



Gene Sargent 2005

L'UNIVERS DE CHANEL

THE WORLD OF CHANEL



Mademoiselle Chanel
par Man Ray, 1935
© Man Ray Trust / ADAGP Paris, 2008
Autoportrait Karl Lagerfeld,
2008



Be unique, set a distinctive course

“To be different, you need to be irreplaceable,” said Mademoiselle Chanel, the legendary designer, whose vision of modernity combined luxury with the intelligence of practicality – and revolutionized women’s wardrobes. Concentrating on the essence of a style and using a selection of iconic references, Chanel proclaimed her signature codes from the 1920s onward: the chain-link shoulder bag, the camellia, tweed, the two-tone shoe, the little black dress and pearls – these, her inimitable trademarks. “*Fashion passes, but style remains,*” she liked to recite. Today, Karl Lagerfeld, the magician of perpetual renaissance, cultivates this heritage by uniting it with the modern era. “*I have a certain number of notes – I play with them. This is my tune of the day or night.*”

Dans la mode, on sait qu'on a réussi quand quelque chose dérange.

In fashion, you know you have succeeded when there is an element of upset
Gabrielle Chanel

Ainsi parlait Mademoiselle Chanel, femme de rupture, pionnière d’une modernité minimale et efficace, visionnaire d’un nouveau luxe allié à une intelligence du fonctionnel. Concentrant l’essence d’un style autour de quelques références iconiques, elle impose, dès les années 20, ses codes identifiants. Sac 2.55, tweed, soulier bicolore, camélia, petite robe noire et perles s’inscrivent en repères incontournables. «*La mode se démode, le style jamais,*», aimait-elle à répéter. Aujourd’hui, Karl Lagerfeld, magicien d’une perpétuelle renaissance, cultive ce patrimoine en le greffant sur l’époque. «*J’ai un certain nombre de notes, je joue avec. C’est ma petite musique de jour ou de nuit.*»

Soyez unique



Marie-Hélène Arnaud, 1959

© CHANEL/photo D.R.

Le 2.55 né pour gagner

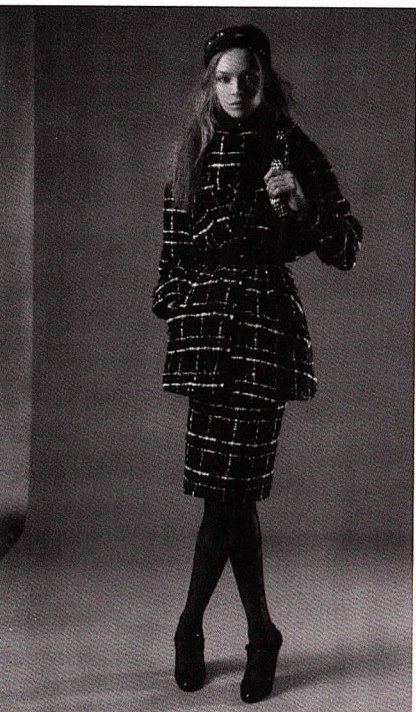
Le sac classique de la maison – baptisé aussi «le classique» – entre dans la légende en février 1955. Il dit tout de Mademoiselle Chanel. Son obsession de libérer la femme, de fusionner fonctionnel et esthétique épurée. Il vient d'où? De son observation des besaces militaires à bandoulière et de la façon dont elle aimait porter ses jumelles sur les champs de courses, mains dans les poches, attitude d'homme libre. En 1929, elle détourne, pour elle, une besace, et l'habille en jersey noir ou marine doublé de gros-grain. En février 1955, œillets, chaînes mythiques tressées en cuir et laiton, double C surpiqué, fermoir à tourniquet, cuir matelassé, poches étudiées, signent le sac le plus célèbre du monde. Cent quatre-vingts précieuses opérations griffent sa réalisation. Aujourd'hui, Karl Lagerfeld le réactualise en denim, rhodoïd, PVC gansé de cuir argenté ou en matelassé façon croco.

