

SHOWCASE



SHOWCASE

SHOWCASE
#MAGAZINE
#SHOPPING
#VITRINES
#PARIS#ETE
2022
NUMERO 20





Bégum

PARIS

LE SECRET LE MIEUX GARDÉ DE PARIS.

MAISON DE HAUTE-CHAUSSURE DEPUIS 1990.
FABRICATION ARTISANALE À LA MAIN EN FRANCE.

Rive Droite - 159 galerie de Valois - Paris 1er
Rive Gauche - 10 & 18 rue du Pré aux Clercs - Paris 7ème



NUMERO 20 ETE 2022 SUMMER 2022

L'été est là et bien là.

A l'heure où nous bouclons ces pages, un épisode de canicule intense traverse l'Europe. L'occasion de marquer une pause et de revenir sur le premier semestre de l'année 2022 avec en tête un impératif qui, désormais, s'impose à toutes et tous : composer avec un monde fragile en perpétuelle évolution. C'est pourquoi la rédaction de Showcase s'emploie à conter le beau et à mettre en lumière celles et ceux qui, au quotidien, contribuent à rendre notre vie plus douce. C'est ce que nous vous proposons de retrouver au fil des pages de ce nouveau numéro. Des célébrations, des anniversaires, des découvertes de prestigieuses Maisons. Cap aussi sur une tendance forte : la rose qui, dans sa très grande pureté, s'invite dans les nouveaux opus des plus grands parfumeurs. Des Maisons résolument engagées en faveur d'un monde plus inclusif et protecteur de l'environnement. Pour parfaire ce voyage, notre reporter vous emmène à Tahiti, l'archipel aux couleurs d'été. L'occasion de découvrir l'un des plus beaux hôtels de la planète : The Brando. Un lieu unique où la présence de l'homme se fait discrète et silencieuse pour observer les trésors de la nature. Bonne lecture !

Sylvie Cousantier, Rédactrice en Chef

Summer is definitely here.

As we close these pages, an intense heat wave is crossing Europe. The opportunity to take a break and look back on the first half of the year 2022 with a certitude in mind for everyone : to deal with a fragile world in perpetual evolution. That's why Showcase's editorial staff wants to tell the story of beauty and to highlight those who, on a daily basis, contribute to make this world a little softer and smoother. This is what we suggest you throughout the pages of this new issue. Celebrations, anniversaries, discoveries of prestigious Houses. Focus on a strong trend : the rose which, in its absolute purity, invites itself into the new opus of the greatest perfumers. Houses resolutely committed to a more inclusive world that is more protective of the environment. To perfect this trip, our reporter takes you to Tahiti, the archipelago in summer colors. The opportunity to discover one of the most beautiful hotels on the planet : The Brando. A unique place where the presence of man is discreet and silent in order to observe the treasures of this world. Enjoy your reading !

Sylvie Cousantier, Editor in Chief

Photo Couverture : STELLA FOREST

SHOWCASE Vitrines en Vue

Magazine édité par S.C. 324 rue Saint-Honoré - 75001 Paris
Rédactrice en Chef : Sylvie Cousantier
06 72 42 77 76 - showcase.redaction@gmail.com
showcaseparis.com @showcasemag

Ont collaboré à ce numéro :
Juliette Flageollet, Stéphanie Leclère, Emmanuelle Regaert,
Chloé Consigny, Marion Jaloux, Lola Madeleine Garner, Anne-Laure Serent.
Graphisme/maquette : OSCAR
Photographes :
Juliette Flageollet. www.julietteflageollet.com
Pierre Schwartz. www.pierreschwartz.fr

Imprimé en France
Dépôt légal juillet 2013
Showcase est une marque déposée auprès de l'Inpi

Distribué dans les hôtels parisiens de luxe,
les lieux tendances, les concept-stores...



EAU DE



www.rochas.com

ROCHAS



MONTBLANC

EXPLORER

LE PARFUM POUR HOMME



LA BEAUTÉ

GLAMOUR
#EFFLUVES
#COSMÉTIQUES
#FRAGRANCES
#COCOONING
#MAKEUP
#GLOW



GUERLAIN

PARIS

AQUA ALLEGORIA

LA NOUVELLE COLLECTION

JUSQU'À 95% D'ORIGINE NATURELLE*

LE MONDE EST NOTRE JARDIN



Mon amie La Rosée

Face au vieillissement cutané et aux exigences d'entretien pour conserver une peau saine et fraîche, en matière d'innovation, les marques ne chôment pas et redoublent d'inventivité pour contribuer à nous accompagner dans ces efforts du quotidien. La Rosée fait partie de celles-ci. La marque a déjà fait ses preuves en 2018, avec le grand succès de son Masque Stick Régénérant 3-en-1 qui confère à ses utilisateurs un effet peau neuve avéré et devient un incontournable et un indispensable pour beaucoup de beauty addicts. 4 ans plus tard, un petit nouveau vient compléter la gamme : le Masque en Stick Nourrissant. Au menu, un cocktail d'actifs pour une peau douce et confortable qui retrouve sa souplesse et son éclat : huile d'amande douce bio, cire d'abeille et de tournesol, argile blanche, beurre de karité, cire végétale de carnauba, vitamines E & C, sans eau et sans conservateurs ! Formulé avec 100% d'ingrédients d'origine naturelle, le Masque nourrit, assouplit et lisse la peau, tout en la tonifiant et en la détoxifiant. On adore sa texture onctueuse, qui glisse sur le visage et offre un véritable moment de bien-être. Ultra-pratique à glisser dans une trousse, il nous accompagnera pendant nos vacances, pour reconforter notre peau à tout moment !

Masque en Stick Nourrissant, 17,90 euros
La Rosée, www.larosee-cosmetiques.com

Summer Essentials



La collection estivale de Rituals, The Ritual of Karma, voit l'arrivée de deux nouveaux produits. Idéale à appliquer lors des chaudes journées d'été, la Lotion Hydratante pour le Corps hydrate la peau en un instant. Formulée à partir de 95% d'ingrédients d'origine naturelle, sa texture gel ultra-légère pénètre instantanément, sans effet collant.

Laissez-vous porter par les effluves réconfortants et apaisants du lotus sacré et du thé blanc. Ces notes estivales sont également celles présentes dans la nouvelle Bougie Parfumée d'Extérieur, qui transforme le jardin en paysage enchanté. Sa senteur fraîche, aux propriétés exaltantes, invite à une escapade inattendue, le temps d'une soirée d'été. Sentez les vibrations puissantes de la saison, le bonheur est à portée de main !

The Ritual of Karma, Lotion Hydratante pour le Corps, 13,50 euros
Bougie d'Extérieur, 39,90 euros, Rituals, www.rituals.com

Protégée pour l'été

Odacité vient de formuler l'écran solaire 100% minéral que l'on recherche toutes ! Il allie le meilleur de la recherche en termes de protection solaire. Le SPF 50 Mineral Drops Sheer Sunscreen possède la protection UVA la plus élevée ! Combinée à une très haute protection contre les UVB qui causent rougeurs et coups de soleil, la peau est parfaitement protégée contre les effets néfastes du soleil. Au quotidien, la peau est belle et confortable. Formulée avec la meilleure technologie anti-âge, le Sun Repaire Complex, corrige les taches et unifie le teint, améliore l'hydratation et l'éclat, réduit les irritations. L'application se fait uniformément et sans efforts, sans laisser de résidus blancs ni effets collants. Sa texture veloutée et légère fond sur la peau, la laissant ainsi protégée et magnifiée. Un nouveau geste à adopter dans notre routine de soins, à porter seul ou sous le maquillage !

SPF 50 Mineral Drops Sheer Sunscreen, 52 euros,
Odacité, www.odacite.com



Le nouvel allié minceur !

Ici, pas de secret ! Une alimentation saine et équilibrée associée à une activité physique restent les meilleures clefs pour conserver une taille fine et dessinée. Agissant comme un petit coup de pouce supplémentaire, Collagen Vital Minceur et Détox vient entretenir et rééquilibrer le corps avec une action drainante et détoxifiante. Grâce à une combinaison d'actifs naturels, ce tout-en-un agit sur tous les fronts de la minceur en même temps. A l'intérieur, il agit sur la satiété, notamment grâce à son actif star, le collagène marin. Les résultats sont également visibles à l'extérieur du corps : la peau est plus belle, remodelée, la cellulite et les capitons sont diminués. Fabriqué en France, de manière éthique et respectueuse de l'environnement, avec des ingrédients naturels disposant d'une vraie traçabilité, Collagen Vital Minceur et Détox va vite devenir un complice de chaque jour !

Collagen Vital Minceur et Détox, boîte
de 30 sachets individuels, 10g d'actifs
naturels, à partir de 72,50 euros,
www.vitarecherche.com



Le Hit Bag de l'été



Ce tout nouveau sac shopping Mia Zia aux rayures iconiques, réalisé avec soin au Portugal, vous accompagnera partout, du marché à la plage. 100% polyester et doté d'une doublure intérieure, il est lavable en machine à 40°. Sa grande contenance, 35 cm x 40 cm x 22 cm fait de lui le fidèle allié de votre été. On l'adopte dès maintenant !

48,60 euros www.miazia.eu



SOLEIL VIBRANT
LALIQUÉ

THE NEW EAU DE PARFUM



#IAMTHESUNCHILD
laliq.com

Miss Dior Rose Essence

Un parfum de printemps

Élégance et simplicité. Tels sont les maîtres-mots du nouvel opus Miss Dior Rose Essence. Une ode à la ville de Grasse, berceau de la haute parfumerie française. On y retrouve en note de cœur l'eau de rose Centifolia, une eau noble, emplie de vertus et de douceur.



L'eau de pluie qui dévale sur les champs recouverts de roses et se charge de leurs puissants arômes avant de rejoindre le cours d'eau de la Foux qui alimentera ensuite les fontaines de Grasse. C'est à partir de cette image forte que François Demachy a planché sur le

tout nouvel opus du cultissime jus Miss Dior. De cette image simple qui mêle patrimoine, éléments naturels et fleurs nobles, la Maison a imaginé un parfum d'une très rare élégance, dans la droite lignée de son créateur. « Miss Dior est née de ces soirs de Provence traversés de lucioles où le jasmin vert sert de contrechant à la mélodie de la nuit et de la terre », expliquait Christian Dior lors du lancement de Miss Dior en 1947.



Ikone florale millésimée

Véritable ode au printemps, Miss Dior Rose Essence utilise les roses de mai Grassoises à partir desquelles est distillée l'eau florale de rose. Un élixir précieux qui ne s'obtient qu'en très petite quantité. Pour parvenir à placer ce précieux breuvage au cœur de sa nouvelle création, la Maison Dior a choisi de distiller

la totalité de la récolte des Roses de Mai du Domaine de Manon pour en recueillir l'eau de rose.

La grande Maison ancre
The great House thus anchors

Ainsi, Miss Dior Rose Essence devient un parfum millésimé doté de nuances florales changeantes qui viendront refléter les particularités de chaque récolte, année après année. Pour s'assurer de la pérennité de son jus, Dior a noué un partenariat, qui a commencé en 2006, avec Carole Biancalana, productrice de fleurs à la tête du Domaine de Manon. Chaque année, elle réservera l'intégralité de sa récolte à la prestigieuse Maison.

Un parfum rare au plus proche de la nature

Avec ce nouveau jus, Dior fait un pari fou, celui de la rareté et de la beauté. Engagée depuis longtemps déjà, la Maison s'est toujours placée aux côtés des producteurs locaux. Résolument responsable, elle s'est également penchée sur l'écrin qui abrite le jus. Incarnation d'un savoir-faire ancestral célébrant la splendeur de roses cultivées dans le respect du terroir grassois, Miss Dior Rose Essence se devait d'être habillée de responsabilité.

Fabriqué à partir de papier recyclé et de cellulose de pétales de roses produite à partir des fleurs du Domaine de Manon, l'étui annonce la couleur ! Le flacon, composé d'un verre recyclé à 25 %, affiche son iconique pied de poule et se pare d'un nœud dont la matière est un rappel des sacs en jute naturelle qui servent aux récoltes des roses.



Elegance and simplicity. These are the key words of the new opus Miss Dior Rose Essence. An ode to the city of Grasse, the original location of high French perfumery. In the heart note, we find Centifolia rose water, a noble water, full of virtues and softness.

The rainwater that cascades over the fields covered with roses and takes on their powerful aromas before joining the Foux stream which will then feed the fountains of Grasse. It is from this strong image that François Demachy has worked on the brand-new opus of the emblematic Miss Dior juice. From this simple image that combines legacy, natural elements and noble flowers, the House has imagined a perfume of a very rare elegance, in line with its creator.

ainsi ses valeurs où luxe rime avec éthique
its values where luxury rhymes with ethics



“Miss Dior was born from those evenings in Provence crossed by fireflies where green jasmine serves as a counter-melody to the melody of the night and the earth,” explained Christian Dior when Miss Dior was launched in 1947.

Exclusive floral icon

A true ode to spring, Miss Dior Rose Essence uses May roses from Grasse where the rose floral water is distilled. A precious elixir that can only be obtained in very small quantities. To succeed in placing this precious essence at the heart of its new creation, the Maison Dior has chosen to distil the entire harvest of May roses from the Domaine de Manon to collect the rose water. Thus, Miss Dior Rose Essence becomes an exclusive fragrance endowed with changing floral nuances that will reflect the particularities of each harvest, year after year. To ensure the sustainability of its juice, Dior has created a partnership, which began in 2006, with

Carole Biancalana, flower producer at the head of Domaine de Manon. Each year, she will reserve her entire harvest for the prestigious House.

A rare perfume closer to nature

With this new juice, Dior is betting on rarity and beauty. Committed for a long time, the House has always placed itself alongside local producers. Resolutely responsible, it also leaned on the box where the juice is placed. The embodiment of ancestral know-how celebrating the splendor of roses grown with respect for the Grasse terroir, Miss Dior Rose Essence had to be packed with responsibility.

Made from recycled paper and rose petal cellulose produced from the flowers of the Domaine de Manon, the box shows the concept !

The bottle, made of 25% recycled glass, displays its iconic houndstooth and is adorned with a knot whose material is reminiscent of the natural jute bags used to harvest roses.





Givenchy

Le premier geste indispensable du maquillage, c'est de camoufler les imperfections et les cernes et d'unifier le teint. Effet bonne mine assuré ! En lançant Prisme Libre, la Maison Givenchy a réalisé une véritable prouesse technologique en matière de couleurs. Ce n'est plus une mais quatre teintes qui agissent en synergie pour capturer la lumière. L'harmonie des tons inattendus des déclinaisons de rose, bleu, vert et orange vont permettre d'unifier et d'éclairer le teint en un seul geste. Teint de poupée garanti !

La collection s'enrichit de deux nouveautés : Prisme Libre Pressed Powder, un quatuor de poudres qui floute les pores, matifie et illumine la peau, et Prisme Libre Skin-Caring Matte, un fond de teint longue tenue entre maquillage et soin.

Une création en format nomade, dans un luxueux écrin noir laqué estampillé du logo formé par les 4 G, vient enrichir la gamme. La formule 4 couleurs, novatrice et ultra performante, infusée d'extrait de protéine de soie et de vitamine E, de Prisme Libre Pressed Powder corrige et unifie le teint sans empêcher la peau de respirer librement.

Soin et makeup à la fois, Prisme Libre Skin-Caring Matte dont la texture aérienne et presque imperceptible va matifier et sublimer le teint grâce à son effet blur, est un must have pour cette saison !

La nouvelle gamme de Givenchy s'annonce comme le best seller du makeup de l'année.

Prisme Libre Pressed Powder,
6 coloris disponibles, 51 €
Prisme Libre Skin-Caring Matte,
35 teintes disponibles, 51 €

Plus d'informations sur
www.givenchybeauty.com

Prisme Libre de Givenchy, *une mise en lumière ultra luxe.*



Quelle femme ne rêve pas d'une mine radieuse et éclatante ? La base d'un maquillage réussi c'est d'abord un teint parfait.

What woman does not dream of looking radiant and glowing? The basis of a successful makeup is first a perfect complexion.

The first essential gesture of make-up is to hide flaws and dark circles and to unify the complexion. Good-looking effect guaranteed ! By launching Prisme Libre, the House of Givenchy has achieved a real technological feat in terms of colors. It is no longer one but four shades that act in synergy to capture the light. The harmony of the unexpected tones of the variations of pink, blue, green and orange will make it possible to unify and illuminate the complexion in a single gesture. Doll complexion guaranteed !

The collection has been enriched with two new creations : Prisme Libre Pressed Powder, a quartet of powders that blur pores, mattify and illuminate the skin, and Prisme Libre Skin-Caring Matte, a long-lasting foundation that combines make-up and skincare.

A creation in travel packaging, in a luxurious black lacquered case stamped with the logo formed by the 4 Gs, enriches the range. The innovative, high-performance 4-color formula, infused with silk protein extract and vitamin E, Prisme Libre Pressed Powder corrects and evens skin tone without preventing skin from breathing freely.

Skincare and makeup at the same time, Prisme Libre Skin-Caring Matte, whose airy and almost imperceptible texture will mattify and enhance the complexion thanks to its blurring effect, is a must have for this season !

The new range by Givenchy promises to be the best-selling makeup of the year.

Prisme Libre Pressed Powder,
6 colors available, € 51
Prisme Libre Skin-Caring Matte,
35 shades available, € 51

More information on
www.givenchybeauty.com



La Prairie ICONIQUE

Maison d'excellence, La Prairie n'a de cesse de relever des défis techniques au service de l'innovation cosmétique. Retour sur les iconiques de la Maison et cap sur la mythique gamme Skin Caviar.

A house of excellence, La Prairie has always taken technical challenges in the service of cosmetic innovation. Back to the icons of the House and heading to the mythical Skin Caviar range.



Inspired by nature, perfected by science

True to its high ambitions, the House is shaking up the dermo-cosmetics market with its creations that are as noble as they are effective. In 1987, La Prairie focused on a component still unused in dermo-cosmetics : caviar. An extraordinary natural product, the House draws miraculous nutrients from it to bring the skin back to life. To develop its Skin Caviar range, the scientific team uses a mixture of biomolecules, proteins, peptides, DNA, carbohydrates and their basic elements such as amino acids, nucleotides and sugars. A clever blend with miraculous results : the cells of the face come back to life for a long time. Over the years, the range has been enriched with new, ever more innovative creations, Skin Caviar Luxe Cream is reinterpreted with Caviar Premier, Skin Caviar loose powder and Skin Caviar Eye Lift. So many high-performance, life-creating treatments.

When science meets art

There is something precious in each of La Prairie's creations. Thus, each case is the subject of a scholarly reflection. The Skin Caviar collection is adorned with cobalt blue inspired by Niki de Saint Phalle. At the launch of the range, the artist became a central figure in the collection. Even today, the House places itself alongside the greatest cultural events. In 2021, La Prairie was the most important patron of the Niki de Saint Phalle exhibition at the MoMa in New York City.

Tout commence sur les bords du Lac Léman. En 1920, le chirurgien Paul Niehans se penche sur l'étude du renouvellement cellulaire. De ses recherches naîtra la thérapie cellulaire, une science qui consiste à utiliser les cellules fraîches de l'organisme pour réparer les cellules altérées.

C'est à Montreux qu'il créa sa première clinique exclusivement dédiée à la thérapie cellulaire. D'abord confidentielle, la clinique prendra de l'ampleur à la suite d'un événement : en 1955, le médecin est appelé au chevet du Pape Pie XII. Par la suite, des personnalités du monde entier prendront le chemin de Montreux pour séjourner dans la clinique de La Prairie.

L'innovation en héritage

A sa disparition, Paul Niehans laisse derrière lui une myriade de connaissances en matière de médecine et de rajeunissement. C'est à partir de ses recherches que La Prairie va se développer avec, dès 1978, le lancement de produits contenant des cellules fraîches stabilisées.

Au fil des années, la Maison se démarque grâce à l'utilisation de composants nobles et puissants. Avec le développement de la bio-ingénierie, naît le Complexe Cellulaire Exclusif. En 2006, La Prairie lance la collection Radiance et travaille à l'utilisation de la platine, créant ainsi la crème Cellulaire Platinum Rare.

Inspirée par la nature, perfectionnée par la science

Fidèle à ses hautes ambitions, la Maison bouscule le marché dermo-cosmétique avec ses créations aussi nobles qu'efficaces. En 1987, La Prairie se penche sur un composant encore inutilisé en dermo-cosmétique : le caviar. Produit naturel extraordinaire, la Maison y puise les nutriments miraculeux pour redonner vie à la peau. Pour élaborer sa gamme Skin Caviar, l'équipe scientifique utilise un mélange de biomolécules, des protéines, des peptides, de l'ADN, des glucides et leurs éléments de base tels que les acides aminés, les nucléotides et les sucres.

Un savant mélange aux résultats miraculeux : les cellules du visage reprennent vie durablement. Au fil des années, la gamme s'enrichit de nouvelles créations, toujours plus innovantes, Skin Caviar Crème Luxe est réinterprétée avec Caviar Premier, Skin Caviar poudre libre et Skin Caviar Lift regard. Autant de soins ultra performants, créateurs de vie.

Quand la science rencontre l'Art

Il est quelque chose de précieux dans chacune des créations de La Prairie. Ainsi, chaque écran est l'objet d'une savante réflexion. La collection Skin Caviar s'orne du bleu cobalt inspiré de Niki de Saint Phalle. Au lancement de la gamme, l'artiste devient une figure centrale de la collection. Aujourd'hui encore, la Maison se place aux côtés des plus grandes manifestations culturelles. En 2021, la Prairie est le plus important mécène de l'exposition Niki de Saint Phalle au MoMa de New York.

It all started on the shores of Lake Geneva. In 1920, the surgeon Paul Niehans focused on the study of cell renewal. From his research was born cell therapy, a science that consists of using the body's fresh cells to repair damaged cells. It was in Montreux that he created his first clinic exclusively dedicated to cell therapy.

Initially confidential, the clinic developed after a specific event : in 1955, the doctor was called to the bedside of Pope Pius XII. Subsequently, personalities from all over the world went to Montreux to stay at the La Prairie clinic.

Legacy of innovation

When he passed away, Paul Niehans left behind him a myriad of knowledge in the field of medicine and rejuvenation. It was from his research that La Prairie developed, with the launch of products containing fresh stabilized cells in 1978.

Over the years, the House has stood out thanks to the use of noble and powerful components. With the development of bio-engineering, the Exclusive Cellular Complex was born. In 2006, La Prairie launched the Radiance collection and worked on the use of platinum, creating the Cellular Platinum Rare cream.



Shopping



Audacieuse fraîcheur

L'été sera résolument vert et frais avec de nouvelles fragrances hespéridés. Herbes aromatiques, douceur citronnée, les créateurs ont imaginé des senteurs estivales rehaussées d'une note d'audace.

Bold freshness

Summer will be resolutely green and fresh with new citrus fragrances. Aromatic herbs, lemony sweetness, the creators have imagined summer scents enhanced with a note of audacity.

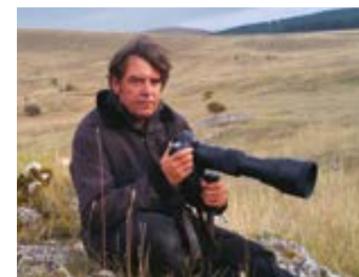
Eau de Toilette L'Eau de Rochas, 50 ml, 55 euros, **Rochas**. // Eau de Toilette Aqua Allegoria Orange Soleia, 125 ml, 121 euros, **Guerlain**. // Eau de Toilette Riviera Verbena, 100 ml, 147 euros, **Nicolaï**. // Eau de Toilette Dylan Turquoise, 100 ml, 99 euros, **Versace**. // Eau de Parfum Oud Laqué, 100 ml, 190 euros, **Les Bains Guerbois**. // Parfum de Cologne City of Stars, 100 ml, 240 euros, **Louis Vuitton**. // Eau de Parfum Infusion de Mandarine, 100 ml, 135 euros, **Prada**. // Eau de Campagne, 100 ml, 108,50 euros, **Sisley**. // Eau de Parfum Naturelle Nomade Chloé, 75 ml, 115 euros, **Chloé**. // Eau d'Orange Verte Eau de Cologne, 50 ml, 69 euros, **Hermès**. // Eau de Parfum Villa Néoli, 100 ml, 160 euros, **BDK Parfums**. // Allegra Magnifying Bergamot Eau de Parfum, 40 ml, 160 euros, **Bvlgari**. // Eau de Parfum Citrus Noir, 75 ml, 62 euros, **Molinard**. // Eau de Toilette Immortel Cédrat, 100 ml, 84 euros, **Comptoir Sud Pacifique**. // Eau de Parfum Bergamot, 50 ml, 85 euros, **Malin+Goetz**. // Eau Dynamisante, 100 ml, 55 euros, **Clarins**.

Le Regard...



de Pierre Schwartz

A la fois tendre et généreux, l'œil que l'on a choisi de mettre en avant n'est pas de pierre, mais bel et bien celui de Pierre.



Both tender and generous, the eye that we have chosen to highlight is Pierre's.

Photographe discret, passé maître dans l'art du camouflage, Pierre Schwartz a fait du voyage, de la faune et de la flore ses thèmes de prédilection. Toute son œuvre picturale tend à rendre le quotidien beau et joyeux. Il donne avec le cœur un regard subtil de ce que l'œil ne voit instinctivement pas. Savoir capter l'infiniment petit, révéler les plus fragiles, aller chercher la beauté pure que nous offre la nature est sûrement un don mais pour lui cela relève du talent aussi. Car il y a de la magie dans le travail de ce photographe passionné de nature et de grands espaces. Il a d'ailleurs consacré une grande partie de son travail à la beauté sauvage des animaux. Loups, félins, chevaux sauvages sont dans sa ligne de mire. Depuis maintenant cinq ans, il explore les nouvelles possibilités de prises de vues aériennes avec drone. Il a ainsi collaboré avec l'écrivain Gonzague Saint Bris à la série de clips culturels « Culture Drone » et continue un travail photographique sur le Parfum à travers un voyage de macrophotographies abstraites de plantes et de fleurs. Son fil conducteur est aujourd'hui tourné vers l'art de révéler la Nature et de la faire comprendre au plus grand nombre, avec une autre perspective, plus vivante et plus poétique. Doté d'autant de caractéristiques authentiques, ses photos livrent une forme d'évasion tout en conservant une certaine intimité.

Représenté par la galerie d'Art en ligne Kazoart, le photographe vous propose ses photographies en séries limitées avec certificats d'authenticité.

schwartzpierre@hotmail.fr
www.kazoart.com



Discreet photographer, master in the art of camouflage, Pierre Schwartz has made travel, fauna and flora his favorite themes. All his photographic work tends to make everyday life beautiful and joyful. He gives with his heart a subtle look of what the eye instinctively does not see. Knowing how to capture the infinitely small, reveal the most fragile, seek out the pure beauty that nature offers us is surely a gift but for him it is also a talent. Because there is magic in this photographer's work, passionate about nature and wide open spaces. He has also devoted a large part of his work to animals' wild beauty. Wolves, felines, wild horses are in his sights. For five years now, he has been exploring the new possibilities of aerial photography with drones, he has thus collaborated with the writer Gonzague Saint Bris on the series of cultural clips "Culture Drone" and continues a photographic work on Perfume through an abstract macro photography travel of plants and flowers. His common thread is now turned towards the art of revealing Nature and making it understood by as many people as possible, with another perspective, more lively and more poetic. Endowed with so many authentic characteristics, his photos give a form of escape while maintaining a certain intimacy. Represented by Kazoart online art gallery, the photographer offers his pictures in limited series with certificates of authenticity.



Scanner pour lien direct
Pierre Schwartz / Kazoart

L'Artisan Parfumeur sublime
les senteurs
du potager



D

epuis sa création, L'Artisan Parfumeur n'a de cesse d'imaginer et de réinventer des jus mythiques aux senteurs rares et inégalables. Pour sa toute nouvelle collection, la Maison rend hommage à son fondateur Jean Laporte et revisite les senteurs du potager.

La mythique Maison revient sur le devant de la scène avec cinq créations qui puisent leur inspiration dans les légumes et les aromates du potager.

Une plongée dans l'histoire de la Maison

C'est à Mézilles, en Bourgogne Franche-Comté, que Jean Laporte, fondateur de L'Artisan Parfumeur aimait prendre ses quartiers. Là-bas, celui à qui l'on doit l'intemporel Mûre et Musc, avait imaginé un Château de Parfumeur, véritable havre de paix vert et fleuri.

Dans ce jardin, le potager prend une place de choix. Un pavillon entier lui est dédié pour abriter aromates et légumes. A partir de ce lieu, il imagine en 1978 un premier opus, sobrement baptisé l'Eau de Céleri.

Cinq nouvelles créations aussi savoureuses qu'audacieuses

Un pari audacieux dont se sont aujourd'hui emparés Alexandra Carlin et Quentin Bisch. En effet, ce sont sur les senteurs du potager qu'ils se sont penchés. Résultat : la Maison livre cinq opus frais et profonds. Vétiver Écarlate s'amuse d'un savoureux mélange entre pamplemousse, feuille de tomate et vétiver. Iris de Gris s'attaque aux petits pois et y mêle des effluves d'orange sanguine et d'iris. Musc Amarante revisite la betterave avec des accords de musc et de bergamote. Cédral Céruse s'articule autour du fenouil, du citron et des baies roses. Enfin, Tonka Blanc est une ode à la rencontre du chou-fleur et de la fève tonka, rehaussé par des notes de mandarine.

Et comme la Maison ne laisse jamais rien au hasard, les coffrets s'ornent de Toile de Jouy. Ces motifs intemporels sur fonds blancs ont été revisités afin de mettre en lumière le légume à l'honneur dans chacune des compositions parfumées.

Comme toujours, chez L'Artisan Parfumeur, ces cinq créations sont unisexes et intemporelles. De quoi ravir les amoureux de la nature et du singulier.

Eau de Parfum 100 ml 165 euros



The mythical House is back with five creations that draw their inspiration from vegetables and herbs from the garden.

Since its creation, L'Artisan Parfumeur has never stopped imagining and reinventing mythical juices with rare and incomparable scents. For its brand-new collection, the house pays tribute to its founder Jean Laporte and revisits the scents of the vegetable garden.

A dive into the story of the House

It is in Mézilles, in Burgundy Franche-Comté, that Jean Laporte, founder of L'Artisan Parfumeur liked to stay. There, the man to whom we owe the timeless Mûre et Musc, had imagined a Castle for Perfumer, a true haven of green and flowery peace.

In this place, the vegetable garden was essential. An entire pavilion was dedicated to him for his herbs and vegetables. From this place, he imagined in 1978 a first opus, soberly baptized Eau de Céleri.

Five new creations as exquisite as they are daring

A daring bet which Alexandra Carlin and Quentin Bisch have today taken. Indeed, it is on the scents of the vegetable garden that they have focused.

Consequently : the House launches five fresh and profound opuses. Scarlet Vetiver enjoys a tasty blend of grapefruit, tomato leaf and vetiver. Iris de Gris takes on peas and blends scents of blood orange and Iris. Musc Amarante revisits beet with accords of musk and bergamot. Cédral Céruse revolves around fennel, lemon and pink peppercorns. Finally, Tonka Blanc is an ode to the encounter between cauliflower and tonka bean, enhanced by notes of tangerine.

And as the House never leaves anything to chance, the boxes are adorned with Toile de Jouy. These timeless patterns on a white background have been revisited to highlight the vegetable in the spotlight in each of the scented compositions.

As always, with L'Artisan Parfumeur, these five creations are unisex and timeless. Something to delight lovers of nature and the singular.

Eau de Parfum 100ml €165



Naturalité, beauté et volupté

Lorsqu'Olivier Couraud fonde sa marque Olivier Claire en 2008, le secteur de la beauté naturelle n'en est qu'à son début. Et pourtant, Olivier sait déjà ce qu'il souhaite pour sa toute jeune marque : des produits de beauté riches en actifs végétaux rares, efficaces et sensoriels qui luttent contre les signes de l'âge. Des soins qui fonctionnent immédiatement et visiblement sur la peau, mais également sur les cellules, pour des résultats en profondeur.

