

SHOWCASE



SHOWCASE
#MAGAZINE
#SHOPPING
#VITRINES#
PARIS#LUXE
#ETE 2023
NUMERO22



EAU DE



www.rochas.com

ROCHAS



GUERLAIN

PARIS

AQUA ALLEGORIA
HARVEST

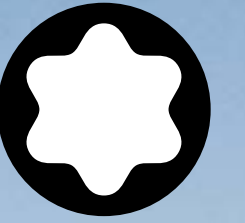
LES RÉCOLTES EXCLUSIVES JUSQU'À 95% D'ORIGINE NATURELLE*

AQUA
ALLEGORIA
HARVEST
NEROLIA VÉTIVER

GUERLAIN
PARIS

LE MONDE EST NOTRE JARDIN

* La collection Aqua Allegoria, 90 à 95% d'ingrédients d'origine naturels, conformément à la norme ISO 16128, calcul incluant l'eau.



MONTBLANC EXPLORER PLATINUM

LE NOUVEAU PARFUM POUR HOMME





**GENTLEMAN
SOCIETY**

GIVENCHY



NOUVEAU

CLARINS

LA DOUBLE
PUISSANCE,
EN TOUTE
LÉGÈRETÉ.



En 7 jours,
les femmes voient :
une peau plus lisse 92%
une peau éclatante 91%
une peau régénérée 89%

Nouveau Double Serum Light Texture Traitement complet jeunesse intensif.

Toute la puissance de Double Serum maintenant déclinée en texture légère, idéale pour les peaux mixtes à grasses et pendant les saisons chaudes. Vite absorbée, une texture impalpable aux résultats visibles : en 7 jours seulement, les signes de l'âge paraissent réduits.*

*Test consommateurs, panel multi-ethnique, 352 femmes.

Disponible en boutiques Clarins,
parfumeries, grands magasins
et sur CLARINS.COM.



NUMERO 22 ÉTÉ 2023 SUMMER 2023

Alors que les douces brises estivales caressent nos visages et que le soleil illumine nos journées, nous voici réunis pour célébrer le 22ème numéro de Showcase magazine. Avec une passion débordante et une équipe toujours inspirée, nous avons parcouru le monde de la mode, la beauté, la gastronomie et tant d'autres sujets que nous avons eu envie encore et encore de partager avec vous.

Dans ces pages, vous découvrirez un éventail d'actualités, des anniversaires, des hommages, des interviews exclusives, des récits de voyages, des rencontres, des critiques éclairées... autant de pépites que nous avons rassemblées pour nourrir votre saison estivale et même après ! Une scène créative parisienne, mais pas que. Vous le savez, on aime voyager et il n'y a pas de frontières pour aimer. Alors avec plus ou moins de modération, on vous a concocté une sélection de recettes, d'adresses incontournables, des intemporels, des must-haves, des iconiques... tout y est ! Pour vous, il fallait que ce rendez-vous soit parfait.

La Rédaction de Showcase vous souhaite un bel été.

Sylvie Cousantier, Rédactrice en Chef

As the gentle summer breezes caress our faces and the sun lights up our days, we are gathered to celebrate the 22nd issue of Showcase magazine. With an overflowing passion and an always inspired team, we have shown the world of fashion, beauty, gastronomy and so many other subjects we wanted to share with you again and again.

In these pages, you will discover a range of news, anniversaries, tributes, exclusive interviews, travel stories, meetings, informed reviews... so many interests we have gathered to light up your summer season and even after ! A Parisian creative scene, but not only this. As you know, we love to travel and there are no borders to love.

So, with more or less moderation, we have selected recipes, essential, timeless, must-haves, iconic addresses... it's all here !

For you, this meeting had to be perfect.

Showcase editorial team wishes you a beautiful summer.

Sylvie Cousantier, Editor-in-Chief

Photo Couverture : Masami Charlotte Lavault. Floricultrice urbaine. Flower by Kenzo. KENZO PARFUMS.

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
Publicité : showcase.regie@gmail.com
Site : showcaseparis.com

Ont collaboré à ce numéro :
Juliette Flageollet, Stéphanie Leclère, Chloé Consigny,
Lola Madeleine Garner, Marion Jaloux, Ralph Collin.
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.

LA BEAUTÉ

GLAMOUR
#EFFLUVES
#COSMETIQUES
#FRAGRANCES
#COCOONING
#MAKEUP
#GLOW

CREED
1760



DOMAINE de la Rose

S'ENGAGER pour PRÉSERVER l'héritage culturel et naturel de la haute parfumerie à la française, telle est la volonté de Lancôme qui ouvre les portes du Domaine et de la Maison de la Rose.

COMMITTED to PRESERVING the cultural and natural heritage of French high perfumery, this is Lancôme's will to open the doors of the Domaine and Maison de la Rose.

C'est sur les terrasses ensoleillées de Grasse, capitale mondiale du parfum et cité emblématique de la parfumerie à la française que se trouve le Domaine de la Rose. Au total, ce sont quatre hectares de champs cultivés biologiquement, des terrasses centenaires, une distillerie et la Maison Rose. Une acquisition faite en 2020 destinée à soutenir l'engagement de la Maison Lancôme en faveur de la préservation du patrimoine culturel et naturel de la parfumerie française et qui ouvre ses portes au grand public en septembre prochain.

The Domaine de la Rose is located on the sunny terraces of Grasse, world capital of perfume and emblematic city of French perfumery. In total, there are four hectares of organically cultivated fields, century-old terraces, a distillery, and the Maison Rose. Bought in 2020, intended to support Maison Lancôme's commitment to preserving the cultural and natural heritage of French perfumery and which opens its doors to people next September.

Agriculture biologique durable

Sur les quatre hectares du Domaine, Lancôme s'emploie à préserver son savoir-faire : la culture des plantes à parfum à Grasse et la poursuite du développement d'une variété de roses et d'autres fleurs à parfum dans le cadre d'une agriculture biologique durable. Toute la production est certifiée par l'Union Européenne en tant qu'agriculture biologique dans le cadre de la certification ECOCERT. Un engagement qui assure une culture respectueuse de la protection du climat et de l'environnement, de la conservation de la fertilité des sols, de la préservation de la biodiversité, du respect des cycles naturels et du bien-être des animaux, sans utilisation de produits chimiques, de synthèse ou d'OGM.

Sustainable organic farming

On the estate's four hectares, Lancôme strives to preserve its know-how : to grow perfume plants in Grasse, and to continue developing a variety of roses and other perfume flowers as part of sustainable organic farming. All production is certified by the European Union as organic farming within the framework of ECOCERT certification. A commitment that ensures a culture respecting the climate and environment protection, the conservation of soil fertility, the preservation of biodiversity, respect for natural cycles and animal welfare, without the use of chemical, synthetic or GMO products.

La Maison Rose

Au cœur du Domaine, une Maison, toute de rose vêtue. En guise de porte, un Ô majestueux, celui de Lancôme. C'est en l'empruntant que l'on accède à un lieu pas comme les autres. Résolument rose, en son cœur, cette bâtisse est destinée à accueillir des étudiants, des chercheurs, mais également le grand public afin de permettre au plus grand nombre d'approfondir sa culture du parfum. Le bâtiment a bénéficié d'une conception bioclimatique passive via l'élévation de murs en pierres sèches, l'isolation à la paille de lavande et fibres de bois, le déploiement d'un système de récupération d'eau ou encore l'apposition d'une pompe à chaleur géothermique. Ces installations ont valu au site l'obtention de la certification Bâtiment Durable Méditerranéen.

Maison Rose

At the heart of the estate, a House, all dressed in pink. As a door, a majestic Ô, that of Lancôme. Go through it and enter a place like no other. Resolutely pink, in its heart, this building is intended to welcome students, researchers, but also people in order to allow as many people as possible to deepen their culture of perfume.

The building has benefited from a passive bioclimatic design with dry stone walls, insulation with lavender straw and wood fibers, the deployment of a water recovery system or a geothermal heat pump. These installations have obtained the Mediterranean Sustainable Building certification.



LA VIE EST BELLE IRIS ABSOLU

La Maison qui n'a de cesse de célébrer les senteurs de la nature livre un tout dernier opus. Baptisé La Vie est Belle, Iris Absolu, la nouvelle fragrance réinterprète la signature olfactive de son Eau de Parfum classique avec une concentration sans précédent d'Iris. Un nouveau parfum imaginé par les parfumeurs Anne Filipo et Dominique Ropion, directement inspiré des odeurs méditerranéennes et des jardins du Domaine de la Rose à Grasse. Une nouvelle version plus végétale, avec des odeurs de figuiers et des notes évoquant les herbes sauvages.



LA VIE EST BELLE IRIS ABSOLU

The House, which never ceases to celebrate the scents of nature, launches its latest opus. Called La Vie est Belle, Iris Absolu, the new fragrance reinterprets the olfactory signature of its classic Eau de Parfum with an unprecedented concentration of Iris. A new fragrance imagined by perfumers Anne Filipo and Dominique Ropion, directly inspired by Mediterranean scents and the gardens of the Domaine de la Rose in Grasse. A new, more vegetal version, with scents of fig trees and notes reminiscent of wild grass.

© LA VIE EST BELLE
© NEM ARCHITECTS

FLACON ABEILLES, un écrin de légende

A legendary bottle with bees

Cette année, la Maison Guerlain célèbre le 170ème anniversaire de son Flacon Abeilles. L'occasion de revenir sur un MONUMENT DE LA PARFUMERIE. Créé en 1853 pour l'IMPÉRATRICE EUGÉNIE, à l'occasion de son mariage avec Napoléon III, l'écrin renfermait à l'origine une «EAU DE COLOGNE IMPÉRIALE», imaginée par Pierre-François-Pascal Guerlain. Si depuis ses débuts, le flacon a fait un long chemin, il reste à ce jour INÉGALÉ dans le monde de la parfumerie.

This year, Maison Guerlain is celebrating the 170th anniversary of its Bee Bottle. The opportunity to return to a monument of perfumery. Created in 1853 for Empress Eugénie, for her wedding with Napoleon III, the bottle originally contained "Eau de Cologne Impériale", imagined by Pierre-François-Pascal Guerlain. Since its beginnings, the bottle has come a long way, it remains to this day unequalled in the world of perfumery.

R

ETOUR SUR UN ÉCRIN INTEMPOREL

Signé Guerlain

LES ABEILLES, symbole de la Maison

Le légendaire flacon, inspiré de la colonne de la Place Vendôme, incarne l'opulence du Second Empire. En son cœur, les abeilles gravées sont devenues le symbole de la Maison et ornent depuis lors l'ensemble des créations Guerlain. 170 années après sa naissance, le flacon est toujours fabriqué dans la verrerie de Pochet-du-Courval et conserve les mêmes exigences de conception : une qualité artisanale et un travail manuel ultra-soigné. Pas question pour autant de rogner sur l'innovation : au fil des années, le flacon s'est transformé au contact de différentes collaborations artistiques. Il s'est également adapté aux exigences de son temps, en réduisant la quantité de verre utilisée pour chaque flacon, en lien avec l'engagement responsable de la Maison.

BEES AS symbol of the House

The legendary bottle is inspired by the column of Place Vendôme and embodies the opulence of the Second Empire. At its heart, the engraved bees have become the symbol of the House and have since adorned all Guerlain creations.

170 years after its birth, the bottle is still made in Pochet-du-Courval glassworks and maintains the same design requirements : craftsmanship quality and ultra-precise manual work. However, there is no question to forget innovation : over the years, the bottle has been transformed through various artistic collaborations. It also adapted to the demands of its time, reducing the amount of glass used for each bottle, in line with the House's responsible commitment.

BACK TO A TIMELESS BOTTLE



« Chère Eugénie », onze femmes livrent leur vision du mythique flacon

Pour célébrer l'anniversaire de cette légende, la Maison Guerlain a laissé carte blanche à onze photographes. Onze femmes qui livrent leur vision artistique du monument de la parfumerie. L'exposition est baptisée « Chère Eugénie, le flacon aux abeilles », en hommage à Eugénie de Montijo qui, à l'occasion de son mariage avec Napoléon III le 29 janvier 1853, reçut le tout premier Flacon Abeilles de Guerlain. De Delphine Diallo à Charlotte Rampling, de Valérie Belin à Delfina Carmona ou de Orlan à Audrey Tautou, onze univers singuliers d'artistes de renom international cheminent à travers le temps, l'art, la photographie et la beauté de l'invisible. Une exposition à voir et à revoir dans la ruche créative de Guerlain. Très précisément au 68 Champs Élysée, Maison de Beauté Guerlain qui devient un écrin de choix en exposant les œuvres des onze artistes.

“Dear Eugénie”, eleven women share their vision of the mythical bottle

To celebrate this anniversary of a legend, Maison Guerlain gave carte blanche to eleven photographers. Eleven women who give their artistic vision this perfumery monument. The exhibition is called «Dear Eugénie, the bee bottle», in homage to Eugénie de Montijo who, for her marriage to Napoleon III on January 29, 1853, received the very first Bee Bottle from Guerlain. From Delphine Diallo to Charlotte Rampling, from Valérie Belin to Delfina Carmona or from Orlan to Audrey Tautou, eleven specific universes of internationally renowned artists travel through time, art, photography and the beauty of the invisible. An exhibition to be seen again and again in the creative hive of Guerlain located at 68 Champs Élysée, Maison de Beauté Guerlain which becomes the perfect showcase for exhibiting the works of eleven artists.

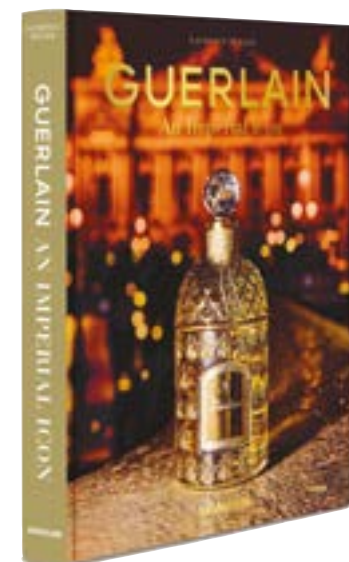
ICÔNE IMPÉRIALE

Au-delà de l'exposition, la Maison Guerlain livre aux Éditions Assouline, un ouvrage baptisé « Guerlain une icône impériale ». Aux commandes, la journaliste et auteure Laurence Benaïm à qui l'on doit de nombreuses biographies sur Marie-Laure de Noailles, Jean-Michel Franck et Yves Saint Laurent, retrace l'histoire de ce singulier flacon. Elle plonge au cœur de la création du flacon et dévoile ses plus récentes déclinaisons. Un ouvrage complet doté d'impressionnantes images d'archives. A placer entre toutes les mains des amateurs du beau et du luxe à la française.

IMPERIAL ICON

With the exhibition, Maison Guerlain proposes to Assouline editions, a book called «Guerlain an imperial icon». The journalist and author Laurence Benaïm, to whom we owe many biographies on Marie-Laure de Noailles, Jean-Michel Franck and Yves Saint Laurent, tells the story of this unique bottle.

She gets into the heart of the bottle creation and reveals its new variations. A comprehensive book with impressive archival images. Created for all the lovers of French beauty and luxury.



PERFECT TOUCH

Lorsqu'une Maison de Couture décline son savoir-faire dans un autre domaine, cela donne une collection maquillage TRÈS HAUTE COUTURE. Chic, nous direz-vous? Après tout, ne dit-on pas «porter» du maquillage, un rouge à lèvres ou un vernis à ongles? Une sémantique similaire pour introduire ces «BEAUTY CREATIVES» dans un seul et même vestiaire. Dior Beauté présente une sublime collection aux inspirations de Riviera. Une ligne estivale et la promesse d'une peau MISE EN LUMIÈRE ET SUBLIMÉE.

DIOR BEAUTÉ IMAGINE UNE COLLECTION MAKE-UP ESTIVALE TOUT EN CONTRASTES ENSOLEILLÉS.

When a Couture House shows its know-how in another field, it gives a VERY HAUTE COUTURE collection. Would you say chic? After all, don't we say «wear» makeup, lipstick or nail polish? The same vocabulary to introduce these «BEAUTY CREATIVES» in the same and only wardrobe. Dior Beauté presents a gorgeous collection inspired by the Riviera. A summer line and the promise of HIGHLIGHTED AND SUBLIMATED SKIN.

DIOR BEAUTÉ IMAGINES A SUMMER MAKE-UP COLLECTION FULL OF SUNNY CONTRASTS.

COMPLEXION

For an absolutely superb effect, the Brand has imagined bringing a touch of sun - adapted to each skin tone - thanks to Dior Forever Couture Luminizer powder. Its formula highly concentrated in pearls with iridescent reflections, fuses with the skin and illuminates the complexion. Available in two shades, one crystalline gold (Golden Cruise) and the other, coral pink studded with mother-of-pearl (Coral Cruise). For even more naturalness, we recommend Dior Forever Natural Bronze powder which recreates the caress of the sun on the skin. With its six shades - from the lightest to warm pale complexions, to the most golden to enhance darker skin tones - it can meet the needs of the greatest number. Formulated with 95% pigments of mineral origin and infused with wild pansy flower extract, the bronzer offers very long-lasting wear.

We love the French touch of the House, which presents this collection in a raffia-style fabric, topstitched with its emblematic cannage motif, and branded with the Christian line. Decorated with an eponymous logo, the bronzer is an uncompromising must have!

Le TEINT

Pour un effet absolument superbe, la Marque a imaginé apporter une touche de soleil - adaptée à chaque carnation de la peau - grâce à la poudre Dior Forever Couture Luminizer. Sa formule hautement concentrée en nacrés aux reflets irisés, fusionne avec la peau et illumine le teint. Disponible en deux nuances, un or cristallin (Golden Cruise) et l'autre, rose corail piqué de nacrés (Coral Cruise). Pour encore plus de naturel, on recommande la poudre bronzante Dior Forever Natural Bronze qui recrée la caresse du soleil sur la peau. Avec ses six nuances - de la plus claire pour réchauffer les teints pâles, à la plus dorée pour sublimer les carnations plus foncées - elle peut répondre au besoin du plus grand nombre. Formulée avec 95 % de pigments d'origine minérale et infusée d'extrait de fleur de pensée sauvage, la poudre bronzante offre une tenue très longue durée.

On adore la french touch de la Maison qui a habillé cette collection d'un tissu à l'esprit raphia, surpiqué de son motif cannage emblématique, et griffé du bandeau Christian Dior. Décoré d'un compactage éponyme, la poudre bronzante est un must have sans concession!

LE REGARD

Pour plonger au cœur de l'esprit de la Riviera, direction l'hôtel Cap-Eden-Roc où Peter Philips, le Directeur de la Création et de l'Image du Maquillage Dior puise son inspiration. Plein soleil sur les deux harmonies (Rivage & Eden-Roc) composées chacune de 5 couleurs «couture» pour soutenir ou adoucir le regard. Une palette riche qui explore des bruns dorés, des nuances intenses corail et ose un bleu profond. Quelle que soit la couleur de l'iris, elles sauront apporter de la douceur, de l'intensité ou de la lumière, et seront toujours en harmonie afin d'habiller le regard.

On aime le motif qui reconstitue l'icône bouée de l'hôtel Cap-Eden-Roc griffée Christian Dior.

EYES

To get into the Riviera spirit, let's go to the Cap-Eden-Roc hotel where Peter Philips, Creative and Image Director of Dior Makeup draws his inspiration. Highlight on the two palettes (Rivage & Eden-Roc) each composed of 5 "couture" colors to deepen and soften the eyes. A rich palette that explores golden browns, intense coral shades and a daring deep blue. Whatever the color of the iris, they will bring softness, intensity or light, and will always be in harmony to support the eyes.

We love the motif which recreates the iconic lifeline of the Cap-Eden-Roc hotel by Christian Dior.



La BOUCHE

Pour embrasser l'été, Dior propose une mise en beauté des lèvres avec l'indispensable baume Rouge Dior. Quoi de plus élégant qu'un voile rose satiné pour souligner les contours d'un futur baiser? Entre confort et durabilité (il est composé à 95 % d'ingrédients d'origine naturelle), il offre le meilleur de l'expertise maquillage et du soin Dior pour habiller naturellement toutes les lèvres.

Pour les lèvres en quête de soins en plus d'un effet pimpé, Dior Addict Lip Glow Oil offre une expérience sans pareille. Infusé à l'huile de cerise, il nourrit, adoucit et revitalise instantanément; un double effet pour un rendu à la fois naturel et ultra-lumineux. Après tout pourquoi choisir?

MOUTH

To kiss summer, Dior offers lip beauty with the essential Rouge Dior balm. What could be more elegant than a satiny pink veil to underline the contours of a future kiss?

Between comfort and sustainability (it is composed of 95% ingredients of natural origin), it offers the best of Dior makeup and skincare expertise to naturally cover all lips.

For lips in need of care in addition to a pimple effect, Dior Addict Lip Glow Oil offers an unparalleled experience. Infused with cherry oil, it instantly nourishes, softens and instantly revitalizes; a double effect for both natural and ultra-bright effect. After all, why choosing?



Jusqu'au bout des ONGLES

L'été, on se permet davantage d'excentricités. Toutefois, inutile de faire une acrobatie à 360°, il suffit d'attirer l'œil avec style sur nos mains. Pour accompagner chacun dans cet accord subtil, la collection Dior Vernis permet de créer un look à la fois pop et chic... en harmonie avec la saison et nos envies! Un écho aux couleurs des vacances, du blanc opalin des jardins de la Côte d'Azur Jasmin au bronze infusé de soleil Solar Bronze.... Le petit plus? ces deux teintes renferment une formule infusée d'extraits de pivoine et de pistachier qui contribuent à renforcer la surface de l'ongle. De quoi lier l'utile à l'agréable, le beau au mémorable!

NAILS

In summer, we allow ourselves more eccentricities. However, there is no need to do acrobatics, it is enough to draw attention with style on our hands. To support everyone in this subtle harmony, Dior Nails collection allows you to create a look that is both pop and chic... in harmony with the season and your desires! An echo of the holidays colors, from the opal white of the gardens of the French Riviera Jasmin to the sun-infused bronze of Solar Bronze.... The little extra? both shades offer a formula infused with peony and pistachio extracts that help strengthen the nail surface. Enough to link useful with pleasant, beautiful with memorable!



Responsabilité, & EFFICACITÉ

Responsibility and efficiency

Depuis ses débuts, les laboratoires Klorane font appel à L'INTELLIGENCE SOIGNANTE DES PLANTES pour développer des soins responsables aux composants SOURCÉS ET TRACABLES. La marque compte aujourd'hui 3 gammes de soins visage AUSSI COCONS QU'EFFICACES. De quoi contenter toutes les typologies de peaux et toutes les problématiques.

Since its beginning, Klorane laboratories have used the healing intelligence of plants to develop responsible skincare with sourced and traceable components. The brand now has three ranges of face care products that are as cocooning as they are effective. Something to satisfy all skin types and all problems.

I

Indispensable bleuet

Actif anti-fatigue inégalable grâce à ses propriétés hydratantes et calmantes, le bleuet est l'un des composants phare de Klorane qui, depuis un demi-siècle, le cultive en France. C'est précisément dans le Tarn qu'est extraite son eau florale pure à destination des peaux en manque de souffle. Avec sa gamme « très fleur bleue », Klorane fait la part belle à cet actif surpuissant avec **trois soins naturels et végans, gorgés de bleuet bio et d'acide hyaluronique végétal**. Des soins 100 % made in France élaborés en circuit court. Tout commence par le **sérum réveil tonique** à la texture légère qui infuse la peau de ses précieux actifs pour un effet tonifiant. Il s'applique le matin, avant la **crème d'eau de Bleuet** haute tolérance à la texture gélifiée qui hydrate et repulpe en profondeur en offrant à la peau une immédiate sensation de fraîcheur. Une routine à compléter le soir par le **bain d'hydratation nuit**. Ce gel crème ultra fondant agit comme un booster pour accélérer le processus de réparation nocturne de l'épiderme. Les traits sont détendus, la peau est reposée et régénérée, comme après une nuit de sommeil réparatrice !

Essential cornflower

An unrivaled anti-tiredness active ingredient thanks to its moisturizing and calming properties, cornflower is one of the key components of Klorane, which has been growing it in France for half a century. It is precisely in Tarn area that its pure floral water is extracted for skins in lack of energy. With its "very blue flower" range, Klorane gives priority to this super-powerful active ingredient with **three natural and vegan skincare products, bursting with organic cornflower and plant-based hyaluronic acid**. 100% made in France treatments developed locally. It all starts with the **tonic awakening serum** with a light texture that infuses the skin with its precious active ingredients for an invigorating effect. It is applied in the morning, before the high-tolerance **cornflower water cream** with a gel texture that deeply moisturizes and plumps, giving the skin an immediate feeling of freshness. A routine to complete in the evening with the **night hydration bath**. This ultra-melting gel-cream acts as a booster to accelerate the nighttime skin repair process. The face is relaxed, the skin is rested and regenerated, as after a good night's sleep !

www.klorane.com/



Douceur pivoine

Sans doute la gamme cocon par excellence. Avec sa **gamme apaisante à la Pivoine Bio**, Klorane vient au secours des peaux sensibles, en quête d'apaisement et de réconfort. Son secret ? Un extrait de pivoine bio qui réduit de moitié la sensibilité cutanée en réduisant de 49% l'inflammation de la peau, dans une ligne de soins aux formules bio, haute tolérance, à 99% d'origine naturelle. Un combo d'actifs naturels à la sensorialité unique pour les peaux en quête d'apaisement et de réconfort. Afin d'apaiser, nourrir et renforcer les peaux sensibles et sèches, la **crème apaisante** associe son extrait de pivoine bio aux huiles d'argan et de carthame bio, reconnues pour leur haute teneur en acides gras. Une efficacité déclinée dans la formule poids plume de la **crème légère** pour un confort immédiat et une peau souple et hydratée. La gamme s'accompagne d'une **eau lactée** pour démaquiller en douceur et illuminer les peaux sensibles. Enfin, pour un geste SOS, efficace à tout moment de la journée, le **masque en stick** à la texture ultra-fondante offre un moment de douceur absolue dont on peut prolonger les bienfaits en le laissant infuser toute la nuit pour une peau réparée et nourrie dès le réveil.

Peony sweetness

Undoubtedly the top cocoon range. With its **soothing range with Organic Peony**, Klorane helps sensitive skin in search of calm and comfort. Its secret is an organic peony extract that halves skin sensitivity by reducing skin inflammation by 49%, in a skincare line with organic formulas, high tolerance, 99% natural origin. A combo of natural active ingredients with a unique sensoriality for skin in search of soothing and comfort. In order to soothe, nourish and strengthen sensitive and dry skin, the **soothing cream** combines its organic peony extract with organic argan and organic safflower oils, known for their high fatty acid content.

An efficiency declined in the featherweight formula of the **light cream** for immediate comfort and supple and hydrated skin. The range comes with a **milky water** to gently remove make-up and illuminate sensitive skin. Finally, for an SOS gesture, effective at any time of the day, the **stick mask** with an ultra-melting texture offers a moment of absolute softness whose benefits can be prolonged by letting it infuse all night for repaired and nourished skin as soon as you wake up.

Le pouvoir purifiant de la menthe aquatique

Fidèle à son engagement, Klorane puise dans le monde végétal la quintessence de ses actifs et de ses pouvoirs dépolluants. La **gamme purifiante Menthe aquatique** certifiée bio, fait appel au pouvoir détoxifiant de cette plante, dans une routine en 3 étapes destinée aux peaux étouffées en surface et oxydées en profondeur. Le **masque en stick** ultra pratique allie le pouvoir absorbant de l'argile blanche aux vertus purifiantes de la menthe aquatique. Le geste est précis, guidé par la couleur bleue pour bien cibler les zones à purifier en priorité. La peau est enveloppée dans une bulle de fraîcheur. Le teint est immédiatement frais et lumineux, le grain de peau est plus net, la peau respire de pureté. Avec 96% d'ingrédients d'origine naturelle, le **Poudre purifiante 3-EN-1** ne dessèche pas la peau. Elle se transforme en un soin moussant au contact de l'eau pour une peau nettoyée en profondeur. Elle est immédiatement purifiée, et matifiée durablement. Enfin, la **crème pureté** est un soin quotidien qui équilibre la peau et agit comme un véritable bouclier anti-pollution, pour un teint oxygéné qui retrouve toute sa fraîcheur. Elle constitue une excellente base de maquillage.

Purifying power of water mint

True to its commitment, Klorane draws the quintessence of its active ingredients and its depolluting powers from the plant world. The certified **organic Aquatic Mint purifying range** calls on the detoxifying power of this plant, in a 3-step routine intended for skin that is suffocated on the surface and oxidized in depth. The ultra-practical **stick mask** combines the absorbent power of white clay with the purifying properties of water mint. The gesture is precise, guided by the blue color to properly target the areas to be purified first. The skin is enveloped in a bubble of freshness. The complexion is immediately fresh and luminous, the skin texture is clearer, the skin exudes purity. With 96% ingredients of natural origin, the **3-IN-1 Purifying Powder** does not dry out the skin. It transforms into a foaming treatment on contact with water for deeply cleansed skin. It is immediately purified and lastingly mattified. Finally, the **purity cream** is a daily treatment that balances the skin and acts as a real anti-pollution shield, for an oxygenated complexion getting all its freshness. It is an excellent make-up base.



KENZO

et les « fleurs vivantes »

KENZO and the “living flowers”

En 2023, Flower by Kenzo écrit un nouveau chapitre de son histoire : incarné depuis vingt ans par le coquelicot, il révèle LA BEAUTÉ D’AUTRES FLEURS, mises en scène à la manière de ces compositions florales artistiques. Son nom : FLOWER IKEBANA.

In 2023, Flower by Kenzo is writing a new chapter in its history : embodied for twenty years by the poppy, it reveals THE BEAUTY OF OTHER FLOWERS, staged like these artistic floral compositions. Its name: FLOWER IKEBANA.

LITTÉRALEMENT, « FLEURS VIVANTES », IKEBANA SE TRADUIT EN FRANÇAIS PAR « L’ART DE FAIRE VIVRE LES FLEURS ». UN ART QUE, DEPUIS LE CULTISSIME JUS FLOWER BY KENZO, LA MAISON MAÎTRISE À MERVEILLE.

LITERALLY, “LIVING FLOWERS”, IKEBANA TRANSLATES INTO FRENCH AS “THE ART OF BRINGING FLOWERS TO LIFE”. AN ART THAT, SINCE THE CULT FLOWER BY KENZO JUICE, THE HOUSE HAS MARVELOUSLY MASTERED.

Ce sont le Maître Parfumeur Alberto Morillas et Alexandra Monet Parfumeur qui signent cette nouvelle fragrance et livrent la toute première composition florale de la collection. « Un parfum, c’est avant tout une harmonie olfactive où chaque note se répond et où rien n’est laissé au hasard. FLOWER IKEBANA est une interprétation olfactive de cet art floral ancestral », explique la créatrice.

L’ODEUR DU JAPON AU PRINTEMPS retranscrite dans une poésie végétale contemporaine

Ils ont choisi de rendre hommage à la fleur la plus emblématique du Japon : la fleur de Sakura. Une fragrance dont l’apparente simplicité cache une harmonie très recherchée. En tête, les notes torréfiées et gourmandes du Thé Sobacha dévoilent leurs subtils accents japonisants. Sous cette infusion s’épanouit un cœur de Fleurs de Sakura, d’absolu de Jasmin et d’absolu de Tubéreuse d’Inde. Enfin, une overdose de bois précieux emmenés par le Santal d’Australie enveloppe le jus d’une féminité somptueuse. Un triptyque radical et minimaliste, infusé de matières nobles. En accord avec les principes de formulation de la Maison, FLOWER IKEBANA est composé de 90 % d’ingrédients d’origine naturelle, dont les fleurs de Tubéreuse et de Jasmin d’Inde.

LA PURETÉ d’un nouveau soliflore

Côté écrin, ce nouveau jus conserve les codes de Flower by Kenzo avec son flacon en forme de soliflore conçu pour recueillir la quintessence de la fleur. Afin de réduire l’utilisation de plastique, la Maison présente pour la première fois de son histoire un flacon et un capot en verre, issu de sable français. Il intègre 15 % de verre recyclé et utilise moins de 4 % de plastique fossile vierge.

It is the Master Perfumer Alberto Morillas and Alexandra Monet Perfumer who sign this new fragrance and offer the very first floral composition of the collection. “A perfume is above all an olfactory harmony where each note responds and where nothing is left to chance. FLOWER IKEBANA is an olfactory interpretation of this ancestral floral art,” the designer explains.

THE SMELL OF JAPAN IN SPRING transcribed into contemporary plant poetry

They have chosen to pay tribute to the most emblematic flower of Japan : Sakura flower. A fragrance whose apparent simplicity hides a highly sought-after harmony. At the top, the roasted and gourmet notes of Tea Sobacha reveal their subtle Japanese accents. Under this infusion blossoms a heart of Sakura Flowers, Jasmine Absolute and Indian Tuberos Absolute. Finally, an overdose of precious woods led by Australian Sandalwood envelops the juice in sumptuous femininity.

A radical and minimalist triptych, infused with noble materials. In accordance with the House’s formulation principles, FLOWER IKEBANA is composed of 90% ingredients of natural origin, including Tuberos flowers and Indian Jasmine.

THE PURITY of a new soliflore

As for the box, this new juice keeps the codes of Flower by Kenzo with its soliflore-shaped bottle designed to collect the quintessence of the flower. In order to reduce the use of plastic, the house presents for the first time in its history a bottle and a cap in glass, made from French sand. It incorporates 15% recycled glass and uses less than 4% virgin fossil plastic.



Maison de Beauté Carita

Rencontre avec John Nollet Meeting with John Nollet

À la direction artistique de la Maison de Beauté Carita officie désormais John Nollet. Nommé en 2022, il poursuit le travail initié en 1951 par Maria et Rosy Carita. Coiffeur de renom, il est sollicité par les plus grandes productions. Il n'en reste pas moins un adepte de la beauté globale. Aucun protocole de la Maison de Beauté n'échappe à son œil d'expert. Rencontre avec un très grand talent, nouvelle signature d'une Maison reconnue dans le monde entier pour son savoir-faire et son expertise.

