

AVENUE MONTAIGNE
PARIS

7

SEPTEMBRE
2010

Abc



PRADA

01 56 21 3070 prada.com

AVENUE MONTAIGNE
PARIS

7 SEPTEMBRE
2010

Abx



Mot du Président

La richesse de la vie passée et de l'actualité de l'Avenue Montaigne et de la Rue François 1^{er} nous permet de revenir vers vous avec de nouvelles histoires à vous conter.

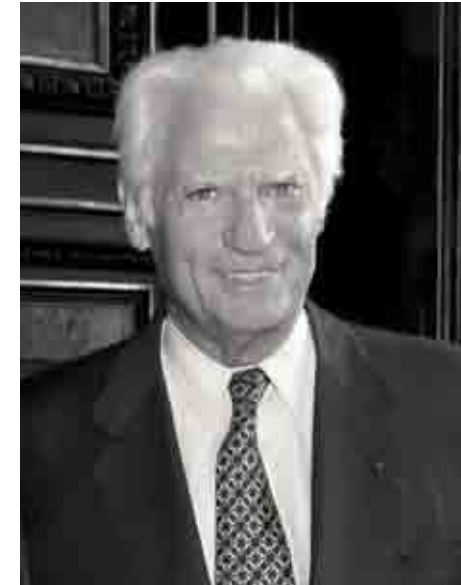
Dans ce numéro 7, notre grand témoin Mireille Darc, comédienne renommée, femme généreuse engagée dans l'humanitaire, nous a fait le plaisir de nous accorder un entretien. Elle nous livre son jardin secret, il a pour nom Avenue Montaigne... Un lieu qu'elle connaît très bien : ce fut sa première adresse à Paris lorsqu'elle débuta dans le cinéma et elle y vit de nouveau aujourd'hui.

En sus des interviews page après page de certaines Maisons qui vous invitent à découvrir des aspects parfois intimes de leur vie, vous trouverez dans ce numéro 7 le récit de la grande aventure d'un de nos beaux noms, Louis Vuitton, depuis 1854, année où Monsieur Louis Vuitton fonda sa Maison jusqu'à l'immense succès international d'aujourd'hui.

Madeleine Vionnet, cette si brillante précurseur de la Haute Couture qui tenait sa Maison au 50 de l'Avenue Montaigne, fit don au Musée de la Mode en 1948 de la plus grande partie de ses collections. Nous vous présentons ici l'histoire de la restauration de toutes ces merveilles, qui a précédé leur exposition au Musée des Arts décoratifs en 2009.

Le Plaza Athénée a toujours été choisi par des grands noms du cinéma lors de leurs séjours à Paris, ce qui a créé un lien entre ce palace et le septième art. Vous retrouverez certains de ces grands noms, parmi lesquels on peut peut-être attribuer une mention spéciale à Marlene Dietrich qui y séjourna longuement avant de s'installer définitivement au 12 de l'Avenue Montaigne.

Chère lectrice, cher lecteur, je vous souhaite une bonne détente à la lecture de ce numéro 7 de notre guide et formule le vœu de vous voir prochainement Avenue Montaigne ou Rue François 1^{er}.



The wealth of events and news from the Avenue Montaigne and Rue François 1^{er}, provide the opportunity for us to come back to you with ever more stories to relate.

In this, our seventh edition, the French actress, Mireille Darc, committed to humanitarian causes, was kind enough to grant us a special interview. In this interview, Mireille Darc opened her secret garden to us. Its name is Avenue Montaigne, a place she knows well. It was her first address when she began her film career and today, she once again lives on our street.

In addition to the interviews, page after page, of certain *Maisons* inviting you to discover different aspects of their trademarks, in this, our seventh edition, you will also find the saga of one of our prestigious names, Louis Vuitton. It is a great adventure that began in 1854, the year Monsieur Louis Vuitton founded his firm, and continues today with its exceptional international success.

Madeleine Vionnet, a brilliant pioneer of French Haute Couture, whose *Maison* was located at 50 Avenue Montaigne, donated the major part of her collections to the *Musée de la Mode* in 1948. Here we tell the story of the elaborate restoration of these magnificent garments before the museum's exhibition in 2009.

The Plaza Athénée has always been the choice of the great names in film during their stays in Paris, which has created a tie between the palace and the silver screen. You will find some of these great names here, with a special word for Marlene Dietrich who stayed in the hotel frequently before she took up permanent residence at 12 Avenue Montaigne.

Dear readers, I wish you a pleasant moment of reading with this edition number seven of our guide and hope to see you very soon at Avenue Montaigne and on Rue François 1^{er}.

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



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 icône motif, Four cities.

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

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

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

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 75 75 75 / WWW.LADYDIOR.COM

Dior



CHANEL

42 Avenue Montaigne

Quels sont l'imaginaire et les matières de la silhouette Chanel pour l'Automne-Hiver 2010?

Pour se protéger des températures extrêmes de l'hiver, la silhouette s'enveloppe de volumes généreux, ronds et confortables, choisis dans une palette de noir, blanc, sel, gris et camel, saupoudrés de rouge et de bleu glacier. Les tricotés se superposent aux vestes et les manteaux s'allongent jusqu'à terre. Modernisés et subtilement mêlés, les patchworks de mailles à motifs ethniques et les «fourrures de fantaisie», comme Karl Lagerfeld s'amuse à les appeler, viennent réchauffer tweeds, tulles et lainages.

Effets craquelés, reliefs déchirés, contours qui ne s'arrêtent jamais net et franges de laine donnent l'impression d'étoffes fendillées sous l'effet du froid. Elles ornent des tailleurs revisités, des blousons et des robes droites tweedées. *«Je suis du Nord, j'adore la neige et après la campagne et la ferme, étant donné l'hiver que nous avons passé, un petit tour dans le grand Nord n'était pas une mauvaise idée»*, suggère Karl Lagerfeld.

Parlez-nous de l'univers des accessoires et du soir.

Les bottes s'habillent de fourrure à talons stalactites ou de cuir, elles sont protégées de sur-chaussures en plastique transparent, seconde peau contre les intempéries.

Le soir, les floqués de satin enduit, la mousseline plissée, la dentelle piquée de pompons boules de neige, ainsi que les tulles brodés de camélias givrés et de cristaux déclinent le dressing d'une reine des glaces. Elle se pare de mohair et d'angora lurex, de sautoirs de perles à effet glaçons et billes de neige cristallisées. Comme arrachés aux glaciers, ses colliers et bagues XL ont des reflets d'aurore boréale.

What are the materials and the image of the Chanel silhouette for Fall-Winter 2010?

To protect against winter's extreme temperatures, the Chanel woman's silhouette is wrapped in generous, round and comfortable volumes, chosen from a palette of black, white, salt, grey and caramel, sprinkled with red and glacier blue. Knits are superimposed on vests, and coats touch the floor. Modernized and subtly combined, knit patchworks with ethnic motifs and "fantasy furs", as Karl Lagerfeld refers to them, are here to warm up tweeds, tulles and wool.

Crackled looks, torn reliefs, contours that are never clean cut and wool fringes give the impression of fabrics cracked by the cold. They decorate "re-invented" suits, and straight tweed dresses and blousons. *"I am from the North, I love the snow, the country and the farm. Considering the winter we have just experienced, a little visit to the great north wasn't a bad idea,"* declared Karl Lagerfeld..

Tell us about accessories and evening.

Boots are dressed with fur, stalactite or leather heels, protected by transparent, plastic over-shoes, a second skin for intemperate weather. For evening, there are flocked satins, pleated chiffon, lace strung with snowball pompons, as well as tulles trimmed with frosted camellias and crystals worthy of the wardrobe of an ice queen. There is also mohair and luxurious angora, long sautoir-style pearl necklaces with icy effects and balls of crystallized snow. As if chipped away from the glaciers, the necklaces, handbags and XL rings reflect glints of the Northern Lights.



CHANEL



NINA RICCI

39 Avenue Montaigne

Quelle est l'allure de la Femme Nina Ricci cet Automne-Hiver 2010?

Pour cette saison, Peter Copping a imaginé des silhouettes jouant sur les extrêmes: la démesure romantique est suggérée, mais toujours tempérée par un certain pragmatisme dépouillé et porteur de poésie. Somptueuses ou sévèrement construites, les créations de Copping sont toujours évocatrices d'une force intérieure. La nouvelle collection de Nina Ricci est outrageusement féminine, sans pour autant céder aux excès. La taille est appuyée, les jupes crayons restent épurées tandis que les grands manteaux prennent des proportions et un volume dignes de la scène d'un théâtre. Toute la collection est dominée par un sens de l'équilibre, inspiré des codes Nina Ricci; rubans, nœuds papillon, détails de lingerie et de corsetterie y ont la part belle. Il en résulte des vêtements sensuels, destinés à être portés au quotidien, emblématiques de notre époque.

Les accessoires semblent portés vers un nouvel élan...

Les accessoires font partie intégrante de la Maison Nina Ricci mais également de l'univers que Peter Copping réinvente depuis qu'il l'a rejointe. Les sacs de la ligne «Ondine» ont marqué la renaissance de la maroquinerie l'an dernier. Très identifiable grâce à sa couronne de cuir agrémentée d'un nœud, elle allie tradition et modernité. Enrichie depuis par l'arrivée des lignes «Adèle», «Ambre» et, bientôt, «Cabochons», elle complète les lignes de sacs du soir, agréments indispensables des silhouettes du prêt-à-porter. Enfin, les souliers connaissent un nouveau souffle par l'apport de l'ensemble des inspirations du prêt-à-porter: la dentelle, la fausse fourrure, les nœuds et se déclinent de l'escarpin à la ballerine.

Quelle atmosphère règne dans la boutique située Avenue Montaigne?

Mélange subtil d'un charme très féminin et du style de l'Italienne Nina Ricci, l'allure de la boutique représente une combinaison harmonieuse à la fois moderne, élégante et intemporelle des éléments empreints de l'histoire de la Maison. L'esthétique de notre célèbre enseigne Avenue Montaigne, incarnation d'un certain chic parisien, fait désormais écho à celle du créateur Peter Copping. L'espace se définit comme un lieu de vie: une succession de pièces qui, à mesure où l'on pénètre dans la boutique, deviennent plus confidentielles et chaleureuses créant une atmosphère intimiste.

What is the look of the Nina Ricci woman for Fall-Winter 2010?