The legendary shoulder bag born to win

The company's classic handbag became part of the legend in February 1955, subsequently earning the name '2.55.' It is the personification of Mademoiselle Chanel's obsession with liberating women and her desire to blend functionality and her chic aesthetic sense – all, realized in the singular style of this handbag. How did the '2.55' evolve? From her observations of military bags with straps, and from the way she liked to carry her binoculars on the racecourse – with her hands in her pockets, like a man. In 1929, she transformed a military bag for her own use, covering it with black or navy blue jersey, and lined it in grosgrain. In February 1955, quilted leather, a mythical chain braided in leather and brass, a top-stitched double C, a rotating clasp and specially-designed pockets became the hallmarks of the most famous handbag in the world. A total of 180 precious operations are necessary to manufacture it. Today, Karl Lagerfeld has modernized it with new variations and a cornucopia of unexpected fabrics, including denim, PVC braided with metallic leather and 'croco' embroidery.



Rinko Kikuchi
en CHANEL



Collection Prêt-à-Porter
Automne-Hiver 2008-2009

Tweed stolen from men

Mademoiselle Chanel's relationship with the Duke of Westminster at the end of the 1920s inspired her taste for tweed jackets – the foundation of casual elegance – and she incorporated them into her personal aesthetic. The material of male wardrobes became firmly fixed in her memory. In 1956, she re-opened the House of Chanel and responded to the heightened femininity of the conventional New Look with a modern and timeless femininity infused with masculine values. She revived tweed, changed it slightly and used it in endless combinations for her supple, emblematic suits – a perfect, classic blend of masculinity and femininity. Distinguishing marks? Flexible construction, signature braiding, silk lining for greater fluidity, fine chains sewn into the hem for a flattering silhouette, and Scottish tweeds, which were lightly washed to preserve their softness. Today, legendary suits are reinterpreted with just the right dose of irreverence by Karl Lagerfeld

De ses amours avec le duc de Westminster, à la fin des années 20, Mademoiselle Chanel retient les vestes en tweed, base d'une élégance désinvolte. L'androgynisme les approprié, pour son usage personnel. Et ancre dans sa mémoire cette matière du vestiaire masculin. En 1956, elle ré-ouvre sa maison et répond à la féminité exacerbée et conventionnelle du New Look par une féminité moderne et intemporelle, codée de masculin. Elle rappelle le tweed, le décale – et le conjuguera à l'infini – sur ses tailleurs souples emblématiques, ultra-médiatisés, parfaite fusion intemporelle d'un masculin et d'un féminin. Conçus comme une seconde peau. Signes particuliers? Veste souple sans entoilage, ganse «signature», doublure en soie pour une plus grande fluidité, fines chaînettes cousues sur l'ourlet des vestes pour un tombé parfait, tweeds venus d'Écosse, lavés plus légèrement pour en garder le moelleux. Aujourd'hui, les tailleurs légendaires, réinterprétés avec la juste dose d'impertinence par Karl Lagerfeld, rencontrent encore et toujours leur époque.

Le tweed volé aux hommes



Romy Schneider, 1962
© Dalmas/SIPA



Le soulier bicolore détourné du sport



Mademoiselle Chanel, 1928
© TopFoto/Roger Verdiet

The two-tone shoe taken from sport

On the Duke of Westminster's yacht, Mademoiselle Chanel's visionary eye took note of the men's shoes, which were made of natural canvas with black leather tips. Leaning on the shoulder of the dancer and choreographer Serge Lifar – a cult figure in 1937 – she, who had always been the model for her own designs, was the picture of modernity – wearing a black top, white trousers and thick-soled sandals with black tips. In 1957, the liberated woman, who liked to “do the right thing at the right time,” once again suggested a break with tradition, at a time when couturiers were matching clothes with shoes – and a shoe with an open back did not exist. The two-tone graphic sandal had only just begun its irresistible ascension. Obsessed with comfort, Chanel liberated the foot using a small elastic band on the inner edge and gave her footwear design a black tip – once again, referencing the boating shoes. In addition to the practical aspect of hiding stains, the black tip also made the foot appear smaller – while the beige portion of the shoe made the leg look longer. Graphic aesthetics combined with common sense. “We can go around the world with four proposals,” she was known to say. In a pragmatic way, she offered beige leather with a black tip for day, a navy blue tip for the summer version, a brown tip for the sports version, and a platinum-gold tip especially for the evening. Under the creative impetus of Karl Lagerfeld, the legendary two-tone concept can be found in ballerina flats, boots and tweed thigh-high boots.