John Nollet is in charge of the artistic direction of the Maison de Beauté Carita. Employed in 2022, he continued the work initiated in 1951 by Maria and Rosy Carita. Renowned hairdresser, he is requested by the biggest productions. He remains nonetheless a follower of global beauty. None of the Maison de Beauté protocol escapes his expert eye. Meeting with a very great talent, new signature of a House recognized throughout the world for its know-how and expertise.

TOUT COMMENCE PAR UNE PASSION.
IT ALL STARTED WITH A PASSION.

Celle de John Nollet pour les femmes qu'il s'emploie à mettre en lumière grâce à son expertise capillaire. Le jeune prodige est vite repéré et rejoint rapidement les plus grands studios de cinéma. C'est à lui que l'on doit notamment la célèbre coupe bol d'Amélie Poulain ou encore les dreadlocks de John Sparrow dans Pirates des Caraïbes. Il a coiffé les plus grandes artistes de ce monde, à l'instar de Nicole Kidman, Uma Thurman, Vanessa Paradis, Isabelle Huppert ou encore Monica Belucci.

That of John Nollet for women he strives to highlight thanks to his hair expertise. The young prodigy was quickly spotted and quickly joined the biggest film studios. He is at the origin of the famous bowl cut of Amélie Poulain or even the dreadlocks of John Sparrow in Pirates of the Caribbean. He has styled the greatest artists worldwide, like Nicole Kidman, Uma Thurman, Vanessa Paradis, Isabelle Huppert or Monica Belucci.

Très récemment, c'est à lui que la réalisatrice Maïwenn a confié la direction de l'ensemble des créations capillaires de son film « Jeanne du Barry » projeté en ouverture du Festival de Cannes.



Narration capillaire Hair storytelling

Pour ce film, il a réalisé d'abord un important travail de documentation en fouillant la vie de Jeanne du Barry. Il a ensuite mis son art au service de la création artistique, avec des mises en scène de coiffures d'époque grandioses et a imaginé des perruques verticales, anachroniques et gonflées d'orgueil pour les personnages d'Adélaïde et de Victoire, les deux filles méprisantes de Louis XV. Pour Maïwenn, il a imaginé une texture coiffé-décoiffé un peu sauvage. « Le cheveu est une narration capillaire. J'ai besoin de ressentir avec une grande empathie ce que le réalisateur et l'acteur souhaitent raconter, quelles émotions ils ont choisi de transmettre pour imaginer », explique John Nollet.

For this film, he first carried out an important work of documentation by searching into Jeanne du Barry's life. He then put his art at the service of the artistic creation, with the staging of grandiose period hairstyles and imagined vertical, anachronistic and proud wigs for the characters of Adélaïde and Victoire, Louis XV's two contemptuous daughters.

For Maïwenn, he has imagined a slightly wild and disheveled texture hairstyle. "Hair is a capillary narrative. I need to feel with great empathy what the director and the actor want to tell, what emotions they have chosen to show to imagine", John Nollet explains.



Inégalable John Nollet

Jeanne du Barry est le troisième film qu'accompagne le coiffeur à Cannes, après La Cité des enfants perdus et Ridicule. Cannes reste une émotion particulière pour le créateur qui affectionne la « préparation solennelle et fébrile » de cet événement.

En 2023, la montée des marches a particulièrement raisonnable en lui « Quand je pense que La Maison de Beauté Carita est installée au très cinéphile Hôtel Martinez, aujourd'hui j'y vois un signe de là-haut supplémentaire ». Et d'ajouter « C'est drôle, il paraît même que le perruquier de Marie-Antoinette et de Jeanne Du Barry était installé au 11 rue du Faubourg Saint-Honoré ».

Incomparable John Nollet

Jeanne du Barry is the hairdresser's third film at Cannes, after The City of Lost Children and Ridicule. Cannes remains a particular emotion for the creator who likes the «solemn and feverish preparation» of this event.

In 2023, climbing the stairs at Cannes was particular for him «When I think that La Maison de Beauté Carita is in the very cinephile Hotel Martinez, today I see there an additional sign». And to add «It's funny, it even seems that the wigmaker of Marie-Antoinette and Jeanne Du Barry was at 11 rue du Faubourg Saint Honoré».



Une métamorphose en beauté

Car entre les plateaux de cinéma et la croisette, sa Maison est aujourd'hui située au 11 rue du Faubourg Saint-Honoré. Dans cet antre de la beauté globale, il chapeaute désormais l'ensemble des protocoles de soins et participe à toutes les décisions créatives de la Maison Carita.

Des tenues des spécialistes de la Maison à la playlist, rien n'échappe à son œil attentif. C'est également à lui que l'on doit le protocole d'accueil exceptionnel et l'ensemble des rituels mis en place à destination des clients VIP. Son objectif : concevoir une expérience unique et exceptionnelle et donner à chaque personne l'occasion d'une métamorphose en beauté.

A beauty metamorphosis

Because between the film sets and La Croisette, his House is now located at 11 rue du Faubourg Saint-Honoré. In this global beauty house, he now oversees all treatment protocols and participates in all of Maison Carita's creative decisions.

House specialist outfits in the playlist, nothing escapes his watchful eye. He created the exceptional welcome protocol and all the rituals for VIP customers. He wishes to design a unique and exceptional experience and to give each person the opportunity for a beauty metamorphosis.

Iconique ligne AROMA

Iconic Aroma range

Les EAUX DE SOINS de Clarins restent à ce jour INÉGALÉES. Immédiatement adoptées, elles créent une VÉRITABLE ADDICTION. On y revient comme l'on reviendrait à une DOUCE GOURMANDISE. L'année 2023 marque un changement dans la continuité pour ces MONUMENTS DE L'AROMATHÉRAPIE.

Explications.



Trente-six ans. Il y a 36 années naissait l'Eau Dynamisante. Une innovation singulière qui marque un tournant sur le marché des soins cosmétiques. Pour la première fois, les Laboratoires Clarins associent dans un même flacon le parfum et les vertus des huiles essentielles. Un triptyque gagnant pour la peau qui associe parfum, tonique et soin. Très vite, son flacon rouge aux lignes féminines arrondies devient un iconique.

Clarins treatment fragrances are still unequalled. Immediately adopted, they create a real addiction. We come back to it as we would come back to a sweet delicacy. 2023 is a change in continuity for these essentials in aromatherapy. Let's explain.

Thirty-six years-old. Eau Dynamisante was born 36 years ago. A unique innovation that marked a turning point in the cosmetic care market. For the first time, Clarins Laboratories combined the fragrance and virtues of essential oils in the same bottle. A winning triptych for the skin that combines perfume, tonic and care. Very quickly, its red bottle with rounded feminine lines became an icon.

Quatre EAUX, quatre ÉMOTIONS

Après l'Eau Dynamisante, Clarins imagine trois autres soins associant parfum et huiles essentielles. En 2003 naissait l'Eau Ressourçante, suivie ensuite de l'Eau des Jardins puis de l'Eau Extraordinaire. Quatre opus frais et revigorants qui composent la gamme Aroma de Clarins. Chacun étant associé à des rituels de soins parfumés pour la douche et l'hydratation. Des fragrances qui ont pour singularité d'allier le pouvoir olfactif et stimulant des huiles essentielles aux vertus bienfaisantes des extraits de plantes pour une efficacité 100% bien-être. Chaque Eau de Soins provoque une émotion : énergie, joie, sérénité et force intérieure. Un succès réel : 82 % des femmes utilisant l'Eau des Jardins se déclarent plus joyeuses après 14 jours d'utilisation. Elles sont par ailleurs 88 % à constater une sensation de bien-être après 14 jours d'utilisation de l'Eau Extraordinaire.

Four treatment FRAGRANCES, four EMOTIONS

After Eau Dynamisante, Clarins has imagined three other treatments combining perfume and essential oils. In 2003, Eau Ressourcière was born, followed by Eau des Jardins and then Eau Extraordinaire. Four fresh and invigorating fragrances that make up the Aroma range by Clarins. Each one is associated with scented care rituals for the shower and hydration. Fragrances which have the singularity of combining the olfactory and stimulating power of essential oils with the beneficial virtues of plant extracts for 100% well-being effectiveness. Each treatment fragrances evokes an emotion : energy, joy, serenity and inner strength. A real success : 82% of women using Eau des Jardins say they are happier after 14 days of use. They are also 88% to notice a feeling of well-being after 14 days of using Eau Extraordinaire.

RESPONSABILITÉ et durabilité

Parce que chaque création Clarins trouve son inspiration dans la nature, la Maison s'inscrit dans une réflexion constante de ses processus de fabrication et de packaging. Les quatre Eaux de Soins contiennent un minimum de 92% d'ingrédients d'origine naturels. Parmi eux, 12 actifs sont issus des plantes bio. Les quatre Eaux de Soins sont désormais formulées à base d'alcool de betterave 100% bio, fabriqué en France. Pour contribuer à réduire son impact sur l'environnement et à préserver les ressources naturelles, la Maison s'emploie à proposer des contenants 100% recyclables. Le bain tonique se décline ainsi en éco-recharge. Un format simple d'utilisation qui permet de réduire l'utilisation du plastique. Plus économique et plus responsable.

RESPONSIBILITY and sustainability

Because each Clarins creation finds its inspiration in nature, the house is part of a constant reflection about its manufacturing and packaging processes. The four treatment fragrances contain a minimum of 92% ingredients of natural origin. Among them, 12 active ingredients come from organic plants. The four Eaux de Soins are now formulated with 100% organic made in France beetroot alcohol. To help reduce its impact on the environment and preserve natural resources, the house strives to offer 100% recyclable containers. The tonic bath is also available in an eco-refill. An easy-to-use size that reduces the use of plastic. More economical and more responsible.

Innovation de rupture

Fidèle à ses exigences de traçabilité, la Maison Clarins a fait appel à la Beauty Tech pour proposer un nouvel outil à destination de tous ses adeptes. Clarins T.R.U.S.T est une interface utilisant la blockchain. Il suffit de scanner le QR code imprimé sur l'étui du produit pour accéder à l'interface. Une fois le numéro de produit saisi, on retrouve toutes les informations sur sa fabrication et les plantes qui le composent.

Breakthrough innovation

Faithful to its traceability requirements, Clarins has called on Beauty Tech to offer a new tool for all its enthusiasts. Clarins T.R.U.S.T is an interface using blockchain. Simply scan the QR code printed on the product case to access the interface. Once the product number has been entered, we find all the information on its manufacturing and the plants that compose it.



ODE CONTEMPORAINE à la féminité

Contemporary ode to femininity

Dans le monde de la PARFUMERIE DE NICHE, les créations des Parfums de Marly passent rarement inaperçues. Avec Valaya, sa nouvelle fragrance sortie en février 2023, la Maison poursuit son aventure au travers de SINGULIÈRES associations de senteurs et livre un parfum chaud et épicé, à la fois SENSUEL ET SOPHISTIQUÉ.

In the world of NICHE PERFUMERY, the creations of Parfums de Marly rarely go unnoticed. With Valaya, its new fragrance released in February 2023, the House continues its adventure through UNIQUE COMBINATIONS of scents and offers a warm and spicy fragrance that is both SENSUAL AND SOPHISTICATED.

Le Fondateur et Directeur Artistique de la Maison appose sur chaque nouvel opus sa conception personnelle de la parfumerie. Un mélange détonnant entre héritage et modernité que Julien Sprecher s'emploie constamment à revisiter. Valaya - qui tire son nom du célèbre couturier indien JJ Valaya, connu pour son audace - ne fait pas exception. La nouvelle fragrance a été composée par Quentin Bisch, parfumeur de la Maison Givaudan. Pour les Parfums de Marly, il signe une senteur singulière inspirée d'une émotion aussi intime qu'universelle : celle de l'odeur de la peau caressée par un voile de coton.

The Founder and Artistic Director of the House put his personal conception of perfumery to each new creation. An explosive mix between heritage and modernity that Julien Sprecher is constantly working to revisit. Valaya - which takes its name from the famous Indian fashion designer JJ Valaya, known for his boldness - is no exception. The new fragrance was composed by Quentin Bisch, perfumer at Givaudan. For Les Parfums de Marly, he signs a singular scent inspired by an emotion as intimate as it is universal : that of the smell of skin caressed by a cotton veil.



Revisiter les codes de L'ÉLÉGANCE

A l'origine de Valaya : l'odeur de la peau au contact du coton. Celle du « secret » ce jupon que les femmes portaient au XVIIIème siècle sous leurs différents habits, mais également celle plus contemporaine d'une chemise blanche portée à même la peau. De cette sensation universelle, il a créé un parfum. Résultat : un bouquet minimaliste et transparent autour de la fleur d'oranger, gonflée d'un élixir secrètement dosé de muscs et posé sur une opulence de bois et de vanille. En notes de tête se trouvent la pêche blanche, la bergamote et la mandarine, en fond la vanille, l'akigalawood et l'ambrofix, tandis qu'explorent en cœur la fleur d'oranger, le vétiver et le nymphaal.

Revisiting the codes of ELEGANCE

The origin of Valaya : the smell of skin in contact with cotton. That of the «secret», this petticoat that women wore in the 18th century under their different clothes, but also that of a more contemporary white shirt worn on the skin.

From this universal sensation, he created a perfume. The result is a minimalist and transparent bouquet around orange blossom, inflated with an elixir secretly dosed with musks and set on an opulence of wood and vanilla. The top notes are white peach, bergamot and mandarin, the base notes are vanilla, akigalawood and ambrofix, while the heart explodes with orange blossom, vetiver and water lily.

Parfum BLANC ET PUISSANT

Un parfum épuré, subtil et délicat qui dévoile en fond une étonnante puissance. Avec son message de beauté et d'audace, Valaya s'inscrit parfaitement dans le savoir-faire des Parfums de Marly : une étonnante modernité directement inspirée d'un lointain héritage. Parfum oriental épicé, Valaya allie des notes traditionnelles indiennes à des éléments plus contemporains. Pour accompagner le lancement de cette nouvelle fragrance, la Maison a imaginé une campagne épurée, toute de blanc teintée : la peau se cache et se dévoile sous la délicatesse du coton et de la soie dans une inattendue élégance.

WHITE AND POWERFUL fragrance

A refined, subtle and delicate fragrance that reveals an astonishing powerful base. With its message of beauty and boldness, Valaya is perfectly in line with the know-how of Parfums de Marly : an astonishing modernity directly inspired by a long-term heritage. Spicy oriental fragrance, Valaya combines traditional Indian notes with more contemporary elements. To accompany the launch of this new fragrance, the house has imagined an all-white refined campaign : the skin hides and reveals itself under the delicacy of cotton and silk in an unexpected elegance.

245 € les 75 ml dans la Boutique Parfums de Marly au 26 rue Cambon, 75001 Paris
parfums-de-marly.com/

SOLAIRE or not SOLAIRE ?

N'est pas Dior Beauté qui veut. Si BRONZER EST UN ART, la célèbre marque française de luxe choisit d'inscrire son TABLEAU ESTIVAL au centre de toute exposition. Avec sa ligne Dior Solar, elle choisit de dompter chaque rayon pour shiner « all summer long » et CHILLER EN TOUTE SÉRÉNITÉ ! Une histoire de beauté et d'attitude à adopter sans tarder. Canon !

A L'HEURE OÙ L'HOMME CONVOITE LA PLANÈTE MARS,
DIOR BEAUTE VISE LE SOLEIL.

Is not Dior Beauty who wants. If TANNING IS AN ART, the famous French luxury brand chooses to place its summer activity at the center of all sunbath. With its Dior Solar line, it chooses to control each ray to shine "all summer long" and CHILL IN COMPLETE SERENITY ! A story of beauty and attitude to adopt without delay. Cool !

Dior Solar c'est tout d'abord un voyage multisensoriel au cœur de la Côte d'Azur. Embruns, chaleur et fleurs... Tout est réuni pour dresser un rituel beauté solaire sans se soucier des coups de soleil tout en adoptant un sillage estival ! Un bonheur pour toutes celles qui rêvent d'une peau parfaite, teintée en harmonie ou rehaussée de reflets dorés... et parfumée.

Tout est pensé pour oublier UVA, UVB et consorts. Place au voyage, au confort et au bien-être. Car Dior Solar c'est aussi une forme de tranquillité partagée, un état d'esprit. Dior Beauté est connu pour offrir des produits premium et innovants dans toutes les catégories de soins de la peau. Cette gamme de produits solaires ne fait pas exception, offrant des produits qui sont à la fois efficaces et agréables à utiliser. Un match parfait réussi grâce la science Dior, qui intègre dans l'ensemble de la collection Dior Solar le « Tan Beautifier Complex », un complexe capable à la fois de favoriser, protéger, prolonger et sublimer le bronzage.

Au total, Dior Beauté présente 5 produits Solar. Chacun bénéficie d'une expérience sensorielle fabuleuse et d'une formulation responsable selon une charte très pointue. Cela confère à la gamme un capital-confiance encore plus fort et une envie irrésistible de l'adopter !

Une nouvelle gamme qui répond aux besoins saisonniers de notre peau et aux nouveaux modes de consommation, plus pertinents et plus responsables. Brillant, non ? Vous n'aurez plus d'excuses pour hâler en paix.

Dior Solar is first and foremost a multisensory journey to the heart of the French Riviera. Spray, heat and flowers... Everything is there to set up a solar beauty ritual without worrying about sunburn while adopting a summer attitude! A delight for all those who dream of perfect skin, tinted in harmony or enhanced with golden reflections... and perfumed.

Everything is designed to forget UVA, UVB and others. Make way for travel, comfort and well-being. Because Dior Solar is also a form of shared tranquillity, a state of mind. Dior Beauté is known for offering premium and innovative products for all skincare categories. This line of sunscreen products is no exception, offering products that are both effective and pleasant to use. A perfect match achieved thanks to Dior science, which incorporates the "Tan Beautifier Complex" into the entire Dior Solar collection, a complex capable of promoting, protecting, extending and enhancing the tan.

In total, Dior Beauté presents 5 Solar products. Each one benefits from a fabulous sensory experience and responsible formulation according to a very specific charter. This gives the range an even stronger capital of trust and an irrefragable desire to adopt it !

A new range that meets the seasonal needs of our skin and new, more relevant and responsible consumption patterns. Brilliant, isn't it ?

You will have no more excuses to tan in peace.



Quand le luxe INNOVE

En matière de cosmétiques, LA RÉVOLUTION EST EN MARCHÉ. Peu à peu, de nouvelles créatrices émergent, à l'instar de Carisa Janes qui, avec Hourglass Cosmetics a fait de l'ENGAGEMENT sa marque de fabrique, sans pour autant lésiner sur le LUXE, le PLAISIR et la BEAUTÉ.

Lorsqu'elle lance sa marque en 2004, Carisa Janes donne son ton. Farouchement opposée aux tests sur les animaux, tous les produits de la Maison sont Cruelty Free. Par ailleurs, 1 % des bénéfices sont reversés chaque année à Non Human Rights Project, association américaine qui œuvre pour la défense des droits fondamentaux des animaux. Pour la gamme Unlock, ce sont 5 % des bénéfices qui sont reversés chaque année à l'association. Une collection Unlock qui a pour spécificité de proposer des contenants rechargeables.

Zéro ingrédient d'origine animale

Au-delà des contenants, un important travail a été réalisé sur la conception des teintes de lipstick. Le mythique rouge carmin qui se retrouve partout dans notre quotidien (alcool, aliments, peinture et cosmétiques) trouve son origine dans la solution d'acide carminique élaboré à partir d'insectes asséchés par le soleil et écrasés. La créatrice a donc planché avec ses équipes à la réalisation d'une teinte rouge aussi éclatante que le carmin, mais entièrement végan. Il aura fallu trois années de Recherche et Développement pour aboutir à la création de Red 0, premier opus d'une collection de rouges étincellants. Alors que 1000 insectes femelles sont habituellement utilisés dans un seul tube de rouge à lèvres rouge, le rouge à lèvres Red 0 s'impose comme un produit révolutionnaire, symbole de l'engagement d'Hourglass envers le bien-être animal : zéro sous-produit animal, zéro animal blessé. La Maison dévoile désormais sa nouvelle formule nourrissante et ultra pigmentée Unlock Satin Crème, disponible en 21 teintes.

Diversité et inclusion

Pas question non plus de donner à voir des représentations stéréotypées de la femme. Chaque campagne est l'occasion de mettre en lumière les diversités qui peuplent le monde.

Pour sa toute dernière campagne la Maison donne place à un collectif de femmes plurielles avec en vedette l'actrice et ambassadrice de la marque, Julianne Moore. On y retrouve des mannequins et influenceuses de divers âges aux différentes couleurs de peau, qui ont à cœur de défendre plusieurs initiatives sociales, telles que la défense des causes LGBTQI+ ou encore la protection de la santé mentale.

www.hourglasscosmetics.com/
Disponible au Bon Marché Rive Gauche



When luxury INNOVATES

When she launched her brand in 2004, Carisa Janes set her tone. Fiercely opposed to animal testing, all of the house's products are Cruelty Free. In addition, 1% of profits are donated each year to the Non-Human Rights Project, an American association that works to defend the fundamental rights of animals. For the Unlock range, 5% of the profits are donated each year to the association. An Unlock collection which has the specificity of offering refillable containers.

Zero ingredients of animal origin

Beyond the containers, a lot of work has been done on the creation of the lipstick shades. The mythical carmine red that is found everywhere in our daily lives (alcohol, food, paint and cosmetics) has its origin in the solution of carminic acid made from insects dried by the sun and crushed. The designer therefore worked with her teams to achieve a red shade as dazzling as carmine, but entirely vegan. It took three years of Research and Deve-

Concerning cosmetics, the revolution is underway. Little by little, new designers are emerging, like Carisa Janes who, with Hourglass Cosmetics, has made commitment her trademark, without compromising on luxury, pleasure and beauty.

lopment to create Red 0, the first version in a collection of bright reds. If nearly 1,000 female insects are usually used in a single red lipstick, Red 0 lipstick stands out as a revolutionary product, symbol of Hourglass' commitment to animal welfare : zero animal by-product, zero animal harm. The house is now unveiling its new nourishing and ultra-pigmented Unlock Satin Cream formula, available in 21 shades.es.

Diversity and Inclusion

No way of showing stereotyped representations of women. Each campaign is an opportunity to highlight the diversities in the world.

For its latest campaign, the house presents a collective of different types of women starring the actress and brand ambassador, Julianne Moore. There are models and influencers of various ages with different skin colors, who are committed to defending several social initiatives, such as the defense of LGBTQI+ causes or the protection of mental health.

www.hourglasscosmetics.com/
Available at Bon Marché Rive Gauche

L'IMPENSABLE *sécheur lissant*

The unthinkable straightening dryer

EXPERT en matière d'outils professionnels, **ghd** n'a de cesse d'innover pour proposer des produits **TOUJOURS PLUS EFFICACES** à destination de celles qui manquent de temps mais qui n'entendent pas - pour autant - renoncer à **UNE CHEVELURE PARFAITE**. La Maison revient sur le devant de la scène avec une proposition jusqu'à alors impensable. **ghd Duet Style SÈCHE ET LISSE** les cheveux en même temps. Oui. Et **SANS LES ABIMER**.

L

es adeptes des plaques lissantes ne le savent que trop bien. Les jours de shampoing, la routine cheveux prend des tournures de marathon. Il faut commencer par sécher les cheveux et ensuite seulement, appliquer les plaques pour lisser l'ensemble. Les plus pressées qui ont tenté l'aventure en faisant fi de l'étape séchage s'en souviennent : le cheveu est abîmé, il perd de son tonus et de sa densité.

Expert in professional tools, ghd is constantly innovating to offer ever more effective products for those who are short on time but who do not intend - for all that - to give up perfect hair. The House is back with a new idea and offer: ghd Duet Style dries and smoothes hair at the same time. Exactly. And without damaging them.

Fans of smoothing plates know this only too well. On shampoo days, the hair routine takes too much time. It is necessary to start by drying the hair and only then, to apply the plates to smooth the whole. Those in a hurry who have tried to ignore the drying step know that the hair is damaged, it loses its tone and density.

A daily REVOLUTION

With 21 years of expertise in controlling heat and airflow, **ghd** has merged the sciences of convection and conduction to develop the revolutionary AIRFUSION™ technology. A technology that combines the power of the air flow and the heating performance of the styling plates. Equipped with sensors, the smart plates predict your hair's needs to maintain the optimal temperature from root to tip. A temperature which, on wet hair, should not exceed 120°.

As usual, **ghd** has worked to imagine an easy-to-use straightening dryer, designed for low energy consumption and equipped with a tailor-made acoustic system, offering the lowest noise levels. It is also possible to use the **ghd Duet Style** on dry hair, by activating the Shine Shot mode. This mode without blowing air heats the plates to a temperature of 185°, for a smooth and frizz-free result.

ghd Sleek talker

Alongside its unthinkable innovation, **ghd** unveils its brand new smoothing styling oil called **ghd Sleek talker**. Specifically designed for the **ghd Duet Style**, it protects against heat, helps to smooth, and brings flexibility and texture to the hair.

UNE RÉVOLUTION du quotidien

Forte de 21 ans d'expertise dans la maîtrise de la chaleur et du souffle d'air, **ghd** a fusionné les sciences de la convection et de la conduction, pour développer la technologie révolutionnaire AIRFUSION™. Une technologie qui associe la puissance du flux d'air et la performance de chauffe des plaques de coiffage. Dotées de capteurs, les plaques intelligentes prédisent les besoins de vos cheveux pour maintenir la température optimale de la racine à la pointe. Une température qui, sur cheveux mouillés, ne doit pas dépasser 120°.

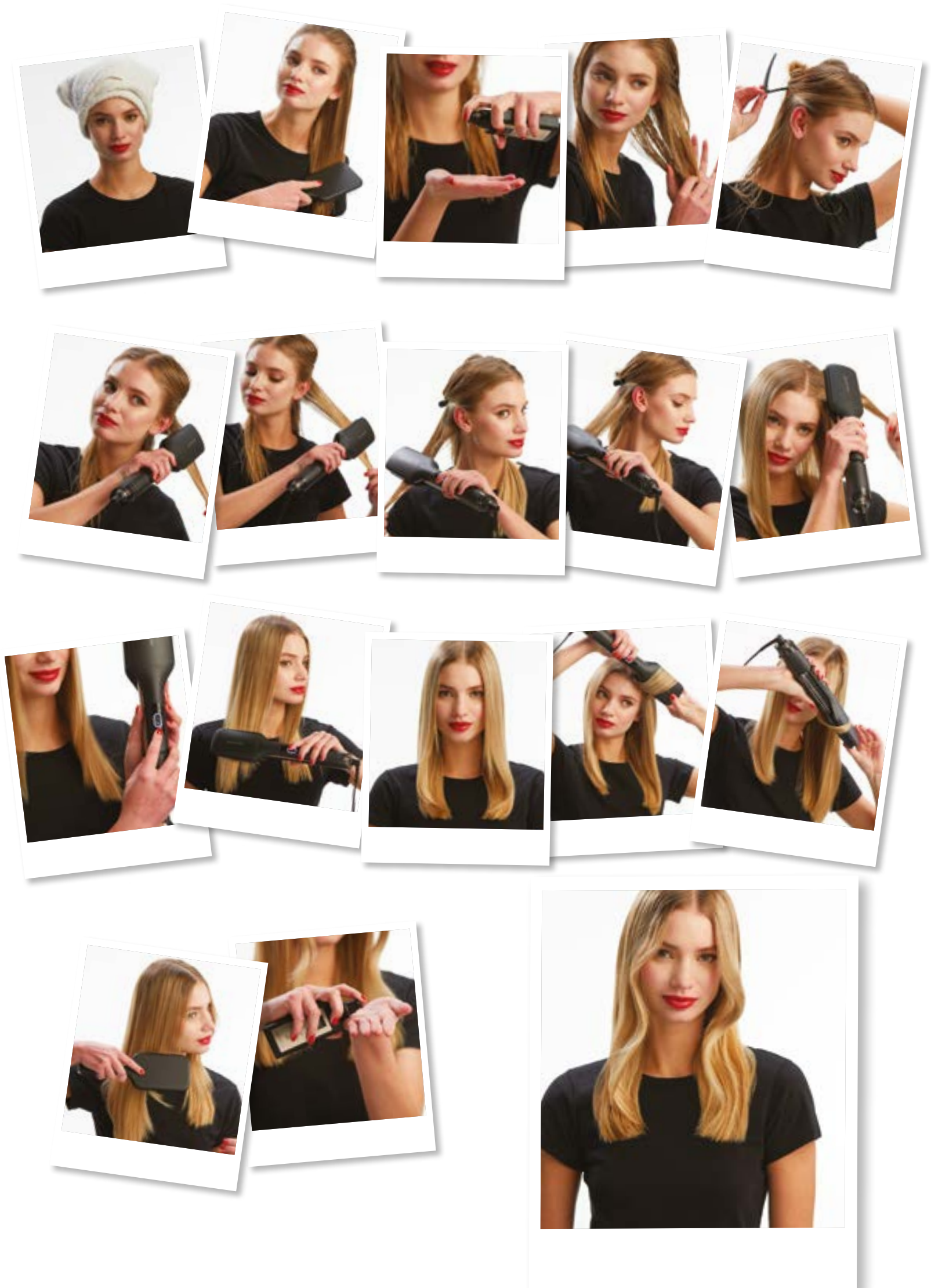
Comme à son habitude, **ghd** s'est employé à imaginer un sécheur lissant simple d'utilisation, conçu pour une faible consommation d'énergie et doté d'un système acoustique sur mesure, offrant des niveaux sonores les plus bas. Il est également possible d'utiliser le **ghd Duet Style** sur cheveux secs, en activant le mode Shine Shot. Ce mode sans souffle d'air permet de chauffer les plaques à la température de 185°, pour un résultat lisse et sans frisottis.

ghd Sleek talker

Aux côtés de son impensable innovation, **ghd** dévoile sa toute nouvelle huile de coiffage lissante baptisée **ghd Sleek talker**. Spécifiquement conçue pour le **ghd Duet Style**, elle protège de la chaleur, aide à lisser, et apporte souplesse et texture aux cheveux.



www.ghdhair.com



COLOGNE DÉTOX

Direction la côte ouest américaine, un territoire libre, passionnel et follement créatif. Avec sa toute dernière création Cologne baptisée Pacific Chill, la Maison Louis Vuitton poursuit son vibrant hommage à la Californie. Une épopée savoureuse imaginée comme un récit de lumière.

IL

Il règne comme une envie d'horizons dans la toute dernière création olfactive de la Maison Louis Vuitton. Pacific Chill s'inspire de ce moment précis où les premières heures du soleil dissolvent l'exubérance de la nuit dans la pureté du matin. Alors que la ville s'anime, les sens s'éveillent et le corps respire face à l'océan paisible, les cinq sens sont stimulés au diapason de la nature qui se renouvelle.

Cassis, graine de carottes ET HERBES AROMATIQUES

Pour mettre en parfum cette sensation de grand large, le Maître-Parfumeur Jacques Cavallier a imaginé un jus frais et dynamisant. Un parfum wellness vivifiant qui exalte les sens puis emporte vers la plénitude avec ses notes sucrées et caressantes sur la peau. Pour Pacific Chill, le Maître-Parfumeur s'est inspiré des smoothies aux vertus détoxifiantes qu'affectionnent particulièrement les californiens. Il a imaginé sa senteur comme un jus en s'attachant à l'effet bien-être de sa composition. Pour cette fragrance, trois ingrédients phares : le cassis pour son effet vibrant et fruité est tempéré par l'essence de graine de carotte qui irise dans des accents onctueux et veloutés d'abricot, de datte et de figue. Le jus est rehaussé d'une combinaison de graines de coriandre et d'ambrette, de menthe poivrée et d'essence orange.

Promenade PICTURALE



Le nouvel opus de la collection des Parfums de Cologne de Louis Vuitton conserve la même exigence que celle imposée à la création des quatre autres opus : une fragrance à la spontanéité d'une Cologne mais à la sophistication d'un parfum. Pour cette collection, la Maison Louis Vuitton a fait appel à l'artiste contemporain Alex Israel. Chaque nouvel opus est l'occasion d'une signature picturale de l'artiste. Avec Pacific Chill, il livre à nouveau sa vision idéalisée de Los Angeles, ville saturée de lumière aux incomparables couleurs et nous

emmène dans un des lieux qu'il affectionne particulièrement. Une invitation à découvrir son jardin secret avec vue sur le Pacifique. Cette nouvelle « impression soleil levant » habille de son manteau d'aurore l'étui de Pacific Chill. Le flacon vert irisé de bleu lui répond dans cette palette chromatique sensible.

fr.louisvuitton.com/



DETOX COLOGNE

Let's go to the American west coast, a free, passionate and wildly creative territory. With its latest Cologne creation called Pacific Chill, the Maison Louis Vuitton continues its vibrant tribute to California. A tasty epic imagined as a story of light.

It reigns like a desire for horizons in the latest olfactory creation from the Maison Louis Vuitton. Pacific Chill is inspired by that precise moment when the first hours of the sun dissolve the exuberance of the night into the morning purity. As the city comes alive, the senses awaken and the body breathes facing the peaceful ocean, the five senses are stimulated in tune with nature renewing itself.

Blackcurrant, carrot seeds AND AROMATIC HERBS

To make a fragrance of this open sea feeling, the master perfumer Jacques Cavallier imagined a fresh and energizing juice. An invigorating wellness fragrance that exalts the senses then takes you to fullness with its sweet and caressing notes on the skin. For Pacific Chill, the master perfumer was inspired by smoothies with detoxifying properties that Californians are particularly fond of. He imagined its scent as a juice, focusing on the well-being effect of its composition. For this fragrance, three key ingredients : blackcurrant for its vibrant and fruity effect is tempered by the essence of carrot seed which iridescent in unctuous and velvety accents of apricot, date and fig. The juice is enhanced with a combination of coriander and ambrette seeds, peppermint and orange essence.

PICTORIAL walk

The new creation of the Parfums de Cologne collection by Louis Vuitton keeps the same high standards as those applied to the creation of the other four : a fragrance with the spontaneity of a Cologne but with the sophistication of a perfume. For this collection, Maison Louis Vuitton called on contemporary artist Alex Israel. Each new fragrance is the occasion of a pictorial signature of the artist. With Pacific Chill, he once again shows his idealized vision of Los Angeles, a city saturated with light with incomparable colors and takes us to one of the places he particularly likes. An invitation to discover his secret garden with a view of the Pacific. This new "rising sun feeling" covers the Pacific Chill case in its dawn coat. The blue-iridescent green bottle echoes to it in this sensitive chromatic palette.