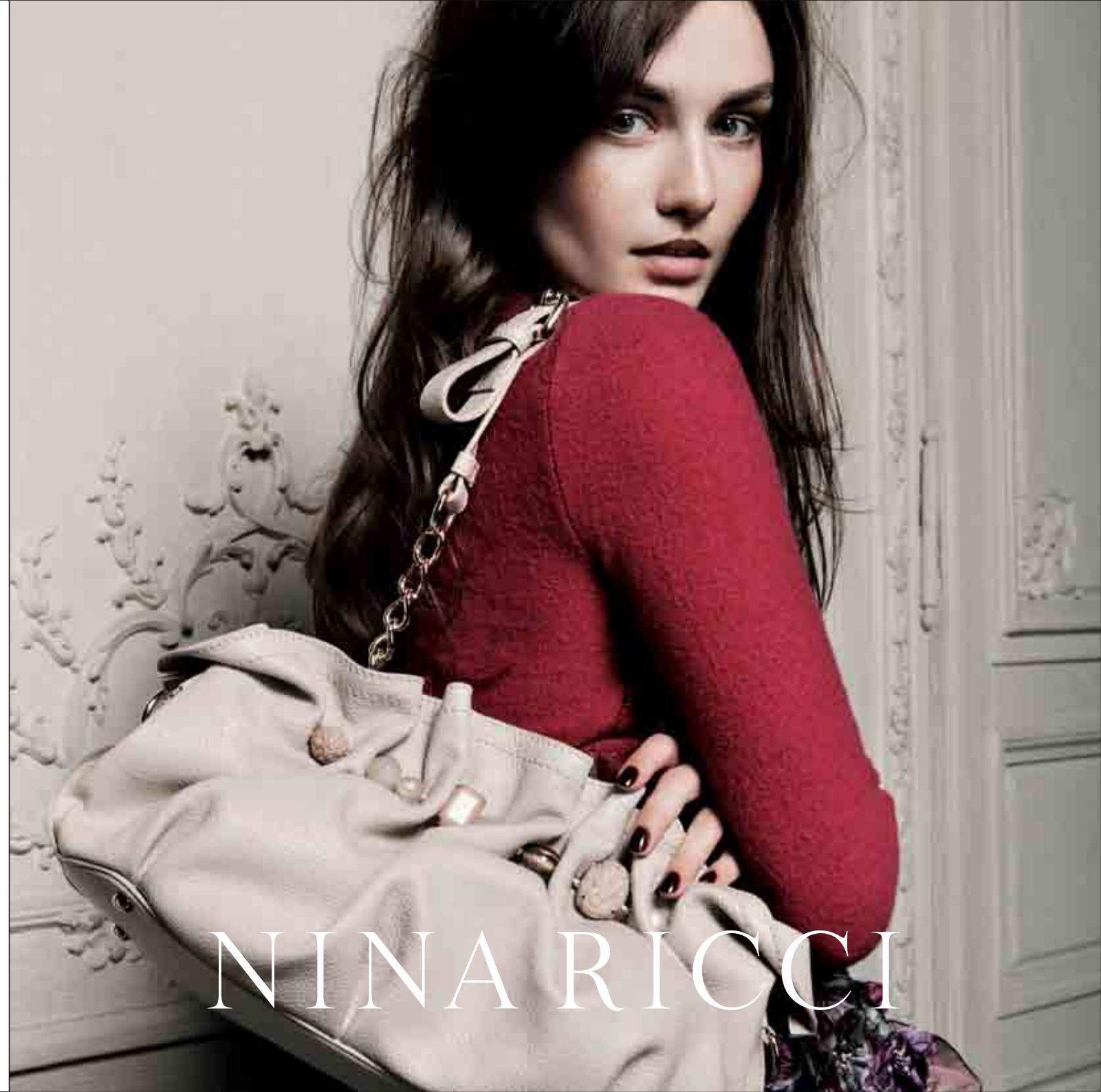
For this season, Peter Copping has created silhouettes that flirt with extremes: excessive romanticism is suggested, but still tempered by a pared-down pragmatism not without a certain poetry. Sumptuous and strictly constructed, the creations of Copping evoke an internal strength. The new Nina Ricci collection is outrageously feminine, without giving way to excesses. Waistlines are emphasised, pencil skirts remain sleek, while large coats take on proportions and volume worthy of a stage set. The collection is dominated by a sense of balance inspired by the Nina Ricci codes: ribbons, bows, lingerie details take their place. The results are sensual garments, made to be worn daily, emblematic of our epoch.

Accessories seem to be moving in a new direction

Accessories are an integral part of the Maison Nina Ricci, but also of the universe that Peter Copping has reinvented since he joined the firm. Handbags of the "Ondine" line marked a renaissance for leather goods last year. Very identifiable, thanks to its leather crown graced with a bow, the line marries tradition and contemporary style. The offering was enriched recently by the arrival of the "Adèle", "Ambre" and soon, "Cabochons" collections, completing the line of evening bags, indispensable accessories to set off prêt-à-porter. Finally, shoes have a new look in line with the inspirations of prêt-à-porter: lace, fake fur and bows ornament models from pumps to ballerina flats.

What is the atmosphere that reigns in the Avenue Montaigne boutique?

A subtle mix of very feminine charm and Nina Ricci's Italian style, the atmosphere of the boutique represents a harmonious mood that is modern, elegant, and timeless, elements that have marked the history of the trademark. This atmosphere of our famous boutique on Avenue Montaigne, representing a certain Parisian chic, now echoes the style of the designer Peter Copping. The boutique is set up like a living area: a succession of rooms that, as one goes further into the boutique, become warmer and more confidential, creating a very intimate atmosphere.



NINA RICCI

A black and white portrait of actress Mireille Darc. She is smiling, resting her chin on her right hand, and wearing a dark blazer over a light-colored shirt. The background is a soft, light-colored gradient.

LE GRAND TÉMOIN

MIREILLE DARC

COMÉDIENNE

REMINISCENCES:
MIREILLE DARC,
ACTRESS

What was your first contact with the Avenue Montaigne?

I came to Paris in the 1960's from Toulon. I was looking for a place to live, and happened to meet a man I knew from Toulon. He said "*Listen, I have a friend, a countess, Madame de Montaigu, who might have a room for you to rent.*" And Madame de Montaigu did, in fact, have a very lovely room that she rented to me at number 53 Avenue Montaigne, on the 3rd floor of the building in the back courtyard. I didn't have a lot to eat since I was a young actress and my family didn't have the means to support me. But I lived on Avenue Montaigne and I was very happy. Since then, I have always had a very joyful attachment to the Avenue Montaigne!

What was life like then in the sixties?

There were many little shops. There were little groceries and even a fish monger on a neighboring street. There was a bakery just after Chanel right on the avenue and, next door, a pharmacy. There were butcher shops a little further on. For bookstores, we had to cross the Champs-Élysées. On Avenue Montaigne, all of these sites were progressively taken over by fashion boutiques. But that doesn't bother me, it encourages me to go elsewhere to find the best bread at my favorite *boulangerie*, the best vegetables, etc....I've reconciled myself to the idea that it's very good to have no food shops on the Avenue Montaigne!

Comment s'est passé votre premier contact avec l'Avenue Montaigne?

Je suis arrivée dans les années soixante à Paris, venant de Toulon. J'ai rencontré un monsieur que j'avais connu à Toulon. Je cherchais un endroit pour me loger et il m'a dit : «*Écoute, j'ai une amie, une comtesse, Madame de Montaigu, qui peut peut-être te louer une chambre.*» Et Madame de Montaigu m'a effectivement loué une très jolie chambre, au numéro 53 de l'Avenue Montaigne, au fond de la cour, au 3^e étage. Je n'avais pas grand-chose à manger car j'étais jeune comédienne et ma famille n'avait pas les moyens de subvenir à mes besoins. Mais j'habitais Avenue Montaigne et j'étais très heureuse. Depuis, j'ai toujours eu des relations très gaies avec l'Avenue Montaigne!

Comment était la vie à l'époque, dans les années soixante?

Il y avait plus de commerces de proximité. Il y avait des épiceries, et même une poissonnerie dans la rue derrière. Un boulanger, juste après Chanel sur l'Avenue même et, à côté, une pharmacie. Il y avait des boucheries un peu plus haut. Pour les librairies, il fallait traverser les Champs-Élysées. Sur l'Avenue Montaigne, tous ces emplacements ont été occupés par des boutiques de mode. Mais ça ne me gêne pas, ça me permet d'aller ailleurs pour choisir le meilleur pain, dans la boulangerie que je préfère, les meilleurs légumes, etc. J'ai pris le parti que c'était très bien qu'il n'y ait plus de commerces de bouche sur l'Avenue Montaigne!

LE GRAND TÉMOIN MIREILLE DARC COMÉDIENNE

Where did you go out in the evening when you were in the neighborhood?

I was a regular at the *Bar des Théâtres*, where there were a lot of actors, and not just those who played at the *Théâtre des Champs-Élysées*. Many artistes and actors came here after their performances elsewhere. The waiters were always the same, they knew us and knew what we liked. I was often at the Plaza Athénée. When I lived with Alain Delon, we had many American friends and we met them in the restaurants here.

Have you always lived on Avenue Montaigne?

No, not at all. Later, I moved to Boulogne, on Quai Kennedy on the banks of the Seine. I also lived on Rue François 1^{er} with Alain Delon. And finally, I came back to the Avenue Montaigne about twelve years ago. It was thanks to Anne-Marie Périer, who decided to leave her apartment here to live with Michel Sardou. When she left she said “*Why don't you take it over...*”

You have always had a privileged relationship with fashion designers.

One of my great friends was Guy Laroche, who was near the theatre, where I spent a great deal of my time with him. I've always been interested in fashion. Courrèges was the first designer I used, then Yves Saint Laurent, who was not in the neighborhood. Then Guy Laroche, who created the dress that everyone talked so much about: the dress with the plunging back-line in the film *Grand Blond avec une chaussure noire*. I donated it to the Louvre museum a few years ago.

Have you been in films shot on the Avenue Montaigne?

No, sadly I never have! But I did work in one shot very nearby at the Rond-Point des Champs-Élysées, the film *Les Distractions*, with Jean-Paul Belmondo. It was a very small part: I was one of three models, whose role consisted of opening our coats and showing our bustiers and garters. I have never played at the *Théâtre des Champs-Élysées* either, but I have played nearby at the Marigny theatre in *Sur la route de Madison* with Alain Delon three years ago.

Où sortiez-vous dans le quartier?

J'ai beaucoup fréquenté le Bar des Théâtres. Il y avait de nombreux acteurs, et pas seulement ceux qui jouaient au théâtre des Champs-Élysées. Beaucoup d'artistes venaient d'ailleurs, après leur représentation. Les garçons étaient toujours les mêmes, nous connaissaient, savaient ce qu'on aimait. J'allais souvent aussi au Plaza Athénée. Quand nous vivions ensemble avec Alain Delon, nous avions beaucoup d'amis américains et nous les rencontrions au restaurant.

Vous avez toujours habité Avenue Montaigne?

Non, pas du tout. Après, je suis partie, je suis allée vivre à Boulogne, sur les quais de la Seine, quai Kennedy. J'ai aussi vécu dans le bas de la Rue François 1^{er} avec Alain Delon. Et puis je suis revenue Avenue Montaigne il y a une dizaine d'années. C'est Anne-Marie Périer qui habitait ici et qui a quitté cet appartement pour aller vivre avec Michel Sardou. En partant, elle m'a dit: «*Si tu veux le récupérer...*»

Vous avez eu un rapport particulier avec les couturiers.

J'avais mon grand ami Guy Laroche, à côté du théâtre, j'ai passé une grande partie de ma vie chez lui. La mode m'a toujours beaucoup intéressée. C'est Courrèges qui m'a habillée le premier, puis il y a eu Yves Saint Laurent, qui n'était pas du quartier. Puis Guy Laroche, qui a fait pour moi cette robe dont on a beaucoup parlé: la robe du *Grand Blond avec une chaussure noire*, qui est très décolletée dans le dos. Je l'ai donnée au musée du Louvre il y a quelques années.

Avez-vous tourné Avenue Montaigne?

Jamais. C'est triste mais jamais! Mais j'ai tourné à côté: au rond-point des Champs-Élysées, un film avec Belmondo, *Les Distractions*. C'était un tout petit rôle, nous étions trois mannequins, on ouvrait notre manteau et on était en guêpière! Je n'ai pas non plus joué au théâtre des Champs-Élysées. J'ai joué à Marigny, qui n'est pas très loin, *Sur la route de Madison* avec Alain Delon, il y a trois ans.

Mireille Darc, avec le photographe Richard Melloul, a réuni quinze femmes d'exception qui se sont photographiées elles-mêmes. Elle a organisé le 1^{er} juillet 2010 une vente aux enchères chez Christie's pour soutenir le projet «1 000 cœurs pour l'Afrique» au profit de l'association La Chaîne de l'Espoir, dont elle est la marraine.



Mireille Darc, with photographer Richard Melloul, united fifteen exceptional women who photographed themselves. On July 1, 2010, she organized an auction at Christie's to benefit the project “1000 Hearts for Africa” of the association La Chaîne de l'Espoir, for which she is the godmother.

Decades have gone by and you still love the Avenue Montaigne...

I find this avenue phenomenal. I don't feel like I'm in Paris, I'm in New York, or elsewhere, on vacation. Most of the people you run into here are speaking foreign languages and then there are all the shop windows, the limousines and chauffeurs. I particularly love springtime when the chestnut trees are in bloom. Here, the chestnut trees have red flowers, like the lights at Christmas!

Les décennies ont passé et vous aimez toujours l'Avenue Montaigne...

Je trouve cette Avenue insensée. Je ne suis pas à Paris ici, je suis à New York, je suis ailleurs, je suis en voyage, la plupart des gens que je croise parlent des langues étrangères et il y a toutes ces vitrines, ces limousines, ces chauffeurs. J'aime particulièrement le printemps, quand les marronniers sont en fleurs. Ici, les marronniers ont des fleurs rouges, comme les illuminations de Noël!





BLUMARINE

56 Avenue Montaigne

Que portera la Femme Blumarine durant l'Automne-Hiver 2010?

La Femme Blumarine révélera sa beauté à travers sa propre conscience et liberté. Son style sera énergique et en changement constant grâce à un style fait de mélanges et de coordonnés, pour convenir à toutes les humeurs de la journée, dans une versions urbaine et contemporaine.

