

AVENUE MONTAIGNE
P A R I S

Abx



PRADA

AVENUE MONTAIGNE
P A R I S

6 MAI 2010

AM





Mot du Président

Dans son numéro 6, le guide de l'Avenue Montaigne et de la rue François 1^{er} nous fera rencontrer un grand témoin de notre environnement, Gonzague Saint Bris, écrivain, historien et merveilleux conteur. Il nous fera part de sa perception de l'Avenue Montaigne et surtout de la rue François 1^{er} où il vécut plusieurs années.

En septembre 2009 a eu lieu la première Vogue Fashion Celebration Night organisée ensemble par le magazine Vogue et le Comité Montaigne et dont le succès fut grand. Dans un environnement festif, les très nombreux visiteurs se sont pressés le long de l'Avenue Montaigne et de la rue François 1^{er} où ils étaient reçus dans les Maisons participant à l'événement.

Comme dans chaque édition nous connaissons mieux, grâce à des entrevues, certaines de nos Maisons et nous vivrons encore une fois la saga d'un des grands noms de notre Avenue. Et après avoir évoqué les liens de l'Avenue Montaigne avec la littérature, nous aurons un moment de fraîcheur avec la fête des Catherinettes, tradition si belle et joyeuse de la Couture. Plus loin, nous plongerons avec des photos d'époque dans l'histoire intarissable de l'Avenue Montaigne et de la rue François 1^{er}. Un instant de rêve!

Cher lecteur, chère lectrice, je vous souhaite de passer un moment agréable en parcourant les pages de notre guide dont la lecture vous donnera, je l'espère, l'envie de nous visiter.



In its sixth edition, the Guide to Avenue Montaigne and Rue François I introduces to its readers a great habitué of our neighborhood, Gonzague Saint Bris, writer, historian and marvelous story-teller. He will share his perception of the Avenue Montaigne and above all of the Rue François I, where he lived for several years.

In September 2009, the first Vogue Fashion Celebration Night, organized by Vogue Magazine and the *Comité Montaigne*, met with great success. In a very festive environment, the numerous visitors flocked to Avenue Montaigne and Rue François I where they were welcomed by the firms participating in the event.

In this edition, as in the previous guides, we will also get to know one another better, thanks to interviews with certain of our prestigious *Maisons* and we will learn about the saga of one of the great names of the Avenue. And after having evoked the Avenue Montaigne's ties with literature, we will have a refreshing moment with the *Fête des Catherinettes*, a joyous and beautiful tradition perpetuated today by the couture houses. A little further on, we will delve into period photos of the inexhaustible history of Avenue Montaigne and the Rue François I: dreams of the past.

Dear readers, I wish you a pleasant moment leafing through the pages of our guide and I hope that reading it will make you want to visit us.

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



CHANEL

42 Avenue Montaigne

Quelle est la garde-robe Femme imaginée par Chanel pour le Printemps-Été 2010?

Dans la fraîcheur raffinée d'une palette poudrée – chair, beige, rose thé – les robes et jupes courtes, gonflantes, affichent des jambes tatouées de jarrettières à chaînes siglées ou de rubans. En tweed effiloché, maille tressée et crochet fait main, en coton ajouré à effet de macramé, unies ou brodées de fleurs, ou encore grisées de paillettes sur ruchés de mousseline, elles offrent un tableau à la fois sexy et d'une grande légèreté.

Les imprimés bleu, blanc et rouge et les applications de bleuets et de coquelicots rappellent des créations des années 30 de Mademoiselle Chanel: «*J'ai repris ce principe de fleurs piquées ou imprimées mais de façon différente, totalement contemporaine*», explique Karl Lagerfeld.

Les vestes mythiques dessinent la silhouette. En lin brut coupé bord franc, elles font mousser leurs ruchés, adoucissent la carrure et jouent les mélanges. Portées sur de larges pantalons, les vestes courtes près du corps, en toile de jute ou lin, se réveillent, ton sur ton, de camélias en galons. Sobrement glamour, les broderies d'épis de blé dorés coulent en pluie sur les tailleurs noirs. Le motif se décline à l'envi sur ceintures chaînes, bracelets, serre-têtes, colliers et plastrons.

Quels sont les accessoires les plus marquants?

Aux pieds, escarpins à brides ponctués de fleurs ou sabots en bois clouté à talon épais que Karl Lagerfeld, avec l'humour qui le caractérise, n'appelle pas sabot, mais *Five o' clog*. À la main, des paniers ornés de chaînes ou de gros grain entrelacé, et des sacs classiques piqués de fleurs de couleurs.

Parlez-nous du décor de la collection Printemps-Été 2010...

En contraste avec la spectaculaire architecture de fer et de verre du Grand Palais, un décor champêtre intrigue, charme et amuse. Plantée sous la verrière, au milieu de terre et d'herbe, une grange en bois patiné avec toit en tuiles et logo de la Maison au double "C", accueille meules et bottes de paille. Au chant strident d'un coq en bande-son, des mannequins, mutines, jaillissent comme d'une boîte magique, blondes comme les blés...

Campagnard, ludique, inattendu, c'est le décor voulu par Karl Lagerfeld pour cette collection. «*On entend beaucoup parler d'écologie, de bio. Aussi j'ai trouvé amusant de donner à tout cela un twist fashion**».

*Clin d'œil mode.

What has Chanel created for Ladies for Spring-Summer 2010?

Refined freshness in a palette of powdery colors – nude, beige, tea rose – dresses and short puffy skirts, revealing legs tattooed with garters of initialled chains or ribbons. In fringed tweed, braided knit and hand crochet, in cotton openwork with a macramé effect, solid or embroidered with flowers, or with sequins on ruched muslin, they paint a picture that is both sexy and extremely light.

Prints of blue, white and red, and appliqués of cornflowers and poppies bring to mind the creations of Mademoiselle Chanel in the 1930's. "*I re-adapted the principle of stitched or printed flowers in a different, totally contemporary way*," explains Karl Lagerfeld.

Mythical jackets outlining the silhouette. In rough linen, bluntly cut at the edges, ruffled ruches, to soften and create contrast. Worn over wide pants, short jackets close to the body are in jute or linen, enlivened, tone on tone, by camellias trimming the edges. Understated glamour, embroidery of golden wheat sheaths on black suits. The pattern is repeated on chain belts, bracelets, headbands, collars and bib necklaces.

What are the key accessories?

For feet, pumps with flower-strewn straps or studded wooden clogs with thick heels that Karl Lagerfeld, with this characteristic humor, calls "Five O'Clogs". And in our hands, baskets decorated with chains or interlaced grosgrain and classic bags stitched with colored flowers.

Tell us about the backdrop for the Spring-Summer 2010 collection...

In contrast with the spectacular iron and glass architecture of the Grand Palais, a country setting intrigues, charms and amuses. Set under the glass roof, in the middle of mound of dirt and grass, a weathered wooden barn with tiled roof and the double "C" logo is surrounded by millstones and haystacks. To the strident crowing of a rooster in the background, cheeky models as blond as wheat, spring out as if from a music box.

Country, fun and unexpected, it's the setting chosen by Karl Lagerfeld for this collection. "*We hear a lot about ecology, and organic. I thought it would be fun to give all this a fashion twist.*"



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

CHANEL



DIOR

30 Avenue Montaigne

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

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

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

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

Trois images, trois scènes: pour la première, miroir symbolique pour une femme à double vie, audacieuse le jour, femme fatale la nuit. Dans la deuxième, le pont de Brooklyn comme toile de fond, dont l'architecture et la structure complexe renvoient au célèbre motif du cannage. Sa silhouette de Lady Rouge se découpe sur New York. Pour la scène 3, femme fatale sur le point de prendre place sous les projecteurs, Lady Rouge se prélassait avant d'entrer en scène.

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

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

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

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

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

Three images, three scenes: for the first, a symbolic mirror for a woman with a double life, audacious during the day, femme fatale at night. In the second, the background is the Brooklyn Bridge, whose architecture and complex structure echo the famous cane work motif. The silhouette of Red Lady stands out against that of New York. For scene three, the Femme fatale ready to take her place in front of the cameras, Red Lady lolls about before walking onto the stage.

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

Marion Cotillard
SHANGHAI

Information : 01 40 73 73 73 / WWW.LADYDIOR.COM

Dior



LOUIS VUITTON

22 Avenue Montaigne

Première marque de luxe au monde, Louis Vuitton symbolise depuis 1854 l'art de voyager avec style et élégance. Depuis 1987, Louis Vuitton fait partie du groupe LVMH/Moët Hennessy-Louis Vuitton, premier groupe mondial de luxe dirigé par Bernard Arnault. Avec l'arrivée du créateur Marc Jacobs, en 1997, la Maison a ouvert son territoire au prêt-à-porter féminin et masculin, souliers, lunettes, montres et joaillerie, adjoignant ainsi à son savoir-faire artisanal l'intuition et l'innovation, pour offrir un art de vivre complet. Aujourd'hui, Louis Vuitton dispose d'un réseau mondial de 446 magasins.

Inauguré en 2003 sur l'Avenue la plus symbolique du luxe français, le magasin Louis Vuitton, établi Avenue Montaigne, présente toutes les lignes de produits de la Maison. L'originalité de ce lieu tient à son implantation en demi-cercle. À chaque pas, le visiteur est attiré par une perspective sans fin, dans la magie de l'univers Louis Vuitton.

The world's leading luxury trademark, Louis Vuitton, has symbolized the art of traveling in style and elegance since 1854. Since 1987, Louis Vuitton has been part of LVMH/Moët Hennessy-Louis Vuitton, the first global luxury group, headed by Bernard Arnault. With the arrival of designer Marc Jacobs in 1997, Vuitton widened its repertoire to include prêt-à-porter for women and men, shoes, glasses, watches and jewelry, in this way adding intuition and innovation to its artisanal savoir-faire, to propose a total art de vivre. Today, Louis Vuitton has a world-wide network of 446 stores.

Inaugurated in 2003 on the street that, more than any other, symbolizes French-style luxury, the Louis Vuitton store on Avenue Montaigne presents all of the product lines of the trademark. The originality of this site is due to its semi-circular shape. At each step, the visitor is attracted by an endless perspective, and pulled into the magic of the Louis Vuitton universe.

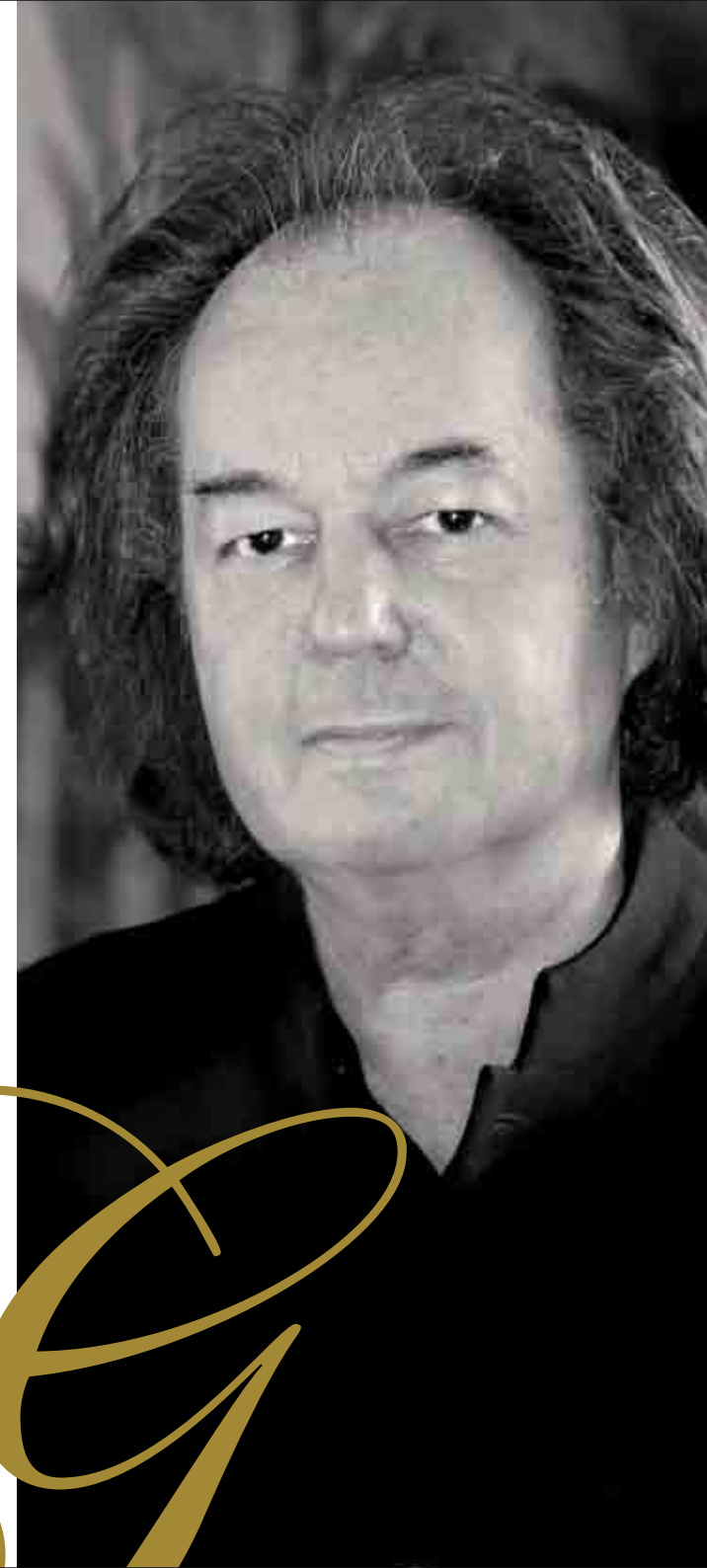


PARIS, 22, avenue Montaigne, Tél. 01 45 62 47 00
En vente exclusivement dans les magasins Louis Vuitton et sur louisvuitton.com.