Pari réussi pour ce visionnaire qui rend un hommage vibrant à sa mère, Claire, qui lui a enseigné les bases de la phytothérapie. Les formules des soins Olivier Claire sont hautement concentrées en actifs surpuissants, stimulés en synergie avec d'autres extraits végétaux. Grâce à ce cocktail, les résultats sur la peau sont immédiatement visibles et agissent en profondeur, là où elle se transforme véritablement. Contrairement à nos cellules qui, avec l'âge, perdent en vitalité, les cellules natives végétales présentes dans les plantes possèdent cette faculté étonnante de pouvoir se diviser à l'infini.

Parmi les actifs les plus puissants, Olivier Couraud en a sélectionné 3 : les cellules natives de Criste marine possèdent cette extraordinaire capacité de régénération ; l'extrait d'algue Wakamé joue sur la restructuration ; le pollen frais de Tournesol protège tel un bouclier contre le stress oxydatif. Principal composant naturel de la peau, de l'acide hyaluronique a été ajouté à un niveau inédit, pour la structure et l'élasticité de la peau.

ACCORD PARFAIT ENTRE LA SCIENCE ET LA NATURE, ces formules hautement concentrées sont le résultat d'une quête d'exceptionnel et de perfection. Surdosés en actifs puissants, leur synergie assure aux cellules protection, régénération et restructuration, pour une action anti-âge globale, tout en hydratant la peau. D'une efficacité remarquable, les soins Olivier Claire attestent d'une double performance : instantanément, la peau apparaît plus lissée, repulpée et lumineuse ; Intensément rajeunie, les signes de l'âge sont gommés immédiatement et durablement. Au fur et à mesure des applications, un bouclier se forme afin de protéger la peau et ainsi lui apporter tout ce dont elle a besoin. Jour après jour, sa qualité s'améliore, elle est comme transformée : les rides et ridules sont moins profondes, les taches s'effacent, les reliefs sont plus rebondis.

Conjuguant nature et plaisir, les soins Olivier Claire sont plébiscités pour leur efficacité tout autant que pour leur sensorialité. Un parfum floral et enveloppant, une texture fraîche et gourmande, l'application des produits transforme le rituel de soins en plaisir quotidien. La gamme se compose de 17 produits, pour le visage et pour le corps, qui assurent une efficacité sans égale. Nettoyant, sérum, contour des yeux, masque et exfoliant, baume, huile et lait pour le corps... Des essentiels pour une routine simple et efficace, qui apportera à notre peau tout ce dont elle a besoin.

Pour atteindre ce niveau d'excellence, l'équipe d'Olivier Claire s'astreint à une rigoureuse charte d'exigence. Conçu, fabriqué et sourcé en France, chacun des produits exclut colorants, parabens, propylène glycol, phenoxyéthanol et thiazolinone. Les composants complémentaires essentiellement d'origine naturelle sont issus de l'agriculture biologique (label Ecocert). La production 100% française garantit une traçabilité totale des ingrédients.

Coup de Coeur de la Rédaction 

Duo d'exception pour peau sublimée

Hautement concentrés en actifs, ces deux soins agissent en symbiose pour offrir une peau plus jeune, revitalisée et éclatante de beauté. Première étape du rituel, le **Sérum Global Haute Concentration lisse rides et ridules, unifie le teint et redonne tout son éclat à la peau. Véritable élixir de jeunesse, il allie les meilleurs actifs anti-âge, à un niveau 10 fois plus concentré ! Sa texture aérienne pénètre instantanément et rafraîchit la peau. Ainsi préparée elle peut accueillir la Crème aux Cellules Natives et Extraits Végétaux. A la fois soyeuse et réconfortante, elle fond sur la peau, lui apportant fraîcheur et nutrition. Repulpée, plus ferme, elle rayonne d'un nouvel éclat. Une routine anti-âge globale, qui joue sur la complémentarité de ses actifs et de ses soins, pour une peau apaisée immédiatement et durablement transformée.**

Sérum Global Haute Concentration, 30 ml, 250 euros
Crème aux Cellules Natives et Extraits Végétaux, 50 ml, 138 euros



www.olivierclaire.com



When Olivier Couraud founded his brand Olivier Claire in 2008, the natural beauty field was only just beginning. And yet, Olivier already knew what he wanted for his very young brand: beauty products rich in rare, effective and sensory plant active ingredients. Treatments that immediately and visibly work on your skin, but also on the cells, for deeper results.

A successful bet for this visionary who pays a vibrant tribute to his mother, Claire, who taught him the basics of herbal medicine. Olivier Claire skincare formulas are highly concentrated in powerful active ingredients, stimulated in synergy with other plant extracts. Thanks to this combination, the results on the skin are immediately visible and act in depth, where it is truly transformed. Unlike our cells, which with age lose vitality, the native plant cells have this amazing ability to be able to divide ad infinitum.

Among the most powerful active ingredients,

Olivier Couraud has selected 3 :

Criste marine native cells possess this extraordinary capacity for regeneration; Wakame seaweed extract works on restructuring; fresh Sunflower pollen protects like a shield against oxidative stress. Main natural component of the skin, hyaluronic acid has been added at an unprecedented level, for the structure and elasticity of the skin.

PERFECT BALANCE BETWEEN SCIENCE AND NATURE, these highly concentrated formulas are the result of a quest for exception and perfection. Overdosed in powerful active ingredients, their synergy provides cell protection, regeneration and restructuring, for a global anti-aging action, while moisturizing the skin. Remarkably effective, Olivier Claire skincare products demonstrate a double performance : the skin instantly appears smoother, plumped and luminous. Intensely rejuvenated, the signs of aging are immediately and durably erased . As the applications progress, a shield is formed to protect your skin and thus provides it with everything it needs. Day after day, its quality improves, it is as if it was transformed : wrinkles and fine lines are less deep, the spots are erased, the face is more rebounded.

Combining nature and pleasure, Olivier Claire treatments are acclaimed for their effectiveness as much as for their sensoriality. A floral and enveloping fragrance, a fresh and delicious texture, the application of the products transforms the care ritual into daily pleasure. The range is made up of 17 products, for face and body, which provide unequalled effectiveness. Cleanser, serum, eye contour, mask and exfoliant, balm, oil and body milk... Essentials for a simple and effective routine, which will provide our skin with everything it needs.

To achieve this level of excellence, Olivier Claire's team adheres to a rigorous charter of requirements. Designed, manufactured and sourced in France, each product excludes dyes, parabens, propylene glycol, phenoxyéthanol et thiazolinone. The complementary components, essentially of natural origin, come from organic farming (Ecocert label). 100% French production guarantees total traceability of ingredients.

EXCEPTIONAL DUO FOR SUBLIMATED SKIN

Highly concentrated in active ingredients, these two treatments act in symbiosis to provide younger, revitalized and radiantly beautiful skin. First step in the ritual, the Global High Concentration Serum smoothes fine lines and wrinkles, evens out the complexion and restores the skin's radiance. A true elixir of youth, it combines the best anti-aging active ingredients, at a level 10 times more concentrated ! Its airy texture instantly penetrates and refreshes the skin. Prepared in this way, it can accommodate the Cream with Native Cells and Plant Extracts. Both silky and comforting, it melts into the skin, bringing it freshness and nutrition. Plumped up, firmer, it radiates a new light. A global anti-aging routine, which plays on the complementarity of its active ingredients and its treatments, for soothed, immediately and lastingly transformed skin.

Pillow



Talk Party!

On ne présente plus l'univers Pillow Talk de Charlotte Tilbury tant il est maintenant iconique. Depuis la création en 2013 du Pillow Talk Lip Cheat, toutes les beauty addicts ne jurent que par cette teinte universelle, imitant à la perfection la couleur des lèvres « en mieux ».

We no longer introduce Charlotte Tilbury's Pillow Talk universe as it is now iconic. Since the creation of the Pillow Talk Lip Cheat in 2013, all beauty addicts have sworn by this universal shade, perfectly imitating the color of the lips "only better".

Un rose nude parfait qui s'est imposé comme LA teinte glamour et sexy par excellence et qui ne cesse de donner le jour à de nombreux produits : blush, palette pour les yeux, mascara... Charlotte Tilbury continue de nous faire rêver et vient de décliner 4 nouveautés pour le teint et les yeux qui sublimeront tous les visages. Showcase vous convie à la Pillow Talk Party, have fun !

A perfect nude pink which has established itself as THE glamorous and sexy shade par excellence and which continues to give birth to many products : blush, eye palette, mascara... Charlotte Tilbury continues to make us dream and comes to offer 4 new products for the complexion and eyes that will enhance all faces. Showcase invites you to the Pillow Talk Party, have fun !

Depuis la révélation de cette collection sur les réseaux, s'il y a bien un produit qui était attendu, c'était le Pillow Talk Multi-Glow ! Un highlighter poudre au fini soyeux, floutant et longue tenue. Une teinte chaude et une teinte froide sont disponibles afin de convenir à un maximum de carnations. Push Up Lashes !, le produit le plus vendu de la collection, voit l'apparition d'une nouvelle teinte, un brun-rose qui fait ressortir toutes les couleurs d'yeux. Le mascara conserve ce qui a fait son succès : couleur intense, volume, longueur et effet liftant dans une formule ultra longue tenue et waterproof. Pour que le make-up des yeux soit complet, la make-up artist britannique dévoile une nouvelle Luxury Palette comprenant 4 fards mats et métalliques ainsi qu'un Colour Chameleon, le crayon fard crème qui glisse sur la paupière et permet de créer un halo hypnotique et doux, pour un maquillage rapide et éblouissant !

Since the launch of this collection on the networks, if there is one product that was expected, it was the Pillow Talk Multi-Glow ! A powder highlighter with a silky, blurring and long-lasting finish. A warm shade and a cool shade are available to suit a maximum of skin tones. Push Up Lashes !, the best-selling product in the collection, is completed by a new shade, a brown-pink that accentuates all eye colors. The mascara keeps what made it successful : intense color, volume, length and lifting effect in an ultra long-lasting and waterproof formula. To complete eye make-up, the British make-up artist launches a new Luxury Palette including 4 matte and metallic shadows as well as a Color Chameleon, the cream shadow pencil that glides on the eyelid and allows you to create a hypnotic and soft halo, for a quick and dazzling make-up !

En complément de ces 4 nouveautés, la Pillow Talk Party signe le retour de deux blushs pour un teint lumineux et frais, digne des stars hollywoodiennes. Le Beauty Light Wand est un blush highlighter liquide qui colore tout en légèreté la joue avec un effet super glossy, améliore l'éclat de la peau et floute les imperfections. Sous forme de crème, le Pillow Talk Lip and Cheek Glow apporte une touche rosée rajeunissante. Riche en émollients, la formule glisse sans effort et donne à la peau un éclat radieux !

In addition to these 4 new products, the Pillow Talk Party marks the return of two blushes for a luminous and fresh complexion, worthy of Hollywood stars. The Beauty Light Wand is a liquid highlighter blush that lightly colors the cheek with a super glossy effect, improves skin radiance and blurs imperfections. In cream form, Pillow Talk Lip and Cheek Glow brings a rejuvenating dewy touch. Rich in emollients, the formula glides on effortlessly and gives skin a radiant glow !

Que ce soit pour un look de jour frais et lumineux ou pour un make-up de soirée intense et glamour, Pillow Talk est la teinte universellement flatteuse, qui saura vous sublimer !

Whether for a fresh and luminous daytime look or for an intense and glamorous evening make-up, Pillow Talk is the universally flattering shade that will make you look gorgeous !

*Pillow Talk Party, Pillow Talk Multi-Glow, 39 euros
Push Up Lashes !, 29 euros / Luxury Palette, 50 euros
Colour Chameleon, 25 euros / Beauty Light Wand,
35 euros / Pillow Talk Lip and Cheek Glow, 39 euros.*

*Pillow Talk Party, Pillow Talk Multi-Glow, 39 euros
Push Up Lashes !, 29 euros / Luxury Palette, 50 euros
Colour Chameleon, 25 euros / Beauty Light Wand,
35 euros / Pillow Talk Lip and Cheek Glow, 39 euros.*

Charlotte Tilbury, sur CharlotteTilbury.com, au Bon Marché Rive Gauche et chez Sephora et Sephora.fr

Shopping



*Délicieuse rose
Quelle soit poivrée, gourmande
ou délicieusement acidulée, la rose
s'invite dans les créations olfactives.
Une senteur noble qui, cette saison,
a inspiré de nombreuses Maisons.*

*Delicious rose
Whether peppery, gourmet or
deliciously tangy, the rose invites
itself into olfactory creations.
A noble scent which has inspired
many Houses this season.*

Eau de Parfum La Petite Robe Noire Rose Rose Rose, 50 ml, 105 euros, **Guerlain**. // Eau de Parfum Idôle Nectar, 50 ml, 49 euros, **Lancôme**. // Eau de Toilette Rose Goldea Blossom Delight, 75 ml, 101 euros, **Bvlgari**. // Eau de Parfum Rose, 75 ml, 62 euros, **Molinard**. // Eau de Parfum Coach Wild Rose, 50 ml, 77 euros, **Coach**. // Eau de Toilette Miss Dior Rose Essence, 100 ml, 170 euros, **Dior**. // Eau de Parfum Rose Blanche & Gardénia, 50 ml, 85 euros, **Carlotha Ray**. // Eau de Parfum Mémoire de Roses, 100 ml, 150 euros, **L'Artisan Parfumeur**. // Eau de Parfum Delina La Rosée, 75 ml, 215 euros, **Parfums de Marly**. // Eau de parfum 101 : rose, pois de senteur et cèdre blanc, 100 ml, 82 euros, **Bon Parfumeur**. // Rose Oud Absolu, 100 ml, 170 euros, **Goutal Paris**. // Eau de Parfum Spell On You, 100 ml, 240 euros, **Louis Vuitton**. // Eau de Toilette Les Eaux de Chanel Paris-Paris, 125 ml, 135 euros, **Chanel**. // Eau de Parfum Izia la Nuit, 30 ml, 104,50 euros, **Sisley**. // Irrésistible Eau de Toilette Fraîche, 50 ml, 79 euros, **Givenchy**. // Eau Parfumée Bienfaisante Rose, 100 ml, 35 euros, **Roger & Gallet**. // Cristal Eau de Parfum, 30 ml, 74 euros, **Narciso Rodriguez**. // Eau de Parfum La Rose, 100 ml, 180 euros, **Le Galion**. // Eau de Toilette Rose Croquante, 30 ml, 100 euros, **Caron**. // Eau de Toilette Pure Rose, Les Epures de Parfum, 75 ml, 270 euros, **Cartier**. // Royal Style, 100 ml, 87 euros, **Princesse Marina de Bourbon**.

Expérience d'exception

Parmi les points de la « bucket list » d'une parisienne avertie, se place l'expérience premium de La Maison Valmont Pour Le Meurice, référence ultime du savoir-vivre dédiée à la beauté universelle.



Au cœur du Paris historique, 6 rue de Castiglione, se niche le flagship Valmont. Un cadre luxueux de près de 52 m² conçu par Didier Guillon, où la Maison présente les produits cosmétiques et parfums créés par Sophie Vann Guillon, CEO de Valmont. Un lieu où l'architecture, la cosmétique et la parfumerie se font écho pour une harmonie parfaite. En haut du magnifique escalier de forme hélicoïdale dédié aux initiées, un accès mène directement au Spa Valmont Pour Le Meurice. Une pépite ! Car oui, ce n'est pas une expérience unique qui s'inscrit sur cette wish list, mais deux !

Depuis 2007, il existe un lien particulier entre ces deux références du 1er arrondissement de Paris. En effet, pour découvrir une facette de ce que l'on nomme le chic parisien, la boutique Valmont et l'hôtel Le Meurice ont imaginé une collaboration autour de leurs valeurs

communes et ce pour créer du lien et du sens, pour les amateurs d'histoire, de produits de luxe et de lieux fabuleux. Deux rendez-vous en un qui incarnent une forme d'élégance paisible, l'art de vivre par excellence, animé par la magie et les âmes au cœur d'artiste de ses



dirigeants qui confèrent aux lieux ce sentiment qu'ils appartiennent tous deux au patrimoine culturel de la Capitale.

Une Success Story saluée grâce à leurs idées novatrices guidées par une grande liberté d'expression et l'envie permanente de conjuguer des concepts contemporains à un savoir-faire traditionnel. Une collection de valeurs ajoutées incomparables !

Ce que l'on retiendra de cette visite : l'accueil exceptionnel avec un service de conciergerie personnalisé, qui livre les achats en chambre ou au domicile du client, un service de livraison réservé aux achats en ligne ou par téléphone, un diagnostic de peau gratuit et la découverte in-house des produits, des consultations parfum menées par des équipes expérimentées.

Un privilège ? une expérience ? une rencontre ? peut-être les trois à la fois... Un rendez-vous avec un art de vivre, mu par la volonté de faire de chaque nouvelle expérience une plus grande réussite.

La Maison Valmont Pour Le Meurice
6 rue de Castiglione
75001 Paris
01 44 58 69 77

lamaisonvalmont.com



A découvrir sans attendre, les soins Luminosity, un concentré de nature suisse qui réinvente l'éclat de la peau et se combine parfaitement avec la technicité signature Valmont. Une ligne conçue comme une routine intelligente, pour des femmes conscientes qu'assumer sa peau sans artifices demande une hygiène beauté irréprochable. Pour ce faire, Sophie Vann Guillon, a imaginé une gamme courte de 4 produits qui permettent de conserver un teint lumineux. Des formules basées sur la science, inspirées de la nature alpine de la Suisse, pour une peau saine et éclatante. 4 textures riches en ingrédients actifs naturels, infusées de l'expertise en cosmétique cellulaire de la Marque (un phytocomplexe suisse composé de Mélisse officinale, Menthe poivrée, Alchémille, Grande mauve, Primevère officinale, Véronique officinale, Achillée millefeuille), pour un effet bonne mine naturel. A tester en boutique ou au Spa.

To discover without delay, the Luminosity treatments, a concentrate of Swiss nature that reinvents the radiance of the skin and combines perfectly with the signature Valmont technicality. A line designed as an intelligent routine, for women aware that taking care of their skin without artifice requires total beauty hygiene. To do so, Sophie Vann Guillon, has imagined a small range of 4 products that help maintain a luminous complexion. Science-based formulas, inspired by the alpine nature of Switzerland, for healthy, glowing skin. 4 textures, rich in natural active ingredients infused with the brand's expertise in cellular cosmetics (a Swiss phytocomplex composed of lemon balm, peppermint, lady's mantle, giant mallow, primrose, speedwell, yarrow), for a natural healthy glow effect. To be tested in store or at the Spa.

La gamme : LUMIPEEL, une eau exfoliante à action douce qui réduit les imperfections pour un teint plus lisse 50ml – 120 euros.
LUMIMASK le masque-gommage velouté et fondant qui affine le grain de peau tout en douceur 50ml – 166 euros.
LUMISENCE une eau sérum ultra-fine qui réduit la visibilité des pores et stimule les mécanismes d'éclat naturel 30ml – 198 euros.
LUMICREAM, une crème légère au fini seconde peau pour sublimer et amplifier la lumière et avoir le teint éclatant 50ml – 198 euros.

Among the items on the "bucket list" of an informed Parisian, is the premium experience of La Maison Valmont Pour Le Meurice, ultimate reference of good manners dedicated to universal beauty.

In the heart of historic Paris, 6 rue de Castiglione, is located the Valmont flagship. A luxurious setting of nearly 52 m² designed by Didier Guillon, where the House presents the cosmetics and perfumes created by Sophie Vann Guillon, CEO of Valmont. A place where architecture, cosmetics and perfumery echo each other in perfect harmony. At the top of the magnificent helical staircase dedicated to insiders, an access leads directly to the Spa Valmont Pour Le Meurice. A treasure ! Because yes, it's not a single experience that fits on this wish list, but two !

Since 2007, there has been a special link between these two references in Paris 1st arrondissement. Indeed, to discover a part of what is called Parisian chic, Valmont boutique and Le Meurice hotel have imagined a collaboration around their common values to create links and meaning, for lovers of history, luxury products and fabulous places. Two elements in one that embody a form of peaceful elegance, the art of living

par excellence, animated by the magic and the artist's hearts souls of its leaders who give the places this feeling that they both belong to the cultural heritage of the capital.

A success story admired thanks to their innovative ideas guided by great freedom of expression and the constant desire to combine contemporary concepts with traditional know-how. A collection of incomparable added values !

What we will remember from this visit : the exceptional service with a personalized concierge service, which delivers purchases to the customer's room or home, a delivery service reserved for online or phone purchases, a free skin diagnosis and in-house discovery of products, perfume consultations led by experienced teams.

A privilege ? an experiment ? an encounter ? perhaps all three at the same time... A meeting with an art of living, driven by the desire to make each new experience a greater success.





Beauté du Monde

Depuis près de deux siècles, Guerlain crée des parfums.

Des fragrances intemporelles et mythiques, qui font la renommée de cette Grande Maison de Parfumerie. Plus légère, la collection Aqua Allegoria honore la nature et ses beautés. En 2022, Guerlain réinvente la collection pour une parfumerie toujours plus belle, plus précieuse, et plus proche de la nature et de ses merveilles.

For nearly two centuries, Guerlain has created fragrances. Timeless and mythical fragrances, which make the reputation of this Famous Perfumery House. The lighter Aqua Allegoria collection honors nature and its beauties. In 2022, Guerlain is reinventing the collection for a perfumery which is always more beautiful, more precious, and closer to nature and its wonders.

La rose, la grenade, des fleurs de cerisier, la mandarine, des herbes fraîches... Des fruits et des fleurs, tout ce que la Nature a de plus beau à offrir. CHACUN DES JUS DE LA COLLECTION AQUA ALLEGORIA célèbre les jardins du monde. Un véritable hommage à ce qui nous entoure.

Composées par des parfumeurs-explorateurs qui sillonnent la planète à la recherche de matières premières d'exception, de senteurs et d'émotions, ces fragrances sont simples et raffinées, plus lumineuses que jamais. Aujourd'hui, 23 ans après sa création, AQUA ALLEGORIA SE RÉINVENTE ET SE FAIT PLUS ÉCO-RESPONSABLE.

Le premier changement a lieu au niveau du packaging. Dans une démarche d'éco-conception, le flacon, conçu en France, est maintenant fabriqué à partir de 15% de verre recyclé et devient rechargeable. Toujours aussi luxueuse, la bouteille ne perd en rien de sa brillance ni de sa transparence. Ressourçable à l'infini, le flacon des Aqua Allegoria permet de réduire les émissions de carbone ainsi que l'utilisation du verre et du plastique.

Suite à une demande croissante de plus de naturalité, Guerlain révolutionne ses formules : CHACUNE DES AQUA ALLEGORIA EST DÉSORMAIS COMPOSÉE JUSQU'À 95% D'ORIGINE NATURELLE. Produit en France, dans la région de Chartres, l'alcool utilisé est issu de l'agriculture biologique. La Maison s'engage d'ailleurs à accompagner leurs fournisseurs d'alcool de betterave dans la transition d'une agriculture conventionnelle vers une agriculture plus respectueuse de l'environnement.

Des changements profonds et durables pour cette grande Maison, qui s'attache à préserver, développer et transmettre ce patrimoine unique.

SYMBOLE DE LA RÉINVENTION DES AQUA ALLEGORIA, UNE NOUVELLE FRAGRANCE REJOINT LA COLLECTION : NEROLIA VETIVER, UNE ALLÉGORIE FLORALE À LA LUMIÈRE MÉDITERRANÉENNE. Riche de plus de 95% d'ingrédients d'origine naturelle, ce nouveau jus s'inspire de l'Italie et de ses paysages. Un néroli éclatant, souligné de vétiver et rafraîchi par le basilic, associé à un délicieux accord figue. Une fragrance qui transporte immédiatement sur l'île d'Ischia dans la baie de Naples, sous le soleil italien. Place à la Dolce Vita !

*Aqua Allegoria Nerolia Vetiver, à partir de 98 euros les 75 ml
Recharge 200 ml, 162 euros*



L Rose, pomegranate, cherry blossoms, tangerine, fresh herbs... Fruits and flowers, all that Nature has to offer. EACH OF THE JUICES IN THE AQUA ALLEGORIA COLLECTION celebrates the gardens of the world. A true tribute to what surrounds us.

Composed by perfumer-explorers who travel the planet in search of exceptional raw materials, scents and emotions, these fragrances are simple and refined, more luminous than ever. Today, 23 years after its creation, AQUA ALLEGORIA IS REINVENTING ITSELF AND BECOMING MORE ECO-RESPONSIBLE.

The first change is in the packaging. In an eco-design approach, the bottle, designed in France, is now made from 15% recycled glass and becomes refillable. As luxurious as ever, the bottle loses none of its brilliance or transparency. Infinitely refillable, the Aqua Allegoria bottle reduces carbon emissions as well as the use of glass and plastic.

Following a growing demand for more naturalness, Guerlain is revolutionizing its formulas : EACH AQUA ALLEGORIA IS NOW COMPOSED OF UP TO 95% NATURAL ORIGIN. Produced in France, in the Chartres region, the alcohol used comes from organic farming. The House is also committed to supporting their beet alcohol suppliers in the transition from conventional agriculture to a more environment-concerned agriculture.

Profound and lasting changes for this iconic House, which is committed to preserving, developing and passing on this unique heritage.

SYMBOL OF THE REINVENTION OF AQUA ALLEGORIA, A NEW FRAGRANCE JOINS THE COLLECTION : NEROLIA VETIVER, A FLORAL ALLEGORY IN MEDITERRANEAN LIGHT. Rich in more than 95% of natural origin ingredients, this new juice is inspired by Italy and its landscapes.

A radiant neroli, underlined with vetiver and refreshed by basil, combined with a delicious fig accord.

A fragrance that immediately transports you to the island of Ischia in the Bay of Naples, in the Italian sun. Make way for the Dolce Vita !

*Aqua Allegoria Nerolia Vetiver, From 98 euros for 75 ml
200 ml Refill, 162 euros*



Clarins Aroma, LA PUISSANCE de l'Aromathérapie



L'Eau Extraordinaire

Bonne nouvelle, Clarins renouvelle sa gamme Aroma. La Maison qui s'est fait connaître dès 1954 avec ses huiles pour le visage et le corps 100 % extraits de plantes revisite ses classiques et livre un nouvel opus : l'Eau Extraordinaire. Focus sur des soins cocoon qui prennent soin de la peau et de l'esprit.

A l'heure où tout va trop vite, la cosmétique peut nous aider à marquer une pause. Un break à la fois pour le corps qui se relaxe grâce aux plantes aux vertus bienfaisantes, mais également un break pour l'esprit, souvent sur-sollicité. Nombreuses sont celles qui aspirent aujourd'hui à un luxe ordinaire, celui de savoir prendre le temps et de profiter de la nature pour des balades en plein air.

L'Eau Extraordinaire, nouvel opus pour le corps et l'esprit

C'est à partir de ce constat simple que Clarins a imaginé sa nouvelle Eau Extraordinaire. Une eau de soins florale et fruitée, composée à 95 % d'ingrédients d'origine naturelle. Elle associe le parfum réconfortant des huiles essentielles au pouvoir adoucissant et stimulant des extraits de plantes. La Maison enrichit également sa gamme aromatique pour le visage et livre trois huiles en réponse à toutes les problématiques de la peau. L'Huile Orchidée Bleue pour les peaux déshydratées et en manque de tonus, l'Huile Lotus qui régule l'excès de sébum et l'Huile Santal qui aide à lutter contre les rougeurs et la sécheresse cutanée. Trois soins cocoon à appliquer au coucher. Enfin, avec Plant Gold, Clarins a imaginé une formule unique qui associe l'iconique Huile Orchidée Bleue à une émulsion fondante d'origine naturelle. Un soin visage qui nourrit et redonne éclat à la peau, tout en prodiguant douceur et relaxation.

L'innovation en héritage

La nouvelle gamme Aroma de Clarins s'inscrit dans la droite lignée de l'Eau Dynamisante, création signature de la Maison Clarins lancée en 1987. A l'époque, cette innovation est la toute première Eau de Soins à associer le parfum et l'action des plantes selon les principes de l'aromathérapie et de la phytothérapie pour sentir bon et se sentir bien. En 2022, Clarins apporte la preuve que le soin doit toujours être synonyme de bien-être.

L'Eau Extraordinaire

Good news, Clarins is renewing its Aroma range. The House, which became famous in 1954 with its 100% plant extract face and body oils, revisits its classics and launches a new fragrance : l'Eau Extraordinaire. Focus on cocoon cares for the skin and the mind.

At a time when everything is going too fast, cosmetics can help us take a break. A break both for the body, which relaxes thanks to plants with beneficial properties, but also a break for the mind, which is often over-stressed. Now, many women look forward getting ordinary luxury, that of knowing how to take the time and enjoy nature for walks in the open air.

L'Eau Extraordinaire, a new fragrance for body and mind

It is from this simple observation that Clarins imagined its new Eau Extraordinaire. A floral and fruity skin care water, composed of 95% ingredients of natural origin. It combines the comforting scent of essential oils with the softening and stimulating power of plant extracts.

The House also enriches its aromatic range for the face and launches three oils in response to all skin problems. Blue Orchid Oil for dehydrated skin lacking tone, Lotus Oil which regulates excess sebum and Sandalwood Oil which helps fight against redness and skin dryness. Three cocoon cares to apply at bedtime. Finally, with Plant Gold, Clarins has imagined a unique formula that combines the iconic Blue Orchid Oil with a melting emulsion of natural origin. A facial care that nourishes and restores radiance to the skin, while providing softness and relaxation.

Legacy of innovation

The new Aroma range by Clarins is in line with l'Eau Dynamisante, the signature creation of the House of Clarins launched in 1987. At that time, this innovation was the very first Eau de Soins to combine perfume and action of plants according to the principles of aromatherapy and phytotherapy to smell good and feel good. In 2022, Clarins proves that skincare should always be synonymous with well-being.

SHOPPING



Soleil d'été

Des parfums chauds et enivrants qui mêlent la caresse du soleil d'un soir d'été aux embruns rafraîchissants. Une véritable invitation au voyage.

Summer sun

Warm and exciting fragrances that combine the sun warmth of a summer evening with refreshing spray. A real invitation to travel.

Eau de Toilette La Collection Repetto Néroli Solaire, 50 ml, 49 euros, **Repetto**. // Eau de Parfum Intense Olympéa Solar, 30 ml, 59,58 euros, **Paco Rabanne**. // Eau de Toilette Missoni, 30 ml, 49 euros, **Missoni**. // Eau de Parfum Soleil Vibrant, 100 ml, 122 euros, **Lalique**. // Eau de Parfum Utopia Vanilla Coco, 50 ml, 88 euros, **Kayali**. // Eau de Parfum Magnolia Bliss, 100 ml, 120 euros, **Juliette has a gun**. // Eau de Parfum Les Fleurs de Lanvin, Sunny Magnolia, 50 ml, 39 euros, **Lanvin**. // La Collection Privée Eden-Roc, 125 ml, 225 euros, **Dior**. // Allegra Riva Solare Eau de Parfum, 100 ml, 200 euros, **Bvlgari**. // Eau de Parfum Dans le Bleu qui Pétille, 100 ml, 120 euros, **Serge Lutens**. // Cologne Botanique Absolue Aqua Mahana, 100 ml, 62 euros, **Le Couvent**. // Eau de Parfum Cassili, 75 ml, 230 euros, **Parfums de Marly**. // Eau de Parfum l'Eau de Liesse, 100 ml, 115 euros, **Courrèges**. // Eau de Parfum Solar Blossom, 100 ml, 190 euros, **Mizensir**. // Eau de Parfum L'Interdit Edition Millésime Jasmine, 50 ml, 92 euros, **Givenchy**. // Eau de Cologne Ici L'Eau est d'Or, 100 ml, 70 euros, **Compagnie de Provence**. // Eau de Parfum Good Fortune, 30 ml, 71 euros, **Viktor&Rolf**.



VALMONT



PRIME RENEWING PACK

Le seul et unique «photoshop» cosmétique

La Maison Valmont pour Le Meurice – 6, rue de Castiglione – 75001 Paris

lamaisonvalmont@dorchestercollection.com – Tel : 01 44 58 69 77

www.lamaisonvalmont.com

@valmontcosmetics

La Rose Lancôme inspire de grands projets

Véritable fil conducteur patrimonial et territorial, cette délicate fleur s'inscrit au cœur de l'histoire des Grandes Maisons de Parfums comme Lancôme depuis la nuit des temps. Elle livre ainsi des chapitres olfactifs sublimes, tous différents et pourtant tous issus d'une même terre, celle de Grasse, berceau mondial de la parfumerie.