Et du côté des accessoires?

La Femme Blumarine portera des sacs souples, des cabas et pochettes en daim naturel, cuir, python, poulain imprimé, dans un patchwork de cuirs et matières aux détails frangés. En ce qui concerne les chaussures, elle portera des boots en poney imprimé, en python, et en daim naturel rehaussé de broderies de pierres précieuses. Elle ajoutera à son allure bracelets et ceintures en cuir et daim avec une touche glam rock, et des détails de franges, rivets et strass.

Parlez-nous des notes aromatiques du nouveau parfum Blugirl...

Blugirl Jus N°1 est un mélange de fraîcheur sensuelle, de féminité exquise et de romantisme fantaisiste. Les notes de tête sont le pamplemousse blanc, le citron, la mandarine et la poire. Les notes de cœur sont: accord sable et mer, bulles de champagne, accords de fleurs (jasmin, freesia, pétales de magnolia). Les essences de base sont: un accord sensuel composé de... musc, bois de santal, ambre moderne et touches de vanille.

What will the Blumarine woman be wearing in Fall-Winter 2010?

Blumarine woman will show her beauty through her own awareness and freedom. Her style will be energetic and in constant change, thanks to a sophisticated and luxury pick and mix all set to suit the day's mood, in a contemporary and urban version.

And for accessories?

Blumarine woman will wear soft totes, shoppers, duffels and clutches in natural suede, leather, python and pony with prints, in a patchwork of leather and fabrics with fringe details. Regarding shoes, she will wear boots in printed pony, python and in natural suede with embroidery of precious stones. She will add to her look bracelets and belts in leather and suede with glam rock inspiration and detail of fringes, studs and rhinestones.

Tell us about the aromatic notes of the new Blugirl perfume...

Blugirl Jus N°1 is a mix of fresh sensuality, exquisite femininity and fanciful romanticism. Top essences: White Grapefruit, Lemon, Tangerine, Litchee and Pear. Heart essences: Sand and Sea Accord. Bubbly Champagne. Accord of Sparkling Flowers (Jasmine, Freesia, Magnolia Petals). Base essences: Sensual Accord of... Musks, Sandalwood, Modern Amber, Touches of Vanilla.





ELIE SAAB

43 Avenue Franklin D. Roosevelt

Quelles sont les lignes et matières de la collection Automne-Hiver 2010 signée Elie Saab?

Pour cette saison, la ligne est plutôt droite et près du corps. Les robes courtes sont entravées alors que les longues laissent apparaître une ligne plus fluide et aérienne. Les découpes sont structurées et marquées. Les robes brodées offrent des découpes plutôt géométriques. Les matières utilisées sont multiples et se composent principalement de dentelle, de crêpe (laine, Georgette et chine), de tulle, de mousseline, de paillettes, de gros grain, et enfin de quelques pièces de fourrure et de quelques pièces en cuir.

Une variation de couleurs vient agrémenter la collection avec des tons moka, noir, aubergine, bordeaux, vert et bleu canard.

Parlez-nous des chaussures et des sacs ainsi que des nouveaux accessoires?

Pour cette nouvelle saison, douze modèles de chaussures à cambrure marquée sont proposés. Certains en cuir ou en daim, d'autres en dentelle et satin.

La ligne d'accessoires offre également une collection de bijoux en plexi noir et métal ancien, à chaînes torsadées. Les sacs de jour sont en cuir mat entourés de chaînes en métal, ou à cabochons recouverts de cuir. Les sacs du soir et les minaudières sont en cuir ou en plexi, entièrement recouverts de cabochons et agrémentés de chaînes torsadées.

Quels projets pour cette fin d'année 2010?

Nous venons d'ouvrir une nouvelle boutique à Dubaï, qui précède l'ouverture d'au moins deux autres boutiques d'ici 2012. Nous sommes également en train de développer plusieurs produits dont un parfum, une ligne de lunettes...

What are the lines and the fabrics featured in Elie Saab's Fall-Winter 2010 collection.

For this season, the lines are straight and close to the body. Short dresses are slim while the longer ones have more fluid and floating lines. Cuts are structured and well defined. For embroidered dresses, the cuts are more geometric. Multiple fabrics are used, principally lace, crêpe (wool, georgette and chine), tulle, chiffon, sequins, grosgrain and finally, fur and leather pieces.

The variation of colors animates the collection with tones ranging from black to moka, aubergine, bordeaux, green and peacock blue.

Tell us about shoes and handbags, as well as your other new accessories?

For this new season's shoes, twelve models with very high heels mark the selection, some in leather or suede, and others in lace and satin. The accessories line also includes a collection of jewelry in black plexi and antique metal with twisted chains. Handbags for daytime are in mat-finish leather with metal chains or leather-covered cabochons.

Evening bags are made of leather or plexi, completely covered with cabochons and decorated with twisted chains.

What are your projects for the latter part of 2010?

We have just opened a new boutique in Dubai, which will be followed by the opening of at least two other new boutiques by 2012. We are also in the process of developing several new products including a perfume and a line of eyeglasses.



ELIE SAAB





PRADA

10 Avenue Montaigne

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

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

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

Mais les valeurs de référence de Prada vont au-delà des frontières de la mode: ainsi l'art, l'architecture, le cinéma et la culture en général font partie intégrante de la marque qui s'exprime également par le biais de projets particulièrement novateurs et à l'avant-garde. Le Prada Transformer de Séoul – conçu en collaboration avec l'architecte Rem Koolhaas – en a été 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.





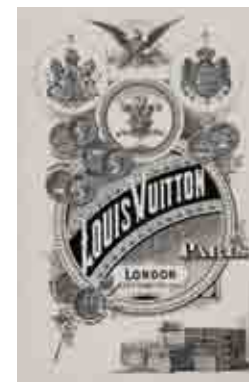
LOUIS VUITTON, LE CULTE DE L'EXCELLENCE DEPUIS 150 ANS

LOUIS VUITTON, CULTIVATING EXCELLENCE FOR 150 YEARS

Débuts parisiens en 1854

Parisian beginnings in 1854

Born in 1821, Louis Vuitton left his village in the mountains of the Jura, where his father had hoped the boy would follow in his footsteps to become a carpenter. But this future wasn't what the young Louis had in mind. He preferred to try his luck in Paris! He would quickly demonstrate talent working for a company specializing in trunks, where he was called upon to fill the orders of prestigious clients such as the Empress Eugénie, wife of Napoleon III. This was at the beginning of the Second Empire, France was thriving, the first trains were taking to the rails and travel was becoming truly fashionable. With his intuition that the demand for luggage would soon experience a fabulous surge, Louis Vuitton decided to take the leap. In 1854, he founded his own company and from that time on, he wasted no time. In 1858, the flat-bottom trunk in grey Trianon canvas appeared, and in 1859, a workshop was constructed in Asnières. In 1867, when Vuitton was only 46 years old, his company was given the honor of participating in Paris's *Exposition Universelle*.



Venu au monde en 1821, Louis Vuitton est un montagnard qui a quitté son village jurassien, où son père lui proposait de suivre ses traces : devenir menuisier. Ce destin ne dit rien qui vaille au jeune Louis. Il préfère tenter sa chance à Paris! Il y montre vite son talent dans une entreprise de malletier, où il lui arrive de réaliser les commandes de clients prestigieux, comme l'impératrice Eugénie, épouse de Napoléon III. Nous

sommes au début du Second Empire, la France est prospère, les premiers trains commencent à circuler et le voyage devient une véritable mode. Pressentant que la production de bagages va connaître un développement exponentiel, Louis Vuitton saute le pas : en 1854 il fonde sa propre Maison et lui fait brûler les étapes. Dès 1858, c'est l'apparition de la malle plate en toile grise Trianon puis, en 1859, l'édification de l'atelier d'Asnières. En 1867, alors qu'il n'a que 46 ans, sa société connaît l'honneur de participer à l'Exposition universelle de Paris.

1885
Malle Lit en zinc



1887
Malle Chapeaux
en toile gris Trianon



1899
Malle Idéale en cuir
de vache naturel



c. 1900
Sac Garni modèle
Royal en cuir



Naissance de la toile Monogram



La fin du siècle verra une succession de moments-clés. En 1872, c'est la création d'une toile rayée, qui complète la toile grise Trianon. Trois ans plus tard, on voit apparaître le Wardrobe (garde-robe rigide). En 1885, alors que la Maison vient de fêter ses 30 ans, c'est l'ouverture de la première boutique à l'étranger, à une adresse prestigieuse : Oxford Street, à Londres. C'est le premier pas d'une réussite internationale que Louis Vuitton ne peut certes pas imaginer : un bon siècle plus tard, au début du XXI^e siècle, la marque sera diffusée sur tous les continents et se sera affirmée comme l'un des « brands » les plus connus au monde ! 1888 voit le lancement de la toile Damier et 1896 celui d'un des « must » les plus copiés au monde : la toile Monogram. Le passage des générations s'est effectué sans encombre : c'est en effet Georges Vuitton, le fils de Louis (décédé en 1892), qui est à l'origine du Monogram tout comme il avait, quelques années auparavant, conçu l'impressionnante serrure « incrochetable » à cinq gorges.



1.

1. Georges Vuitton
2. Catalogue produits
Louis Vuitton, Londres 1892

© ARCHIVES LOUIS VUITTON, © LOUIS VUITTON / PATRICK GALABERT

1900
Malle Haute pour
Dame, en toile
Monogram tissée



c.1907
Malle Automobile en
toile Vuittonite noire



c.1910
Sac de Nuit
en cuir grainé



2.

Birth of the monogram canvas

The latter part of the century was filled with a succession of noteworthy events. In 1872, a striped canvas was created to complete the grey Trianon canvas. Three years later, the Wardrobe (a rigid wardrobe trunk) was created. In 1885, shortly after the company celebrated its thirty-year anniversary, the first foreign boutique opened at a very prestigious address: Oxford Street in London. This was the first step toward an international success that Louis Vuitton could certainly not have imagined. More than a hundred years later, at the beginning of the 21st century, the trademark was represented on all continents and had assumed its place as one of the world's most famous "brands". In 1888, the Damier canvas was introduced, and in 1896 came the "must" that is among the most copied motifs on the planet: the signature Monogram canvas. The succession of generations could not have been smoother. When Louis died in 1892, his son Georges Vuitton, creator of the Monogram canvas, as well as the impressive unpickable five tumbler lock, took the helm of the company.



2.

1911
Wardrobe en toile
Monogram



3.



c. 1900
Steamer Bag
en toile de coton



Dans les Années folles, qui suivent la Première Guerre mondiale, Louis Vuitton devient un nom familier des têtes couronnées et des esthètes fortunés. Alors que le nouveau siècle n'a qu'un an, le Steamer Bag s'impose comme le premier des bagages souples. Dès 1908, on peut le trouver à Nice, première boutique ouverte en France en dehors de Paris, puis, en 1914, au magasin emblématique des Champs-Élysées. S'il n'y a pas d'expansion notable pendant l'Entre-deux-guerres, une date reste cependant à marquer d'une pierre blanche : 1930. Alors que la crise de 1929 s'apprête à attaquer, avec un certain décalage, la France, Louis Vuitton sort son objet fétiche : le Keepall. Sans cesse reproposé, sans cesse interprété par de nouveaux créateurs (récemment par la photographe Sylvie Fleury ou l'artiste japonais Takashi Murakami), ce sac de voyage souple, qui continue d'accompagner les voyageurs au long cours, est devenu une véritable icône.

1. Étiquette de bagage Louis Vuitton, 1898
2. Feuille publicitaire consacré à la Malle Automobile Excelsior, Années 1914
3. Entrée du stand Louis Vuitton lors de l'Exposition Coloniale Internationale de Paris de 1931

© ARCHIVES LOUIS VUITTON - © LOUIS VUITTON / PATRICK GALABERT - © LOUIS VUITTON / STEPHANE MURATET



1927
Trousse de
Toilette modèle
Cora en cuir



1931
Porte Habits
modèle Amiens en
cuir avec garniture
de style nègre



Speedy 30
en Toile Monogram

Le Keepall, pour les voyageurs émérites

The Keepall, for travelers in the know

During *les Années Folles*, just before the First World War, Louis Vuitton became a familiar name among crowned heads and wealthy aesthetes. Just one year into the new century, the Steamer Bag made a name for itself as the first flexible traveling bag. From 1908 on, it could be found in Nice at the first of the mark's French boutiques to open outside of Paris, and in 1914 it could be seen at the now emblematic store in the Champs-Élysées. During the period between the two wars, no notable expansion took place, but one date stands out: 1930. Just as the crisis of 1929, slightly delayed, began to threaten France, Louis Vuitton introduced his lucky item: the Keepall. Continually re-introduced, continually re-interpreted by new designers (most recently by the photographer Sylvie Fleury and Japanese artist Takashi Murakami), this supple bag continues to accompany inveterate voyagers and has become a true icon.