LOUIS VUITTON

GONZAGUE SAINT BRIS,
JOURNALIST AND WRITER:
REMINISCENCES

LE GRAND TÉMOIN GONZAGUE SAINT BRIS JOURNALISTE & ÉCRIVAIN



À quand remontent vos liens avec le quartier?

J'ai habité rue François I^{er} de 1975 à 1982: un septennat! À l'époque, j'étais animateur à Europe 1, dont les studios se trouvent toujours dans la rue. J'avais deux émissions: la première s'appelait *Ligne ouverte*, elle passait en direct tous les soirs de minuit à 1 heure du matin. C'était une émission de libre parole, qui a duré cinq ans (jusqu'en 1980). C'était la première fois qu'on faisait une émission où on parlait de tous les sujets. Tout le monde pouvait appeler pour parler. Cela allait du cambrioleur téléphonant de l'appartement qu'il était en train de cambrioler à l'ouvrier français passant ses vacances en Amazonie pour y soigner les lépreux. La seconde, *Longue Distance*, m'a permis de rencontrer de très nombreux personnages, comme Salvador Dali, qui m'a dit un jour: «*La révolution russe, c'est la révolution française qui est en retard à cause du froid.*» Je passais donc une bonne partie de mon temps dans le quartier puisque j'y vivais et j'y travaillais à la fois!

Your ties to this neighborhood date back to when?

I lived on rue François-I from 1975 to 1982: a seven year term! At the time, I was a radio announcer for the Europe 1 station, whose studios are still located on this street. I had two programs: the first was called *Ligne Ouverte* (Open Line), and aired live every night from midnight to one in the morning. It was a free talk program that lasted for five years, until 1980. It was the first program to address all subjects. Anyone could call in to talk. Calls ranged from a cat burglar calling from the apartment he was in the process of robbing, to the French blue-collar worker spending his vacation in the Amazon to care for lepers. The second program, *Longue Distance* (Long Distance), allowed me to meet numerous personalities such as Salvador Dali, who said to me one day: "*The Russian revolution was the French revolution delayed by the cold.*" I spent a great deal of my time in the neighborhood since I worked and lived here.

Où habitiez-vous précisément?

J'étais jeune marié et j'habitais avec ma femme dans le bas de la rue, au numéro 7, près de la Seine. L'appartement était au rez-de-chaussée et je faisais du vélo à l'intérieur. Je travaillais beaucoup, j'écrivais beaucoup mais il me restait du temps pour recevoir du monde. La porte était toujours ouverte. J'aimais mêler les gens – Edgar Faure, Inès de la Fressange, Christophe Lambert, le cinéaste Samuel Fuller... Je me souviens que lorsque j'organisais des dîners, je servais d'abord le champagne en contrebas, place du Canada: nous prenions l'apéritif dans un square public. J'adore ce quartier, ne serait-ce que par tous ces noms qui renvoient à la Renaissance: François I^{er}, bien sûr, mais aussi Bayard, Jean Goujon, Marignan... Ce quartier, qui était un peu campagnard, a été bâti de toutes pièces au XIX^e siècle en donnant des noms Renaissance aux rues. À l'époque du romantisme, c'était une promotion immobilière intelligente!

Where exactly did you live?

I was a young married man and lived with my wife on the south end of the street, at number 7, near the Seine river. The apartment was on the ground floor and I rode my bicycle into the apartment. I worked a great deal, wrote a great deal, but I still had time to entertain. Our door was always open. I liked to mix people – Edgar Faure, Inès de la Fressange, Christophe Lambert, the filmmaker Samuel Fuller. I remember when I organized dinners, I first served Champagne on the nearby place du Canada. We drank our *apéritif* on a public square! I love this neighborhood, if only for all the names that bring to mind the Renaissance: François-I, of course, but also Bayard, Jean Goujon, and Marignan. This neighborhood, which feels like the country, was built entirely in the 19th century, but the streets were given Renaissance names, part of a very clever marketing strategy.



1.

Vous étiez sensible à la dimension historique et littéraire du quartier.

Bien sûr. Habiter là était pour moi, en quelque sorte, un signe du destin. Vous savez que c'est au Clos-Lucé, à Amboise, en Touraine, que François I^{er} a été élevé, de cinq à quinze ans, et qu'il a accueilli Léonard de Vinci. Le Clos-Lucé appartenait à ma famille : c'est aussi là que j'ai été élevé, comme François I^{er} – nous avons nos arcs, nos flèches, nos bagarres. Habitant à Paris, voilà que je retrouve François I^{er} ! Montaigne, qui donne son nom à l'Avenue, m'a toujours plu, c'était un personnage extraordinaire. Son père aussi, qui le réveillait au son du luth. Et je n'oublie pas que c'est à proximité, cours-la-Reine, qu'Alain-Fournier a rencontré la femme qui lui a inspiré *Le Grand Meaulnes* – il a eu un éblouissement en voyant une jeune fille ! Et puis c'est aussi tout près que j'ai lancé le mouvement du Nouveau Romantisme et que j'ai fondé, en 1974, sous la colonne d'Adam Mickiewicz, l'Académie du romantisme, dont faisaient partie Brice Lalonde, Patrick Poivre d'Arvor et Frédéric Mitterrand.



2.

Did you enjoy the historic and literary character of this neighborhood?

Of course. In a way, living here was fate. You may know that François I was raised at the Clos-Lucé in the city of Amboise in Touraine from the age of five until he was 15 years old, and it was here too where he hosted Léonard de Vinci. The Clos-Lucé belonged to my family, and I too grew up here, like François I. We both had our bows and arrows, and our battles. When I came to live in Paris, I once again crossed paths with François I ! Montaigne, for whom the avenue is named, had always been a favorite of mine. He was an extraordinary figure. So was his father, who was in the habit of waking him to the sound of a lute. And how could I forget that it was nearby, in the *Cours-la-Reine*, where Alain-Fournier met the woman who was the inspiration for *Le Grand Meaulnes* – he was dazzled by the vision of this young woman ! And, it was also nearby where I launched the *Nouveau Romantisme* movement and where, in 1974, I founded under Adam Mickiewicz's column, the *Académie du Romantisme*, whose members included Brice Lalonde, Patrick Poivre d'Arvor and Frédéric Mitterrand.

1. Gonzague Saint Bris avec Rudolf Nouriev
2. Gonzague Saint Bris au micro dans les studios d'Europe 1
3. Gonzague Saint Bris faisant du vélo sur le toit de l'Opéra
4. Gonzague Saint Bris recevant Andréa Ferréol et Yves Simon lors d'une émission.



3.



4.

Quels étaient vos points de rendez-vous ?

Nous nous retrouvions Chez Francis, place de l'Alma, qui était alors décoré en vert et non en rouge comme aujourd'hui. Nous allions aussi dîner au restaurant du théâtre du Rond-Point et, bien sûr, au bar des Théâtres. En réalité, mes liens avec le 8^e arrondissement et avec les environs de l'Avenue Montaigne sont encore plus lointains. Enfant, j'allais voir le guignol des Champs-Élysées. Après avoir vécu en Angleterre, où mon père était diplomate, nous nous sommes installés au 12 bis, rue de l'Élysée. Tous les matins de ma fenêtre, je regardais le président de la République, René Coty, se promener dans le parc et le jardinier lui tendre une rose qu'il venait de couper. J'ai aussi vu la reine d'Angleterre entrer au palais de l'Élysée par la grille du Coq. Quand elle nous a vus, moi et mes frères, trois petits garçons en robe de chambre rouge sur le balcon, elle nous a fait un signe. À l'époque, nous croyions qu'elle nous avait reconnus car nous avions habité à Londres ! J'aime toujours ce quartier, en particulier la rue François I^{er}, qui en certains endroits, a une atmosphère pragoise. Et même si je n'y habite plus, je m'y sens encore chez moi, surtout quand je traverse le pont Alexandre III : c'est mon ancêtre Schneider, le fondateur du Creusot, qui l'a construit !

What were your meeting points?

We met at *Chez Francis*, place de l'Alma, which was then decorated in green, not in red as it is today. We would also dine at the restaurant of the *Théâtre du Rond-Point* and, of course, at the *Bar des Théâtres*. In fact, my ties with the 8th arrondissement and surroundings of Avenue Montaigne go back even further. As a child, I would go to see the puppet shows on the Champs-Élysées. After having lived in England, where my father was a diplomat, we moved to 12 bis, rue de l'Elysée. Every morning, from my window, I could see the President of the Republic, René Coty, strolling in his park where his gardener would present him with a freshly cut rose. I also once saw the Queen of England enter the presidential palace, L'Elysée, by the Coq gate. When she caught sight of us, myself and my brothers, three little boys in red bathrobes on our balcony, she waved to us. At the time, we thought that she must have recognized us, since we had lived in London ! I still love this neighborhood, particularly the rue François I, which, in places, has a Prague-like atmosphere. And even if I no longer live there, I still feel at home here, above all when I cross the Alexandre III bridge: It was my ancestor Schneider, the founder of Creusot, who built this bridge.



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 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 le plus récent 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 Galleria Vittorio Emanuele II in Milan. A quest for innovation and the rarest and most precious materials as well as for highly sophisticated craftsmanship are at the core of its creations.

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

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

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

Prada boutiques are the brand's "Embassies" and as such, they portray the brand's values of top quality and innovation in all aspects: the welcome and client service to the modern elegant and sophisticated atmosphere all make the shopping experience unique.

Some of the Prada stores – the self-styled Epicenters designed by renowned architects – are genuine laboratories of new ideas.

01 56 21 3070 prada.com





ELIE SAAB

43 Avenue Franklin D. Roosevelt

Quelles sont les dates clés de la Maison Elie Saab?

En 1982, Elie Saab fonde son premier atelier au Liban. Autodidacte, il impose peu à peu ses créations dans son pays puis rapidement au Moyen-Orient. Dès 1997, il intègre la Camera Nazionale della Moda. En 1998, il lance sa ligne de prêt-à-porter au cours de la Semaine de la Mode à Milan, après y avoir défilé trois années consécutives. En 2000, convié par la Chambre syndicale de la Haute Couture il défile à Paris, puis s'y installe, deux ans plus tard, ouvrant un salon de couture et un showroom. En 2005, il inaugure, au cœur de Beyrouth, sa nouvelle Maison de Couture dans un immeuble ultramoderne de cinq étages. Deux ans plus tard, le couturier confirme sa volonté de faire de Paris son deuxième port d'attache, en investissant 1 000 m² au cœur du triangle d'or. Ce nouvel espace, situé au 43 Avenue Franklin Roosevelt, est réparti sur trois niveaux qui proposent tout l'univers de la marque. Les lignes Prêt-à-porter et Accessoires sont présentées côté boutique, les collections Couture dans des salons adjacents. En juillet 2008, Elie Saab poursuit son expansion internationale en ouvrant sa première boutique en Angleterre, au premier étage du prestigieux magasin Harrods de Londres.