Un salon dédié à l'expertise et à la beauté DES CHEVEUX

A Paris, au 22 boulevard des Capucines se trouve un salon de coiffure pas comme les autres. VÉRITABLE TEMPLE dédié à la BEAUTÉ DES CHEVEUX, le Salon et Spa capillaire René Furterer offre une authentique expérience capillaire globale et inédite. Vous y découvrirez des soins entièrement personnalisés, des conseils ULTRA POINTUS pour SUBLIMER les cheveux et TRAITER le cuir chevelu.

« L'instar d'une belle plante poussant sur un sol fertile, les beaux cheveux poussent sur un cuir chevelu sain ». Telle est la conviction de René Furterer qui, depuis ses débuts il y a maintenant 65 ans, s'emploie à proposer des soins résolument efficaces. Inspirée par les terres provençales et par la botanique, chaque création René Furterer sélectionne des huiles essentielles précieuses destinées à traiter les déséquilibres.

225m² de bien-être pour la BEAUTÉ DES CHEVEUX

Il suffit de pousser la porte pour découvrir une quiétude luxueuse. Au total, ce sont 225 mètres carrés entièrement dédiés à la beauté des cheveux et situés en plein Paris, entre la mythique salle de spectacle de l'Olympia et l'Opéra Garnier. Une alliance subtile de matériaux associe la robustesse d'un effet minéral à la chaleur du bois pour un rendu pur et authentique. Deux cabines de soins aux ambiances cosy jouxtent une autre cabine VIP plus grande, pour une prise en charge confidentielle et exclusive. Les espaces de coloration, shampoing et coiffure offrent une expérience de bien-être total pour un résultat cheveu sublimé.

SPA capillaire

Tout commence par un diagnostic capillaire réalisé à l'aide d'un capilliscopie, permettant de grossir cent fois le cuir chevelu et le cheveu. Selon la typologie du cuir chevelu et de ses besoins, un protocole de soins personnalisé est réalisé. Il s'accompagne d'un massage crânien en profondeur, véritable moment de détente et d'apaisement. Côté couleur, on y retrouve notamment la coloration végétale professionnelle Ivive développée

en interne par les Laboratoires de recherche René Furterer, 100 % d'origine naturelle, certifiée bio et labellisée vegan. A noter, le salon propose également des ateliers d'automassage et de coaching capillaire, autant de moments d'échanges et de partages de bonnes pratiques.

HEAD Spa

Vous aurez ainsi toutes les clés pour prolonger votre rituel beauté des cheveux à la Maison. La marque vient d'ailleurs de livrer les toutes dernières formules de sa gamme baptisée Head Spa. Une ligne de soins avant-gardiste, faisant un usage précurseur des huiles essentielles et destinée à traiter les problématiques du cuir chevelu. On y retrouve tout le savoir-faire René Furterer. Concentré d'huiles essentielles bio de lavande et d'orange, le Complexe 5 est énergisant et booste le tonus du cuir chevelu. Il est également disponible dans sa version apaisante aux huiles essentielles de menthe et eucalyptus bio, avec Astera Head Spa, pour un confort durable. Le gommage purifiant détox Head Spa au sel marin de Guérande, charbon végétal et huile essentielle d'orange exfolie en douceur pour un effet peau neuve.

La gamme Head Spa est disponible en salons de coiffure, pharmacies et parapharmacies.



A salon dedicated to hair expertise and beauty

“Like a beautiful plant growing on fertile soil, beautiful hair grows on a healthy scalp.” This is the conviction of René Furterer who, since his beginning 65 years ago, has worked to offer resolutely effective care. Inspired by the lands of Provence and by botanics, each René Furterer's creation selects precious essential oils intended to treat imbalances.

225 square meters of well-being FOR HAIR BEAUTY

Just push the door to discover a luxurious calmness. In total, there are 225 square meters entirely dedicated to hair beauty and located in the heart of Paris, between the mythical Olympia theater and the Opéra Garnier. A subtle alliance of materials combines the robustness of a mineral effect with the warmth of wood for a pure and authentic look. Two treatment cabins with cozy atmospheres adjoin another larger VIP cabin, for confidential and exclusive care. Coloring, shampoo and hairdressing areas offer a total well-being experience for a sublime hair result.

Hair SPA

It all starts with a hair diagnosis carried out using a capilliscopie, making it possible to magnify the scalp and hair a hundred times. Depending on the

In Paris, at 22 boulevard des Capucines is a hairdressing salon different from others. A real temple dedicated to hair beauty, René Furterer Salon and Hair Spa offers a true global and unprecedented hair experience. You will discover fully personalized treatments, high-end advice to sublimate hair and treat the scalp.

type of scalp and its needs, a personalized care protocol is carried out. It is accompanied by a deep head massage, a real moment of relaxation and calm.

On the color side, Ivive professional vegetable coloring developed in-house by the René Furterer research laboratories is used, 100% of natural origin, certified organic and labeled vegan. The salon also offers hair self-massage coaching workshops, so many moments of exchange and sharing of good practices.

HEAD Spa

You will thus have all the keys to extend your hair beauty ritual at home. The brand has just launched the latest formulas in its range called Head Spa. An avant-garde line of care, making pioneering use of essential oils and intended to treat scalp problems. It contains all René Furterer's know-how.

Concentrated with organic essential oils of lavender and orange, Complex 5 is energizing and boosts the scalp tone. It is also available in its soothing version with organic mint and eucalyptus essential oils, with Astera Head Spa, for lasting comfort. Head Spa purifying detox scrub with Guérande sea salt, vegetable charcoal and orange essential oil gently exfoliates for a new skin effect.

Head Spa range is available in hair salons, chemistries.

LE PARFUM MANTRA

Les parfums sont une VÉRITABLE SIGNATURE. Loin de se contenter de livrer leur sillage, ils agissent sur nos ÉMOTIONS et notre bien-être global. La Maison Initio Parfums Privés l'a bien compris et s'emploie pour chacune de ses créations à proposer des SENTEURS HOLISTIQUES. Au-delà de leur aspect olfactif directement perceptible par l'entourage, chaque fragrance est une EXPÉRIENCE INTÉRIEURE UNIQUE, une invitation à découvrir une meilleure version de soi-même.



A

près s'être attaqué au corps physique avec Rehab puis au corps émotionnel avec Musk Therapy, la Maison Initio Parfums Privés s'attaque désormais au corps spirituel avec son tout dernier opus baptisé Paragon.

Fragrance TALISMAN

Il règne un air de magie dans Paragon qui véhicule l'âme végétale du Palo santo et de la Sauge blanche. Deux plantes sacrées dont l'usage s'est transmis secrètement au cours des cérémonies initiatiques depuis les premières lignées de chamanes incas. Ces deux essences sont dotées de pouvoirs à la fois purificateurs et protecteurs. C'est à partir de cette alliance que les Maîtres-Parfumeurs de la Maison ont imaginé Paragon. Résultat : un parfum facetté et vibrant qui se développe en alliant l'influence apaisante de la bergamote et de la lavande ainsi que la force du poivre qui stimule l'esprit et renforce l'ouverture du cœur.

Pleine CONSCIENCE

Une senteur qui agit telle une aura protectrice pour le corps physique, le corps émotionnel et le corps spirituel. C'est une véritable invitation à dépasser les croyances limitantes, à désactiver les émotions négatives et à se libérer des blocages énergétiques. Plus qu'un parfum donc, Paragon est un accompagnement vers une nouvelle version de nous-même. Une version sublimée et magnifiée par l'alignement des trois corps. Une véritable quête mystique de l'harmonie et de la complétude. Un parfum mixte, résolument différent, à placer entre toutes les peaux et à destination de tous ceux qui cherchent la plénitude.

Paragon, 250 € le flacon de 100ml - initioparfums.com/

MANTRA FRAGRANCE

The fragrances are a real signature. Far from only offering their trail, they act on our emotions and our overall well-being. Maison Initio Parfums Privés has understood this well and strives for each of its creations to offer holistic scents. Beyond their olfactory aspect directly perceptible by those around them, each fragrance is a unique inner experience, an invitation to discover a better version of yourself.



After taking care of the physical body with Rehab and then the emotional body with Musk Therapy, the Maison Initio Parfums Privés now takes care of the spiritual body with its latest creation called Paragon.

TALISMAN fragrance

There is an air of magic in Paragon which carries the vegetal soul of Palo Santo and White Sage. Two sacred plants whose use has been transmitted secretly during initiation ceremonies since the first generations of Inca shamans. These two essences are endowed with both purifying and protective powers.

It is from this alliance that the master perfumers of the house imagined Paragon. It is a faceted and vibrant fragrance that develops by combining the soothing influence of bergamot and lavender as well as the strength of pepper which stimulates the mind and strengthens the opening of the heart.

PLEINE CONSCIENCE

A scent that acts as a protective aura for the physical body, the emotional body and the spiritual body. It is a real invitation to overcome limiting beliefs, deactivate negative emotions and free yourself from energy blockages. More than a perfume, Paragon is a partner to a new version of ourselves.

A version sublimated and magnified by the alignment of the three bodies. A true mystical quest for harmony and completeness. A unisex fragrance which is resolutely different, for all skin types and for all those who seek plenitude.

Qui a dit que l'on ne pouvait pas être à la fois BEAU ET BON pour la peau ?
 Depuis ses débuts, Compagnie de Provence s'emploie à concevoir
 des gammes EXTRA DOUCES qui fleurissent bon le soleil.
 La Maison livre sa toute DERNIÈRE INNOVATION :
 des soins extra purs à destination des peaux sensibles.

C Savon EXTRA PUR

Peaux Sensibles
 Extra Pure Soap for Sensitive skin

*Who said it couldn't be both beautiful and good for your skin?
 Since its beginning, Compagnie de Provence has worked
 to design extra soft ranges that smell like the sun.
 The house launches its latest innovation:
 extra pure care for sensitive skin.*

C'est un fait : une très grande majorité des femmes (70%) déclarent avoir la peau sensible voire très sensible. Un pourcentage qui atteint 61 % chez les hommes. Face à ce constat, Compagnie de Provence a imaginé une solution efficace et différente. Fidèle à son ADN, Compagnie de Provence livre des packagings élégants aux lignes minimalistes. La nouvelle collection à destination des peaux sensibles se compose d'un soin nettoyant visage et d'un savon liquide pour le corps et les mains.

Nettoyant visage extra pur

Pour son tout dernier soin, Compagnie de Provence a imaginé un savon aux allures de galet. Un packaging extra tendre qui invite au calme et à la sérénité. Le coffret minimaliste est hyper soigné et renferme un galet d'une douceur exquise. On y retrouve tout le savoir-faire de la Maison : une formulation sans savon à partir de 100 % d'ingrédients d'origine naturelle. Véritable soin, ce nettoyant visage élimine les impuretés, tout en maintenant l'hydratation. Une routine beauté à adopter d'urgence par toutes celles et ceux dont la peau est sensible. Sa formule associe prébiotiques naturels rééquilibrants à l'huile végétale biologique apaisante d'Inca Inchi. Son Ph est neutre et respectueux des peaux sensibles. Très doux, il peut même être utilisé durant la grossesse.

Une routine corps et mains

Le galet visage s'accompagne d'un savon extra pur. Spécialement développée pour les peaux sensibles, sa formule intègre un trio lipidique d'origine végétale qui nettoie les peaux délicates sans les dessécher. Saponifié au chaudron selon la tradition, ce savon surgras enrichi en huiles végétales peut être utilisé par toute la famille dès l'âge de trois ans. Le savon conserve les codes de la Maison et se présente dans un flacon design aux lignes épurées et à l'allure chic intemporelle.

It's a fact : a very large majority of women (70%) say they have sensitive or even very sensitive skin. A percentage that reaches 61% for men. Faced with this observation, Compagnie de Provence has devised an effective and different solution. True to its DNA, Compagnie de Provence offers elegant packaging with minimalist lines. The new collection for sensitive skin consists of a facial cleanser and a liquid soap for the body and hands.

Extra pure facial cleanser

For its latest treatment, Compagnie de Provence has imagined a pebble-like soap. Extra soft packaging that invites to calm and serenity. The minimalist box is super neat and contains an exquisitely soft pebble. It contains all the know-how of the house : a soap-free formulation with 100% ingredients of natural origin.

Being a real care, this facial cleanser eliminates impurities, while maintaining hydration. A beauty routine to adopt urgently by all those whose skin is sensitive. Its formula combines rebalancing natural prebiotics with soothing Inca Inchi organic vegetable oil. Its pH is neutral and respectful of sensitive skin. Very soft, it can even be used when pregnant.

A body and hands routine

The face pebble comes with an extra pure soap. Specially developed for sensitive skin, its formula incorporates a plant-based lipid trio that cleanses delicate skin without drying it out. Saponified in a cauldron according to tradition, this surgras soap enriched with vegetable oils can be used by the whole family from the age of three. The soap includes the codes of the house and comes in a bottle designed with clean lines and a timeless chic look.



L'expertise SOINS CAPILLAIRES

En deux décennies, Christophe Robin s'est imposé comme LA RÉFÉRENCE des soins capillaires. Le coiffeur français qui a créé sa marque éponyme en 1999 est rapidement devenu l'un des EXPERTS EN SOINS cheveux les plus POINTUS de la planète. La Maison dévoile aujourd'hui sa NOUVELLE IDENTITÉ visuelle. Un nouveau chapitre s'ouvre pour la Maison Christophe Robin qui reste néanmoins fidèle à sa GÉNÉROSITÉ et à son goût pour l'EFFICACITÉ des ingrédients d'origine naturelle.

La réussite de la Maison Christophe Robin ne doit rien au hasard. Lorsqu'en 1999 le coloriste des stars imagine ses premiers produits capillaires, il fait le choix de proposer des formules douces et efficaces qui permettent la beauté du cheveu par le soin, mais hautement concentrées en ingrédients d'origine naturelle. Bien avant l'arrivée de la tendance des soins naturels, il bannit silicones, parabènes et SLS de ses créations. L'effet est immédiat. Partout dans le monde, on vante les soins Christophe Robin pour leur exceptionnelle efficacité et leurs résultats immédiats et visibles sur la durée.

ICONIQUES innovations

En 2012, l'icône masque régénérant à l'huile de figue de barbarie fait son apparition. Ce luxueux élixir conçu pour régénérer la fibre capillaire en profondeur devient rapidement un best-seller de la marque. S'en suivent de nombreuses innovations, à l'instar du scrub lavant purifiant au sel marin ou encore les soins nuanceurs de couleurs, des masques pigmentés innovants disponibles en 5 teintes qui nourrissent en profondeur et corrigent les reflets des cheveux naturels ou colorés pour des cheveux brillants et une couleur digne d'un salon, à la Maison. Des soins cocons imaginés comme de véritables expériences sensorielles. Chaque formulation est l'occasion d'une parenthèse enchantée, d'un luxe confortable mêlant générosité et joie de vivre à la française.

ENGAGEMENT zéro plastique

C'est en restant fidèle à son ADN que la Maison s'est employée à redéfinir ses lignes. Le logo a été retravaillé et épuré, tandis que les packagings ont été revisités. En 2021, Christophe Robin priorise son engagement écologique et s'engage dans une démarche zéro plastique en s'associant à rePurpose Global. Pour chaque produit vendu, la Maison reverse une part à l'organisation afin de collecter et de recycler un volume de déchets plastiques équivalent à celui utilisé pour la fabrication des emballages. Un engagement qui permet à la marque de devenir aujourd'hui neutre en empreinte plastique. Si le packaging a été relooké, les formules iconiques demeurent quant à elles inchangées.

www.christopherobin.fr/

SOMMEIL Réparateur

C'est avec cette recherche de plaisir des sens que la Maison a imaginé ses deux dernières créations. Des soins nuit aux formules riches et puissantes qui révèlent toute leur efficacité durant le sommeil.

La crème de nuit réparatrice à la fleur de lotus blanche a été spécifiquement conçue pour les cheveux abîmés, fins à semi-épais, tandis que le Monoï de Nuit réparateur à la fleur de lotus blanche est destiné aux cheveux abîmés semi-épais à épais.

Deux formulations aux vertus nourrissantes et apaisantes, enrichies en huiles essentielles de lavande française et de bois de cèdre pour une parfaite relaxation et une réparation intense des cheveux durant le sommeil.

Hair care expertise

Within two decades, Christophe Robin has established himself as the hair care reference. The French hairdresser who created his eponymous brand in 1999 quickly became one of the most cutting-edge hair care experts worldwide. Today, the House unveils its new visual identity. A new chapter is opening for Maison Christophe Robin, which nevertheless remains faithful to its generosity and its taste for the effectiveness of ingredients of natural origin.

The success of Maison Christophe Robin owes nothing to chance. When in 1999 the star colourist imagined his first hair products, he made the choice to offer gentle and effective formulas that allow the hair beauty through care, but highly concentrated in ingredients of natural origin. Long before the arrival of the natural care trend, he banished silicones, parabens and SLS from his creations. The effect is immediate. All over the world, Christophe Robin treatments were praised for their exceptional effectiveness and their immediate and visible results over time.

ICONIC innovations

In 2012, the iconic regenerating mask with prickly pear oil appeared. This luxurious elixir designed to regenerate the hair fiber in depth quickly became the brand bestseller. Many innovations followed, such as the purifying washing scrub with sea salt or the color shaver treatments, innovative pigmented masks available in 5 shades that deeply nourish and correct the reflections of natural or colored hair for shiny hair and salon-worthy color at home. Cocoon treatments imagined as true sensory experiences. Each formulation is the occasion for an enchanted parenthesis, a comfortable luxury combining generosity and French joie de vivre.

Zero plastic COMMITMENT

Being faithful to its DNA the house has worked to redefine its lines. The logo has been reworked and refined, while the packaging has been revisited. In 2021, Christophe Robin prioritized his ecological commitment and committed to a zero plastic approach by partnering with rePurpose Global. For each product sold, the house donated a share to the organization in order to collect and recycle a volume of plastic waste equivalent to that used for the packaging manufacturing. A commitment that now allows the brand to become plastic footprint neutral. If the packaging has been renewed, the iconic formulas remain unchanged.

NIGHT Recovery

In search for sensory pleasure the House has imagined its two latest creations. Night care with rich and powerful formulas that reveal their full effectiveness during sleep.

The White Lotus Flower Repairing Night Cream has been specifically designed for damaged, fine to semi-thick hair, while the White Lotus Flower Repairing Night Monoï is intended for semi-thick to thick damaged hair.

Two formulations with nourishing and soothing properties, enriched with essential oils of French lavender and cedarwood for perfect relaxation and intense hair repair during sleep.



A Fleur de Pêche



F

ruits PRÉCIEUX

Avec A Fleur de Pêche, L'Artisan Parfumeur s'inscrit dans la droite ligne de ses premières créations. Jean Laporte, Fondateur de la Maison fut le premier à travailler à partir de senteurs naturelles jamais encore explorées en parfumerie. C'est ainsi que né en 1978, le cultissime parfum de la Maison, baptisé Mûre et Musc. Quelques années plus tard la Maison se penche sur la figue et livre Premier Figuier. S'en suivront de nombreuses créations singulières à partir du fruit, dont l'une des plus remarquables demeure Bana Banana, sortie en 2019 et qui s'inspire d'une formulation élaborée en 1976 par Jean Laporte. Au sein de La Collection, L'Artisan Parfumeur n'a de cesse de cultiver avec passion sa fascination pour les trésors de la nature.

DÉFI olfactif

C'est au tour désormais de la pêche de révéler toute sa splendeur. Un fruit qui reste largement oublié par la parfumerie moderne. Et pour cause : il n'est pas possible d'en extraire d'huile essentielle. Les experts de la Maison ont donc dû déployer des prouesses d'innovation pour extraire la quintessence des senteurs de ce fruit. C'est au Maître-Parfumeur Antoine Maisondieu qu'a été confiée cette délicate mission pour laquelle il a reçu carte blanche. Il a imaginé une pêche inattendue, d'accord chypré, territoire olfactif encore inexploré par la Maison. A cet accord, il a apposé une facette salée au côté fruité de la pêche en l'habillant de poivre, de patchouli et de fève Tonka.

Audacieuse et SINGULIÈRE

A Fleur de Pêche casse les codes de la parfumerie et nous fait découvrir une pêche, diamant olfactif insoupçonné, dont les trois facettes évoluent délicieusement tout au long du parfum, comme autant de sensations et dans une parfaite illusion olfactive : chair juteuse en tête, peau duveteuse en cœur et noyau en fond. Un sillage inattendu et parfaitement maîtrisé.

Au sein de La Collection, L'Artisan Parfumeur dévoile sa dernière création. Sobrement baptisée A Fleur de Pêche, la TOUTE NOUVELLE FRAGRANCE de la Maison rend un hommage VIBRANT ET INATTENDU à la pêche dans toute sa SINGULARITÉ.

Within La Collection, L'Artisan Parfumeur unveils its latest creation. Soberly named A Fleur de Pêche, THE BRAND NEW FRAGRANCE from the House pays a VIBRANT AND UNEXPECTED tribute to peach in all its uniqueness.

VALUABLE fruits

With A Fleur de Pêche, L'Artisan Parfumeur is in line with its first creations. Jean Laporte, founder of the house was the first to work from natural scents never before explored in perfumery. So, in 1978, the cult perfume of the house, baptized Blackberry and Musk was born. A few years later, the house turned to figs and launched Premier Figuier.

Many unique creations from the fruit will follow, one of the most remarkable of which remains Bana Banana, released in 2019 and inspired by a formulation developed in 1976 by Jean Laporte. Within La Collection, L'Artisan Parfumeur continues to passionately cultivate its fascination for the treasures of nature.

Olfactory CHALLENGE

It is now the turn of the peach to reveal all its splendour. A fruit that remains largely forgotten by modern perfumery. And for a good reason : it is not possible to extract essential oil from it. The house experts therefore had to deploy feats of innovation to extract the quintessence of the scents of this fruit. Master Perfumer Antoine Maisondieu was entrusted with this delicate mission for which he received carte blanche. He imagined an unexpected peach, with a chypre accord, an olfactory territory still unexplored by the House. To this accord, he added a salty facet to the fruity side of the peach by dressing it with pepper, patchouli and Tonka bean.

Bold and UNIQUE

A Fleur de Pêche breaks the codes of perfumery and makes us discover a peach, an unsuspected olfactory diamond, whose three facets evolve deliciously throughout the perfume, like so many sensations and in a perfect olfactory illusion : juicy flesh at the top, skin fluffy in the heart and core in the base. An unexpected and perfectly mastered trail.

L'ÉGÉRIE ENGAGÉE

Committed muse

Voici dix années que le monde de la cosmétique a vu émerger une CRÉATRICE SINGULIÈRE. Charlotte Tilbury se distingue par des créations qui fleurissent la BONNE HUMEUR à destination de toutes et tous. Ici, pas question de dicter une norme, mais plutôt d'inciter tout un chacun à être qui il souhaite être. La Maison vient d'annoncer un partenariat avec Bella Hadid, ICÔNE DE BEAUTÉ mondiale, créatrice digitale et pionnière du CHANGEMENT POSITIF.

M

USE DES TEMPS MODERNES

It has been ten years since the world of cosmetics saw the arrival of a singular designer. Charlotte Tilbury is different thanks to creations that bloom good humor for everyone. Here, there is no way of telling a norm, but rather to encourage everyone to be who they want to be. The House has just announced a partnership with Bella Hadid, world-famous icon of beauty, digital creator and pioneer of positive change.

« Que ce soit à travers la magie des cosmétiques ou de la beauty-tech, Bella est tout aussi déterminée que moi à briser les frontières et à jouer avec les univers réels et virtuels. J'ai hâte de partager avec vous les moments extraordinaires et magiques que nous nous réservons ! ». C'est en ces mots que la Fondatrice, Présidente et Directrice de la Création de Charlotte Tilbury Beauty a présenté son partenariat avec Bella Hadid qui devient désormais la nouvelle égérie de la Maison. Elle rejoint le groupe très select des « Muses de Charlotte », composé d'icônes de la mode et du cinéma : Kate Moss, Lily James, Michaela Jac Rodriguez, Jourdan Dunn et Han So Hee.

ICÔNE avant-gardiste

Célèbre dans le monde entier pour ses looks beauté faciles à réaliser et à composer, Charlotte Tilbury Beauty a choisi Bella Hadid pour leur donner vie. Véritable icône de sa génération, toujours tournée vers l'avenir grâce à sa vision unique, elle devient l'ambassadrice parfaite d'une garde-robe beauté à destination de toutes et de tous. Fidèle utilisatrice des soins et créations de Charlotte Tilbury Beauty, Bella Hadid est consciente du pouvoir du make-up. Loin d'être un accessoire il permet de donner confiance, et d'exprimer sa créativité et son individualité.

PIONNIÈRES du changement positif

Les deux femmes ont pour point commun d'avoir à cœur de célébrer toutes les beautés partout dans le monde et partagent la même passion pour la création et l'autonomisation de la communauté beauté à travers le monde. Leur ambition : redonner confiance à tout le monde, partout. Pour ce faire, elles ont imaginé des innovations exceptionnelles en matière de produits, mais également de beauté digitale relayées via les plateformes beauty-tech de Charlotte Tilbury grâce au leadership de Bella dans l'espace numérique. La Maison n'a donc pas fini de surprendre et prépare de nouvelles campagnes emblématiques, la création de contenus originaux et des initiatives disruptives.

MODERN day muse

“Whether through the magic of cosmetics or beauty-tech, Bella is just as determined as I am to break down boundaries and play with real and virtual worlds. I look forward to sharing with you the extraordinary and magical moments that we have in store for you !”. It is in these words that the Founder, President and Creative Director of Charlotte Tilbury Beauty presented her partnership with Bella Hadid, who now becomes the new face of the House. She joins the very exclusive group of «Muses of Charlotte», composed of fashion and cinema icons : Kate Moss, Lily James, Michaela Jac Rodriguez, Jourdan Dunn and Han So Hee.

Avant-garde ICON

World-famous for her easy-to-achieve and easy-to-compose beauty looks, Charlotte Tilbury Beauty chose Bella Hadid to bring them to life. A true icon of her generation, always looking to the future thanks to her unique vision, she has become the perfect ambassador of a beauty collection for everyone. A loyal user of Charlotte Tilbury Beauty treatments and creations, Bella Hadid is aware of the power of make-up. Far from being an accessory, it allows you to give confidence, and to express your creativity and individuality.

PIONEERS of positive change

The two women have in common to have at heart to celebrate all the beauties everywhere in the world and share the same passion for the creation and the empowerment of the beauty community around the world. Their ambition is to restore confidence to everyone, everywhere. To do this, they have imagined exceptional innovations in terms of products, but also of digital beauty relayed via Charlotte Tilbury's beauty-tech platforms thanks to Bella's leadership in the digital space. The House has therefore not finished surprising and is preparing new emblematic campaigns, the creation of original content and disruptive initiatives.



FROM BALI *with Love*

Des produits 100 % VEGAN, Cruelty Free et conçus à partir d'ingrédients balinais naturels. Telle est la marque de fabrique de Coco & Eve. La Maison fondée en 2018 revendique son INDÉPENDANCE et sa PASSION pour les SOINS COCONS, formulés sans sulfates, phtalates, ni parabènes. Dans sa quête perpétuelle d'innovation, Coco & Eve met l'accent sur la R&D et lance cette année une dizaine de nouveaux produits.

Tout commence il y a cinq ans. A Bali très exactement, au cœur d'une oasis tropicale. Emily Hamilton et son mari, Alex Ostrowski séjournent dans ce paradis intact, semblable aux Jardins d'Eden. C'est à l'occasion d'une randonnée sur un volcan qu'Emily fait un doux rêve : celui de mettre en bouteille la magie de Bali avec des produits de beauté combinant science et ingrédients tropicaux.

Inégalable « LIKE A VIRGIN »

Si le concept est clair, il faudra plusieurs années aux créateurs pour tester, développer et perfectionner des formules à partir des meilleurs ingrédients de la flore balinaise. Le succès est immédiat. En 2018, Coco & Eve livre sa première innovation baptisée « Like a Virgin ». Le masque capillaire à la noix de coco connue pour ses vertus profondément hydratantes fait rapidement le tour du monde et remporte douze prix de beauté. Un premier succès qui signe l'envolée de la marque. En quatre années, la gamme capillaire « Like a Virgin » s'enrichit et compte désormais cinq produits : le shampooing, l'après-shampooing hydratant, le masque, l'élixir miracle et le gommage du cuir chevelu.

L'INNOVATION sans limites

Au fil des années, les créations s'enrichissent. Coco & Eve dévoile ainsi sa gamme d'auto-bronzants, baptisée « Sunny Honey », avec notamment la mousse bronzante, premier produit au monde à utiliser la technologie cellushape. Autre innovation, le sérum bronzant pour le visage qui donne de l'éclat grâce à la DHA 100 % naturelle. En 2023, Coco & Eve revient sur le devant de la scène avec sa gamme de soins solaires ultra performants. La crème solaire corps SPF 50+ à la texture non grasse protège la peau avec un large spectre UV. Elle procure une hydratation supplémentaire grâce à ses ingrédients : huile de coco, Aloe Vera et Vitamine E. Le gel visage Daily Water Gel ne se contente pas de protéger des UVB et UVA, il protège la peau du photo vieillissement et l'hydrate instantanément grâce à un dérivé d'acide hyaluronique.

fr.cocoandeve.com



FROM BALI *with Love*

100% vegan, Cruelty Free products made from natural Balinese ingredients. This is the trademark of Coco & Eve. The House founded in 2018 claims its independence and its passion for cocoon skincare, formulated without sulphates, phthalates or parabens. In its perpetual quest for innovation, Coco & Eve emphasizes R&D and is launching around ten new products this year.

It all started five years ago in Bali, in the heart of a tropical oasis. Emily Hamilton and her husband, Alex Ostrowski stayed in this natural paradise, similar to the Gardens of Eden. Emily had a sweet dream while hiking on a volcano : to bottle the magic of Bali with beauty products that would combine science and tropical ingredients.

Unequaled «LIKE A VIRGIN»

If the concept was clear, it would take several years for the creators to test, develop and perfect formulas from the best ingredients of the Balinese flora. The success was immediate. In 2018, Coco

& Eve offered its first innovation called «Like a Virgin». The coconut hair mask, known for its deeply moisturizing properties, quickly became famous around the world and won twelve beauty awards. A first success that marked the beginning of the brand. Within four years, «Like a Virgin» hair range has grown and now includes five products : shampoo, moisturizing conditioner, mask, miracle elixir and scalp scrub.

INNOVATION without limits

Over the years, the creations have been enriched. So, Coco & Eve shows its range of self-tanners, called «Sunny Honey», in particular the tanning mousse, the first product in the world to use cellushape technology. Another innovation is the face tanning serum which gives radiance thanks to 100% natural DHA. In 2023, Coco & Eve is back with its range of high-performance sun care products.

SPF 50+ body sunscreen with a non-greasy texture protects the skin with a broad UV spectrum. It provides additional hydration thanks to its ingredients : coconut oil, Aloe Vera and Vitamin E. The Daily Water Gel face not only protects against UVB and UVA, it also protects the skin from photoaging and instantly hydrates thanks to a derivative of hyaluronic acid.





MA'MAGNIFICA

Avec BVLGARI ALLEGRA, la Maison de Parfums s'emploie à faire rayonner l'Italie. Une collection de fragrances SOIGNÉES ET SOPHISTIQUÉES qui fleurissent bon le soleil. Son tout dernier opus, baptisé Ma'Magnifica, rend hommage à UNE MUSE du quotidien : la mamma italienne. Une femme COMPLEXE ET INDÉPENDANTE.



E

Elle est un des symboles culturels de l'Italie. La mamma italienne fascine le monde entier par sa capacité à être au cœur de la famille. Elle est la force incarnée, elle réconforte, protège et rassure sans cesse son entourage.

With BVLGARI ALLEGRA, the Fragrance House is working to promote Italy. A collection of neat and sophisticated fragrances that smell like the sun. Its latest creation, named Ma'Magnifica, pays homage to an everyday muse: the Italian mamma. A complex and independent woman who is never afraid to set out to conquer the world.

She is one of the cultural symbols of Italy. The Italian mamma fascinates the whole world with her ability to be at the heart of the family. She is strength incarnate, she constantly comforts, protects and reassures those around her.

Héroïne du quotidien

Si elle est celle sur qui l'on peut compter, elle est aussi une femme indépendante, emplit d'émotions et de contradictions. Femme pragmatique, elle développe pour ses proches une aura chaude et protectrice. Une capacité de réconfort qui l'accompagne partout où elle passe. Ancrée dans l'amour de son foyer, elle n'a pas peur de s'élancer à la conquête du monde et poursuit ses rêves, armée de son instinct unique.

Everyday heroine

If she is the one you can count on, she is also an independent woman, full of emotions and contradictions. A pragmatic woman, she develops a warm and protective aura for those close to her. A capacity for comfort that accompanies her wherever she goes. Anchored in the love of her home, she is not afraid to set out to conquer the world and pursues her dreams, armed with her unique instinct.

Éternelle icône

Une personnalité charismatique particulièrement difficile à cerner que la Maison Bvlgari s'est employée à transposer en parfum. Essence de la féminité absolue, Ma'Magnifica rend hommage à la reine des fleurs : la rose, symbole de la femme moderne qui ne sacrifie jamais son pouvoir de séduction.

Eternal icon

A charismatic personality that is particularly difficult to define and that the house Bvlgari has endeavored to transpose into perfume. An essence of absolute femininity, Ma'Magnifica pays homage to the queen of flowers : the rose, symbol of the modern woman who never sacrifices her power of seduction.

Trio de roses

Pour la composition de la nouvelle signature, le Maître-Parfumeur Jacques Cavallier a utilisé trois magnifiques essences de rose, en révélant leur beauté florale à travers une complexité épicée, boisée et fraîche. Il a ensuite accentué le côté irrésistible du jus avec l'essence de bois de santal Bulgari. En tête, la rose Bulgari reflète l'émotion d'une femme, d'une mère et d'une épouse. Le cœur velouté de la rose révèle une chaleur indescriptible, tandis que la rose turque dévoile une personnalité complexe et singulière.