Chez Lancôme, bien au-delà d'un symbole graphique, la rose porte grand nombre d'initiatives de création et de succès. Aujourd'hui, elle se fait également porte-drapeau de ses engagements éco-responsables. En effet, c'est au cœur des terres grassoises, au Domaine de la Rose, qu'elle initie un nouveau rendez-vous pour les amateurs de parfums, d'histoire, d'architecture et de nature.

Le Domaine de la Rose est un site horticole doté d'une superficie de 4 hectares que Lancôme a acquis en 2020 dans le but d'y cultiver des plantes à parfum - dont son ingrédient identitaire la rose -, mais aussi d'y développer un refuge de biodiversité afin de préserver le patrimoine de la terre et ses ressources naturelles. Un projet 100% écologique qui fait écho à toutes les valeurs de la marque. En 2023, le domaine accueillera le grand public afin de le sensibiliser sur ses engagements, sa raison d'être !

Tout a commencé avec le chantier de réhabilitation du patrimoine existant qui s'est appuyé sur la volonté de restaurer le domaine dans le respect de sa vocation agricole. Réalisé sans artificialisation des sols, cette réhabilitation de la maison inclut une isolation extérieure avec un complexe de paille de lavande et fibre de bois. Impossible de ne pas être happé par le graphisme architectural très contemporain et le design extérieur entièrement rose qui raisonne dans le paysage. Il faut dire qu'ici la rose fait office de couleur locale ! Le visiteur est d'ailleurs séduit par cette mise en abyme joyeuse et lumineuse qui marque un premier pas dans l'aventure.

Lancôme tient aussi à partager le savoir-faire traditionnel de la Rose aux différents publics au travers de ce sublime lieu et de ses parfums iconiques. Avec l'ouverture de la propriété, la marque souhaite faire vivre une expérience globale au plus grand nombre. Pour ce faire, grâce à une distillerie pédagogique et un orgue à parfum, le grand public pourra appréhender l'univers des métiers liés aux parfums, le savoir-faire du Parfumeur Lancôme.



True heritage and territorial common thread, this delicate flower is at the heart of the history of the great Perfume Houses like Lancôme since the night of times. So it gives sublime olfactory chapters, all different and yet all from the same land, from Grasse, the world original location of perfumery.



A tour de rôle, il découvre les compositions olfactives réalisées à partir des nouvelles cultures de roses Centifolia (appelée aussi Rose de Mai) issues du Domaine de la Rose. Une immersion qui les plonge dans l'exploration du nouveau parfum « La Vie est Belle Edition Domaine de la Rose » et la fragrance Maison « Lancôme 1001 Roses ». Un privilège absolu pour ceux qui découvriront en avant-première les nouvelles collections !

Dans la continuité, Lancôme annonce que des ateliers et des formations y verront le jour à partir de 2023. A l'extérieur, il sera possible d'observer pas moins de 163 espèces de plantes, 33 espèces d'oiseaux recensées, 31 espèces de papillons, 8 espèces d'insectes odonates, 12 espèces de chauves-souris et bien d'autres encore.

Ainsi, la marque, déjà bien implantée dans la région, ouvre la voie à de nouvelles perspectives et bouscule les codes de la parfumerie en montrant qu'il est possible d'être à la fois propriétaire, producteur et protecteur d'un patrimoine agricole et horticole. Une première pour une marque de beauté sélective !

In turn, he discovers the olfactory compositions made from new cultures of Centifolia roses (also called May Rose) from the Domaine de la Rose. An immersion that takes them in the exploration of the new perfume "La Vie est Belle Limited Edition Domaine de la Rose" and the House fragrance "Lancôme 1001 roses". An absolute privilege for those who will preview the new collections !

To go forward, Lancôme announces that workshops and training will be created there for 2023. Outside, it will be possible to observe no less than 163 species of plants, 33 species of birds recorded, 31 species of butterflies, 8 species of odonata insects, 12 species of bats and many more.

Thus, the brand, already well established in the region, opens the way to new perspectives and shakes up the codes of perfumery by showing that it is possible to be both owner, producer and protector of an agricultural and horticultural heritage.

A first for a selective beauty brand !

At Lancôme, much more than a graphic symbol, the rose represents a large number of creative initiatives and successes. Today, it is also the embodiment of its eco-responsible commitments. Indeed, it is in the heart of Grasse lands, at the Domaine de la Rose, that it initiates a new meeting place for lovers of perfumes, history, architecture and nature.

The Domaine de la Rose is a horticultural site with an area of 4 hectares that Lancôme acquired in 2020 with the aim of cultivating perfume plants - including its identity ingredient the rose -, but also to develop a refuge of biodiversity in order to preserve the heritage of the earth and its natural resources. A 100% ecological project that echoes all the values of the brand. In 2023, the estate will open to people to raise awareness of its commitments, its purpose !

It all started with the rehabilitation of the existing heritage, which was based on the desire to restore the estate while respecting its agricultural vocation. Made without artificializing the soil, this rehabilitation of the house includes exterior insulation with a complex of lavender straw and wood fiber. Impossible not to be caught by the very contemporary architectural graphics and the entirely pink exterior design that echoes in the landscape. It must be said that pink is the local color here ! The visitor is also pleased by this joyful and luminous setting in the abyss which marks a first step in the adventure.

Lancôme is also keen to share the traditional know-how of the Rose with different audiences through this sublime place and its iconic perfumes. With the opening of the property, the brand wants to provide a global experience to as many people as possible. To do this, thanks to an educational distillery and a perfume organ, the general public will be able to understand the world of professions related to perfumes, the know-how of the Lancôme perfumer.



*Au nom de toutes les roses, bravo !
In the name of all the roses, congratulations !*

lancome.fr

Douceur Braun

Attention, haute technologie. La marque Braun s'est taillée une place de choix sur le marché des épilateurs par lumière pulsée. Après les succès de Silk Expert Pro3 et de Silk Expert Pro5, la maison allemande revient sur le devant de la scène, avec Silk Expert Pro mini, une version minimaliste de l'épilateur à lumière pulsée, à emporter partout avec soi.



La technologie Skin Pro de Braun offre un confort d'usage pour un résultat optimal en matière d'épilation semi-définitive, permettant jusqu'à 3 à 6 mois de douceur. Une efficacité professionnelle à domicile, désormais très prisée par toutes celles et ceux qui - suite à la pandémie - font le choix d'augmenter les séances d'épilation à domicile. Les résultats sont visibles dès quatre semaines.

Plus légers et plus rapides

Pour sa gamme Silk Expert, Braun a déployé une technologie de pointe permettant d'aller jusqu'à 100 flashes par minute pour le Pro 3 et 125 flashes par minute pour le Pro 5. Les deux épilateurs phares de la marque s'enrichissent désormais de nouvelles fonctionnalités. Un nouveau bouton orne le Pro 5 permettant d'activer le mode sensible.

En outre, le réglage du niveau de puissance devient plus intuitif et l'épilateur plus facile à manier grâce à un poids revu à la baisse : - 25 % par rapport à la première version. Le Silk Expert Pro 3 détient désormais sa propre tête plus large et son mini rasoir visage Braun pour une épilation plus efficace en un minimum de temps.

Mini mais puissant

L'innovation du moment reste sans conteste le lancement du Silk Expert mini, un épilateur lumière pulsée au format voyage. Malgré sa petite taille, il reste tout aussi performant et bénéficie de la même technologie IPL que les Pro 3 et 5. Il propose également trois niveaux d'intensité pour s'adapter à toutes les peaux.

LE PARTENAIRE IDÉAL D'UNE BEAUTÉ ACCESSIBLE ET SANS CONTRAINTES.

Warning, high tech. Braun brand has role model in the pulsed light epilator market. After the success of Silk Expert Pro3 and Silk Expert Pro5, the German company is back on the scene with Silk Expert Pro mini, a minimalist version of the pulsed light epilator, to take anywhere with you.

Braun's Skin Pro technology offers comfort of use for optimal results in terms of semi-permanent hair removal, allowing up to 3 to 6 months of softness. Professional efficiency at home, now very popular with all those who - following the pandemic - choose to increase home hair removal sessions. The results are visible after four weeks.

Lighter and faster

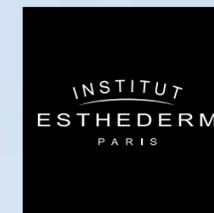
For its Silk Expert range, Braun has deployed state-of-the-art technology allowing up to 100 flashes per minute for the Pro 3 and 125 flashes per minute for the Pro 5. The brand's two flagship epilators are now enriched with new features. A new button adorns the Pro 5 to activate the sensitive mode. In addition, the power level setting becomes more intuitive and the epilator easier to handle thanks to a reduced weight : -25% compared to the first version. The Silk Expert Pro 3 now has its own wider head and Braun mini face shaver for more efficient hair removal in less time.

Tiny but mighty

The innovation of the moment is undoubtedly the launch of the Silk Expert mini, a pulsed light epilator in travel size. Despite its small size, it remains just as efficient and benefits from the same IPL technology as the Pro 3 and 5. It also offers three intensity levels to adapt to all skin types.

THE IDEAL PARTNER FOR ACCESSIBLE BEAUTY WITHOUT CONSTRAINTS.

fr.braun.com/



EXIGEZ DAVANTAGE de votre protection solaire



Soin de jour protecteur ANTI-RIDES

Soin de jour protecteur ANTI-TACHES

SOINS 3*EN*1

PROTECTION

L'association de filtres solaires haute protection et du brevet GLOBAL CELLULAR PROTECTION permettent de prévenir les facteurs de vieillissement induits par le l'ensemble du spectre solaire (UVA, UVB, lumière visible et infrarouges).

BRONZAGE

Le bronzage est la plus naturelle des protections de la peau qui s'auto-protège au soleil. La technologie brevetée Adaptasun favorise un bronzage plus rapide, intense et durable.

JEUNESSE

Au-delà de la protection, les soins solaires Institut Esthederm sont conçus pour aider la peau à préserver sa jeunesse au soleil grâce à des technologies anti-oxydantes, anti-rides et anti-taches toujours plus performantes.

Vivez pleinement le soleil

Disponible chez nos partenaires agréés : institut de beauté, pharmacie & parapharmacie, Nocibé, Printemps, Galeries Lafayette et sur notre e-shop www.esthederm.fr

En direction de Madagascar

Les parfums et les bijoux ont depuis toujours un lien indéfectible. Chaque fragrance, chaque pierre, est travaillée minutieusement avec un savoir-faire qui lui est propre. « Les Gemmes » de Bvlgari reflètent cette histoire d'amour étincelante, cette attache entre un parfum et sa pierre précieuse.



Huit ans après sa création, Bvlgari réinvente la collection avec dix de ses Eaux de Parfum, dans une nouvelle version unisexe. Dernier joyau ajouté à cette Route des Gemmes, Bvlgari le Gemme Orom nous emporte sur l'île de Madagascar pour y découvrir un véritable chef d'œuvre !

Perfumes and jewelry have always had an unbreakable link. Each fragrance, each stone, is worked meticulously with its own know-how. "Les Gemmes" by Bvlgari reflects this sparkling love story, this bond between a perfume and its precious stone.

Surnommée la gemme arc-en-ciel, cette pierre possède de jolis reflets à l'éclat métallique, des nuances irisées bleues, vertes et dorées. Un jeu de couleurs que l'on retrouve sur le bouchon cabochon du flacon, qui n'est pas sans rappeler la magie des aurores boréales... Et qui évoque également les plumes majestueuses du paon, animal symbolique de l'île de Madagascar.

En lithothérapie, la laborantine est très prisée pour son bouclier protecteur qui confère à celui ou celle qui la porte une protection, tant physique que psychique. Bvlgari a sélectionné cette pierre afin que la personne qui porte Orom puisse se reconnecter à elle-même, et ainsi utiliser la magie qui existe au fond de chacune d'elle. Une introspection rendue possible grâce au travail d'orfèvre entre le Joaillier Romain et le Maître-Parfumeur Sophie Labbé. Fruit de cette collaboration, cette nouvelle fragrance s'inspire d'une précieuse épice originaire de Madagascar : la vanille bourbon. Afin de créer un contraste magique, Sophie Labbé a choisi d'associer la délicate vanille au précieux oud naturel. Parfum aux multiples facettes, Orom laisse échapper une essence cuivrée intense, avec une signature boisée et raffinée.

A la fois masculine et féminine, Orom encourage à s'affranchir des codes traditionnels et à vivre avec confiance et optimisme. Un beau message d'espoir dans un parfum aux couleurs de l'harmonie !

Bvlgari Le Gemme Orom, 300 euros, Bvlgari. bulgari.com

Eight years after its creation, Bvlgari is reinventing the collection with ten of its Eau de Parfum, in a new unisex version. Last jewel added to this Route of Gems, Bvlgari Gemme Orom takes us to the island of Madagascar to discover a true masterpiece !

Madagascar, the treasure island of Africa, is full of beauty and authenticity. It is on this island that the highest quality of labradorite is found, the gem from which Orom, the new Bvlgari fragrance, is inspired.

Nicknamed the rainbow gem, this stone has pretty metallic sheen, iridescent shades of blue, green and gold. A play of colors that can be found on the cabochon cap of the bottle, which is reminiscent of the magic of the aurora borealis... And which also evokes the majestic feathers of the peacock, symbolic animal of the island of Madagascar.

In lithotherapy, the laboratory assistant is very popular for her protective shield which gives the wearer both physical and psychological protection. Bvlgari has selected this stone so that the person wearing Orom can reconnect with themselves, and thus use the magic that exists deep inside each of them. An introspection made possible thanks to the craftsmanship between the Roman jeweler and master perfumer Sophie Labbé.

Fruit of this collaboration, this new fragrance is inspired by a precious spice from Madagascar : bourbon vanilla. In order to create a magical contrast, Sophie Labbé has chosen to combine delicate vanilla with the precious natural oud. Perfume with many facets, Orom releases an intense coppery essence, with a woody and refined signature.

Both masculine and feminine, Orom encourages people to break free from traditional codes and live with confidence and optimism. A beautiful message of hope in a perfume in the colors of harmony !

Bvlgari Le Gemme Orom, 300 euros, Bvlgari.



Madagascar, l'île aux Trésors de l'Afrique, regorge de beauté et d'authenticité. C'est sur cette île que se trouve la plus haute qualité de labradorite, la gemme dont est inspirée Orom, la nouvelle fragrance Bvlgari.





Inspirée de la terre

Produit iconique, la Terracotta est un indispensable des troussees makeup. Sa petite sœur, la Terracotta Light, se dévoile avec une toute nouvelle formule, inspirée de et par la nature, composée de 96% d'ingrédients d'origine naturelle.

An iconic product, Terracotta is an essential makeup kit. Its little sister, Terracotta Light, is unveiled with a brand-new formula, inspired from and by nature, consisting of 96% of natural origin ingredients.

Cette année encore, la Maison Guerlain poursuit sa volonté de créer des produits les plus naturels possibles. Après la prouesse de naturalité de la Terracotta Originale l'année dernière (avec 96% d'ingrédients d'origine naturelle), Guerlain réinvente la Terracotta Light, avec une formule elle aussi composée de 96% d'ingrédients d'origine naturelle. Les 4% restants correspondent à des ingrédients indispensables, sélectionnés avec soin, afin de garantir une parfaite conservation de la formule et son incomparable sensorialité.

Conçue en France, cette nouvelle Terracotta Light hisse la naturalité au sommet : outre sa formulation, dans laquelle a été incorporé du miel de fleurs du Maroc pour ses vertus hydratantes, les impressions organiques rendent hommage à la terre originelle et symbolisent cette révolution du naturel. La poudre conserve le meilleur de ce qui a fait son succès : une fragrance mythique, reconnaissable entre toutes et irrésistiblement attractive, un éclat bonne mine toujours inimitable, confondant de naturel et embellisseur grâce à un canevas de 4 nuances en totale adéquation avec sa carnation. Fondues entre elles, la teinte bronzante satinée, la teinte mate ton sur ton, la teinte blushante vitaminée et l'enlumineur universel laissent un teint naturellement frais et vibrant, idéalement unifié. Au plus proche de la terre, cette nouvelle Terracotta Light est inspirée par l'image d'un lever de soleil sur les dunes, déposant sur le visage un voile de poudre imperceptible, subtilement blushé et infiniment sublimateur.

Once again this year, Maison Guerlain is pursuing its desire to create the most natural products possible. After the feat of naturalness of Terracotta Originale last year (with 96% of natural origin ingredients), Guerlain is reinventing Terracotta Light, with a formula also made up of 96% of natural origin ingredients. The remaining 4% correspond to essential ingredients, carefully selected to guarantee perfect conservation of the formula and its incomparable sensoriality.

Designed in France, this new Terracotta Light raises naturalness to the top : in addition to its formulation, in which honey from Moroccan flowers has been incorporated for its moisturizing properties, the organic prints pay tribute to the original earth and symbolize this natural revolution. The powder retains the best of what has made it so successful : a mythical, recognizable among all and irresistibly attractive fragrance, an always inimitable healthy confusingly natural and beautifying glow, thanks to a canvas of 4 shades in total harmony with one's complexion.

Melted together, the satin bronzer shade, the tone-on-tone matte shade, the vitaminized blush shade and the universal illuminator leave a naturally fresh and vibrant, ideally unified complexion. As close to the earth as possible, this new Terracotta Light is inspired by the image of a sunrise over the dunes, depositing an imperceptible, subtly blushed and infinitely sublimating veil of powder on the face.



Pour l'accompagner, Guerlain a mis au point un pinceau inédit, un kabuki. Ses poils synthétiques de grande qualité caressent le visage avec douceur et sa forme biseautée dépose la juste quantité de poudre. Un duo à emporter partout avec soi, au service d'un embellissement naturel et universel !

Terracotta Light, 50 euros / Pinceau Terracotta, 55 euros

To accompany it, Guerlain has developed a unique brush, a kabuki. Its high-quality synthetic bristles gently caress the face and its beveled shape deposits the right amount of powder. A duo to take with you everywhere, at the service of a natural and universal embellishment !

Terracotta Light, 50 euros / Terracotta Brush, 55 euros





Le Parfumeur franco-britannique livre son *spectaculaire* dernier cru

L'histoire de Creed est une histoire de famille. Parfumeurs de luxe de génération en génération, Olivier et Erwin poursuivent l'entreprise initiée par leurs ancêtres il y a plus de deux siècles. Chaque nouvelle création est l'objet d'un long voyage, à la recherche des essences les plus pures, aux quatre coins de la planète. Une quête à chaque fois réalisée dans le plus grand respect de la nature et de ses cycles.

.....

H ouse of Creed

La Maison Creed est une très vieille dame, aujourd'hui âgée de 260 ans. Tout commence en 1760, lorsqu'une jeune société de confection londonienne fait parvenir au Roi George III des gants en cuir parfumé. La Maison est née. Au fil des siècles, elle s'emploiera à servir les plus grandes personnalités de ce monde. C'est ainsi que sous le règne de la Reine Victoria, Creed devient Fournisseur Officiel de la Maison Royale. En 1854, la Maison se dote de son siège parisien. Deux siècles après ses premiers pas, Creed est à l'origine de 200 fragrances.

L'exceptionnel en héritage

Désormais, ce sont Olivier et Erwin - père et fils - qui officient. Amoureux du travail bien fait, ils sont présents à chaque étape de la fabrication des parfums. Ce sont également eux qui, au fil de leurs voyages et de leurs inspirations, notamment grâce aux carnets de voyages familiaux, imaginent les nouvelles compositions. Leur imagination est portée par les senteurs les plus exceptionnelles du monde. Ici, les plus délicates roses de Bulgarie, là, les plus beaux brins de vétiver de Haïti et puis, là aussi, le plus gourmand des jasmins du sud de la France. Aucune senteur n'échappe aux nez aguerris de la famille.

Wind Flowers

Il aura fallu cinq années aux parfumeurs pour livrer leur tout dernier opus. Avec Wind Flowers, la Maison fait souffler un luxueux vent frais sur la parfumerie. On y retrouve les codes du Parfumeur franco-britannique : des matières nobles à l'instar du jasmin d'inde et des pointes d'audace comme la senteur praline, très rarement utilisée en parfumerie. Une création, à l'image de son flacon qui souligne le contraste entre la force et la grâce. Un jus unique, délicat, élégant et puissamment intemporel.



Creed's story is a family story. Luxury perfumers from generation to generation, Olivier and Erwin continue the business initiated by their ancestors more than two centuries ago. Each new creation is the subject of a long journey, in search of the purest essences, all over the world. A quest each time carried out with the greatest respect for nature and its cycles.

The exceptional in legacy

From now on, it is Olivier and Erwin - father and son - who have managed the house. Lovers of a well-done job, they are present at every step of the perfumes creation. They have also imagined the new compositions over the course of their travels and their inspirations, in particular thanks to family travel diaries. Their imagination is carried by the most exceptional scents in the world. Here, the most delicate roses from Bulgaria, there the most beautiful sprigs of vetiver from Haiti, and then there also the sweetest of jasmines from the south of France. No scent escapes the expert noses of the family.

Wind flowers

It took the perfumers five years to launch their latest opus. With Wind Flowers, the House is blowing a luxurious fresh wind on perfumery. We find the codes of the Franco-British Perfumer in it : noble materials like Indian jasmine and touches of audacity like the praline scent, which is very rarely used in perfumery. A creation, like its bottle, which underlines the contrast between strength and grace. A unique, delicate, elegant and powerfully timeless juice.

H ouse of Creed

The House of Creed is a very old institution, now 260 years old. It all started in 1760, when a young London clothing company sent perfumed leather gloves to King George III. The House was born. Over the centuries it worked to serve the greatest personalities of this world. Thus, under the reign of Queen Victoria, Creed became an official supplier to the Royal House. In 1854, the House set up its Parisian headquarters. Two centuries after its first steps, Creed is at the origin of 200 fragrances.

creedfragrance.fr/

Carita : la lumière pour secret de la beauté ultime

Depuis 1945, la Maison de Beauté Carita se place comme l'entrepreneur de la métamorphose. Une promesse qui a forgé son succès et qui, aujourd'hui, la porte à son apogée. 2022 sera l'année de tous les possibles.

Since 1945, Carita Beauty House has placed itself as the metamorphosis entrepreneur. A promise that has forged its success and which now brings it to the top. 2022 will be the year of all possibilities.

Il faut que tout change pour que rien ne change »...

Après un lifting de son adresse mythique du 11 Faubourg Saint-Honoré, comme à chaque nouveau chapitre d'une histoire, Carita va suivre cet adage tout en s'appuyant sur son patrimoine et ses réussites afin d'offrir de nouvelles expériences de soins professionnels d'exception. Ainsi une toute nouvelle collection de protocoles réécrit la philosophie Carita.

Le Fluide 14, le Rénovateur et la Lotion Nacrée sont réinterprétés. Les gammes OR Rejuvenic, CRISTAL Morphologic et LAGON Hypertonique s'inscrivent dans un territoire scientifique d'une extrême exigence et ainsi répondre aux besoins anti-âge essentiels : régénérer, lifter, réparer. Des iconiques associés à de spectaculaires innovations afin d'apporter de la lumière à toutes celles qui passent la porte du célèbre établissement parisien.

On affectionne l'ICONIQUE GAMME OR REJUVENIC dont la formulation est digne d'une création d'orfèvrerie. Ses formules reposent sur le pouvoir de l'or Biotech 24K. Un micro-organisme qui active le renouvellement épidermique, stimule la production de collagène et neutralise les radicaux libres. Grâce à ses minéraux et ses actifs d'exception, le protocole Or Rejuvenic permet de stimuler la régénération épidermique multi-strate.

Il combine ainsi trois grandes propriétés régénérantes et antioxydantes qui, associées à l'art formulatoire de Carita, produisent un anti-âge d'une grande précision. La gamme est composée de cinq soins encapsulés dans d'élégants flacons noirs : Micro-Essence régénérante, un concentré catalyseur régénératif, un sérum régénérant, une crème régénérante et une crème illuminatrice définition regard. Métamorphose assurée !

On apprécie les subtilités de la composition de CRISTAL MORPHOLOGIC qui intègre au cœur de sa formule la Tourmaline micronisée, un minéral rare et une pierre précieuse qui se distingue par ses propriétés bioactives. Cette gemme raffinée possède des qualités invisibles... La Tourmaline émet en effet des infrarouges lointains, un



rayonnement qui se situe en dehors de la plage de la lumière visible, ainsi ses rayons chauffants augmentent légèrement la température de la peau. Ils favorisent la cicatrisation des plaies en stimulant la migration des fibroblastes et la production de collagène. CRISTAL Morphologic agit ainsi pour remodeler la structure du visage et en particulier renforcer sa fermeté.

Pour LAGON HYPERTONIC, les chercheurs de la Maison sont allés chercher une eau à forte concentration minérale des lagons de Tahiti. Un sourcing d'eaux marines bien spécifiques car au-delà de leur teneur en chlorure et en sodium, elles contiennent surtout un taux exceptionnellement haut de magnésium et de soufre qui forment leur signature minérale unique. La volonté de Carita était de se rapprocher des caractéristiques du plasma humain qui, on le sait, agit fondamentalement dans le maintien des cellules de la peau en leur véhiculant les minéraux. Avec

l'eau des lagons polynésiens, la marque répond à cet écosystème naturel en reproduisant ce schéma nourricier. La composition de cette gamme s'appuie ainsi sur la très forte concentration en minéraux de ces eaux afin d'amplifier la réparation de la barrière de la peau et préserver sa jeunesse.



Vous l'aurez compris Carita n'a pas fini de surprendre pour nous illuminer ! Plus qu'une promesse, cette nouvelle ère s'annonce tel un serment de beauté.

carita.com



Everything has to change so that nothing changes"... After renovating its mythical address at 11 Faubourg, as with each new chapter in a story, Carita will follow this adage while relying on its heritage and its successes in order to offer new experiences of exceptional professional care.

Thus a whole new collection of protocols rewrites the Carita philosophy. Fluide 14, Le Rénovateur and Lotion Nacrée are reinterpreted. The OR Rejuvenic, CRISTAL Morphologic and LAGON Hypertonic ranges are part of an extremely demanding scientific expertise and thus meet essential anti-aging needs : regenerate, lift, repair. Iconics associated with spectacular innovations to bring light to all those who come to the famous Parisian institution.

We love the ICONIC OR REJUVENIC RANGE whose formulation is worthy of a goldsmith's creation. Its formulas are based on the power of Biotech 24K gold. A microorganism that activates epidermal renewal, stimulates collagen production and neutralizes free radicals. Thanks to its exceptional minerals and active ingredients, the Or Rejuvenic protocol stimulates multi-layer epidermal regeneration.



It thus combines three major regenerating and antioxidant properties which, combined with Carita's formulatory art, produce a highly precise anti-ageing product. The range is made up of five treatments encapsulated in elegant black bottles : Regenerating Micro-Essence, a regenerative catalyst concentrate, a regenerating serum, an regenerating cream and an eye-defining illuminating cream. Metamorphosis guaranteed !



We appreciate the subtleties of the composition of CRISTAL MORPHOLOGIC which integrates tourmaline, a rare mineral and a precious stone which stands out for its bioactive properties, at the heart of its formula. This refined gem has invisible qualities...

Tourmaline indeed emits far infrared radiation that is outside the range of visible light, so its heating rays slightly increase the temperature of the skin. They increase wound healing by stimulating the migration of fibroblasts and the production of collagen. CRISTAL Morphologic thus acts to reshape the structure of the face and in particular to reinforce its firmness.



For LAGON HYPERTONIC, the House's researchers sought water with a high mineral concentration from the lagoons of Tahiti. A sourcing of very specific marine waters because beyond their chloride and sodium content, they above all contain an exceptionally high rate of magnesium and sulfur which form their unique mineral signature.

Carita wanted to get closer to the characteristics of human plasma which, as we know, acts fundamentally in maintaining skin cells by conveying minerals to them. With water from Polynesian lagoons, the brand echoes this natural ecosystem by reproducing this nourishing pattern. The composition of this range is thus based on the very high concentration of minerals in these waters in order to amplify the repair of the skin barrier and preserve its youth.



You understand Carita is always surprising to illuminate us ! More than a promise, this new era is an oath of beauty.

Flower by Kenzo l'Absolue



C'est en l'an 2000 que naît FLOWER BY KENZO un parfum devenu culte, porteur d'un message aussi simple que puissant : celui de réenchanter le monde et d'y faire souffler un vent de bonheur et de beauté. En 2022, l'emblématique coquelicot s'épanouit pour devenir FLOWER BY KENZO l'Absolue.

FLOWER BY KENZO was created in 2000, a perfume that has become cult, carrying a message as simple as it is powerful: that of re-enchanting the world and blowing a wind of happiness and beauty into it. In 2022, the emblematic poppy blossoms to become FLOWER BY KENZO the Absolue.

Pour ce nouvel opus, KENZO innove, tout en restant fidèle à l'esprit du Maître Parfumeur Alberto Morillas, à l'origine de l'emblématique parfum. On y retrouve toutes les notes qui ont fait de FLOWER BY KENZO un parfum inégalable : pistil de la fleur de coquelicot, fraîcheur de la mandarine, safran, rose de Damas, fleur d'oranger, tubéreuse, vanille et muscs blancs. Pour créer l'Absolue, le Maître Parfumeur s'est à nouveau plongé dans la formule pour y ajouter une dimension plus intense et plus sophistiquée. « J'ai écrit cette nouvelle interprétation avec des matières premières précieuses et notamment le safran, l'or rouge. J'ai également choisi la rose Damascena, fleur iconique de Flower mais traitée pour la première fois dans cette famille sous sa forme d'absolue », explique le parfumeur, qui ajoute « il y a plus qu'un lien entre FLOWER BY KENZO et moi. C'est un voyage olfactif que nous effectuons depuis plus de vingt ans ».

Le choix d'une floricultrice pour égérie

Un voyage incarné par une égérie de choix : Charlotte Masami, floricultrice d'origine franco-japonaise qui incarne la nouvelle fragrance. Ni mannequin professionnelle, ni actrice, ni même cé-

lèbre, elle a grandi dans un environnement mêlant culture japonaise et parisienne. Son amour de l'urbanisme n'a d'égal que celui des fleurs.

Au quotidien, elle s'engage pour reflorir les villes via une horticulture locale et de saison. Un choix qui s'impose comme une évidence pour la Maison KENZO qui souhaite donner une autre vision de ce qui est beau et de ce qui doit être vu. Un engagement simple mais sincère, en faveur de la diversité et de la biodiversité, signé KENZO.



For this new opus, KENZO innovates, while remaining faithful to the spirit of Master Perfumer Alberto Morillas, the creator of the emblematic perfume. It contains all the notes that have made FLOWER BY KENZO an incomparable fragrance : pistil of poppy flower, freshness of mandarin, saffron, Damask rose, orange blossom, tuberose, vanilla and white musks. To create the Absolue, the Master Perfumer once again immersed himself in the formula to add a more intense and sophisticated dimension. "I wrote this new interpretation with precious raw materials and in particular saffron, red gold. I also chose the Damascena rose, Flower's iconic flower but treated for the first time in this family in its absolute form", explains the perfumer, who adds "there is more than a link between FLOWER BY KENZO and me. It is an olfactory journey that we have been on for more than twenty years".

The choice of a female farmer for muse

A journey embodied by an emblematic muse : Charlotte Masami, flower grower of Franco-Japanese origin who embodies the new fragrance. Neither professional model, nor actress, nor even famous, she grew up in an environment mixing Japanese and Parisian culture. Her love of urban planning is as important as that of flowers.

On a daily basis, she is committed to bringing new flowers to cities through local and seasonal horticulture. A choice that is obvious for the KENZO house, which wishes to give another vision of what is beautiful and what must be seen. A simple but sincere commitment to diversity and biodiversity, signed KENZO.



N°1 de Chanel *l'amour du Camélia*

Avec sa gamme n°1, Chanel revient à ses fondations. Pour sa nouvelle ligne de soins, la Maison a puisé dans l'incroyable fraîcheur du Camélia. On y retrouve tout le savoir-faire Chanel : des produits cocons, luxueux et incroyablement performants.

La fleur signature de la Maison Chanel se décline désormais en une ligne de soins, sobrement baptisée Chanel n°1. La plante iconique de Gabrielle Chanel est ainsi présente dans chacune des créations avec une conviction forte : l'intelligence de la nature est indépassable. C'est ainsi que les laboratoires de la Maison se sont inspirés du cycle de vie du Camélia, une fleur gorgée d'eau qui se nourrit d'un sol fécond et sain.