Sur le yacht du duc de Westminster, l'œil affûté d'une visionnaire imprime sur sa rétine les souliers portés par les hommes en toile naturelle et au bout en cuir noir. Perchée sur l'épaule du danseur et chorégraphe, Serge Lifar – image culte signée 1937 – celle qui avait toujours été le modèle de ses innovations porte la modernité d'un top noir, d'un pantalon blanc et de sandales à semelle épaisse et bout noir. En 1957, la femme libre qui aimait «faire la chose juste au bon moment», impose une fois de plus, à l'époque où les couturiers coordonnaient vêtements et chaussures, où l'ouverture à l'arrière n'existait pas, une rupture. La sandale bicolore graphique ne fait que débiter son irrésistible ascension. L'obsessionnelle du confort libère le pied grâce à un petit élastique sur le côté intérieur. Et elle se souvient des chaussures de bateau et leur offre un bout noir... Outre son aspect pratique contre les taches, il faisait le pied plus petit. Le beige, lui, allongeait la jambe. Esthétique graphique et bon sens. «Avec quatre propositions, on fait le tour du monde». Elle décline donc, pragmatique, un cuir beige et bout noir pour le jour. Un bout marine en version été. Un bout marron en version sport. Et un bout or platine voué au soir. Sous l'impulsion créative de Karl Lagerfeld, le légendaire bicolore s'affiche en ballerines, bottes, ou bottes guêtres en tweed.



Fleur fétiche de Mademoiselle Chanel, éprise de l'Orient – le camélia était autrefois nommé «la rose japonaise» –, il est le parfait contrepoint, dans sa simplicité si pure, sa rondeur presque géométrique, à ses robes noires légendaires. Symbole de longévité et de fertilité, emblème d'immortalité, on dit aussi qu'il chasse les mauvais esprits. Fleur sans odeur, il ne faisait pas d'ombre au N°5 que la couturière portait rituellement. Au XIX^e siècle, les hommes continuaient d'en fleurir le revers de leur costume. Le camélia était aussi la fleur de deux courtisanes, la Dame aux Camélias et l'héroïne de *La Traviata*. Deux femmes libres. Rue Cambon, dans ses appartements, les célèbres paravents qu'elle collectionnait en laque de Coromandel noire ou rouge, affichent la fleur emblématique, version blanche ou rose. «*Ils jouent le rôle de tapisserie du Moyen Age, ils permettent de reconstituer sa maison partout*», disait la nomade. Pour le façonner, le sculpter au juste volume, les pétales sont découpés en cœur, gaufrés à l'emporte-pièce, pistils au centre. Décliné dans toutes les matières et les couleurs, le camélia a besoin de quarante minutes de savoir-faire délicat, à la main, pour exister en toute beauté et réveiller vêtements et accessoires.



The camellia the discreet icon

Mademoiselle Chanel was enamored with the East, and her favorite flower – the camellia – once called the “Japanese Rose.” The symbol of long life and fertility and an emblem of immortality, it is also said that the camellia banishes evil spirits. With its pure simplicity and almost symmetrical roundness, the white bloom is the perfect counterpoint to her legendary little black dresses. Making it even more compelling, the camellia is a flower without fragrance; therefore it did not overpower N°5, which the dressmaker wore without fail. The camellia was also the flower of two courtesans, two free women – the Lady of the Camellias and the heroine of *La Traviata*. In Chanel's own apartment on rue Cambon, white and pink camellias decorated her beloved black and red Coromandel lacquer folding screens. “*They play the role of Middle Age tapestries, they make it possible to recreate one's house everywhere,*” said the audacious designer. In order to shape the flower and sculpt it to the right volume, couturiers cut the petals into the shape of a heart and emboss it with the pistils in the center. Displayed in a range of materials and colours, the camellia requires 40 minutes of skillful handwork to beautifully materialize and decorate the clothing and accessories.



Le camélia icône discrète





Anna Mouglalis
en CHANEL

Collection Prêt-à-Porter
Automne-Hiver 2008-2009

The little black dress revolutionary

Reacting to the flood of colours in the 1920s, Chanel the rebel once again denounced the status quo and declared the supremacy and perfect simplicity of the colour black – which, until then, had been reserved for mourning. The little black dress enveloped the body, removing the corset's restrictions, and established a new silhouette made of jersey – a material borrowed from men's underwear – crepe or lace. Americans sang her praise and christened the dress the "Ford of Chanel," its surprising success parallel to that of the legendary car with its modernity in accordance with the era. *"Always taking away, and never putting back,"* repeated the enthusiast for minimal perfection. She also said, *"I'm going to dress them all in black to teach them good taste"*. As a counterpoint to her little black dress, she created an abundance of baroque-style costume jewelry that became a line in its own right. Karl Lagerfeld has never forgotten the impact of the little black dress, and has rendered it in chiffon and knitwear, as well as in spectacular silk scattered with giant camellias.