Rose trio

For the composition of the new signature, master perfumer Jacques Cavallier used three magnificent essences of rose, revealing their floral beauty through a spicy, woody and fresh complexity. So he accentuated the irresistible side of the juice with Bulgari sandalwood essence. At the top, the Bulgari rose reflects the emotion of a woman, a mother and a wife. The velvety heart of the rose reveals an indescribable warmth, while the Turkish rose reveals a complex and singular personality.

Sublime objet du désir

Un sillage qui prend toute sa puissance dans son écrin façonné d'après la rose. Son élégante silhouette exprime un dialogue entre la rose et le violet d'améthyste, symbole de sérénité et d'énergie. Un flacon qui incarne les contrastes de la mamma italienne, à la fois séductrice et sportive, délicate et forte, apaisante et fouguese. A l'instar des autres créations de la collection BVLGARI ALLEGRA, Ma'Magnifica peut être rehaussée d'une Essence Magnifying afin de créer une expérience olfactive chargée d'émotions.

Sublime object of desire

A trail that takes on all its power in its case shaped after the rose. Its elegant shape expresses a dialogue between rose and amethyst violet, a symbol of serenity and energy. A bottle that embodies the contrasts of the Italian mamma, both seductive and sporty, delicate and strong, soothing and fiery. Like the other creations in the BVLGARI ALLEGRA collection, Ma'Magnifica can be enhanced with a Magnifying Essence to create an olfactory experience charged with emotions.

LE PHRASÉ « CASH » qui sonne juste

La dernière INNOVATION MAKE-UP de la Marque Yves Saint Laurent Beauté prend le joli nom de « Couture Mini Clutch ». A l'instar d'un accessoire de maroquinerie, la nouvelle palette yeux se présente comme une MINI POCHETTE SCINTILLANTE, à emporter partout avec soi. Une version TRÈS CRÉATEUR du make-up où se mêlent sophistication et bon goût. Ce nouvel objet du DÉSIR ET DE LUXE À LA FRANÇAISE est incarné par l'actrice Adèle Exarchopoulos.

The straight phrasing that sounds true.

The latest make-up innovation from Yves Saint Laurent Beauty takes the pretty name of "Couture Mini Clutch". Like a leather accessory, the new eye palette comes as a shimmering mini pouch, to take everywhere with you. A very CREATIVE version of make-up where sophistication and good taste interact. This new object of desire and French luxury is embodied by actress Adèle Exarchopoulos.

29 ans, elle compte déjà une vingtaine de films à son palmarès. Interprète hors-pair, elle impose sa patte dans le monde très fêtré du septième Art. Adèle Exarchopoulos, c'est une voix chaude, grave, une sincérité et un phrasé « cash » qui sonne juste. Icône d'une génération qui brise les codes et réinvente les règles, elle devient la nouvelle ambassadrice française d'Yves Saint Laurent Beauté.

At 29 years old, she already has shot twenty films. An outstanding performer, she imposes her style in the very exclusive world of the seventh art. Adèle Exarchopoulos has a warm, serious voice, sincerity and straight phrasing that sounds true. Icon of a generation that breaks codes and reinvents rules, she becomes the new French ambassador for Yves Saint Laurent Beauty.



Élégance et AVANT-GARDE

Avec sa beauté instinctive, son sourire généreux et désarmant, l'actrice incarne les nouvelles palettes yeux « Couture Mini Clutch » d'Yves Saint Laurent Beauté. Maître des couleurs et des associations uniques, Yves Saint Laurent Beauté s'emploie dans chacune de ses créations à briser les codes. Les nouvelles palettes yeux riment avec audace. Elles sont destinées à toutes celles et ceux qui, à l'instar d'Adèle Exarchopoulos, se jouent des normes. Objet du quotidien, les palettes ont été imaginées comme des minuscules œuvres d'art et se présentent dans un étui matelassé en cuir noir sur lequel trône la signature dorée YSL. A la fois précieuse et compacte, reconnaissable entre mille, la palette s'empote partout sans jamais s'oublier.

SE JOUER des normes

Fidèle à son savoir-faire, la marque dévoile des pigments de haute intensité pour un véritable impact de la couleur. Un effet chromatique garanti pour un make-up audacieux et élégant. Pour créer les teintes coutures de chaque palette, Tom Pecheux, Directeur International de la Beauté YSL, s'est plongé dans les lieux et les passions qui tenaient à cœur à Yves Saint Laurent. Direction Marrakech et ses bruns et beiges poussiéreux scintillant sous la lumière intense, mais aussi Paris et le bureau du créateur où le lys trône en majesté. En découlent deux palettes magnifiquement audacieuses : Palmeraie Skies (thé à la menthe, bleu ciel d'hiver, bleu Majorelle, noir d'encre) et Trocadero Nights (lumières argentées, aube dorée, coucher de soleil rose et nuits étoilées). Chaque palette contient quatre couleurs sculptantes pour les yeux qui font entrer le regard dans une autre dimension.

Elegance and AVANT-GARDE

With her instinctive beauty, her generous and disarming smile, the actress embodies the new "Couture Mini Clutch" eye palettes by Yves Saint Laurent Beauty. A master of unique colors and combinations, Yves Saint Laurent Beauty strives in each of its creations to break codes. The new eye palettes rhyme with audacity. They are intended for all those who, like Adèle Exarchopoulos, play with standards. Everyday objects, the palettes have been imagined as tiny works of art and come in a padded black leather case with the golden YSL signature on it. Both precious and compact, recognizable among a thousand, the palette can be taken everywhere without ever being forgotten.

PLAYING with standards

True to its know-how, the brand unveils high-intensity pigments for a real color impact. A guaranteed chromatic effect for a bold and elegant make-up. To create the couture shades for each palette, Tom Pecheux, YSL International Beauty Director, immersed himself in the places and passions close to Yves Saint Laurent's heart. He was inspired by Marrakech and its dusty browns and beiges shimmering under the intense light, but also Paris and the designer's office where the lily reigns supreme. The result is two beautifully bold palettes : Palmeraie Skies (mint tea, winter sky blue, Majorelle blue, inky black) and Trocadero Nights (silver lights, golden dawn, pink sunsets and starry nights). Each palette contains four sculpting colors for the eyes for a striking effect.



& DES FRUITS, DES FLEURS DES EAUX ENSOLEILLÉES

- 1/ Eau de Toilette Cutie Pear, Palazzo Nobile, 50 ml, 98 €, www.lamaisonvalmont.com
- 2/ Eau de Parfum Angel Elixir, Mugler, 25 ml, 80 €, www.mugler.fr
- 3/ Eau de Parfum Dylan Purple, Versace, 30 ml, 60 €, www.versace.com
- 4/ Eau de Toilette Muse Monoï, Nicolai, 100 ml, 165 €, www.pnicolai.com
- 5/ Eau de Parfum Belle de Niassa, Caron, 30 ml, 135 €, www.parfumscaron.com
- 6/ Eau de Parfum Paradoxe, Prada, 30 ml, 75 €, www.prada.com
- 7/ Eau de Parfum Fame Blooming Pink, Paco Rabanne, 80 ml, 139 €, www.pacorabanne.com
- 8/ Eau de Parfum Intense Yum Pistachio Gelato | 33, Kayali, 10 ml deluxe, 29 €, en exclusivité chez www.sephora.fr
- 9/ Eau de Parfum Neroli Nasimba, Maison Crivelli, 30 ml, 85 €, www.maisoncrivelli.com
- 10/ Eau de Toilette L'Eau Révée d'Hubert, Sisley, 50 ml, 87 €, www.sisley-paris.com
- 11/ Eau de Toilette Eau de Rochas Citron Soleil, Rochas, 100 ml, 81 €, www.rochas.com
- 12/ Eau de Parfum Lust For Sun, Juliette has a gun, 50 ml, 95 €, www.juliettehasagun.com
- 13/ Eau de Parfum Ambre Safrano, BDK Parfums, 100 ml, 195 €, www.bdkparfums.com
- 14/ Eau de Toilette Un Jardin à Cythère, Hermès, 100 ml, 123 €, www.hermes.com
- 15/ Eau de Parfum Fleur D'Oh, Ohtop, 100 ml, 170 €, www.ohtop.paris
- 16/ Cologne Highland Heather, Brit Collection The Highlands, Jo Malone London, 30 ml, 65 €, www.jomalone.fr
- 17/ Eau de Parfum Dioriviera, Collection Privée, 125 ml, 265 €, www.dior.com/



SOUS LA COUPOLE des Galeries Lafayette

La Maison Creed est une marque de parfums de luxe qui s'est fait un nom dans le monde entier grâce à ses fragrances uniques et de haute qualité. Fondée en 1760 à Londres, cette Maison de parfums a traversé les époques en proposant des parfums qui ont marqué leur temps. Déjà présent en France, dans de prestigieux établissements parisiens, la Maison choisit d'étendre sa présence dans la capitale et intègre le célèbre grand magasin Galeries Lafayette Paris Haussmann. Un nouvel environnement et une expérience de vente personnalisée qui complètent sa jolie liste de points de vente dont les deux boutiques indépendantes des 8ème et 7ème arrondissements ainsi que les comptoirs inscrits au Printemps et au Bon Marché Rive Gauche. De quoi ravir les parisiens de plus en plus amateurs de parfumerie fine. En constante évolution, la Maison Creed propose régulièrement de nouvelles fragrances. A l'occasion de son arrivée aux Galeries Lafayette Paris Haussmann, elle relance la collection Royal Exclusives et, avec une touche de modernité, un de ses bests des années 50. En effet, «Spring Flower» est une preuve de cette capacité à se renouveler et surprendre. Cette fragrance a été créée pour la première fois en 1951 et était portée par la célèbre actrice Audrey Hepburn. Un bel hommage dans un écrin sans pareil. Un bijou d'été pour des peaux parfumées !

SKIN APPETIZER



Omaïdo est une marque de cosmétiques nouvelle génération. Inspirée des «skin appetizer», elle propose une eau de soin fraîche et hybride conçue pour préparer la peau à une routine quotidienne. Une mise en bouche liquide, formulée à froid et préservée au frais pour une beauté pure et efficace ! Omaïdo l'a pensé comme une étape indispensable de la routine beauté d'une femme, idéale pour préparer la peau avant la pose d'un sérum ou d'une crème de jour. C'est très agréable et ultra sensoriel ! Un frisson de bien-être pour bien commencer ou finir sa journée !

Eau de soin apaisante et équilibrante
Balance [Pre+Pro] Biotics : 42,00€ - 100 ml
Disponible en pharmacies / parapharmacies et www.omaïdo.fr

BeautyRoutine

Nous rêvons tous d'avoir une peau lumineuse, douce et sublimée. La Rosée lance une gamme de 3 produits pour le corps pour exaucer ces souhaits. Un soin en trois étapes (Gommage corps nourrissant, Huile de douche lavante et Crème corps hydratante) aux senteurs de coco, de karité ou de vanille. Les formules sont légères, élaborées dans le respect de la peau de tous et avec une volonté de rendre la peau la plus belle possible, avec une grande sensation de douceur. Un moment de délicatesse à instaurer dans une routine beauté. A shopper sans tarder.

- Gommage corps nourrissant 200 gr 17,90 €**
- Huile de douche lavante 400 ml 13,90 €**
- Crème corps hydratante 200 ml 14,90 €**



To take away

Tout ce qui est petit est mimi... Impossible de savoir si l'illustre Gabrielle Chanel était adepte de cette expression populaire, mais lorsque cette pionnière de la cosmétique décide pour la première fois, en 1927, de décliner sa ligne de produits de maquillage dans des versions de petite taille, il serait malhabile de ne pas penser ingéniosité. Elle a ainsi ouvert la voie à une tendance déclinable à l'infini et, surtout, un format de voyage est en totale adéquation avec le mode de vie des femmes du 21ème siècle. Cet été, la Maison Chanel choisit de faire écho au génie de Gabrielle et puise son inspiration dans ces formats aussi pratiques que ludiques pour sa collection Les Beiges. Une sélection d'icônes en format mini pour rester radieuse à n'importe quel moment de la journée, en toutes circonstances. Une collection de produits nomades à glisser en toute discrétion dans nos sacs (à main ou pochette) et bagages. Coup de cœur pour 3 essentiels en format voyage pour rayonner tout l'été : l'huile pailletée, l'ombre (à paupières) première laque Rayon (beige ivoire métallique) et le rouge coco pink delight.

- Edition limitée Les Beiges Chanel**
- Ombre Première Laque 36€**
- Huile Illuminatrice - Format Voyage 30ml 56€**
- Rouge Coco Baume 38€**

Terraké : relié à la nature

Spécialiste des soins inspirés par les 4 éléments de la nature, Terraké dévoile ses nouveaux soins visage. Composé à minima à 96% d'ingrédients d'origine naturelle, Absolu Elixir traite les besoins spécifiques de la peau par les bienfaits de la nature. Ce nouveau rituel invite à la détente en commençant par démaquiller sa peau avec le Démaquillant Triphasé. Vient ensuite la pose d'un Masque Regard Intégral pour hydrater et revitaliser, et/ou d'un Patch Yeux Expert qui repulpe et répare. Un moment cocooning pour prendre soin de soi !

Gamme Absolu Elixir, Démaquillant Triphasé, 43€
Masque Regard Intégral, 66€
Patch Yeux Expert, 62€
Terraké, www.terrake.fr

Sublime Serge

Serge Lutens aime surprendre ! Dix ans après le lancement du parfum « la fille de Berlin » il nous livre une très lumineuse édition limitée aux accents artistiques assumés de ce best seller olfactif. Hommage à l'expressionnisme allemand et à ses formes angulaires acérées, le féminin revendique ici l'allure chic et désinvolte d'une femme aussi volontaire que détonante. C'est à la fois stupéfiant, épicé et épineux ! Un parfum qui embrase les cœurs.

La fille de Berlin édition limitée 10 ans, 50 ml, 135€

Nouvelles arrivées

CHEZ SEPHORA

New arrivals at Sephora

UPERGOOP!

QUAND PROTECTION SOLAIRE

RIME AVEC PLAISIR

SUPERGOOP!

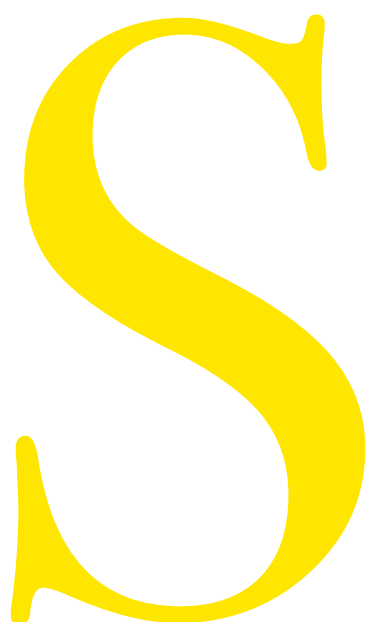
WHEN SUN PROTECTION IS PLEASURE

Voici une marque pas comme les autres.

Supergoop! est une marque cosmétique lifestyle entièrement dédiée au SPF. En matière d'indice de protection solaire, rien n'échappe donc à Supergoop! Une marque fondée par une mère de famille, anciennement institutrice qui s'est farouchement emparée du sujet de la protection solaire lorsqu'un de ses proches a été diagnostiqué d'un cancer de la peau à l'âge de 29 ans. Depuis lors, elle consacre toute son énergie à la conception de produits protecteurs et ludiques. Ses créations parviennent à réconcilier toutes celles et tous ceux qui, au quotidien, peinent à porter une protection SPF. Elle a ainsi réussi la prouesse de faire rimer protection solaire avec plaisir. A titre d'exemple, le best-seller Unseen Sunscreen est un soin quotidien dont la texture 100% invisible et légère peut être portée seule ou comme base de maquillage. Il apporte un fini naturel et velouté à la peau. Parmi les autres produits signature de la marque se trouve le (re)setting 100% mineral Powder SPF 30 qui permet d'appliquer un SPF au-dessus de son maquillage. Une poudre présentée avec son pinceau à emporter partout avec soi pour fixer les pigments, lisser et matifier l'apparence de la peau tout en se protégeant du soleil. Aussi malin qu'audacieux. Autre innovation majeure, un écran solaire hydratation et éclat, avec une protection translucide SPF 50, qui laisse la peau fraîche. Un petit stick ultra-pratique aux huiles de buriti, tamanu et pracaxi que l'on peut utiliser comme illuminateur sur le visage, le décolleté et les épaules. Une idée plus que séduisante...

Here is a brand like no other.

Supergoop! is a lifestyle cosmetics brand entirely dedicated to SPF. In terms of sun protection factor, Supergoop! is at the top. A brand founded by a mother, a former teacher who fiercely believed in sun protection when one of her relatives was diagnosed with skin cancer at the age of 29. Since then, she has devoted all her energy to the design of protective and playful products. Her creations manage to help all those who, on a daily basis, struggle to wear SPF protection. So, she has succeeded in making sun protection a pleasure. For example, the best-selling Unseen Sunscreen is a daily care product whose 100% invisible and light texture can be worn alone or as a make-up base. It brings a natural and velvety finish to the skin. Among the other signature products of the brand is the (re) setting 100% mineral Powder with an SPF 30 which allows you to apply an SPF on top of your makeup. A powder presented with its brush to take everywhere with you to fix pigments, smooth and mattify the appearance of the skin while protecting yourself from the sun. As clever as it is daring. Another major innovation is a hydration and radiance sunscreen, with translucent SPF 50 protection, which let the skin fresh. A small, ultra-practical stick with buriti, tamanu and pracaxi oils that can be used as an illuminator on the face, neckline and shoulders. A more than attractive idea...



r.e.m beauty by Ariana Grande

r.e.m beauty by Ariana Grande



Une marque make-up ultra pointue imaginée par l'artiste de renommée internationale Ariana Grande débarque enfin en Europe. En 2023, les créations aux formules infusées sont désormais disponibles chez Sephora.

On ne présente plus Ariana Grande, artiste reconnue et détentrice de nombreux grammy awards. Multitâches, l'actrice, auteure-compositrice-interprète et productrice américaine, est également à l'origine d'une marque de cosmétiques. Baptisée r.e.m Beauty, la marque conçoit exclusivement des produits vegan. Côté univers, r.e.m Beauty donne la part belle aux thématiques chères à l'artiste : la nostalgie des années 1960, l'expression de soi et la beauté classique. Résultat : un regard affirmé, une peau et des lèvres au naturel sublimé ; une beauté simple et efficace en somme, sans fioritures.

Parmi les IT de la marque, on retrouve le stick joues et lèvres deux-en-un (Eclipse Cheek & Lip,) ultra confort à la formule crémeuse pimée d'huile de graines de jojoba et d'extraits de pépins de raisins. Autre incontournable, l'Enlumineur Miss Mercury (Interstellar Highlighter Topper Miss Mercury), un highlighter léger, soyeux et crémeux à utiliser sur les joues, les yeux et le corps. Enfin, l'huile à lèvres Pickin Petals et Raspberry Drip est une petite prouesse cosmétique puisqu'elle ne colle absolument pas. Brillante, sa formule associe la texture soyeuse d'un gloss aux bienfaits d'une huile hydratante. Une parfaite mise en bouche pour l'été.

The ultra-stylish make-up brand imagined by internationally renowned artist Ariana Grande is finally arriving in Europe. In 2023, creations with infused formulas are now available at Sephora.

We no longer present Ariana Grande, recognized artist and winner of numerous grammy awards. Multitasking the American actress, singer-songwriter and producer is also behind a cosmetics brand. Called r.e.m Beauty, the brand exclusively designs vegan products. r.e.m Beauty gives pride of place to themes dear to the artist : nostalgia for the 1960s, self-expression and classic beauty. It results in an assertive gaze, naturally enhanced skin and lips; a simple and effective beauty in short, without frills.

Among the brand's ITs, we find the two-in-one cheek and lip stick (Eclipse Cheek & Lip,) ultra comfort with a creamy formula pimped with jojoba seed oil and grape seed extracts. Another must-have is Miss Mercury Interstellar Highlighter Topper, a lightweight, silky and creamy highlighter for cheeks, eyes and body. Finally, the Pickin Petals and Raspberry Drip lip oil is a small cosmetic feat since it is absolutely non-sticky. Its brilliant formula combines the silky texture of a gloss with the benefits of a moisturizing oil. A perfect beginning for the summer.





FULL REFLEX-PROTECTS

- 1/ Sun Perfect Fluide Solaire Perfecteur SPF50, Lancaster, 55 €, www.lancaster-beauty.com
- 2/ Adaptasun Eau Solaire Hydra Protectrice, Institut Esthédérme, 52 €, www.esthederme.fr
- 3/ L'Eau Solaire Protectrice Métamorphosante Sun Protect SPF50+, Garancia, 22,90 €, www.garancia-beauty.com
- 4/ Sun Secure Lait SPF50+ sans parfum, Laboratoire SVR, 23,90 €, fr.svr.com
- 5/ Brume Solaire Visage SPF50, Coola, 38 €, www.coola.com
- 6/ ShadeDrops SPF 30 Écran Solaire d'origine minérale, Summer Fridays, 39,90 €, www.sephora.fr
- 7/ Super Soin Solaire Huile d'Été Corps SPF15, Sisley, 113 €, www.sisley-paris.com
- 8/ Crème Solaire Visage Sublimatrice Monoï SPF50+, Hei Poa, 15,50 €, www.heipoa.com
- 9/ Réflexe Solaire SPF50+, Avène, 14 €, www.eau-thermale-avene.fr
- 10/ Fluide Protecteur Visage Anti-taches SPF50+, Ecran, 14,40 €, www.ecran-laboratoires-genesse.com
- 11/ Bariésun Spray Invisible SPF50+, Uriage, 18 €, www.uriage.fr
- 12/ Soleil Protect Spray Lotion Hydratante SPF30, Roc, 19,99 €, www.rocskincare.fr
- 13/ Waterlover Sun Milk Lait Solaire Eco-responsable SPF50, 40 €, Biotherm, www.biotherm.fr
- 14/ Solaire Peau Parfaite Lait Confort SPF 30, Yves Rocher, 13,99 €, www.yves-rocher.fr
- 15/ Spray Solaire Sublime SPF50, 22,50 €, Klorane, www.klorane.com
- 16/ Triple Protect SPF50+, Nivea, 12,50 €, www.nivea.fr

La Sultane de Saba
Paris

VOYAGE SUR LA ROUTE DES DÉLICES EAU DE PARFUM - FLEUR D'ORANGER



www.lasultanedesaba.com

Lucie Saint-Clair

Le Balayage Signature

The Signature Coloring

AU GRÉ DES SAISONS ET DES HUMEURS, LES COULEURS, LES COUPES ET LE COIFFAGE ÉVOLUENT. POUR OSER LE CHANGEMENT EN TOUTE SÉCURITÉ, DIRECTION LES SALONS LUCIE SAINT-CLAIR.

ACCORDING TO THE SEASONS AND MOODS, COLORS, CUTS AND HAIRSTYLES EVOLVE. TO DARE TO CHANGE IN COMPLETE SAFETY, LET'S GO TO LUCIE SAINT-CLAIR SALONS.



D

epuis ses débuts, la Maison de Coiffure Lucie Saint-Clair n'a eu de cesse de mettre en place de nouvelles techniques ultra pointues, pour le plus grand plaisir de ses clientes. Cet été, on ose donc le balayage signature qui donne à la chevelure une profondeur, un fondu et des contrastes incroyablement naturels. Cette technique, élaborée par les experts du salon, permet de donner de la douceur au visage et des reflets dorés pour un résultat retour de vacances qui se prolongera tout l'été. Au soleil, le cheveu révèle alors toute sa blondeur. Côté coupe, on opte pour un effet retour de plage grâce à une coupe légèrement dégradée et effilée au niveau du contour du visage et des pointes. Pour l'effet wavy, on utilise le Waver Recamp, fer à trois branches, disponible dans les salons Lucie Saint-Clair. Il permet d'obtenir des ondulations parfaites. Le petit plus maison : sur la base d'une raie centrale, on vaporise la brume d'eau texturizante Muroto volume Shu Umera qui est séchée tête en bas pour obtenir un beau volume. Effet waouh et naturel garanti.

Since its beginnings, the Maison de Coiffure Lucie Saint-Clair has never ceased to implement new ultra-sharp techniques, to the delight of its customers. This summer, we are therefore daring with the signature balayage that gives the hair incredibly natural depth, shade and contrast. This technique, developed by the experts of the salon, makes it possible to give softness to the face and golden reflections for a result back from vacation that will last all summer. In the sun, hair then reveals all its blondness. Concerning the cut, we choose a return to the beach effect thanks to a slightly layered and tapered cut at the contour of the face. For the wavy effect, we use the Waver Recamp, a three-pronged iron, available in Lucie Saint-Clair salons. It allows you to obtain perfect waves. A little extra is on the base of a central parting, they spray the texturizing water mist Muroto volume Shu Umera which is dried upside down to obtain a beautiful volume. Guaranteed stunning and natural effect.

Showcase a eu la chance de tester le **BALAYAGE SIGNATURE** auprès de **Tatiana et son équipe**, au Salon **Lucie Saint-Clair** 5 rue des Saussaies, 75008 Paris 01 42 66 55 01 luciesaintclair.fr/

HYDRA VÉGÉTAL

par Yves Rocher

Hydra Végétal by Yves Rocher

Depuis soixante-années, la Maison de cosmétiques made in Bretagne s'inspire du vivant pour en transposer ses bienfaits à notre peau.

For sixty years, the House of cosmetics made in Brittany has been inspired by living things to transpose its benefits to our skin.

Sans cesse en quête d'innovation, Yves Rocher renouvelle sa gamme Hydra Végétal. Pour ce faire, la maison s'est appuyée sur une plante au mécanisme d'hydratation remarquable : **L'EDULIS**. Il a fallu des années aux Chercheurs en Cosmétique Végétale du Groupe pour révéler son extraordinaire pouvoir hydratant.

La Maison a développé et breveté un procédé d'éco-extraction de la plante fraîche, 100 % naturel et sans solvant. Résultat, la gamme **Hydra Végétal** se pare désormais d'un actif essentiel : l'eau cellulaire d'Edulis qui active les mécanismes biologiques d'hydratation de la peau. Produit iconique de la gamme, le sérum hydratation non-stop 100 H a été repensé autour de cet actif exclusif et contient deux types d'acides hyaluroniques, de haut et bas poids moléculaire pour leurs actions complémentaires. Ils sont associés à l'Aloe Vera pour ses vertus ultra apaisantes. Résultat, en une seule application, le sérum assure 100 H d'hydratation en continu. Dès la première application, la peau est hydratée, fraîche et confortable. Après un mois, elle est repulpée et éclatante. En droite ligne avec ses engagements responsables, tous les packagings de la gamme sont éco-conçus et pensés pour réduire de façon drastique la production de déchets. On adore et on adhère.



Constantly in search of innovation, Yves Rocher is renewing its Hydra Végétal range. To do this, the house used a plant with a remarkable hydration mechanism : Edulis. It took years for the group's Botanical Cosmetics Researchers to reveal its extraordinary moisturizing power.

The House has developed and patented an eco-extraction process from the fresh plant, 100% natural and solvent-free. So, the Hydra Végétal range is now adorned with an essential active ingredient : Edulis cellular water, which activates the skin's biological hydration mechanisms. Iconic product of the range, the 100H non-stop hydration serum has been redesigned with this exclusive active ingredient and contains two types of hyaluronic acids, high and low molecular weight for their complementary actions. They are associated with Aloe Vera for its ultra soothing properties. As a consequence, in a single application, the serum provides 100 hours of continuous hydration. From the first application, the skin is hydrated, fresh and comfortable. After a month, it is plumped and radiant. In line with its responsible commitments, all the packaging in the range is eco-designed and designed to drastically reduce the production of waste. We love and we adopt it.



www.yves-rocher.fr/

Showcase Été 2023 63

C'EST DU SOLIDE !

It's solid !

Beauty Disrupted est une marque de produits de BEAUTÉ façonnés en CONSCIENCE qui incarne cette nouvelle GÉNÉRATION de marques ÉTHIQUES qui s'engagent à fond dans tout ce qu'elles entreprennent.

Avec sa collection de produits solides, elle nous a déjà convaincues, à la fois par le concept mais aussi par la sensorialité de ses textures et fragrances. Une démarche écoresponsable noble tant dans la recherche des ingrédients que l'harmonie des formules (des parfums uniques 100% biologiques, des produits vegan et zéro plastique). Deux ans après son lancement sur le marché européen, la marque présente un « porte-savon trio » en céramique absolument génial qui s'inscrit dans son même ADN vert. Avec son design finement pensé, il est possible de poser ses 3 références de savons préférés sans qu'ils ne s'abiment ou ne se touchent. En effet, le design a été déposé et conçu pour contenir les trois indispensables de la marque (shampooing, après-shampooing et savon corps).

Tous trois sont ainsi positionnés sur leur tranche, à la verticale. Il suffisait d'y penser ! Le petit plus ? Il est entièrement fabriqué à la main, au Portugal, dans le respect de l'artisanat local, artisan rémunéré au prix juste, chaînes de production zéro déchet.

La pièce manquante du lifestyle Beauty Disrupted !

Beauty Disrupted is a brand of consciously crafted beauty products that embodies this new generation of ethical brands that are committed to everything they do.

With its collection of solid products, it has already convinced us, both by the concept but also by the sensoriality of its textures and fragrances. A noble eco-responsible approach both in the search for ingredients and the harmony of the formulas (unique 100% organic fragrances, vegan products and zero plastic). Two years after its launch on the European market, the brand presents an absolutely brilliant ceramic "trio soap dish" corresponding to its green DNA. With its finely thought-out design, it is possible to place your 3 favorite soap references without them being damaged or touching each other. Indeed, the design has been registered and thought to contain the three essentials of the brand (shampoo, conditioner and body soap).

All three are thus positioned vertically on their edge. It was that simple ! The little plus ? It is entirely handmade, in Portugal, with respect for local craftsmanship, craftsman paid at a fair price, zero waste production chains. The missing piece of the Beauty Disrupted lifestyle !

Two years of committed "disruption"

On June 8th, 2023, on the occasion of the World Ocean Day, the cosmetics brand Beauty Disrupted chose to pay tribute to all those who have encouraged it to develop its concept of solid cosmetics. There was a second candle to celebrate with dignity thanks, in particular, to the "Ocean Magic" box, whose entire turnover will be donated to the Sea Shepherd association in France, a non-governmental organization for the defense of the oceans.

Happy Beauty Disrupted !

The TRIO soap dish and all the Beauty Disrupted products are available on beautydisrupted.com, at Printemps, at Galeries Lafayette, at La Samaritaine and at retailers selected by the brand in France and Europe.

Deux ans de « disruption » engagée

C'est le 8 juin 2023, à l'occasion de la Journée Mondiale de L'Océan, que la marque de cosmétiques Beauty Disrupted choisit de rendre hommage à toutes celles et tous ceux qui l'ont encouragée à développer son concept de cosmétiques solides. Une deuxième bougie qu'elle entend fêter dignement grâce, notamment, au coffret « Ocean Magic », dont l'intégralité du chiffre d'affaires sera reversé à l'association Sea Shepherd en France, une organisation non gouvernementale de défense des océans.

Happy Beauty Disrupted !

Le porte-savon TRIO ainsi que tous les produits Beauty Disrupted sont disponibles sur beautydisrupted.com, au Printemps, aux Galeries Lafayette, à la Samaritaine et chez les revendeurs sélectionnés par la marque en France et en Europe.

www.beautydisrupted.com/fr/



ikita

PARIS

www.ikita.fr

[f ikitabijoux](https://www.facebook.com/ikitabijoux)

[i ikitaparis](https://www.instagram.com/ikitaparis)

LA MODE

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

MAC DOUGLAS

9 Rue de Sèvres
75006 Paris



- **25%** de remise immédiate dans notre boutique
avec le code **SHOW25***

*sur présentation de la page, une photo ou du code.

Correspondance *olfacto-gustative* entre Eurofragance et le Chef Joël Castanyé

olfactory-taste Correspondence between Eurofragance and Chef Joël Castanyé

Direction l'Espagne, à Lerida, dans cet écrin à l'élégance couture baptisé La Boscana. Le temps d'une saison, les fins palais et nez affinés vont pouvoir vivre une expérience olfacto-gustative exclusive orchestrée par Eurofragance et ses parfumeurs.

Let's go to Lerida, Spain, in this elegant couture setting called La Boscana. For one season, refined palates and noses will be able to enjoy an exclusive olfactory and taste experience managed by Eurofragance and its perfumers.

C'est en effet la Maison de composition espagnole qui est à l'origine du projet. Laissant parler son amour des matières premières, son engagement vers une production durable, sélective et premium, elle a séduit le cœur du Chef qui y a vu des valeurs communes fortes.

It is indeed the Spanish composition house that is at the origin of the project. Letting its love of raw materials speak for itself, its commitment to sustainable, selective and premium production, it seduced the heart of the Chef who saw strong common values in it.

Un menu exclusif en 11 étapes

Eurofragance a réuni autour de Joël Castanyé les parfumeurs Angéline Leporini, Isabel Gil et Soizic Beaucourt et les évaluatrices Rebeca Cernadas et Consuelo Perez. Ces 6 talents se sont prêtés au jeu de l'exploration de leur métier respectif pour créer et harmoniser un menu en 11 étapes. C'est à l'issue d'un travail de réflexion de plusieurs semaines que cette collaboration a donné l'impulsion à de nouvelles idées créatives et abouti à la création exclusive de parfums et plats uniques.

Illustrer autrement le talent des parfumeurs

Ensemble, ils illustrent les puissantes synergies que présentent les secteurs de la parfumerie et de la gastronomie en privilégiant le détail, tant au niveau de la technique que de la présentation. Ensemble, ils sillonnent les contours de la Haute Gastronomie

et de la Haute Parfumerie, créent une rencontre des sens et donnent naissance à un menu « créateurs » composé de quatre entrées, quatre plats et trois desserts. Les mets présentés sont principalement dégustés sous forme de tapas.