Parlez-nous de la collection prêt-à-porter Printemps-Été 2010.

Elie Saab met en scène une égérie sophistiquée d'humeur rock, avec des silhouettes graphiques à taille haute, surlignées d'épaulettes, des coupes structurées ou des drapés entrelacés. Une collection en monochrome beige poudré, bleu canard et rouge vermillon, rehaussée de broderies métallisées, ou d'imprimés à motif pixel épousant les codes précis d'une nouvelle élégance.

La griffe Elie Saab entretient un rapport privilégié avec les célébrités.

Qu'elles montent les marches lors du Festival de Cannes, foulent les tapis rouges hollywoodiens ou se voient remettre de prestigieuses récompenses, actrices et stars internationales portent les couleurs d'Elie Saab. Angelina Jolie, Marion Cotillard, Hilary Swank, Penélope Cruz, Charlize Theron, Sophie Marceau, Emmanuelle Béart, Beyonce, Maggie Cheung, Nelly Furtado, Diane Kruger, Dita Von Teese... Une liste de noms très convoitée qui ne cesse de s'étoffer. Toutes conquises depuis le premier jour, les stars révèlent l'esprit de la Maison: une Maison qui souhaite accompagner les actrices depuis leurs débuts, être présente pour elles.

What are the key dates of the firm Elie Saab?

In 1982, Elie Saab founded his first workshop in Lebanon. Little by little, the creations of this self-taught designer attracted attention in his own country, before he rapidly made a name for himself throughout the Middle East. From 1997 on, he was a member of the *Camera Nazionale de la Moda*. In 1998, he launched a line of prêt-à-porter during Milan's fashion week, after having shown his creations there for three consecutive years. In 2000, he was invited by the *Chambre Syndicale de la Haute Couture* to show his collections in Paris, and he established himself here two years later, opening his own *salon de couture* and showroom. In 2005, he inaugurated his new *Maison de Couture* in the heart of Beirut in an ultra modern, five-story building. Two years later, the designer realized a wish to make Paris his second home, moving into a 1000-square meter space in the heart of the Golden Triangle. This new space, located at 43 Avenue Franklin Roosevelt, is spread over three floors presenting the entire range of the trademark. The prêt-à-porter and Accessories lines are presented in the boutique, and the couture collections, in the salons. In July 2008, Elie Saab continued his international expansion, opening his first boutique in England on the first floor of London's prestigious Harrod's.

Tell us about the prêt-à-porter collection for Spring-Summer 2010.

Elie Saab sets the tone for a sophisticated muse, a little "rock", with graphic silhouettes and high waistline, emphasized by shoulder pads, structured cuts or intertwined drappings. A monochromatic collection in powdery beige, duck blue and vermillion red, highlighted by metallic embroidery or pixel prints, expressing the precise codes of a new elegance.

The Elie Saab trademark maintains a privileged relationship with celebrities.

Whether they are climbing the steps for the Cannes film festival, gliding over the red carpets in Hollywood or accepting other prestigious awards, actresses and international stars wear the colors of Elie Saab. Angelina Jolie, Marion Cotillard, Hilary Swank, Penélope Cruz, Charlize Theron, Sophie Marceau, Emmanuelle Béart, Beyonce, Maggie Cheung, Nelly Furtado, Diane Kruger, Dita Von Teese... a list of very coveted names that continues to grow. All won over from their first contact, these stars embody the spirit of the firm: a firm that seeks to accompany actresses from their beginnings, and to always be there for them.





NINA RICCI

39 Avenue Montaigne

Peter Copping, le nouveau Directeur artistique de la Maison, aborde différentes facettes de l'héritage Nina Ricci et crée un style dynamique, moderne et délicieusement attrayant. Respectueux des codes de la signature Ricci, il insuffle différents styles qui reflètent une féminité certaine. Créant pour une femme qu'il estime intemporelle et qui possède un sens inné de l'élégance, elle est également, à ses yeux, le symbole de la coquetterie parisienne. Fidèle à la devise de la marque qui a toujours affirmé sa volonté de vouloir mettre les femmes en valeur, Peter Copping privilégie les teintes douces, joue avec les matières, des volumes très couture et réussit à créer une silhouette équilibrée. De son regard expert, les noeuds, les dentelles, les tulles et les détails de lingerie révèlent leur épure et leur raffinement. Mettant en exergue le savoir-faire de la Maison Nina Ricci, il utilise avec liberté les plissés et les effets de pinces. Dans le respect de l'esprit Ricci, Peter Copping met au point l'accord parfait du classicisme et de la sensualité avec une touche délicate d'originalité. Cultivant leur différence, les silhouettes qui se dessinent affirment leur pertinence avec désinvolture et profilent le style des collections à venir. Fidèle à l'élégance, tout en légèreté de Madame Ricci, et au goût de sa clientèle, Peter Copping distille un univers qui ne manquera pas d'être remarqué par son esprit pétillant et ultra-féminin.



Vital and contemporary, Peter Copping's vision for the brand touches on Nina Ricci's layered heritage and creates a tone with graceful appeal. His Nina Ricci woman feels ageless and possesses an instinctive sense of elegance. Summing up the coquettish Parisian, she's playful but sophisticated. Copping keeps a steady eye on Ricci's signature codes and infuses all styles with a fittingly feminine edge. In his capable hands, bows, lace, tulle and lingerie-like details appear fresh and refined. Highlighting the House of Nina Ricci's savoir-faire, he freely uses tucks, pleats and darts. Since the new Nina Ricci woman is very knowledgeable, no subtle detail goes amiss. Loyal to Nina Ricci's reputation for flattering women, Copping opts for soft colors, a playful use of fabrics and couture-like volumes, and achieves a well-balanced silhouette – Copping's mastery is in keeping Nina Ricci upbeat – he delivers classic with a twist. And remaining relevant, his looks are delicately different and always wearable. In spirit and style, he gives a sense of seasons to come. Inspired by Nina Ricci's high regard for light-handed elegance, Peter Copping will continue in this vein, producing looks that will be noted for their graceful modernity and integrity.





VALENTINO

PRINCE D'ITALIE

VALENTINO, PRINCE OF ITALY

Un amour de Paris

A love for Paris

In May 1968, when the world's investors, frightened by the uprisings of the moment, thought only of fleeing Paris, he opened his boutique at 42 Avenue Montaigne. In April 1975, near here in the salons of the Hotel George V, he presented his Fall-Winter prêt-à-porter collection. Audacious, to say the least, considering that at this time the Parisian fashion world took a rather dim view of Italian designers. In 1989, his first *haute couture* collection took over the prestigious *Ecole des Beaux-Arts*. Finally, on January 23, 2008, on a crisp, magnificent evening in the moon-lit gardens of the Rodin Museum, Valentino presented the fireworks of his latest collection to a privileged public. If Valentino symbolizes the essence of Italian elegance, he also managed to establish a very special relationship with Paris and succeeded in assuming a prime place among the city's greatest couturiers.



En plein Mai 68, alors que les investisseurs du monde entier, effrayés par les événements, ne pensent qu'à quitter Paris, il ouvre sa boutique au 42, de l'Avenue Montaigne. En avril 1975, c'est tout près de là, dans les salons de l'hôtel George V, qu'il présente sa collection de prêt-à-porter automne-hiver. Une véritable audace quand on sait, qu'à l'époque, le milieu

de la mode parisienne regarde encore de haut les créateurs transalpins. En 1989, sa première collection haute couture s'empare de l'école des Beaux-Arts. Enfin, le 23 janvier 2008, c'est dans les jardins du musée Rodin, par une nuit fraîche mais magnifique, illuminée par la lune, qu'il offre à un public choisi le feu d'artifice de sa toute dernière collection. Si Valentino symbolise l'essence de l'élégance italienne, il a noué avec Paris une relation toute particulière, réussissant à s'y imposer dans le cénacle des très grands couturiers.

Jeunesse lombarde

À vrai dire, cette relation d'amour avec la Ville Lumière remonte à loin. Né en 1932 à Voghera, une petite ville de Lombardie, Valentino Garavani sait très tôt ce qu'il veut faire. La légende raconte qu'enfant, il réclame déjà à sa mère – qui lui a donné le nom de la plus grande star du cinéma muet – des habits sur mesure. À l'école, il imagine des tenues pour ses petits camarades. Avant même d'être majeur, il annonce à ses parents son intention de devenir couturier. Malgré le choc initial, surtout pour son père, qui dirige une entreprise d'appareillages électriques, ses parents acceptent sa vocation. Ils feront même plus, le soutenant de toutes leurs forces dans son ascension. Au début des années soixante, quand son atelier, confronté à des difficultés financières, est contraint de déménager de via Condotti à via Gregoriana, ils vendent leur maison de campagne pour lui apporter des capitaux frais.



Young years in Lombardy

In fact, this love affair with the City of Light goes way back. Born in 1932 in Voghera, a little city in the Italian region of Lombardy, Valentino Garavani knew very early what he wanted to do in life. Legend has it that even as a child, he pleaded with his mother – who had named him for the greatest actor of silent films – for custom-made clothing. In school, he created outfits for his young classmates. Even before he was legally of an age to direct his own destiny, he announced to his parents his ambition to become a fashion designer. Despite

the initial shock, above all for his father, director of a company specializing in electrical equipment, his parents accepted his vocation. And even more, they would support him in every step of his ascension. At the beginning of the 1960's, when his workshop was forced to move from rue Condotti to via Gregoriana due to financial difficulties, his parents sold their country home to bring new capital into his company.



Le top-modèle
Veruschka

Eternal Rome

Via Condotti, Via Gregoriana, Palazzo Mignanelli: Valentino's addresses sing of Roman geography. The child of Lombardy had fallen in love with the Eternal City. Following a frenzied apprenticeship in Paris at the age of 20 when he entered the *Ecole de la Chambre Syndicale* of Parisian Couture, then worked with Jean Dessès, Onassis's favorite designer, before collaborating with the young Guy Laroche, he returned to Italy in 1959. He was 27 years old and had acquired proven techniques and an unequalled sense of beauty. A fundamental encounter, which, according to the anecdote, took place in a café on the Via Veneto, marked the beginning of the 1960's. It was with a young architectural student, Giancarlo Giammetti, who would turn out to be a matchless strategist. He took the reins of the young company, and would remain for more than half a century at his extraordinary parable, taking it ever higher up the ladder to fame and making Valentino a household world around the planet.

Via Condotti, via Gregoriana, Palazzo Mignanelli : les adresses de Valentino font chanter la géographie romaine. Car l'enfant de Lombardie est tombé amoureux de la Ville éternelle. Après un apprentissage forcené à Paris – à 20 ans, il entre à l'École de la chambre syndicale de la couture parisienne puis chez Jean Dessès, le couturier favori d'Onassis, avant de collaborer à la jeune Maison de Guy Laroche – il rentre en Italie en 1959. Il a 27 ans, une technique éprouvée et un inégalable sens du beau. Une rencontre fondamentale – la petite histoire dit qu'elle a lieu dans un café de via Veneto – marque le début de la décennie soixante : celle d'un jeune étudiant en architecture, Giancarlo Giammetti, qui va se révéler un stratège hors pair. Il prend les rênes de la jeune Maison, qu'il ne quittera plus pendant le demi-siècle de son extraordinaire parabole, lui faisant franchir tous les stades de la notoriété et faisant de Valentino un nom commun sur toute la planète.



Giancarlo Giammetti
& Valentino Garavani

Vers Rome éternelle



An incomparable fan: Jackie

From 1962 on, Valentino began to make his mark. Invited at the last minute to participate in the fashion shows held for several years in Florence in the rooms of the Pitti Palace, he fascinated the Italian observers, but also foreigners. He often showed his creations at the end of the shows, but America remembered them. And he knew that America was a continent to cultivate. He went there often and succeeded, with the help of a mutual friend, in meeting Jackie Kennedy. In 1964, the day after a public presentation at the Waldorf-Astoria Hotel, a private showing was organized. The president's widow fell under the spell of his bi-color collection and asked for all of the models. While other designers struggled to be recognized, Valentino's celebrity was immediate. His friendship with one of the most glamorous personalities of the time opened doors and made him, at barely 30 year's old, the alter ego of the great Parisian names.