Un laboratoire à ciel ouvert

Chanel a choisi d'implanter ses cultures de Camélia et son laboratoire à Gaujacq, dans les Landes. Un amour pour le made in France et une attention toute particulière à la traçabilité des ingrédients qui, depuis les débuts de la Maison, ne se sont jamais taris. Sous la supervision de Jean Thoby, expert international du Camélia, Chanel a imaginé un incomparable jardin conservatoire botanique. Celui-ci possède plus de 2 000 variétés de camélias collectées à travers le monde. Non loin de là se trouve la Ferme au Camélia qui intègre un laboratoire de phyto-analyse, au plus près des plantes, permettant de les observer dans leur environnement naturel.

Inégalables innovations

C'est à partir de l'observation de la nature que sont confectionnées les innovations Chanel. Le laboratoire de la Maison travaille notamment sur un mécanisme clé du vieillissement cellulaire :

la sénescence, un champ scientifique qui offre des perspectives inédites dans la prise en charge du vieillissement cutané. Pour ce faire, Chanel se place aux côtés des chercheurs du Département de Biotechnologie et Vieillessement de l'Université des Ressources Naturelles et des Sciences de la Vie de Vienne. La confection répond à des exigences strictes en matière de durabilité et de protection de l'environnement. Les formules contiennent jusqu'à 97 % d'ingrédients d'origine naturelle, tandis que tous les emballages sont écoconçus.

Formules fluides et texturées

Fidèle à son savoir-faire, Chanel n'a rien laissé au hasard pour la confection de sa ligne de soins n°1. Les pétales de camélia sont cueillis à la main et sont ensuite transformés en huile de camélia, reconnue pour ses vertus nutritives et bienfaitantes.

La ligne est fondée sur une vision globale de la beauté qui intègre trois dimensions : soin, maquillage et eau parfumée. Une beauté holistique qui permet à chacune de prendre soin de soi, de la peau à l'esprit.

La Maison livre deux nouvelles créations : l'essence lotion revitalisante au camélia rouge qui procure une sensation d'hydratation intense et durable, et le sérum en brume corps revitalisant au camélia rouge. Ce dernier est composé à 95 % d'ingrédients naturels, dont 76 % sont directement dérivés du camélia. Sa texture fluide et gélifiée procure un effet rafraîchissant immédiat. La puissance du camélia permet d'agir sur les cinq signes de l'âge : pores moins visibles, rides diminuées, élasticité de la peau améliorée, teint plus éclatant et peau plus confortable.



With its n°1 range, Chanel returns to its origins. For its new skincare range, the House has taken the incredible freshness of Camellia. It contains all the Chanel know-how : cocooned, luxurious and incredibly high-performance products.

T

he signature flower of Maison Chanel is now available in a skincare range, soberly called Chanel n°1. Gabrielle Chanel's iconic plant is thus present in each of the creations with a strong conviction : the intelligence of nature is unsurpassable. This is how the house's laboratories were inspired by the life cycle of the Camellia, a flower full of water that feeds on a fertile and healthy soil.

Open-air laboratory

To do this, Chanel has chosen to grow its Camellia cultures and set up its laboratory in Gaujacq, in the Landes. A love for made in France and a very particular attention to the traceability of the ingredients which, since the beginnings of the House, have never stopped. Under the supervision of Jean Thoby, international Camellia expert, Chanel imagined an incomparable botanical conservatory garden. It has more than 2,000 varieties of camellias collected around the world. The Ferme au Camélia is located not far from there, including a phyto-analysis laboratory, as close as possible to the plants, allowing them to be observed in their natural environment.

Unparalleled innovations

Chanel innovations are made from the observation of nature. The House's laboratory works in particular on a key mechanism of cellular aging : senescence, a scientific field that offers unprecedented perspectives in the management of skin aging. To do this, Chanel works alongside researchers from the Department of Biotechnology and Aging at the University of Natural Resources and Life Sciences in Vienna. The creation demands strict requirements in terms of sustainability and environmental protection. The formulas contain up to 97% ingredients of natural origin, while all packaging is eco-designed.

Fluid and textured formulas

Faithful to its know-how, Chanel has expertise in the production of its n°1 skincare range. The camellia petals are picked by hand and then transformed into camellia oil, known for its nutritious and beneficial properties. The range is based on a global vision of beauty that concerns three dimensions : skincare, make-up and scented water. A holistic beauty that allows everyone to take care of themselves, from the skin to the mind. The House is launching two new creations : the revitalizing lotion essence with red camellia, which provides a feeling of intense and long-lasting hydration, and the revitalizing body mist serum with red camellia. The latter is composed of 95% natural ingredients, 76% of which are directly derived from camellia. Its fluid and gel texture provides an immediate refreshing effect. The power of camellia can act on the five signs of aging : less visible pores, reduced wrinkles, improved skin elasticity, more radiant complexion and more comfortable skin.

Lipstick *Addict*

Au fil des années, Sephora Collection a su s'imposer et prendre ses marques dans le monde de la beauté. Que ce soit en matière de soins ou de makeup, Sephora Collection démocratise une beauté performante, engagée dans une démarche responsable, facile d'utilisation et abordable.



Over the years, Sephora Collection has established itself and been part of the world of beauty. Whether in terms of care or makeup, Sephora Collection democratizes high-performance beauty, committed to a responsible approach, easy to use and affordable.

We no longer count the products acclaimed by beauty addicts : the Melting Cleansing Balm, the Purifying Mud Mask, the Size Up Mascara, the Pocket Palette, the Cream Lip Stain Liquid Lipsticks... It's for sure that their new range, the Rouge Is Not My Name, will also become the brand's best-sellers !

For all those who have continued to wear make-up while wearing masks, these last two years have made mandatory to wear lipsticks with an irreproachable hold and without transfer. The end of wearing the mask announces a return to comfortable and luscious lips, tinted with a vibrant color. Rouge Is Not My Name is the perfect compromise between hydration and long-lasting, explosive color and care. In a single stroke, the stick deposits a saturated shade on the lips, ranging from the most nude to the most daring and sophisticated. Its formula incorporates pigments coated with oils to reveal their full intensity.

All day long, this lipstick stays comfortable on the lips while moisturizing them, without fading, cracking or smudging over time. Our lips remain supple and curved, as if plumped up by the color. They are soft and smooth, more beautiful day by day thanks to ceramides, naturally present in the body and added in satin lipsticks.

What is missing, except an eco-responsible dimension that is here ! Made in France, the lipsticks are made from 60% recycled plastic. Vegan, their formula does not contain ingredients of animal origin !

Rouge Is Not My Name is a wonderful combination of vibrant color, long-lasting hold and hydration for 8 hours and are offered at a low price ! A basic that will never leave our lips !

On ne compte plus les produits plébiscités par les beauty addicts : le Baume Démaquillant Fondant, le Masque Boue Purifiant, le Mascara Size Up, les Pocket Palette, les Liquid Lipsticks Cream Lip Stain... Il y a fort à parier que leur nouvelle gamme, les Rouge Is Not My Name, deviendront eux aussi des best-sellers de la marque !

Pour toutes celles qui ont continué à se maquiller tout en étant masquées, ces deux dernières années signaient l'obligation de porter un rouge à lèvres avec une tenue irréprochable et sans transfert. La fin du port du masque annonce un retour aux lèvres confortables et gourmandes, teintées d'une couleur vibrante.

Rouge Is Not My Name est le parfait compromis entre hydratation et longue tenue, couleur explosive et soin. En un seul passage, le stick dépose sur les lèvres une teinte saturée, allant des plus nudes aux plus audacieuses et sophistiquées. Sa formule intègre des pigments enrobés d'huiles pour révéler toute leur intensité.

Tout au long de la journée, ce rouge à lèvres reste confortable sur la bouche tout en l'hydratant, sans s'affadir, sans craqueler ou filer avec le temps. Nos lèvres restent souples et galbées, comme repulpées par la couleur. Elles sont douces et lissées, plus belles de jour en jour grâce aux céramides, naturellement présentes dans le corps et ajoutées dans les rouges à lèvres satin.

Il ne leur manquait qu'une dimension éco-responsible que voici : fabriqués en France, les lipsticks sont composés à 60 % de plastique recyclé. Végan, leur formule ne contient pas d'ingrédients d'origine animale !

Rouge Is Not My Name combine à merveille couleur vibrante, longue tenue et hydratation pendant 8h et sont proposés à prix doux ! Un basic qui ne quittera plus nos lèvres !

Rouge Is Not My Name, disponible en 20 teintes, 13,99 euros l'unité, Sephora Collection



Pour sa campagne plébiscitaire, Sephora Collection a fait appel à l'audacieuse Maeva Marshall, une mannequin qui a défilé pour les plus grands et qui a fait de sa différence, une force. Après des problèmes de santé, de nombreuses taches sont apparues sur son visage. Plutôt que de se laisser abattre, la jeune femme a choisi de les mettre en valeur et de les exhiber fièrement, celles-ci faisant parties intégrantes d'elle-même !

C'est pour son engagement et sa force que Sephora Collection a choisi d'en faire son égérie pour les Rouge Is Not My Name ! User du maquillage pour se faire du bien et s'aimer, plutôt que de se cacher. Porter du lipstick, que l'on soit une femme ou un homme, opter pour un rose tendre sur une peau foncée, tenter le rouge flamboyant en journée et pourquoi pas oser le prune également ! Le make-up est une force, saisissez-la !

For its plebiscite campaign, Sephora Collection has called on the audacious Maeva Marshall, a model who has paraded for the greatest and who has made her difference a strength.

After health problems, many spots appeared on her face. Rather than being discouraged, the young woman chose to showcase them and proudly display them, as they are an integral part of herself !

It is for her commitment and her strength that Sephora Collection has chosen to make her its muse for Rouge Is Not My Name ! Use make-up to do yourself good and love yourself, rather than to hide. Wear lipstick, whether you are a woman or a man, opt for a soft pink on dark skin, try flamboyant red during the day and why not dare plum too ! Make-up is a strength, seize it !



la nature qui est en nous.

Réveiller

Utiliser une gamme de soins cosmétiques qui s'appuie sur les richesses de la nature comme composants principaux, est un véritable acte de bienveillance, pour nous, pour vous et pour l'environnement.

Using a range of cosmetic treatments based on the riches of nature as its main components is a real act of kindness, for us, for you and for the environment.

En effet, se sentir connecté.e à l'univers et ses ressources naturelles est de loin le geste de douceur envers soi-même et envers la planète le plus puissant que l'on puisse imaginer. Asabio Cosmétiques propose une ligne de huit produits de soins qui convient à tout type de peau pour une routine beauté en totale harmonie avec la nature. Une réponse 100% bio afin de minimiser l'impact environnemental. La marque tire son nom de son ingrédient principal, le chanvre bio (Asa signifie chanvre en japonais, et Bio de par sa certification), une des plus vieilles plantes domestiquées par l'Homme. Un écho subtil qui a du sens. Associées à des fleurs et fruits, selon les vertus de chacun (citron de sicile, aloe vera, huile de rose, beurre de karité, huile d'avocat...), les forces du chanvre montrent ici qu'une fois conjugué à une sélection fine et minutieuse d'ingrédients actifs, le CBD est un allié de taille pour conserver sa peau en bonne santé et préserver son éclat et sa fraîcheur. Une hygiène de soins quotidiens (visage, corps et mains) à adopter pour prendre soin de son épiderme, résister aux différentes agressions extérieures (pollution, stress, soleil...) et atténuer les traces du temps, dommages et traumatismes divers.

Indeed, feeling connected to the universe and its natural resources is by far the most powerful gesture of kindness towards oneself and towards the planet ever imagined. Asabio Cosmétiques offers a line of eight skincare products suitable for all skin types for a beauty routine in total harmony with nature. A 100% organic response to minimize the environmental impact. The brand takes its name from its main ingredient, organic hemp (Asa means hemp in Japanese, and Organic because of its certification), one of the oldest plants domesticated by man. A subtle echo that makes sense.

Associated with flowers and fruits, according to the virtues of each (Sicilian lemon, aloe vera, rose oil, shea butter, avocado oil, etc.), the strengths of hemp show here that once combined with a fine selection and meticulous care of active ingredients, CBD is a major ally for keeping your skin healthy and preserving its radiance and freshness. Daily care hygiene (face, body and hands) to adopt to take care of your skin, resist various external aggressions (pollution, stress, sun, etc.) and reduce the effects of time, damage and various traumas.

Pour compléter sa gamme, la marque lance un Baume CBD, dont la base de cannabidiol est enrichie d'extrait de fleur de Calendula, de menthe poivrée, de romarin, d'extrait de piment fort, d'huile essentielle de clou de girofle et d'huile essentielle d'eucalyptus. Une parfaite association de produits naturels qui, utilisés en application locale, soulagent et renforcent l'épiderme. Ce baume est recommandé pour détendre certaines zones sensibles du corps, en particulier au niveau des parties sollicitées au quotidien : le ventre et les articulations (bras, jambes, cou, épaules). Effet relaxant assuré !



To complete its range, the brand is launching a CBD Balm, whose cannabidiol base is enriched with Calendula flower extract, peppermint, rosemary, hot pepper extract, clove essential oil and eucalyptus essential oil.

A perfect combination of natural products which, used locally, relieve and strengthen the epidermis. This balm is recommended to relax certain sensitive areas of the body, in particular at the level of the parts stressed on a daily basis : the stomach and the joints (arms, legs, neck, shoulders). Relaxing effect guaranteed !

Enfin, pour parfaire le tableau d'un moment de détente absolu, Asabio a élaboré trois tisanes CBD pour accompagner ces rituels de soins et enrichir notre perception de la nature par l'intérieur. Trois recettes, une thérapie holistique, afin de nous aider à retrouver calme, sérénité, vitalité et sommeil. Bien plus qu'un programme de soins, c'est une expérience, un chemin vers une beauté connectée à la nature.



Finally, to complete this moment of absolute relaxation, Asabio has developed three CBD herbal teas to accompany these care rituals and enrich our perception of nature from the inside.

Three recipes, a holistic therapy, to help us find calm, serenity, vitality and sleep. Much more than a treatment program, it is an experience, a way to beauty connected to nature.

Crème double action épiderme et rougeurs, Sérum liftant anti-âge, Crème revitalisante & hydratante, Gel désinfectant et purifiant, Crème anti-âge protectrice jour et nuit, Huile de massage pour le corps, Crème réparatrice mains et ongles, Crème récupération corporelle. Soins à partir de 7,99 euros. Baume 50ml : 39 euros. Tisane (50g de thé et 400mg de CBD) : 19,99 euros.

Must have

Que vous soyez adeptes des textures crémeuses ou que vous privilégiez les soins minimalistes, les solaires s'adaptent à toutes les envies avec des soins, en spray, en stick et en crème.

Must have

Whether you are a fan of creamy textures or prefer minimalist skincare, sunscreens are adapted to all desires with skincare : in spray, stick and cream.



Soin Solaire Anti-âge SPF50 Time Protect, 81 euros, **Méthode Physiodermie**. // Brume Protectrice Naturals SPF50, 14,20 euros, **Ecran**. // Hydra Fondant Visage & Corps Spray SPF50 Ultra-léger Bee Sun Safe, 21,70 euros, **Apivita**. // Waterlover Lait Solaire Hydratant SPF30, 30 euros, **Biotherm**. // Photo Regul Soin Protecteur Unificateur - Soleil Fort, 72 euros, **Esthederm**. // Sun Beauty Fluide de Protection Solaire SPF30, 30 euros, **Lancaster**. // Sunleja Soin Solaire Global Anti-âge Prévention Taches SPF50+, 214 euros, **Sisley**. // Abeille Royale Skin Defense Protection jeunesse IP 50/PA++++, 66 euros, **Guerlain**. // Capital Soleil Crème Solaire Visage UV Age Daily SPF50+, 26,90 euros, **Vichy**. // Sun Care Cream Sensitive SPF 50+, 25,30 euros, **La Bioesthétique**. // Crème solaire Minérale Haute Protection SPF30, 36 euros, **Malin+Goetz**. // Crème Solaire Visage & Corps SPF50, 23 euros, **Plab Beauty**. // Stick Solaire SPF50, 13,50 euros, **La Rosée**. // Stick Solaire SPF50 Famille, 9,90 euros, **Mustela**. // Spray Solaire Naturel & Minéral SPF50, 24,90 euros, **Respire**. // Bariésun Stick Invisible SPF50+, 5,90 euros, **Uriage**. // Ma Protection Joli Teint - Hydratant Visage Teinté SPF 50 teinte Dorée, 25,60 euros, **Omum**. // Stick Solaire Visage & Corps SPF30, 27 euros, **Coola**. // Anthelios Solaire Spray Invisible SPF30+, 18,90 euros, **La Roche Posay**. // Sun Secure Lait Crépissant SPF50+, 21,90 euros, **SVR**. // Oil Shield Uv Defense SPF50, 39,90 euros, **SkinCeuticals**. // Solaire Peau Parfaite - Lait en Spray Protection SPF30, 21,90 euros, **Yves Rocher**. // Fluide protecteur SPF20 Visage et corps, 150 ml, 41 euros, **Sothys**. // Sun Ceutic 50+, Flacon pompe de 50 ml, 29,90 euros, **Dermaceutic**.

Shopping.

Les Parfums de Marly dévoilent Haltane



PARFUMS de MARLY
PARIS

*Un voyage olfactif
entre traditions
et innovation.*



Voici un nom qui sonne comme un mystère. Avec Haltane, les Parfums de Marly livrent un opus puissant et rare à destination des gentlemen qui cultivent un dandysme un rien irrévérencieux.

Parfumeur de niche, Les Parfums de Marly n'ont cessé de surprendre le marché de la Haute Parfumerie avec des créations originales qui mêlent tradition et modernité. Chaque jus est l'occasion d'une audacieuse association entre le classique et le contemporain avec un clin d'œil aux fastes du Château de Marly et de ses luxueuses fêtes qui s'y tenaient au cours du XVIII^e siècle.

Sillage inédit entre ombre et lumière

Haltane n'échappe pas à la règle. On y retrouve toute l'audace du Parfumeur. Des ingrédients à la fois nobles et précieux composent le jus dont la fraîcheur éclatante des herbes en tête se mue rapidement en une impression de cuir chaud et lisse et une symphonie de bois précieux. Julien Sprecher, Directeur Artistique des Parfums de Marly, a imaginé Haltane comme une pyramide de textures. Chaque senteur est aussi une sensation palpable. Safran, praline, oud, bois d'agar se mêlent pour un effet cocon, chaleureux et puissant. Une impertinence directement inspirée des gentlemen conviés par Louis XV aux soirées confidentielles du Château de Marly.

Singulière noblesse

Mais ne nous y trompons pas. C'est bien à l'homme d'aujourd'hui que s'adresse ce nouvel opus. A ceux qui revendiquent une certaine idée de l'élégance, à la fois dandys, hédonistes et raffinés. Des dandys d'aujourd'hui un brin classiques et résolument singuliers. Le flacon reprend les codes de la Maison avec son logo plastron équin. Il s'habille de vert sombre en clin d'œil aux notes herbées et s'orne d'un bouchon d'or presque princier, qui souligne la permanence d'une certaine idée de la noblesse, entre fougue et retenue.

Here is a name that sounds like a mystery. With Haltane, Les Parfums de Marly deliver a powerful and rare opus for gentlemen who cultivate a slightly irreverent dandyism.

Exclusive perfumer, Les Parfums de Marly never cease to surprise the High Perfumery market with original creations that combine tradition and modernity. Each juice is the occasion of a daring association between the classic and the contemporary with a nod to the splendor of the Château de Marly and its luxurious parties which were held there during the 18th century.

Unprecedented fragrance between shadow and light

Haltane is no exception to the rule. We find there all the audacity of the Perfumer. Ingredients that are both noble and precious make up the juice whose dazzling freshness of the herbs at the top quickly turns into an impression of warm, smooth leather and a symphony of precious woods. Julien Sprecher, Artistic Director of Les Parfums de Marly imagined Haltane as a pyramid of textures.

Each scent is also a palpable sensation. Saffron, praline, oud, agarwood combine for a warm and powerful cocoon effect. An impertinence directly inspired by the gentlemen invited by Louis XV to confidential evenings at the Château de Marly.

Singular nobility

But make no mistake about it. This new opus is aimed at today's man. For those who claim a certain idea of elegance, at the same time hedonists and refined dandies. Today's dandies are a bit classic and resolutely unique. The bottle takes up the codes of the House with its horse plastron logo. It is dressed in dark green in a nod to the grassy notes and adorned with an almost princely gold cap, which underlines the permanence of a certain idea of nobility, between passion and restraint.

Eau de Parfum, 125ml, 273 €

En vente dans la boutique 26 Rue Cambon, 75001 Paris et sur parfums-de-marly.com/

La science au service de la peau.

L'hydratation est le premier geste anti-âge. Un peu terre à terre, direz-vous !? Pourtant, il n'y a pas d'âge pour prendre soin de sa peau, alors pourquoi attendre les premiers signes de faiblesses pour l'hydrater ? Réalité pour certaines, rêve ou fiction pour d'autres, ce n'est pourtant pas réservé uniquement aux initiées !

Bien loin d'un épisode de science-fiction, la cosmétique proposée par les Laboratoires FILORGA embarque pourtant bel et bien dans la 5^e dimension : un voyage sensoriel dans une nouvelle dimension pilotée par un soin expert hydra-repulpant : le sérum HYDRA-HYAL.

Directement inspiré des meilleurs protocoles de réjuvenation utilisés dans les cabinets de médecine esthétique, la Star de cette constellation de bonnes nouvelles c'est l'acide hyaluronique, la fameuse molécule hydratante et repulpante la plus puissante à ce jour.

Sa renommée n'est plus à faire, ses bienfaits sont aujourd'hui ancrés dans l'univers des cosmétiques, notamment lorsqu'il est question de répondre à des problématiques d'hydratation. Une grande première pour les Laboratoires FILORGA qui y ont vu un allié de taille pour retarder le vieillissement de la peau.

Avec son nouveau soin, la marque va encore plus loin et pousse son expertise en s'inspirant des bénéfices de 5 acides hyaluroniques d'origine naturelle combinés à des polyphénols anti-oxydants pour les intégrer au cœur de son nouveau complexe : HYDRA-HYAL. Une puissante synergie qui diffuse sur notre peau un concentré pro-jeunesse avec des premiers résultats visibles en 7 jours !

Grâce à ce mariage heureux, l'efficacité du sérum est immédiate sur la qualité de la peau, qui est plus rebondie, plus souple et plus fraîche. Sur le long terme, l'hydratation cellulaire est réactivée et les rides estompées.

A appliquer matin et soir avant la crème de jour et de nuit. Vous allez adorer sa texture légère qui pénètre facilement et rapidement dans la peau.

fr.filorga.com/



On retient les 3 promesses tenues : hydratation suprême, lissage visible et repulpant intensif.

A glisser au plus vite dans votre routine de soins, quel que soit votre âge ou votre type de peau.

Hydration is the first anti-aging step. A little down to earth, you say !? However, there is no age to take care of your skin, so why should you wait for the first signs of weakness to moisturize it ? Reality for some, dream or fiction for others, it is however not only made for initiates !

Far from being an episode of science-fiction, the cosmetics offered by FILORGA Laboratories are indeed embarking on the 5th dimension : a sensory journey into a new dimension driven by an hydra-repulpant expert treatment : the HYDRA-HYAL serum.

Directly inspired by the best rejuvenation protocols used in aesthetic medicine practices, the star of this constellation of good news is hyaluronic acid, the famous most powerful moisturizing and plumping molecule until now.

Its reputation is well established, its benefits are now rooted in the world of cosmetics, especially when it comes to responding to hydration issues. A great first for FILORGA Laboratories, which saw in it a major ally in delaying skin ageing.

With its new treatment, the brand goes even further and pushes its expertise by drawing inspiration from the benefits of 5 hyaluronic acids of natural origin combined with antioxidant polyphenols to integrate them into the heart of its new complex : HYDRA-HYAL. A powerful synergy that diffuses a pro-youth concentrate on your skin with first visible results within 7 days !

Thanks to this happy combination, the effectiveness of the serum is immediate on the quality of the skin, which is plumper, more supple and fresher. In the long term, cellular hydration is reactivated and wrinkles faded. Apply morning and evening before the day and night cream. You will love its light texture which penetrates easily and quickly into the skin.

3 promises kept to note : supreme hydration, visible smoothing and intensive plumping.

Put it into your skincare routine as quickly as possible, whatever your age or skin type.



Shopping



Indispensables de l'été

On aime ces soins cocons aux notes solaires et sucrées. Des huiles tout terrain à emporter partout avec soi pour nourrir et protéger ses cheveux et pas seulement.

Summer essentials

We love these cocoon treatments with sunny and sweet notes. Oils to take everywhere with you to nourish and protect your body and hair.

Phytoplage Huile Protectrice « L'Originale », 13,50 euros, **Phyto**. // Huile Solaire SPF 30, 21,90 euros, **La Rosée**. // Le Fluide Protecteur Cheveux, 81 euros, **Hair Rituel by Sisley**. // Huile Protectrice Nacrée, 15,20 euros, **Patrice Mulato**. // Huile Précieuse Radiance Banane Jaune Bio, 29,90 euros, **Kadalys**. // Huile de Beauté Karité des Îles & Monoï, 39 euros, **La Sultane de Saba**. // Sérum Régénérant à l'Huile de Figue de Barbarie, 39 euros, **Christophe Robin**. // L'Huile Solaire Soin Protecteur Corps et Cheveux - Soleil Fort, 51 euros, **Esthederm**. // Huile Précieuse Nourrissante - Muesli & Pure Vanille, 39 euros, **Yodi**. // Huile Sèche Sublimatrice, 19,95 euros, **Centifolia**. // Huile Cheveux filtres solaires Hydra Protective Bee Sun Safe, 14,40 euros, **Apivita**. // Huile d'Argan True Soft, à partir de 15 euros, **Maria Nila**. // Huile sèche ultra-nourrissante, 33 euros, **La Compagnie de Provence**. // Like A Virgin Élixir Miracle pour Cheveux, 24,50 euros, **Coco & Eve**. // Huile pour cheveux multi-usage Nutriplenish, 34 euros, **AVEDA**. // N°7 Bonding Oil Huile Réparatrice Cheveux, 29,90 euros, **Olaplex**. // Le Fluide 14, Protocole Sublimateur peau et cheveux, 86 euros, **Carita**. // Brazilian Glossy Huile Nourrissante Cheveux Anti-Frisottis, 35 euros, **Sol de Janeiro**. // Sun Care Conditioning Spray, 24 euros, **La Biosthétique**. // Huile de Beauté Terra Magica, 37 euros, **Terraké**. // L'Huile de Leonor Greyl, 36 euros, **Leonor Greyl**. // Huile Scintillante Corps et Cheveux, 100 ml, 39 euros, **Sothys**. // Mon Huilette Hair, aux huiles végétales et essentielles, 39 euros, **Les Huilettes**.

chez
LUCIE SAINT-CLAIR
PARIS

www.luciesaintclair.fr

IENA INTERNATIONAL 4, AVENUE PIERRE 1er DE SERBIE PARIS 16ème 01 47 20 53 54
ÉLYSÉE 5, RUE DES SAUSSAIES PARIS 8ème 01 42 66 55 01 • **CHAMPS DE MARS** 103, RUE SAINT DOMINIQUE PARIS 7ème 01 47 05 99 45
BOULOGNE 44bis, BOULEVARD JEAN JAURÈS 01 46 04 99 50 • **BORDEAUX** 74, COURS GEORGES CLÉMENCEAU 05 56 48 51 50

LES SALONS LUCIE SAINT-CLAIR UTILISENT LES PRODUITS
shu uemura **KÉRASTASE** **L'ORÉAL PROFESSIONNEL** **REDKEN BREWS**



Mini créoles 360

La Brune et la Blonde

Mini loops 360

Fidèle à son ADN, La Brune et La Blonde s'emploie à revisiter le secteur de la joaillerie de luxe. Le crédo de cette marque très parisienne : des collections intimistes, ludiques et faciles à porter. Le diamant n'est plus réservé aux soirées mondaines, il se porte en toutes occasions, comme un talisman.

True to its DNA, La Brune et La Blonde is working to revisit the luxury jewelry field. The credo of this very Parisian brand: intimate, playful and easy-to-wear collections. The diamond is no longer only for social events, it can be worn on all occasions, like a talisman.



labrunetlablonde.com/

Avec sa collection « mini confetti »

La Brune et La Blonde revisite la traditionnelle boucle d'oreille créole qui s'orne de somptueux diamants. Les mini créoles 360° se déclinent en trois formats. Diamants Princesse, pour les puristes, avec sa taille carrée. Diamants Poire, en clin d'œil au conseil santé de manger chaque jour cinq fruits et légumes et Diamants Cœur pour les plus fleur bleue, adeptes de la douceur et du romantisme. Comme à son habitude, la Maison se joue des codes et décline les pièces de luxe pour leur donner un aspect ludique. Pas question donc de se prendre au sérieux : il est tout à fait possible de porter des pièces d'exception de manière décontractée et casual.

Le diamant... dans sa plus pure simplicité

Attachée à son amour du beau, La Brune et La Blonde propose des diamants nus montés sans serti. Une technique innovante qui permet de libérer le diamant de son sertissage. Le diamant est mobile et reflète la lumière. Porté en créole, il diffuse une touche d'éclat sur l'ensemble du visage. La Maison attache également une très grande attention à la traçabilité des pierres et ne travaille qu'avec des fournisseurs certifiés RJC.

With its "mini confetti" collection,

La Brune et La Blonde revisits the traditional loops adorned with sumptuous diamonds. The 360° mini loops are available in three sizes. Princess Diamonds, for purists, with its square shape. Pear Diamonds, in a nod to the health advice to eat five fruits and vegetables every day and Heart Diamonds for the most romantic and fans of sweetness and romance. As usual, the House plays with codes and designs luxury jewels to give it a playful aspect. No question, therefore, of taking yourself seriously : it is quite possible to wear exceptional jewels in a relaxed and casual way.

The diamond... in its purest simplicity

With its love of beauty, the house offers diamonds without frames. An innovative technique that frees the diamond from its setting. The diamond moves and reflects light. Worn in loops, this touch of radiance spreads over the entire face. The House also pays great attention to the traceability of the stones and only works with RJC-certified suppliers.



Bas les masques

Il est de retour le temps béni où l'on pouvait jouer avec les couleurs et les tonalités. Showcase vous livre sa sélection de make-up lèvres. Des soins texturés et affirmés pour célébrer les beaux jours.

Drop the masks

The blessed time when you could play with colors and tones is back. Showcase brings you its selection of lip make-up. Textured and strong care products to celebrate sunny days.



Shopping

Recharge Rouge à Lèvres Anniversaire – Baskets Rouges, 17 euros, **Paul&Joe**. // Lip Liner – Cherry, 21 euros, **Anastasia Beverly Hills**. // Rouge Dior – 844 Trafalgar Fini Satin, 42 euros, **Dior**. // Slip Shine Sheer Shiny Lipstick – \$uga kiss, 22 euros, **Fenty Beauty**. // Rouge à Lèvres Brillant – Flora, 21 euros, **1944**. // Too Femme Lipstick – Heart Core, 26 euros, **Too Faced**. // Baume Teinté Infusé en Miel KissKiss Bee Glow – 809 Lavender Glow, 37,50 euros, **Guerlain**. // L'Absolu Rouge Cream – 144 Red Oulala, 36 euros, **Lancôme**. // Matte & Satin Lipstick – Matte Lipstick American Doll, 24 euros, **Anastasia Beverly Hills**. // Garde Rouge L'Encre à Lèvres – Sombre Rose, 40 euros, **Serge Lutens**. // Rouge Elixir Brillant – 11 Beige Nude, 7,95 euros, **Yves Rocher**. // Hyaluronic Happikiss - Crystal happikiss, 33 euros, **Charlotte Tilbury**. // Baume à Lèvres Liquide Rose Perfecto – 37 Rouge Grainé, 36 euros, **Givenchy**. // Eau à Lèvres - 08 Candy Water, 24 euros, **Clarins**. // Hermèsistible Huile de Soin Infusée – 06 Pourpre Camarine, 52 euros, **Hermès**. // Lip Glacé – A la Fraise, 29,90 euros, **Laura Mercier**. // Rouge à lèvres liquide mat – 402 Mary Jo K, 19,90 euros, **Kylie by Kylie Jenner**. // Epic Kiss – Ecofeminist, 24 euros, **KVD Beauty**. // Dior Addict Lip Glow Oil – 031 Peach Glow, 38 euros, **Dior**. // Rouge Is Not My Name – 10 More is More, 13,99 euros, **Sephora Collection**. // Baume à Lèvres teinté à la Cerise, 6,90 euros, **i+m**. // Rouge Allure L'Extrait, Haute Intensité n°814, 55 euros, **Chanel**. // Phyto Rouge Shine n°41, 43,99 euros, **Sisley**.