Une mise en bouche subtile pour les clients et futurs clients de l'entreprise espagnole (avec une collection de parfums choisis rattachée à l'expérience) et, pour les fins gourmets en quête d'expériences nouvelles, l'occasion parfaite d'illustrer le talent et l'ingéniosité du Chef. Car, des ingrédients aux produits finis, le fruit de cette rencontre se vit, à la demande, au sein du restaurant La Boscana.

Avec ce projet, Eurofragance appuie une nouvelle fois sa volonté d'explorer l'univers de la parfumerie de manière toujours plus novatrice. Un bel exemple pour les marques en quête d'idées nouvelles pour se démarquer autant en Fine Fragrance, Home care et Body care !



An exclusive 11-step menu

Eurofragance brought together with Joël Castanyé the perfumers Angéline Leporini, Isabel Gil and Soizic Beaucourt and the evaluators Rebeca Cernadas and Consuelo Perez. These 6 talents played the game of exploring their respective professions to create and harmonize a menu in 11 steps. It was after several weeks of reflection that this collaboration gave impetus to new creative ideas and resulted in the exclusive creation of unique flavors and dishes.

Illustrate the talent of perfumers in a different way

Together, they illustrate the powerful synergies between the perfumery and gastronomy sectors by focusing on detail, both in technique and presentation. Together, they studied Haute Gastronomie and Fine Perfumery, created an encounter of the senses and gave birth to a "designer" menu composed of four starters, four main courses and three desserts. The dishes presented are mainly tasted like tapas.

A subtle appetizer for customers and future customers of the Spanish company (with a collection of applied perfumes linked to the experience) and, for high gourmets looking for new experiences, the perfect opportunity to illustrate the Chef's talent and ingenuity. From the ingredients to the finished products, this encounter can be experienced, on demand, in the La Boscana restaurant.

With this project, Eurofragance once again reinforces its desire to explore the world of perfumery in an ever more innovative way. A good example for brands looking for new ideas to stand out as much in Fine Fragrance, Home care and Body care !





Lovely Day, Lovely Jewellery

Cette jolie marque de bijoux mixant pierres semi-précieuses, laque, acétate... dévoile sa nouvelle collection : « 7 Chemins ». S'inspirant des jardins japonais et de leur environnement apaisant et épanouissant, chaque bijou reprend le ratissage méticuleux des moines, métaphores de la vie et miroirs de l'âme. Une collection conçue et réalisée en France avec une grande attention portée à la qualité de fabrication.

Collection « 7 Chemins », le sautoir 293 €
Lovely Day, www.lovelydaybijoux.com

Une histoire de PLAGE...

Personnalité emblématique des années 50 à 70, Brigitte Bardot a su incarner une féminité et une sensualité positive, authentique et audacieuse.

La marque éponyme propose des collections reflétant sa personnalité, conçues en partenariat avec des fabricants sélectionnés pour leur savoir-faire et leurs valeurs. Pour cette saison, la marque a développé une gamme de maillots de bain chics et élégants, aux motifs iconiques tels que le Vichy, les fleurs esprit «Liberty» ou encore les pois.

Coup de cœur de la rédactrice, la ligne Citronnade, qui mettra en valeur les corps bronzés par le soleil de l'été !

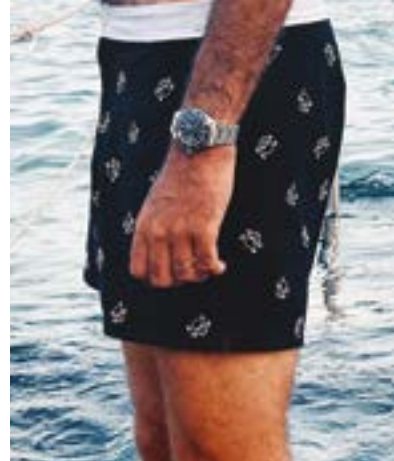


Modèle Citronnade, Culotte 19 €
Triangle 30 € Brassière 32,50 €
Brigitte Bardot, www.brigitte-bardot.fr

UN ESSENTIEL de la saison

Idéal à porter à la mi-saison, le Hoody Fleece Vest est un sweat sans manches en coton-polyester de haute qualité, offrant un confort optimal grâce à sa capuche polaire et sa doublure intérieure. Complément parfait à une tenue, ce vêtement original offre protection et fraîcheur, s'adaptant facilement à chaque look !

Hoody Fleece Vest Blast kaki, 94,90 €
Dolomite, www.dolomite.it



ELÉGANT en maillot de bain

Caulaincourt et Abensia, deux spécialistes de la personnalisation, se sont lancés dans un nouveau défi : créer une collection de maillots de bain sur-mesure plus « habillés » que la moyenne. Des shorts de bain chics et élégants, à la fois confortables et d'une ergonomie totale. Trois modèles sont proposés, le Skull, le Tribute et le Seersucker, chacun reprenant des éléments iconiques de la Maison Caulaincourt. La personnalisation est au cœur de cette collaboration : le choix des mesures et la couleur de chaque élément se font à la demande du futur client.

Caulaincourt x Abensia, 159 € prix unique quelles que soient les spécifications demandées, www.caulaincourt.paris



L'alliance de l'originalité et de l'artisanat

Connue pour son positionnement original dans le prêt-à-porter «créateur» et ses techniques artisanales de traitement des tissus, Cotélac ne cesse de créer des pièces innovantes et raffinées. Les ateliers Cotélac sont enracinés en France et travaillent minutieusement pour créer des collections exclusives à chaque saison. Dernière née de la marque, la capsule Bouillonné est un exemple de cette expertise. Utilisant une technique de couture spéciale, celle-ci crée des plis irréguliers, appelés bouillonnés, et apporte des textures intéressantes. 5 coloris, du noir traditionnel au jaune tournesol en passant par le rouge cerise, des pièces intemporelles et confortables, à porter en total look ou à associer entre elles !

Capsule Bouillonné, Débardeur Jaune, 295 €
Pantalon Large Jaune, 175 €
Cotélac, www.cotelac.fr

CALIFORNIA Vibes

Inspirée par les tendances californiennes, Marlone propose des modèles et des matières originales et portables en toutes circonstances. Si l'inspiration vient de Palm Springs, les montures bénéficient de la certification « Origine France Garantie ». La marque s'attache à pérenniser un savoir-faire des fabricants français, garants de haute qualité. Une manière de consommer responsable, tout en affirmant sa personnalité !

Marlone, www.marlone-eyewear.com

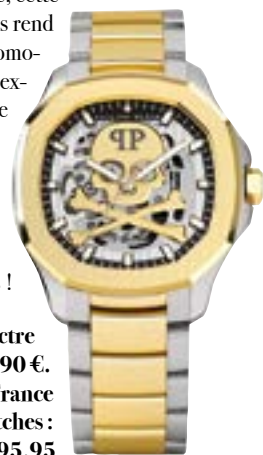


Une ode aux INTRÉPIDES audacieux.

Le créateur Philipp Plein et l'icône de la Formule 1, Eddie Jordan, ont uni leurs forces pour créer une collection de montres de luxe baptisée « Skeleton Spectre ». Cette ligne reprend les codes caractéristiques de la Maison Philipp Plein : savoir-faire emblématique, richesse des détails, qualité raffinée.

Fabriquée en Italie, cette collection de garde-temps rend hommage à l'esthétique automobile, offrant une nouvelle expression du luxe où la vitesse est la clé et le temps est sans limite. A ceux qui aiment prendre des risques et vivre pleinement leur vie : les Skeleton Spectre ont été créés pour vous !

Skeleton Spectre dorée et acier, 790 €.
Contact lecteurs France
Philipp Plein Watches :
01.48.13.95.95



Les couleurs DE LA PROVENCE

The colors of Provence

C'est à Tarascon dans le Sud de la France que naît la Maison Souleiado. HÉRITIÈRE D'UN SAVOIR-FAIRE deux fois centenaire, l'entreprise se distingue par sa maîtrise des couleurs et ses IMPRIMÉS SINGULIERS. Un style provençal affirmé qui, depuis des décennies, ILLUMINE la garde-robe d'hommes et de femmes du monde entier, au travers de pièces qui fleurent bon LE SOLÉIL.

E

n provençal, Souleiado désigne ce moment si particulier où le soleil perce les nuages après la pluie. Une marque imaginée à partir d'un rayon de soleil à destination de toutes celles et ceux qui souhaitent

égayer leurs tenues et leur intérieur. Un style intemporel qui puise son inspiration dans le patrimoine provençal.

Savoir-faire CENTENAIRE

Tout commence au XVIème siècle, date à laquelle le port de Marseille accueille les premiers tissus en provenance d'Inde. S'en suivront ensuite les villes d'Arles, de Nîmes et d'Avignon qui très vite se spécialisent dans la teinte de toiles. Si, au cours du XIXème siècle, la naissance de l'industrie textile dans le Nord de la France vient challenger les acteurs historiques du Sud de la France, à Tarascon une usine résiste. Il s'agit de Souleiado qui s'emploie toujours à créer des toiles indiennes aux couleurs provençales. Les succès s'enchaînent et les clients affluent du monde entier. Souleiado accessoirise ainsi la French Riviera et s'exporte en Italie puis à New York.

LE RÉVEIL de la Belle endormie

En 2009, Daniel et Stéphane Richard font l'acquisition de Souleiado avec une ambition forte : donner à voir au monde entier l'éternelle modernité de la Provence en s'appuyant sur le savoir-faire de la Maison. Fidèle à son ADN, chaque nouvelle création est un hommage à la Provence. Des couleurs lumineuses et joyeuses qui ensoleillent le quotidien.

Iconique ADIANA

Au-delà des créations nouvelles, les dirigeants de la Maison n'ont oublié pas pour autant les grands classiques. Le sac Adiana reste à ce jour l'un des plus beaux succès de la marque. Né dans les années 80, il conquiert rapidement le cœur des plus grandes femmes du monde, à l'instar de la Princesse Diana qui l'adopte immédiatement. En 2023, Adiana reste à ce jour inégalé. Composé à 100 % de coton matelassé et vêtu d'un imprimé « pompadour » avec pour galon le motif « petite rose », il porte haut les couleurs du Sud.

www.souleiado.com/fr/



Souleiado House was born in Tarascon in the South of France. Heir to a two-hundred-year-old know-how, the company is distinguished by its mastery of colors and its unique prints. An assertive Provençal style which has lighted up the wardrobes of men and women around the world for decades, through sunny pieces.

In Provençal, Souleiado designates this very special moment when the sun breaks through the clouds after the rain. A brand imagined from a ray of sunshine for all those who wish to brighten up their outfits and their interior. A timeless style that draws its inspiration from the heritage of Provence.

CENTENARY know-how

It all started in the 16th century, when Marseille harbour received the first fabrics from India. The cities of Arles, Nîmes and Avignon followed, which very quickly specialized in the tinting of fabrics. If, during the 19th century, the birth of the textile industry in the north of France came to challenge the historical actors of the South of France, in Tarascon a factory resisted. This is Souleiado which has always striven to create Indian canvases in Provençal colors. Successes followed one another and customers came from all over the world. So, Souleiado accessorized the French Riviera and exported to Italy and then to New York.

Sleeping Beauty AWAKENED

In 2009, Daniel et Stéphane Richard bought Souleiado with a strong ambition : to show the world the eternal modernity of Provence by relying on the know-how of the house. True to its DNA, each new creation was a tribute to Provence. Bright and joyful colors that brighten up everyday life.

Iconic ADIANA

Beyond the new creations, the leaders of the house do not forget the great classics. Adiana bag remains to this day one of the brand's greatest successes. Born in the 80s, it quickly conquered the hearts of the greatest women in the world, like Princess Diana who immediately adopted it. In 2023, Adiana remains unmatched to this day. Composed of 100% cotton, quilted and dressed in a "pompadour" print with the "petite rose" pattern braid, it proudly wears the colors of the South.



Filles en espadrilles

Par Juliette Flagecollet



Indispensable OBJET DU DÉSIR

Essential items of desire

Si le digital a envahi nos vies, pas question pour autant de rogner sur le look. La Coque Française l'a bien compris et s'emploie à proposer des accessoires de téléphone à la fois mode et pratiques.

Aussi esthétique qu'utile, tel est le crédo de la Coque Française.

Le Smartphone ayant pris un rôle essentiel dans nos vies modernes et connectées, la marque s'emploie à proposer des créations qui s'inspirent des dernières tendances mode, art et design. Depuis la coque aux cordons, sans oublier les anneaux, La Coque Française conçoit depuis douze ans des accessoires pour smartphones. Au fil des collections, l'offre s'est enrichie avec des cordons imaginés comme des bijoux à porter en collier ou en bandoulière. Un accessoire ultra looké qu'il est possible d'accorder à son look et à son humeur et particulièrement pratique, puisqu'il permet de retrouver le smartphone dans un sac en un simple regard.

LA COQUE FRANÇAISE X ARIZONA LOVE

Et comme la Coque Française est sans cesse à l'affût de tendances phares, la Maison vient de s'associer à la marque Arizona Love pour une collab toute en couleurs. Une collection capsule de trois chaînes et de trois coques aux allures hippiques chics et aux inspirations nomades. Un voyage entre les terres arides de l'ouest américain et les sunsets californiens à placer entre toutes les mains des amoureux de grands espaces.

If the digital has invaded our lives, there is no question of changing our look. La Coque Française has understood this and strives to offer phone accessories that are both fashionable and practical.

As aesthetic as it is useful, this is La Coque Française's motto.

Smartphones have taken an essential role in our modern and connected lives so the brand strives to offer creations that are inspired by the latest trends in fashion, art and design. From the case to the cords, without forgetting the rings, La Coque Française has been designing accessories for smartphones for twelve years. Over the collections, the offer has been enriched with cords imagined as jewelry to be worn as a necklace or over the shoulder. An ultra-stylish accessory that can be matched to your look and your mood and particularly practical, since it allows you to find your smartphone in your bag easily.

LA COQUE FRANÇAISE X ARIZONA LOVE

As La Coque Française is constantly on the search for key trends, the House has just teamed up with Arizona Love brand for a colorful collaboration. A capsule collection of three chains and three cases with chic hippie looks and nomadic inspirations. A journey between the arid lands of the American West and the Californian sunsets to place in all the hands of wide open spaces lovers.

1) Espadrilles en daim, **JB Martin**, 129 €. 2) Sandales espadrilles compensées à nouer, **Boohoo**, 28,80 €. 3) Ballerines Fortune en jacquard monogramme, **Balzac Paris**, 120 €. 4) Espadrilles mules écu marine 100% coton, **Saint James**, 49 €. 5) Espadrilles Valenciennes en toile de chanvre recyclée avec logo en tissu éponge, **Forte Forte**, 195 €. 6) Espadrilles Carina multicolore, **Castaner**, 165 €. 7) Espadrilles Kamali en raphia, **Castaner**, 150 €. 8) Espadrilles Menton jaune, **Chausse Mouton**, 50,90 €. 9) Espadrilles Dulce écu, **Georgia Rose sur sarenza.com**, 69 €. 10) Sandales compensées nouées Céline kaki pastel, **Vanessa Wu**, 65 €. 11) Espadrilles en coton et polyester, **Girafon bleu X Payote**, 39,90 €. 12) Espadrilles avec passementerie, **Elisabetta Franchi**, 628 €. 13) Espadrille tropicale Audrey, **Payote**, 39,90 €. 14) Espadrilles compensées caramel Venuse, **Maison123**, 119 €. 15) Espadrilles ouvertes nude, **Isotoner**, 26,99 €.

www.la coquinefrancaise.com/

QUAND LE RECYCLAGE DEVIENT UNE ŒUVRE D'ART



Le jeune designer néerlandais Kees Dekkers et la marque italienne Colmar ont uni leurs forces pour créer un projet innovant qui marque l'année du centenaire de la marque de vêtements de sport. Cela donne lieu à **Colmar Again**, un manifeste contre le gaspillage et pour une optimisation accrue de la circularité de la chaîne de production. Le projet consiste à utiliser les vêtements jetés ou défectueux de Colmar, ainsi que leurs composants pour créer une chaise-conteneur. Baptisée No Waste Chair, cette chaise, fabriquée en plexiglas transparent recyclé, se veut frappante visuellement : le contenu est visible et concret. La prise de conscience est immédiate face au gaspillage de textiles. En donnant une seconde chance à ces matériaux, Colmar Again veut sensibiliser à l'importance de la durabilité environnementale et de la réutilisation des matériaux.

Lors du Salone del Mobile, 20 chaises, toutes remplies différemment et donc uniques, ont été exposées dans le magasin de la Piazza Gae Aulenti à Milan, ensuite, photographiées dans différents lieux particuliers par le photographe Paolo Belletti. Un beau projet qui démontre que l'art et les entreprises peuvent collaborer main dans la main afin de donner un sens à un recyclage créatif.

#nowastechaircolmaragain, www.colmar.com, www.nowastechair.com

Le Raphia : l'été dans un sac !



Le Tanneur célèbre son amour pour les belles matières et la maroquinerie créative avec sa nouvelle capsule Le Raphia. Composée de cinq cabas contemporains mêlant habilement raphia et cuir, cette collection estivale se présente comme un véritable hommage à la qualité et à l'expertise de la Maison de maroquinerie. Pratiques et élégants, les cabas bénéficient de renforts en cuir tannage semi-végétal, qui leur confèrent à la fois rigidité et délicatesse. Cette ligne estivale joue ici avec l'aspect particulier du raphia, matière noble et souple dont la couleur fait écho aux teintes naturelles de la collection PE23. Cinq teintes douces et lumineuses, Céleste, Ambre, Jade, Carmine et Acajou accompagneront les amateurs de maroquinerie à la recherche de pièces uniques et intemporelles.

Le Raphia, 399 €. Le Tanneur. Sur le site letanneur.com ou en boutique.

Summer SELF LOVE

Chaque saison, Janine Robin met au cœur de ses collections le corps de la femme. Chacune étant différente, la Maison bordelaise œuvre afin que toutes puissent se sentir belles et à l'aise en maillot de bain. Chaque année, de nouvelles formes sont proposées, les modèles plus anciens sont constamment ajustés pour que chaque femme trouve son maillot de bain idéal. En fonction des morphologies, Janine Robin propose de nombreux modèles galbant (Grace), affinant (Addict) ou sculptant (Lavezzi), qui savent mettre en valeur la silhouette. Un parfait mélange de maintien et confort, sans en oublier la qualité !



Maillot de bain Grace, 189 €. Janine Robin, www.janinerobin.com

Mes BEAUX lacets



Sliwils a pour ambition d'apporter une touche de peps au quotidien ! Cette dynamique marque espagnole conçoit des lacets funs et colorés afin de remplacer les modèles plus ternes qui accompagnent les chaussures. Leur technologie faite de fibres torsadées leur apporte résistance et élasticité. Finis par une petite borne métallique, les lacets Sliwils sont disponibles dans de multiples motifs décalés et tendance. Pour cet été, la Tropical Collection fera fureur avec ses imprimés kiwi et pastèque ; la Savage Collection lacera les chaussures des plus aventuriers avec ses motifs rayés zèbre et tachetés léopard ; les amateurs et amatrices de fleurs succomberont pour la Fresh Collection ! Pour les modèles unis, la fantaisie est de mise : tendance néon ou option brillant ? Place à l'originalité avec une dose de non-conformité !

Sliwils, www.sliwils.com



QUAND LA CHANCE RIME AVEC ÉLÉGANCE

Citron vert, bleu roi, orange vitaminé, baby rose : ces incontournables couleurs de l'été 2023 sont maintenant disponibles pour les bracelets Trèfle de Sila Paris. Entièrement personnalisable grâce aux 3 coloris de métal pour le trèfle et aux 24 couleurs de cordons disponibles, cet accessoire est parfait pour habiller élégamment le poignet tout en portant chance. Les cordons de ces bijoux sont également compatibles avec les montres Sila Paris, ce qui offre de nouvelles possibilités de les associer !

Bracelet Trèfle, 30 € le trèfle et 30 € le bracelet Sila Paris, www.sila-paris.com



Des HISTOIRES à même la PEAU

Stories on the skin

Depuis 25 ans, la Maison Petrusse s'emploie à mettre du BEAU dans notre QUOTIDIEN. Ses étoles pensées sont autant de PIÈCES SINGULIÈRES qui font la part belle à l'Art et à la Création.

For 25 years, Petrusse House has been working to bring beauty to our daily lives. Its designed stoles are so many unique pieces that give pride of place to Art and creation.

C'est en 1997 que naissent les premières créations de la Maison Petrusse. Des étoles inspirées des cachemires indiens aux couleurs chatoyantes et aux motifs variés. Ces textiles d'une infinie finesse sont à l'origine de la marque dont l'ambition affichée est de concevoir chaque pièce comme une œuvre d'art. La Maison ose les imprimés graphiques, les motifs puissants et les présentations fortes et noue des partenariats avec des organisations du patrimoine à l'instar de la Réunion des Musées Nationaux ou encore de l'Orchestre National de Bordeaux. Au fil des années, la Maison trace son chemin et imagine des pièces toujours plus colorées.

Créations RESPONSABLES

En 2010, est lancée la première collection dédiée aux hommes. En 2019, Florence Lafragette prend la tête de la Maison. Passionnée, elle s'emploie à engager la marque dans des créations responsables : les circuits de fabrication sont revisités ; la soie, le lin et le coton made in France font leur apparition dans les collections de la Maison, tout comme le cupro, nouvelle fibre éthique et vegan.

RESPONSIBLE Creations

In 2010, the first collection dedicated to men was launched. In 2019, Florence Lafragette took over as head of the house. Passionate, she got involved to place the brand in responsible creations : the manufacturing processes are rethought ; silk, linen and cotton made in France were introduced in the house's collections, as is cupro, the new ethical and vegan fiber.

Storyfeeling

En 2023, la Maison Petrusse continue d'apposer sa patte dans le monde de la création. La collection printemps/été est baptisée Storyfeeling. Entièrement imaginée par Florence Lafragette, elle rend hommage à la nature qui entoure les ateliers de la Maison, situés dans le Château Mauriac, au cœur du vignoble de Bordeaux. Cette année est également marquée par le lancement de la Petrusse Art Gallery, un espace dédié à l'exposition et à la vente de pièces uniques certifiées et d'étoles de collections iconiques en série limitée. Ces réalisations exceptionnelles sont authentifiées, signées Petrusse et encadrées sur châssis. Il est également possible d'acquiescer certaines pièces au format non encadré, à porter en foulard avec une vraie garantie de série limitée. www.petrusse.com/

Storyfeeling

In 2023, Petrusse House continues to get noticed in the world of design. The spring summer collection is called Storyfeeling. Entirely designed by Florence Lafragette, it pays homage to the nature that surrounds the house's workshops, located in the Château Mauriac, in the heart of Bordeaux vineyards.

This year is also marked by the launch of Petrusse Art Gallery, a space dedicated to the exhibition and sale of certified unique pieces and stoles from iconic collections in limited series. Unique and certified pieces signed Petrusse on a frame. It is also possible to buy some unframed pieces, to be worn as a scarf with a real limited series guarantee.



VAMOS à la PLAYA!

Par Juliette Flageolet



1) Chapeau beige Hector Eliad, **Banana Moon**, 46 € / Solaires Glossy Ivory, **Izipizi**, 40 € / Maillot de bain deux pièces latitude 40 soleil, **Re.Sea**, 190 € / Cabas de plage en toile naturelle et cuir, **Saint James**, 99 €. 2) Chapeau orange Aeris Heston, **Banana Moon**, 36 € / Solaires orange Icon, **Selima Optique**, 380 € / Maillot de bain une pièce Snap Sunrib, **Banana Moon**, 75 € / Sac cabas en nylon imprimé, **Parfois**, 49,99 €. 3) Bob en raphia kaki Leo, **Sans Arcidet**, 125 € / Haut de Maillot Stein Square, **Dos Gardenias**, 56,95 € Bas de Maillot Granny, **Dos Gardenias**, 91,95 € / Solaires Beyond Cosmic polarisant or vert, **Acutis**, 150 € / Sac à main, **Caroline Biss**, 170 €. 4) Chapeau cloche écru en raphia Fany, **Sans Arcidet**, 115 € / Solaires Iconik Village, **Acutis**, 130 € / Haut de bikini Tie&Dye, **Superdry**, 34,99 € Bas de bikini Tie&Dye, **Superdry**, 29,99 € / Pochette en raphia, **Camalya**, 70 €. 5) Bob en lin blanc, **Anthony Peto**, 140 € / Solaires beige Beatriz, **Alain Afflelou**, 29 € / Haut de Maillot Glow It Up avec armatures ivoire doré, **Sans Complexe**, 43 € Bas de Maillot écranché Glow It Up ivoire doré, **Sans Complexe**, 24,50 € / Sac à main blanc en raphia, **Elleme à l'espace The Box en exclusivité au Printemps**, 390 €.



1) Chapeau Icône en paille Cowboy, **Fossettes Paris**, 95 € / Solaires Jonquille, **Atol**, 79,90 € / Body noir en jersey brillant, **Forte Forte**, 195 € / Pochette Be a Jane, **Fossettes Paris**, 30 €. 2) Chapeau en raphia Gata, **Sans Arcidet**, 155 € / Solaires Faya, **Afflelou**, 29 € / Maillot de bain une pièce Amelia, **Canopea**, 110 € / Panier, **Souleiado**, 189 €. 3) Solaires monture carrée, **Parfois**, 15,99 € / Panama classique avec ruban bleu, **Anthony Peto**, 180 € / Maillot de bain une pièce ciel Sumatra, **Verdelimon**, 222 € / Basket bag Buddy Blue, **Marie Martens** 275 €. 4) Chapeau feutre, **La Cerise sur le Chapeau**, 230 € / Solaires Minorque, **Lafont**, 275 € / Maillot de bain une pièce violet Le Plongeur, **Anja Paris**, 120 € / Panier Sonali Multico en résine effet osier, **Feeka**, 60 €. 5) Casquette en cuir, **Mac Douglas**, 390 € / Solaires rose Triana, **Afflelou**, 29 € / Maillot de bain deux pièces malabar Justin&Naida Scrunchy, **Banana Moon**, Haut 47 € Bas 35 € / Cabas rose Ani Lohan, **Banana Moon**, 72 €.

A l'heure des fleurs

Par Juliette Flageollet



- 1) Boucles d'oreilles clips pivoine rose, **Les Néréides**, 220 €. 2) Chouchou fleuri pastel Delphine, **Scrunchie is Back**, 18 €. 3) Bob en popeline de coton imprimé fleuri, **Fecka accessoires**, 40 €. 4) Chemise en coton, **8 by yoox**, 49 €. 5) Robe longue imprimé floral Briaga, **La Petite Etoile**, 89 €.
- 6) Robe en coton Debo, **Laurence Bras**, 350 €. 7) Veste de tailleur en velours de jacquard floral 650 €. Pantalon en velours de jacquard floral 395 €, **Paul&Joe**.
- 8) Robe asymétrique fluide en viscose, **Comptoir des Cotonniers**, 145 €. 9) Chaussettes Les Florales, **Maison Broussaud**, 16 €.
- 10) Jupe en jacquard à dessin fleuri, **Natan**, 470 €. 11) Etote Ibiza 100% mousseline de soie, **Malfroy**, 148 €. 12) Veste matelassée Orlan, **Marie Sixtine en exclusivité au Printemps**, 150 €. 13) Combinaison Camus avec ceinture amovible en soie imprimé immortelles, **Fête Impériale**, 650 €.
- 14) Short en coton à ponts Maeva, **Saint James**, 109 €. 15) Sac Contemporain en polyester recyclé, **Balzac Paris**, 65 €.

SOCO IS BACK !

Trois jeunes entrepreneuses ont décidé, en 2020, de relancer cette illustre maison de maroquinerie. Depuis, leurs collections suivent un processus engagé et artisanal avec des cuirs italiens pour une qualité durable dans le temps et une production responsable avec une fabrication au Portugal. Soco est à l'image des femmes d'aujourd'hui : actives du matin jusqu'au soir (les sacs sont baptisés 08h30, 18h00 ou encore 00h10), indépendantes et uniques, tout comme leur sac qui est numéroté. Une belle renaissance conduisant vers un succès évident.

Soco, www.soco.fr



MARCHÉ COMMUN



À l'image d'une vraie boutique physique, Marché Commun regorge de pépites à découvrir. Sur cet e-shop sont sélectionnés avec soin vêtements, accessoires, soins et objets éco-responsables conçus et fabriqués en France et en Europe. Les matières naturelles, recyclées ou upcyclées sont privilégiées, les emballages sont réduits. L'humain étant au cœur de Marché Commun, la plupart des marques sont labellisées et ne travaillent qu'avec des manufactures certifiées à taille humaine qui veillent au respect des conditions de travail tout au long de la chaîne de production et de distribution. Une manière d'aiguiller le consommateur à effectuer des achats éclairés, pour consommer moins mais mieux.

Marché Commun, www.marche-commun.com

Un été glamour et SENSUEL

C'est en 2020 que Nathalie crée BO&BLU : une marque proposant des maillots de bain réversibles pour les femmes en quête de confort, de qualité et de style. Le concept original et astucieux permet de changer de look en un clin d'œil grâce à des combinaisons de deux coloris - uni et imprimé - pour chaque maillot.

Les formes sont intemporelles, maillots 1 pièce et bikinis, et sont associées à de subtils mélanges de textures, nuances et couleurs. Pour l'été 2023, BO&BLU propose de nouveaux imprimés exclusifs, aux accents à la fois vintage et ethniques, inspirés des années 70. Plutôt rayures ou imprimés fleuris ? Du côté des unis, le corail, le cuivré et le blanc font écho à l'été. Tous les bikinis sont réversibles et peuvent se porter nuque ou croisé dos.

BO&BLU
www.boanbluswimwear.com



JACK GOMME: Simplicité, praticité et éthique

Fondée en 1985 par Paul Droulers et Sophie Rénier, Jack Gomme naît de la volonté de ses créateurs de proposer des sacs et accessoires simples, pratiques, légers et abordables.

Presque 40 ans plus tard, la marque ne cesse de se moderniser mais reste ancrée dans la réalité urbaine, en proposant des produits d'une qualité irréprochable. L'humour, l'originalité et l'avant-gardisme sont des traits distinctifs des collections, tout comme le minimalisme, la légèreté et le pragmatisme urbain : Jack Gomme s'engage à conceptualiser des sacs et des accessoires légers, au design simple, aux couleurs joyeuses et aux matières solides pour le quotidien. Ils sont conçus pour s'adapter aux habitudes et attitudes évolutives du public urbain, tout en étant solides et bien finis. La marque se distingue également par son approche ultra-locale, avec 100% des produits développés à Paris et 97% des sacs fabriqués en France. Amoureux des océans et de la nature, il est indispensable pour Paul Droulers et Sophie Rénier que Jack Gomme s'investisse pleinement dans la préservation de l'environnement. Les matières sont soigneusement sélectionnées en privilégiant les certifications écoresponsables. Ligne phare de la Maison, Light est depuis 2021 100% vegan et n'utilise que des matériaux recyclés.



Véritable réussite pour Jack Gomme, Light traverse les modes et les générations et fête cette année ses 15 ans ! Créée à partir d'une toile enduite japonaise qui présente des caractéristiques exceptionnelles : résistance, imperméabilité et légèreté, sa fabrication nécessite très peu d'eau, soulignant ainsi l'engagement de la marque envers la planète. Incarnant un style décontracté et urbain, la gamme célèbre le confort et la praticité, offrant une liberté absolue à leurs utilisateurs. Mini besace, sac à dos, sac de voyage, cabas, banane et même sac de sport, coloris métallique ou uni, noir classique ou jaune citron, la ligne Light est faite pour tous et toutes, sans aucune distinction ! Et pour célébrer ses 15 ans, la ligne Light s'offre une capsule exclusive. Elle présente une couleur nacre spécialement développée pour Jack Gomme, combinée à une technique de perforation unique et contemporaine. Six modèles iconiques, reflétant l'identité de la marque, ont été revisités pour cette occasion spéciale, offrant ainsi une édition limitée aux adeptes de la légèreté et du style Jack Gomme !

Jack Gomme, www.jackgomme.com



FLORE BEIGE

Par Juliette Flageollet



1) Boucles d'oreilles en plaqué or double Emiko Yoko, **Nuée Paris**, 119 €. 2) Jupe courte à volants, **Sandro**, 175 €. 3) Montre Sport Classic pour femme boîtier en acier inoxydable et or jaune 18 carats avec 47 diamants, **Ebel**, 4 900 €. 4) Jupe en maille plissée ajourée, **Molli**, 390 €. 5) Chouchou lin naturel Letizia, **Scrunchie is Back**, 18 €. 6) Jupe en twill de coton stretch, **Natan**, 525 €. 7) Sac Kelly en cuir Togo étoupe et garniture en métal palladium, **Hermès sur Collector Square**, 11 550 €. 8) Slippers pointus en daim et sable Isidore, **Chatelles**, 310 €. 9) Trench Varna en twill de coton, **Caroll**, 188,38 €. 10) Pull lin tricot, **Princesse Tam Tam**, 79 €. 11) Sneakers basses cuir naturel, **1083**, 139 €. 12) Short en coton James, **Love Stories au Bon Marché Rive Gauche**, 60 €. 13) Pantalon citadin Bootcut en coton, **Caroline Biss**, 175 €. 14) Débardeur côtelé, **Esprit**, 49,99 €. 15) Robe en coton Galatee, **Maison 123**, 129 €.



Bienvenue au pays des rêves

Conçu pour offrir des nuits douces et confortables, **Homewear Dodo®** propose une catégorie de produits spéciale : les pyjamas. Des créations adaptées à la saison où shorts et débardeurs côtoient pantacourts et tee-shirts. Des matières douces et légères, de jolis imprimés et des formes élégantes pour rendre les femmes chic, y compris en tenue de nuit !