La petite robe noire révolutionnaire

En réaction aux déferlements de couleurs des années 20, la rebelle innove encore frontalement. Couleur noire – jusqu'ici réservée au deuil – et parfaite simplicité. La petite robe noire coule sur le corps, gomme les contraintes du corset, impose une silhouette neuve, en jersey – matière détournée des dessous masculins –, en crêpe ou en dentelle. Les Américains applaudissent, et, devant le succès aussi surprenant que celui de la voiture légendaire, la baptisent «la Ford de Chanel», étiquetant sa modernité, sa parfaite adéquation à l'époque. *«Toujours enlever, jamais remettre»*, répétait l'adepte d'un perfectionnisme minimal. Elle disait aussi, *«Je vais toutes les mettre en noir pour leur apprendre le goût»*. Pour habiller sa «petite robe noire», elle crée, en contrepoint une abondance de bijoux fantaisie au registre baroque, qui deviennent une ligne à part entière. Karl Lagerfeld ne l'oublie jamais, la travaillant en mousseline comme en maille. Ou en spectaculaire soie froissée semée de camélias géants.



Il suffit de regarder les portraits de la femme de caractère adoucie par ses multiples sautoirs. Qu'ils soient signés Man Ray ou Cecil Beaton – les photographes les plus pointus de l'époque –, ils mettent en scène la présence intense et lumineuse des rangs de perles jetés de façon anticonformiste, sublimant un simple «top» noir. Mademoiselle Chanel parlait de leur qualité aussi flatteuse qu'un maquillage. Connotées simplicité, éclat, pureté absolue, les perles entrent dans l'histoire avec le défi d'éclairer, de valoriser la sobriété de sa mode. Elles vont se poser, bien



Mademoiselle Chanel, 1936
© Lipnitzki, Roger Vissler

sûr, en atout majeur de ses légendaires robes noires, signant un look indémodable. Elles s'en iront sublimer, lumineuse signature, sacs, souliers, lunettes, ceintures, jusqu'à s'intégrer aux vêtements. Elles s'enfilent délicatement à la main, avec un nœud entre chacune d'elles, comme les vraies perles, glorifiant le précieux savoir-faire de la maison et de ses métiers d'art révévés.

The pearls enhancing

The portraits of Mademoiselle Chanel, exuding charisma and draped with multiple layers of jewelry, are striking. Whether they are signed by Man Ray or Cecil Beaton – the leading photographers of the time – the portraits show the ability of the intense and luminous strands of pearls to make a simple black dress sublime when thrown on in an anti-conformist manner. Of course, pearls became the highlight of her legendary black dresses, creating a look that would never go out of style. Mademoiselle Chanel spoke of the

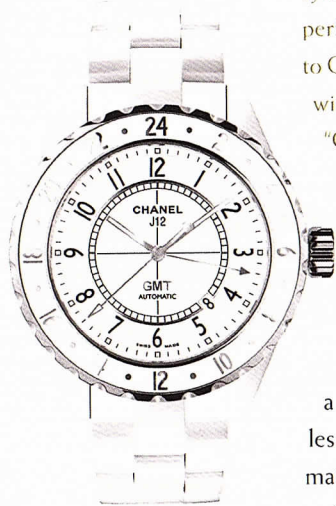
quality of pearls, as flattering as makeup, with nuances of simplicity, brilliance and absolute purity; they chically addressed the challenge of illuminating and enhancing the streamlined elegance of her fashions. Pearls continue to adorn handbags, shoes, glasses, belts and clothing with their luminous presence, and have even graced a line of makeup.



Les perles faire-valoir



Le temps CHANEL



Montre «J12» GMT blanche
CHANEL

CHANEL Time

2007. CHANEL celebrates 20 years of watchmaking and 5 years of presence at the prestigious international watchmaking fair, Baselworld. Two very significant and emblematic dates immortalized by exclusive and exceptional creations.