Rituel d'Okinawa

par Cinq Mondes

Cinq Mondes dévoile son tout dernier rituel : une prouesse qui allie savoir-faire ancestral et recherche biotechnologique de pointe.

Fidèle à son ADN, Cinq Mondes livre un double rituel, à la fois protocole de soins en cabine et gamme de soins à appliquer à la maison. Focus sur le rituel d'Okinawa, sans conteste le plus prestigieux et le plus sensoriel de l'histoire de la Maison.

Depuis ses débuts, la Maison Cinq Mondes n'a cessé de parcourir la planète à la recherche des prodiges de la nature. Il y a cinq ans, les deux fondateurs, Jean-Louis Poiroux et Nathalie Bouchon Poiroux, posent leurs valises à Okinawa. De ce voyage, ils rapporteront le Gétó, une plante utilisée au quotidien par les habitants de l'archipel connu de par le monde pour la longévité de ses habitants. Étudiées par les chercheurs du laboratoire Cinq Mondes, les feuilles de Gétó révèlent d'incroyables propriétés de régénération cellulaire.

Sociabilisation intercellulaire

Il faudra néanmoins plus de neuf cents tests en laboratoire et de nombreux voyages pour que Gétó Suprême La Crème voit le jour. Grâce à l'utilisation de la biotechnologie de pointe, les chercheurs mettent au point une formule qui agit à l'intérieur des cellules pour les « réveiller » et les amener à collaborer. Une innovation baptisée « sociabilisation intercellulaire ». Celle-ci inaugure un tout nouveau rituel au sein de la Maison. Le rituel d'Okinawa se décline d'abord en crème, en contour des yeux et des lèvres, avant d'être complété, en septembre 2021, par le sérum : Gétó Suprême, régénération cellulaire ultime. Trois soins puissants au service de la beauté. Dès sept jours d'application, la production de collagène de type I dans le derme par les fibroblastes progresse de 53 % : la peau est nourrie, régénérée et visiblement plus ferme.

Gétó et Kobido

Pour davantage d'efficacité, le rituel s'accompagne de l'incontournable massage KO BI DO. Littéralement « Art de la Beauté Traditionnelle », le KO BI DO est une technique de massage fondée sur la circulation énergétique qui s'appuie sur les enseignements de la médecine traditionnelle japonaise. Les massages réalisés au sein des Spas Cinq Mondes utilisent la gamme Gétó Suprême afin de maximiser l'efficacité des soins. Le petit plus Cinq Mondes : les professionnelles vous apprennent les gestes à réaliser chez vous lors de l'application de la crème, du sérum et du contour des yeux et des lèvres.



cinqmondes.com



Cinq Mondes launches its latest ritual : a treasure that combines ancestral know-how and cutting-edge biotechnological research.

True to its DNA, Cinq Mondes launches a double ritual, both treatment protocol in a beauty salon and a range of treatments to be used at home. Focus on the Okinawan ritual, unquestionably the most prestigious and the most sensory in the history of the House.

From the beginning, the House of Cinq Mondes has constantly traveled around the world in search of the wonders of nature. Five years ago, the two founders, Jean-Louis Poiroux and Nathalie Bouchon Poiroux, visited Okinawa. From this trip, they brought back the Gétó, a plant used daily by the inhabitants of the archipelago known throughout the world for the longevity of its inhabitants. Studied by researchers at Cinq Mondes laboratory, Gétó leaves reveal incredible cell regeneration properties.

Intercellular socialization

Nevertheless, it will take more than nine hundred laboratory tests and many trips for the creation of Gétó Suprême La Crème. Using advanced biotechnology, researchers developed a formula that works inside cells to “wake them up” and

get them work together. An innovation called “intercellular socialization”. This inaugurates a whole new ritual within the House. The Okinawa ritual first came with a cream, eye and lip contour, before being completed, in September 2021, by the serum : Gétó Suprême, ultimate cell regeneration. Three powerful treatments for beauty. From seven days of application, the production of type I collagen in the dermis by the fibroblasts increases by 53% : the skin is nourished and regenerated and visibly firmer.

Gétó and Kobido

For greater efficiency, the ritual is accompanied by the essential KO BI DO massage. Literally “Art of Traditional Beauty”, KO BI DO is a massage technique based on energy circulation that is based on the teachings of traditional Japanese medicine. The massages carried out in Cinq Mondes Spas use the Gétó Suprême range in order to maximize the efficiency of the treatments. The little Cinq Mondes extra : the professionals teach you how to apply the cream, serum and eye and lip contour at home.

Apilus, l'autre épilation définitive

Geoffroy Amsellem est Président de MGA. Au sein de son groupe, il équipe les centres esthétiques avec Apilus, une machine d'épilation haute fréquence qui révolutionne l'épilation définitive. Il nous explique comment.

Propos recueillis par Chloé Consigny



Comment est née APILUS ?

Apilus est une technologie fabriquée au Canada. Elle s'inscrit dans une démarche globale. C'est-à-dire qu'au-delà de la technologie, les professionnels qui l'appliquent, reçoivent préalablement une formation exigeante via l'Académie Dectro Internationale qui existe depuis 30 ans et qui est chargée de construire et valider leurs compétences.

Quelles différences par rapport aux autres techniques d'épilation définitive ?

Grâce à sa fréquence unique de 27Mhz, cette technique traite efficacement toutes les couleurs de poils et de peaux, même sur les peaux bronzées et les tatouages. Il faut bien avoir à l'esprit que tous les autres appareils du marché fonctionnent à des fréquences de 5 à 7 mégahertz. Sa rapidité d'oscillation génère une chaleur intense contrôlée qui va agir de manière instantanée par thermolyse au sein du follicule pileux via un microfilament isolé. Cette technologie assure l'épilation poil à poil la plus rapide, sécuritaire et confortable au monde.

Pourquoi la technologie APILUS est-elle particulièrement adaptée aux zones du visage ?

Son procédé offre une précision extrême, permettant de redessiner une barbe ou un sourcil par exemple. Par ailleurs, à la différence de la lumière pulsée ou du laser, Apilus permet de traiter cette zone sans risque de brûlure ou de stimulation des poils du visage.

L'épilation est-elle réellement définitive ?

Oui, l'action d'APILUS haute fréquence, cible et éradique définitivement la structure germinative pileuse (celle qui génère et fait pousser le poil), lorsqu'elle est dans sa phase de croissance. C'est la raison pour laquelle plusieurs séances sont nécessaires, mais aussi lors des influences hormonales qui stimulent la pousse (grossesse, ménopause.)

Trouvez le Centre le plus proche de chez vous sur www.apilus.fr

Geoffroy Amsellem is Chairman of MGA. With his group, he equips beauty centers with Apilus, a high-frequency hair removal machine that is revolutionizing permanent hair removal. He tells us how.

How was APILUS born ?

Apilus is a technology made in Canada. It is part of a global approach. That is to say that beyond the technology, the professionals who apply it, first receive demanding training at the Dectro International Academy, which has existed for 30 years and which is responsible for building and validating their skills.

What are the differences compared to other permanent hair removal techniques ?

Thanks to its unique 27Mhz frequency, this technique effectively treats all colors of hair and skin, even on tanned skin and tattoos. It should be remembered that all other devices on the market operate at frequencies of 5 to 7 megahertz. Its speed of oscillation generates intense controlled heat which will act instantly by thermolysis within the hair follicle through an isolated microfilament. This technology provides the fastest, safest and most comfortable hair-by-hair removal in the world.

Why is APILUS technology particularly suitable for face areas ?

Its process offers extreme precision, making it possible to remove a beard or an eyebrow for example. Moreover, unlike pulsed light or lasers, Apilus can treat this area without the risk of burning or stimulating facial hair.

Is hair removal really permanent ?

Yes, the high-frequency action of APILUS definitely targets and eradicates the pilar germinal structure (the one that generates and makes hair grow), when it is in its growth phase. This is the reason why several sessions are necessary, but also during hormonal influences that stimulate growth (pregnancy, menopause).





Une vision *holistique* de la beauté

Dans son Espace Beauté, Maud Ravier réalise une beauté durable, convaincue que les femmes d'aujourd'hui n'ont que très peu de temps à consacrer à la beauté. Pour ce faire, elle sélectionne avec soin des technologies innovantes et efficaces. Elle s'est confiée à Showcase.

Propos recueillis par Chloé Consigny

In her Beauty Salon, Maud Ravier achieves lasting beauty, convinced that nowadays women have very little time to devote to beauty. To do this, she carefully selects innovative and efficient technologies. She talked about it in Showcase.

Dans vos salons, vous avez opté pour la technologie APILUS pour l'épilation définitive. Pourquoi ce choix ?

J'ai choisi APILUS car il s'agit de la seule machine sur le marché qui fait du poil à poil. Cette précision est particulièrement appréciable pour l'épilation définitive du visage. En effet, cela permet de redessiner un contour de lèvres ou un sourcil. Par ailleurs, APILUS est la seule technologie qui peut passer sur une zone tatouée. A nouveau, c'est un vrai plus pour l'épilation de sourcils qui ont été préalablement tatoués.

Au-delà de l'épilation définitive, quelles sont les prestations proposées au sein des Salons Maud ?

Esthéticienne et maquilleuse, je me suis très vite intéressée au maquillage permanent. C'était il y a 20 ans. A l'époque, les couleurs proposées étaient sombres et marquées. J'ai donc cherché à proposer des prestations plus naturelles, avec pour idée que le maquillage permanent doit simplement être un moyen de sublimer le visage. J'ai ainsi travaillé à partir de pigments organiques afin de donner un maquillage élégant. Mes clientes qui me faisaient confiance pour le maquillage permanent me demandaient des conseils pour leur peau. J'ai donc mis en place des protocoles de soins de beauté durable ainsi que l'épilation définitive. Au sein des Salons Maud, nous ne proposons pas de l'éphémère mais des soins à l'efficacité long terme.

Quelles sont vos ambitions de développement ?

Nous totalisons aujourd'hui quatre Salons : Paris, Lyon, Aix-en-Provence et Nancy. Les Salons Maud se développent désormais en franchises. Ainsi, nous devrions très bientôt ouvrir quatre à cinq nouveaux Salons en France. D'autres Salons sont en réflexion. Néanmoins, nous prenons le temps. En effet, je souhaite que chaque Salon soit doté du même niveau d'exigence et de qualité. Ainsi, une cliente qui vient à Paris ou à Aix-en-Provence reçoit exactement la même qualité de prestation. Pour ce faire, j'ai créé la Maud Academy. Cet espace dédié à la formation reçoit les dermo-praticiennes qui, durant six semaines, apprennent les protocoles. Ce n'est qu'une fois leur savoir-faire validé qu'elles peuvent ouvrir leur espace.



In your salons, you have opted for APILUS technology for permanent hair removal. Why did you choose it ?

I chose APILUS because it is the only machine on the market that allows hair-to-hair removal. This precision is particularly valuable for permanent facial hair removal.

Indeed, this allows you to redraw a lip contour or an eyebrow. Moreover, APILUS is the only technology that allows you to pass over a tattooed area. Again, this is a real plus for waxing eyebrows that have been tattooed.

Beyond permanent hair removal, what services are offered at Maud salons ?

As a beautician and makeup artist, I quickly became interested in permanent makeup. It was 20 years ago. At the time, the colors offered were dark and strong. So I tried to offer more natural services, with the idea that permanent makeup should simply be a way to enhance the face. I thus worked from organic pigments in order to give an elegant make-up. My clients who trusted me for permanent makeup asked me for advice for their skin. I have therefore implemented long-lasting beauty care protocols as well as permanent hair removal. In Maud salons, we do not offer ephemeral but long-term effective treatments.

What are your development ambitions ?

Today, we have a total of four salons : Paris, Lyon, Aix en Provence and Nancy. Maud salons are now developing into franchises. Thus, we should very soon open four to five new salons in France. Other salons are under consideration. Nevertheless, we take our time. Indeed, I want each salon to have the same level of standards and quality.

Thus, a client who comes to Paris or Aix en Provence receives exactly the same quality of service. To do this, I created the Maud Academy. This space dedicated to training receives dermo-practitioners who, for six weeks, learn the protocols. It is only when their know-how has been validated that

they can open their space.



ikita
PARIS



ikitabijoux

www.ikita.fr



ikitaparis

Lalique, cent années de créations



Il y a cent ans, dans le petit village des Vosges de Wingen-sur-Moder s'allumait pour la toute première fois le four de René Lalique. Depuis ses débuts, Lalique n'a cessé d'éblouir avec ses créations, souvent magistrales et toujours intemporelles. Retour sur les origines d'une maison d'Art et focus sur le Flacon Fusion, véritable prouesse technique.

« Faire entrer le beau dans tous les foyers », telle est l'ambition de René Lalique lorsqu'il débute dans la confection de pièces de décoration. Ses premières créations sont toutes dédiées à la maison. Depuis son four situé dans les Vosges du Nord, il imagine des vases et des coupes du quotidien, mais avec une exigence forte : celle du beau et de la qualité. Au sortir de la seconde guerre mondiale, c'est son fils Marc qui reprend le développement de la maison familiale et s'attache à l'art précieux de la mise en forme du cristal.

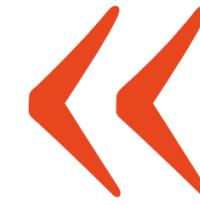
La création d'un flacon d'exception

Depuis sa création, la Maison s'est illustrée par son savoir-faire autour du cristal. À l'occasion du centenaire de sa Manufacture, Lalique imagine une œuvre exceptionnelle, véritable prouesse technique et artisanale rendant hommage aux Maîtres-Verriers. Réalisé en cristal ambre, couleur du feu où il est né, le Flacon Fusion s'orne d'une frise en cristal incolore motif fougère, particulièrement apprécié par René Lalique. Un véritable défi technique pour ce flacon ultra exclusif réalisé en seulement 10 exemplaires puisqu'il a fallu travailler du cristal de différentes couleurs (incolore, noir et ambre) aux propriétés physiques et chimiques différentes.



Un jus incandescent

Le résultat est une véritable pièce d'orfèvrerie avec un jus exclusif imaginé par le Maître-Parfumeur Alexis Dadier, de la Maison grasse Robertet, pour célébrer avec éclat ce siècle de cristal. En écho au flacon, l'ambre est placée au cœur de la composition parfumée. Elle est rehaussée de poivre rose, de musc, d'iris et de fève tonka. Le tout est enveloppé d'un chaleureux mélange d'absolues de céréales et de fleur d'oranger.



One hundred years ago, in the small Vosges village of Wingen-sur-Moder, René Lalique's oven was lit for the very first time. From the beginning, Lalique has never ceased to dazzle with his creations, often masterful and always timeless. Back to the origins of a Maison d'Art and focus on the Flacon Fusion, a real technical feat.

« Bringing beauty into every home », that was René Lalique's ambition when he started making decorative pieces. His first creations were all dedicated to the house. From his oven located in the Northern Vosges, he imagined vases and cups for everyday life, but with strong demands : that of beauty and quality. At the end of the Second World War, his son Marc took over the development of the family business and devoted himself to the precious art of shaping crystal.

The creation of an exceptional bottle

Since its creation, the House has distinguished itself by its know-how concerning crystal. On the occasion of the centenary of its Manufacture, Lalique has imagined an exceptional work, a true technical and craftsmanship feat paying homage to Master Glassmakers. Crafted in amber crystal, the color of the fire where it was born, the Flacon Fusion is adorned with a frieze in clear crystal with a fern pattern, particularly appreciated by René Lalique. A real technical challenge for this ultra-exclusive bottle produced in just 10 copies, since it was necessary to work with crystal of different colors (colorless, black and amber) with different physical and chemical properties.

An incandescent juice

The result is a true goldsmith's piece with an exclusive juice imagined by the Master Perfumer Alexis Dadier, of the Maison Robertet from Grasse, to celebrate this century of crystal with greatness. Echoing the bottle, amber is placed at the heart of the perfumed composition. It is enhanced with pink pepper, musk, iris and tonka bean. Everything is enveloped in a warm blend of cereal absolutes and orange blossom.



lalique.com



ICONIC



LIPSTICK

Depuis le lancement de Fenty Beauty, Rihanna ne cesse de nous surprendre. Son point de départ : créer une marque makeup dans laquelle chaque carnation pourra s'y retrouver. Des teintes les plus claires aux plus foncées, chacun et chacune y trouvera sa couleur de fond de teint adaptée, son blush adéquat, son fard à paupières qui mettra en valeur son regard.

Il en est de même pour les lipsticks et, après un an de recherche, Rihanna a trouvé le rouge parfait, celui qui sied à toutes les carnations, qui n'est ni trop bleu, ni trop fuchsia, celui qui se marie parfaitement à tous les teints : The MVP. Il est issu de la nouvelle gamme de rouges à lèvres Fenty Icon qui coche toutes les cases : pigmenté, confortable et rechargeable !

La renommée des produits pour les lèvres Fenty Beauty n'est plus à faire. Les Gloss Bomb sont rapidement devenus des best-sellers et les Slip Shine des incontournables du quotidien. De part leur texture, leur fini, leur forme, les Fenty Icon sont totalement inédits au sein de la marque. Rouges à lèvres sous forme de bâton, ils déposent dès le premier passage une couleur intense et pigmentée. Leur texture crémeuse glisse sur les lèvres et leur rai, inspiré de l'arc de Cupidon de Rihanna, garantit une application ultra-précise.

Semi-matte et longue tenue, les lipsticks laissent une sensation de légèreté sur la bouche, sans effet desséchant ni collant grâce à la formule riche en actifs soins. De l'acide hyaluronique repulpe les lèvres, des vitamines C et E les nourrissent tandis qu'une combinaison d'acides aminés leur donne souplesse et fini tendance. Disponible en 10 teintes (7 neutres et 3 rouges), Rihanna a pensé aux lipsticks addicts qui craignent de ne pas retrouver leur teinte fétiche ! Plus d'inquiétude, les Fenty Icon sont rechargeables !

Choisissez votre teinte, choisissez votre étui et créez votre rouge à lèvres incontournable !

Fenty Icon, Recharge, 20 euros l'unité / Étui, 12 euros l'unité, Fenty Beauty, sur [sephora.fr](https://www.sephora.fr)



Since the launch of Fenty Beauty, Rihanna continues to surprise us. At the very beginning she wanted to create a make-up brand in which each skin tone can be found. From the lightest to the darkest shades, everyone will find their suitable foundation color, their appropriate blush, their eye shadow that will highlight their look.

The same is true for lipsticks and after nearly a year of research, Rihanna has found the perfect red, the one that suits all skin tones, that is neither too blue nor too fuchsia, the one that goes perfectly with all complexions : The MVP. It comes from the new range of Fenty Icon lipsticks that is perfect : pigmented, comfortable and refillable !

The reputation of Fenty Beauty lip products is well established. The Gloss Bombs quickly became best-sellers and the Slip Shine are everyday essentials. Due to their texture, their finish, their shape, the Fenty Icon are completely new within the brand. Lipsticks in the form of a stick, they put an intense and pigmented color from the first applying. Their creamy texture glides on the lips and their stick, inspired by Rihanna's Cupid's bow, guarantees an ultra-precise application.

Semi-matte and long-lasting, the lipsticks leave a feeling of lightness on the lips, without drying or sticky effect thanks to the rich in care active ingredients formula. Hyaluronic acid plumps lips, vitamins C and E nourish them while a combination of amino acids give them suppleness and a trendy finish. Available in 10 shades (7 neutrals and 3 reds), Rihanna has thought of lipstick addicts who are afraid of not finding their favorite shade ! Don't worry any longer, the Fenty Icons are refillable !

Choose your shade, choose your case and create your must-have lipstick !

Fenty Icon, Refill, 20 euros each / Case, 12 euros each, Fenty Beauty, on [sephora.fr](https://www.sephora.fr)

LA MODE

MODE
#FASHION
#TENDANCES
#ACCESS
#JEWELS
#COULEURS
#ELEGANCE
BIJOUX



ESPADRILLES ARE REVOLUTION

CASTANER.COM

Castaner
1927



100% FRANÇAISE!

Vendue exclusivement sur internet et en vente à domicile, LAFRANÇAISE par B. Solfin propose des vêtements pour femmes conçus et fabriqués en France. Le tissu fétiche de la marque, la maille tricot, est issu de l'atelier situé en Normandie ; quant aux tee-shirts, ils sont produits en Vendée, près des bureaux de LAFRANÇAISE. Clin d'œil à notre pays, chaque pièce porte le nom d'une ville française : La Baule, Rennes, Chinon, Pornichet, Propriano... Cette nouvelle collection signe l'alliance parfaite entre confort à toute épreuve et chic à la française. Un dressing au style intemporel fait de coupes précises, de couleurs radieuses et de matières nobles, pour des pièces que l'on conserve, saisons après saisons !

En vente sur internet, à domicile et sur catalogue. LAFRANÇAISE, www.vetements-lafrancaise.fr

Plongée dans le grand bain !

Parce que choisir son maillot de bain doit rester un plaisir, LIVIA Monte-Carlo a créé des maillots séduisants et flatteurs, pour toutes les morphologies. Avec des tailles allant du 36 au 46, le corps des femmes est mis en valeur grâce aux coupes parfaites et à la qualité des matières sélectionnées. Cet été encore, le plus difficile sera de choisir entre les différents modèles : 1 ou 2 pièces, bandeau ou triangle, culotte taille haute ou nouée... Du point de vue des motifs, le choix est également très varié : uni noir ou paprika, imprimé animalier ou motifs fleuris, liserés dorés ou rayures irisées... Au bord de la piscine ou sur la plage, à vous le look chic et sophistiqué, au confort inégalé !



LIVIA Monte-Carlo, www.livia.com

Ambiance bucolique



Pour cette saison, Cotélac opère un véritable retour aux sources. Du point de vue des matières, la Maison renoue avec ses débuts : des tissus plissés, bouillonnés et des motifs sublimés. Des fleurs sous toutes leurs formes, tantôt sombres sur une robe longue, tantôt colorées sur un short, tout en légèreté sur un top loose ou en duo noir et blanc sur une robe chemise. Des vêtements confortables qui ajoutent immédiatement du chic et de l'élégance à tous vos looks !

Cotélac, www.cotelac.fr



Beauté à son pied

Porter des Inuikii à son pied revient à porter un bijou tant le modèle est travaillé minutieusement. Plus que de belles chaussures, chaque modèle est le parfait mélange entre durabilité, design audacieux et confort innovant. Conçue en Suisse, chaque paire est fabriquée à la main en Europe avec des matériaux européens naturels et éco-responsables. Chaque chaussure est unique et ne ressemble à aucune autre, grâce à cette démarche qui leur donne une dimension exceptionnelle. En été, sandales et mules font preuve d'originalité : crochets, raffia, shearling... Des modèles novateurs qui sublimeront chacun de vos pas !

Inuikii, www.inuikii.com

DEUX MAISONS, UNE COLLAB' EXCEPTIONNELLE !

Après le succès de leur veste Haiku, Caulaincourt et Kyoya ont décidé de collaborer une nouvelle fois ensemble. Baptisée

Kimono, cette version est bien plus japonisante que la première. Entièrement réalisée au Japon et à la main, elle est fabriquée en coton Sashiko. Cette méthode de textile folklorique crée des motifs géométriques frappant sur le tissu. Sobre mais singulière de par sa couture et son design, cette veste peut être portée par les hommes comme par les femmes. Fluide et confortable, elle apporte une touche de chic bohème à toutes les tenues, son unique coloris bleu marine lui permettant d'être associée à de nombreux looks. Une belle collaboration entre deux maisons artisanales, qui donne une pièce hautement désirable !



Veste Kimono, 375 euros, Kyoya Japan x Caulaincourt Paris, www.caulaincourt.paris

Trouver chaussure à son pied !

Depuis 1904, Hirica fait rimer confort avec style ! A chaque saison, la Maison conçoit des chaussures modernes, féminines et fonctionnelles, qui suivent les tendances et garantissent un confort exceptionnel. Le cuir souple s'adapte aux pieds, les semelles sont absorbantes et 100% respirantes. Pour cet été, on craque pour les compensées Madrid, qui signent un retour mode en cette saison estivale, les mules Ava, idéales à porter avec une petite robe ainsi que les sandales Jade dans lesquelles on glisse notre pied sans effort. Des chaussures que l'on porte quelle que soit l'occasion, au quotidien comme en soirée !

Hirica, www.hirica.fr



SILA

Sorry I'm Late Again



Montre à bracelets interchangeable en un clic pour passer d'un look bijou féminin et vintage à un look plus pop et impertinent avec nos 25 bracelets en acier ou en cordon ! Les joncs et bracelets assortis s'accumulent avec style ou se portent seuls.

Retrouvez-nous au Printemps Haussmann®
Liste de nos points de vente disponibles :
www.sila-paris.com

Classique et intemporel



Avec un choix de plus de 25 bracelets, Sila propose un vrai dressing pour montres ! Facile à enlever et à remettre grâce à leurs deux fermoirs fins et délicats, les montres Sila sont personnalisables grâce à leurs bracelets interchangeables. Des teintes les plus flashy comme un néon jaune au plus sombre tel qu'un anthracite en passant par un vert amande pastel, chaque bracelet s'accorde à une tenue... ou à une humeur ! Chic et sobre, le bracelet noir profond fait son entrée parmi la sélection. Il apportera à coup sûr une touche d'élégance à tous vos looks !

Sila Paris, www.sila-paris.com



Chaussée pour l'été !

Parce que l'été ne rime pas forcément avec sandales et compensées, Dolomite a pensé à toutes les femmes qui veulent continuer à porter de belles chaussures fermées sans se sentir enfermées. D'inspiration montagnarde, ces Dolomite 54 Canvas sont faites pour vous accompagner dans vos aventures quotidiennes, tout au long de la journée. Désormais entièrement durables, elles sont conçues avec de nombreux matériaux recyclés et certifiés : toile, doublure, lacets, semelle intérieure. Quant à la semelle extérieure, celle-ci est faite de caoutchouc recyclé et de matériaux microporeux. Ultra confortable, leurs semelles amortissantes absorbent les chocs au moment de la marche. Idéal pendant les chaudes journées d'été, leur tissu réalisé en toile respirante reste frais et ne compresse pas le pied. Amatrice de marche, voici la chaussure parfaite à porter en période estivale !

Chaussures Dolomite 54 Lh Canvas Evo,
120 euros, Dolomite,
www.dolomite.it



Week-end à la mer

Pour sa nouvelle collection, Din&Dom a pris son envol direction la Normandie. Baptisée « Un été à Deauville », la créatrice s'est laissée porter par les embruns et a créé un dressing pour petits matelots fait de bloomers, salopettes, bombers et casquettes. Du blanc pour rappeler l'écume, du bleu pour la mer et l'intemporel mais ô combien chic imprimé rayé qui change de la traditionnelle marinière. Avec son côté rétro, Din&Dom habille les enfants tout en leur laissant le confort dont ils ont besoin pour continuer à bouger et à crapahuter sans entraves. Conçus et réalisés en France, on ne peut que craquer sur ces pièces à l'esprit 100 % marin !

Din&Dom, www.dinetdom.com



Check-list de la valise d'été !



À toutes celles qui passent une bonne partie de leur été en ville, la nouvelle collection cop.copine vous amène l'été jusque sur le bitume. Pour cette collection Printemps-Eté 2022, la marque vous a concocté des looks urbains et chics, des robes légères et pratiques et des shorts taille haute et évasés. Des teintes solaires, avec du jaune et de l'orange, des motifs fleuris, sans oublier un accord bleu marine/liseré blanc qui n'est pas sans nous rappeler des accents venus de la mer. L'été sera chaud en ville !

cop.copine,
www.cop-copine.com



Deux femmes d'exception

Brigitte Bardot et Olympia Le-Tan sont deux femmes mythiques, chacune dans leur domaine. C'était donc une évidence que la marque éponyme de BB et celle de la créatrice de mode lancent une collection capsule exclusive. Véritable travail de création et d'artisanat,

cette collaboration comprend 4 sacs à main reprenant des visuels de l'actrice. D'abord adaptés en dessin, ils ont ensuite été minutieusement brodés à la main avec des fils et des applications en feutre. Des pièces de mode décalées, qui jouent sur l'effet trompe-l'œil, de beaux ouvrages. Belle et audacieuse, une collection en édition limitée à l'image de celles qui l'ont créée et inspirée.

Brigitte Bardot x Olympia Le-Tan,
à partir de 1180 euros,
www.olympialetan.com



MIA ZIA

HANDMADE WITH CARE

LINGE DE MAISON ET ACCESSOIRES

SHOWROOM SUR RENDEZ-VOUS
DREVE RICHELLE 96,
1410 WATERLOO, BELGIQUE

 @MIA_ZIA

 @COLORS FOR LIFE BY MIA ZIA

E-STORE: MIAZIA.EU

Le Joaillier écologique

C'est en hommage au peintre Gustave Courbet qu'est née, en 2018, la Maison de Joaillerie Parisienne. Derrière ce nom doux et épuré se cache un acteur qui entend bousculer le marché feutré du diamant et du luxe. Depuis la très prestigieuse Place Vendôme, Courbet s'emploie à concevoir des bijoux autrement : résolument durable et puissamment engagés.

The Parisian Jewelry House was born in homage to the painter Gustave Courbet in 2018. Behind this soft and refined name hides an actor who intends to shake up the hushed luxury and diamond market. From the very prestigious Place Vendôme, Courbet works to design jewelry differently : resolutely durable and powerfully committed.



Nul besoin de creuser indéfiniment le sol pour en extraire de l'or et des diamants. C'est avec conscience que les deux associés fondateurs, Marie-Ann Wachtmeister et Manuel Mallen, débutent leur incursion dans la joaillerie. Chaque pièce proposée par Courbet est ainsi issue d'or recyclé, tandis que les diamants sont fabriqués en laboratoires. A ses débuts, son positionnement nouveau sur le marché vaut à la Maison quelques déboires : la législation impose que soit apposé l'adjectif «synthétique» aux créations diamantaires.

empreinte carbone neutre. Celle-ci deviendra positive dès 2028. Pour ce faire, la Maison s'emploie à travailler avec des fournisseurs savamment choisis. Pour la fabrication de ses diamants, Courbet se place aux côtés de producteurs certifiés, fournis en électricité issue d'énergies renouvelables et installés au sein de pays où le mix énergétique est faiblement carboné, à l'instar de la France. Toutes les entreprises à impact social et environnemental négatifs sont de facto exclues des relations commerciales de la Maison.

Une signature unique

Côté créations, Courbet n'a rien à envier aux traditionnelles maisons de luxe. Ses collections de bagues de fiançailles, Classique ou Signature, permettent à chacun et chacune de trouver la perle rare, tandis que les pièces personnalisables (bracelets et colliers) n'ont aujourd'hui pas d'égal sur le marché. Courbet se distingue également par des pièces uniques de très haute joaillerie. Le petit plus Courbet : la signature qui, à l'intérieur des pièces est toujours assortie d'une pierre verte, reflet de l'engagement responsable de la Maison.



Le luxe engagé existe

Un frein qui ne fait que renforcer les convictions des deux fondateurs : il faut informer, sensibiliser sur le sujet pour faire comprendre aux amoureux des belles choses que le luxe respectueux de la planète existe.

C'est ainsi que Courbet s'engage, ouvrant ses portes au label Positive Luxury et fait réaliser le bilan carbone de son entreprise par Climate Seed. Dès 2023, Courbet aura une

No need to dig the ground indefinitely to extract gold and diamonds. It is with awareness that the two founding partners, Marie-Ann Wachtmeister and Manuel Mallen, began into jewelry.

Each piece offered by Courbet is thus made from recycled gold, while the diamonds are created in laboratories. From the beginning, its new positioning on the market caused some setbacks for the House: the legislation required that the adjective "synthetic" was added to diamond creations.