Pyjama corsaire Casa Jersey. A partir de 29,90€
Homewear Dodo, www.dodo.fr/homewear-dodo

Camille Fournet Paris : Un héritage d'excellence, de savoir-faire et d'élégance

Camille Fournet Paris est une marque emblématique de la maroquinerie française, aux convictions éclairées. Elle fait partie de celles qui dépoussièrent le métier tout en conservant la noblesse d'un savoir-faire unique. Elle propose une ligne de maroquinerie ultra-personnalisée, où tout peut être adapté. Une des particularités de la Maison réside dans le fait qu'elle met sans cesse ses artisans au défi du design contemporain, tourné autour des usages. C'est ainsi que les idées et le geste s'accordent avec harmonie et intelligence ! On obtient ainsi une collection de produits ultra premium et bien pensés pour accompagner nos pas au quotidien. Son crédo : Ne pas avoir à choisir entre luxe et praticité, mais tout simplement se préoccuper de chercher l'élégance du mouvement.

www.camillefournet.com



PLONGÉE dans le grand bain

Place à la femme fatale en maillot de bain Livia ! Cette nouvelle collection est élégante, épurée et résolument sexy grâce à un jeu de bijoux travaillés. Le une pièce arbore un décolleté plongeant mis en valeur par des anneaux dorés, tandis que les deux pièces se joueront des liens à nouer. Glamour et raffiné, c'est le look que l'on aime porter !

Collection The Livia Edit - Camburi, Haut Berlino, 95 €. / Bas Delta, 65 €. Livia, www.livia.com



ORANGE IS THE NEW BLACK!

L'été et le soleil arrivent, les accessoires Zippo font preuve de créativité et passent aux teintes festives et colorées ! L'icône Briquet Tempête se pare d'un portrait pop-art tourbillonnant, vibrant de couleurs ; à glisser dans son sac ou dans sa poche pour l'avoir toujours sur soi tout au long de la saison estivale. Incontournables, les lunettes de soleil style pilote affichent un coloris orangé, digne d'un coucher de soleil sur une plage. Pour les nuits plus fraîches que les journées, le HeatBlank 6 sera là pour vous tenir chaud, jusqu'à 50°C ! Un indispensable qui permet également de recharger téléphones portables, tablettes... à tout moment ! L'été promet d'être vitaminé !

Lunettes de soleil style pilote, 19,90 € / HeatBlank® 6 Rechargeable Hand Warmer, 34,90 €, Briquet Tempête Sunglasses design, 54,90 € / Zippo, www.zippo.fr



Je vends, tu cherches, elle achète...

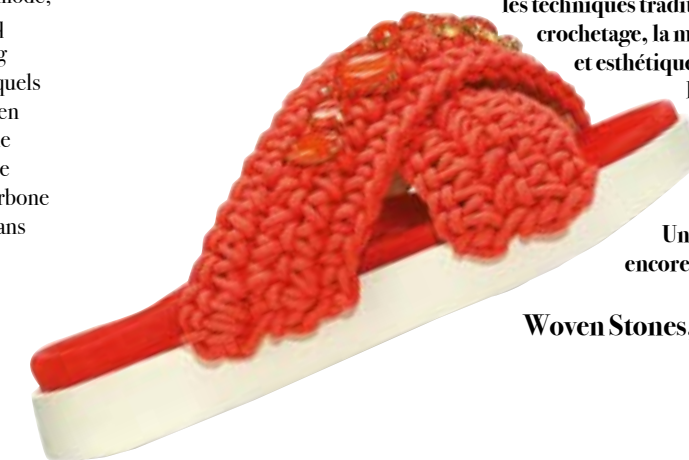
Cette année, le plus grand dépôt vente de Paris fête ses 50 ans. Créé par Claude Thibault-Higman, Chercheminippes devient vite un lieu unique dans lequel on trouve du prêt-à-porter, du luxe, des accessoires de mode, de l'univers masculin et de la maison. Cinq décennies plus tard, l'expérience shopping reste la même : on dépose des articles auxquels on souhaite donner une seconde vie et on en profite pour shopper des pièces de seconde main. Une façon de consommer de manière réfléchie, en minimisant son empreinte carbone tout en trouvant des pièces d'exception, dans une boutique emblématique !

Chercheminippes, 102-114 Rue du Cherche Midi, 75006 Paris, www.chercheminippes.fr

Quand la modernité rencontre l'artisanat

Année après année, Inuikii ne cesse de surprendre. En privilégiant les techniques traditionnelles du tressage, du tricotage et du crochetage, la marque suisse parvient à harmoniser confort et esthétique contemporaine dans ses créations. Cet été, Inuikii revient avec une nouvelle semelle, mêlant légèreté, confort et résistance.

A porter avec des pieds joliment bronzés, le modèle Woven Stones se conjugue avec tous les styles : bohème, glamour, casual... Un indispensable pour la saison et bien plus encore !



Woven Stones, 220 €, Inuikii, www.inuikii.com

Gisel B, créatrice engagée

Gisel B, a committed designer

*Showcase a eu la chance de rencontrer la fondatrice de GISEL B,
Maison de bijoux responsables.
Elle revient sur ses inspirations et ses engagements.*

Entretien

*Showcase was lucky to meet the founder of Gisel B, a responsible Jewelry House.
She looks back on her inspirations and her commitments.*

The Interview

GISEL B, pourquoi ce nom ? GISEL B, why this name ?

Gisèle est ma grand-mère maternelle. Elle était couturière dans la dentelle de Calais. Gisèle est partie il y a quelques temps et je pense très souvent à elle. C'est elle qui m'a donné le goût du travail manuel et de la confection. Elle m'a appris la couture, la broderie et m'a fait découvrir l'importance de la qualité des matières. Lorsque j'ai créé ma marque, ce nom : Gisel B a tout de suite été une évidence.

Gisèle is my maternal grandmother. She was a seamstress for Calais lace. Gisèle passed away some time ago and I have been thinking of her very often. She gave me a taste for manual work and tailoring. She taught me sewing, embroidery and made me discover the importance of the fabric quality. When I created my brand, this name Gisel B was immediately obvious.

Pourquoi avoir choisi de travailler la perle de culture ?

La perle m'accompagne depuis ma première collection. C'est une matière lumineuse et j'aime particulièrement son aspect brut et unique. C'est un objet précieux, fragile, délicat et doux au toucher. La perle est mon coup de cœur. Je prends beaucoup de plaisir à rechercher des perles uniques et rares. Je passe des heures avec mon fournisseur de perles qui se trouve en Allemagne. Je travaille également avec une exploitation artisanale basée en Chine. C'est pour moi essentiel

de travailler en direct avec les fournisseurs sans intermédiaires. Il faut savoir qu'il existe plusieurs qualités dans la perle : de C à AAA+. Chez Gisel B, toutes nos perles sont de qualité AA+ minimum. Nos modèles sont uniques car il n'existe pas deux pierres identiques. Chaque perle diffère par sa taille, sa couleur et sa forme, ce qui nous laisse des possibilités infinies pour créer de nouveaux modèles.

Why did you choose to work with cultured pearls ?

The pearl has accompanied me since my first collection. It is a luminous material and I particularly like its raw and unique aspect. It is a precious, fragile, delicate and soft object. The pearl is my favourite. I take great pleasure in looking for unique and rare pearls. I spend hours with my bead supplier who is in Germany.

I also work with an artisanal mining operation based in China. It is essential for me to work directly with suppliers without intermediaries. You should know that there are several qualities of pearls : from C to AAA+. At Gisel B, all of our pearls are of minimum AA+ quality. Our models are unique because no stone is identical. Each bead differs in size, color and shape, giving us endless possibilities to create new designs.



Quelles sont vos sources d'inspiration ?

Elles sont nombreuses : la presse, la littérature, les voyages, les défilés haute-couture et l'ensemble des grands événements où le monde de la mode est en effervescence créative ! Cette semaine, par exemple, il y a eu le MET GALA, c'est incroyable toute cette créativité, ces couturiers qui réalisent des tableaux mouvants ! Cela me fascine. Mon autre source d'inspiration est la matière. Toucher des perles, découvrir de nouvelles formes, évaluer une chaîne, un anneau... A partir du moment où j'ai la matière dans mes mains, il se passe plein de choses dans ma tête !

What are your sources of inspiration ?

There are many : press, literature, travel, haute couture shows and all the major events where the fashion world is in creative effervescence ! This week, for example, there was the MET GALA, it's incredible all this creativity, these designers who create moving pictures ! It fascinates me. My other source of inspiration is the material. Touching pearls, discovering new shapes, evaluating a chain, a ring... From the moment I have the material in my hands, a lot of things happen in my head !

Vous faites le choix de la conception artisanale, qu'est-ce que cela signifie ?

Cela signifie que nous avons notre propre atelier et que chaque bijou passe entre nos mains. Depuis janvier dernier, j'ai repris une bonne partie de l'atelier. Cela me manquait un peu. Je suis aidée par plusieurs personnes qui montent les bijoux à Valence. La conception artisanale signifie par ailleurs que nous pouvons réparer et gérer le moindre souci directement sur nos bijoux. C'est une sacrée valeur-ajoutée pour le client et pour nous ! Dans notre atelier nous ne faisons pas tout, mais nous travaillons avec 3 ateliers, eux aussi artisanaux et très proches de nous (basés à Annecy, à Lyon et à Valence en Espagne). Chez GISEL B. quand vous commandez un bijou sur notre site, il est fabriqué uniquement pour vous, à la commande et en direct. Nous n'avons que très peu de stock.

You make the choice of artisanal design, what does that mean ?

This means that we have our own workshop and that each piece of jewelry goes through our hands. Since last January, I have taken over a good part of the workshop. I missed it a bit. I am helped by several people who assemble the jewelry in Valence. Handcrafted design also means that we can fix and handle any issues right on our jewelry. This is great added value for the customer and for us ! In our workshop we do not do everything, but we work with 3 workshops, which are also artisanal and very close to us (based in Annecy, Lyon and Valence in Spain). At GISEL B. when you order a jewel on our site, it is directly made just for you when ordering. We have very little stock.

Vous proposez un service seconde main. Comment est-ce que cela fonctionne ?

Comme nous avons notre propre atelier c'est facile pour nous de récupérer des anciennes pièces, de les «retaper» et de les proposer à la vente, à moindre coût et avec une forte valeur écologique ajoutée. Notre volonté c'est de continuer notre travail en préservant au maximum la planète. Au sein de notre atelier de Valence, toutes les semaines nous avons des demandes de réparation de bijoux qui ne sont pas ceux de notre Maison. Ce sont souvent des bijoux de famille, des pièces qui ont une valeur sentimentale. Il devient difficile de trouver des bijoutiers qui souhaitent réparer des pièces qui ne sont pas de chez eux. C'est dommage. Un bijou c'est fait pour durer. C'est dommage de laisser un bracelet dans une boîte... alors que souvent il suffit juste de remplacer un anneau et de le nettoyer pour lui donner une seconde vie. C'est de ce constat que nous avons eu l'idée de l'offre seconde main.

You offer a second-hand service. How does it work?

As we have our own workshop, it's easy for us to recover old pieces, «restyle» them and sell them again, at a lower cost and with high added ecological value. Our desire is to continue our work while preserving the planet as much as possible. In our workshop in Valence, every week we have requests for fixing jewelry not created by our house.

They are often family jewels sentimental value. It's getting hard to find jewelers who want to repair pieces that aren't theirs. That's a shame. A jewel is made to last. It's a shame to leave a bracelet in a box... when often all you have to do is to replace a ring and clean it to give it a second life. It is from this observation that we had the idea of the second-hand offer.





Vestiaire DENIM

Par Juliette Flageolet

1) Sac à main en jean, **Parfois**, 25,99 €. 2) Blouson en jean, **Sandro**, 325 €. 3) Bottines denim Caitlin, **Bash**, 395 €. 4) Montre Nina bracelet denim, **Louis Pion**, 78 €. 5) Chouchou jean clair Sarah, **Scrunchie is Back**, 18 €. 6) Robe chemise en tencel et coton Evelina, **La Petite Etoile**, 89 €. 7) Veste denim sans manches, **Molly Bracken**, 59,95 €. 8) Jean bleu glacier Fauve, **Balzac Paris**, 120 €. 9) Pantalon large en denim, **Molly Bracken**, 64,95 €. 10) Combinaison en jean Sadie, **Maison 123**, 175 €. 11) Jupe en denim coton Ecuries, **Maison Labiche**, 120 €. 12) Robe en coton Rande, **Masscob**, 386 €. 13) Crop top décolleté cœur bretelles toile de coton bleu imprimé blason blanc 245 €. Short taille haute en toile de coton bleu imprimé blason blanc 285 €, **Fête Impériale**. 14) Short Carol, **Lee**, 65 €. 15) Top en lin bleu Linen, **Fabiana Filippi au Bon Marché Rive Gauche**, 435 €.



2 rue des Petits Pères, Paris 2e



WOLFORD x N21

Wolford a choisi N21, Maison d'Alessandro Dell'Acqua, pour sa toute dernière collection capsule. Des pièces au design ultra soigné, reconnaissables entre toutes.

Wolford chose N21, House of Alessandro Dell'Acqua, for its latest capsule collection. Pieces with an ultra neat design, recognizable among all.



VIVA MAGENTA!

Par Juliette Flageolet



D

Un côté, Alessandro Dell'Acqua et sa marque N21. Le créateur s'est fait connaître dans le monde entier grâce à son savoir-faire unique en matière de mélange de couture et de sensualité. De l'autre, l'iconique Maison Wolford qui, depuis les années 1950, imagine des collections sensuelles et élégantes à destination des femmes. Fidèle à sa longue tradition de collaborations (la première ayant été réalisée avec la marque Adidas), Wolford a choisi Alessandro Dell'Acqua pour sa nouvelle collection. Ensemble, les deux Maisons livrent une collection capsule complète. Des essentiels au design exquis : combinaisons, bodys rehaussés de motifs dentelles ou de coupes asymétriques contrastées en matière certifiée 100 % biodégradable, mettant parfaitement en valeur toutes les silhouettes. La collaboration fait également la part belle aux collants, soutiens-gorge et culottes qui, pour l'occasion se font délicats et évocateurs. Enfin, une option legging, jupe et combinaison en cuir vegan souple et extensible avec des fonctionnalités sculptantes complètent la nouvelle gamme.



On the one hand, Alessandro Dell'Acqua and his brand N21. The designer has become known worldwide thanks to his unique know-how in mixing couture and sensuality. On the other hand, the iconic Wolford house has been imagining sensual and elegant collections for women since the 1950s. True to its long tradition of collaborations (the first was with the Adidas), Wolford has chosen Alessandro Dell'Acqua for its new collection. Together, the two houses offer a complete capsule collection. Exquisite design essentials : jumpsuits, bodysuits enhanced with lace patterns or contrasting asymmetrical cuts in certified 100% biodegradable material, perfectly highlighting all silhouettes. The collaboration also gives pride of place to tights, bras and panties which become delicate and evocative for the occasion. Finally, a legging, skirt and jumpsuit option in soft and stretchy vegan leather with sculpting features completes the new range.

www.wolfordshop.fr/

1) Montre femme eco drive 21mm bracelet rouge en cuir et boîtier en acier inoxydable, **Citizen**, 289 €. 2) Robe Janica en coton biologique, **Louise Misha**, 185 €. 3) Pull Anour en laine et alpaga, **Samsoc**, 150 €. 4) Sac à dos en polyester recyclé, **Delsey Paris**, 119 €. 5) Sandales à talon vegan, **Tamaris**, 59,95 €. 6) Bracelet arc-en-croix bandana, **La Môme Bijou**, 100 €. 7) Sac Joséphine duo, **Nuée de Paris**, 130 €. 8) Soutien-gorge Arum 32,50 €, Slip Arum 21,50 €, **Sans Complexe**. 9) Panier en raphia Georges, **Sans Arcidet**, 205 €. 10) Pull camionneur Truckette en maille à côtes anglaises, **Sessun**, 145 €. 11) Furlanes Vintage en velours, **Chatelles**, 95 €. 12) Blouse Venaco Maravoile en gaze de coton tissé, **Mare di Latte**, 155 €. 13) Robe longue ample en soie Palazzo, **Valentine Gauthier**, 450 €. 14) Chemise en soie, **Pierre Louis Mascia au Bon Marché Rive Gauche**, 505 €. 15) Robe cache-poussière en taffetas chic couleur Dahlia, **Forte Forte**, 590 €.



Soleil nacré

Par Juliette Flagecollet

1) Boucles d'oreilles coquillage, **Parfois**, 12,99 €. 2) Bracelet Umran à maillons et nacre, **Zag Bijoux**, 45 €. 3) Médaille Flora nacre et or jaune 16mm, **Arthus Bertrand**, 690 €. 4) Collier perles de culture baroques, **Nuée de Paris**, 279 €. 5) Collier Jumbo ever white mob disc on chain en or rose 18 carats et nacre blanche, **Ginette NY**, 850 €. 6) Boucles d'oreilles Eva en perles de culture longues d'eau douce, **Gisel B**, 120 €. 7) Bague Brooke en plaqué or 18 carats avec grosse perle, **Daphine**, 90 €. 8) Boucles d'oreilles tiges pendantes iris blanche, **Les Néréides**, 125 €. 9) Créole plaqué or, perle d'imitation, vendue à l'unité, **Y Paris**, 48 €. 10) Collier Polka or rose et nacre blanche, **La Brune & La Blonde**, 790 €. 11) Bracelet Lotus baroque crystal, **Begüm Khan**, 1 940 €. 12) Bague Brindille grand modèle perle, **Imaï**, 195 €. 13) Bracelet Amour doré, **Louis Pion**, 75 €. 14) Collier Ammonite en quartz rose taillé à la main et améthyste en laiton plaqué or 1 à 3 microns 18 carats et pierres semi-précieuses, **Leticia Ponti**, 112 €. 15) Créoles perles de culture d'eau douce baroque, **Pandora**, 99 €. 16) Bague Duchesse ajustable aux effets martelés et ornée d'une nacre ovale, **Ikita**, 30 €. 17) Boucles d'oreilles créoles pendentif oval nacre blanche, **Olivolga**, 42 €.

Lothantique depuis 1920
éditeur de parfums

*Créateurs de bien-être
depuis trois générations*

Made in France

www.lothantique.com

PRÊT-À-PORTER *très* COUTURE

Very COUTURE ready-to-wear

*Avec Atelier Viyara, la styliste Alexandrina Spasov
livre une collection emplie de douceur.
Des matières fluides faciles à porter et ultra lumineuses.
Un prêt-à-porter singulier à la signature très couture.*

VIIYARA. CE MOT D'ORIGINE BULGARE SIGNIFIE :
CROIRE PROFONDÉMENT, OU ENCORE AVOIR ESPOIR.
VIYARA. THIS WORD OF BULGARIAN ORIGIN MEANS :
TO BELIEVE DEEPLY, OR TO HAVE HOPE.

*With Atelier Viyara, stylist Alexandrina
Spasov delivers a collection filled with softness.
Fluid fabrics that are easy to wear and ultra luminous.
A singular ready-to-wear with a very couture signature.*

ux commandes de cette Maison, une styliste très spirituelle. Alexandrina Spasov en est convaincue : les femmes doivent se sentir autonomes dans leurs choix vestimentaires. Résolument optimiste et tournée vers l'avenir, elle imagine des pièces à destination d'un luxe du quotidien. Chacune de ses créations s'inspire de cette philosophie de vie selon laquelle tout n'est qu'énergie.

Un luxe élégant et sans efforts

Une énergie qu'elle parvient à retranscrire en mouvements. Sa collection est composée de robes monochromes à l'aspect aérien. Des pièces destinées à accompagner les femmes de jour comme de nuit en mettant l'accent sur le confort, l'aisance et l'intemporalité. Avec cette même conscience du beau, la créatrice s'engage fermement en faveur d'une mode responsable. Toutes les pièces sont fabriquées en France à partir de soies italiennes de la plus haute qualité, fruit du travail d'artisans expérimentés.

L'anti fast fashion

Chacune des créations de la Maison se donne pour ambition d'être intemporelle. Des robes qui se transmettent entre femmes et s'inscrivent dans une lignée. Version courte ou longue, les robes se déclinent dans des monochromes de noir, kaki, blanc, vanille ou latte. Des couleurs sobres mais intensément lumineuses grâce à la qualité de la soie. Elles se portent aussi bien en journée qu'en soirée, accessoirisées d'escarpins et de bijoux. Le coup de cœur de la rédaction : « The Short Vanilla Dress », véritable petit bijou d'épure dans la douceur. On aime son apparente simplicité où se mêlent les variations de la soie.

A very witty stylist is in charge. Alexandrina Spasov is convinced that women should feel empowered in their clothing choices. Resolutely optimistic and forward-looking, she imagines pieces for everyday luxury. Each of her creations is inspired by this philosophy of life according to which everything is only energy.

Effortless, elegant luxury

An energy that she manages to transfer into movements. A very elegant look. Pieces intended to accompany women day and night by emphasizing comfort, ease and timelessness.

With this same awareness of beauty, the designer is firmly committed to responsible fashion. All the pieces are made in France from the highest quality Italian silks, the work of experienced artisans.

L'anti fast fashion

Each of the house's creations aims to be timeless. Dresses that are transmitted between women and are part of a line. Short or long version, the dresses are available in monochromes of black, khaki, white, vanilla or latte. Sober but intensely luminous colors thanks to the silk quality.

They can be worn both during the day and in the evening, accessorized with high heels and jewellery. The editor's favourite is « The Short Vanilla Dress », a real little jewel of purity in softness. We love its apparent simplicity where the variations of silk mingle.





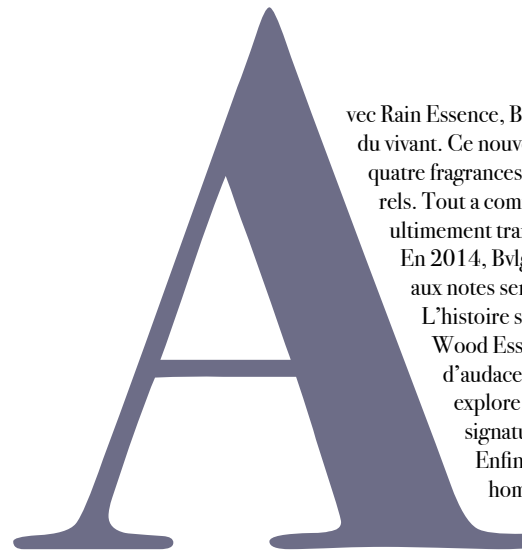
L'irrépressible force créatrice

de L'EAU

The irrepressible creative force of Water



Voilà près de dix années que Bvlgari s'emploie à explorer le lien qui unit L'HOMME à LA NATURE. Son dernier opus, Bvlgari Man Rain Essence explore l'ÉNERGIE RÉGÉNÉRANTE de l'élément Eau en capturant LE POUVOIR DE TRANSFORMATION de la pluie. Une signature minérale fraîche et revigorante.



vec Rain Essence, Bvlgari Man poursuit son exploration du vivant. Ce nouvel opus vient parfaire une collection de quatre fragrances directement inspirées des éléments naturels. Tout a commencé avec le feu, symbole de l'essence ultimement transformatrice et sauvage de la nature. En 2014, Bvlgari Man imagine In Black, un parfum aux notes sensuelles et aux accords néo-orientaux. L'histoire se poursuit avec le bois et Bvlgari Man Wood Essence aux accords néo boisés. Symbole d'audace et de grandeur, Bvlgari Glacial Essence explore le pouvoir de l'air au travers d'une signature fougère boisée à la fraîcheur givrée. Enfin, Bvlgari Man Terra Essence rend hommage au pouvoir de terre, socle de nos racines et de nos fondements.

For nearly ten years, Bvlgari has been working to explore the link between man and nature. His latest creation, Bvlgari Man Rain Essence explores the regenerating power of the Water element by capturing the transformative power of rain. A fresh and invigorating mineral signature.

With Rain Essence, Bvlgari Man continues its exploration of the living. This new opus completes a collection of four fragrances directly inspired by natural elements. It all started with fire, symbol of the ultimately transformative and wild essence of nature. In 2014, Bvlgari Man imagined In Black, a fragrance with sensual notes and neo-oriental notes. The story continues with wood and Bvlgari Man Wood Essence with neo-woody notes. A symbol of audacity and grandeur, Bvlgari Glacial Essence explores the power of air through a woody fern signature with frosty freshness. Finally, Bvlgari Man Terra Essence pays homage to the power of the earth, the bedrock of our roots and our foundations.

INÉGALABLE Alberto Morillas

La Maison Bvlgari a placé son dernier cru entre les mains expertes du nez Alberto Morillas. Celui à qui l'on doit des parfums cultissimes (Must de Cartier, CK One de Calvin Klein, ou encore Flower by Kenzo) a planché sur l'élément EAU. Résultat : un véritable crescendo olfactif. En tête, un silence apparent présage d'un changement imminent. Le ciel change de couleur, l'air est différent et, soudain, un parfum vif libérant l'arôme énergisant du thé vert mêlé à la fraîcheur éclatante de l'essence d'orange. Le calme avant la tempête qui se manifeste en cœur à travers l'accord de lotus blanc transparent mêlé au musc cristal avec un charisme résolument moderne. En note de fond, l'ambre minéral et le bois de gaïac s'imposent comme un déferlement d'énergie après l'orage. L'averse est passée mais ses effets demeurent. L'homme s'est intensément imprégné de la force réparatrice de la nature.

Un nouvel opus qui s'inscrit dans la droite ligne du chemin engagé par Bvlgari qui a choisi pour égérie Lorenzo Viotto, chef d'orchestre à l'Opéra de Paris. Il incarne les valeurs d'excellence et de savoir-faire chères à la Maison.

La force créatrice de la pluie

A l'image de la pluie qui façonne la nature, le flacon de Bvlgari Man Rain Essence semble sculpté par une énergie fluide qui crée des reflets imprévisibles. Le bouchon à l'éclat argenté rappelle la propriété de réverbération d'une goutte d'eau. Il vient surmonter un flacon en verre transparent également doté d'une dimension réfléchissante et exprimant la pureté et la fraîcheur de la fragrance. Disponible aux prix de 104 € les 60ml et 141 € les 100ml en parfumerie. bulgari.com/fr-fr/

INCOMPARABLE Alberto Morillas

Bvlgari has placed its latest fragrance in the expert hands of the nose named Alberto Morillas. He created cult perfumes like Must by Cartier, CK One by Calvin Klein, or Flower by Kenzo, and worked on the WATER element. This results in a real olfactory crescendo. At the top, an apparent silence portends an imminent change. The sky changes color, the air is different and suddenly, a lively fragrance releasing the energizing aroma of green tea mixed with the radiant freshness of orange essence. The calm before the storm that manifests itself in the heart through the accord of transparent white lotus mixed with crystal musks with a resolutely modern charisma. In the base note, mineral amber and guaiac wood impose themselves like a surge of energy after the storm. The downpour has passed, but its effects remain. Man has become intensely imbued with the restorative force of nature.

A new fragrance that is in line with the path taken by Bvlgari, which has chosen Lorenzo Viotto, conductor at the Paris Opera, as its muse. It embodies the values of excellence and know-how dear to the House.

The creative force of rain

Like the rain that shapes nature, the bottle of Bvlgari Man Rain Essence seems sculpted by a fluid energy that creates unpredictable reflections. The cap with a silver luster recalls the reverberation property of a drop of water. It surmounts a transparent glass bottle also endowed with a reflective dimension and expressing the purity and freshness of the fragrance. Available at prices of €104 for 60ml and €141 for 100ml



LA MODE DES HOMMES



& LEURS PARFUMS

1) Chaussettes Les Pieuvres, **Maison Broussaud**, 16 €. 2) Montre modèle Code One Chrono, boîtier acier brillant, cadran blanc, chronographe, bracelet silicone noir, étanche 5 ATM, **Adidas**, 169 €. 3) Veste Lorge en coton beige & kaki, **Faguo**, 115 €. 4) Marinière Briac écu cyprés, **Royal Mer**, 95€. 5) Sac polochon Stripes bleu, **Roland Garros**, 37 €. 6) Bob recyclé sable, **Girafon bleu**, 39,90 €. 7) Solaire polarisant Iconik Village, **Acuitis**, 150 €. 8) Chemise fluide rayée manches longues, **Sandro**, 225 €. 9) Veste de costume grise, **The Kooples**, 445 €. 10) Short en en nylon extensible avec poches, **Nobis**, 299 €. 11) Chemise Charlie en velours rouille foncé, **Octobre Editions**, 95 €. 12) Chemise jaune hawaïenne à manches courtes, **Superdry**, 69,99 €. 13) Pantalon cargo camel, **Saison 1865 en exclusivité au Printemps**, 125 €. 14) T-shirt Piranhas en coton organique, **Villebrequin**, 75 €. 15) Maillot de bain, **Barbour**, 100 €.

1/ Eau de Parfum Vert Empire, 100 ml, 210 €, Mizensir, www.mizensir.com
 2/ Gel Douche Pour un Homme Le Matin, 38 €, Caron, www.parfumsaron.com
 3/ Gel Douche Pour un Homme Le Soir, 40 €, Caron, www.parfumsaron.com
 4/ Eau de Parfum Haltane, 125 ml, 273 €, Parfums de Marly, www.parfums-de-marly.com
 5/ Bougie parfumée La Bonne Maison, Bois de Santal, 18 €, Lothantique, www.lothantique.com
 6/ Diffuseur de parfum énergisant Menthe Basilic, 33 €, Compagnie de Provence, www.compagniedeprovence.com
 7/ Eau de Toilette Coach Green, 40 ml, 53,90 €, Coach, en exclusivité chez Nocibé, www.nocibe.fr
 8/ Eau de Parfum Souffle des Indes, 30 ml, 56 €, Comptoir Sud Pacifique, www.comptoir-sud-pacifique.com
 9/ Eau de Toilette Bois de Sauge, 50 ml, 39,90 €, Yves Rocher, www.yves-rocher.fr
 10/ Pâte lavante épaississante, 39 €, Christophe Robin, www.christopherobin.fr
 11/ Eau de Toilette Boss Bottled Pacific, 50 ml, 80 €, Hugo Boss, en exclusivité chez Marionnaud, www.marionnaud.fr
 12/ Crème Hydratante énergisante, 9,95 €, Nivea Men, www.nivea.fr
 13/ Eau de Toilette Wave, 30 ml, 50 €, Missoni, www.missoni.com
 14/ Eau de Parfum SpiceBomb Infrared, 50 ml, 85 €, Viktor & Rolf, www.parfums.viktor-rolf.com
 15/ Virgin Island Water, 50 ml, 190 €, Creed, www.creedfragrance.fr

Rejoignez la GENTLEMAN SOCIETY

Join the Gentleman Society

GENTLEMAN est entré dans L'HISTOIRE des parfums Givenchy en 1975. L'opus revient aujourd'hui sur le devant de la scène dans une VERSION résolument CONTEMPORAINE, baptisé Gentleman Society. Une fragrance qui rend HOMMAGE à une masculinité plurielle et résolument tournée vers l'AVENIR.

A

Atypique et magistrale, la nouvelle senteur Givenchy renferme des matières de la plus belle qualité choisies aussi bien pour leurs propriétés olfactives uniques que pour leur traçabilité. Tout commence par un éclat de fraîcheur de baies de genièvre et cardamome du Guatemala, un duo aromatique incisif qui procure un effet fusant dès la première inspiration.

Une touche de sauge apporte ses facettes herbacées et aromatiques. En cœur, une absolue de narcisse cultivée en France et transformée à Grasse mêle ses tonalités vertes et animales aux facettes poudrées et musquées de la concrète d'iris. Un accord floral et profond sophistiqué qui donne davantage de densité aux bois de cèdre et de santal ainsi qu'un quatuor de vétivers.

PUISSANCE et raffinement

Majestueusement sculptural, le flacon se joue des codes du luxe en mêlant influence streetwear et sophistication. Ses lignes architecturales sont mises en valeur par un laquage intérieur noir qui suscite le mystère. Au cœur de flacon, se trouve une plaque métallisée en relief portant le logo 4G, symbole distinctif qui signe toutes les créations de la Maison Givenchy. L'Eau de Parfum Gentleman Society se présente en flacon de 60 et 100 ml et se décline dans une ligne de bain essentielle avec gel douche et déodorants.

A state of MIND

Pour incarner la fragrance, la Maison a fait appel à un authentique gentleman : Benjamin Clementine. Compositeur, chanteur, pianiste, poète et acteur, il est à l'image de l'homme Givenchy multifacettes et pluri-potentiel. A ses côtés se trouvent le skateur Matthias El Koulali et le danseur Sulian Rios. Trois incarnations de l'homme Givenchy au look edgy et à l'allure ultra contemporaine. Ces trois néo-gentlemen se détachent d'un décor entièrement noir inspiré du design du flacon. Derrière eux, la promesse d'une porte entrouverte, marquée des 4G.

Gentleman that has entered the history of Givenchy perfumes in 1975. Today, the opus is back in a resolutely contemporary version, called Gentleman Society. A fragrance that pays homage to a plural and resolutely forward-looking masculinity.

The atypical and masterful new Givenchy scent contains materials of the finest quality chosen both for their unique olfactory properties and for their traceability. It all starts with a burst of freshness from juniper berries and cardamom from Guatemala, an incisive aromatic duo that provides a dazzling effect from the first breath.

A touch of sage brings its herbaceous and aromatic facets. In the heart, an absolute of narcissus grown in France and processed in Grasse blends its green and animal tones with the powdery and musky facets of Iris concrete. A deep and sophisticated floral accord that gives more density to cedar and sandalwood as well as a quartet of vetiver.

POWER and refinement

The majestically sculptural bottle plays with the codes of luxury by mixing streetwear influences and sophistication. Its architectural lines are highlighted by a black interior lacquer that arouses mystery. At the heart of the bottle is an embossed metallic plate bearing the 4G logo, a distinctive symbol that signs all the creations of the House of Givenchy. Gentleman Society Eau de Parfum exists in 60 ml and 100 ml bottles and is available in an essential bath line with shower gel and deodorant.

A state of MIND

To embody the fragrance, the House has called on an authentic gentleman : Benjamin Clementine. Composer, singer, pianist, poet and actor, he is like the multifaceted and multi-potential Givenchy man. Other ambassadors are skateboarder Matthias El Koulali and dancer Sulian Rios. Three incarnations of Givenchy man with an edgy look and an ultra-contemporary attitude. These three neo-gentlemen stand out against an entirely black set inspired by the design of the bottle. The promise of a half-open door marked with 4G behind them.



Rencontre avec Franck Mesnel, fondateur d'Eden Park



Meeting with Franck Mesnel, founder of Eden Park

An cien international du XV de France, vous avez créé Eden Park en 1987. Pouvez-vous revenir sur la genèse de cette marque ?