1914
Sac Chauffeur à
devant pivotant en
Vuittonite noire



Ambitions asiatiques

Asiatic ambitions

In 1959, technical progress permitted backing the Monogram canvas with a waterproof and flexible lining and the supple bags of the Maison Vuitton appeared with their new attire. From Saint-Tropez to Portofino, from the Hamptons to Punta del Este, these bags became inseparable from the places where fashion is made. Despite its international renown, the trademark had just three stores by the middle of the 1970's. The first steps toward international development began in South-East Asia in the coming years with the opening of sites in Tokyo, Osaka, Hong Kong and Seoul. In 1987, an agreement with Moët-Hennessy made the resulting group under the composite initials of its members, LVMH, a world leader in the realm of luxury. Under the leadership of Bernard Arnault, who took control in 1989, the company's expansion advanced at a rapid pace in all areas. Its move into China in 1992 at the Palace Hotel symbolized this ambition, which was also expressed through cultural initiatives such as the launch of a literary collection – “*Voyager Avec*”.

En 1959, les progrès techniques permettent de parer la toile Monogram d'un revêtement flexible et imperméable. Les bagages souples de la Maison arborent cette nouvelle livrée. De Saint-Tropez à Portofino, des Hamptons à Punta del Este, ils deviennent indissociables des lieux qui font la mode. Malgré sa renommée internationale, la Maison ne compte que trois magasins au milieu de la décennie 1970. Un premier développement va prendre place en Asie du Sud-Est dans les années suivantes, avec l'ouverture d'espaces à Tokyo, Osaka, Hong Kong et Séoul. En 1987, le rapprochement avec Moët Hennessy fait du nouveau groupe, qui additionne les initiales de ses composantes, un leader mondial du luxe. Sous la férule de Bernard Arnault, qui en prend le contrôle en 1989, l'expansion va se faire à un rythme accéléré, dans tous les domaines. L'implantation en Chine, en 1992, au Palace Hotel, est le symbole de cette ambition, qui s'exprime aussi par des initiatives culturelles, comme le lancement d'une collection littéraire (« *Voyager avec* »).



1. Louis Vuitton, Shanghai
Huaihai, Chine
2. Louis Vuitton, Hong Kong
Landmark, Chine
3. Louis Vuitton Ginza
Namikidori, Tokyo, Japon



1.

2.

3.

© LOUIS VUITTON / STÉPHANE MURATET / JIMMY COHEN



4.



5.



6., 7.



8.

4. Louis Vuitton,
New Bond Street, Londres
5. Louis Vuitton, Shanghai
Pudong, Chine
6. Louis Vuitton, Marrakech, Maroc
7. Louis Vuitton,
Mumbai (Bombay), Inde
8. Louis Vuitton, Oulan-Bator
Center Tower, Mongolie

© LOUIS VUITTON / STÉPHANE MURATET / MAZEN SAGGAR

A global audience

The year 1996 marked the centennial of the Monogram canvas. Aware of its place as an integral part of French heritage, Louis Vuitton re-issued its historic Damier canvas. But this did not prevent the company from moving into other areas: including introducing the men's line, Taïga, in 1993, and the first prêt-à-porter collection in 1998, designed by a man whose name was on everyone's lips, Marc Jacobs. The Monogram grew into a family of items with different identities: Monogram Vernis, Monogram

Mini, Monogram Glacé, Monogram Graffiti, Monogram Multicolore... In 2000, Louis Vuitton set foot on the African continent, in Marrakech, and has not ceased to continue its expansion which reads like a lesson in geography: India and Russia in 2003, Johannesburg and Shanghai in 2004, Taipei, Kiev and Oslo in 2006, Athenes in 2007, Macao and Oulan Bator in 2009. How could Louis Vuitton ever have conceived of seeing his name and fame spread all the way to the far reaches of Mongolia?

Une audience planétaire

En 1996, on célèbre le centenaire de la toile Monogram. Conscient d'être partie intégrante du patrimoine français, Louis Vuitton réédite la toile Damier historique. Ce qui ne

l'empêche pas de se déployer sur d'autres registres: la ligne masculine Taïga en 1993, la première collection de prêt-à-porter en 1998, dessinée par un créateur qui fera parler de lui, Marc Jacobs. Le Monogram devient une véritable famille qui se décline sous différentes identités: lignes Monogram Vernis, Monogram Mini, Monogram Glacé, Monogram Graffiti, Monogram Multicolore... En 2000, Louis Vuitton met le pied sur le continent africain, à Marrakech, et ne cesse ensuite de poursuivre son expansion, qui se lit comme une véritable leçon de géographie! Inde et Russie en 2003, Johannesburg et Shanghai en 2004, Taipei, Kiev et Oslo en 2006, Athènes en 2007, Macao et... Oulan-Bator en 2009. Louis Vuitton aurait-il imaginé voir son nom et son renom se diffuser jusqu'en Mongolie extérieure?

Des liens forts avec l'art contemporain...



1.



2., 3.



4.

En 2004, la Maison a fêté son 150^e anniversaire. Elle est toujours inégalable dans la bagagerie de luxe mais sait aussi exceller dans la joaillerie, les lunettes de soleil, le prêt-à-porter, la chaussure ou les montres. Ne se contentant pas de produire, elle a noué un partenariat unique avec les créateurs contemporains. Les plus grands artistes sont invités à interpréter ses classiques ou à dessiner des vitrines qui deviennent des œuvres uniques (Robert Wilson, Ugo Rondinone, Olafur Eliasson). Ses publicités mettent en scène des héros inattendus, comme Mikhaïl Gorbatchev, Keith Richards emblème des Rolling Stones, l'astronaute Buzz Aldrin ou le danseur Mikhaïl Baryshnikov. En 2007 et 2008, Louis Vuitton est au cœur d'une petite révolution culturelle en installant pour la première fois une boutique temporaire à l'intérieur d'un musée, dans le cadre de la rétrospective Takeshi Murakami au Museum of Contemporary Art (MOCA) de Los Angeles et au musée de Brooklyn, à New York.

Strong ties with Modern art...

In 2004, the trademark celebrated its 150th anniversary. If it remains matchless in the field of luxury luggage, it also excels in jewelery, sun glasses, prêt-à-porter, footwear and watches. Not content to simply produce, Vuitton has established a unique relationship with contemporary creative talents. Some of today's greatest artistes have been

invited to re-interpret its classics or to design show windows that become unique works (Robert Wilson, Ugo Rondinone, Olafur Eliasson). Its advertising has featured surprising heroes such as Mikhaïl Gorbatchev, Keith Richards symbol of the Rolling Stones, astronaut Buzz Aldrin and dancer Mikhaïl Baryshnikov. In 2007 and 2008, Louis Vuitton was at the heart of a little cultural revolution when it set up, for the first time, a temporary boutique inside a museum for the Takeshi Murakami retrospective in the Museum of Contemporary Art (MOCA) in Los Angeles, and at New York's Brooklyn Museum..

1. «Unreal Scene-Macau map» de Liu Jianhua (2009 - Maison Louis Vuitton Macau One Central).
2. Hommage à l'artiste Stephen Sprouse (janvier 2009 - Speedy en Toile Monogram Roses).
3. «Tall Glass» de James Turrell (2005 - Maison Louis Vuitton des Champs-Élysées).
4. «Moving Painting» de Tim White-Sobieski (2005 - Maison Louis Vuitton des Champs-Élysées).

© LOUIS VUITTON / STEPHANE MURATET / PHILIPPE JUMIN / VINCENT KNAPP - ci-contre © LOUIS VUITTON / ANTOINE ROZES / EBC LEGUAY



...and upholding a tradition of excellence

This perfect synchronization with current times doesn't mean that Louis Vuitton has abandoned its roots. On the contrary! The legendary Special Order workshop, located in Asnières for more than a century, continues to fill the orders of the most demanding clients, all seeking unique items. Patrick-Louis Vuitton, representing the fifth generation of the family, now directs this department famous for its creations, from the traveling safe of the Prince of Siam in 1924, to the extraordinary jewel box in red Epi leather created in 2005 for the Year of China in France. The result of countless sketches and prototypes, each one of these special orders (some 450 are produced per year) is followed from start to finish by the same craftsman who may devote several months of his time to a project. At Louis Vuitton, time and tradition remain classic values.

Atelier de
fabrication
à Asnières

... et le maintien d'une tradition d'excellence

Cette parfaite adéquation avec son temps ne signifie pas que Louis Vuitton ait abandonné ses « fondamentaux ». Au contraire! Le légendaire atelier des Commandes spéciales, installé à Asnières depuis plus d'un siècle, continue d'honorer les demandes des clients les plus exigeants, à la recherche de pièces uniques. C'est Patrick-Louis Vuitton, représentant de la cinquième génération de la famille, qui dirige ce département célèbre pour ses réalisations, du coffre-fort de voyage du prince de Siam en 1924 jusqu'à l'extraordinaire boîte à bijoux en cuir Epi rouge créée en 2005 pour l'Année de la Chine en France. Précédée de nombreux croquis et de prototypes, chacune de ces commandes spéciales (la Maison en assure environ 450 par an) est suivie de bout en bout par le même artisan, qui peut y consacrer plusieurs mois de travail. Chez Louis Vuitton, le temps et la tradition restent des valeurs indémodables...



LOUIS VUITTON

22 Avenue Montaigne

Quels sont les moments-clés pour la Maison Louis Vuitton en 2010?

L'un des principaux événements est l'exposition qui se tiendra au musée Carnavalet, à Paris, du 13 octobre 2010 au 27 février 2011. Intitulée «Voyage en Capitale, Louis Vuitton et Paris», cette manifestation dévoilera l'histoire de la Maison créée en 1854, et celle de la famille Vuitton, portée par une inépuisable curiosité d'esprit. Elle révélera un savoir-faire unique allié à une recherche technique permanente, et dressera en filigrane une histoire du design au fil des collaborations artistiques initiées à l'aube du XX^e siècle, et sans cesse renouvelées. Pour la première fois, malles et bagages emblématiques seront réunis et montrés au public, de même que des pièces rares issues, notamment, des fonds patrimoniaux de Louis Vuitton.

Quelles sont les pièces marquantes de la garde-robe Femme Automne-Hiver 2010-2011 imaginée par Marc Jacobs?

Déclinaison autour d'une silhouette inspirée des années cinquante – buste ajusté, taille appuyée, jupe ample – la collection égrène une succession de styles d'une exquise féminité, jouant sur la combinaison de corsets élaborés et de gracieux volumes drapés. Cet esprit vintage a fait l'objet d'un traitement moderne, visible dans le mélange de motifs et de matières: robes à bustier en mousseline de soie sur jupon en grosse laine à carreaux, et silhouettes ultra féminines construites à partir de tissus traditionnellement réservés aux hommes. L'exemple le plus frappant est un corset en cuir révélé par l'échancrure d'une veste en tweed, portée au-dessus d'une jupe dans la même matière. La sobriété de la palette de couleurs – dominée par le beige et le rose poudrés, le gris, le marron, le vert et le bleu – va de pair avec un traitement subtil des tissus. Une robe en organza noir avec ceinture ruban est rehaussée de pois en vision, une jupe à l'imprimé floral est piquée et garnie de plumes, une dentelle en guipure dessine des initiales LV et des fleurs Monogram, tandis qu'une peau retournée imite le velours côtelé sur un manteau et une jupe.

Quels sont les derniers accessoires féminins Vuitton parmi les plus recherchés?

Louis Vuitton lance une nouvelle ligne de maroquinerie «Monogram Empreinte» d'une beauté remarquable, expression de l'étendue de son savoir-faire. Au cœur de cette ligne, un cuir de veau souple de haute qualité subtilement embossé du Monogram emblématique de la Maison.

What are the key events in store for Louis Vuitton in 2010?