Engaged luxury exists

A brake that only reinforces the convictions of the two founders : we must inform, raise awareness about the topic to make lovers of beautiful things understand that the planet-friendly luxury does exist.

This is how Courbet got involved, opening its doors to the Positive Luxury

label and having its company's carbon footprint assessed by Climate Seed. In 2023, Courbet will have a neutral carbon footprint. This will become positive in 2028. To do this, the House is working with carefully chosen suppliers. For the manufacture of its diamonds, Courbet works with certified producers, supplied with electricity from renewable energies and installed in countries where the energy mix is low in carbon, like France. All companies with a negative social and environmental impact are de facto excluded from the company's commercial relations.

A single signature

In terms of creations, Courbet has nothing to envy to the traditional luxury houses. Its collections of Classic or Signature engagement rings allow everyone to find exclusivity, while the customizable pieces - bracelets and necklaces - have no equal on the market today. Courbet also distinguishes itself by unique pieces of very high jewelry. Courbet's little extra : the signature which, inside the pieces, is always accompanied by a green stone, reflecting the House's responsible commitment.





Passion. mini

Exit les monochromes foncés, place au jeu avec le retour de la mini-jupe colorée. Certaines sont résolument rocks, d'autres plus vintage, tandis que le tartan fait son grand retour. Laquelle choisirez-vous ?



MINI. passion

This is the end of dark monochromes, it's now time for the colored mini-skirt comeback. Some are resolutely rock, others more vintage, while tartan is back. Which one will you choose ?



- 1) Short effet jupe froncée, **Elisabetta Franchi**, 355 euros. / 2) Mini-jupe Tolmia, **Vanessa Bruno**, 190 euros. / 3) Jupe Tracy en tweed bleu et blanc, **Caroll**, 90 euros. / 4) Jupe en cuir d'agneau plongé jaune safran, **Mac Douglas**, 790 euros. / 5) Jupe Lenny pâquerettes lilas en soie, **From Future**, 99 euros. / 6) Jupe en maille à galons tressés, **Maje**, 175 euros. / 7) Jupe courte portefeuille soie imprimée, **The Kooples**, 215 euros. / 8) Jupe en viscose, **La Petite Etoile Paris**, 59 euros. / 9) Jupe courte en polyester, **Lookiero**, 48,90 euros. / 10) Jupe pat empèchements, **Brownie**, 69,90 euros. / 11) Jupe courte en maille, **Sandro**, 185 euros. / 12) Minijupe à pont en maille, **Royal Mer**, 99 euros. / 13) Jupe courte imprimée Eva, **Bash**, 145 euros. / 14) Jupe Iggy Mediterranean Blue en bourrette de soie, **Valentine Gauthier**, 245 euros. / 15) Mini jupe structurée, **Scotch&Soda**, 119,95 euros.



L'ART DE CASSER LES CODES

Amener de la joie, de la gaieté dans le quotidien et casser l'éternelle routine. C'est la mission que s'est donnée OneMoreThing. A la fois marque de surface et plateforme de collaboration pour les designers et créateurs mondiaux, ce label axe ses collections sur les matériaux tissés. A travers une

interprétation abstraite et moderne, l'inspiration vient de tout support : arts visuels, photographies, illustrations... Fabriqués à Bangkok, à partir de fils recyclés, OneMoreThing utilise toutes les techniques du tissage traditionnel, avec un soupçon d'excentricité, tout en se fondant avec l'artisanat du tissage jacquard. Le sac devient LA pièce majeure du look, faites preuve d'originalité !

OneMoreThing, www.wearomt.com



Un accessoire QUI ENVOIE DU BOIS !

Valeur absolue en termes de qualité et de durabilité, le bois séduit. Les Coffrets du Morvan propose une ligne de sacs à main en bois, idéale à la ville comme à la campagne. Fabriquée au cœur de la Bourgogne, chaque pièce est travaillée de façon artisanale, l'assemblage est fait à la main, dans les règles de la menuiserie traditionnelle. Le rabat et la bandoulière sont en simili cuir épais. Ici on ne travaille qu'avec du chêne massif en provenance des grands arbres séculaires des forêts du Morvan. Une fine couche de vernis mat incolore protège le bois tout en laissant son veinage et ses couleurs authentiques. Les particularités de ce bois confèrent à chaque sac un côté unique et précieux, un peu comme un coffre à bijoux ou à secrets... On apprécie la fermeture facile avec l'indémodable pastille velcro !, la bandoulière réglable avec une boucle coulissante qui permet d'adapter le porté à chaque morphologie et à chaque utilisation, et enfin son poids plume qui avoisine les 300 grammes environ. Parfait pour une balade en été ! Disponible en quatre coloris : cognac, rouge profond, bleu marine et vert bouteille. Dim : L 20 cm H 9 cm Prof 6 cm. Pour toute commande, le code de réduction : SHOWCASE vous donne droit à une réduction de 20%. Une raison de plus pour craquer !

Les Coffrets du Morvan.com, www.lescoffretsdumorvan.com



Sur La Vague

Comme un sac de voyage qui vous accompagne tout l'été, un vestiaire pour vibrer et surfer, sur les vagues comme sur les tendances, dans un style soigné et décontracté : une évidence ! Au rythme de la houle et des langueurs océanes, notre étoile s'évade cet été... sur la vague ! On adore !

Sac en éponge 55 euros
LA PETITE ETOILE Paris
Collection Sur La Vague
Eshop : www.lapetiteetoile.com

TOP à tous points de vue !

Accessoire(s) et look trendy à petits prix, MyMonture est le seul opticien 100% français en ligne à proposer la 2ème paire à partir d'1 euro.

A tout âge, on le sait, une jolie paire de lunettes, c'est l'accessoire qui donne la touche finale à une silhouette, le détail qui peut tout changer... 76% des Français sont porteurs de lunettes, autant dire que nombreux d'entre nous se sentent concernés par le sujet ! Alors, lorsqu'il s'agit de choisir ce point de ponctuation et de souligner d'un signe expressif la singularité de notre visage, que ce soit des lunettes de vue ou solaires, en matière de monture il ne faut pas se tromper.

MyMonture souligne avec justesse que le prix ne fait pas le style, il y contribue.

Créée en 2012, MyMonture est le 1er Opticien en ligne à proposer les mêmes services et qualités qu'un opticien traditionnel. Afin de faire profiter ses clients de VRAIS PRIX toute l'année, l'enseigne pratique des tarifs jusqu'à 2 fois moins cher que les enseignes traditionnelles et travaille avec des verriers 100% français : Novacel du Groupe Essilor. Avec ses 6000 références, on est quasi garantis de repartir le sourire aux lèvres et de se savoir bien chaussés, sur le bout du nez !

Good news : MyMonture recueille plus de 60 Grandes Marques au meilleur prix pour toutes nos envies (Boss, Prada, Persol, Marc Jacobs, Isabel Marant, Mauboussin, Ray Ban...). Enfin, l'enseigne facilite vos démarches en proposant le tiers payant en ligne. A vue d'œil, c'est idéal pour les petits budgets qui souhaitent ne rien déboursier pour s'équiper !



EYEWEAR by DAVID BECKHAM

1/ OAKLEY OO 9367
Prix MyMonture 112 € / Prix de référence 155 €



2/ DOLCE GABBANA DG 3331
Prix MyMonture 169 € / Prix de référence 250 €



3/ ISABEL MARANT IM 0063
Prix MyMonture 136 € / Prix de référence 190 €



4/ PAUL AND JOE LUNA02
Prix MyMonture 178 €



Toutes les infos sur www.mymonture.com

Trio estival

Un maillot, c'est un look complet. Et il suffit parfois de deux petits riens pour accessoriser la pièce de maillot de bain et faire la différence sur les transats. La preuve par trois.



Summer threesome

A swimsuit is a complete look. And sometimes it only takes two little things to accessorize your swimsuit and make the difference on the deckchairs. The proof by three.



1) Maillot de bain 1 pièce en lycra, **Chlore**, 130 euros / Solaires en poudre de polyamide et branches en titane, **VM L'Atelier**, 275 euros. / Foulard en soie marguerites, **Vilebrequin**, 160 euros. // 2) Maillot 1 pièce Villa Cavois flower, **Chlore**, 110 euros. / Solaires en acétate modèle Kubrick Sun en édition limitée, **Etnia Barcelona**, 259 euros. / Fouta baignade blush, **Mapoésie**, 79 euros. // 3) Haut de bikini 99,90 euros, Culotte de bikini 44,90 euros, **Prima Donna**. / Solaires en acétate, **Lanvin**, 350 euros. / Bandana twill de soie, **Malfroy**, 50 euros. // 4) Maillot de bain 1 pièce décolleté plongeant, **Prima Donna**, 99,90 euros. / Solaires en bétatitane monture Louie, **Waiting for the Sun**, 180 euros. / Foulard Cerelus, **Cop Copine**, 39 euros. // 5) Haut de bikini à nouer tie & dye 75 euros, Culotte de bain à nouer tie & dye 65 euros, **Esquisse**. / Solaires en acétate, **Jimmy Fairly**, 149 euros. / Carré imprimé géométrie fleurie 120/120cm, **Eric Bompard**, 265 euros.

1) Haut de maillot 52 euros, Bas de maillot 34 euros, **Banana Moon**. / Solaires en acétate, **Jimmy Fairly**, 129 euros. / Etole en coton Borneo garance, **La Fiancée du Mékong**, 29,90 euros. // 2) Maillot de bain 1 pièce Bayo Pink Riviera, **Louise Misha**, 89 euros. / Solaires, **Balaboosté**, 14,90 euros. / Echarpe Brière beige, **La Française par B. Solfin**, 40 euros. // 3) Soutien-gorge de bain triangle fantaisie 150 euros, Culotte bikini de bain fantaisie 105 euros, **LemLem aux Galeries Lafayette**. / Solaires, **Paul&Joe Eyewear**, 196 euros. / Bandana Good Vibrations, **Malfroy**, 55 euros. // 4) Maillot de bain 1 pièce en nylon régénéré Econyl, **Dos Gardenias**, 150 euros. / Solaires Chupa (nude/champaign) en acétate de Modot sur une monture en métal or 22 carats, **Nathalie Blanc**, 474 euros. / Foulard en soie Jardin Psychotropical blanc 70/70 cm, **La F Paris**, 145 euros. // 5) Maillot de bain 1 pièce, **Samsøe Samsøe**, 99 euros. / Solaires Hollywood bleu en acétate, **Lafont**, 253 euros. / Foulard de soie Cloud, **Ika Paris**, 90 euros.

Orange is the new black

Un look délicieusement sixties qui revisite les intemporelles, de la combi pastelle à la classique robe en coton en passant par la blouse ultra-graphique. Focus sur les jolies créations orangées.

A deliciously sixties look that revisits the classics, from the pastel jumpsuit to the classic cotton dress and the ultra-graphic blouse. Focus on pretty orange creations.



1) Veste sans manches Danaé, **Stella Forest**, 140 euros. / 2) Collier fleur diamant or rose 42 cm, **Gigi Clozeau**, 540 euros. / 3) Bob imprimé réversible Capsu, **Cop.Copine**, 35 euros. / 4) V Yaka body, **Nocturne**, 35,50 euros. / 5) Montre Mach 2000, **Lip**, 169 euros. / 6) Sandales vegan tressées à talons Emma, **Studio Celeste aux Galeries Lafayette**, 79 euros. / 7) Top à fines bretelles Aorta 95 euros, Jupe courte à volants Anema 109 euros, **Cop.Copine**. / 8) Robe Razza, **Tressé**, 295 euros. / 9) Sac banane, **Sandqvist**, 59 euros. / 10) Top de sport, **8 by Yoox**, 45 euros. / 11) Boucles d'oreilles Cartagena, **Boks&Baum**, 85 euros. / 12) Jupe Florence, **Maison Sarah Lavoine**, 140 euros. / 13) Veste sans manches en lin, **Icicle**, 550 euros. / 14) Short Brigitte, **Ma Petite Plage en exclusivité sur Jane de Boy**, 85 euros. / 15) Combinaison Frida en jean, **Bash**, 240 euros.

1) Manchette cuir bergamote et acier argenté 40mm, **Les Georgettes**, 119 euros. / 2) Gilet Aurélie en maille, **Caroll**, 110 euros. / 3) Espadrilles Andara en raphia à talon haut, **Castaner**, 235 euros. / 4) Chemisier volant ouvert au dos, **Sandro**, 165 euros. / 5) Sac en cuir Trianon, **Pourchet**, 290 euros. / 6) Combinaison déperlante et imperméable Billie, **Look the Rain au Bon Marché Rive Gauche**, 199 euros. / 7) T-shirt Palerme tie and dye en coton, **Maison Sarah Lavoine**, 60 euros. / 8) Jupe Vicky en soie, **From Future**, 149 euros. / 9) Jupe mi-longue en polyester, **Lookiero**, 75 euros. / 10) Robe estivale en maille bouclette, **Caroline Biss**, 260 euros. / 11) Sac Cayman Brac veau grainé, **Vassant Paris**, 1242,46 euros. / 12) Cardigan Crop, **Uniqlo**, 24,90 euros. / 13) Pull Klasel marin uni, **Royal Mer**, 149 euros. / 14) Sweat-shirt Soleil en coton bio, **David Lucas X Ron Ron sur Jane de Boy**, 80 euros. / 15) Sandales Rhea mandarine, **K.Jacques**, 230 euros.



Tentation *crochet*

Le crochet revient en force. De quoi s'amuser à superposer les pièces iconiques. Version sage avec des robes texturées ou version sixties avec châle et pantalon large, sans oublier l'essentiel accessoire.

.....
Crochet is definitely back. Have fun to layer the iconic pieces. A modest version with textured dresses or a sixties version with a shawl and baggy trousers, without forgetting the essential accessory.

1) Pantoufles tressées avec pierres, **Inuikki**, 210 euros. / 2) Short à rayures en crochet, **La Petite Française**, 105 euros. / 3) Sac en crochet multicolore, **Interdee**, 179 euros. / 4) Chapeau rayures tressé façon crochet, **Desigual**, 69,94 euros. / 5) Poncho orange, **Brownie**, 29,90 euros. / 6) Pochette tressée, **U Collection**, 15 euros. / 7) Minirobe débardeur en crochet Onaona, **Sessun**, 225 euros. / 8) Pantalon large en maille Yessica, **Stella Pardo aux Galeries Lafayette**, 260 euros. / 9) Robe en coton Taki, **Vanessa Bruno**, 250 euros. / 10) Robe Rosa en crochet bicolore avec lien à nouer, **La Petite Française**, 119 euros. / 11) Polo semi-transparent vert d'eau, **Caroline Biss**, 130 euros. / 12) Crop top en crochet, **Sandro**, 145 euros. / 13) Pull ajouré ficelle, **Au Printemps Paris**, 119 euros. / 14) Cardigan crochet manches 3/4 Jacinthe, **Derhy**, 89 euros. / 15) Espadrilles compensées en crochet modèle Casal, **Castaner**, 165 euros.



www.cop-copine.com

« Nous permettons à davantage de personnes de détenir une pièce d'une Grande Maison de Joaillerie »

Showcase a eu la chance de rencontrer Alain Némaq, aux commandes de la Maison de Joaillerie Mauboussin depuis 2002. Le CEO de la marque indépendante s'est livré avec bonne humeur à l'exercice de l'interview.



Le Solitaire Chance of Love est l'une des créations signature de la Maison Mauboussin. Comment a-t-il été imaginé ?

Il est vrai que la collection Chance of Love est une création phare de la Maison. Depuis son lancement, à l'occasion de la Saint-Valentin de 2004, 170 000 pièces de la collection ont été vendues à travers le monde. L'inspiration première de cette création est la fleur, symbole de l'harmonie et du romantisme. C'est aussi un bijou talisman avec sa fleur en forme de trèfle destinée à éloigner les mauvaises ondes. L'une des raisons du succès de ce solitaire réside dans son montage. Nous avons choisi de rehausser le diamant. La pierre est surélevée. Elle représente la femme qui est placée au centre du bijou et qui est mise en avant.

Lorsque vous prenez les rênes de la Maison en 2002, quelle a été votre réflexion quant à son positionnement ?

Dès 2002, je me suis fait la réflexion suivante : la haute joaillerie fait face à d'importantes évolutions. D'une part, le secteur se concentre avec de nombreux groupes rachetés par des géants du luxe. Les indépendants restent rares dans le secteur. A cela s'ajoute un autre changement sociétal. En effet, auparavant la joaillerie

était cantonnée à des hommes qui offraient à leurs femmes des trophées, elles-mêmes étant souvent considérées comme des trophées que l'on affiche en soirée, ornées de bijoux. Ce temps est révolu. Les femmes souhaitent des bijoux auxquelles elles peuvent s'identifier et qu'elles peuvent porter en journée comme en soirée. Cette réflexion lancée en 2002 se confirme largement aujourd'hui. En interne, il a fallu réfléchir et innover, en revoyant notre positionnement mais également en acceptant de revoir notre niveau de marges.

La joaillerie peut donc être accessible à toutes et à tous ?

L'achat d'une pièce de joaillerie reste tout de même onéreux. Néanmoins, il est possible de s'offrir de l'émotion sans dépenser des sommes considérables. Prenons l'exemple du solitaire Chance of Love, il est disponible en version un carat, mais également en version 0,10. Les prix varient de 1 000 à 50 000 euros. Pourtant, c'est le même modèle et surtout la même émotion qui est proposée. Nous permettons ainsi à davantage de personnes de détenir une pièce de joaillerie d'une grande maison.

Quelles sont vos ambitions de développement à l'international ?

Notre développement à l'international se fait à petits pas. Nous sommes aujourd'hui très présents au Japon, avec une douzaine de magasins et également en Asie du Sud-Est à Singapour, Bangkok et Séoul. Nous sommes également présents au Maroc et en Algérie. Il faut bien avoir à l'esprit que nous restons une PME française, engagée en faveur d'une production locale. Nous réalisons actuellement près de 70% de notre chiffre d'affaires au sein de l'Hexagone.

"We allow more people to own a piece from a Famous Jewelry Maison". Showcase has been lucky enough to meet Alain Némaq, managing of the Maison de joaillerie Mauboussin since 2002. The CEO of the independent brand gave us this interview with good humor.

The Solitaire Chance of Love is one of Maison Mauboussin's signature creations. How was it imagined ?

It is true that the Chance of Love collection is a flagship creation of the house. Since its launch on Valentine's Day in 2004, 170,000 pieces from the collection have been sold worldwide. The primary inspiration for this creation is the flower, a symbol of harmony and romanticism. It is also a talisman jewel with its clover-shaped flower intended to ward off bad vibes. One of the reasons for the success of this solitaire lies in its assembly. We have chosen to enhance the diamond. The stone is raised. It represents the woman who is placed in the center of the jewel and who is highlighted.

When you took over the direction of the house in 2002, what were your thoughts on the positioning of the house ?

As early as 2002, I had the following thought : fine jewelry is facing major changes. On the one hand, the sector is consolidating with many groups acquired by luxury giants. Freelancers remain rare in the sector. Added to this is another societal change. Indeed, before the jewelry was confined to men who offered their wives trophies, themselves often considered as trophies that are displayed in the evening, adorned with jewelry. That time is over. Women want jewelry that they can identify with and that they can wear day and night. This reflection launched in 2002 is largely confirmed today. Internally, we had to reflect and innovate, by reviewing our positioning but also by agreeing to review our level of margins.

So jewelry can be affordable for everyone ?

To buy a piece of jewelry is still expensive. Nevertheless, it is possible to afford emotion without spending considerable sums. Take the example of the Chance of Love solitaire, it is available in a one carat version, but also in a 0.10 version. Prices vary from €1,000 to €50,000. However, it is the same model and above all the same emotion that is proposed. We thus allow more people to own a piece of jewelry from a big house.

What are your ambitions for international development ?

Our international development is taking place in small steps. We are now well-implemented in Japan, with a dozen stores, and also in Southeast Asia in Singapore, Bangkok and Seoul. We are also in Morocco and Algeria. We must bear in mind that we remain a French SME, committed to local production. We currently generate nearly 70% of our turnover in France.





Men only

En cette période estivale, les collections de prêt-à-porter se parent de leurs plus belles couleurs. Des tenues vitaminées, un brin vintage, à porter à la ville comme à la plage. Et pour parfaire le look, on mise sur des accessoires chics et intemporels.

In this summer period, the ready-to-wear collections get their most beautiful colors. A little vintage and bright outfits worn in the city as on the beach. And to perfect the look, we put on chic and timeless accessories.



1) Solaires, **VM L'Atelier**, 275 euros. 2) Ballon de foot en cuir, **Vassant**, 550 euros. 3) Tee-shirt Venise Benvenuto, **Akho**, 50 euros. 4) Imagination, Eau de Parfum, **Louis Vuitton**, 100 ml, 240 euros. 5) Chemise manches courtes Orson, **Soulland en exclusivité aux Galeries Lafayette**, 195 euros. 6) Chapeau Argon, **Nobis**, 65 euros. 7) Short de bain en polyester recyclé écru, **Faguo**, 65 euros. 8) Pantalon chino Brummel en coton, **Brummel en exclusivité au Printemps**, 120 euros. 9) Travel stylo rouge Madison, **Maison Pourchet**, 40 euros. 10) Jimmy Choo Man Aqua, Eau de Toilette, 100 ml, **Jimmy Choo**, 87 euros. 11) Montre Marinier auto, **Lip**, 199 euros. 12) Maillot à manches longues, **Eden Park**, 150 euros. 13) Espadrilles Les Champs Riverman, Coton Oxford, **Rivieras**, 75 euros. 14) Blouson brodé en coton, **Sandro**, 295 euros. 15) Marinière en coton Minquiers, **Saint James**, 59 euros.

192-194, rue de Courcelles - Paris 17^{ème}

LIFE-STYLE

#ARTDEVIVRE
#ARTDELA
TENDANCES
#SLEEVES
#WINTER
#FOOD
#DELICES
#SLOWLIFE



geneviève
christophe

Apportez une touche de luxe
et de confort à votre intérieur.

genevievechristophe.com

Haomy



colore
VOTRE
maison.

Haomy est née en 1999 à une époque où rares étaient les marques textiles à se positionner sur le lin. Au quotidien, le groupe s'engage à produire des textiles responsables et durables. Pour Showcase, Lionel Dubos, Président Fondateur d'Haomy, revient sur les engagements de la Maison.

Propos recueillis par Chloé Consigny

Haomy was born in 1999 at a time when few textile brands were positioned in linen. On a daily basis, the group is committed to producing responsible and sustainable textiles. For Showcase, Lionel Dubos, Founding President of Haomy, talks about the House's commitments.

Haomy est le nouveau nom d'Harmony Textile. Pourquoi ce changement ?

Lorsque nous avons créé Harmony Textile, dans les années 2000, ce mot était beaucoup moins galvaudé qu'aujourd'hui. A l'heure actuelle, Harmony est une marque utilisée dans des secteurs très variés. Nous avons donc choisi de nous distinguer avec un nom qui donne à voir notre promesse et nos engagements. Haomy est un mot tahitien qui signifie « Ma Maison ». Ce nom colle totalement à nos confections : des créations cocons et colorées pour des lieux de vie cosy.

Les adjectifs responsables et soutenables sont-ils possibles dans l'industrie textile ?

Oui, tout à fait ! D'abord en choisissant le lin, matière responsable par essence car elle nécessite une moindre utilisation d'eau. Aujourd'hui 70 % de notre collection est en lin. Nous travaillons avec des usines labellisées Oeko-Tex qui fonctionnent de manière verticale et prennent en charge l'entièreté de la chaîne de production. Par ailleurs, 80 % de nos produits sont labellisés Made in Green. Enfin, nous apportons une très grande attention aux conditions de travail dans nos usines.

Vos collections sont graphiques et colorées. Quelles sont vos sources d'inspiration ?

Nos sources d'inspiration sont diverses et variées. Les voyages, la nature et la mode. Chez Haomy, nous nous employons à proposer des collections dans l'air du temps et colorées. Le lin est une matière qui matifie les couleurs. Nous pouvons donc oser les couleurs éclatantes sans craindre de faux pas !



Harmony-textile.com

Haomy is the new name of Harmony Textile. Why did you change name ?

When we created Harmony Textile in the 2000s, this word was much less overused than it is today. Today, Harmony is a brand used in a wide variety of sectors. We have therefore chosen to distinguish ourselves with a name that shows our promise and our commitments. Haomy is a Tahitian word meaning "My House". This name is totally in line with what we do : cocoon and colorful creations for cozy living spaces.

Are the adjectives of responsible and sustainable possible in the textile industry ?

Yes of course ! First by choosing linen, a total responsible material because it requires less water use. Today 70% of our collection is linen. We work with Oeko-Tex labeled factories that operate vertically and are in charge of the entire production chain. In addition, 80% of our products have the Made in Green label. Finally, we pay great attention to working conditions in our factories.

Your collections are graphic and colorful. What are your sources of inspiration ?

Our sources of inspiration are many and varied. Travel, nature and fashion. At Haomy, we strive to offer trendy and colorful collections. Linen is a material that mattifies colors. We can therefore dare to use bright colors without fear of errors !

A pas de fées...

Lorsque l'on a le béguin pour Paris, c'est en partie pour son cadre, ses rues, ses boutiques, ses monuments... et c'est aussi pour les belles demoiselles qui arpentent la ville et parcourent les rues, chaussées telles des princesses de contes.

Parmi les bonnes fées parisiennes, Héloïse Wirth, ambassadrice de la Maison de Haute-Chaussure Béguum Paris et l'illustratrice Sophie Duf. Ensemble, elles dessinent une carte postale idéale et glissent un coin de la Capitale et de ses richesses patrimoniales à nos pieds. En effet, ces deux références du bon goût et de l'élégance ont choisi de s'associer le temps d'une saison et lancent une collection capsule d'escarpins Marquises intitulée Rive Droite.

Tout n'est ici que raffinement et poésie. Ces deux talents signent une édition exclusive entièrement réalisée à la main par les artisans de l'atelier de confection de la Maison Béguum, en toile de coton imprimée, doublure et semelle en cuir. A porter avec une jupe, une robe ou un pantalon, peu importe la silhouette, pourvu qu'elle soit chaussée de ces pièces d'exception.



Escarpins Marquises, 680 euros www.begum-paris.com/

Happy 70'

Cette année 2022 est très particulière pour la marque française Meubles CELIO qui s'apprête à fêter ses 70 ans de créativité premium au service de nos intérieurs. Une célébration qui rend honneur à Claude Liault et sa femme Micheline, à l'initiative de la mise en place et en œuvre de l'entreprise en 1952 avec pour leitmotiv (déjà), la qualité des matériaux et le caractère exceptionnel de la fabrication. Depuis ce sont 3 générations qui administrent et perpétuent cette volonté et cette marque de confiance. Critère N°1 depuis 7 décennies, Meubles CELIO s'engage ainsi pour l'excellence de ses produits, dans la création, l'innovation, le détail et le refus de transiger sur cette promesse de fabrication.

Un «JUBILÉ DE PLATINE» pour honorer le savoir-faire, l'expertise et les multiples compétences des 200 femmes et hommes qui travaillent dans l'entreprise. Bon anniversaire ! www.meubles-celio.fr



Un week-end sous le signe de l'élégance



Copyright Mathieu Bonnevie

Parmi les Grands rendez-vous de l'année, se place celui de Chantilly Arts & Elegance Richard Mille. Un week-end incontournable, dans un cadre idyllique, juste à la sortie de l'été, où se mêlent amateurs de belles carrosseries, Demoiselles chapeautées et Messieurs en habits du dimanche. Un dress-code qui fait honneur à Peter Auto, le créateur de l'événement qui a pour ambition première de ressusciter les Concours d'Elegance dont la France fut le berceau dans les années 1920, ce qui lui permet par la même occasion de célébrer l'Art de Vivre à la Française !

Après 3 saisons off, dans le parc du Domaine de Chantilly, les 24 et 25 septembre prochains, se tiendra une toute nouvelle édition. Pour son sixième opus, Chantilly Arts & Elegance Richard Mille offre un spectacle fabuleux orchestré autour de ses 3 concours : **Concours d'Etat** (les collectionneurs de voitures anciennes), **Concours d'Elegance** (les constructeurs et leurs concept-cars), **Grand Prix des Clubs** (les témoins de l'histoire automobile). Si le concept général reste inchangé, toutes les classes du Concours d'Etat seront inédites.

A noter dans vos agendas "Les plus belles voitures du Monde" où l'on peut admirer des voitures en état d'origine avant et après-Guerre, des voitures de course, les voitures Pop de 1968 à 1980, les barquettes, mais aussi un clin d'œil à la naissance de la marque Bugatti, puis le 70ème anniversaire de la Bentley Continental, et enfin un hommage à l'as du cinéma français, grand amateur de voitures, Jean-Paul Belmondo.

Il ne faudra pas non plus manquer les deux classes qui initieront les festivités du centenaire des légendaires "24 Heures du Mans", célébré en 2023 : Vitesse & aérodynamisme sur les Hunaudières et la course à l'indice de performance et à l'indice énergétique. Sensations assurées !!

Visiter Chantilly Arts & Elegance Richard Mille, c'est passer un Dimanche élégant à la campagne dont chacun peut profiter à sa guise. Cela peut aussi être la promesse de participer à la grande Garden Party, mais en mode VIP... C'est pourquoi Chantilly Arts & Elegance Richard Mille propose le Package Garden Party "Chantilly Chic" offrant un panier pique-nique minutieusement conçu à déguster confortablement assis dans l'Enclos "Chantilly Chic", au beau milieu de l'un des endroits les plus animés du concours.



Copyright Mathieu Bonnevie

L'assurance d'un pique-nique inoubliable, en famille et en toute convivialité. Sans se soucier de l'intendance et pouvoir profiter sereinement de tout ce que cette journée offre pour se distraire !

PS : en attendant, on n'oublie pas de réfléchir à son style !

« Il faut que tu respires... »

Si le titre de la chanson rappelle que c'est bien de le dire, c'est encore mieux d'agir !



Air quality and the time spent on household chores in terms of cleaning have, for almost two years, become a subject on which it is difficult not to wonder as it concerns us all. Impalpable and so present, the air is universal, but it is clear that it is not the same for everyone. Pollution, dust, animal hair, allergens are all factors that contaminate the air and dirty our homes.

We spend a lot of time doing household chores. Reason or trend, to try to overcome this phenomenon and support everyone, Dyson is launching two innovations which, from floor to ceiling, will improve our daily lives and make an unparalleled contribution to well-being. A new range of air purifiers to neutralize formaldehyde and a vacuum cleaner with laser sensing technology to reveal the microscopic dust in our homes. An important step to guard against and fight against all invisible pests. Because they are everywhere in our homes !



La qualité de l'air et le temps accordé aux tâches ménagères en termes de nettoyage sont, depuis presque deux ans, devenus un sujet sur lequel il est difficile de ne pas s'interroger tant il nous concerne tous. Impalpable et si présent, l'air est universel, mais force est de constater qu'il n'est pas le même pour tous. La pollution, la poussière, les poils d'animaux, les allergènes sont autant de facteurs qui contaminent l'air et salissent nos intérieurs.

Nous consacrons beaucoup de temps aux tâches ménagères. Raison ou tendance, pour tenter de palier ce phénomène et accompagner chacun, Dyson lance deux innovations qui, du sol au plafond, vont améliorer notre quotidien et apporter une contribution bien-être sans pareil. Une nouvelle gamme de purificateurs d'air pour neutraliser le formaldéhyde et un aspirateur doté de la technologie de détection laser pour révéler la poussière microscopique de nos maisons. Un pas important pour se prémunir et lutter contre tous les nuisibles invisibles.

Car il y en a partout dans nos intérieurs ! Incolore, le formaldéhyde est difficile à détecter. En effet, il se dissimule dans le contreplaqué et panneaux de fibres de nos armoires, dans les matériaux isolants et produits de bricolage tels que la peinture, les papiers peints, les vernis, les produits ménagers, et bien d'autres endroits conférant à nos espaces de vie un rôle de nid à bactéries.

La marque connue pour ses performances technologiques, a imaginé une nouvelle génération de purificateurs d'air dotés d'un détecteur développé pour identifier le fameux gaz polluant à l'état solide.

Pour ce faire Dyson utilise un algorithme unique afin de détecter avec précision les niveaux de formaldéhyde, en ignorant intelligemment les autres gaz qui sont détectés par un capteur de COV dédié. Un système rendu unique en son genre grâce à l'idée astucieuse des ingénieurs de la maison pour repenser le filtre en bloquant tout point de fuite potentiel par lequel l'air pollué pourrait accéder au flux d'air purifié. Une prouesse qui garantit une élimination des particules aussi petites que 0,1 micron à 99,95% ! Du grand Art...