L'histoire d'Eden Park est avant tout l'histoire d'une bande de copains. Nous étions étudiants, une période au cours de laquelle nous découvrons le monde, nous testions, nous osions et nous nous challengions. Notre bande de copains avait pour particularité d'avoir pour point commun la pratique du rugby, au sein du Racing Club de France. Le rugby est un sport traditionnel qui nécessite de la rigueur. Nous avons abordé ce sport avec fougue et passion. Notre jeunesse nous a permis de mettre de la « fantaisie dans la rigueur ». C'est ainsi qu'à l'occasion de la finale du championnat de France au Parc des Princes nous arborions un nœud papillon rose. Le succès de ce nœud papillon a été immédiat. Nous avions un logo. Il nous manquait un nom et nous avons choisi Eden Park, en hommage au légendaire terrain d'Auckland.

Quel est le positionnement d'Eden Park ?

Avec Éric Blanc, (cofondateur de la marque et ex du XV de France, NDLR), nous avons choisi de créer une marque de prêt-à-porter premium autour du rugby. Partout dans le monde, le maillot de rugby est un produit iconique et facile à défendre. Depuis ses débuts, Eden Park s'emploie à cultiver l'irrévérence et l'impertinence.

Les Anglais ont un adage sur le collège de la ville de Rugby : « Obéir pour apprendre à désobéir ». Au fil de nos collections, nous nous inscrivons dans cette lignée. Eden Park est aujourd'hui présent dans 34 pays dans le monde, avec une clientèle très diverse. Nous comptons dans nos clients beaucoup de fans absolus de rugby mais également des personnes moins connaisseuses du rugby. En interne, nous avons fait le constat suivant : lorsque l'équipe de France gagne, nos ventes progressent. En revanche, lorsque l'équipe de France perd, nos ventes restent stables.

Du 8 septembre au 28 octobre 2023, la France accueillera la Coupe du Monde de Rugby. De quelle façon Eden Park accompagne cet événement ?

C'est un événement majeur. La France accueillera à l'automne des fans de rugby venus du monde entier. Pour une Maison comme la nôtre, c'est l'occasion de réaffirmer notre positionnement. Nous lançons une collection capsule avec des maillots siglés aux couleurs de l'équipe de France. Nous avons également noué différents partenariats. Par exemple, nous nous sommes placés aux côtés de la marque horlogère française Herbelin pour proposer une montre unique à l'occasion de la Coupe du monde. Toujours avec un prisme Made in France, nous avons choisi d'apposer notre signature à celle de la maison Sothys et nous avons co-brandé tout une gamme de soins corps et visage à destination des spas.

Former international player of XV de France, you created Eden Park in 1987. Can you come back to the origin of this brand ?

The story of Eden Park is above all the story of a group of friends. We were students, a period during which we discovered the world, we tested, we dared and we challenged ourselves. Our group of friends had the particularity of having in common to play rugby, within the Racing Club of France. Rugby is a traditional sport that requires rigor. We approached this sport with enthusiasm and passion. Our youth allowed us to put «fantasy into rigor». This is how on the occasion of the final of the French championship at the Parc des Princes we wore a pink bow tie. The success of this bow tie was immediate. We had a logo. We had to find a name and we chose Eden Park, in homage to the legendary playground of Auckland.

What is the positioning of Eden Park ?

With Éric Blanc, (co-founder of the brand and former player at XV de France), we chose to create a premium ready-to-wear brand around rugby. All over the world, the rugby jersey is an iconic product that is easy to defend. Since its beginning, Eden Park has worked to cultivate irreverence and impertinence.

The English have a saying about the college in the city of Rugby : "Obey to learn to disobey". Throughout our collections, we follow this line. Eden Park is now present in 34 countries around the world, with a very diverse clientele. We have among our customers many absolute rugby fans but also people who are less interested in rugby. Internally, we have made the following observation : when the French team wins, our sales increase. On the other hand, when the French team loses, our sales remain stable.

From September 8 to October 28, France will host the Rugby World Cup. How does Eden Park support this event ?

It is a major event. France will welcome rugby fans from all over the world in autumn. For a house like ours, this is an opportunity to reaffirm our positioning. We are launching a capsule collection with logo jerseys in the colors of the French team. We have also created various partnerships. For example, we have collaborated with the French watch brand Herbelin to offer a unique watch for the World Cup. Always Made in France, we have chosen to associate our signature to that of Sothys and we have co-branded a whole range of body and face treatments for spas.

LIFE-STYLE

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



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

La nature pour seule INSPIRATION

Dans la continuité de La Manufacture Royale de Cire, aujourd'hui connue sous le nom de Trudon, Carrière Frères s'emploie à faire émerger des SENTEURS EXCEPTIONNELLES dans le plus grand RESPECT de son ENVIRONNEMENT. La Maison livre une collection de bougies, palets botaniques et diffuseurs haut de gamme. Des créations made in France qui font appel aux MATIÈRES PREMIÈRES les plus NOBLES.

Direction la Normandie et Mortagne-au-Perche où se trouve l'atelier de fabrication depuis 1901. Depuis ses débuts, Carrière Frères s'applique à innover durablement en s'appuyant sur son savoir-faire historique. Entreprise du Patrimoine Vivant, la Maison a été nativement imaginée dans le respect de la nature dont elle puise son inspiration.

Des créations SINGULIÈRES

Sa ligne botanique rend hommage au foisonnement vibrant des végétaux et explore avec passion les accords de senteurs. Les bougies déclinent un éventail de parfums soliflores qui réveillent les essences exotiques chères aux botanistes et aux explorateurs du XVIIIème siècle. Carrière Frères se distingue également par ses diffuseurs éco-conçus aux senteurs inégalables, elle est par ailleurs l'unique Maison à proposer des palets botaniques : accessoires en cire 100 % végétale, fabriqués à la main. Ils parfument idéalement les petites surfaces en s'accrochant à une porte ou en se plaçant dans un tiroir.

Durabilité et ENGAGEMENT

Un important travail de recherche a été réalisé par les experts de la Maison. Grâce aux composants savamment sourcés, la cire en se consumant, exhale le plus fidèlement possible le langage des fleurs et de la nature. Fidèle à son ambition de donner à voir le meilleur de la nature dans chacune de ses créations, Carrière Frères n'a de cesse d'innover pour livrer la quintessence de la création olfactive. Ainsi, depuis le mois de janvier 2022, l'intégralité des palets botaniques et bougies est réalisée à partir de cire 100 % végétale, à base de colza bio d'origine européenne. Une fabrication innovante qui aura nécessité plus de 1 700 heures de recherche au sein du laboratoire normand.

LE VERT en fil rouge

Une culture de la responsabilité qui se diffuse à l'ensemble des créations et des actions de la marque qui s'engage localement. Avec le concours de la Fondation du Patrimoine de Normandie et la Mairie de Mortagne-au-Perche, Carrière Frères s'est investie dans la création d'un jardin pour la ville. Un espace qui abrite en son cœur un écrin de semences destinées à la production de graines. La Maison poursuit sa quête d'éco-responsabilité et planche dès à présent sur l'optimisation des mèches et la création de bougies rechargeables.

carrierefreres.com/cu_fr/

Enchantement DES SENS

Fidèle à son ADN entre respect d'un savoir-faire artisanal et recherche constante d'innovation, Carrière Frères n'a de cesse d'imaginer de nouvelles fragrances directement inspirées de la nature. La Maison a ainsi lancé Carrière Frères x Le Museum, une collection pensée avec le concours du Museum National d'Histoire Naturelle. Aux trois premières senteurs Absinthe, Acacia et Nénuphar vient s'ajouter la senteur Géranium. Engagée dans une démarche de responsabilité, toutes les bougies de cette collection sont proposées dans un format rechargeable. Deux nouvelles senteurs singulières sont également venues rejoindre la collection permanente de la Maison : Yuzu et Poivre de Sichuan.



Nature for only inspiration

In the continuity of the Manufacture Royale de Cire (Royal Wax Factory), now known as Trudon, Carrière Frères strives to create exceptional scents with the greatest respect for its environment. The House launches a collection of high-end candles, botanical palets and diffusers. Made in France creations using the finest raw materials.

The manufacturing workshop has been located in Normandy in Mortagne-au-Perche since 1901. Since its beginning, Carrière Frères has worked to innovate sustainably by relying on its historical know-how. A Living Heritage Company, the House was natively imagined with respect for nature from which it draws its inspiration.



UNIQUE creations

Its botanical line pays homage to the vibrant abundance of plants and passionately explores scent accords. The candles come in a range of soliflore fragrances that awaken the exotic essences dear to botanists and explorers of the 18th century.

Carrière Frères is also different with its eco-designed diffusers with incomparable scents and is also the only house to offer botanical palets : accessories in 100% hand-made vegetable wax. They ideally perfume small spaces, hanged on a door or placed in a drawer.

Sustainability and COMMITMENT

Significant research work has been carried out by the House's experts. Thanks to skillfully sourced components, the wax, while burning, exhales as faithfully as possible the language of flowers and nature. True to its ambition to show the best of nature in each of its creations, Carrière Frères is constantly innovating to offer the quintessence of olfactory creation. Thus, since January 2022, all botanical palets and candles have been made from 100% vegetable wax, based on European organic Rapeseed. An innovative production requiring more than 1,700 hours of research in the Norman laboratory.

GREEN as a common thread

A culture of responsibility that spreads to all the creations and actions of the brand, which is committed locally. With the help of the Normandy Heritage Foundation and the Town Hall of Mortagne-au-Perche, Carrière Frères has invested in the creation of a garden for the city. A space having in its heart a seed box intended for the production of seeds. The House is continuing its quest for eco-responsibility and is now working on optimizing wicks and creating refillable candles.

Senses ENCHANTMENT

True to its DNA between respect for craftsmanship and constant search for innovation, Carrière Frères never ceases to imagine new fragrances directly inspired by nature. The House has thus launched Carrière Frères x Le Museum, a collection designed with the assistance of the National Museum of Natural History. To the first three Absinthe, Acacia and Water Lily scents is added the Geranium scent. Committed to a responsible approach, all the candles in this collection are offered in a refillable set. Two new unique scents have also joined the house's permanent collection: Yuzu and Sichuan Pepper.



MAISON MAGNIFISENS, *l'alliance de la santé et de la beauté*

Magnifisens House, the alliance of health and beauty

Sandra Texier est médecin morphologue et anti-âge. Depuis plus de 25 ans, elle s'emploie à allier traitements médicaux et TECHNOLOGIE INNOVANTE pour améliorer l'APPARENCE, le BIEN-ÊTRE et la SANTÉ des hommes et des femmes. Elle a créé Maison Magnifisens, Maison de beauté et de santé parisienne.

Maison Magnifisens, the alliance of health and beauty Sandra Texier is a morphologist and anti-aging doctor. For more than 25 years, she has striven to combine medical treatments and innovative technology to improve the appearance, well-being and health of men and women. She created Maison Magnifisens, a Parisian beauty and health house.

L

MAISON MAGNIFISENS, C'EST D'ABORD UN LIEU.



MAISON MAGNIFISENS IS FIRST AND FOREMOST A PLACE.

Au cœur du huitième arrondissement parisien, le centre de médecine esthétique accueille toutes les problématiques, depuis le vieillissement cutané, à l'épilation définitive, en passant par le suivi nutrition. Maison Magnifisens, c'est également une expertise. Celle de Sandra Texier, médecin, qui au cours de sa carrière n'a eu de cesse de se former et d'évaluer les nouveaux outils du marché de l'esthétique pour sélectionner les plus performants. Elle a ainsi conçu sa méthode Magnifisens dans quatre domaines : silhouette, visage, épilation définitive et nutrition.

In the heart of the eighth arrondissement of Paris, the aesthetic medicine center treats all issues, from skin aging, to permanent hair removal, including nutrition follow-up. Maison Magnifisens is also an expertise. That of Sandra Texier, doctor, who during her career has never ceased to train and evaluate the new tools of the aesthetics market to select the most efficient.

She has thus designed her Magnifisens method in four areas : silhouette, face, permanent hair removal and nutrition.



Effet long terme garanti

Que ce soit pour la tonicité du corps ou du visage, de nombreuses innovations techniques ont fleuri au cours des dernières années. La Maison Magnifisens a fait ses choix en sélectionnant les techniques les plus performantes. Pour le visage, la Maison propose la technologie JetPeel, un dispositif révolutionnaire de régénération par haute pression pour une peau éclatante et rajeunie sans aiguille ni injection. Toujours en quête d'innovations performantes, le centre propose désormais le dispositif EMFACE, une solution utilisable sur tous les états de la peau et dont les résultats sont visibles dès la première séance. Cette innovation permet d'améliorer la tonicité musculaire de la peau et de repositionner les volumes du visage sans les augmenter. Un résultat ultra naturel donc et à l'effet long terme. Immédiatement après la séance, les premiers effets sont déjà visibles et s'intensifient au cours des semaines qui suivent le soin : la densité musculaire évolue jusqu'à trois mois après la dernière séance.

Guaranteed long-term effect

Whether for the firmness of the body or the face, many technical innovations have flourished in recent years. Maison Magnifisens has made its choices by selecting the most efficient techniques. For the face, the house offers JetPeel technology, a revolutionary high-pressure regeneration device for radiant, rejuvenated skin without needles or injections. Always on the lookout for high-performance innovations, the center now offers the EMFACE device, a solution that can be used on all skin conditions and whose results are visible from the first session. This innovation improves the muscle tone of the skin and repositions facial volumes without increasing them. An ultra natural result, therefore, with a long-term effect. Immediately after the session, the first effects are already visible and intensify during the weeks following the treatment : muscle density evolves up to three months after the last session.



A CHAQUE BESOIN SA SOLUTION

Chaque peau est unique. C'est fort de ce constat que le centre a imaginé une multiplicité de techniques permettant de répondre à chaque problématique. Côté silhouette, la technique de la cryolipolyse, traitement non douloureux, permet de détruire définitivement les graisses localisées. Une véritable alternative à la chirurgie esthétique. Traitement phare de la médecine esthétique, la radiofréquence permet de traiter à la fois le relâchement cutané et la cellulite. Aucune partie du corps n'échappe à l'expertise de la Maison qui avec le JetPeel propose de repulper vos mains par une réhydratation en profondeur de la peau avec de l'acide hyaluronique et de l'argireline, tout en atténuant les imperfections de l'âge. Côté épilation définitive, la Maison propose des solutions pour toutes les carnations et adapte la puissance du laser en fonction du taux de mélanine.

THERE IS A SOLUTION FOR EACH NEED

Each skin is unique. It is on the strength of this observation that the center has devised a multiplicity of techniques to respond to each problem. For the silhouette, the cryolipolysis technique, a painless treatment, makes it possible to permanently destroy localized fat. A real alternative to cosmetic surgery. Flagship treatment of aesthetic medicine, radiofrequency can treat both loose skin and cellulite. No part of the body escapes the expertise of the house which, with the JetPeel, offers to plump up your hands by deep rehydration of the skin with hyaluronic acid and argireline, while reducing age imperfections. For permanent hair removal, the house offers solutions for all skin tones and adapts the laser power according to the melanin level.



INTEMPOREL Yves Delorme

La Maison Française de linge de Maison a acquis une RENOMMÉE INTERNATIONALE. Il faut dire que sur le marché très dynamique du linge de Maison, Yves Delorme dénote. Depuis 175 ans, la Maison s'emploie à revisiter son SAVOIR-FAIRE sans jamais perdre son OBJECTIF PREMIER : offrir à sa clientèle une expérience de SOMMEIL DE LUXE.

M

embre du Comité Colbert depuis vingt années, la Maison Yves Delorme est reconnue entreprise du Patrimoine Vivant. Une fabrication made in France qui fait appel aux tissus les plus nobles.



Une internalisation aujourd'hui particulièrement rare sur le marché du linge de Maison. L'atelier de tissage de Sevelinges est, aujourd'hui, le dernier tissage d'éponge français.

Fabrication ULTRA SOIGNÉE

Grâce à cette maîtrise totale de ses procédés de fabrication, la Maison Yves Delorme demeure à ce jour la signature française en matière de linge de Maison dans le monde. Aucun détail n'échappe aux experts de la confection : les draps de lit sont finis avec des ourlets délicats et des coins ajustés pour un ajustement parfait sur le matelas. Les serviettes de bain et les peignoirs, quant à eux, sont réalisés à partir des meilleurs cotons afin d'offrir une expérience de luxe et de confort inégalable.

Direction la FRENCH RIVIERA

INÉGALABLE savoir-faire

L'atelier de fabrication Yves Delorme situé dans les Hauts de France emploie 80 couturières expertes de la confection. Il est l'un des derniers sur le territoire hexagonal et s'engage dans la transmission d'un précieux savoir-faire. Le lieu dispose également, depuis 1920, d'un atelier de tissage basé à Sevelinges à proximité de la ville de Roanne. C'est ici que la Maison développe son outil industriel spécialisé dans le tissage d'éponge et de jacquard avec une équipe d'une trentaine de personnes.

yvesdelorme.com



TIMELESS Yves Delorme

The French House of household linen has gained an international reputation. It must be said that on the very dynamic household linen market, Yves Delorme stands out. For 175 years, the House has been working to revisit its know-how without ever losing its main goal : to offer its customers a luxury sleep experience.

A member of the Comité Colbert for twenty years, Maison Yves Delorme is recognized as a Living Heritage Company. Made in France manufacturing using the finest fabrics.

UNPARALLELED know-how

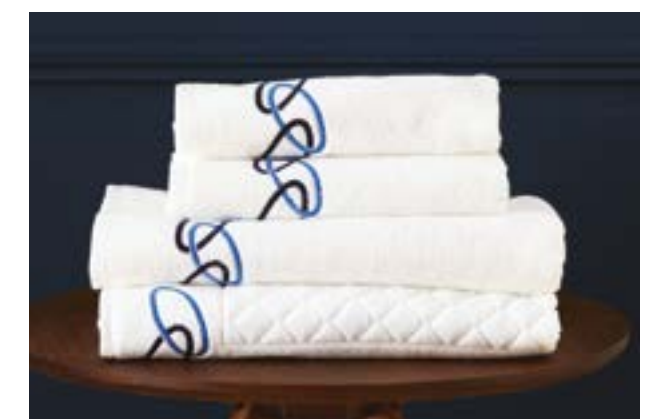
The Yves Delorme manufacturing workshop located in Hauts de France employs 80 expert seamstresses. It is one of the last in France and is committed to passing on valuable know-how. Since 1920, the place has also had a weaving workshop based in Sevelinges near the city of Roanne. It is here that the House develops its industrial tool specialized in terrycloth and jacquard weaving with a team of around thirty people. An internalization that is particularly rare today in the household linen market. Today, Sevelinges weaving workshop is the last French sponge weaving.

ULTRA NEAT manufacturing

Thanks to this total mastery of its manufacturing processes, Maison Yves Delorme remains the French signature in terms of household linen in the world. No detail escapes the tailoring experts : the bed sheets are finished with delicate hems and fitted corners for a perfect fit on the mattress. The bath towels and bathrobes are made from the best cottons in order to offer an experience of luxury and unparalleled comfort.

To the FRENCH RIVIERA

However, there is no question of remaining frozen in an era. Yves Delorme knows how to evolve with the times. With each collection, the House strives to question its codes to offer ever more modern creations. The spring summer 2023 collection is inspired by the French Riviera, its lights and its colors. The result is ultra-comfortable bed sets that smell like the sun, like Taormina set, or bathrobes in shades of blue and white with cocoon comfort.



LES 110 DE TAILLEVENT

La singularité du restaurant « Les 110 de Taillevent » est sa capacité à ASSOCIER LES CRÉATIONS LES PLUS GASTRONOMIQUES AUX MEILLEURS CRUS. Le numéro 110 étant le nombre de vins au verre proposé par la Maison. A l'image de son mythique grand frère, Le Taillevent, rue Lamennais et Les 110 de Taillevent s'emploient avec sensibilité à imaginer les plus savoureux accords.

The uniqueness of the restaurant "Les 110 de Taillevent" is its ability to COMBINE THE MOST GASTRONOMIC CREATIONS WITH THE BEST WINES. The number 110 being the number of wines by the glass offered by the House. Like its mythical big brother, Le Taillevent, rue Lamennais, Les 110 de Taillevent works with sensitivity to imagine the tastiest combinations.



est la table œnologique parisienne par excellence qui vient de fêter ses 10 ans. Voici dix années que le restaurant Les 110 de Taillevent illumine la gastronomie parisienne avec sa cuisine spontanée, bourgeoise et généreuse. Une adresse ultra savoureuse aux accords mets-vins inégalés.

It is the Parisian oenological table par excellence which has just celebrated its 10th anniversary. For ten years, the restaurant Les 110 de Taillevent has been lighting up Parisian gastronomy with its spontaneous, bourgeois and generous cuisine. An ultra tasty address with unrivaled food and wine pairings.



Photos Arbès Food

TANDEM CHEF – SOMMELLERIE

Aux commandes, c'est désormais Grant Waller qui officie. Du Pré Catelan, à L'Arpège, en passant par L'Arôme, le chef a dirigé les plus grandes Maisons. Après avoir passé douze années en tant que sous-chef du Taillevent, il dirige aujourd'hui les fourneaux du restaurant Les 110 de Taillevent avec pour ambition de partager une cuisine française sans sophistication superflue, simplement inscrite dans la mémoire collective. Le pâté en croûte tradition, le vol-au-vent à la financière, la mousse chaude au chocolat noir sont autant de recettes désormais incontournables. Amoureux des produits de saison et de la gastronomie à la française, il s'emploie chaque jour à créer des plats emplis de saveur.

Dans sa quête perpétuelle du bon et de la sensorialité, il est épaulé par une équipe de quatre sommeliers. Chacun des plats est ainsi accompagné de quatre propositions d'accords vins : Sérénité, Audace, Plénitude et Secret. Passionnés par leur métier, les sommeliers accompagnent chaque convive dans la recherche d'un accord intuitif ou inattendu. Vous pourrez également leur laisser carte-blanche pour une dégustation à l'aveugle. Avec plus de 2 000 références et 24 propositions qui se renouvellent tous les quinze jours parmi les 110 vins au verre, Les 110 de Taillevent déroulent une expérience unique au cœur de Paris. »



Photo : Marie de Chesse

TANDEM CHEF – SOMMELLERIE

Grant Waller is now the chef. From Pré Catelan, to L'Arpège, via L'Arôme, the chef has managed the greatest restaurants. After spending twelve years as sous-chef at Le Taillevent, he is now the chef of Les 110 de Taillevent restaurant with the ambition of sharing French cuisine without superfluous sophistication, simply in the collective memory. The pâté en croûte Tradition, the vol-au-vent à la financière, the hot dark chocolate mousse are all the essential recipes. A lover of seasonal products and French gastronomy, he strives to create dishes full of flavor every day.

In his perpetual quest for goodness and sensoriality, he is supported by a team of four sommeliers. Each of the dishes is thus accompanied by four suggested wine pairings : Serenity, Audacity, Plénitude and Secret. Passionate about their profession, the sommeliers accompany each guest in the search for an intuitive or unexpected pairing. You can also let them choose for a blind tasting. With more than 2,000 references and 24 proposals that are renewed every fortnight among the 110 wines by the glass, Les 110 de Taillevent offers a unique experience in the heart of Paris.



copyright Arbès

Des tables chics mais JAMAIS INTIMIDANTES

Côté salle, c'est le décorateur Pierre-Yves Rochon qui a été convoqué. Pour Les 110 de Taillevent, il a imaginé des espaces ouverts aux ami(e)s, familles et aux relations d'affaires avec comme ligne directrice de proposer des tables chics mais jamais intimidantes. Un lieu à la fois intemporel et décontracté grâce à son atmosphère enveloppante de bois de chêne omniprésent et ses tableaux à la feuille d'or illustrant chaque vignoble français et du monde. Les millésimes sont alignés comme un trésor visible face au bar longiligne sur lequel se dresse le couvert. Un lieu rare pensé pour le plaisir sur lequel veille Alexandre Mounier, Directeur de Les 110 de Taillevent.

Chic but NEVER INTIMIDATING tables

The decorator Pierre-Yves Rochon designed the place. For Les 110 de Taillevent, he imagined spaces open to friends, families and business relations with the guideline of offering chic but never intimidating tables. A place that is both timeless and relaxed thanks to its enveloping atmosphere of ubiquitous oak wood and its gold leaf paintings illustrating each French and world vineyard. The bottles are lined up like a visible treasure facing the long bar where you can eat. A rare place designed for pleasure, overseen by Alexandre Mounier, Director of Les 110 de Taillevent.



copyright Arbès

RESTAURANT LES 110 DE TAILLEVENT
195 rue du Faubourg Saint-Honoré 75008 Paris
01.40.74.20.20

www.les-110-taillevent-paris.com/

Lemonaid et ChariTea : *les boissons engagées* *Lemonaid and ChariTea : committed drinks*



La marque de boissons née en Allemagne a débarqué en France en 2015. Au-delà des ingrédients bio issus du commerce équitable et de ses packagings épurés, les marques Lemonaid & ChariTea se distinguent par un business model très singulier.

Entretien avec Arthur Petric, Directeur International de la Maison.

Comment sont nés Lemonaid & ChariTea ?

Nous ne sommes pas une marque de boissons à proprement parlé. La vente de boissons n'est qu'un moyen nous permettant d'arriver à notre objectif : financer localement des projets de développement. C'est en 2006 que Paul, le fondateur de la marque a eu l'idée de créer Lemonaid & ChariTea. Il travaillait alors pour la Banque de Développement Allemande. En mission au Sri Lanka, il s'est très vite rendu compte que les projets de développement se décidaient davantage dans des hôtels internationaux que localement, auprès des populations. De cette frustration est née une idée. Proposer des produits qui permettent de financer des projets de développement. En 2009, il lance la marque d'abord en Allemagne.

Concrètement, comment faites-vous ?

Nous avons une structure particulière d'entreprise à mission au côté de laquelle se trouve notre Fondation. Pour chaque produit vendu, nous reversons cinq centimes à notre Fondation. Ce système de financement est très particulier : la plupart des entreprises qui s'engagent choisissent de reverser de l'argent sur leurs bénéficiaires. Nous avons choisi de reverser une part de notre chiffre d'affaires. Ainsi, nous avons pu abonder à la Fondation dès les premières ventes, alors qu'il a fallu près de huit années pour atteindre la rentabilité. Nous sommes parvenus à reverser au total près de 8 millions d'euros à la Fondation. Cette année, nous espérons atteindre 2 millions d'euros reversés.

Quels sont les projets financés ?

Nous soutenons actuellement une trentaine de projets en cours. Tous ces projets sont situés dans les pays auprès desquels nous nous fournissons en ingrédients : Sri Lanka, Mexique, à Cape Town en Afrique du Sud... nous avons par exemple soutenu la Dream Factory qui permet de former les populations des Townships à la Tech et au business digital. Nous finançons des projets à horizon trois ans, pour des montants pouvant aller jusqu'à 150 000 euros. Tous nos projets ont pour particularité de répondre à un besoin local et d'être portés par les acteurs de ces régions.

Dix années après le lancement, où en êtes-vous ?

Nos deux marques Lemonaid & ChariTea emploient une centaine de personnes. Par ailleurs, six personnes travaillent dans la Fondation. Chaque année, ce sont près de 40 millions de bouteilles qui sortent de nos usines à destination de 34 pays. En France, nous sommes présents dans les cafés et les restaurants ainsi que dans les magasins bios. Nous proposons aujourd'hui une gamme de dix produits : quatre limonades et six thés glacés. Nos thés glacés ont pour spécificité de ne pas être produits à base de sirops mais d'être véritablement des thés infusés.

The beverage brand born in Germany arrived in France in 2015. Beyond organic ingredients from fair trade and its sleek packaging, Lemonaid & ChariTea brands stand out by a very unique business model.

Interview with Arthur Petric, International Director of the House.

How were Lemonaid & ChariTea born ?

We are not really a beverage brand. The sale of beverages is only a means allowing us to achieve our goal : to finance development projects locally. In 2006, Paul, the founder of the brand, had the idea of creating Lemonaid & ChariTea. He was then working for the German Development Bank.

On a mission to Sri Lanka, he quickly realized that development projects were decided more in international hotels than locally, with the populations. From this frustration an idea was born. Offer products that finance development projects. In 2009, he launched the brand first in Germany.

How do you really do it ?

We have a particular corporate structure with a mission alongside which our Foundation stands. For each product sold, we donate five cents to our Foundation. This financing system is very special : most of the companies that commit choose to donate money from their profits. We have chosen to donate part of our turnover. Thus, we were able to contribute to the Foundation from the first sales, while it took nearly eight years to achieve profitability. We managed to donate a total of nearly 8 million euros to the Foundation. This year, we hope to donate 2 million euros.

What projects are funded ?

We currently support around thirty ongoing projects. All these projects are located in the countries where we purchase our ingredients : Sri Lanka, Mexico, in Cape Town, South Africa, for example, we have supported the Dream Factory, which enables Townships people to be trained to Tech and digital business. We finance projects over three years, for amounts up to 150,000 euros. All our projects have the particularity of meeting a local need and being carried by people from these areas.

Ten years after the launch, how is it working ?

Our two brands Lemonaid & ChariTea employ a hundred people. In addition, six people work in the Foundation. Each year, nearly 40 million bottles leave our factories to 34 countries. In France, we are present in cafés and restaurants as well as in organic stores. We now offer a range of ten products : four lemonades and six iced teas. Our iced teas have the specificity of not being produced with syrups but are real infused teas.

DISARONNO®
VELVET

DUGAS

DÉCOUVREZ
DISARONNO VELVET
EN VELVET BATIDA



DISARONNO VELVET BATIDA

*Dans un shaker rempli de glace pilée,
ajouter Disaronno Velvet (1 part) et de l'eau de coco (1 part).
Secouer le tout légèrement puis verser dans un verre long drink.*

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

BOUGIES

messagères

Messenger candles

*Toute nouvelle marque parisienne,
Olfactif DÉVOILE sa première collection de bougies.
Des « bougies messagères » non pas d'intérieur, mais du « FOR INTÉRIEUR ».
Douze créations présentées dans un sublime écrin.*

*Brand new Parisian brand, Olfactif LAUNCHES its first collection
of candles. «Messenger candles» not for your home, but FOR YOURSELF.
Twelve creations presented in a gorgeous case.*

E

ELLES SE SONT RENCON-
THEY MET AT



TRÉES SUR LES BANCS DE L'ÉCOLE...
SCHOOL...

Elisabeth Koskas et Alexia Capron se sont rencontrées un jour de rentrée. Elles ont marché l'une vers l'autre pour entamer une conversation qui ne s'est jamais arrêtée. La discussion se poursuit aujourd'hui autour d'une singulière collection de bougies. Des bougies messagères qui rassemblent les trois passions des créatrices : le design, le parfum et l'astrologie.

Céramique émaillée

Côté design d'abord, Olfactif Paris dévoile un flacon en céramique émaillée à base d'argile recyclée. Une conception made in Portugal ultra épurée et entièrement réalisée à la main. Les petits chapeaux qui coiffent les écrins ont été pensés comme des totems et servent d'éteignoir à bougie.

Ils représentent les quatre éléments : feu, terre, air et eau, chacun étant associé aux signes astrologiques.

Elisabeth Koskas et Alexia Capron met one day back to school. They walked towards each other to start a conversation that never ended. The discussion continues today around a singular collection of candles. Messenger candles that bring together the three passions of the creators : design, perfume and astrology.

Glazed ceramic

As for design, Olfactif Paris offers an enamelled ceramic bottle made from recycled clay. An ultra refined, entirely handmade and made in Portugal design. The little hats that cover the cases have been designed as totems and serve as candle snuffer. They represent the four elements : fire, earth, air and water, each of which is associated with the astrological signs.



Personnalisation ASTRALE

La grande spécificité de la collection est de décliner une senteur pour chaque signe astrologique. Les douze parfums ont été spécialement conçus en écho aux douze signes du zodiaque. Chaque sillage reflète ainsi un caractère. Le Verseau est incarné par la Fleur d'Oranger, le Bélier par le Bois Ciré, le Sagittaire par le Santal et le Taureau par la Vanille. La personnalisation va jusqu'à la réalisation d'un thème astral. Au moment de la commande, il suffit d'entrer ses informations de naissance (date, lieu et heure) pour obtenir son thème astral personnalisé. Niché dans une capsule scellée dans la cire de la bougie, le thème astral se dévoile au gré des heures qui s'écoulent. Une pince est fournie avec la bougie pour permettre de s'emparer du précieux document.

ASTRAL customizing

The great specificity of the collection is to decline a scent for each astrological sign. The twelve fragrances have been specially designed to echo the twelve signs of the zodiac. Each scent thus reflects a character. Aquarius is embodied by Orange Blossom, Aries by Waxed Wood, Sagittarius by Sandalwood and Taurus by Vanilla. Personalization goes as far as creating an astral chart. When ordering, simply enter your birth information (date, place and time) to get your personalized birth chart. Nestled in a capsule sealed in the wax of the candle, the birth chart is revealed as the hours pass. A clamp is provided with the candle to allow you to grab the precious document.

ÉLOGE des DÉTAILS

Derrière chaque bougie, ce sont dix métiers qui collaborent. Des artisans au savoir-faire précieux qui affectionnent l'unique et le beau. Chaque partenaire a été soigneusement sélectionné pour son excellence et son engagement en faveur de l'environnement. Toutes les cires sont 100 % végétales, sans huile de palme ni paraffine. Marque engagée, Olfactif Paris ne travaille qu'en France, Espagne et Portugal auprès d'artisans passionnés et de maisons familiales. Une conviction de chaque instant qui se retrouve jusque dans les coffrets éco-conçus. A s'offrir ou à offrir sans modération.

PRAISE for DETAILS

Behind each candle, there are ten professions working together. Craftsmen with precious know-how who love the unique and the beautiful. Each partner has been carefully selected for their excellence and their commitment to the environment. All waxes are 100% vegetable, without palm oil or paraffin. A committed brand, Olfactif Paris only works in France, Spain and Portugal with passionate craftsmen and family houses. A constant conviction that can be found even in the eco-designed boxes. To offer oneself or to offer without moderation.