Ever since the launch of the "Première" watch in 1987, CHANEL has been developing a watchmaking world in a league of its own. Following fashion and fragrance, make-up and skincare, this third pillar of CHANEL, is in a constant state of evolution, gaining strength and experience. So much so that today CHANEL watches can be divided into three families: the Jewellery collection, the "J12" and the "Intemporelles de CHANEL", where each model is inspired by one of the couture house's famous symbols. The "Première", whose rectangular form with cut corners evokes both the shape of the N°5 perfume bottle as well as the Place Vendôme. The "Matelassée" echoes the quilted theme so close to Gabrielle Chanel's heart. The "Mademoiselle" is instantly recognisable with its white lacquered frame and stretched Roman numerals. And the "Chocolat" is a digital version of the "Matelassée".

2007. CHANEL fête ses 20 ans de créations horlogères et ses 5 années de présence au Salon international de l'horlogerie à Bâle. Deux dates emblématiques immortalisées par des pièces d'exception.

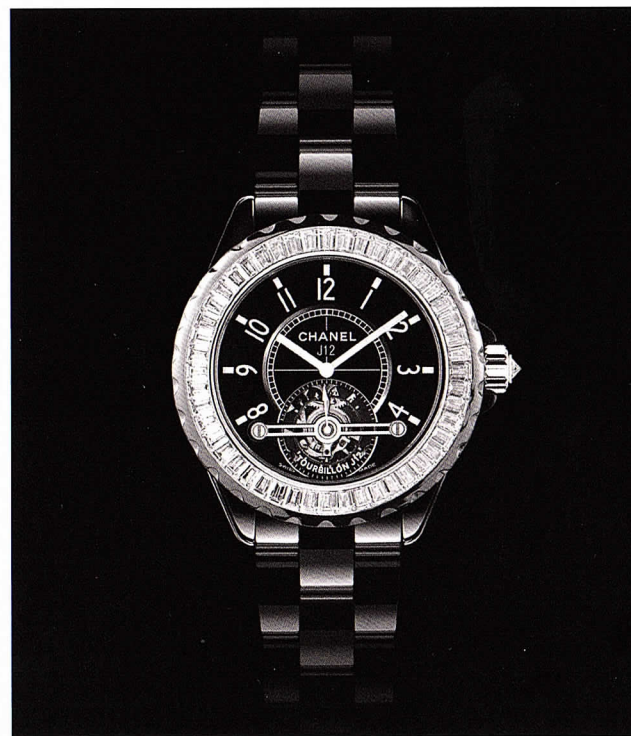
Depuis le lancement de la montre «Première» en 1987, CHANEL a développé un univers horloger à part entière. Après la mode, les parfums, le maquillage et le soin, ce troisième métier de la maison CHANEL n'a cessé de s'enrichir et de se renforcer au fil du temps. À tel point qu'aujourd'hui, les montres CHANEL se scindent en trois familles: «J12», les modèles Joaillerie et les collections «Intemporelles de CHANEL» où chaque modèle reprend l'un des symboles forts de la maison: La «Première» dont la forme rectangulaire à pans coupés évoque le cabochon du flacon du N°5 et la forme de la place Vendôme. La «Matelassée» qui réinterprète un thème cher à Gabrielle CHANEL. La «Mademoiselle», reconnaissable à son cadran en laque blanche sur lequel s'étirent de longs index en chiffres romains. La «Chocolat», réinterprétation du motif Matelassé, associée à une lecture digitale.



Montre «Première» Perles
CHANEL

C'est à La Chaux-de-Fonds, en Suisse, dans ses ateliers de huit mille mètres carrés que CHANEL fait naître toutes ses montres. Là, entre prairies et sapins, l'étincelle créative se transforme en produits innovants : les outillages numériques de pointe, mêlés au savoir-faire traditionnel horloger, assurent l'ensemble des opérations, de la fabrication des boîtes et des bracelets jusqu'à l'emboîtement des mouvements développés et réalisés par des entreprises suisses spécialisées. L'an 2000 voit naître la «J12», devenue en quelques années une icône de l'horlogerie, au même titre que le N°5 dans l'univers des parfums. En noir puis en blanc, en version sertie, chronographe, tourbillon, puis haute joaillerie... elle s'est imposée comme une référence horlogère internationale qui ne cesse d'évoluer au fil des années. Depuis vingt ans, CHANEL révolutionne l'horlogerie et marque son temps.