One of the main events will take place at Paris's Carnavalet museum from October 13, 2010 to February 27, 2011. Titled «*Voyage en Capitale, Louis Vuitton et Paris*», this exhibition will trace the history of the firm created in 1854, and of the family Vuitton, with its inexhaustible curiosity. It will highlight a unique savoir-faire, combined with permanent technical research, and will, in parallel, relate the history of design as it evolved over the course of artistic collaborations initiated at the dawn of the 20th century and continually renewed. For the first time, emblematic trunks and luggage will be brought together and exhibited to the public, including some very rare pieces, notably from the Louis Vuitton collection.

What are the most striking items in the Fall-Winter 2010-2011 wardrobe for women created by Marc Jacobs?

Variations around a silhouette inspired by the 1950's – close-fitting bodices, sleek waistlines, wide skirts – the collection is a succession of exquisitely feminine styles, playing on sophisticated corsets and graceful draped volumes. It is a vintage spirit interpreted in a modern way, as seen in the mix of motifs and materials: dresses with a silk chiffon bustier over a skirt of checked wool, and ultra feminine silhouettes created from fabrics traditionally reserved for men's clothing. One of the most striking examples is a leather corset under the low neckline of a tweed jacket, worn over a skirt of the same fabric. The understated palette of colors, dominated by beige, powdery rose, grey, brown, green and blue, goes hand in hand with the subtle treatment of fabrics. A dress in black organza with a ribbon belt is enhanced by mink polka dots, a floral print skirt is quilted and trimmed with feathers, lace has the LV initials and Monogram flowers, while suede imitates corduroy for a coat and a skirt.

What are the latest Vuitton accessories particularly in demand for women?

Louis Vuitton has launched a new line of remarkably beautiful leather goods, «*Monogram Empreinte*», the perfect expression of the trademark's savoir-faire. At the heart of this new line, is a high quality, soft calfskin leather, subtly embossed with the company's emblematic Monogram.



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

LOUIS VUITTON



EMILIO PUCCI

39 Avenue Montaigne

Quels sont les moments forts pour la griffe Pucci en 2010?

Le mois de mai a été assez exceptionnel. Neuf couvertures en un mois, trente célébrités habillées en Pucci durant le Festival de Cannes, un défilé à Tokyo le 3 juin pour le lancement exclusif du téléphone portable Pucci au Japon, suivi de la présentation de la collection Croisière à New York. Une possible collaboration importante dans le domaine des accessoires, le défilé, bien sûr, qui se tiendra fin septembre à Milan et enfin, pour l'automne, la nouvelle fragrance Miss Pucci sera dévoilée. Tout va très vite!

Quelles sont les matières et lignes de la collection Automne-Hiver 2010?

Un mélange de structure et de fluidité, sauvage mais raffiné. La laine grain de poudre rencontre les jacquards fil coupé réimprimés, le renard rouge avec sa dentelle en motif Pucci, la peau lainée qui reprend le style de Janis Joplin sur des jacquards orientaux à franges, et bien sûr le jersey de soie imprimé puis teinté en dégradé.

Quelles sont les nouveautés de la ligne d'accessoires?

Le sac «Marquise» continue à se développer, il se transforme en clutch, shopping... De plus, nous poursuivons avec le succès du «Trunk» de l'été et sa grosse fermeture en or.

What are the highlights of 2010 for Pucci?

The month of May was truly exceptional. There were nine articles in the press about Pucci in one month, thirty celebrities dressed in Pucci during the Cannes Film Festival, a fashion show in Tokyo on June 3rd for the launch of Pucci's exclusive cell phone in Japan, followed by the presentation of our Cruise collection in New York. An important prospective collaboration in the accessories sector is underway, a fashion show, of course, will take place in Milan in late September, and finally, for Fall, a new Miss Pucci perfume will be unveiled. Everything is moving very quickly!

What are the lines and the fabrics in the Fall-Winter 2010 collection?

A combination of fluidity and structure, a little wild but refined. Wool "grain de poudre" meets jacquards "fil coupé" and re-printed, red fox with its Pucci-motif lace, shearling that brings back a Janis Joplin style on oriental jacquards with fringes, and, of course, silk jersey in dark to light shades.

What's new in accessories?

The "Marquise" handbag continues to develop. It exists in a clutch and a shopping, and the success of the summer "Trunk" with its large gold clasp continues.



EMILIO PUCCI

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

www.emiliopucci.com



CHLOÉ

44 Avenue Montaigne

Féline et sensuelle, la femme Chloé a le luxe dans la peau. Pour la saison Automne-Hiver 2010-2011, elle privilégie le confort et la douceur des matières les plus nobles. Sa dégainée nonchalante s'inspire du vestiaire masculin, mais garde une féminité subtile et indomptable.

Le manteau et le costume d'homme sont interprétés en souplesse. La carrure est précise et tombante à la fois. Une silhouette enveloppante, à la taille appuyée émerge des jeux de superpositions et des mélanges de textures. À l'efficacité du tailoring masculin répond la décontraction du sportswear de luxe. La robe longue en jersey fluide définit une allure inattendue, et les broderies qui envahissent le velours révèlent un esprit couture subtil.

Tweeds à chevrons, flanelles, Prince-de-Galles, soie, cravate à pois sont empruntés à la garde-robe masculine. Ils sont adoucis par la sensualité des cachemires, des twills de soie, du satin lavé ou encore d'un voile de laine aérien. Le cuir porté en total look, les manteaux et sweatshirts en fourrure ont un côté sauvage. Signature d'Hannah MacGibbon, la palette de beiges décline les camel, grège et teintes make up. Elle est réchauffée par des nuances feuilles d'automne et des imprimés animaliers délicatement nuancés.

Les low boots à talons empruntent leurs lignes aux bottines des gentlemen anglais, elles sont coupées dans un cuir naturel que l'on retrouve aussi sur des mocassins et des wedges. Le veau velours habille des escarpins à tige montante sur l'arrière du pied. Les mix de matières sophistiquées associent cuir mat, peaux exotiques et tissus empruntés à la collection prêt-à-porter.

Rétro et tout en rondeur, le sac Aurore se porte à la main, tout comme les pochettes-enveloppes aux lignes pures, juste rehaussées d'un monogramme or calligraphié, le C de Chloé.

Feline and sensual, the Chloé woman personifies luxury. For the Fall-Winter 2010-2011 season, she opts for the comfort and softness of noble fabrics. Her nonchalant look is inspired by men's wardrobes but retains a subtle and untamed femininity.

Masculine-style coats and suits are lithely interpreted. The construction is precise but at the same time flowing. From the close waistline of a captivating silhouette emerges playful layering and a mix of textures. Precise masculine tailoring is set off by the easy feel of luxury sportswear. The long and fluid jersey dress gives an unexpected allure, and embroidery on velvet adds a subtle couture spirit.

Herringbone tweeds, flannels, Prince of Wales checks, and polka dot silk are all borrowed from a man's wardrobe. They are softened by the sensuality of cashmeres, silk twills, washed satin or a diaphanous veil of wool. A total leather look, coats and sweatshirts in fur have a wild look. Hannah MacGibbon's signature is seen in the palette of beiges deepening to camel, grey-beiges and make-up tints, tones warmed by hints of autumn leaves and subtle animal prints.

Low cut, high-heeled boots, take their lines from those worn by an English gentleman. They are cut from natural leather, the same that is used for loafers and wedges. And there are high-heeled pumps in soft calfskin. A mix of sophisticated materials, associating mat leathers, exotic skins and fabrics is borrowed from the ready-to-wear collection.

Retro and rounded, the Aurore handbag is carried like an envelope clutch. Its pure lines are set off simply by a golden monogram, C for Chloé.

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

© 2010 CHLOÉ. ALL RIGHTS RESERVED.

Chloé



M LES ROBES DE ADELEINE VIONNET

RÉCIT D'UNE RESTAURATION EXEMPLAIRE

MADELEINE VIONNET'S COUTURE CREATIONS
THE STORY OF A MODEL RESTORATION

Un don généreux



On connaît Madeleine Vionnet comme l'une des grandes couturières du XX^e siècle. On sait moins qu'elle fut aussi l'une des premières à comprendre que la mode était un véritable élément du patrimoine. Son rôle fut essentiel pour la naissance du Musée de la Mode. Lorsque François Boucher en créa l'embryo, l'Union française des arts du costume (UFAC), en 1948, elle fut la première à donner ses collections. Elle avait alors 76 ans et s'était retirée depuis 1939. Elle sélectionna 126 modèles dans son fonds et chez ses meilleures clientes, auxquels elle ajouta 730 patrons (les toiles servant à créer les modèles) et 13 000 photographies. Madeleine Vionnet fut en effet l'une des pionnières de la défense de la propriété intellectuelle. Elle faisait systématiquement photographier ses créations pour en déposer les modèles : dans les années vingt, il s'agissait de trois clichés par habit (face, arrière, profil), puis, dans les années trente, d'une seule image où le mannequin était entouré de miroirs à 45° pour en voir simultanément toutes les faces.

A generous gift

Madeleine Vionnet is known to have been one of the great *couturières* of the 20th century. What is less known is that she was one of the first to understand that fashion is an authentic element of national heritage. She played a key role in the birth of the *Musée de la Mode*, Paris's Fashion Museum. When François Boucher created the embryo, the *Union Française des Arts du Costume* (French Union of Costume Arts) in 1948, Madeleine Vionnet was the first to contribute her collections. She was 76 years old and had been retired since 1939. She selected 126 models from her collections and from her best clients, to which she added 730 patterns (the muslin used to create the designs), and 13,000 photos. Madeleine was, in fact, one of the pioneers for the defence of intellectual property. She had pictures taken of all of her designs in order to register each creation. In the 1920's three photos were taken of each dress (front, back and profile), then in the 1930's, one shot was taken of each model surrounded by mirrors at 45 degree angles showing all of the facets simultaneously.

Des matériaux très fragiles



Madeleine Vionnet céda également des accessoires (sacs, flacons de parfum, chaussures) et l'enseigne de sa Maison du 50, Avenue Montaigne. Plus d'un demi-siècle après ce don colossal, le Musée des Arts décoratifs, qui en est désormais le dépositaire, se trouvait face à une tâche colossale : comment le protéger, comment empêcher sa détérioration ? « Les grands problèmes touchaient aux matériaux et aux techniques, explique Maximilien Durand, responsable de la conservation préventive et artificier de l'opé-

ration. Madeleine Vionnet avait un jour dit à sa filleule Madeleine Chapsal que ses robes étaient éternelles. Si elles l'étaient bien par leur beauté, on ne pouvait pas en dire de même pour leur technique. Elle utilisait en effet des matériaux très fragiles comme la soie, qui est très sensible aux variations d'humidité et à l'empoussièrement. L'humidité modifie les chaînes moléculaires du tissu, qui se rompt ou acquiert des pulvérulences. La poussière est abrasive et grise les robes. » Pour des modèles déjà fragilisés par une utilisation intensive (essayés jusqu'à six fois par jour lors des défilés), il y avait donc urgence.



Fragile garments

Madeleine Vionnet also donated her accessories (handbags, shoes, perfume bottles), as well as the sign that had hung above her shop at 50 Avenue Montaigne. More than a half century after this enormous gift, the *Musée des Arts Décoratifs*, where the collection now resides, was faced with a colossal dilemma: how to protect this treasure and to prevent it from deteriorating? *"The biggest problems concern the fabrics and techniques,"* explains Maximilien Durand, charged with the protection and logistics of the operation. *"Madeleine Vionnet once said to her goddaughter, Madeleine Chapsal, that her dresses were eternal. But if their beauty was in fact eternal, the same could not be said for their technical aspects. Voinnet used very fragile materials such as silk, which is extremely sensitive to dust and to variations in humidity. Humidity modifies a fabric's molecular chains, which break and disintegrate into a powder. Dust is abrasive and dulls the dresses."* For garments that had become fragile due to intensive wear (tried on or worn up to six times a day for the fashion shows), it was urgent to take action.



500 000 euros à gérer au plus près



La grande exposition Madeleine Vionnet au Musée des Arts décoratifs en 2009 donna l'occasion de cette action indispensable, grâce à l'apport d'un mécène, Natixis. La banque offrit un million d'euros dont la moitié devait servir à la restauration du fonds. Cette somme conséquente devait être gérée de façon très serrée tant l'investissement était important. Pour 10% du fonds, il s'agissait d'une intervention très compliquée, nécessitant jusqu'à six mois de travail par robe. Madeleine Vionnet aimait beaucoup les étoffes légères comme les mousselines et les tulles, qu'elle enrichissait de broderies ou de panne de velours : trop lourdes pour ces matériaux fragiles ! Conservées jusqu'à présent de manière incorrecte, les robes risquaient de casser au niveau des plis lors de leur déploiement. Le simple nettoyage posait aussi des problèmes cruciaux : l'utilisation de l'eau étant impossible, il fallait recourir au solvant. Environ 100 litres par jupe ! Au total, 8 000 litres étaient nécessaires. Impossible à entreposer et à utiliser dans un lieu public comme le musée des Arts décoratifs...