Et le « petit plus » réside dans l'avancée technologique en termes d'acoustique du Purificateur d'air Dyson Purifier Cool Formaldéhyde™ qui se révèle être 20% plus silencieux.

En parallèle, pour parfaire le tableau, la marque a imaginé le Dyson V15 Detect. En fin limier, cet aspirateur, le premier en son genre, est doté d'un laser à lumière verte capable de détecter, d'éliminer, de dimensionner et de compter les infimes poussières ainsi que les squames produites par les animaux de compagnie, et nous garantit ainsi un nettoyage en profondeur et un intérieur sain.

Complice de tout temps, Dyson nous accompagne dans le nettoyage de la maison, du bureau ou d'un appartement, dans une réflexion sanitaire qui lui est propre, et aussi pour nous aiguiller sur les solutions à adopter et ainsi stimuler une nouvelle gestuelle de nettoyage.



Se sentir bien chez soi est essentiel. Parce que l'on y passe de plus en plus de temps.

Feeling good at home is essential. Because we spend more and more time there.

Colorless formaldehyde is difficult to detect. Indeed, it is hidden in the plywood and fiberboard of our cabinets, in insulating materials and DIY items such as paint, wallpaper, varnish, household products, and many other places making our homes a nest of bacteria. The brand known for its technological performance, has imagined a new generation of air purifiers equipped with a detector developed to identify the famous polluting gas in the solid state.

To do this Dyson uses a unique algorithm to accurately detect formaldehyde levels, intelligently ignoring other gases that are detected by a dedicated VOC sensor. A system made unique in its kind thanks to the clever idea of the house engineers to redesign the filter by blocking any potential leak point through which polluted air could access the flow of purified air. A feat that guarantees 99.95% removal of particles as small as 0.1 micron ! This is Great Art...

And the "littleplus" lies in the technological advancement in terms of acoustics of the Dyson Purifier Cool Formaldéhyde™ air purifier, which turns out to be 20% quieter.

At the same time, to complete the picture, the brand has imagined the Dyson V15 Detect. As a sleuth, this vacuum cleaner, the first of its kind, is equipped with a green light laser capable of detecting, eliminating, sizing and counting the smallest dust as well as the dander produced by pets, and this guarantees us deep cleaning and a healthy interior.

Accomplice at all times, Dyson accompanies us in the cleaning of the house, the office or an apartment, in a sanitary reflection which is specific to it, and also to guide us on the solutions to adopt and thus stimulate a new gesture of cleaning.

ECOVACS ROBOTICS *Le monde idéal*

Qui n'a jamais rêvé de déléguer ses tâches ménagères à un robot ? Mise en scène de nombreuses fois au cinéma, cette organisation imaginaire prend vie, le temps d'un film, grâce à des appareils ultraperformants en charge de ces activités. Or, de la science fiction à la réalité, il n'y a parfois qu'un pas...

Who has never dreamt of letting their household chores to a robot ? Presented many times in films, this imaginary organization comes to life, the time of a film, thanks to high-performance devices in charge of these activities. However, from science fiction to reality, there is sometimes only one step...



C'est le cas d'ECOVACS ROBOTICS qui s'engage dans cette voie pour faire évoluer les activités domestiques traditionnelles et automatiser un maximum les actions liées au ménage. En effet, depuis plus de 20 ans, la marque révolutionne ce domaine en proposant une gamme de robots de service à domicile qui rendent la vie bien plus agréable, plus facile, plus efficace et... plus connectée !



Le petit dernier à entrer dans la famille est le DEEBOT X1 OMNI. Un aspirateur nettoyeur dernière génération, entièrement automatisé et autonome. Avec des fonctionnalités très innovantes comme le vidage du sac à poussière de 3 litres pour lequel il ne suffit que de 10 secondes à la station pour se libérer de son surplus, mais aussi le nettoyage automatique qui sépare l'eau propre des eaux usagées, et enfin le séchage à l'air chaud, un dispositif ultraperformant pour sécher le disque de lavage du sol, évitant ainsi la prolifération des bactéries et des odeurs.



Doté d'intelligence artificielle, il cartographie les lieux permettant à ses capteurs de régler sa puissance d'aspiration selon les sols, d'identifier très rapidement tout type d'objets de manière très précise et d'éviter les obstacles au sol... le laissant ainsi naviguer tranquillement dans la maison. Fini le stress du nettoyage par manque de temps, même si vous n'êtes pas présent, avec la commande mains libres compatible Google Home/Alexa, vous pouvez commander le petit robot à distance et lui demander de commencer son travail avant que vous ne rentriez chez vous. Quant à Yiko, votre assistant vocal, il vous permettra un large choix de commandes vocales pour une réelle utilisation mains libres ! Et hop, à vous la joie d'un sol nickel qui préserve vos petites chaussettes blanches !

ecovacs.com

This is the case of ECOVACS ROBOTICS, which is committed to this task to develop traditional domestic activities and automate household-related actions as much as possible. Indeed, for more than 20 years, the brand has been revolutionizing this field by offering a range of home service robots that make life much more pleasant, easier, more efficient and... more connected !

The new family member is the DEEBOT X1 OMNI. A latest generation vacuum cleaner, fully automated and autonomous. With very innovative features such as the emptying of the 3-litre dust bag for which the station only takes 10 seconds to empty, but also the automatic cleaning which separates clean water from waste water, and finally hot air drying, an ultra-efficient device for drying the floor washing disc, thus preventing the proliferation of bacteria and smells.

Equipped with artificial intelligence, it maps the rooms allowing its sensors to adjust its suction power according to the type of floors, to identify very quickly all types of objects in a very precise way and to avoid obstacles... leaving it navigate quietly in the house. No more stress of cleaning with lack of time, even if you are not here, with Google Home/Alexa compatible hands-free control, you can control the little robot remotely and ask it to start its work before you come home.

As for Yiko, your voice assistant, it will allow you a wide choice of voice commands for a real hands-free use ! Now you can enjoy of a perfectly clean floor that preserves your little white socks !



Haomy

Collection Outdoor



www.harmony-textile.com



Escale Tahitienne

Voyager à la découverte de lointaines contrées... Ces évasions si précieuses à nos vies sont aujourd'hui de retour. Embarquez avec Showcase pour le sud de l'océan Pacifique, à la découverte de l'archipel de Tahiti. Attention, dépaysement garanti.

Par Juliette Flageollet



Travel to discover distant lands. These escapes so precious to our lives are back today. Embark with Showcase for the southern Pacific Ocean, to discover the archipelago of Tahiti. Ready, change of scenery guaranteed.

Immediate boarding

Traveling with the Air Tahiti Nui airline is, in itself, a destination. Far from standardized services, Air Tahiti Nui makes every effort to immerse travelers in Tahitian culture. On the tarmac in Paris, the plane flocked with Polynesian drawings sets the tone. The journey can begin. At the entrance to the cabin, the scent of Tiare flowers greets passengers. Everyone is given a small care kit for their trip : in colored cotton for the Moana Economy Class and the Moana Premium Class and in leather for the Poerava Business Class. On board, the flight crew is totally aligned with the Tahitian welcome : total availability and smiles. It is also necessary to underline the very great attention paid to the outfits of the flight crew who, on several occasions, change during the flight. For those who choose to travel in Poerava Business Class, comfort is totally guaranteed. The seats convertible into beds come with mattress toppers and duvets. All you have to do is let yourself be lulled by the soft Polynesian music to fall asleep dreaming of the many discoveries that await you on arrival.

Embarquement immédiat

Voyager avec la Compagnie Aérienne Air Tahiti Nui est, en soi, une destination. Loin des prestations standardisées, Air Tahiti Nui met tout en œuvre pour plonger les voyageurs dans la culture tahitienne. Sur le tarmac à Paris, l'avion floqué de motifs polynésiens donne le ton. Le voyage peut commencer.

A l'entrée de la cabine, des effluves de fleurs de Tiare viennent saluer les passagers. Tous se voient remettre une petite trousse de soins pour leur voyage : en coton coloré pour la Classe Moana Economy et la Classe Moana Premium et en cuir pour la Classe Poerava Business. A bord, le personnel navigant est totalement aligné sur l'accueil tahitien : disponibilité et sourires garantis. Il faut par ailleurs souligner la très grande attention portée aux tenues du personnel navigant qui, à plusieurs reprises, se changent durant le vol. Pour ceux qui feront le choix de voyager en Classe Poerava Business, le confort est totalement au rendez-vous. Les sièges convertibles en lits s'accompagnent de sur-matelas et duvets. Il vous suffit alors de vous laisser bercer par la douce musique polynésienne pour vous endormir en rêvant aux nombreuses découvertes qui vous attendent à l'arrivée.

Tahiti et Bora Bora : le décor de carte postale

Première étape de cette épopée Polynésienne : Tahiti et plus précisément l'Intercontinental Tahiti Resort & Spa. Pour séjourner, deux

choix s'offrent à vous : les bungalows sur pilotis avec vue sur le jardin ou le lagon et les chambres avec vue panoramique sur l'île voisine. Dans tous les cas, vous serez transportés dans un décor de carte postale. Au matin, il vous suffira de plonger pour découvrir les récifs coralliens en contrebas de votre habitation.

A l'intérieur des chambres, on retrouve tout le savoir-faire polynésien avec des pièces de bois uniques et taillées à la main. Enfin, côté restauration, c'est tout un éventail de saveurs qui s'offre aux visiteurs avec des Bowl tahitiens largement garnis en poissons crus, agrémentés de sauces à la vanille.



Tahiti and Bora Bora : the perfect setting

First step of this Polynesian epic : Tahiti and more specifically the Intercontinental

Tahiti Resort & Spa. You have two choices of accommodation : bungalows on stilts with a view on the garden or the lagoon and rooms with a panoramic view of the neighboring island. In any case, you will be transported in a postcard setting. In the morning, all you have to do is dive to discover the coral reefs below your bungalow.

Inside the rooms, we find all the Polynesian know-how with unique pieces of wood cut by hand. Finally, on the catering side, a whole range of flavors is offered to visitors with Tahitian Bowls largely garnished with raw fish, dressed with vanilla sauces.



The trip continues on the atoll of Bora Bora which can be reached by boat from Tahiti. If the name of Bora Bora evokes a space of peace, calm and joy to everyone it is not for nothing. A small island located northwest of Tahiti, Bora Bora is an enchanting place with its turquoise water protected by its coral reef. It is on the island of Bora Bora that the InterContinental Moana Resort 4* is located, the most genuine of the range. It offers gorgeous villas set on the fine sand of the lagoon and close to the most beautiful beach in the world, Matira beach, but also luxurious and typical bungalows on stilts.

A few minutes by boat, on the motu opposite Mount Otemanu, is the splendid InterContinental Thalasso Resort & Spa 5*. A wonder ! Ultra-luxurious bungalows facing the emblematic mountain of the Pearl of the Pacific, with the famous Teremoana villas at the end of each pier, nearly 200m2 of ultra luxury for an unforgettable stay.

The Resort is distinguished by its incomparable TOPDIVE diving center, the only center in French Polynesia ranged as "five-star Gold Palm IDC PADI". Finally, the stay could not be complete without a stopover at the Deep Nature Spa. A unique place entirely dedicated to well-being. Each massage is a signature and is inspired by ancestral Polynesian techniques.

Le voyage se poursuit sur l'atoll de Bora Bora qu'il est possible de rejoindre en bateau depuis Tahiti. Si le nom de Bora Bora évoque dans l'imaginaire collectif un espace de paix, de calme et de joie, ce n'est pas pour rien. Petite île située au nord-ouest de Tahiti, Bora Bora est un lieu enchanteur avec son eau turquoise protégée par son récif corallien. C'est sur l'île de Bora Bora que se trouve l'InterContinental Moana Resort 4*, le plus authentique de la gamme. Il propose des villas sublimes posées sur le sable fin du lagon et proche de la plus belle plage du monde, la plage de Matira, mais aussi des bungalows sur pilotis luxueux et typiques.

A quelques minutes de bateau, sur le motu face au mont Otemanu, se situe le splendide InterContinental Thalasso Resort & Spa 5*. Une merveille ! Des bungalows ultra luxueux face au mont emblématique de la Perle du Pacifique, avec au bout de chaque ponton les fameuses villas Teremoana, près de 200m² ultra luxe pour un séjour inoubliable.

Le Resort se distingue par son inégalable centre de plongée TOPDIVE, seul centre en Polynésie française classé « cinq étoiles Gold Palm IDC PADI ». Enfin, le séjour ne pourrait être complet sans une escale au Deep Nature Spa. Un lieu unique entièrement dédié au bien-être. Chaque massage est une signature et s'inspire des techniques polynésiennes ancestrales.



Pas question donc de servir des bouteilles en plastique au restaurant, ni de dénaturer le site. La construction est conçue en ce sens, à l'instar de l'air conditionné par eau de mer ou encore de l'énergie solaire produite par les panneaux installés le long de la piste d'atterrissage qui, à eux seuls, produisent 75 % des besoins du site. Chaque villa donne directement sur la mer, à tel point que, quoi que vous fassiez, vous êtes seuls au monde. Cette retraite paisible a d'ailleurs séduit de nombreuses grandes personnalités de ce monde qui aiment s'y ressourcer en toute confidentialité. Côté confort, tout est prévu : l'hôtel propose des séjours all inclusive avec restauration, boissons et activités. L'un des événements marquants de votre séjour sera peut-être l'escale au Spa, le Varua Te Ora Polynesia, ou encore la visite de l'Explorer Center où les guides naturalistes vous révéleront les trésors de l'île...

Enchanting atoll

Showcase journalists are absolutely sure : The Brando is without doubt one of the most beautiful hotels in the world. To get there, you have to take one of the rare small planes which, from Tahiti, leads to the atoll of Onetahi. Once there, everything is enchanting : the site hosts only one hotel, The Brando, with its luxurious and very discreet villas on the edge of the water. Not a deckchair on the seafront, nor an element to disturb the calm of the place. The architecture has been designed so that the comfort of travelers is as discreet as possible, in harmony with nature.

There is therefore no question of serving plastic bottles in the restaurant, nor of distorting the site. The construction has been designed with this in mind, like the air conditioning by sea water or the solar energy produced by the panels installed along the landing runway which produce 75 % of site needs. Each villa has a direct view on the sea, so that whatever you do, you are alone in the world. This peaceful retreat has also attracted many personalities from all over the world who

like to rest in complete discretion. In terms of comfort, everything is planned : the hotel offers all-inclusive stays with catering, drinks and activities. One of the highlights of your stay may be the stopover at the Spa, the Varua Te Ora Polynesia, or the visit to the Explorer Center where the naturalist guides will reveal the island's treasures...

Le luxe de se retirer du monde



Atoll enchanteur

Les journalistes de Showcase sont formels : The Brando est sans conteste l'un des plus beaux hôtels au monde. Pour s'y rendre, il faut emprunter l'un des rares petits avions qui, depuis Tahiti, mène jusqu'à l'atoll d'Onetahi. Une fois sur place, tout est enchantement : le site n'héberge qu'un seul hôtel, The Brando, avec ses luxueuses et très discrètes villas en bordure d'eau. Pas un transat en front de mer, ni un élément qui ne vienne troubler le calme des lieux. L'architecture a été pensée afin que le confort des voyageurs soit le plus discret possible, en adéquation avec la nature.



Toutes les infos sur : www.airtahitinui.com - www.thebrando.com - www.lemoana.intercontinental.com
www.thalasso.intercontinental.com - www.tahiti.intercontinental.com

Jardin



d'Eden... Park

Qui a dit que le territoire d'une marque devait être figé dans le marbre ? avec grand bonheur Eden Park renouvelle l'expérience d'une collection lifestyle et présente sa nouvelle Home Line estivale.

Who said that a brand's territory had to be stuck in its past ? with great happiness Eden Park renews the experience of a lifestyle collection and presents its new summer Home Line.

La célèbre marque livre deux lignes singulières, une pour le linge de maison et une autre pour l'art de la table.



A la fois authentiques, contemporaines, signées et élégantes, elles sont l'extension des valeurs et de l'image de la marque. Une création à la française dans des teintes fraîches et des textures nobles. En effet, c'est en lin que le linge de lit a été réalisé pour procurer un maximum de confort et cette impression permanente d'être en été.

The famous brand delivers two unique lines, one for household linen and another for tableware.

At the same time authentic, contemporary, designed and elegant, they are the extension of the values and the image of the brand. A French creation in fresh colors and noble textures. Indeed, it is in linen material that the bed linen has been made to provide maximum comfort and this permanent feeling of being in summer.

Pour la cuisine, Eden Park fait un clin d'œil à son univers initial, le rugby. Messieurs, inutile de porter vos appareils, ils sont dans l'assiette et illustrent un certain chic naturel... Du rose tendre évidemment, mais surtout le nœud papillon en relief qui réhaussent les pièces du service à vaisselle. Une création véritablement French-Flair qui étonnera à demi les initiés de la marque habitués à ce qu'elle donne rendez-vous là où on ne l'attend pas.



eden-park.com



rose dedans

Bâtir son intérieur comme un cocon en y apposant des touches de rose poudré, douces et délicates. Showcase vous livre sa sélection maison.

Build your interior like a cocoon by adding touches of powdery, soft and delicate pink. Showcase brings you its home selection.

1. Assiette plate Rose Garden, 24,90 euros, **Villeroy & Boch**, www.villeroy-boch.fr // 2. Blender Nutribullet Pro, 119 euros, **Nutribullet**, www.nutribullet.fr // 3. Boîte Mado en verre rose et métal doré, 17,99 euros, **Maisons du Monde**, www.maisonsdumonde.com // 4. Balai Vertical Flowers, 75 euros, **La Balaiterie**, www.labalaiterie.fr // 5. Éponge Serviette Bornéo coloris Cimarron, 32,90 euros (90x140cm), **Haomy**, harmony-textile.com // 6. Zesteur-râpe Premium Classic coloris Bouton de Rose, 23,95 euros, **Microplane**, www.microplaneintl.com // 7. Collection Pétales - Coloris rose levant, assiette 39 euros / bol 29 euros, **CFOC**, www.cfoc.fr // 8. Robot pâtissier multifonction Artisan - Rose Poudré, 699 euros, **KitchenAid**, www.kitchenaid.fr // 9. Coussin Rose Frinka, 18,95 euros, **Casa**, fr.casashops.com // 10. Housse de coussin en lin Giant Kurti coloris Cimarron, à partir de 19,90 euros, **Haomy**, www.harmony-textile.com // 11. Bâtons à parfum Chemin de roses, 29,90 euros, **Lothantique**, www.lothantique.com // 12. Guirlande lumineuse 16 boules roses, 5,90 euros, **Zôdio**, www.zodio.fr // 13. Plaid Xaragua, 375 euros, **Geneviève Christophe**, www.genevievechristophe.com // 14. Collection « Dolce Vita », Taie d'Oreiller, à partir de 60 euros / Housse de Couette, à partir de 180 euros, **Anne de Solène**, www.anne-de-solene.com // 15. Cactus rose Prickly, à partir de 8,95 euros, **Casa**, fr.casashops.com.

Kaviari



Le Caviar en toute simplicité

Karin Nebot est Directrice Générale de Kaviari, entreprise fondée par son père il y a 40 ans. Pour Showcase, elle revient sur les Delikatessens de Kaviari, des lieux dédiés à la découverte des luxueux produits de la mer, en toute simplicité.
Propos recueillis par Chloé Consigny

• Karin Nebot is Managing Director of Kaviari, a company founded by her father 40 years ago. For Showcase, she returns to the Delikatessens of Kaviari, places dedicated to the discovery of luxurious seafood products, in all simplicity.

Le caviar peut-il être un luxe accessible ?

Tout à fait ! Bien sûr, le caviar reste un produit de luxe. Néanmoins, chez Kaviari, nous nous sommes employés à le rendre accessible. Nous avons ainsi pensé nos boutiques, les Delikatessens, comme des lieux ouverts, au sein desquels il est possible de venir déguster du caviar. Nous sommes loin des boutiques traditionnelles qui peuvent parfois être intimidantes pour les novices.



Can caviar be an affordable luxury ?

Absolutely ! Of course, caviar remains a luxury product. Nevertheless, at Kaviari, we have worked to make it affordable. We have thus designed our shops, the Delikatessens, as open places, in which it is possible to come and taste caviar. We are far from traditional shops which can sometimes be intimidating for inexperienced customers.

Combien existe-t-il de boutiques Kaviari à Paris ?

Nous avons mis à profit la période difficile de la crise sanitaire pour initier une réflexion autour de nos lieux de vente. Notre groupe possédait six boutiques « Autour du saumon » qui sont désormais toutes devenues des Delikatessens Kaviari. Une septième boutique ouvrira prochainement ses portes à proximité du Bon Marché. Notre ambition est de donner à voir une autre image de la dégustation du caviar, avec des boutiques accessibles où il est possible de déguster du caviar avec simplicité, à l'instar des Delikatessens que l'on trouve à New York. Nous sommes également présents à l'international et dans de nombreux restaurants. Nous réalisons aujourd'hui 50 % de notre chiffre d'affaires dans nos boutiques et 50 % auprès des restaurateurs.



How many Kaviari stores are there in Paris ?

We have taken advantage of the difficult period of the health crisis to rethink our stores. Our group had six "Around salmon" shops which have now all become Delikatessens Kaviari. A seventh store will soon open its doors near the Bon Marché.

Quelles sont les créations signatures de Kaviari ?

Nous en avons plusieurs. Notre pain de seigle, le Smørrebrød reste très prisé dans nos boutiques. Les rillettes tartinables sont également un incontournable de la Maison. Au sein de la Kfet rue François Miron dans le quatrième arrondissement, nous travaillons les produits de saison avec une offre constamment revisitée. Nous proposons également une dégustation avec un shot de vodka et une cuillère de caviar pour 49 euros. Cette façon de déguster le caviar nous permet de séduire de nouveaux clients. Certains d'ailleurs n'avaient jamais goûté au caviar, avant de pousser la porte de Kaviari !



What are Kaviari's signature creations ?

We have several. Our rye bread, Smørrebrød remains very popular in our shops. Rillettes are also a must of the House. At Kfet rue François Miron in the fourth arrondissement, we work with seasonal products with a constantly updated offer.

We also suggest a tasting with a shot of vodka and a spoonful of caviar for 49 euros. This way of tasting caviar allows us to attract new customers. Some of them had never tasted caviar before coming at Kaviari !



Suivez-nous sur    

Collection outdoor

Aménagez les espaces extérieurs de votre maison pour profiter de bons moments de détente au grand air.

www.casashops.com



kaviari.fr/

Pour accompagner
LES APÉROS,
*Tapas et antipasti, terrines de poissons
ou de légumes, houmous, verrines, tapenades,
charcuterie, rillettes de thon à la ricotta...*

Mises en bouche Appetizers

To accompany
WITH A DRINK,
*Tapas and antipasti, fish or vegetable
terrines, hummus, preparations in glasses,
tapenades, delicatessen, tuna with ricotta rillettes...*

- 1/ **Terre des Dames**, Diva Blanche 2017, Classé Vin de Pays d'Oc, 21,50 euros, chez les cavistes, www.terredesdames.com
- 2/ **Ampelidae**, Le S 2018, GP Val de Loire bio, 100% Sauvignon blanc, 19,50 euros, chez les cavistes, www.ampelidae.com
- 3/ **Chemin des Rêves - Benoît Viot**, l'Optimiste, AOP Pic St Loup, Rouge 2018 bio, 13,90 euros, chez les cavistes, www.chemin-des-reves.com
- 4/ **Champagne Cattier**, Brut Nature Premier Cru, 38,85 euros, chez les cavistes, www.cattier.com
- 5/ **Château Cantenac Brown**, Alto 2019, Vin Blanc Confidentiel, 3ème Grand Cru Classé de Margaux, 23,50 euros, chez les cavistes, www.cantenacbrown.com



- 1/ **Vignobles Marie Maria**, Lutz, AOC Pacherenc du Vic-Bihl, Vin Blanc Doux, 14 euros, chez les cavistes, en belle restauration, www.marie-maria.com
- 2/ **Bestheim**, Crémant d'Alsace Extra-Brut, 10 euros, en GMS, chez les cavistes, www.bestheim.com
- 3/ **Champagne Cattier**, Brut Blanc de Blancs Premier Cru, Cuvée emblématique de chez Cattier, 44,80 euros, chez les cavistes, www.cattier.com
- 4/ **Domaine de Cala**, Rosé Classique 2021, AOC Coteaux Varois en Provence, 10,95 euros, chez les cavistes, www.domainedecala.com
- 5/ **Château de Saint-Martin**, Âme de Saint-Martin, Cru Classé, AOP Côtes de Provence, 16,50 euros, chez les cavistes, www.chateausaintmartin.com



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

- 6/ **Clos des Centenaires**, Roussanne 2020, Blanc, IGP Pays d'Oc, 20,60 euros, chez les cavistes, www.clos-des-centenaires.com
- 7/ **Domaine Ollier-Taillefer**, Les Collines Rosé 2021 bio, AOC Faugères, 10 euros, chez les cavistes, épicerie fines, www.olliertaillefer.com
- 8/ **Gérard Bertrand**, Cote des Roses, Chardonnay blanc, 8,90 euros, en GMS, sur cote-des-roses.vin, www.gerard-bertrand.com
- 9/ **Champagne Pierre Mignon**, Cuvée Pure, Brut Nature Zéro Dosage, 39 euros, chez les cavistes, www.pierre-mignon.com
- 10/ **Antech Limoux**, Grande Cuvée Oubliée 2015, AOC Crémant de Limoux, 20 euros, chez les cavistes, au domaine, www.antech-limoux.com
- 11/ **SeaFood&co**, AOP Rosé de Loire, Vin de Touraine, Cabernet Franc, 4 euros, en GMS, www.allianceceloire.com



- 6/ **Domaine de l'Olivette**, AOC Bandol Blanc, Cuvée Tradition, 20,70 euros, chez les cavistes, www.vinsdebandololivette.com
- 7/ **Domaine Salel et Renaud**, Piqueberle, Rosé, IGP Coteaux de l'Ardèche, 8,60 euros, chez les cavistes, www.domainesalelrenaud.com
- 8/ **Gérard Bertrand**, Orange Gold, Vin Biologique Orange, technique de vinification ancestrale, 13,50 euros, chez les cavistes, www.gerard-bertrand.com
- 9/ **Champagne Tribaut Schloesser**, 8 Terroirs, Rosé Brut, 32 euros, chez les cavistes, www.champagne.tribaut.wine/fr
- 10/ **SeaFood&co**, Sauvignon Blanc, Vin de Touraine 100% Sauvignon, 5 euros, en GMS, www.allianceceloire.com
- 11/ **Domaine Franck Chavy**, AOP Régnie 2020 « sans sulfites », 100% Gamay, 11,50 euros, au domaine, www.domainefranckchavy.com

- 12/ **Domaine Jean Féry**, AOP Savigny-Lès-Beaune Blanc « Ez Connardises » 2020, bio, 32,40 euros, chez les cavistes, CHR, www.fery-vin.fr
- 13/ **Jonquères d'Oriola, Gris-Gris** « Le Vin Porte-Bonheur », Rosé, AOP Côte du Roussillon, 8,90 euros, chez les cavistes, www.jonqueresdoriola.fr
- 14/ **Domaine de MasLauris**, L'Inopiné Blanc 2021, AOP Lubéron, bio, 16 euros, CHR, export, chez les cavistes, www.maslauris.fr
- 15/ **Champagne Leclerc Briant**, Rosé Extra-Brut, Maison Artisan d'Épernay, 48 euros, chez les cavistes, www.leclercbriant.com
- 16/ **Le Cellier de Sordan**, La Roche aux Truffes, AOP Roussette de Savoie Cru Marestel, 10 euros, en GMS, www.gaec-du-cellier-de-sordan.business.site



- 12/ **Château de Rey**, Sisquo Rosé 2021, AOP Côtes du Roussillon, 10,50 euros, chez les cavistes, www.chateauderey.com
- 13/ **Ogier**, AOC Tavel, Singulier Pluriels 2021, Singulier : 1 seul vin, 1 seule couleur, Pluriels : accords gastronomiques infinis, 12 euros, chez les cavistes, www.ogier.fr
- 14/ **Domaine François Lurton**, Les Fumées Blanches, Sauvignon Blanc 2021, IGP Côtes de Gascogne, 12 euros, chez les cavistes, www.vins-francoislurton.com
- 15/ **Domaine du Clos de Caille**, Clos de Caille Rosé 2021, AOP Côtes de Provence, bio, 19,50 euros, chez les meilleurs cavistes, www.closdecaille.com
- 16/ **Vignobles Rodet Recapet** - Château BruleSécaille, Blanc de BruleSécaille 2020, AOC Côtes de Bourg, 12,80 euros, chez les cavistes, www.brulesecaille.com
- 17/ **Plaimont**, L'Enfant Roi, AOC Madiran 2020, Grand Vin Biologique, 15 euros, chez les cavistes, en restaurant, www.plaimont.com



*Pour accompagner
LES APÉROS,
Tapas et antipasti, terrines de poissons
ou de légumes, houmous, verrines, tapenades,
charcuterie, rillettes de thon à la ricotta...*

Mises en bouche...

- 1/ **Château de Saint-Martin**, Eternelle Favorite 2021, Cru Classé, AOP Côtes de Provence, 22,90 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateaudesaintmartin.com
- 2/ **Caves Monmousseau**, AOC Crémant de Loire Blanc Brut, Méthode Traditionnelle, 13,90 euros, en GMS, chez les cavistes, www.monmousseau.com
- 3/ **Champagne Chassenay d'Arce**, Cuvée Première Brut, 25,30 euros, chez les cavistes, www.chassenay.com
- 4/ **Domaines Fabre**, Fabre de Nature, AOC Haut-Médoc, Cabernet Sauvignon Sans Sulfites Ajoutés, 15 euros, chez les cavistes, www.domaines-fabre.fr
- 5/ **Les Jamelles**, Vin Orange 2021, Vin Blanc de Macération du Pays d'OC, Méthode Ancestrale, 8,85 euros, chez les cavistes, www.les-jamelles.com
- 6/ **Château Maïme**, Héritage 2021, AOP Côtes de Provence, 16,80 euros, chez les meilleurs cavistes, au domaine, www.chateau-maime.com



- 7/ **Champagne J.M. Labruyère**, Anthologie Brut Rosé, Grand Cru, agriculture raisonnée, 46 euros, chez les cavistes, www.champagne-labruyère.com
- 8/ **Domaine Jean-Michel Sorbe**, AOC Reuilly Rosé 2021, 100% Pinot Gris, 11,55 euros, chez les cavistes, www.jeanmichel.sorbe.com
- 9/ **Champagne Laurent Lequart**, André-syne, Collection Gourmande Laurent Lequart, 36 euros, chez les cavistes, www.champagne-laurent-lequart.fr
- 10/ **Le Petit Balthazar**, Rosé 2021, IGP Cinsault Pays d'OC, 6 euros, au Petit Ballon, chez les cavistes, www.petitbalthazar.com
- 11/ **Château Terre Fauve**, Can You Feel The Lion Tonight, Rosé Sec du Terroir de Fronton au Nord de Toulouse, 7 euros, chez les cavistes, www.chateauterremauve.com
- 12/ **Les Terrasses de La Courtade**, Rosé de l'Île de Porquerolles 2021, AOP Côtes de Provence bio, 16 euros, chez les cavistes, au domaine, www.lacourtade.com

- 13/ **Domaine Henri Bourgeois**, Les Bonne Bouches, Sancerre Rosé 2021, 100 % Pinot Noir, 18 euros, chez les cavistes, au domaine, www.famillebourgeois-sancerre.com
- 14/ **Domaine Labruyère-Prieur**, Pouilly Fuissé 2018, 100 % Chardonnay, 45 euros, chez les cavistes, www.idealwine.com
- 15/ **Antech Limoux**, M Brut Nature, Le Mauzac, AOP Blanquette de Limoux, 15,80 euros, chez les cavistes, www.antech-limoux.com
- 16/ **François Lurton** - Mas Janeil, Sarrat Del Mas 2021, Cuvée n°4, Vin Orange, 22 euros, chez les cavistes, www.masjaneil.com
- 17/ **Patricia Ortelli**, Château La Calisse Rosé 2021 bio, AOC Coteaux Varois En Provence, 24 euros, chez les cavistes, www.chateau-la-calisse.fr
- 18/ **De Chanceny**, AOP Crémant de Loire Brut Rosé Bio, 12 euros, chez les cavistes, hôtels, restaurants, www.dechanceny.com/fr/



Mar'co

4 Rue de la Sourdière 75001 Paris 01 44 82 03 74

Repas sur place · Vente à emporter

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

Pour accompagner
LES GRILLADES & BARBECUES
 de poissons, de saucisses, légumes grillés,
 brochettes d'escargots, travers de porc,
 gambas grillées, coquillages à la plancha...