Mariage de
Jacqueline Onassis

Dès 1962, Valentino marque les esprits. Invité de dernière heure aux défilés qui se tiennent depuis quelques années à Florence, dans les salles du Palazzo Pitti, il fascine les observateurs italiens mais aussi étrangers. Il a beau montrer ses créations à la fermeture de la manifestation, l'Amérique s'en souviendra. Et lui-même sait que l'Amérique est un continent à cultiver. Il s'y rend fréquemment et réussit, par l'entremise d'une amie commune, à approcher Jackie Kennedy. En 1964, au lendemain d'une présentation publique à l'hôtel Waldorf-Astoria, un défilé privé est mis sur pied : la veuve du président tombe sous le charme de sa collection bicolore et demande tous les modèles. Alors que d'autres peinent à s'imposer, la célébrité de Valentino est instantanée. Son amitié avec l'une des personnalités les plus glamour de l'époque lui ouvre toutes les portes et en fait – alors qu'il a à peine 30 ans – l'alter ego des grands noms parisiens.

Une fan inégalable : Jackie

Le lien avec Jackie Kennedy se poursuit même quand elle devient Jacqueline Onassis. Sur l'île de Skorpios, le 20 octobre 1968, a lieu l'un des événements mondains de la décennie : le mariage de l'égérie américaine avec le plus puissant des armateurs grecs, Aristote Onassis. La mariée porte une robe de dentelle et une jupe de crêpe, qui font le tour du monde. Elles sont rigoureusement blanches. Comme Courrèges, Valentino privilégie alors la plus simple et la plus pure des couleurs. Mais son histoire d'amour avec les couleurs ne s'arrête pas là et si l'on se souvient de Valentino aujourd'hui, c'est plutôt pour son rouge coquelicot. Cette teinte est, comme cela lui arrivera plus d'une fois – l'exaltation d'une réminiscence de jeunesse : lors d'une soirée passée au Liceu, l'opéra de Barcelone, la robe flamboyante d'une spectatrice lui avait laissé une marque indélébile.

“La Vie en Rouge”

The bond with Jackie Kennedy continued even after she became Jacqueline Onassis. On the island of Skorpios, October 20th 1968, one of the most fashionable events of the decade took place: the marriage of the American muse with the most powerful of Greek shipowners, Aristote Onassis. The bride wore a lace dress and a crêpe skirt that would be seen around the world. They were strictly white. Like Courrèges, Valentino favored the simplest and purest of colors. But his love affair with colors doesn't stop here, and if Valentino is remembered today, it is often for his poppy red. This shade is the exaltation of a memory of his youth: During an evening at Liceu, the Opera of Barcelona, the flamboyant dress of one of the spectators would leave its indelible mark..

La vie en rouge



Un empire planétaire

A world-wide empire

Even before he had reached the age of 40, Valentino was a global star and had accumulated prizes such as the Neiman Marcus Award, the highest American distinction of its kind, presented to him in 1967. But after such a booming beginning, the hardest was, perhaps, to come: that is, to remain at the summit for decades. He succeeded in doing this by establishing himself in the great fashion capitals – Paris, as we have already seen, but also Milan – and also by never ignoring the signs of the times. In 1978, he launched his perfume, baptised simply Valentino. He designed the uniforms of Italian athletes for the Olympic games in Los Angeles in 1984, joined the fight against AIDS with Elizabeth Taylor, frequented great museums and movie studios, holding fashion shows at the Metropolitan Museum of Art in New York and at 20th Century Fox in Hollywood. Living in homes of rare refinement, a remarkable collector, a regular visitor to Capri and Saint-Tropez, Valentino became an indispensable personality of the jet-set.



Alors qu'il n'a pas 40 ans, Valentino est une star mondiale et accumule les récompenses, comme le Neiman Marcus Award, plus haute distinction américaine du genre, qui lui est décerné en 1967. Le plus dur reste peut-être à venir: après des débuts tonitruants, se maintenir au sommet pendant des décennies... Il va le faire en investissant les grandes capitales de la mode – Paris, comme on l'a vu mais aussi Milan – et en obéissant à l'air du temps. Il lance en 1978 son parfum, sobrement baptisé Valentino. Il dessine la tenue des athlètes italiens aux Jeux olympiques de Los Angeles en 1984, combat contre le sida avec Elisabeth Taylor, investit les grands musées et les studios de cinéma (défilés au Metropolitan Museum de New York et à la 20th Century Fox à Hollywood). Vivant dans des demeures d'un raffinement rare, collectionneur remarquable, habitué de Capri et de Saint-Tropez, Valentino est une personnalité «incontournable» de la jet-set.



Mais l'exploit de durer, il va surtout le réaliser avec une méthode toute simple: son talent. La chronologie de Valentino a marqué la mode de la seconde moitié du XX^e siècle et se résume en jalons inoubliables, de la robe de cocktail Sarabanda à jupe bouffante (1960) aux tailleurs en tulle rose à motifs d'origami (2008). Les dalmatiques avec imprimés inspirés des animaux africains (1966) anticipent une attitude soucieuse de l'environnement tandis que les robes du soir en voile de soie imprimé d'orchidées (1988) montrent la variété de son goût floral. Virtuose dans l'utilisation des paillettes et de la broderie, Valentino a aussi produit des robes serties d'extraordinaires rubans de crêpe de soie dits budellini (1993). Le style Valentino s'est forgé au cours des décennies avec une seule obsession: habiller la femme d'une élégance indémodable.

An obsession for elegance

But for the challenge of remaining at the summit, he would succeed by the simplest of methods: his talent. The chronology of Valentino marked the styles of the second half of the 20th century and can be summed up by unforgettable milestones: the Sarabanda cocktail dress with bouffant skirt (1960), to suits in pink tulle with origami motifs (2008). Dalmatics with prints inspired by African animals (1966), were precursors, showing an early concern for the environment, while the evening gowns in silk voile printed with orchids (1988) illustrated the variety of his taste for flowers. Virtuoso in the use of embroidery and sequins, Valentino also produced dresses set with extraordinary ribbons of silk crêpe called budellini (1993). The Valentino style was forged over decades with just one goal: to dress women in timeless elegance.



L'obsession de l'élégance

Chiuri et Piccioli: une nouvelle ère

Lorsque Valentino Garavani décide de se retirer du monde de la mode à la fin de l'année 2007, l'héritage n'est pas aisé à relever ! Pourtant, la transition du maître à ses successeurs s'est faite en douceur. C'est que le duo romain qui préside aujourd'hui aux destinées créatives de la Maison y avait déjà une longue expérience. Diplômés de l'Institut européen de design à Rome, Maria Grazia Chiuri et Pier Paolo Piccioli ont d'abord créé quelques-uns des sacs les plus marquants de la griffe Fendi avant que Valentino fasse appel à eux pour concevoir une ligne d'accessoires qui incarne l'esprit de sa Maison. C'était en 1999. Les

lunettes, sacs, chaussures, bijoux, châles et valises qui ont vu le jour au cours des années suivantes, au dessin élégant, à la sophistication assumée, aux finitions parfaites, sont devenus partie intégrante de l'univers Valentino.

Chiuri and Piccioli: A new age

When Valentino Garavani decided to retire from the world of fashion at the end of 2007, the succession was not easy to assure. Nonetheless, the transition from the master to his disciples was a gentle one. The Roman duo that presides today over the creative destiny of Valentino already has a long history with the firm. With a diploma from the *Institut Européen de Design* in Rome, Maria Grazia Chiuri and Pier Paolo Piccioli began by creating some of the most remarkable handbags of the Fendi trademark before Valentino asked them to create a line of accessories in line with his style, in 1999. Glasses, handbags, shoes, jewels, shawls and suitcases saw the light of day in coming years, all with elegant design, an assured sophistication, and perfect finishings that became an integral part of the Valentino universe.



1.

2.



3.

1. Chloë Sevigny
2. Camilla Belle
3. Kate Moss



Suggested reading: *Valentino, thèmes et variations*,
by Pamela Golbin, foreword by Valentino,
Catalogue of the Decorative Arts Exhibition in Paris
(June 17 to September 21, 2008),
Flammarion, 2008, 300 pages.



Le feu d'artifice de la collection Printemps-Été 2010

Depuis le 4 octobre 2008, Maria Grazia Chiuri et Pier Paolo Piccioli sont «Creative Directors» de la Maison Valentino. Leur style original, d'une grande richesse créative, s'incarne parfaitement dans la collection prêt-à-porter Printemps-Été 2010. Cette nouvelle collection bouleverse les perspectives et les priorités. La femme Valentino a un charme dangereux, inattendu et déstabilisant. Les délicates broderies et les dentelles acquièrent une touche patinée et les tissus se transmutent en substances précieuses. Le jeu des ombres et des lumières, la dialectique de langages qui semblent antinomiques – art et artisanat, fiction et réalité – contribuent à inscrire cette nouvelle collection, qui renouvelle l'esprit Valentino, dans une dimension onirique. Voici alors naître un éden inattendu, où les robes se métamorphosent en fleurs nocturnes pleines de mystères, qui vibrent comme par magie dans une brise imaginaire.



Fireworks of the Spring-Summer 2010 Collection

Since October 4th, 2008, Maria Crazia Chiuri and Pier Paolo Piccioli have been the Creative Directors of the *Maison* Valentino. Their original style, with its rich creativity, is perfectly portrayed in the Spring-Summer 2010 prêt-a-porter collection. This new collection upsets perspectives and priorities. The Valentino woman has a dangerous charm, unexpected and unsettling. Delicate embroidery and lace take on a shiny touch and the fabrics become precious substances. A play of light and shadows, the dialectic of languages that seem paradoxical – art and craftsmanship, fiction and reality – come together in this new collection that renews the Valentino spirit in a dream-like dimension. It is the birth of an unanticipated Eden where dresses metamorphose into mysterious night flowers that tremble magically in an imaginary breeze.

À lire: *Valentino, thèmes et variations*,
par Pamela Golbin, avant-propos de Valentino,
catalogue de l'exposition aux Arts décoratifs, à Paris
(du 17 juin au 21 septembre 2008),
Flammarion, 2008, 300 pages



VALENTINO

17/19 Avenue Montaigne

Quelles inspirations et matières caractérisent la collection Printemps-Été 2010 créée par Maria Grazia Chiuri et Pier Paolo Piccioli, Directeurs artistiques de la Maison Valentino?

Trame imprégnée de clins d'œil à la facette mystérieuse et merveilleuse de la fable. À la magie de déplacements, de glissements, de renversements pleins de fantaisie, capables de transformer et d'animer les choses. Synthèse contemporaine de contradictions, qui prend corps dans une variété de lumières et d'ombres, nuances nocturnes et demi-teintes impalpables.

La Femme Valentino de Maria Grazia Chiuri et Pier Paolo Piccioli a un charme dangereux, inattendu, déstabilisant.

Sa féminité réinventée et actualise l'histoire de la Maison, et devient l'emblème du changement et le fil conducteur d'une vision de la mode. Elle invite au dialogue en différents langages. Elle génère des interactions entre réalité et fiction, actualité et mémoire, art et artisanat, image et émotion. Elle fait de chaque collection un motif de recherche, qui approfondit, amplifie, actualise le sens des matières et des formes, des tonalités et des consistances, des détails et des accessoires.

Le prêt-à-porter Printemps-Été 2010 bouleverse les perspectives et les priorités. Apparence opaque, patinée, délabrée, prêtée aux précieuses broderies et dentelles. Matières prosaïques, dotées d'une dignité, d'une beauté et d'une éloquence inattendue.

Se transformant dans un itinéraire de visions oniriques, d'effets surréels. Une promenade dans un jardin fantastique, où les robes deviennent fleurs nocturnes, de légères corolles vibrent comme par magie par une brise imaginaire.

What inspirations and materials characterize the Spring-Summer 2010 collection created by Maria Grazia Chiuri and Pier Paolo Piccioli, artistic directors of the *Maison Valentino*?

A theme imbued with twists as in a mysterious and marvelous fable. The magic of movement, gliding and events full of fantasy, capable of transformation and animation.

A contemporary synthesis of contradictions that take shape in a variety of light and shadows, nuances of night and impalpable half-shades. The Valentino woman of Maria Grazia Chiuri and Pier Paolo Piccioli has a dangerous charm, surprising and unsettling.