500,000 euros to be closely monitored

The important Madeleine Vionnet exhibition at the *Musée des Arts Décoratifs* in 2009 provided the opportunity to undertake this indispensable action, thanks to funds provided by a patron/sponsor, Natixis. The bank donated a million euros, half of which was to be used for restoring the collection. This significant sum was to be managed in a very controlled manner, in light of the importance of the investment. For ten percent of the collection, the restoration was extremely complicated, requiring up to six months of work per garment. Madeleine Vionnet loved light materials like chiffons and tulles that she would ornament with embroidery or velvet pieces, too heavy for the fragile fabrics! Having been improperly stored up until now, these dresses were in danger of tearing at the folds when they were unpacked. Even cleaning them presented serious problems. Using water was impossible, so the only alternative was solvents: about 100 liters per skirt! In all, 8000 liters were necessary. Needless to say, it was impossible to stock these solvents in a public place such as the *Musée des Arts Décoratifs*...

© ARTS DÉCORATIFS / LUC BOEGLY



Des solutions d'avant-garde

Avant-garde solutions

C'est donc une véritable « opération commando » qui fut montée avec l'appui de la célèbre teinturerie de luxe Pouyanne du boulevard Haussmann, qui travaillait avec Madeleine Vionnet à l'époque. Son personnel spécialisé reçut une formation spécifique à l'Institut national du patrimoine. Une vingtaine de restauratrices à temps partiel furent engagées par le musée. « Nous devons respecter les trois principes de base de la restauration : assurer la stabilité des matériaux, permettre la réversibilité de l'intervention, ainsi que sa lisibilité (afin de distinguer l'intervention sur la pièce originale). » On eut recours à des fils de soie très fins, à des aiguilles courbes (utilisées en chirurgie oculaire) pour consolider les zones de fragilité en les ancrant sur un tissu de support. Pour le tulle, si important dans les années trente, il fallut même trouver un matériau adéquat. Après des recherches approfondies, on opta pour du tulle de nylon, dont il n'existait qu'un seul fournisseur en Europe et qui n'avait jamais servi dans ce cadre ! Que l'on imagine ensuite le travail minutieux dans le cas de robes qui avaient parfois jusqu'à dix mètres de doublage...

A true "operation commando" was organized with the help of the famous luxury dry cleaner, Pouyanne, located on Boulevard Haussmann, that Madeleine Vionnet had used in the past. The firm's specialized staff underwent specific training at the *Institute National du Patrimoine* (National Institute of Heritage). About 20 restorers were hired part-time by the museum. "We had to respect the three basic principles of restoration: guarantee the stability of the materials, permit the reversibility of the actions taken, as well as their traceability (in order to be able to distinguish the elements of the restoration actions from the original)." The team had to use very fine silk thread, curved needles (used for eye surgery) to reinforce fragile zones by attaching them to a support fabric. For the tulle, so important in the 1930's, a substitute had to be found. After a great deal of in-depth research, the team opted for a nylon tulle which had never been used in this context and which was available from just one supplier in Europe. One can only imagine the meticulous and detailed work required to save these dresses, some of which had up to ten meters of lining.



Parées pour l'éternité

Si une personne à plein temps s'était attaquée à cette tâche, il lui aurait fallu 13 000 heures ou neuf ans de travail! Ainsi organisée, la mission dura exactement un an – de juin 2008 à juin 2009 – et s'acheva comme prévu pour l'ouverture de la grande exposition. Laquelle donna également matière à réflexion: il fallait absolument que les tissus évitent l'excès de lumière. Des techniques très sophistiquées d'éclairage dynamique, variant en intensité selon des cycles de 5 minutes, permirent d'assurer cette protection tout en mettant les robes dans la lumière qu'elles méritaient – chacune avait d'ailleurs été drapée sur un mannequin fait à sa mesure. Aujourd'hui, les créations de Madeleine Vionnet ont trouvé le repos nécessaire à leur conservation: elles sont dans des boîtes en carton neutre, calées par de confortables boudins et préservées de l'humidité par une «réserve» alcaline. Marqué par cette saga unique, le Musée des Arts décoratifs est prêt pour de nouveaux défis...

Dressed for eternity

If just one full-time employee had taken on this project single-handedly, it would have taken her 13,000 hours, or nine years of work! Organized as it was, the mission lasted exactly one year, from June 2008 to June 2009 and was finished, as planned, for the opening of this grand exhibition. Even the setting would provide food for thought: it was essential that the fabrics avoid excess exposure to light. Very sophisticated lighting techniques, featuring a range of intensity that varies on five minute cycles, made it possible to protect the fabrics, while at the same time giving the garments the lighting they deserved. And each dress was displayed on a mannequin that was custom-made for that specific garment. Today Madeleine Vionnet's creations have found a resting place that guarantees their preservation. They are stored in neutral-colored cardboard boxes, nestled with comfortable cushions and protected from humidity by an alkaline reserve. After this unique saga, the *Musée des Arts Décoratifs* is ready for new challenges.



Plaque moulée
dans le trottoir
au croisement de
l'Avenue Montaigne
et de la Rue
François I^{er}

Homage embedded
in the sidewalk on
Avenue Montaigne.





DESSANGE

39 Avenue Franklin D. Roosevelt

**Depuis sa création, en 1954,
Dessange ne cesse de séduire les célébrités...**

En effet, entre Dessange et le cinéma, c'est une longue histoire d'amour ! La créativité Dessange trouve son expression au travers des plus grands rendez-vous mondiaux du 7^e Art : Festival du Film de Cannes, Festival du Cinéma américain de Deauville... Depuis plus de 25 ans, Dessange, unique Partenaire officiel Coiffure du Festival de Cannes, accompagne les plus grandes stars françaises et internationales pour la très attendue montée des marches. Des coiffures sont d'ailleurs restées célèbres, comme le chignon de Brigitte Bardot, les boucles ingénues de Meg Ryan, le chignon couture de Scarlett Johansson...



Benjamin Dessange
Président du Directoire
DESSANGE International

Qu'est-ce que vos fidèles clientes recherchent chez Dessange ?

Nos fidèles clientes savent que nous nous attachons à offrir le meilleur de nous-mêmes : service haut de gamme, écoute, expertise, bien-être... Nous sommes à leur service pour leur apporter, dans un même lieu, toutes les prestations beauté qu'elles désirent. Par exemple, après chaque coupe ou couleur, la cliente est maquillée par nos soins, pour être sublimée en totalité.

Quelles nouveautés marquent l'Automne-Hiver 2010 ?

Créatrice de tendance, la Maison Dessange présente pour l'Automne-Hiver 2010 la collection « Instants de séduction ». Notre inspiration est encore et toujours la femme Dessange, sa versatilité, son sens inné de la féminité à tout moment de la journée. Ces instants de séduction s'égrènent d'heure en heure et révèlent la femme Dessange dans ses aspirations de beauté furtives et éphémères. Pour cette saison, le blond se réchauffe et le brun s'accompagne de reflets subtils.

**Since its creation in 1954,
Dessange has always charmed celebrities...**

Yes, there has been a long love story between Dessange and the silver screen! Dessange's creativity has found its full expression in worldwide events of the 7th art: The Cannes Film Festival, and the American Film Festival in Deauville. For more than 25 years, Dessange, the only official coiffure partner of the Cannes Festival, has accompanied the greatest French and International stars for the eagerly awaited "*montée de marches*", their climb up the red steps of the festival palace. There are hair styles that have remained famous, including Brigitte Bardot's chignon, or Meg Ryan's artful curls, and Scarlett Johansson's high-fashion chignon.

What do loyal clients come to Dessange for?

Our loyal clients know that we strive to give them the best that we have to offer: top notch service, personalized attention, professionalism and well being. We are here to serve them and can provide in one location all the beauty treatments that they could desire. For example, after each haircut or color treatment, the client is made up by our staff, to be totally sublime when leaving our salon.

What's new for the Fall-Winter 2010?

Leader and trend-setter, the Maison Dessange will present the collection "*Instants de séduction*" for the Fall-Winter 2010. Our inspiration is, as always, the Dessange woman, her versatility, her innate sense of femininity at all times of the day. Her moments of seduction flow from hour to hour and reveal the Dessange woman in all of her aspirations to ephemeral and fleeting beauty. For this season, blonds are warmer and brunettes will have subtle highlights.

PORTRAIT DE FEMME

DESSANGE
PARIS

dessange.com



ZILLI

48 Rue François 1^{er}

Quelles inspirations et matières caractérisent la collection Automne-Hiver 2010-2011 griffée Zilli ?

La collection présente trois grands thèmes qui jalonnent la vie d'un homme Zilli, à la fois citadin, nomade et sportif.

Le thème «Manhattan» rappelle ainsi le style Art Déco cher à New York et à Zilli.

L'homme Zilli est nomade, il a le monde entier comme repère, il apprécie de voyager dans des vêtements confortables et élégants. Le thème «World Traveller» est donc un hommage aux mouvements, aux couleurs et aux influences culturelles.

Sportif, il aime l'atmosphère des montagnes enneigées, des chalets feutrés: le thème «Cold Wave» habille sa garde-robe pour Courchevel, Megève ou Saint-Moritz.

La Maison Zilli fête cette année son quarantième anniversaire, quelles manifestations prévoyez-vous pour marquer l'événement ?

Pour ce quarantième anniversaire, la Maison Zilli a souhaité s'associer au mécénat culturel à travers l'exposition «Tumulti», à la Villa Médicis de Rome, mais aussi via la compagnie de danse d'Angelin Preljocaj à Moscou, à Paris, à Lyon, et mettre en scène une exposition au Musée des Tissus et des Arts décoratifs de Lyon, qui retracera les 40 ans d'histoire de la Maison, et offrira un éclairage sur ce que Zilli a apporté à l'habillement masculin.

Les accessoires sont caractérisés par leur souplesse et leur innovation, quelles sont les nouveautés pour l'Automne-Hiver ?

La collection d'accessoires utilise la peau de kangourou dont la particularité est d'être extrêmement souple, tout en restant très résistante. Par un procédé spécifique, nous avons également matelassé la peau d'agneau pour créer une collection de bagagerie ultra souple, dans un esprit ouatiné.

What inspirations and fabrics characterise Zilli's Fall-Winter 2010-2011 collection?

The collection presents the three main themes that punctuate the life of the Zilli man, a city dweller, a nomad and an athlete.

The theme "Manhattan" brings to mind the Art Deco style, dear to New York and to Zilli.

The Zilli man is a nomad, the entire world is his oyster, he likes to travel in comfort and elegance. The theme "World Traveler" is a tribute to movement, to colors and to cultural influences.

A sportsman, he likes snow covered-mountains, and cozy chalets: the theme "Cold wave", fills out his wardrobe for Courchevel, Megève or Saint-Moritz.

Zilli celebrates its 40th anniversary this year. What events are planned to mark this event?

For its 40th anniversary, the Maison Zilli decided to make this a year of cultural patronage, by first sponsoring the "Tumulti" exhibition at Rome's Villa Médicis, but also through its sponsorship of Angelin Preljocaj's dance company in Moscow, Paris, and Lyon. The company will also organize a retrospective at Lyon's *Musée des Tissus et des Arts Décoratifs* tracing the 40 years of Zilli's history, and highlighting what the trademark has brought to men's fashion.

Your accessories are characterized by innovation and suppleness. What is in store for Fall-Winter?

The accessories collection is made of kangaroo skin, which is both exceptionally supple and extremely solid. We have also quilted lamb's skin, using a specific technique, to create a collection of ultra-light luggage with a quilted look.



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

WWW.ZILLI.FR



THE FINEST GARMENT FOR MEN IN THE WORLD *



In the capital of style, there can be no more elegant accommodation than the Eiffel Suites at the Hôtel Plaza Athénée. Decorated in exquisite classical or art deco style. Suite 361 features a window with a gilded surround, framing the tower itself. A view outside every bit as stunning as the inside.

