Vente AVENUE MONTAIGNE

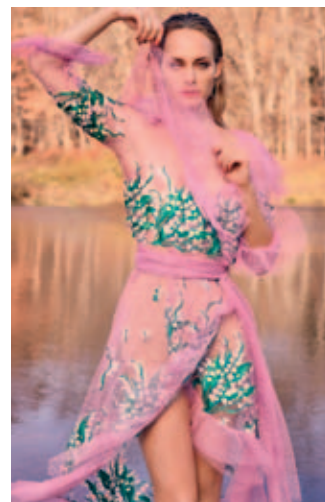


Le seul site dédié aux Maisons de l'Avenue Montaigne
The website dedicated to the brands of Avenue Montaigne

Acquérir où que l'on soit dans le monde ce que l'Avenue Montaigne a à vous offrir.
Shop from anywhere in the world, selecting from all that the Avenue Montaigne has to offer.

Une vitrine prestigieuse et supplémentaire pour les Maisons de l'Avenue Montaigne
mettant en valeur une sélection de vêtements et d'accessoires de la collection du moment.

*A prestigious and additional shop window for the fashion houses of the Avenue Montaigne,
showcasing an elegant array of clothing and accessories from their latest collections.*



Blumarine



CARON
PARIS



JIMMY CHOO

Le Luxe à portée de clic

Luxury is just a click away

www.venteavenuemontaigne.com



*Prestigieux magazine en ligne
offrant une actualité des Maisons
mise à jour quotidiennement
en français et en anglais*

www.avenuemontaigneguide.com

*the prestigious on-line magazine
proposing daily updates
in French and English
of news from the fashion houses*





BY