CHANEL brings its watches to life in an 8000 sqm. workshop in the Chaux-de-Fonds in Switzerland. It is there, in between the region's meadows and pine trees that a creative spark turns these timepieces into innovative products. Cutting edge digital equipment combined with traditional watchmaking *savoir-faire* guarantees perfection through and through, from the production of boxes and bracelets right up to the casing of mechanisms created and developed by Swiss specialists. In 2000, the "J12" was born, and in just a few short years it has achieved the same iconic status in watchmaking as CHANEL N°5 has in the world of perfume. First in black and then white, in a set, chronograph, tourbillon and then a jewellery version, it has established itself as an international watchmaking reference that continues to evolve over the years. For 20 years CHANEL has marked time by revolutionising watchmaking.



Montre «J12» Tourbillon Joaillerie
CHANEL



Portrait de Mademoiselle Chanel par Horst, 1937

© L'Oréal Paris/Corbis

Avec la force d'une évidence, la joaillerie de CHANEL prend toute sa dimension dans le respect de ses valeurs et la fidélité à une certaine idée du luxe et du beau. L'histoire de la Joaillerie CHANEL commence en novembre 1932, quand Mademoiselle Chanel présente dans les Salons de son hôtel particulier rue du Faubourg Saint-Honoré, à Paris, sa première collection de joaillerie, «Bijoux de Diamants», entièrement consacrée au platine et au diamant. «Si j'ai choisi le diamant, c'est qu'il représente la valeur la plus grande sous le plus petit volume», disait-elle. Parce qu'il est le motif qui met le mieux en valeur l'éclat de la pierre, elle choisit la comète comme thème majeur de la collection. «J'ai voulu couvrir les femmes de constellations. Des étoiles ! Des étoiles de toutes les dimensions pour étinceler dans les chevelures, des franges, des croissants de lune. Voyez ces comètes dont les têtes brilleront sur une épaule, et dont les queues scintillantes vont glisser derrière les épaules pour retomber en pluie d'étoiles sur la poitrine. ...»

Diamond jewellery

CHANEL Fine Jewellery clearly displays the inherent respect for its values and its deep commitment to the house's notions of beauty and luxury. The story of CHANEL Fine Jewellery began in November 1932 in the Salons of her *hôtel particulier* rue du Faubourg Saint Honoré, Paris. It was here that Mademoiselle Chanel presented her first Fine Jewellery collection, "Bijoux de Diamants", made entirely from diamonds set in platinum. She explained that: "The reason I have chosen diamonds is because they represent the greatest value in the smallest volume". And, since it emphasises the scintillating value of the stone, she chose the comet as the main theme of the collection. "I wanted to cover women in constellations, stars! Stars and crescent moons of all dimensions to shimmer in the hair and the fringe. Watch as these comets' heads will glitter on a shoulder and their sparkling tails will slide behind the shoulders to explode in a shower of stars over the décolleté. ..."



Bijoux de Diamants



Today, as with all CHANEL creations, the Fine Jewellery collection is inspired by the personal history of Mademoiselle Chanel and the symbols that were so dear to her, resulting in enviable creativity and unmistakable identity. Fusing tradition and innovation, the pieces that have established the CHANEL identity are interpreted in a precursory spirit, always innovative thanks to the traditions of French fine jewellers and the *savoir-faire* of Paris' top ateliers which use only the most noble materials, purest stones and rarest pearls.

More than 70 years on from that first legendary "Bijoux de Diamants" collection, CHANEL has become one of the undisputable leaders in Fine Jewellery, resolutely inscribing Mademoiselle Chanel's stars on the Place Vendôme.

Aujourd'hui, comme toutes les créations de CHANEL, la joaillerie s'inspire de l'histoire personnelle de Mademoiselle Chanel et des symboles qui lui sont chers, et reflète ainsi une créativité incomparable et très identifiable. Entre tradition et innovation, les constantes qui ont créé l'identité de CHANEL, sont interprétées dans un esprit précurseur et toujours innovateur grâce à la tradition de la haute joaillerie française et au savoir-faire des meilleurs ateliers parisiens qui travaillent les matières les plus nobles, les pierres les plus pures et les perles les plus rares.

Plus de soixante-dix ans après la collection «Bijoux de Diamants», CHANEL est devenu l'un des acteurs incontournables de la joaillerie, en inscrivant au firmament de la place Vendôme les étoiles de Mademoiselle Chanel.