This femininity reinvents and updates the history of the trademark, and becomes the symbol of change and of a certain vision of fashion. It opens a dialogue in different languages, and generates interaction between reality and fiction, the moment and memory, art and craftsmanship, image and emotion. Every collection is a quest that deepens, amplifies, and updates the meaning of materials and forms, tones and circumstances, details and accessories.

The Spring-Summer 2010 prêt-à-porter profoundly changes perspectives and priorities. An opaque appearance, a worn patina, gives way to precious embroidery and lace. Prosaic materials take on dignity, beauty and unexpected eloquence, leading to an itinerary of dream-like visions and surreal effects: A stroll in a fantastic garden where dresses become night flowers and delicate corollas quiver, as if by magic, in an imaginary breeze.





BLUMARINE

56 Avenue Montaigne

Parlez-nous de la silhouette Femme Blumarine de ce Printemps-Été 2010.

La collection est conçue autour des couleurs : des pastels, mémoires de paysages infinis, et des couleurs lumineuses, qui confèrent l'énergie. La nature en général tient une place prépondérante dans cette collection. Elle trouve sa plus forte expression dans le procédé couleur du tie-dye. J'ai porté mon attention sur les couleurs simples, entre inspirations naturelles et abstraction. J'ai mêlé les principaux sujets stylistiques de Blumarine, romantisme et féminité, exploré les tendances de la couleur et transposé ces éléments dans une vision contemporaine. J'ai focalisé sur les silhouettes légères aussi bien que sur les tissus de grande qualité, aux riches détails colorés. Je me suis efforcée de laisser à chaque femme la possibilité de personnaliser son allure à travers le style Blumarine, afin de créer sa propre garde-robe pour chaque circonstance du jour et du soir.

Quelles sont les caractéristiques du Betti Bag, succès annoncé de la collection d'accessoires?

Détermination, fonctionnalité et glamour sont les principales caractéristiques du Betti Bag. Disponible en deux formats, il est proposé en daim, brun ou brun foncé et en cuir lamé gris fumée. Ce nouvel accessoire de forme souple et fonctionnelle peut être porté épaule, à l'aide d'une lanière. Le sac est entouré de trois bandes de cuir, décorées de petits clous et connectées avec douze anneaux de métal brillant, qui constituent les principaux éléments décoratifs du Betti Bag. Une ceinture de cuir munie d'une boucle de métal, placée verticalement, assure le système de fermeture. Le nouveau sac de la Maison Blumarine, entièrement fabriqué en Italie, se distingue par l'attention extrême portée au détail et le fait qu'il est entièrement réalisé main.

Quelles sont les dates-clés de la Maison pour l'année 2010?

Dans les prochains mois, nous allons lancer le premier parfum Blugirl. Ce sera une fragrance pétillante, inspirée par l'univers cosmopolite des jeunes filles Blugirl, caractérisé par le glamour, la beauté, le style, le romantisme. Nous étudions également les possibilités de licences de la griffe Blumarine, dans différents domaines, et nous développons nos ventes avec l'ouverture de nouvelles boutiques, sur des marchés porteurs comme l'Inde et la Chine.

Tell us about the Femme Blumarine silhouette for Spring-Summer 2010.

The collection is all about colors: pastel shades recall unlimited landscapes, while bright colors convey the energy and willingness to explore. Nature in general has a leading role in the Blumarine Spring-Summer collection and finds its extreme expression in the colorful tie-dye. I focused my attention not only on plain colors, as a matter of fact it was funny to create kaleidoscopic visual effects, poised between natural inspiration and abstract ideas. I merged the main features of Blumarine style, romanticism and femininity, I explored the new color trends and I transferred these aspects into a contemporary vision. I focused on light silhouettes as well as on soft and high-quality fabrics, perfectly worn with colourful details and charms, and I mixed an informal and easy-going style with a touch of elegance for a surprising summer of freedom. I worked hard to permit every woman to find in the collection all manners of customizing the unique Blumarine style for her own personality and to create the perfect wardrobe for every occasion, day or evening.

What are the characteristics of the Betti Bag, the unanimous hit of the new accessories collection?

Determination, practicality and glamour are the main characteristics of the new arrival in the world of Blumarine accessories: Betti Bag. Available in two sizes, big and medium, it comes in suede, brown or dark brown, and in a smoky gray laminated leather. The new accessory has a soft, functional shape and can be worn with a shoulder strap. The bag is wrapped by three leather bands, decorated with small studs and connected with twelve shiny metal rings, that become the main decorative elements of Betti Bag. A leather belt with a metallic buckle, placed vertically, forms the closure. The new bag by the *Maison* Blumarine, completely Made in Italy, is distinguished by a singular attention to detail and by the fact that it is hand-crafted.

What are the key dates for the *Maison* in 2010?

We will launch the first Blugirl perfume in the next months. It will be a sparkling fragrance, inspired by the Blugirl universe of glamorous young girls: beautiful, stylish, cosmopolitan and romantic. We are also evaluating new license agreements for the Blumarine brand in different fields and we are developing our retail-plan with new boutique openings in interesting markets such as India and China.

Paris, 56 Avenue Montaigne, tel. 01 45613322 ~ www.blumarine.com





Paris, capitale de la mode mondiale? On le savait et on l'a vérifié le 10 septembre 2009 lors de la Vogue Fashion Celebration Night. Organisée par Vogue, elle s'est tenue simultanément dans treize villes de la planète : à Paris, évidemment, mais aussi à Berlin, New York, Pékin et Moscou, Athènes et Madrid... Pour montrer que l'industrie du luxe est une arme maîtresse contre la crise, les boutiques des grandes artères de la mode sont restées ouvertes jusqu'à une heure avancée. Cela a permis aux amateurs de découvrir les dernières collections des grandes griffes ou des animations exceptionnelles en compagnie des journalistes les plus expérimentés du magazine, notamment Carine Roitfeld à Paris, qui prodiguaient leurs conseils ou signaient leurs ouvrages.



FASHION NIGHT, UNE PREMIÈRE RÉUSSIE

FASHION NIGHT, A SUCCESSFUL PREMIERE

Par un doux
mois de septembre...

**VOGUE
FASHION
CELEBRATION
NIGHT
10 SEPT
2009
PARIS**

On a soft September night...

Paris, fashion capital of the world? If any doubt remained, the supposition was verified on September 10, 2009 during Vogue Fashion

Celebration Night. Organized by Vogue magazine, the event was held simultaneously in 13 cities around the planet: In Paris, of course, but also in Berlin, New York, Beijing and Moscow, Athens and Madrid. To prove that the luxury industry remains a weapon against the economic crisis, the boutiques of the great fashion avenues stayed open into the night, giving fans the opportunity to discover the latest collections of the great names, as well as to participate in exceptional events in the company of the magazine's most prestigious journalists, notably, Carine Roitfeld in Paris, one of the journalists present to dedicate works and to share precious advice.

L'Avenue Montaigne et la rue François 1^{er} à l'honneur

À Paris, c'est dans le royaume de la mode, le triangle d'or dont l'Avenue Montaigne et la rue François I^{er} constituent l'ossature, que l'événement s'est tenu. De nombreuses personnalités des spectacles, des sports, de la culture ont fréquenté les boutiques à partir de la fin de l'après-midi. Buffets, champagne, événements variés ont accompagné les milliers de visiteurs élégants qui ont véritablement envahi la chaussée pour se retrouver, discuter de la crise – ou de la reprise – et admirer pour l'occasion des vitrines entièrement relookées. Malgré le *numerus clausus* imposé par sécurité – invitations limitées aux clients habituels et aux lecteurs de Vogue, de GQ et de AD – l'extraordinaire affluence a signé le succès de l'événement. Dans la douceur de l'été finissant, la manifestation s'est prolongée jusque tard dans la nuit...

Avenue Montaigne and rue François I^{er} in the spotlight

In Paris, the event took place in the city's kingdom of fashion, the "golden triangle", whose main axes are Avenue Montaigne and Rue François I. Starting in late afternoon, numerous celebrities from show business, sports, or culture visited the boutiques. Buffets, champagne, and varied events accompanied the thousands of elegant visitors who literally invaded the sidewalks to meet one another, discuss the crisis – or the recovery – and to admire the show windows entirely "relookées" for the occasion. Despite the *numerus clausus* imposed for security (invitations were limited to regular clients and Vogue, GQ and AD readers), the extraordinary public turnout confirmed the event's success. In the gentle warmth of waning summer, the celebration went on into the night.



VOGUE
FASHION
CELEBRATION
NIGHT
10 SEPT
2009
PARIS





VOGUE
FASHION
CELEBRATION
NIGHT
10 SEPT
2009
PARIS

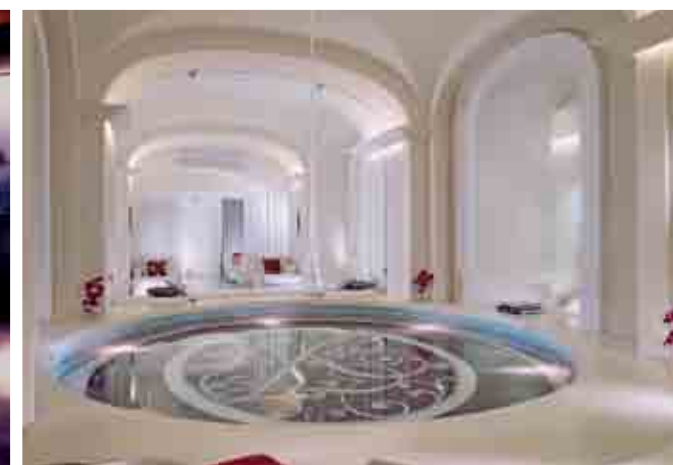




Une vue incomparable sur la Tour Eiffel

An Extraordinary *Collection*)(*Dorchester Collection*

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



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



L'AVENUE ENTRE EN LITTÉRATURE

THE AVENUE IN LITERATURE

De Montaigne à Balzac

Honoré de Balzac,
1799-1850



From Montaigne to Balzac

Avenue Montaigne has often been an inspiration for the silver screen, most recently for *Fauteuils d'Orchestre*, a French film by Danièle Thompson in which the action revolves around the *Théâtre des Champs-Élysées*, the Drouot-Montaigne auction house and the Bar des Théâtres. But it has also inspired songwriters: In *Avenue Montaigne*, Serge Reggiani sings a tribute to Marlene Dietrich who lived “*In the shadow that bathes/ the room where she reigns/ on Avenue Montaigne/ Lily sees/ her life in retrospect*”. And, of course, the Avenue has its place in literature. In the past, it was known as “Widow’s Avenue”, a somewhat ill-reputed meeting place, as the nickname implies, and Balzac wrote about it in *La Cousine Bette*: This was the site of the Mabilles ball where people came to dance and “slum it” in the most charming company.

On sait que l’Avenue Montaigne a inspiré le septième art (*Fauteuils d’orchestre* de Danièle Thompson, où l’action gravite autour du Théâtre des Champs-Élysées, de Drouot-Montaigne et du Bar des Théâtres) et la chanson (dans *Avenue Montaigne*, Serge Reggiani rend hommage à Marlene Dietrich, qui y a vécu: «*Dans l’ombre qui baigne / La chambre où elle règne / Sur l’Avenue Montaigne / Lily revoit / Sa vie à l’envers*»). Bien évidemment, on retrouve aussi sa trace dans la littérature. À l’époque où elle s’appelait Avenue des Veuves et où elle n’était pas toujours très bien famée (comme le nom l’indique, c’était un lieu de rendez-vous), Balzac s’en est servi dans *La Cousine Bette*: c’est ici que se tenait le bal Mabilles dans lequel on venait danser et s’encanailler en charmante compagnie.



1.

Champfleury défend Courbet

Champfleury defends Courbet

A little later, in 1855, journalists took up the gauntlet. Gustave Courbet, defying convention, decided to snub the Salon of the *Exposition Universelle*, which had rejected his paintings. Not far from Avenue Montaigne at the Rond-Point de Alma, he constructed, at his own expense, a pavilion open to the public where he exhibited around forty of his works, including two immense and extremely controversial canvases: *L'Enterrement à Ornans* and *L'Atelier du Peintre*. He even printed a catalogue which he sold for a small sum. The art critic and journalist Champfleury wrote with enthusiasm about this in his correspondence with George Sand: "At this very moment, Madame, just a few steps away from the Exhibition one can see on the Avenue Montaigne, a sign reading: REALISM G. COURBET (...). It is incredibly daring, it is a direct call to the public, a snub to institutions and the voice of the jury."