Autour des braises... On the embers...

To accompany
GRILLS & BARBECUES
 fish, sausages, grilled vegetables,
 snail skewers, pork ribs,
 grilled prawns, grilled shellfish...

- 1/ **Domaine Ollier-Taillefer**, Grande Réserve, AOP Faugères, Rouge 2018 certifié bio, 14 euros, en GMS, chez les cavistes, www.olliertaillefer.com
- 2/ **Domaines François Lurton**, Domaine de Nizas, Le Clos Rosé - Terroir Basalte 2021, AOP Languedoc, 12,50 euros, chez les cavistes, www.domainesfrancoislurton.com
- 3/ **Clos des Centenaires**, Cinsault 2020, IGP Pays d'OC, Rouge 100% Cinsault, 16,20 euros, chez les cavistes, www.clos-des-centenaires.com
- 4/ **Villa Baulieu**, Baulieu Rouge 2019, AOP Coteaux d'Aix-en-Provence, Second Vin de Villa Baulieu, 16,40 euros, chez les cavistes, www.villabaulieu.com
- 5/ **Château Beaubois**, Elégance Rosé, Costières de Nîmes, certifié bio, 12 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateau-beaubois.com
- 6/ **Château Haut-Meyreau**, Le Hardi, Rosé 2021, AOC Bordeaux Entre-Deux-Mers, 6,95 euros, chez les cavistes, www.invidia.fr



- 1/ **Château Beaubois**, Elégance Rouge, Costières de Nîmes, certifié bio, 12 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateau-beaubois.com
- 2/ **La Suzienne**, Pur 2020, AOP Grignan-les-Adhémar, Vieilles Vignes, Vin Rouge Sans Sulfites Ajoutés, 7,50 euros, chez les cavistes, www.lasuzienne.com
- 3/ **Château de Lastours**, Rosé 2021, AOP Languedoc, Certifié Bio, 15 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateaudelastours.com
- 4/ **Château Citran 2019**, Haut-Médoc, Grand Vin de Bordeaux, 16 euros, chez les cavistes, www.citran.com
- 5/ **Domaine Philippe & Sylvain Ravier**, Les Amandiers, AOP Vin Blanc de Savoie Chignin-Bergeron, 16,20 euros, chez les cavistes, au domaine, www.vinsravier.fr
- 6/ **Domaine Florybelle**, Le Mauzac 2020, AOP Gaillac, Vin Blanc Bio, 8,80 euros, chez les cavistes, au domaine, www.domaineflorybellefr.wordpress.com



- 7/ **Château Aurore**, Les Raisins De La Colère, AOC Bordeaux Supérieur, 100% Merlot Bio Sans Sulfite Ajouté, 11,95 euros, chez les cavistes, www.invidia.fr
- 8/ **Jonquères d'Oriola**, La Canaille Blanc, Vin Epicurien, IGP Côtes Catalanes, 8,90 euros, chez les cavistes, au domaine, www.jonqueresdoriola.fr
- 9/ **Château de Rey**, Oh d'Eté 2021, Rosé IGP Côtes Catalanes, 7,90 euros, chez les cavistes, www.chateauderey.com
- 10/ **Domaine de l'Olivette**, Cuvée Tradition 2021, AOP Bandol, 16,30 euros, chez les cavistes, au domaine, www.vinsdebandololivette.com
- 11/ **Champagne Cattier**, Brut Premier Cru, 34,50 euros, chez les cavistes, www.cattier.com
- 12/ **Gérard Bertrand**, Cote des Roses, Pinot Noir 2020, IGP Pays d'OC, 8,90 euros, chez les cavistes, GMS, sur e-boutique cote-des-roses.vin, www.gerard-bertrand.com

- 7/ **Domaine Genoux** - Château de Mérande, l'Oeuf Divin 2019, Mondeuse, AOP Savoie Arbin, 29 euros, chez les cavistes, www.domaine-genoux.fr
- 8/ **Domaine Christophe Pichon**, Mosaïque 2019, 100% Syrah, IGP/VDP Collines Rhodaniennes-Seyssuel, 28 euros, chez les cavistes, au domaine, www.domaine-pichon.fr
- 9/ **Domaine Brusset**, La Bastide, AOC Rasteau, Cru des Côtes du Rhône, 16 euros, chez les cavistes, www.domaine-brusset.fr
- 10/ **Château de Saint-Martin**, Grande Réserve Rosé 2021, Cru Classé, AOP Côtes de Provence, 18,90 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateaudesaintmartin.com
- 11/ **Château Roubine**, Cuvée Premium, Le Rosé, Cru Classé, AOP Côtes de Provence, 16 euros, chez les cavistes, www.chateauroubine.com



- 13/ **Clos des Centenaires**, La Bergerie des Centenaires, Blanc 2021, AOP Costières de Nîmes, 11 euros, chez les cavistes, www.clos-des-centenaires.com
- 14/ **Château Haut-Meyreau**, L'Eclat, Vin Blanc de Gastronomie par Hugues Laborde, AOC Entre-Deux-Mers, 13,90 euros, chez les cavistes, www.invidia.fr
- 15/ **Famille Descombe**, Domaine Passy Le Clou, AOC Chablis 2020, 100% Chardonnay, 15 euros, chez les cavistes, CHR, www.descombedirect.com
- 16/ **Château d'Arche**, "A" 2021, Grand Vin Blanc Sec typique de Sauternes, 14 euros, chez les cavistes, www.chateau-arche.fr
- 17/ **Château Fougas**, Force de Vie 2018, Grand Vin de Bordeaux, AOC Côtes de Bourg, certifié bio, 22 euros, chez les cavistes, www.fougas.fr
- 18/ **Héritiers Gambert Cave de Tain**, AOP Crozes-Hermitage 2020, Nobles Rives, 14,50 euros, chez les cavistes, www.cavedetain.com



- 12/ **Château d'Issan**, Blason d'Issan 2016, Margaux, Second Vin du Château d'Issan Grand Cru Classé, 28 euros, chez les cavistes, www.chateau-issan.com
- 13/ **Château Cantenac Brown**, Brio de Cantenac Brown 2015, Second Vin du Château Cantenac Brown 3ème Cru Classé de Margaux, 31,50 euros, chez les cavistes, www.cantenacbrown.com
- 14/ **Château Calon Ségur**, Château Capbern 2018, AOC Saint-Estèphe, Seconde Propriété du Château Calon Ségur, 27,50 euros, chez les cavistes, www.calon-segur.fr
- 15/ **Nuiton-Beauvau**, Cerço, Bourgogne Hautes Côtes de Beaune Rouge 2020, 12,50 euros, chez les cavistes, www.nuiton-beauvau.fr
- 16/ **Château Mazeyres**, Le Seuil de Mazeyres, Pomerol 2019, Second Vin du Château Mazeyres, Certifié Bio et Biodynamique, 21 euros, chez les cavistes, www.chateaumazeyres.net
- 17/ **Famille Combard**, Trentenaire de Figuière, Cuvée Première 2021, Rosé AOP Côtes de Provence, 15,90 euros, chez les cavistes, CHR, www.figuiere-provence.com

Autour des braises...

*Pour accompagner
LES GRILLADES & BARBECUES
de poissons, de saucisses, légumes grillés,
brochettes d'escargots, travers de porc,
gambas grillées, coquillages à la plancha...*



- 1/ **Chêne Bleu**, Astralabe 2017, Ventoux, Grenache et Syrah bio, 21 euros, chez les cavistes, www.chenebleu.com
- 2/ **Château Malherbe**, AOP Côtes de Provence Rosé 2021 bio, Grenache et Cinsault Vieilles Vignes, 25 euros, chez les cavistes, www.chateau-malherbe.com
- 3/ **Domaine de Cala**, Rosé Prestige 2020, AOC Coteaux Varois en Provence, 14,95 euros, chez les cavistes, www.domainedecala.com/fr/
- 4/ **Bodvar** – House of Rosés, Bodvar n°8 - 2019, AOP Côtes d'Aix-en-Provence bio, 14 euros, chez les cavistes, www.bodvarrose.com
- 5/ **Alliance Loire**, Cornelius 1831, AOP Bourgueil 2018, Cabernet Franc, 15,20 euros, chez les cavistes et CHR, www.allianceloire.com
- 6/ **Alliance Loire**, Vobridius, AOC Vouvray 2015, Chenin Blanc, 14,60 euros, chez les cavistes et CHR, www.allianceloire.com
- 7/ **Plaimont**, Domaine de Cassaigne, Grand Vin IGP Côtes de Gascogne, Merlot et Syrah, 10,70 euros, chez les cavistes, au domaine, www.plaimont.com

8/ **Domaine Grosbois**, Gabare 2020, AOC Chinon, Cabernet Franc bio, 19,50 euros, chez les cavistes, CHR, au domaine, www.domainegrosbois.fr

9/ **Domaine La Grande Bauquière**, Moment Singulier Rosé 2020, Grande Cuvée, AOP Côtes de Provence, 38 euros, chez les cavistes, au domaine, www.domainelagrandebauquiere.com

10/ **Plaimont**, Rosé d'Enfer, AOC Saint Mont, 9 euros, chez les cavistes, CHR, www.plaimont.com

11/ **Château Monestier La Tour**, AOC Côtes de Bergerac 2018, bio, 19,50 euros, chez les cavistes, www.chateaumonestierlatour.com

12/ **Domaine Chanson**, Pernand-Vergelesses Premier Cru Les Vergelesses 2017, 49 euros, chez les cavistes, www.domaine-chanson.com

13/ **Domaine Langlois-Château**, Vieilles Vignes 2018, Saumur-Champigny, 20,55 euros, chez les meilleurs cavistes, www.langlois-chateau.fr

14/ **Domaine La Cavale**, Blanc 2020, Grand Vin Blanc du Lubéron, certifié bio, 80 euros, au domaine, www.domaine-lacavale.com



- 15/ **Gérard Bertrand**, Source Of Joye, AOP Languedoc, Rosé certifié bio, 16 euros, chez les cavistes, www.gerard-bertrand.com
- 16/ **Domaine Vallet**, Méribets, AOP Saint-Joseph, Vin Rouge d'Ardèche, 19 euros, chez les cavistes, www.domainevallet.com
- 17/ **Domaine Le Novi**, Amo-Roujo, Terroir d'Altitude du Lubéron, certifié bio, 14 euros, chez les cavistes, www.domainelenovi.com
- 18/ **Domaines François Lurton**, Domaine de Nizas Blanc 2020, AOP Languedoc Pézenas, 16 euros, chez les cavistes, www.domainesfrancoislurton.com
- 19/ **Bestheim**, Exception 2019, Grand Vin d'Alsace, Pinot Gris de la Vallée de Kientzheim-Kaysersberg, 15,50 euros, chez les cavistes, www.bestheim.com
- 20/ **Domaines François Lurton**, Les Fumées Blanches, Les Calcaires Rosé Bio 2021, Sauvignon Gris et Blanc, IGP Côtes de Gascogne, 12 euros, chez les cavistes, www.vins-francoislurton.com



Kaviari

PARIS



LE LABORATOIRE — LA MANUFACTURE — LES DELIKATESSENS
kaviari.fr — kaviaridelikatessens.com — Tél. 01 49 87 41 00



Pour accompagner
LES PLATS VÉGÉTARIENS
 Curry de légumes au lait de coco,
 risottos aux asperges, aux truffes, gratin
 de pâtes au beaufort, chili végétarien,
 flan d'aubergines, légumes grillés...

Du vert et pas seulement... Green but not only...

To accompany
VEGETARIAN DISHES
 Vegetable curry with coconut milk,
 risottos with asparagus, truffles,
 pasta gratin with Beaufort, vegetarian chili,
 eggplant flan, grilled vegetables...



- 1/ **Villa Baulieu**, Baulieu Blanc 2019, AOP Coteaux d'Aix-en-Provence, Second Vin de Villa Baulieu, 16,40 euros, chez les cavistes, www.villabaulieu.com
- 2/ **Plaimont**, Arcolan 2020, Planète Cépages, IGP Côtes de Gascogne, 8,80 euros, chez les cavistes, CHR, au domaine, www.plaimont.com
- 3/ **Vignerons des Terres Secrètes**, Cerço Saint-Véran 2020, Blanc Bio 100% Chardonnay, 12,95 euros, chez les cavistes, www.terres-secretes.com
- 4/ **Château Carpe Diem**, Castille 2020, Coteaux Varois en Provence, Rosé Bio, 17,25 euros, chez les cavistes, www.chateaucarpediem.com
- 5/ **Gérard Bertrand**, Change, Chardonnay Sauvignon, IGP Pays d'Oc, 4,95 euros, chez les cavistes, GMS, www.gerard-bertrand.com
- 6/ **Domaine Labryère**, Champ de Cour 2018, Moulin-à-Vent en Sélection Parcelle, 100% Gamay, 36,50 euros, chez les cavistes, www.domaine-labryere.com



- 1/ **Mas Seren**, Etincelle Nomade Rosé 2021, IGP Cévennes, Certifié Bio, 10 euros, chez les cavistes, www.mas-seren.fr
- 2/ **Cave de Lugny**, La Pie Masquée 2020, AOP Mâcon-Chardonnay Doré, 8,50 euros, en CHR, au domaine, www.cave-lugny.com
- 3/ **Adrien Vacher**, Cuvée Héritage, Rosé, AOP Vin de Savoie, 5,10 euros, chez les cavistes, restaurants, GMS, au domaine, www.adrien-vacher.fr
- 4/ **Domaine La Grande Bauquière**, Moment Suspendu Rosé 2021, AOP Côtes de Provence, 19 euros, chez les cavistes, CHR, au domaine, www.domainelagrandebauquiere.com
- 5/ **Domaine Brusset**, Les Travers, Blanc Sec, AOC Cairanne, 12 euros, chez les cavistes, www.domaine-brusset.fr
- 6/ **Château Ollieux Romanis**, Cuvée Classique, Blanc 2021, Grand Vin du Languedoc, Bio, 12 euros, chez les cavistes, www.ollieuxromanis.com

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

- 7/ **Château du Seuil**, Rosé 2019, AOP Coteaux d'Aix-en-Provence, 12 euros, chez les cavistes, www.chateauduseuil.fr
- 8/ **Château d'Or et de Gueules**, Les Cimels Rosé, "Bouquet de Fruits" AOC Costières de Nîmes bio, 12 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateau-or-et-gueules.com
- 9/ **Château d'Or et de Gueules**, Parle à mon Fût, "Rosé Gourmand" AOC Costières de Nîmes bio, 12 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateau-or-et-gueules.com
- 10/ **Guilbaud Frères**, Château de la Pingossière 2018, AOC Muscadet Sèvre et Maine Sur Lie, Vieilles Vignes, 7,70 euros, chez les cavistes, au domaine, www.guilbaud-muscadet.com
- 11/ **Château de la Greffière**, AOP Mâcon La Roche Vineuse, Vieilles Vignes, 11,20 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateaudelagreffiere.com
- 12/ **Château Haut-Meyreau**, Nu Comme Un Verre 2021, AOC Bordeaux Entre-Deux-Mers, Sans Sulfite ajouté, 7 euros, chez les cavistes, www.invidia.fr



- 7/ **Château Mentone**, La Cuvée 1033 Blanc 2020, Grand Vin d'AOC Côtes de Provence, Certifié Agriculture Biologique, 40 euros, chez les meilleurs cavistes, au domaine www.chateamentone.com
- 8/ **Domaine de l'Idylle - Famille Tiollier**, Pimprenelle Rosé, Pét-Nat (Pétillant Naturel de Qualité), Méthode Ancestrale, 11 euros, au domaine, www.vin-savoie-idylle.fr
- 9/ **Domaine Christophe Pichon Père & Fils**, AOP Saint-Joseph Rouge 2020, 21 euros, chez les cavistes, au domaine, www.domaine-pichon.fr
- 10/ **Château de la Jaubertie**, Mirabelle Rosé 2020, AOC Bergerac, Agriculture Biologique, 12,75 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateaudelajaubertie.com
- 11/ **Veuve Ambal**, Grande Cuvée Rosé Brut, AOC Crémant de Bourgogne, 7,70 euros, chez les cavistes, GMS, au domaine, www.veuveambal.com



- 13/ **Château Olivier**, Le Dauphin d'Olivier Blanc 2020, Grand Vin de Graves, Pessac-Léognan, 15 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateau-olivier.com
- 14/ **Domaine du Vistre**, Gladiateur, Rosé 2021, Costières de Nîmes, Haute Valeur Environnementale, 8 euros, chez les cavistes, www.domaineduvistre.com
- 15/ **Collectif de Vignerons du Val de Loire**, Eclat de Vigne 2021, AOP Cabernet d'Anjou, Cabernet Franc, bio, 6 euros, chez les cavistes, GMS, www.alliancecloire.com
- 16/ **Château Olivier**, Le Dauphin d'Olivier Rouge 2019, Grand Vin de Graves, Pessac-Léognan, 15 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateau-olivier.com
- 17/ **La Cave du Prieuré**, Eole, Vin Blanc Liqueureux de Savoie, Méthode du Passerillage (raisins séchés), 16 euros en 37,5 cl uniquement, chez les cavistes, www.caveduprieure.fr
- 18/ **Château Saint-Maur**, L'Excellence Rosé 2021, Cru Classé, AOP Côtes de Provence, 24,50 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateausaintmaur.com

- 12/ **Domaine du Grand Tinel**, AOC Châteauneuf-du-Pape Blanc 2019, 29 euros, chez les meilleurs cavistes, au domaine, www.domainegrandtinel.fr
- 13/ **Château Bonnage**, Silice 2020, Grand Vin Blanc de Blaye, 100% Sauvignon Blanc, 40 euros, chez les meilleurs cavistes, au domaine, www.chateaubonange.fr
- 14/ **Domaine de la Navicelle 2021**, Rosé Bio, AOP Côtes de Provence, 16 euros, chez les meilleurs cavistes, au domaine, www.domainedelanavicelle.com
- 15/ **Champagne Piper-Heidsieck**, Rosé Sauvage Brut, Intense et Gourmand, 38 euros, chez les cavistes, GMS, www.piper-heidsieck.com
- 16/ **Château de Minière**, Bulles de Minière, Rosé Brut Méthode Traditionnelle, AOC Bourgueil, Bio, 12,50 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateaudeminiere.com
- 17/ **Gérard Bertrand**, Gris Blanc, Rosé racé né du Grenache Gris et Grenache Noir, IGP Pays d'Oc, 9,40 euros, chez les cavistes, GMS, www.gerard-bertrand.com



Tartes salées de l'été Summer savory pies

Zucchini feta tart, green asparagus salmon tart...

Pour accompagner
QUICHES&PIZZAS

Tarte chèvre épinard, quiche lorraine,
tarte courgette feta, tarte saumon asperges vertes,
pizza 4 fromages, pizza Campione...

- 1/ **Domaines François Lurton**, Les Fumées Blanches, Les Calcaires 2021, Rosé Organic, Sauvignon Gris et Blanc, IGP Côtes de Gascogne, 12 euros, chez les cavistes, www.vins-francoisnurton.com
- 2/ **François Lurton - Mas Janeil**, Le Petit Pas 2021, IGP Côtes Catalanes, 12 euros, chez les cavistes, www.masjaneil.com
- 3/ **Domaine Edmond Cornu & Fils**, AOC Bourgogne Aligoté, Côte de Beaune Blanc, 17,60 euros, chez les cavistes, www.bourgogne-vigne-verre.com
- 4/ **Château Haut-Meyreau**, L'Eclat, Cabernet Franc Rosé, AOC Bordeaux Entre-Deux-Mers, 13,90 euros, chez les cavistes, www.invidia.fr
- 5/ **Chantovernt - Celliers Jean d'Alibert**, Miss Anaïs Gris, Rosé 100% Grenache, IGP Pays d'Oc, 5 euros, en GMS, chez les cavistes, www.chantovernt.com
- 6/ **Château Gros Moulin**, Les Lys du Moulin 2020, AOC Côtes de Bourg, 100% Sauvignon Blanc, 7,60 euros, chez les cavistes, www.chateaugros moulin.com



- 7/ **Gérard Bertrand**, Cote des Roses, Rosé 2021, AOP Languedoc, 8,90 euros, chez les cavistes, en GMS, www.gerard-bertrand.com
- 8/ **Domaine du Rey**, Lola Rosé, IGP Côtes de Gascogne, Cabernet Franc, Merlot et Syrah, 5,50 euros, chez les cavistes, au domaine, www.domainedurey.com
- 9/ **Mas Seren**, Etincelle Nomade Blanc 2021, IGP Cévennes, Certifié Bio, 10 euros, chez les cavistes, www.mas-seren.fr
- 10/ **Château Clamens**, Négrette, Un Dimanche Ensoleillé, Rosé Sec 100% Négrette, 7,50 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateauclamens-fronton.com
- 11/ **La Croix Gratiot**, Rouge Cerise, IGP Pays d'Hérault 2021, 100% Syrah, Bio, "Un Vrai Vin de Copains", 9,50 euros, chez les meilleurs cavistes, au domaine, www.croix-gratiot.com
- 12/ **Domaine de la Sapinière**, Rosé Bianca Flora 2021, AOP Malepère (Occitanie), Grenache et Cabernet Franc, 15 euros, chez les cavistes, www.domainedelasapiniere.com
- 13/ **Château Clinet**, Ronan by Clinet 2016, AOC Bordeaux 100% Merlot Rive Droite, 10,50 euros, chez les cavistes, www.chateauclinet.com



- 14/ **Domaines Albert Bichot**, Mr No Sulfite, AOC Beaujolais Villages, 100% Gamay, 10,50 euros, chez les cavistes, au domaine, www.albert-bichot.com
- 15/ **Terroirs et Talents**, Les Enracinés Gamay Plage, AOP Beaujolais Rosé, 100% Gamay noir, 10 euros, chez les cavistes, www.terroirs-et-talents.fr
- 16/ **Gérard Bertrand**, Naturae Chardonnay, IGP Pays d'Oc, triplement certifié bio, sans sulfite et vegan, 6,90 euros, chez les cavistes, GMS, www.gerard-bertrand.com
- 17/ **Château de Rey**, Oh Rouge 2021, IGP Côtes Catalanes, 100% Syrah, 8,80 euros, chez les cavistes, www.chateauderey.com
- 18/ **Cos d'Estournel**, Pagodes de Cos Blanc 2020, AOP Bordeaux, Terroir Exceptionnel du Vignoble Médocain, 54 euros, chez les meilleurs cavistes, www.estournel.com
- 19/ **Cave de Lugny**, Aigaicia, AOP Mâcon Villages Blanc, 100% Chardonnay, 10,90 euros, chez les cavistes, au domaine, www.cave-lugny.com



De Chanceny

L'expression de votre style

De Chanceny
Crémant de Loire
Méthode Traditionnelle
Brut

WWW.DECHANCENY.COM

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

Douceurs estivales

Summer sweets

*Pour accompagner
Les tartes aux fruits,
glace chocolat épices, glace au cassis,
sorbet pomme kiwi, granité de melon,
tarte aux fruits rouges, tarte pêches amandes,
tarte à la myrtille...*

*Apple kiwi sorbet, melon granita,
Red berry pie, spiced chocolate ice cream,
almond peach pie...*



- 1/ **Champagne Cattier**, Brut Rosé Premier Cru, Médaille d'OR 2020 au Japan Women's Wine Award, 39,90 euros, chez les cavistes, www.cattier.com
- 2/ **Bestheim**, Crémant d'Alsace Grand Prestige Rosé 2020, 15 euros, en GMS, chez les cavistes, www.bestheim.com
- 3/ **Bodvar - House of Rosés**, Bodvar n°9, Rosé 2020, Côtes-de-Provence bio, Syrah et Grenache, 11 euros, chez les cavistes, www.bodvarrose.com
- 4/ **Champagne Ayala**, Cuvée Brut Nature, 38,90 euros, chez les cavistes, au domaine, www.champagne-ayala.fr
- 5/ **Champagne Pannier**, Rosé Velours, vendu en coffret 76 euros, chez les meilleurs cavistes, au domaine, www.champagnepannier.com
- 6/ **Cave de Beblenheim**, Brut Blanc de Noirs, AOC Crémant d'Alsace, 7,60 euros, chez les cavistes, www.cave-beblenheim.com

- 7/ **Mas Cristine**, AOP Muscat de Rivesaltes, 12,50 euros, chez les cavistes, au domaine, www.mas cristine.com
- 8/ **Maison Louis Picamelot**, Les Terroirs, Crémant de Bourgogne Rosé Brut, 100% Pinot Noir de la Côte Chalonnaise, 10,95 euros, chez les cavistes, au domaine, www.louispicamelot.com
- 9/ **André et Michel Quenard**, Crémant de Savoie Extra Brut, 100% Jaquère, 9,90 euros, chez les cavistes, au domaine, www.am-quenard.fr
- 10/ **Vidal-Fleury**, Crozes-Hermitage, Blanc Sec 2020, Grand Cru de la Vallée du Rhône, 100% Marsanne, 20,72 euros, chez les cavistes, au domaine, www.vidal-fleury.com
- 11/ **Champagne Chassenay d'Arce**, Cuvée Rosé Brut, 27,80 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chassenay.com
- 12/ **Antech Limoux**, Emotion Brut Rosé, AOC Crémant de Limoux, 12,50 euros, chez les cavistes, au domaine, www.antech-limoux.com



- 13/ **Château de Gaure**, Woman 2019, AOP Languedoc, Certifié Bio, 25 euros, chez les cavistes, au domaine, www.chateaucdegaure.fr
- 14/ **Secrets de Chai**, La Réserve Bio, Rosé 2021, AOP Cabernet d'Anjou, 5 euros, en GMS, www.allianceloire.com
- 15/ **Sainchargny**, Catharsis, Crémant de Bourgogne Brut Rosé, 9,90 euros, chez les cavistes, CHR, www.sainchargny.com
- 16/ **Plaimont**, Pan, IGP Côtes de Gascogne Blanc 2020, Planète Cépages Colombard et Petit Manseng, 8,30 euros, chez les cavistes, www.plaimont.com
- 17/ **Champagne Lallier**, Grand Rosé Brut, Parcelles Grand Cru Vieilles Vignes, 45 euros, chez les cavistes, www.champagne-lallier.com
- 18/ **Domaine Cave de Crouseilles**, Seigneurie de Crouseilles, AOC Pacherenc du Vic-Bihl, Vin Blanc Doux, 12 euros, chez les cavistes, GMS, tables des restaurants, www.crouseilles.com

CARETTE

PARIS



SALON DE THÉ - PÂTISSERIE - GLACIER

4, Place du Trocadéro Paris 16ème - Tél. 01 47 27 98 85 / 25, Place des Vosges Paris 3ème - Tél. 01 48 87 94 07
7, Place du Tertre Paris 18ème - Tél. 09 67 82 18 86 / Vente à emporter tous les jours de 8h à 20h / www.carette-paris.fr

Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits et légumes par jour www.mangerbouger.fr

SHOWCASE

I'll be there for you

Showcase dresse le panorama de quelques lieux incontournables où il fait bon lire ou shopper son magazine. De sublimes partenaires qui offrent au titre un panel de lieux de résidence à la hauteur de son contenu et de l'exigence de ses lecteurs.

BOUTIQUES & SPAS

Maison Sarah Lavoine Place des Victoires,
6 place des Victoires 75002, www.maisonsarahlavoine.com
Legacy Concept Store du Fouquet's, 46 avenue Georges V 75008, www.legacy.paris
Carita, 29 rue du Faubourg Saint-Honoré 75008, www.carita.com/fr
Lucie Saint Clair Champs Elysées, 5 rue des Saussaies 75008, www.luciesaintclair.fr
Boutique Valmont, 6 rue de Castiglione 75001, www.lamaisonvalmont.com/eu/fr
Spa Valmont Le Meurice, 228 rue Rivoli 75001,
www.dorchestercollection.com/fr/paris/le-meurice/spa
Boutique Jovoy, 4 rue de Castiglione 75001, www.jovoyparis.com
...

CAFÉS & RESTAURANTS

Les Deux Magots, 6 place Saint-Germain des Prés 75006, www.lesdeuxmagots.fr
Café de Flore, 172 bd Saint-Germain 75006, cafedeflore.fr
Carette, 25 Place des Vosges 75004 & 4 Place du Trocadéro 75016, paris-carette.fr
Le Ruc, 159 rue Saint-Honoré 75001, caferuc.com/fr
La Coupe d'Or, 330 rue Saint-Honoré 75001, lacoupedor.fr
Le Paris-London, 16 place de la Madeleine 75008, parislondon.paris
Le Grand Colbert, 2 rue Vivienne 75002, www.legrandcolbert.fr
Nomad's, 12-14 rue du Marché Saint-Honoré 75001, www.nomadsparis.com
Chez Marco, 4 rue de la Sourdière 75001, www.instagram.com/lecafemarco
Le Dépôt Légal, 6 rue des Petits Champs 75002, depotlegalparis.com
Le Grand Vefour, 17 rue de Beaujolais 75001, www.grand-vefour.com
A Noste, 6 bis rue du 4 Septembre 75002, www.a-noste.com
Le Pasco, 74 bd de la Tour-Maubourg 75007, www.restaurantpasco.fr
Augustin, 79 rue Daguerre 75014, www.augustin-bistrot.fr
Le Pub Saint-Germain, 17 rue de l'Ancienne Comédie 75006, pubsaintgermain.com
La Maison de la Truffe, 19 place de la Madeleine 75008, www.maison-de-la-truffe.com
Manufacture Kaviari, 13 rue de l'Arsenal 75004, www.kaviari.fr/fr
...

HÔTELS

Hôtel Le Roch, 28 rue Saint-Roch 75001, www.leroch-hotel.com/fr
Hôtel CitizenM Champs-Elysées, 128 rue de la Boétie 75008, www.citizenm.com
Hôtel Maison Mère, 7 rue Maryan 75009, www.maisonmere.co/fr
Hôtel Royal Saint-Honoré Paris Louvre, 221 rue Saint-Honoré 75001, all.accor.com/hotel
Hôtel La Belle Juliette, 92 rue du Cherche Midi 75006, www.hotel-belle-juliette-paris.com/fr
Hôtel Baume, 7 rue Casimir Delavigne 75006, www.baume-hotel-paris.com/fr
Hôtel Les Dames du Panthéon, 19 place du Panthéon 75005, www.hoteldesdamesdupantheon.com/fr
Hôtel Saint-André des Arts, 66 rue Saint-André des Arts 75006, www.saintandredesarts.com/fr
Sofitel Boissy d'Anglas, 15 rue Boissy d'Anglas 75008, all.accor.com/hotel
Hôtel Lion D'Or Louvre 5 Rue de la Sourdière, 75001, www.hotelduliondor.com
Hôtel le 37 Bis, 37 bis avenue du Roule à Neuilly, le37bishotel-paris.com
Hôtel National des Arts et Métiers 243 Rue Saint-Martin, 75003 Paris, www.hotelnational.paris
Hôtel de la Folie Douce, Chamonix, lafoliedoucehotels.com/fr/hotel-chamonix
Hôtel La Sivolière, rue des Chenus, Courchevel, www.hotel-la-sivoliere.com
Hôtel Le Bristol, Conciergerie, 112 Rue du Faubourg Saint-Honoré, 75008 Paris
Hôtel Lutetia, 45 boulevard Raspail, 75006 Paris, www.hotellutetia.com

Liste non exhaustive

CHANTILLY
ARTS & ELEGANCE
RICHARD MILLE

DIMANCHE 25 SEPTEMBRE
2022



CONCOURS D'ÉLÉGANCE AUTOMOBILE
DOMAINE DE CHANTILLY
www.chantillyartsetelegance.com

Miss Dior

LE NOUVEAU PARFUM



#WAKEUPFORLOVE

DIOR