De style classique ou art déco, les Suites Eiffel du Plaza Athénée incarnent l'élégance parisienne.
Un raffinement unique et une vue époustouflante sur la Dame de Fer, encore plus majestueuse vue de l'intérieur que de l'extérieur...

Tel.: +33 1 53 67 66 65 www.plaza-athenee-paris.com



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)

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



LE PLAZA ATHÉNÉE CÔTÉ EPTIÈME ART

LE PLAZA ATHÉNÉE AND THE SILVER SCREEN

An Avenue and a hotel totally “cinema”

Ties between the Avenue Montaigne and the silver screen are well known. The world of fashion, represented by the avenue's many prestigious *Maisons* and the presence of exceptional cultural institutions such as the *Théâtre* and the *Comédie des Champs-Élysées* are symbols that give it a very special glamour. Only recently, Danielle Thompson chose the avenue for the setting of her film *Fauteuils d'Orchestre* (2006), starring Cécile de France, Valérie Lemercier and Albert Dupontel. Different aspects of local life colored the plot, from the daily routine of the waitress at the *Bar des Théâtres* to the problems of a wealthy client of the Drouot auction house. The relationships between this avenue and cinema sometimes manifest themselves in less expected ways. At Artcurial, the other great auction house of the neighborhood, a collection of paintings owned by Gérard Oury, French producer known for his legendary film, *La Grande Vadrouille*, (he is also the father of Danielle Thompson, who was his screenwriter) was auctioned following his death. It included superb paintings by Raoul Dufy.



Une Avenue et un hôtel très cinéphiles

Les liens de l'Avenue Montaigne avec le cinéma sont bien connus. L'univers de la mode, incarné dans des *Maisons* prestigieuses et la présence d'institutions culturelles d'excellence, dont le Théâtre et la Comédie des Champs-Élysées sont le symbole, lui donnent un glamour très particulier. Tout récemment, c'est Danielle Thompson qui y tournait *Fauteuils d'orchestre* (2006) avec Cécile de France, Valérie Lemercier et Albert Dupontel. On y voyait différents registres de la vie locale, du quotidien d'une serveuse au Bar des Théâtres aux soucis d'un client fortuné de Drouot. Ces rapports entre l'Avenue et le cinéma se déclinent parfois d'autres manières, plus inattendues. Ainsi chez Artcurial, l'autre grande Maison de ventes du quartier, la collection de tableaux de Gérard Oury, le réalisateur bien connu de *La Grande Vadrouille* (et par ailleurs père de Danielle Thompson, qui fut sa scénariste) a été mise aux enchères après son décès. Elle comptait notamment de superbes Dufy.

Frénésie pour Rudolph Valentino



1.

Mad about Rudolph Valentino

In fact, there's nothing new about this mutual attraction between the Avenue Montaigne and the seventh art. From the beginning of "moving pictures", actors frequented the neighborhood and many were particularly fond of one of the grand Parisian palaces, the Plaza Athénée. One of the great stars of silent films, the "latin lover", Rudolph Valentino, stayed here on three memorable occasions between 1923 and 1926. The Italian actor had lived in the French capital in 1912, long before he was famous. The young man of 18 years old earned a meager

En vérité, il n'y a rien de nouveau à cette attraction mutuelle entre l'Avenue Montaigne et le septième art. Dès les débuts du genre, les acteurs fréquentent les parages. Il faut dire qu'ils y sont notamment attirés par l'un des grands palaces parisiens, le Plaza Athénée. L'une des grandes stars du cinéma muet, le séducteur par excellence, Rudolph Valentino, y fait trois séjours remarquables entre 1923 et 1926. L'acteur italien avait déjà vécu dans la capitale française. Mais c'était en 1912, bien avant sa gloire! Le jeune homme de 18 ans y survivait d'expédients et de petits métiers. À la fin 1913 (le Plaza Athénée a été inauguré cette même année), il s'embarque pour New York. Lorsqu'il revient à Paris, dix ans plus tard, c'est auréolé de sa réussite à Hollywood dans *Les Quatre Cavaliers de l'Apocalypse* ou *Le Cheikh*. Le quotidien « Le Temps » décrit sa popularité lorsqu'il débarque à Paris en août 1923, en compagnie de son épouse Natacha Rambova. Il est alors « l'homme le plus beau du monde », « gagne 125 000 dollars par scénario en Amérique » et « reçoit 2 000 lettres par jour »...

existence from deliveries and other odd jobs. Near the end of 1913 (the same year that the Plaza Athénée was inaugurated), he sailed for New York. Ten years later, he returned to Paris crowned by his Hollywood success in "The Four Horsemen of the Apocalypse" or "The Sheik". When he arrived in Paris in August 1923, accompanied by his wife Natacha Rambova, the daily newspaper "*Le Temps*" described his popularity: He was "the world's most handsome man", he "earned 125,000 dollars per film in America", and he "received 2000 letters a day"...



1. Rudolph Valentino, 1895-1926
2. Marlene Dietrich, 1901-1992

Au moment où Rudolph Valentino disparaît au sommet de sa gloire, le jour de la première du *Fils du cheikh*, en 1926, Marlene Dietrich est une jeune actrice allemande de 25 ans. Elle a déjà été remarquée par quelques metteurs en scène mais elle s'est pour l'instant limitée à des tours de chant, à des rôles au théâtre et à quelques fugaces apparitions sur pellicule. En 1929, elle tourne dans *L'Enigme* de Curtis Bernhardt, un film muet. Sa consécration intervient l'année suivante avec *L'Ange bleu* de Josef von Sternberg, qui en fait du jour au lendemain une vedette internationale. Les épousailles de la star avec l'Avenue Montaigne seront bien plus durables que dans le cas de Rudolph Valentino.

Habitée elle aussi du Plaza Athénée, qui conserve pieusement les cardex attestant ses nombreux séjours (au mois d'août 1933, elle y occupe sept chambres pendant trois semaines!), elle s'installera définitivement dans un appartement de l'Avenue, au n°12. Retirée des scènes au milieu des années 1970, elle restera fidèle à cette adresse, où elle continuera de recevoir quelques amis proches, jusqu'à sa mort, en 1992.

Marlene Dietrich, the angel of Avenue Montaigne

When Rudolph Valentino died at the height of his glory on the day of the premiere of "The Son of the Sheik" in 1926, Marlene Dietrich was a young German actress of 25 years old. She had already been noticed by several directors, but at the time her career was limited to singing, to stage roles and a few fleeting appearances in films. In 1929, she appeared in Curtis Bernhardt's "The Woman Men Yearn For", a silent film. Her



Marlene Dietrich, l'ange de l'Avenue Montaigne



2.

big chance came the following year when her role in Josef von Sternberg's film, "The Blue Angel", made her an international star overnight. Her attachment to the Avenue Montaigne was more lasting than that of Rudolph Valentino. She too was a regular at the Plaza Athénée, where the ledgers registering her numerous stays here (in August 1933, she occupied 7 rooms for three weeks!) are precious preserved. Later she took up permanent residence on the Avenue in an apartment located at number 12. She withdrew from public life in the 1970's, but she remained loyal to this address, where she continued to receive a circle of close friends until her death in 1992



1.



2.

Arletty, Hitchcock, Sofia Loren...

Arletty, Hitchcock, Sofia Loren...

An unusual aspect of Palace hotels that might surprise neophytes who imagine them as the scenes of perpetual turnover, is the length of certain stays. Greek shipbuilders, during the height of their epoch, were known for booking long stays. They would reserve suites for an entire year, if only to guarantee that they would never be without a room. Actors often did the same. Some here still remember when Richard Burton and Elizabeth Taylor took up residence in the hotel for six months in 1971. At that time, they formed the most glamorous couple of the "planet cinema" and their

Une particularité des palaces – et cela peut surprendre le néophyte qui se plaît à les imaginer comme le siège d'un ballet permanent – est la longueur de certains séjours. Les armateurs grecs de la grande époque se distinguaient en cela : ils pouvaient réserver des chambres à l'année pour être sûrs de ne jamais être bredouilles... Les acteurs ont pu agir de même : on se souvient d'un séjour de six mois de Richard Burton et Elizabeth Taylor, en 1971 : ils formaient alors le couple le plus en vue de la planète cinéma et leur entourage occupait plusieurs chambres. Arletty, à la facon de si parisienne, était une grande habituée. Pascal Payen-Appenzeller, dans sa monographie de l'hôtel, rappelle que l'un des managers de l'époque, François Dupré, avait prévu dans son testament de lui laisser l'usage gracieux de deux chambres jusqu'à sa mort... D'autres viennent et reviennent, sans se lasser jamais : Gina Lollobrigida, Laurence Olivier, Sofia Loren ou Alfred Hitchcock, qui pouvait arborer ses grands cigares en un temps où l'interdiction de fumer n'était pas aussi sévère qu'aujourd'hui...

entourage occupied several rooms. The famous French actress Arletty, archetypal Parisian, was also a regular. In his monograph of the hotel, Pascal Payen-Appenzeller relates that one of the managers of that era, François Dupré, made provisions in his will to leave two rooms in the hotel permanently available for Arletty until her death. And there were so many others who came and went, without ever really leaving: Gina Lollobrigida, Laurence Olivier, Sofia Loren, and Alfred Hitchcock, who could puff on big cigars here in times before no-smoking laws.

Suggested reading: *Hôtel Plaza Athénée Paris*, by Pascal Payen-Appenzeller, éditions Assouline



1. Arletty, 1898-1992
2. Alfred Hitchcock, 1899-1980
3. Jean Cocteau, 1889-1963
4. John Travolta, 1954

D'autres amateurs de cigares furent évidemment les grands producteurs et réalisateurs américains, à qui l'on doit certains des plus beaux films hollywoodiens : Darryl Zanuck (*Les Raisins de la colère*, *Eve*), David Selznick (*Autant en emporte le vent*), John Ford, le roi du western, King Vidor ou Otto Preminger. La liste pourrait être interminable tant le livre d'or de l'hôtel se lit comme un résumé de la jet set et de l'intelligentsia fortunée du XX^e siècle. Dans ce qui semble un grand écart impressionnant, on y retrouve les plus belles femmes du monde (Ava Gardner ou Vivien Leigh), la vieille Europe de la culture avec ses talents éclectiques et esthètes (Federico Fellini, Fritz Lang, Jean Cocteau) et même... les idoles de la jeunesse dans le vent. Le plus incroyable est cette capacité

du Plaza Athénée – et de l'Avenue Montaigne – à rapprocher des talents que tout semble éloigner. Qui est l'un des invités d'honneur à l'anniversaire d'Arletty en 1987? John Travolta, qui était déjà venu dix ans plus tôt, à l'époque où il incarnait *La fièvre du samedi soir*...

From Cocteau to Travolta

Among other cigar
lovers, there were,

of course, the great American producers and directors, to whom we owe some of the greatest Hollywood movies: Darryl Zanuck ("The Grapes of Wrath", "Eve"), David Selznick ("Gone with the Wind"), John Ford, the king of westerns, King Vidor or Otto Preminger. The list is endless, the hotel's guest book reads like a resume of the jet set, the wealthy, and the intelligentsia of the 20th century.



3.



4.

Grand écart entre Cocteau et Travolta

And in what seems like an impressive generational gap, there are the world's most beautiful women (Ava Gardner or Vivien Leigh), Europe's old world culture with its eclectic and aesthetic talents (Federico Fellini, Fritz Lang, Jean Cocteau), and even more, the latest idols of the young generation. And, most incredible, is the Plaza Athénée and the Avenue Montaigne's ability to bring together talents that seem to have little in common. Imagine who was one of the guests of honor at Arletty's birthday party in 1987, John Travolta, who had stayed here ten years earlier when he starred in "Saturday night Fever."

À lire: *Hôtel Plaza Athénée Paris*, par Pascal Payen-Appenzeller, éditions Assouline



CARON

34 Avenue Montaigne

Quelles sont les dates-clés de Caron, née en 1903 ?

Tout a commencé avec la rencontre d'Ernest Daltroff et de sa muse Félicie: leur association fut un coup de maître. Daltroff créait le jus, Félicie dessinait son flacon, son écrin et imaginait son nom. Les parfums adoptaient alors des noms qui auraient pu être des titres de roman. Une évocation suggestive marquée par l'originalité, la qualité et le raffinement, à laquelle, jusqu'à ce jour, Caron n'a jamais failli, et qui a donné naissance à de grands succès: Narcisse noir (1911), N'aimez que moi (1916), Tabac blond (1919), Bellodgia (1927), Fleurs de rocaille (1933). Pour un homme (1934) première eau de toilette masculine. Ce génie des noms «qui signifient quelque chose» reste le privilège et la tradition Caron. Parfum sacré, lancé en 1992, en témoigne.