2.

Un peu plus tard, en 1855, ce sont les journalistes qui prennent la plume. Gustave Courbet, bravant toutes les convenances, a décidé de contourner le Salon et l'Exposition universelle, qui snobaient ses peintures. Au rond-point de l'Alma, il a donc construit à ses frais un pavillon, ouvert au public, où il expose une quarantaine de ses œuvres, dont deux toiles immenses qui font scandale: *Un Enterrement à Ornans* et *L'Atelier du peintre*. Il a même imprimé un catalogue qu'il vend à bas prix. Champfleury en parle avec enthousiasme dans sa correspondance avec George Sand: «À l'heure qu'il est, madame, on voit à deux pas de l'Exposition de peinture, dans l'Avenue Montaigne, un écriteau portant en toutes lettres: DU REALISME. G. COURBET (...). C'est une audace incroyable, c'est le renversement de toutes institutions par la voie du jury, c'est l'appel direct au public.»

1. *L'Atelier du peintre*, 1855 - musée d'Orsay
2. Gustave Courbet, 1819-1877



3.



4.



5.

3. Alphonse Daudet, 1840-1897
4. Auguste Rodin, 1840-1917
5. Émile Zola, 1840-1902

En 1867, Édouard Manet suivra l'exemple de Courbet et montrera dans son petit pavillon de l'Alma des œuvres sur le thème de la corrida, avec un succès mitigé. Il y reçut peut-être la visite d'un écrivain qui habita dans l'Avenue Montaigne à peu près à cette époque: Alphonse Daudet, qui n'était pas encore l'auteur célèbre des *Lettres de mon moulin*. Comme Courbet, comme Manet: en 1900, c'est au tour d'Auguste Rodin, à l'occasion de l'Exposition universelle, d'ouvrir sa salle d'exposition personnelle. Dans ce troisième «pavillon de l'Alma», il montrera près de deux cents œuvres, illustrant l'ensemble de sa carrière. Un droit d'entrée est perçu pendant la semaine mais c'est gratuit le dimanche!

Emile Zola fut fort impressionné par l'initiative de Courbet. Dans son propre tableau de Paris – *le cycle des Rougon-Macquart* –, il ne pouvait manquer d'envoyer ses héros Avenue Montaigne. Aristide Rougon (dit Saccard) et son fils Maxime s'y retrouvent, comme les personnages d'Honoré de Balzac, au bal Mabille, qui a décidément nourri la littérature française!

D'Alphonse Daudet à Émile Zola

From Alphonse Daudet to Emile Zola

In 1867, Edouard Manet followed Courbet's example, showing in his little pavilion at Alma works depicting bullfighting that were greeted with mixed reviews. He may have been visited by a writer who lived on Avenue Montaigne around this time, Alphonse Daudet, who was not yet the celebrated author of *Lettres de mon Moulin*. Like Courbet and Manet, Auguste Rodin, in turn, opened his own personal exhibition room in 1900 during that year's *Exposition Universelle*. In this third "Alma pavilion", he showed more than 200 works illustrating his entire career. An entrance fee was charged during the week, but on Sundays, it was free.

Emile Zola was very impressed by Courbet's initiative. In his own scenes of Paris – in the Rougon-Macquart Cycle – he couldn't resist sending his heroes to the Avenue Montaigne. Astride Rougon (called Saccard) and her son Maxime found themselves, as did the characters of Honoré de Balzac, at the Bal Mabille, which truly nourished French literature.

Montaigne – from farces to mysteries

But Avenue Montaigne has not only been synonymous with drama and seriousness. It has at times lent itself to farces. In *X Roman Impromptu*, (republished by Léopard books), great authors, at the time young and little known (Tristan Bernard, Jules Renard, Georges Courteline), set about writing a novel by committee, each one contributing a chapter. The plot was a little tangled, as revealed in the first lines: “*There you are,*” said the officer, “*a strapping lad that we pinched throwing stones through the window of the widow Coignet, 53 Avenue Montaigne. He’s an anarchist of the worst sort.*” And in the spirit of crime novels, Léo Malet also had his famous detective working in the neighborhood. In *Corrida aux Champs-Élysées*, an investigation leads Nestor Burma to the rue Jean-Goujon and the nearby Avenue Montaigne.



Mais l’Avenue Montaigne n’a pas toujours le visage du drame et du sérieux. Elle s’est parfois prêtée aux pastiches. Dans *X Roman impromptu* (republié par les éditions du Léopard masqué), de grands écrivains, à l’époque jeunes et peu connus (Tristan Bernard, Jules Renard, Georges Courteline), s’amusent à écrire un roman à plusieurs mains, chacun rédigeant un chapitre. L’intrigue est assez embrouillée mais son point de départ est exposé dès les premières lignes : «- *Voilà, dit le brigadier, un gaillard que nous avons pincé en train de jeter des pierres dans les fenêtres de madame veuve Coignet 53, Avenue Montaigne. C’est un anarchiste de la pire espèce.*» Dans la veine du roman noir, Léo Malet a aussi fait travailler son célèbre détective dans le quartier. Dans *Corrida aux Champs-Élysées*, l’enquête amène Nestor Burma du côté de la rue Jean-Goujon et de l’Avenue Montaigne.



1.



2.



3.



4.

Noir Montaigne



5.



6.

1. Tristan Bernard, 1866-1947
2. Jules Renard, 1864-1910
3. Georges Courteline, 1858-1929
4. Léo Malet, 1909-1996
5. Blaise Cendrars, 1887-1961
6. Karen Blixen, 1885-1962

Comment les citer tous? Blaise Cendrars, grand bourlingueur devant l’Eternel, a aussi habité – et donc forcément écrit – Avenue Montaigne. Il logeait à l’hôtel de l’Alma, qui n’existe plus et c’est là que sa fille Miriam vint le retrouver en 1936, en auto-stop depuis la Suisse. On peut imaginer qu’il but quelques whiskies dans les environs avec certains de ses amis comme Henry Miller.

D’autres écrivains étrangers ont intégré l’Avenue dans leur production littéraire. Dans *Le Vieux Chevalier errant*, l’un des *Sept Contes gothiques* de Karen Blixen, l’écrivain danoise rendue célèbre par le film *Out of Africa*, un jeune aristocrate sort d’une terrible rupture sentimentale. Il reprend ses esprits sur un banc de l’Avenue Montaigne et c’est là qu’il va faire une rencontre dont il se souviendra toute sa vie. Une histoire que l’on peut lire comme une jolie parabole : Avenue Montaigne, tout est possible.

Et aussi Cendrars, Blixen...

Cendrars, Blixen and others

It would be impossible to cite them all. Blaise Cendrars, an eternal globetrotter, also lived and thus wrote on Avenue Montaigne. He roomed at the Hotel de l’Alma, long since closed, and it was here where his daughter Miriam came to find him in 1936 after hitchhiking from Switzerland. He certainly drank a few whiskies in the area with friends including Henry Miller.

Other foreign writers also featured the Avenue in their literary works. In *The Old Chevalier*, one of the *Seven Gothic Tales* by Karen Blixen, the Danish writer made famous by the film *Out of Africa*, a young aristocrat suffers a terrible sentimental upset. He stops on a bench on Avenue Montaigne to collect his thoughts, and this is the site of a meeting he will remember for the rest of his life. It’s a story that reads like a pretty parabole: on Avenue Montaigne, everything is possible.



ETERNAMÉ

5 Rue Clément Marot

Quelles sont les circonstances de la naissance, en 2007, de la griffe Eternamé?

Sarah Besnainou, créatrice d'Eternamé, débute sa carrière professionnelle dans la communication d'une griffe de prestige. Cette fonction privilégiée lui permet de découvrir les codes immuables de l'univers du luxe. Elle y apprend ainsi l'importance de tisser des liens de confiance avec sa clientèle, autour d'une marque qui cultive une identité forte et des valeurs intemporelles.

Envoyée à New York, elle choisit de suivre des cours du soir en gemmologie et obtient le diplôme GIA. Lorsqu'elle confectionne de ses mains des boutons de manchettes pour l'homme qu'elle aime, elle fait un pacte avec le temps: celui de l'éternité. Elle ne sait pourtant pas encore que ce bijou, dans lequel elle a mis toute son âme, allait pérenniser un autre rêve: celui qui permettrait à chacun(e) de créer un bijou qui sublime l'instant et immortalise un sentiment. De retour à Paris, Sarah Besnainou décide de créer sa propre marque de haute joaillerie. Elle s'isole alors pour affiner son projet. Ce sera un boudoir accessible sur rendez-vous, une douce parenthèse hors du temps pour inventer un bijou à son image. Des bijoux haute couture imaginés avec les clients, et couture pour ajuster le bijou à sa mesure. Au rythme des collections, Sarah choisira une pierre comme thème fédérateur de sa ligne prêt-à-porter. Eternamé, *rends-moi éternelle*: car les bijoux se révèlent le reflet de l'âme ainsi capturée pour l'éternité.

Quelle est l'atmosphère de votre «Boudoir», situé 5, rue Clément Marot?

Le Boudoir a été aménagé dans un appartement de la rue Clément Marot, et tout a été pensé pour créer une atmosphère chaleureuse et cosy, proche de notre clientèle. En effet, il est primordial pour nous que nos clients se sentent bien, qu'ils aient envie de s'attarder et de découvrir l'univers d'Eternamé dans un environnement confortable et élégant.

Quel est l'univers de votre dernière collection de bijoux?

Pour notre dernière collection, nous avons travaillé le micro-serti de diamants (qui est notre spécialité) mais d'une façon nouvelle, en mélangeant les matières et en travaillant sur de nouveaux volumes. Le travail de micro-sertissage ressemble à de la dentelle de diamants, ce qui permet de travailler sur des volumes plus importants, tout en créant un effet de légèreté.

Under what circumstances was the firm Eternamé founded in 2007?

Sarah Besnainou, founder of Eternamé, started her professional career in communications for a prestigious name. This privileged position allowed her to discover the unalterable codes of the universe of luxury goods. She learned the importance of creating bonds of confidence with her clientele, around a trademark with a strong identity, expressing timeless values.

While working in New York, she decided to enroll in evening courses in gemmology, and obtained her GIA diploma. When she designed a pair of cufflinks for the man she loved, she made a pact with time: a pact of eternity. She didn't know then that these jewels she had designed investing heart and soul, would perpetuate another dream: the dream that anyone could create a jewel to exalt a moment or immortalize a feeling. Back in Paris, Sarah Besnainou decided to create her own trademark of fine jewelry. She isolated herself to refine her project. It would take the form of a boudoir, where by appointment only, anyone can enjoy a timeless moment and invent a piece of jewelry in ones own image. Haute couture jewels, created with clients, and couture to adjust the jewel to fit. In the seasons of her collections, Sarah will choose a stone as a unifying theme for her prêt-à-porter line. Eternamé, *"make me eternal"*: since jewels are the reflection of the soul, thus captured by eternity.

What is the atmosphere of your "Boudoir", located at 5 rue Clément Marot?

The Boudoir is set in an apartment on rue Clément-Marot, where every effort was made to create a warm and cozy atmosphere, close to our clientele. It is essential for clients to feel good, and to feel like lingering here to discover the Eternamé universe in a comfortable and elegant environment.

What is the mood of your latest collection of jewels?

For our latest collection, we have worked with micro-crimping for diamonds (which is our specialty), but in a new way, mixing materials and working with new volumes. The technique of micro-crimping results in what resembles a lacework of diamonds, and makes it possible to work on larger volumes, while creating the impression of lightness.

LE BOUDOIR - Haute Joaillerie • 5, rue Clément Marot - 75008 Paris • Tél 01 40.69.08.00
www.etername.fr



DESSANGE

39 Avenue Franklin D. Roosevelt

Quelles sont, en quelques dates, les grandes étapes et les succès de la griffe Dessange?

Jacques Dessange, fondateur de la marque ouvre son premier salon en 1954, Avenue Franklin Roosevelt à Paris. Très tôt dans sa carrière, il devient le coiffeur attitré de nombreuses célébrités. Dès 1962, il étend son rayonnement à l'International en perpétuant un savoir-faire unique à la française. Dans les années 90, il pressent l'importance de la beauté globale et intègre à son concept la création de ses propres produits de beauté. En 2004, la marque conforte son univers de luxe en créant un espace de plus de 1 000 m² à son adresse historique, où des services et des prestations haut de gamme s'ajoutent à l'architecture unique du lieu.