CHANEL

42 avenue Montaigne

Marie-Louise de Clermont-Tonnerre, parlez-nous de l'univers de CHANEL. CHANEL aujourd'hui c'est toujours la Mode (Haute Couture, Prêt-à-porter et Accessoires), l'Horlogerie, la Joaillerie et les Parfums et Produits de Beauté, qui existent depuis 1924. Tous font partie intégrante de l'esprit de CHANEL.

Quels sont les grands succès de CHANEL dans l'univers des parfums, maquillage et soins ?

Le N°5, emblème des parfums CHANEL depuis sa création en 1921, mais aussi Allure pour son élégance subtile, Coco Mademoiselle pour sa modernité absolue et les Exclusifs (une collection de onze fragrances rares : Sycamore, N°22, Gardénia, Bois des Iles, Cuir de Russie, Eau de Cologne, 31 rue Cambon, N°18, Coromandel, Bel Respiro et 28 La Pausa). Du côté des masculins : Pour Monsieur, lancé en 1958 par Mademoiselle Chanel. Allure Homme Sport et Allure Homme Edition Blanche, deux versions contemporaines du parfum masculin Chanel couronnées d'un véritable succès.

Pour le maquillage, la Maison a écrit une nouvelle page de son histoire avec l'arrivée de Peter Philips en janvier 2008. Le Rouge Allure, produit phare devenu incontournable, a su renouveler le geste du maquillage des lèvres. Parmi les produits cultes : Les Quatre Ombres, qui habillent les yeux d'effets sur mesure, ainsi que Le Vernis, précurseur de tendance avec le Rouge-Noir et aujourd'hui le Blue Satin. Enfin, Sublimage, la crème Premium de soin global, s'adresse à toutes les femmes d'excellence.

Les cosmétiques griffés CHANEL connaissent un vif succès, à quoi l'attribuez-vous ?

Le succès des cosmétiques de CHANEL s'explique par le fait qu'ils sont porteurs, autant qu'un sac ou un tailleur, des valeurs et de l'histoire de la marque.

Quels produits de soin et de beauté les «femmes de CHANEL» découvriront-elles prochainement ?

L'Eau Première N°5, une réinterprétation moderne du célèbre parfum, à découvrir début septembre. Et la première collection de maquillage créée par Peter Philips, inspirée des ors de l'appartement de Mademoiselle Chanel.

Marie-Louise de Clermont-Tonnerre, tell us about the world of CHANEL. CHANEL today is Fashion (Haute Couture, Ready-to-wear and Accessories), Watches and Jewelry, Perfumes and Beauty Products, which have existed since 1924. All of these are an integral part of the CHANEL spirit.

What are the greatest successes of CHANEL in perfumes, make-up and beauty care?

N° 5, the emblem of Chanel perfumes since its creation in 1921, but also Allure for its subtle elegance, Coco Mademoiselle for its absolute modernity and les Exclusifs (a collection of eleven rare fragrances: Sycamore, N° 22, Gardénia, Bois des Iles, Cuir de Russie, Eau de Cologne, 31 rue Cambon, N° 18, Coromandel, Bel Respiro and 28 La Pausa). And for men: Pour Monsieur, launched in 1958 by Mademoiselle Chanel. Allure Homme Sport and Allure Homme Edition Blanche, two contemporary versions of Chanel's masculine scents have been great successes.

For make-up, the Maison opened a new chapter in its history with the arrival of Peter Philips in January 2008. Le Rouge Allure, a key product that has become a must, has truly revived lip make-up. Among the cult products: Les Quatre Ombres, to decorate eyes with customized effects, as well as Le Vernis, precursor of a trend with the Rouge-Noir, and today the Blue Satin. Finally, Sublimage, the Premium cream for total care, is made for all women of excellence.

Cosmetics with the CHANEL label have met with great success, to what do you attribute this enthusiasm?

The success of CHANEL cosmetics is explained by the fact that they represent, as much as a handbag or a suit, the values and the history of the brand.

What beauty products will the "CHANEL women" soon to discover?

L'Eau Première N°5, a modern reinterpretation of the famous perfume, will be available in early September. And also, the first make-up collection created by Peter Philips, inspired by the gold in Mademoiselle Chanel's apartment.

CHANEL