Dès 1998, Patrick Alès, Président de Caron, continuera d'orchestrer l'art et la tradition de la haute parfumerie française, en recherche perpétuelle de l'exception. Son fils, Romain Alès, actuel Président, poursuit cette route vers l'excellence.

Les soins pour Homme séduisent une clientèle de tous âges...

Faits sur mesure pour les hommes les plus exigeants, et proposés dans des flacons aux codes très épurés, les produits «haute performance» faciles à comprendre et à manipuler bénéficient du complexe spécifique Skinpower constitué de cinq minéraux et oligo-éléments, alliés à la puissance des plantes qui apportent à la peau les nutriments nécessaires pour un fonctionnement optimal. Ginseng et caféine pour redynamiser et stimuler l'épiderme, combinaison de karité et de menthe, pour apaiser et nourrir, vitamine E pour l'énergie, et arnica pour décongestionner.

Les poudres pour Femme figurent au rang des grandes «spécialités» de la Maison, notamment la Pompon Poudre...

Caron occupe depuis toujours une place de choix grâce à la performance unique de ses poudres, en jouant le naturel et la transparence pour obtenir une beauté fraîche et gourmande, simple et raffinée. Pompon Poudre revisitée, dans une nouvelle version, l'infini velouté et la matité longue durée. Cette poudre nomade, poids plume, facile à transporter, joue entre couleur et lumière, et nimbe délicatement la peau d'un voile léger.

What have been the key dates in the history of Caron since its creation in 1903?

Everything began when Ernest Daltroff met his muse, Félicie. Their collaboration was a stroke of genius. Daltroff created the "jus", or the scent, Félicie designed the perfume bottle, its box and invented the name. Their perfumes were given names that could have been the names of novels. Evocative images with original twists, quality and refinement, values that Caron still adheres to today and that have given birth to memorable successes: Narcisse noir (1911), N'aimez que moi (1916), Tabac blond (1919), Bellodgia (1927), Fleurs de rocaille (1933) and Pour un homme (1934), the first *eau de toilette* for men. This talent for names "that mean something" remains a Caron tradition. Parfum Sacre, introduced in 1992, is the proof.

Since 1998, Patrick Alès, President of Caron, has continued to orchestrate the art and tradition of fine French perfumes, perpetually seeking the exceptional. His son, Romain Alès, the current President, carries on this quest for excellence.

Your products for men appeal to clients of all ages.

Custom-made for the most demanding men, and presented in sleek, refined bottles, these high performance products are easy to understand and use, and take advantage of a specific Skinpower complex including five minerals and trace elements, combined with plant extracts providing the nutrients necessary to optimise skin function. Ginseng and caffeine re-dynamise and stimulate the epidermis, combining shea butter and mint, to soothe and nourish, Vitamin E for energy and arnica to decongest.

Your powders for ladies are among the great specialties of your trademark, particularly the Pompon Poudre...

Caron has always held a privileged place in this area, thanks to the remarkable performance of its powders, playing up the natural and transparency to obtain a fresh and luscious beauty, simple and refined. Pompon Poudre revisited, in a new version, has an infinitely velvety texture with a long-lasting mat finish. This nomad powder, feather-weight, easy to carry, plays up color and light, delicately illuminating the skin with a light veil.





ETERNAMÉ

5 Rue Clément Marot

Quelles sont les caractéristiques de la griffe de joaillerie Eternamé?

Le plus important pour Sarah Besnainou, créatrice de la Maison Eternamé, n'est pas de créer des bijoux au style identifiable, mais plutôt de penser le bijou comme un prolongement de la personne qui le porte. La véritable caractéristique d'Eternamé réside dans la fabrication: le travail de serti est extrêmement fin, les pierres utilisées sont toujours de qualité supérieure, avec un souci prononcé du détail, ce qui amène Eternamé à paver de diamants la face cachée d'un pendentif...

La force de la Maison réside également dans la subtile association des matières, comme l'onyx, l'or rose et le diamant blanc, ou l'agate blanche, la tanzanite et l'or blanc...

Toutes les pièces Eternamé sont «signées», en effet, tous les bijoux accueillent une petite améthyste, subtilement cachée: l'améthyste étant la pierre favorite de Sarah Besnainou.

Depuis sa création en 2007, la Maison connaît un vif succès...

En effet, Eternamé confirme ses débuts prometteurs. À force de travail, de recherche constante de la perfection, nous nous sommes forgés une clientèle fidèle, et entretenons des liens privilégiés avec la presse qui nous soutient. Ce qui nous a permis de développer nos points de vente, outre notre boudoir de la Rue Clément Marot, nous sommes présents à Megève et Courchevel l'hiver, mais aussi à Saint-Tropez, Strasbourg, Bastia, ainsi qu'à l'étranger: Moscou, Tel-Aviv, Beyrouth...

En dehors des créations sur mesure, quelles sont les lignes que porteront les femmes cet Automne-Hiver?

Nous travaillons actuellement sur notre prochaine collection, qui sera composée de pièces assez importantes (comme de gros bracelets en bois...) mais également beaucoup de bijoux faciles à porter au quotidien. Parmi les pièces, nous pouvons citer les boucles d'oreilles Cassandra, en forme de goutte, et qui se déclineront en malachite, onyx, agate, œil de tigre...

What are the characteristics of the Eternamé line of jewelry?

For Sarah Besnainou, founder of Eternamé, more important than creating an identifiable style of jewelry, is the idea that a jewel is the extension of the person who wears it. The true character of Eternamé lies in the fabrication: The settings are extremely fine, the stones used are of superior quality, and there is a pronounced attention to detail, to the point that even the hidden side of a pendant is ornamented with diamond pavé.

The strength of the mark also lies in the subtle association of materials, such as onyx, pink gold and white diamonds, or white agate, tanzanite and white gold.

All Eternamé creations are "signed" with a subtly hidden amethyst, Sarah Besnainou's favorite stone.

Since 2007, Eternamé has met with considerable success.

Yes, Eternamé has continued its promising beginnings. Thanks to hard work, to a constant search for perfection, we have built a loyal clientele, and have forged privileged ties with the press. This has allowed us to continue to develop our points of sale. In addition to our Boudoir on rue Clément-Marot, our trademark can be found in Megève and Courchevel in winter, but also in Saint-Tropez, Strasbourg, Bastia, and outside of France in Moscow, Tel-Aviv and Beirut.

In addition to your custom-made creations, what other pieces will women be wearing this Fall-Winter season?

We are currently working on our next collection, which will include some large pieces (such as large wooden bracelets...), but also many jewels that are easy to wear daily. Among these pieces, we could mention the Cassandra earrings in a teardrop form, that can be made in malachite, onyx, agate or tiger's-eye.

Eternamé
ETERNAMÉ
PARIS



ALEXANDRE DE PARIS

3 Avenue Matignon

Monsieur Alexandre de Paris, surnommé «le Prince de la coiffure» par le Gotha et les têtes couronnées, a régné sur le monde de la mode pendant plus de 50 ans. Portés par ce patrimoine, les nouveaux héritiers du Maître ne cessent de moderniser la culture du mythique salon parisien, tout en respectant son caractère noble et son histoire, véritable concentré des plus grands acteurs de la mode. À la tête de la Maison, Michel Dervyn, Président du Groupe éponyme, artiste et homme d'affaires à l'intransigeance et au talent manifestes, perpétue la légende.



Symbole de luxe et d'élégance française, la Maison Alexandre de Paris abrite prouesses techniques et savoir-faire de tradition dans le plus pur respect de la matière cheveux. Le 3, Avenue Matignon est, depuis toujours, le théâtre de moments d'émotions entre stars et coiffeurs. Les cabines privées du salon composent une atmosphère de sérénité pour l'élaboration des plus grandes beautés, en toute discrétion. L'or patiné marié à l'ivoire lumineux magnifient le lieu et célèbrent chaque jour l'univers de la coiffure de grand luxe. Confort absolu, architecture d'exception et de raffinement, laissent libre cours aux sculptures capillaires les plus sophistiquées, dirigées par le célèbre Directeur artistique, Jean-Luc Minetti. Entouré de la grande équipe Alexandre, il parcourt le globe pour satisfaire les désirs des femmes en quête d'exception. Chignons couture, crans art déco ou extensions de cheveux naturels, les souhaits les plus inavoués se matérialisent entre les mains expérimentées de ces artistes, formés à l'exigence pure. L'emblématique salon propose également des services esthétiques, des soins du cheveu et des accessoires façonnés par les plus grands artisans du luxe français.

Comme aimait le répéter Alexandre de Paris, «*Toutes les femmes sont des reines dans mon fauteuil*», Michel Dervyn s'efforce à faire de cette confidence, le véritable impératif de ce temple international de la beauté.

Monsieur Alexandre de Paris, dubbed the "Prince of Coiffure" by high society, jet set and royalty, reigned over the fashion world for more than 50 years. Carried by this renown, the heirs of the Master have never ceased updating the savoir-faire of this mythical Parisian salon, while respecting its noble and historic character, a true concentration of the greatest names in fashion. At the head of the company today, Michel Dervyn, President of the eponymous group, is an artist and intransigent businessman graced with the talent to perpetuate the legend.

A symbol of French elegance and luxury, the *Maison* Alexandre de Paris boasts technical know-how and traditional savoir-faire in everything relating to hair care. Number 3 Avenue Matignon has always been the site of emotional moments between stars and their hair stylists. The private booths of the salon create a serene atmosphere for styling the greatest beauties, in full discretion. Burnished gold and ivory marry to make a magnificently luminous atmosphere in which to celebrate daily the universe of luxury coiffure. Ultimate comfort, exceptional architecture and refinement give free reign to the most sophisticated capillary creations, under the supervision of Artistic Director, Jean-Luc Minetti. Backed by the team at Alexandre, he travels the globe to satisfy the wishes of women seeking the exceptional. Couture chignons, art deco waves or natural hair extensions, secret desires become reality in the experienced hands of these artists who have all undergone exacting training. This emblematic salon also offers other beauty services from hair treatments to accessories made by the greatest French luxury craftsmen.

Alexandre de Paris often repeated, "*All women are queens in my chair*," and Michel Dervyn does his utmost to make this remain the true motto of this international temple of beauty.





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

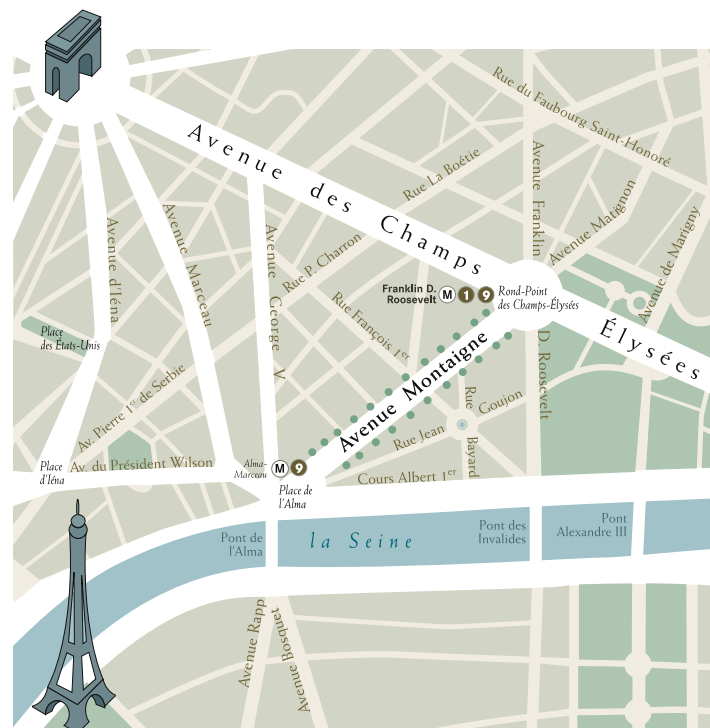
STATIONS DE MÉTRO/METRO STATIONS: Pyramides

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 Doulié – 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 Louis Vuitton
 ART COMMUNICATIONS would like to thank the Maison Louis Vuitton

©Avenue Montaigne, juillet 2010, imprimé en France - July 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



AN