Benjamin Dessange
Président du Directoire
Dessange International

What are, in a few dates, the important moments and successes of the firm Dessange?

Jacques Dessange, founder of the trademark, opened his first salon in 1954 on Avenue Franklin Roosevelt in Paris. Very early in his career, he became the official hairdresser for numerous celebrities. From 1962 on, he expanded his network internationally, spreading his uniquely French savoir-faire. By the 1990's, he had clearly understood the importance of global beauty, and integrated into his concept his own beauty products. In 2004, the trademark consolidated its position in the world of luxury by creating a 1000 square-meter space at the historic address, where prestigious luxury services and amenities were added to the unique architecture of the site.

Quels sont les différents domaines d'expertise de la Maison?

Véritable enseigne de luxe, la Maison Dessange s'est imposée comme le leader de la coiffure haut de gamme et de l'esthétique sur la scène internationale, avec un réseau d'excellence de plus de 450 salons dans 40 pays. Pionnier du concept de beauté globale, Dessange offre aujourd'hui plus que des prestations coiffure. Dès septembre 2010, chaque femme pourra trouver trois concepts réunis au sein d'un même lieu: Salon Dessange, Spa du cheveu et Spa Dessange. La créativité Dessange trouve son expression depuis plus de quinze ans au travers des plus grands rendez-vous mondiaux du 7^e Art: Festival du Film de Cannes, Festival du Cinéma américain de Deauville...

Création et innovation ont toujours été au cœur de la marque Dessange...

Créateur de tendance, Dessange exprime dans ses collections des valeurs intemporelles tout en étant à l'écoute de la saisonnalité de la mode. Innovante, la marque est en développement perpétuel de gamme de produits et a lancé dernièrement une ligne capillaire de luxe signée Dessange Paris distribuée dans ses salons, formulée sans sulfate pour respecter le cuir chevelu et l'environnement. Ces valeurs fondatrices ont toujours été au cœur de son engagement, s'y ajoute aujourd'hui un nouvel enjeu social et sociétal.

What are the different areas of expertise of the Maison?

A true luxury label, the *Maison* Dessange has assumed a position as leader at the highest level of coiffure and aesthetics on the international scene, with a network of more than 450 beauty salons in 40 countries. Pioneer of the concept of global beauty, Dessange offers more than just hairdressing services. Beginning in September 2010, women can find three concepts brought together in the same place: a Dessange salon, a Hair Spa and a Dessange Spa. For more than fifteen years, Dessange's creativity has found its full expression in the most important events in the world of the 7th Art: The Cannes Film Festival and the American Film Festival in Deauville...

Creation and innovation have always been at the heart of the Dessange trademark...

Initiator of trends, Dessange expresses timeless values in its collections, while keeping in step with the seasonality of fashion. Innovative, the trademark is constantly developing its range of products, and recently launched a line of sulphate-free luxury hair products signed Dessange Paris, distributed in its salons, respecting both the scalp and the environment. The fundamental values that have always been at the heart of this name, are now widened to include a new social and environmental dimension.

PORTRAIT DE FEMME

dessange.com

DESSANGE

P A R I S



LE CHARME INDÉMODABLE DES CATHERINETTES

THE ENDURING CHARM OF THE CATHERINETTES

Une fête
qui remonte loin

C'est une tradition qui se perpétue : un petit exploit dans notre monde contemporain au rythme si frénétique, qui exige sans cesse du neuf... Autrefois attendue dans de nombreux quartiers de Paris, la fête des Catherinettes rendait hommage aux jeunes filles ayant atteint l'âge de 25 ans, non mariées et de comportement irréprochable. Sont-elles moins nombreuses dans notre société permissive? C'est plutôt que les fêtes traditionnelles – avec déguisement et occupation espiègle de l'espace public – ont perdu de leur lustre au profit d'amusements plus formatés... Quoi qu'il en soit, ces jeunes filles sous l'invocation de sainte Catherine d'Alexandrie – qui connut le destin atroce que l'on sait sous la roue du bourreau – ont encore un sanctuaire qui les accueille immanquablement chaque année : le Théâtre des Champs-Élysées, Avenue Montaigne.



A celebration from the past

It's a tradition that lives on: no small feat in our frenetic modern world where everything new is in demand. The celebration of *les Catherinettes*, traditionally held in the past in many Parisian neighborhoods, paid homage to young ladies still single at the age of 25, and with impeccable reputations. Are there less of them in our permissive society? Or is it simply that traditional celebrations in public places with costumed participants have lost their appeal in favor of more conventional events. In any case, these young ladies under the protection of Saint Catherine of Alexandrie – whose horrible destiny, as we know, was under the wheels of her torturer – are still welcomed without fail yearly in the Théâtre des Champs-Élysées on Avenue Montaigne.



En effet, les Maisons de couture ont gardé bien ancré dans leur agenda le rendez-vous du 25 novembre. Alors que l'approche de l'hiver pousse les Parisiens à s'emmitoufler, le théâtre d'Auguste Perret, largement illuminé, voit affluer les jeunes employées des grandes enseignes de l'Avenue. Elles sont toutes coiffées de la façon la plus artistique qui soit : c'est en effet la particularité de la fête que d'exiger un couvre-chef sophistiqué, au chromatisme jaune et vert. Le jaune symbolise la foi, le vert symbolise la connaissance. Ces contraintes s'incarnent dans une créativité remarquable, qui s'exprime dans les formes et dans les volumes : attention en passant les portes ou en glissant sous les luminaires ! L'édition 2009 n'a pas failli à sa réputation, qui a récompensé cette année, encore une fois, de nouveaux modèles jamais vus et que l'on ne reverra jamais. Le goût de l'unique, n'est-ce pas un peu la définition du luxe véritable ?



Immanquable 25 novembre

November 25, a date not to be missed

It is, in fact, thanks to the couture houses that this date, November 25th, remains firmly fixed in the city's agendas. While the approach of winter incites Parisians to bundle up, the young female employees of the Avenue flock to the brightly illuminated theatre designed by Auguste Perret, each participant coiffed with the most artistic creation. The primary prerequisite of this *fête* is for each participant to sport a sophisticated hat in tones of yellow and green. Yellow symbolizes faith and green represents knowledge. These constraints give birth to a remarkable array of creativity, often expressed in different shapes and volumes of surrealistic dimensions – watch out for that door, and the chandelier! The 2009 edition was no exception to the rule, which recompensed, as in years past, new models never before seen and which will never be reproduced. A taste for uniqueness, isn't this, in a way, the definition of true luxury?





CARON

34 Avenue Montaigne

La riche histoire de la Maison Caron est ponctuée de succès et d'innovations, parmi les dernières, *Parfum Sacré*...

Depuis sa naissance en 1903, Caron a toujours implanté ses boutiques dans les endroits les plus prestigieux de la capitale française. Les différentes créations réalisées par nos artistes ont en commun d'associer au nom de la Maison, un art de tradition, d'élégance et de luxe. Avec «Parfum Sacré», l'une de ses plus prestigieuses créations, Caron rend hommage à cette femme «originelle», unique dans le cœur de ceux qui l'aiment, et lui fait l'offrande d'un élixir d'épices rares où dominent le poivre et la coriandre, sur un cœur précieux de rose de mai, et de soupirs parfumés de tendre jasmin. Un philtre de séduction au pouvoir extrême, et à la sensualité enivrante, sur fond de myrrhe et de santal, qui s'infiltre dans la chair et provoque un trouble profond...

Sortilège envoûtant, ceint d'un ravissant bijou de pierres Swarovski aux mille facettes, *Parfum Sacré* se révèle dans une luxueuse fiole aux lignes courbes, habillée d'une laque parme aux rayonnements irisés.

Parlez-nous du flacon *La Belle Hélène*, véritable prouesse technique d'une contenance de 4 ml...

C'est une œuvre d'art née de la rencontre d'un duo créatif initié entre le parfumeur et l'homme de l'art, aux évocations de l'un répondent l'écoute et l'inspiration de l'autre. Jean-Pierre Baquere, maître verrier, travaille la matière en fusion, sous la flamme et dans un souffle il pratique son art, avec humilité pour tendre vers un idéal de beauté, et permet au parfumeur d'interpréter sa composition olfactive. Véritable prouesse de savoir-faire traditionnel, le flacon au toucher rond et sensuel revêt un habit d'or 24 carats et devient un objet de collection unique, édition limitée à 300 exemplaires.

Un «cristallin» sur mesure façonné dans la pure tradition de l'artisanat du luxe et dans le respect de l'environnement. Empli de quelques gouttes du précieux nectar de *Nocturnes*, la belle se pare d'un écrin rouge théâtre qui la magnifie et dans une mise en scène tout en féminité devient «Belle de Nuit».

The rich history of the *Maison* Caron has been punctuated by success and innovations, including, most recently, the *Parfum Sacré*...

Since its birth in 1903, Caron has always opened its boutiques in the most prestigious areas of the French capital. The creations of our artists have one thing in common; associating the name of the *Maison* with the art of tradition, elegance and luxury. With «Parfum Sacré», one of its most prestigious creations, Caron pays tribute to this «original» woman, unique in the heart of those who love her, and offers her an elixir of rare spices, dominated by pepper and coriander, over a precious heart of May roses, and the scented sighs of tender jasmin.

It is a seductive philtre with extreme powers, and a dizzying sensuality, over a base of myrrh and santal that infiltrates the skin, producing a deep, troubling sensation.

A heady spell enclosed in a beautiful jewel of Swarovski stones of a thousand facets, *Parfum Sacré* is presented in a luxurious vial with curved lines dressed in lacquered parme hues with iridescent tints.

Tell us about the *La Belle Hélène* bottle, a true technical marvel containing 4 ml...

It is a work of art born out of the creative collaboration initiated between two men: the perfumer and the man of art, evoking an exchange of inspirations. Jean-Pierre Baquere, a master glass-maker, works the magic of his art through a fusion of flame and breath with humility, aspiring to an ideal beauty and allowing the perfumer to interpret his olfactory composition. A true *tour de force* of traditional savoir-faire, the round and sensual bottle wrapped in a veil of 24 carat gold becomes a unique collector's item, a limited edition of 300 pieces.

A custom-made «cristallin» object made in the pure tradition of luxury craftsmanship and with a respect for the environment. Filled with a few drops of the precious nectar *Nocturnes*, this beauty is presented in a theatrical red box, like a feminine stage set for a «Belle de Nuit.»





ZILLI

48 Rue François 1^{er}

Quelles sont les matières et lignes de la collection Printemps-Été 2010 ?

La collection mise sur des coupes ajustées courtes, des carrures élancées et des matières ultra-souples, toujours dans un esprit Sportswear et des coloris nuancés. Les camaïeux de gris à brillance argent se juxtaposent ainsi aux couleurs métallisées, le veau velours se décline dans des coloris tourmaline, bleu, beige ou chocolat, jouant de leur extrême brillance et la maille aux couleurs vitaminées est comme une seconde peau.

Côté matières, le Zilli snake ou le veau velours aux reflets infinis, associe la soie au cachemire pour illuminer la maille mélangée au cuir et adopte l'agneau glacé, pour sa brillance laquée. L'accent est porté sur la découpe en biais du lin brodé, du Zilli snake ou du crocodile, les surpiqûres en gros fils ou les perforations soulevées sur une opposition de couleurs. Ce « trompe-l'œil » se matérialise jusqu'aux nouveaux boutons pressions guillochés en or ou palladium, posés comme un bijou sur le vêtement.

Parlez-nous des nouveautés en accessoires.

Dans un esprit de matières souples et de légèreté, la collection de maroquinerie et de bagagerie de ce Printemps-Été 2010 fait place à l'innovation. En effet, elle recourt, en exclusivité, aux peaux de kangourous, parmi les plus solides et les plus légères. Exceptionnellement souple, cette ligne de bagages et de petite maroquinerie appelée « Boomerang » fait écho aux collections de vêtements Zilli, dont la quintessence est la légèreté et le confort. Matière de prédilection de la maroquinerie, le crocodile est réinventé dans un esprit vintage, jouant les couleurs douces, légèrement surannées qui en accentuent le charme de l'intemporalité.

Quelles étapes marquent l'année 2010 ?

Nous fêtons cette année les 40 ans de la Maison Zilli ! Nous avons choisi de placer cet anniversaire sous le signe du mécénat culturel. En début d'année, nous avons soutenu la magnifique exposition de Beatrice Caracciolo, *Tumulti*, à la Villa Médicis de Rome. En septembre, nous devrions soutenir une représentation de la Compagnie Preljocaj au Théâtre du Bolchoï de Moscou. Et en fin d'année, nous organiserons une rétrospective des 40 ans de la griffe au Musée des Tissus et des Arts décoratifs de Lyon, berceau de la Maison Zilli.

What are the materials and lines of the Spring-Summer 2010 collection?

The collection emphasizes slim fits and short cuts, slender shapes and ultra-supple materials, all in keeping with the Sportswear spirit and with nuanced colors. From multiple shades of grey to silver and metallics, tourmaline, blue, beige or chocolate velvet exuding brightness, and a new close-fitting (like a second skin) knitwear selection boasting shades of bright tones.

The range of materials used includes Zilli snakeskin, crocodile and calf-suede, with its beautiful sheen. Combinations of silk with cashmere to brighten up knitwear, have been mixed with leather, or glazed lambskin for its lacquered brilliance. The accent is on the cut, such as bias-cut embroidered linen, Zilli snakeskin or crocodile, large overstitching or raised holes in contrasting colors. This "trompe-l'œil" effect is carried out with new palladium or gold "popper" buttons, placed like jewels on the garments.

Tell us about your new accessories.

In keeping with the spirit of supple and light materials, the collection of leather goods and luggage for Spring-Summer 2010 gives way to innovation. It is made exclusively of kangaroo skin, which is both solid and light. Exceptionally supple, this line of luggage and small leather goods called "Boomerang", echoes Zilli's collection of clothing, the quintessence of lightness and comfort. Another favorite material for leather goods, crocodile is re-invented with a vintage spirit, a play on soft and slightly old-fashioned colors accentuating a timeless charm.

What events will mark the year 2010?

This year, the *Maison* Zilli celebrates its 40th anniversary. And we have decided to make this a year of cultural patronage. Early in the year, we sponsored Beatrice Caracciolo's magnificent exhibition, *Tumulti*, at the Villa Médicis in Rome. In September, we will sponsor a performance by the *Compagnie Preljocaj* at Moscow's Bolchoï Theater. And at the end of the year, we will organize a retrospective of the 40 years of the trademark at the Musée des Tissus et des Arts Décoratifs in Lyon, the birthplace of the *Maison* Zilli.

* Le plus beau vêtement pour homme au monde

PARIS - CANNES - GENEVA - LONDON
DUBAI - MOSCOW - NEW YORK

WWW.ZILLI.FR



THE FINEST GARMENT FOR MEN IN THE WORLD *



PARIS. — Rue François I^{er}.

NOSTALGIE DES TEMPS ANCIENS

NOSTALIGIA FOR TIMES PAST

Un trafic de rêve



Traffic Out of a Dream

Traffic jams at the beginning of the 20th century? At that time, one could not even have conceived of this future problem. At the intersection of rue François I and Avenue George V, a picture reflects only a tranquil atmosphere, nearly a rural scene with a horse at rest and pedestrians crossing the street at a leisurely pace. The isolated vehicle enjoys an enviable amount of space in which to maneuver: traffic signs and lights were still non-existent. But the appearance of the intersection has changed only moderately. In this picture postcard, one recognizes the Haussmann-style buildings with their long balconies stretching along the façade of the second and fifth floors. The photo was taken in front of what is today the Hermès Sellier boutique. The private mansion on the right has undergone a few transformations. Its main floor in glass is now the home of Bulgari.

Les embarras de la circulation au début du XX^e siècle? On n'y songe même pas. Au croisement de la rue François I^{er} et de l'Avenue George V, cette image

ne nous renvoie qu'une atmosphère placide, presque campagnarde avec un cheval au repos et des piétons qui traversent la chaussée à petits pas. Le véhicule isolé dispose d'une enviable marge de manœuvre: la signalisation routière est encore inexistante... La physionomie des lieux n'a que modérément changé: sur cette carte postale, on reconnaît déjà le profil des immeubles haussmanniens avec leurs perspectives de balcons filants, au deuxième et au cinquième étages. Le photographe s'est placé devant l'actuelle boutique Hermès Sellier. L'hôtel particulier sur la droite a, lui, connu quelques transformations. Son grand étage de verre accueille aujourd'hui Bulgari.



Une certaine douceur de vivre

The Sweet Life

Crinoline dresses and refined hats in the shadow of the gas lamps: A certain *art de vivre* radiates from this lovely colored photo. It depicts a scene during the reign of Napoléon III, at the beginning of the Third Republic, an era when certain Parisian neighborhoods still felt like villages. A very unusual village perhaps, since the architecture here is decidedly monumental. Two elegant ladies stroll through the intersection of Rue François-I and Rue Pierre-Charron. Farther on, to the right, is the start of a little street, rue de Cériseles (less than 100 meters long), then, still farther on, the rue Marbeuf. These streets are paved with cobblestones: tarmac appeared in the 1850's but would not be commonly used until later. Sidewalks, another recent innovation, are already in place here. Like the buildings, the sidewalks obey the rules of Haussman proportions, occupying 2/5ths of the space separating the two sides of the street, with the remaining 3/5ths reserved for the road. In the foreground on the left sidewalk is the Hotel Powers, and across the street, the Hotel Château Frontenac.



Robes à crinoline et chapeaux raffinés à l'ombre des becs de gaz : un certain *art de vivre* émane de cette image joliment colorisée. C'était, sous Napoléon III et au début de la Troisième République, l'époque où certains quartiers de Paris avaient encore un petit air de village. Un village tout particulier puisque l'architecture est, elle, explicitement monumentale. Les deux élégantes cheminent au croisement des rues François I^{er} et Pierre-Charron. On distingue, un peu plus bas sur la droite, le départ de la petite rue de Ceriseles (qui fait moins de cent mètres de long) puis, plus bas encore, la rue Marbeuf. Les rues sont pavées : le macadam, qui a fait son apparition dès les années 1850, ne sera systématisé que plus tard. Les trottoirs, innovation également récente, sont bien là, obéissant, comme les façades des immeubles, à des règles de proportion haussmanniennes : ils occupent 2/5^e de l'espace séparant les deux côtés de la rue, les 3/5^e restants étant dévolus à la chaussée. Au premier plan, sur le trottoir de gauche se trouve aujourd'hui l'hôtel Powers et, en face, l'hôtel Château Frontenac.

Au nom du roi François



Si la rue a adopté le nom d'un des rois de France les plus populaires, il y a certes une raison. Le souverain n'a jamais habité ici : il préférait sa Loire chérie, le palais du Louvre ou, plus encore, celui de Fontainebleau. Mais c'est justement sa notoriété dans le cœur des Français qui a stimulé les promoteurs des premières décennies du XIX^e siècle. En pleine Restauration, une figure royale pouvait être un bel argument marketing. C'est donc depuis Moret-sur-Loing, qui deviendrait plus tard un village fétiche des peintres impressionnistes, que l'on déplaça une maison élégamment décorée et justement intitulée Maison François I^{er}. La rue et la place qui étaient en pleine gestation prirent évidemment le nom du monarque.

Inutile de la chercher aujourd'hui : au milieu du XX^e siècle, la Maison de François I^{er} a refait le trajet inverse et se trouve de nouveau chez elle, à Moret-sur-Loing.

In the Name of King François

If this street is named for one of the most loved kings of France, it is for a good reason. The king never lived here: he preferred his dear Loire Valley, the palaces of the Louvre, or even more, the chateau in Fontainebleau. But the special place in the hearts of the French that François I

held inspired developers during the first decades of the 19th century. With the French *Restauration* in full swing, what could be a better selling argument than a royal reference. So it was thus from Moret-sur-Loing, a village that would later become a favorite among impressionist painters, that an elegantly decorated little house, dubbed the *Maison François I*, would be moved to Paris. The street and the square which were under construction would, of course, be named for the monarch. Don't try to find this house today: In the middle of the 20th century the *Maison François I* was once again moved, retracing its path. Today it can be found in its original home in Moret-sur-Loing.



Si Paris ne peut aller à Venise, Venise vient à Paris: c'est ce que laisse à penser cette image saisissante de l'inondation de 1910. L'eau, qui avait commencé à monter après les pluies diluviennes du début de l'année, dépassera les quais le 23 janvier et atteindra son maximum le 28 janvier. Elle envahira les Champs-Élysées jusqu'à la gare Saint-Lazare, se répandra rue du Bac, rue de l'Université, boulevard Saint-Germain. Les berges de la Seine sont évidemment submergées et les rues proches connaissent un sort similaire. Ce qui explique que l'Avenue Montaigne ait pris cette apparence de canal du Midi. Il fallait cependant continuer à vivre : on tente de se rendre au

travail en barque et les livraisons se poursuivent avec des charrettes que la hauteur de leur garde rend amphibies. Quant aux spectacles annoncés sur les colonnes Morris, une bonne partie d'entre eux avait été annulée...



1910, année mouillée

1910, A Very Wet Year

If Paris couldn't go to Venice, Venice would come to Paris. At least, this is the impression given by this striking photo of the flood of 1910. The water began rising after torrential rains at the beginning of the year, and flooded

the quays on January 23 before reaching its highest level on January 28th. The Champs Elysées was flooded and the water even reached the Saint-Lazare train station, and spread to rue du Bac, rue de l'Université and Boulevard Saint-Germain. The quayside roads were, of course, submerged, as were all of the neighboring streets. And the Avenue Montaigne took on the appearance of the Canal du Midi. Life went on nonetheless. The population went to work in boats and deliveries continued in high-sided carts that became amphibious. But the majority of the plays and spectacles announced on the city's Morris columns were cancelled.



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.*

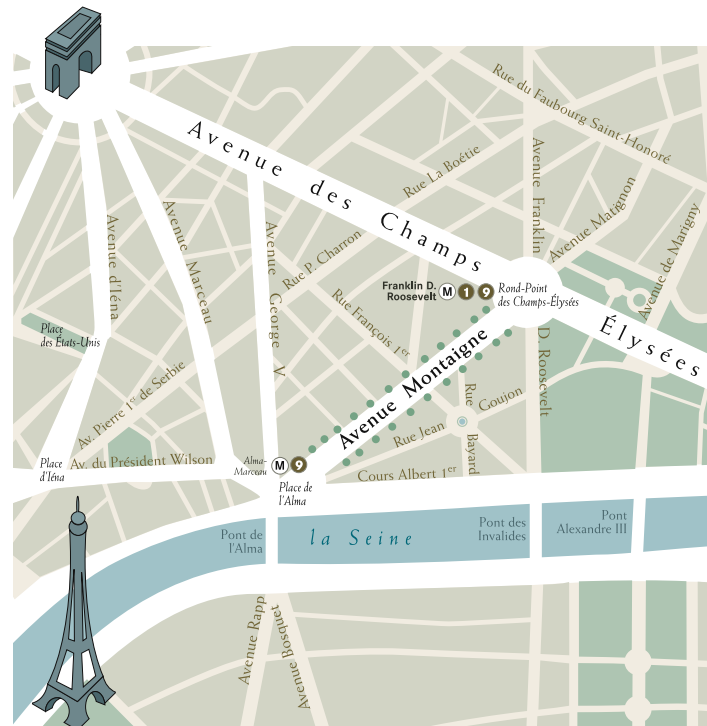
www.aeroportsdeparis.fr

OFFICE DE TOURISME DE PARIS

PARIS TOURIST OFFICE

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





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

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

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

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

©Avenue Montaigne, avril 2010, imprimé en France - April 2010, 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.

Depuis le temps où l'on feuilletait avec bonheur
 les pages des Guides annuels
 de l'Avenue Montaigne
 rapidement devenus des collectors,
 on brûlait d'impatience de pouvoir naviguer
 à notre guise sur son prolongement naturel,
 le Web.

www.avenuemontaigneguide.com



*After the pleasure of leafing through the pages
 of the annual Avenue Montaigne Guides,
 which have rapidly become collectors' items,
 we've waited impatiently to navigate
 at will through its natural extension,
 the Web.*

AV



AM