La scène créative PARISIENNE

The Parisian creative scene

C'est un minuscule quartier, niché entre la Place de la République et le Musée des Arts et Métiers. Quelques rues au sein desquelles VIBRE LA CRÉATION de la scène parisienne. Ici pas de franchises ni de concepts aseptisés, mais des CRÉATEURS INSPIRÉS qui, au quotidien, s'emploient à livrer la QUINTESSENCE de leur ART. AMATEURS EXIGEANTS de gastronomie, art, mode, design et musique, ne passez pas à côté du quartier Vertbois.

TROIS RUES

T où il fait bon flâner, se divertir et se restaurer. Les rues du Vertbois, Volta et Notre-Dame-de-Nazareth sont en matière de création parmi les rues les plus dynamiques de la scène parisienne.

It is a tiny district, nestled between Place de la République and the Museum of Arts and Crafts. A few streets in which the creation of the Parisian scene vibrates. Here, no franchises or sanitized concepts, but inspired creators who, on a daily basis, strive to deliver the quintessence of their art. Demanding amateurs of gastronomy, art, fashion, design and music, don't miss Vertbois district.

Three streets. Where it is good to hang around, have fun and eat. The streets of Vertbois, Volta and Notre Dame de Nazareth are among the most dynamic streets of the Parisian scene in terms of creation.

Plaisirs GUSTATIFS

Côté papilles tout d'abord avec des chefs inspirés, adeptes des produits locaux et de saison et qui livrent de singulières créations. Aux côtés de l'historique Ami Louis, se trouvent de nouveaux entrants de la gastronomie. Anna, est un restaurant et bar à vins avec à sa tête deux italiens : Alessandro vient du nord, tandis que Giuseppe vient du sud de l'Italie. A eux deux, ils proposent une cuisine intuitive, accompagnée d'une fine sélection de vins naturels. Non loin de là, c'est Biche qui jongle sur les saveurs et propose des assiettes audacieuses. C'est dans ce quartier également que le Café Kitsuné a choisi d'installer sa première brûlerie en Europe pour y proposer ses assemblages torréfiés exclusifs.

MODE AVANT-GARDISTE et responsable

Si APC est l'une des premières Maisons à avoir choisi le quartier, avec son premier second-hand shop au monde, d'autres créateurs ont investi le quartier. On y retrouve par exemple, Front de Mode, marque pionnière de la mode durable qui propose des collections streetwear éthiques, ou encore Kilomètre Paris, qui mêle mode et voyages. Côté accessoires, une promenade dans le quartier de Vertbois est l'occasion unique de découvrir de nouveaux créateurs, comme Laperruque Paris, atelier de maroquinerie minimaliste et durable, ou encore Waiting For The Sun, lunetier alliant savoir-faire traditionnel et innovation.

CŒUR VIVANT de la capitale

La création artistique n'est pas en reste. C'est ici que se trouve notamment Rupture, café-disquaire inédit, avec son offre de vinyles complétée par une librairie d'art. De nombreuses galeries y ont aussi élu domicile, à l'instar de Derouillon, Backlash et New Galerie. Tout au long de l'année, le quartier est animé par des temps forts : apéritifs thématiques, expositions, parcours estivaux... Un endroit unique pour découvrir une génération de créateurs engagés et bien décidés à faire bouger les lignes et les codes de la consommation.

TASTING pleasures

First of all, inspired chefs, followers of local and seasonal products and who offer unique creations. Alongside the famous Ami Louis, there are newcomers to gastronomy. Anna is a restaurant and wine bar managed by two Italians : Alessandro comes from the north, while Giuseppe comes from the south of Italy.

Both of them offer an intuitive cuisine, accompanied by a fine selection of natural wines. Not far from there, Biche plays with flavors and offers daring dishes. It is also in this district that Café Kitsuné has chosen to set up its first roastery in Europe to offer its exclusive roasted blends.

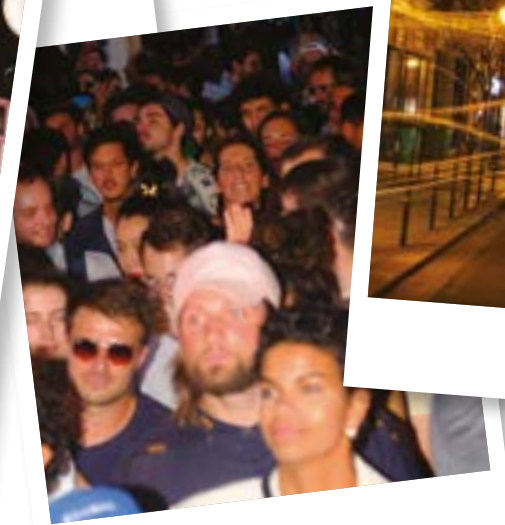
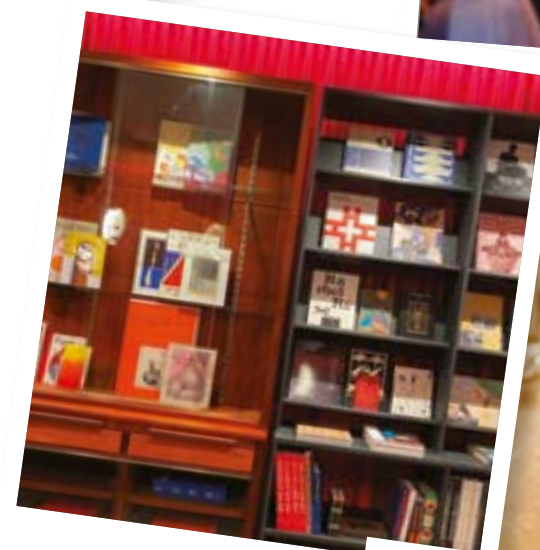
AVANT-GARDE and responsible FASHION

If APC is one of the first houses to have chosen this district, with its first second-hand shop in the world, other designers have moved in the district. For example you can find Front de Mode, a pioneering brand in sustainable fashion that offers ethical streetwear collections, or Kilomètre Paris, which mixes fashion and travelling. As for accessories, a walk in Vertbois district is a unique opportunity to discover new designers, such as Laperruque Paris, a minimalist and sustainable leather goods workshop, or Waiting for the sun, an eyewear manufacturer combining traditional know-how and innovation.

LIVING HEART of the capital

Artistic creation is not left out. This is where you will find Rupture, a unique café-record store which is also an art bookstore. Many galleries have also settled down there, such as Derouillon, Backlash and New Galerie.

Throughout the year, the district is animated by highlights : theme aperitifs, exhibitions, summer tours... A unique place to discover a generation of committed creators who are determined to change the ways and codes of consumption.



LE VENT EN POUPE

THE WIND IN ITS SAILS



SailGP est une compétition internationale de voile en équipage. Basée sur le concept de la Coupe de l'America, elle se déroule sur de grands catamarans qui ont cette particularité de voler au-dessus de l'eau à vive allure. Une innovation et une prouesse qui donnent lieu à un spectacle incroyable!

SailGP is an international crewed sailing competition. Based on the concept of the America's Cup, it takes place on large catamarans sailing above the water at high speed. An innovation and a feat promising an incredible show!

UN RENDEZ-VOUS SPORTIF INCONTOURNABLE

En 5 ans, le SailGP est devenu un rendez-vous international incontournable autant pour les amateurs que les professionnels qui ne la louperaient pour rien au monde ! Son succès réside dans le positionnement et l'image de ce sport à la fois intense, innovant, extrême, mais aussi accessible au plus grand nombre. Car c'est le spectacle qu'il nous offre que l'on admire et que l'on soutient !

Comment ÇA MARCHE ?

Six équipes s'affrontent lors de courses en flotte, qui se déroulent sur un parcours défini. La saison 3 a accueilli l'Australie, les États-Unis, la Grande-Bretagne, le Japon, l'Espagne et la France. Un sport dans lequel cette dernière se positionne au 3e rang général en attendant la finale de la saison dans la mythique baie de San Francisco.

« EAUX » LES CŒURS !

Cette belle aura est portée par le pilote Quentin Delapierre qui a rejoint il y a un peu plus d'un an la team française. Depuis lors, ce sportif aguerri, étoile montante de la voile française, ne cesse de pousser son équipe vers le haut. Son objectif : mettre la France sur le devant de la scène mondiale. Audacieux ? non, talentueux ! En effet, à seulement 30 ans, le barreur français est aujourd'hui considéré comme l'élite française de la voile ! C'est un bosseur, un vrai ! Avec un caractère très humble, on espère secrètement, pour lui, que son nom fasse un jour partie des légendes de la voile internationale.

COCORICO à vos agendas.

Top départ à Chicago en juin 2023 pour un événement en 12 étapes qui se terminera en juillet 2024, avec une grande finale dans la baie de San Francisco. A ne pas manquer ? Le « France Sail Grand Prix », les 9 et 10 septembre prochain, à Saint-Tropez. Ce sera l'occasion de sensibiliser les spectateurs aux actions positives menées par les équipes de SailGP pour réduire leur empreinte carbone globale et contribuer à accélérer l'inclusion dans la voile. Une initiative inédite dans le monde du sport.

AN ESSENTIAL SPORTING EVENT

In 5 years, SailGP has become an unmissable international meeting for both amateurs and professionals who wouldn't miss it for anything in the world !

Its success lies in the positioning and image of this intense, innovative, extreme sport, but also accessible to as many people as possible. Because it is the show it offers that we admire and support it !

How does it WORK ?

Six teams compete in fleet races, which take place on a set course. Season 3 welcomed Australia, the United States, Great Britain, Japan, Spain and France.

A sport in which France is positioned 3rd while waiting for the season finale in the legendary San Francisco Bay.

“WATERS” in the hearts !

This beautiful aura is given by the pilot Quentin Delapierre who joined the French team a little over a year ago. Since then, this experienced athlete, rising star of French sailing, has continued to push his team to the top. His goal is to put France in the best teams worldwide.

Daring ? no, talented ! Indeed, at only 30 years old, the French helmsman is now considered as the French elite of sailing ! He's a hard worker, a real one ! With a very humble character, we secretly hope for him that his name will someday be part of the international sailing legends.

CHAUVINIST, in your diaries.

Start in Chicago in June 2023 for a 12-stage event that will end in July 2024, with a big finale in San Francisco Bay. Do not miss it ? « France Sail Grand Prix », on September 9 and 10, in Saint-Tropez. This will be an opportunity to raise awareness among spectators of the positive actions taken by SailGP teams to reduce their overall carbon footprint and help accelerate inclusion in sailing. An unprecedented initiative in the world of sport.



Christchurch, une escale surprenante

Christchurch, a surprising stopover

La rédaction de Showcase Magazine a eu la chance rencontrer l'équipe de France en Nouvelle Zélande, à Christchurch.

Deux jours de compétitions extrêmes où les français, en plein cercle vertueux, se sont retrouvés troisièmes au classement provisoire derrière les Australiens et les Néo-Zélandais. Une qualification pour l'ultime course qui couronnera le grand vainqueur du championnat avant d'enchaîner sur une 4e saison. Une nouvelle chance de faire parler de l'équipe de France encore plusieurs mois ! Car oui, ce sport fait briller l'Hexagone par sa capacité à conjuguer l'esprit d'équipe, l'effort intense et tout un ensemble de valeurs nobles.

A cette occasion Showcase est allé visiter Christchurch, une étape incontournable lors d'un voyage sur l'île du Sud de la Nouvelle-Zélande. Connue pour son patrimoine anglais authentique, où se rencontrent sans incohérence un patrimoine culturel riche, des traditions locales historiques et une volonté d'apporter une impulsion contemporaine dans le développement de son offre touristique, Christchurch est une ville surprenante et créatrice. Pour visiter la ville, nous avons sauté dans un tramway aux allures vintage qui nous a fait faire le tour de tous les plus beaux spots de la ville, et notre coup de cœur s'est porté sur le Tussock Hill. C'est en 1998 que Robin Woodsford et sa partenaire Julie, font l'acquisition d'un terrain situé sur les collines volcaniques de Port Hills à Christchurch dans le but d'établir un vignoble et une oliveraie biologiques. La colline nue de touffes est plantée de vignes de pinot noir et d'oliviers. La vigne obtient la certification officielle des viticulteurs biologiques en 2016. En 2017, la vigne est vendue à la famille Targett qui décide de créer une maison d'hôtes. Sirotez, observez les étoiles et regardez le coucher de soleil. Tussock Hill propose une délicieuse sélection d'assiettes saisonnières à partager qui mettent en valeur les produits locaux de Canterbury et bien sûr leurs savoureux vins biologiques. La carte change et évolue au gré des saisons et de ce que les producteurs locaux sont en mesure de proposer. C'est l'adresse incontournable si vous avez la chance de visiter Christchurch, une escapade rurale à seulement quinze minutes du centre-ville.

Showcase Magazine editorial staff had the chance to meet the French team in New Zealand, in Christchurch.

Two days of extreme competitions where the French, in full virtuous circle, found themselves third in the provisional classification behind the Australians and the New Zealanders. A qualification for the final race which will crown the big winner of the championship before moving on to a 4th season. A new chance to speak about the French team for several more months ! Because this sport really makes France shine with its ability to combine team spirit, intense effort and a whole set of noble values.

On this occasion Showcase went to visit Christchurch, an essential stopover during a trip to the South Island of New Zealand. Known for its authentic English heritage, where a rich cultural heritage, historical local traditions and a desire to bring a contemporary impulse to the development of its tourist offer meet without inconsistency, Christchurch is a surprising and creative city.

To visit the city, we jumped on a vintage-looking tram that took us around all the most beautiful spots in the city, and our favorite was Tussock Hill. In 1998, Robin Woodsford and his partner Julie, bought a land located on the volcanic hills of Port Hills in Christchurch with the aim of establishing an organic vineyard and olive grove. The vine obtained the official certification of organic winegrowers in 2016. In 2017, the vine was sold to the Targett family who decided to create a family business. Guesthouses or retreats, each has its own private balcony overlooking the vineyards. Sip, stargaze and watch the sunset. Tussock Hill offers a delicious selection of seasonal sharing plates promoting local Canterbury produce and of course their tasty organic wines. The menu changes and evolves with the seasons and what local producers can offer. This is the place to go if you have the chance to visit Christchurch, a rural getaway just fifteen minutes from downtown.

**Tussock Hill .210 Huntsbury Avenue,
Cashmere, Christchurch 8022, Nouvelle-Zélande
tussockhill.co.nz/**

AUTRES LIEUX INCONTOURNABLES
Pour dormir et savourer un merveilleux petit déjeuner le Eliza's Manor, elizas.co.nz
Pour un apéritif festif: le rooftop de Mr Brightside, mrbrightside.co.nz
Pour un dîner enchanté: Amazonita, amazonita.co.nz
Twenty-Seven Steps, twentysevensteps.co.nz
The Monday Room, themondayroom.nz



TOUT EN NUANCES



Avis aux amateurs de peinture, l'historienne d'art Valérie Mettais a réuni dans deux coffrets, un rouge, un bleu, les secrets et le rôle de la couleur dans la création des artistes. Une cinquantaine d'œuvres sont ainsi décortiquées, en ensemble, en détails et en gros plan, dans un format accordéon pour être au plus près des œuvres, avec pour fil conducteur : la couleur ! On en prend plein les yeux.

192 pages illustrées
25,95 € chaque ouvrage



Partie de CAMPAGNE

La Campagne avec un grand « C » est au cœur de cet ouvrage. La nature, ses arbres, ses champs, ses cueillettes bucoliques. Tout est prétexte pour s'y réfugier. Monique Duveau nous en livre sa vision au travers de 70 recettes gourmandes et généreuses qu'elle dresse dans un décor absolument sublime. Une cuisine colorée qui s'exprime jusque dans l'art de la table et la décoration. C'est beau et ça fait saliver.

Vivre la Campagne - Monique Duveau
Textes de Françoise Lefebvre
Photographies de José Esteves
Editions de La Martinière
256 pages 32 €

S'ACCEPTER, TOUT UN ART !

Qui n'a jamais rêvé d'être super bien dans son corps ? Une harmonie pas toujours facile à maintenir entre le corps, le mental et le soi profond ! Tout le principe de cet ouvrage est de nous aider à comprendre les clés pour s'accepter pleinement. Des soft skills à gogo et surtout pas d'injonctions ! Ce livre est construit comme une méthode, pour se reconnecter à soi et à son corps. A emporter partout.

Yoga et peanut butter
Editions Larousse
19,95 €



PALETTE D'ASTUCES d'une architecte d'intérieur autodidacte.

Marianne Evennou passe au crible 10 intérieurs selon 9 chapitres thématiques. Une mine d'or de trucs et astuces et un carnet d'adresses fabuleux. L'autrice a le génie de nous montrer son point de vue où tous les petits défauts deviennent des qualités.

Un intérieur à soi de Marianne Evennou, avec la collaboration de Clémence Leboulanger. Editions de La Martinière 224 pages 38 €



UNE ODE À LA BRETAGNE

Lorsqu'un médecin-neurologue de Lorient quitte sa blouse, c'est pour écrire des romans. Sophie Tal Men signe son 8ème roman où elle glisse avec douceur et tendresse l'empreinte de sa terre natale et une lecture de la médecine des campagnes et ses acteurs. Un récit touchant, à lire d'un trait !

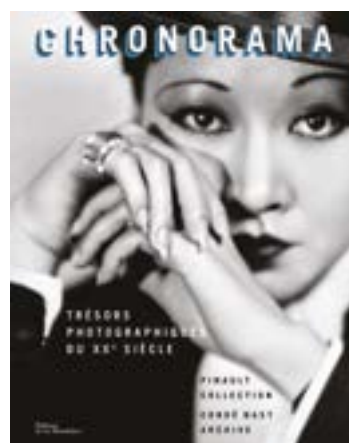
Sophie Tal Men
La promesse d'une île
Editions Albin Michel
352 pages - 20,90 €



UN LIVRE QUI FAIT DU BIEN

Écrire c'est exister ? Selon Eudes Séméria, psychologue existentiel, il faut écrire pour se connaître et se connaître pour écrire. Prendre la plume est un acte de bravoure tant il résulte d'un geste à la fois artistique et politique. Parfois, sans y penser, il tend même vers une résonance anthropologique et philosophique. Un chemin, plus ou moins long, où la bienveillance envers soi est de mise.

Ecrire - Eudes Séméria
Editions Albin Michel 234 pages 17,90 €



TRÉSORS PHOTOGRAPHIQUES DU 20ème SIÈCLE

«Chronorama : Trésors photographiques du 20ème siècle» est un livre incontournable pour tous les amateurs d'histoire et de photographie. En célébrant les grands noms du 20e siècle et la puissance de l'image qu'ils illustrent, cet ouvrage captivant nous rappelle la valeur inestimable de la photographie en tant que témoin et interprète de notre histoire collective. Avec une collection exceptionnelle de 400 images et clichés issues de la Pinault Collection, ce recueil nous emmène dans un voyage captivant à travers le temps, offrant un aperçu unique des moments marquants, des personnalités emblématiques et des événements majeurs qui ont façonné le 20ème siècle.

Éditions de la Martinière 432 pages, 75 €



Mar'co

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

Repas sur place · Vente à emporter

Inégalable

MAISON LAFITTE

Unrivaled Maison Lafitte

Voici une institution centenaire, originaire du Sud-Ouest. Spécialiste des créations culinaires des Landes, LA MAISON LAFITTE s'est, au fil des générations, transformée en un fleuron artisanal de la gastronomie. Focus sur la Maison familiale landaise, créatrice de Foie Gras depuis plus de 100 ans.

Here is a century-old institution, originally from the Southwest. Specialist in culinary creations from Les Landes, Maison LAFITTE has transformed itself into an artisanal flagship of gastronomy over the generations. Focus on the Landaise family house, creator of Foie Gras for more than 100 years.

L'HISTOIRE COMMENCE À MONTAUT, PETIT VILLAGE PITTORESQUE DES LANDES ADOSSÉ AUX COLLINES DE LA CHALOSSE. THE STORY BEGAN IN MONTAUT, A SMALL PICTURESQUE VILLAGE IN LES LANDES, BACKED BY THE HILLS OF CHALOSSE.

C'est ici que Pierre Lafitte commercialise ses premiers gibiers et oies grasses. Lorsque le « grand Léon » succède à son père, il est âgé de 25 ans. Sous son impulsion, le petit commerce local devient un véritable fleuron de la gastronomie landaise. Dans les années 1970, Léon Lafitte accompagné de ses enfants initie l'ouverture des premières boutiques. D'abord dans le Sud-Ouest, puis au cœur de Paris, sur l'Île Saint-Louis. Le temps passe, la renommée de la Maison s'affirme

et les amitiés avec les grands chefs se nouent. Rapidement, la signature LAFITTE résonne à l'international. La Maison intègre alors le Club des Chefs des Chefs, prestigieuse institution qui regroupe uniquement les cuisiniers des Chefs d'État.

Pierre Lafitte sold his first wild meat and fattened geese there. When the "great Léon" succeeded his father, he was 25 years old. Under his leadership, the small local businesses became the best of Landes gastronomy. In the 1970s, Léon Lafitte accompanied by his children initiated the opening of the first boutiques.

First in the South-West, then in the heart of Paris, on the Île Saint-Louis. Time passed, the reputation of the House was strengthened and friendships with the great chefs were built. LAFITTE signature quickly became internationally famous. The House then joined the Club des Chefs des Chefs, a prestigious institution that only gathers the Heads of State's chefs.



UN SAVOIR-FAIRE UNIQUE

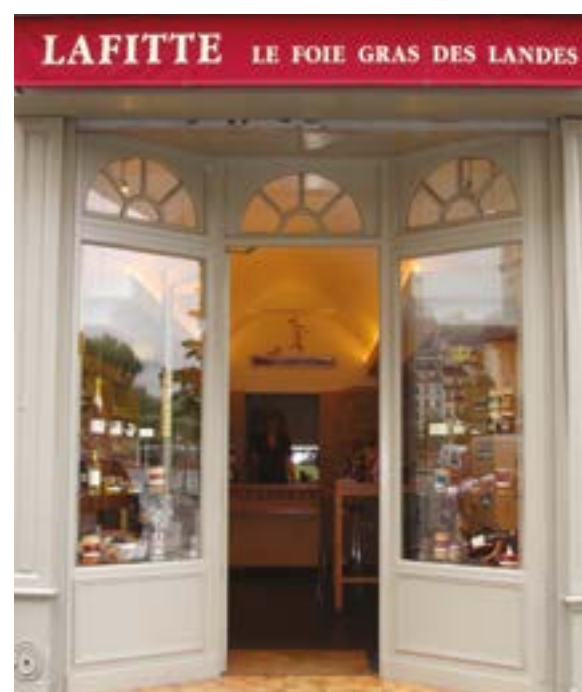
Des créations made in France, au savoir-faire artisanal et à la traçabilité impeccable. Au fil des années, la Maison LAFITTE a tissé une solide relation avec ses producteurs exclusifs, tous situés dans un rayon de 30km autour de Montaut. Ils travaillent selon un cahier des charges établi par la Maison qui effectue des suivis et contrôles réguliers. Parmi les grands classiques se trouvent : le Foie Gras de canard entier des Landes, le Foie Gras d'oie entier du Sud-Ouest ou encore le Foie Gras mi-cuit fumé ou traditionnel. La Maison a également imaginé une gamme de spécialités : le Foie Gras à la truffe, le délice de Foie Gras de canard des Landes aux pommes ainsi que la spécialité de Foie Gras de canard des Landes, zestes de citron et épices d'Orient. Du lien particulier de la Maison avec les plus grands gastronomes est né « L'instant d'Eugénie », Foie Gras mi-cuit d'exception. Une recette signée du chef triplement étoilé Michel Guérard.

A UNIQUE KNOW-HOW

Made in France creations, with artisanal know-how and total traceability. Over the years, Maison LAFITTE has forged a solid relationship with its exclusive producers, all located within 30 km around Montaut. They work according to specifications asked by the House, which carries out regular monitoring and inspections. Among the great classics are the whole duck Foie Gras from Les Landes, whole goose Foie Gras from the South-West or semi-cooked smoked or traditional Foie Gras. The House has also imagined a range of specialties : Foie Gras with truffles, the delight of Landes duck Foie Gras with apples as well as the specialty of Landes duck Foie Gras, lemon zest and oriental spices. From the special link of the House with the greatest chefs was born «L'instant d'Eugénie», exceptional semi-cooked Foie Gras. A recipe signed by three-starred chef Michel Guérard.

De l'Île Saint-Louis à la rue Cler

Les créations se retrouvent au sein des sept boutiques de la Maison. Si cinq se situent dans le Sud-Ouest de la France, la Maison dispose de deux écrins parisiens. Le premier a ouvert ses portes il y a 25 années, au cœur de la Capitale, dans la très parisienne rue Jean du Bellay au cœur de l'Île Saint-Louis. Antre de la gastronomie française à Paris, il rassemble toutes les créations LAFITTE.



En 2020, à l'occasion de son centenaire, la Maison a ouvert une nouvelle boutique parisienne rue Cler, cœur parisien des commerces de bouche. Plus qu'une boutique, ce flagship a été imaginé comme un véritable lieu d'échange et de partage. La boutique dispose de trois espaces : l'espace vente, l'espace dégustation et l'atelier d'application. L'occasion unique de découvrir ou de redécouvrir la gastronomie landaise.

From Île Saint-Louis to rue Cler

The creations can be found in the House's seven boutiques. If five are in the South-West of France, the House has two Parisian settings.

The first opened its doors 25 years ago, in the heart of the capital, in the very Parisian rue Jean du Bellay in the heart of the Île Saint-Louis. Place of French gastronomy in Paris, it brings together all LAFITTE creations. In 2020, for its centenary, the House opened a new Parisian boutique on rue Cler, the heart of Parisian food shops. More than a shop, this flagship has been imagined as a real place of exchange and sharing. The shop has three areas : the sales area, the tasting area and the application workshop. A unique opportunity to discover or rediscover Landes gastronomy.

Maison LAFITTE 47 rue Cler, Paris 75007 - Tel : 01 44 05 10 31
Maison LAFITTE 8 rue Jean du Bellay, Paris 75004 - Tel : 01 43 26 08 63

Autour des Tapas

- 1/ Château Saint-Pons - AOC Ventoux - Les Sens - Blanc 2022,** 10 €. , www.saintpons.shop. Ses notes d'abricots secs et de fleurs blanches accompagneront à merveille des toasts de foie gras et de roquefort.
- 2/ Château de Lastours, Rosé 2022,** 15 €. , www.chateaudelastours.com. Idéal avec un houmous feta-grenade !
- 3/ Château de la Jaubertie, Cuvée Tradition Rosée,** 8,30 €. , www.chateau-jaubertie.com. Ce délicieux vin riche en arômes de fruits rouges sera parfait au moment de l'apéritif, accompagné de sablés au parmesan et romarin.
- 4/ André & Michel Quenard, AOP Savoie Rosé « Sous le Roc »,** 9,50 €. , www.am-quenard.fr. A consommer jeune et à boire frais (7/8 °C) avec une terrine de saumon et des croquetas au jambon Serrano.
- 5/ Mas Seren, IGP Cévennes, Étiquette Nomade Rosé 2022,** 11,50 €. , www.mas-seren.fr. A déguster avec un houmous au pesto.



1 2 3 4 5

- 6/ Maison Antech, Grande Cuvée Oubliée 2015 AOC Crémant de Limoux,** 21,60 €. , www.antech-limoux.com. Une fougasse aux tomates confites sublimerait ce vin aux arômes citronnés.
- 7/ François Lurton - Domaine Les Fumées Blanches, Les Calcaires, Sauvignon blanc 2022 Bio,** 13,90 €. , www.domainelesfumeesblanches.com. Une tortilla espagnole révélera les notes intenses de citron de ce vin, de mangue, litchi et de pêche jaune.
- 8/ Château de Rey, Grenache Gris 2021,** 14 €. , www.chateauderey.com. Idéal pour ceux qui souhaitent un vin convivial, son élégant bouquet aromatique de fraîcheur florale accompagnera à merveille des calamars à la romaine.
- 9/ Union des Vignerons de Saint-Pourçain, Vin gris rosé 2021 AOC Saint-Pourçain,** 6,40 €. , www.vignerons-saintpourcain.com. Sa bouche ronde et fruitée, vive et très rafraîchissante, se dégustera tout au long de l'été agrémenté de chorizo poêlé.
- 10/ Ackerman, Crémant de Loire blanc brut - BIO,** 13,20 €. , www.ackerman.fr. Idéal à l'apéritif avec des terrines de poisson.



6 7 8 9 10

- 11/ Domaine Fournier Père et Fils, Les Belles Vignes 2022,** 17,45 €. , www.fournier-pere-fils.com. Les « Belles Vignes » est un rosé de gastronomie, complexe, savoureux, puissant à découvrir en apéritif, notamment avec des tartellettes de tomate cerise et feta.
- 12/ Champagne Pierre Trichet, Cuvée L'Héritage Blanc de Blancs,** 28 €. , www.champagne-pierre-trichet.com. Ce champagne frais au caractère vif est idéal à déguster avec des bruschettas de tomates marinées et burrata.
- 13/ Domaine de Veizan, Désir Rosé 2022,** 5 €. , www.mjgbriuu.fr. Charnu et très fruité, parfait en accompagnement de crevettes grillées à l'ail et au citron.
- 14/ De Chanceny, Crémant de Loire Brut Rosé,** 9,50 €. , www.lesvignoblesdonis.com. Ses bulles délicates et élégantes seront un délice avec une bruschetta aux tomates séchées !
- 15/ Domaine Trapet Père & Fils, A Minima Alsace 2019,** 14 €. , www.domaine-trapet.fr. Ce vin vrai se déguste accompagné de petits poivrons farcis au fromage frais.



11 12 13 14 15



1 2 3 4 5

- 6/ Château du Seuil, Blanc - AOP Coteaux d'Aix-en-Provence,** 13,35 euros, www.chateauduseuil.fr. Il mettra parfaitement en valeur des calamars frits assortis d'une sauce aïoli.
- 7/ Domaine Vecchio, Vecchio Collezione Rouge,** 13 euros, www.domainevecchio.com. Léger et fruité ce vin est un passe-partout qui s'alliera avec finesse sur des plats ludiques tels des gambas al ajillo ou des patatas bravas.
- 8/ Vignobles de Roubine, Château Roubine Cuvée Premium, Cru Classé Rosé 2022,** 16 euros, www.vignoblesderoubine.com. Ce rosé sublimerait de délicieuses dattes farcies de mascarpone et enroulées de bacon.
- 9/ Domaine Boisson, Côtes du Rhône Rosé,** 8 euros, www.domaineboisson.com. A déguster accompagné de champignons farcis au fromage de chèvre et aux herbes.
- 10/ Terres Secrètes, Saint-Veran 2020 Cerço,** 13,60 euros, www.terres-secretes.com. Le Saint-Veran 2020 Cerço est idéal à servir avec des bouchées d'olives croustillantes au fromage.



6 7 8 9 10

- 11/ Nuiton-Beaunoy, En Pain Perdu, Bourgogne Hautes Côtes de Beaune,** 13,65 euros, www.nuiton-beaunoy.fr. A savourer accompagné de mini roulés au jambon fumé.
- 12/ Vignobles de Roubine, Château Roubine Cuvée Inspire, Cru Classé Rosé 2022,** 29 euros, www.vignoblesderoubine.com. Cette cuvée s'accorde à merveille avec une tortilla au fenouil, au saumon et à l'aneth.
- 13/ J. M. Cazes Sélection, L'Ostal Rosé 2022,** 9,50 euros, www.jmcazes.com. A déguster avec des brochettes de crevettes au basilic et au citron.
- 14/ Champagne Ayala, Rosé Majeur,** 49 euros, www.champagne-ayala.fr. Rosé Majeur sera le complice parfait de tapas au saumon et crème de figues.
- 15/ Vignobles de Roubine, Château Roubine Lion et Dragon, Cru Classé Rosé 2022,** 20,50 euros, www.vignoblesderoubine.com. Cette cuvée s'accorde idéalement avec des toasts au roquefort, noix et miel.



11 12 13 14 15

Autour des Tapas

- 1/ Château les Bois Mathieu, Rosé 2019 - AOC Saint Mont,** 16 euros, www.les-bois-mathieu.com. Le Château Les Bois Mathieu mettra en valeur un plateau de tapas gourmand avec simplicité : olives, croquettes, jambon cru...
- 2/ Domaine Trapet Père & Fils, Ambre Blanc,** 25 euros, www.domaine-trapet.fr. A déguster avec des empanadas !
- 3/ Champagne Lallier, Rosé Brut,** 50 euros, www.champagne-lallier.com. Avec sa touche de gourmandise et de fruits éclatants, ce champagne sera l'allié idéal de tapas pan con tomate, délicatement relevés d'ail, de sel, poivre et d'un filet d'huile d'olive.
- 4/ Domaine Grosbois, Chinon Gabare 2020,** 19,50 euros, www.domaine-grosbois.com. Accompagné d'une tortilla, cette cuvée libérera tout son potentiel.
- 5/ Cave Girardi-Dupoyet, Cerdon Rosé Méthode Ancestrale,** 7,60 euros, www.cerdon-girardi.com. Cette cuvée saura adoucir la saveur relevée de petits piquillos farcis.

Autour des Tapas



De Chanceny

- 1/ Domaine du Bagnol, Cuvée Marquis de Fesques Blanc,** 28 €, www.domainedubagnol.fr. A déguster avec un caviar d'oursins.
- 2/ Château Haut-Bergey, Cuvée Paul, Pessac-Léognan Blanc 2022,** 33 €, www.haut-bergey.fr. A tester avec des crostinis de fromage de chèvre et tomates cerises : les saveurs crémeuses du fromage de chèvre associées à la fraîcheur des tomates cerises apportent un contraste agréable avec ce vin.
- 3/ Château Latour-Martillac, Château Langlet, Graves Blanc,** 15 €, www.latourmartillac.com. Une terrine de poisson faite à partir de poissons blancs comme le bar ou le cabillaud est un choix raffiné pour accompagner ce vin.
- 4/ Champagne Cattier, Brut Premier Cru,** 36,50 €, www.cattier.com. A l'apéritif, le Brut Premier Cru se marie très bien avec des gougères au fromage.
- 5/ Château Saint-Maur, L'Excellence, AOP Côtes de Provence Cru Classé, Rosé 2022,** 26 €, www.chateausaintmaur.com. Cette cuvée accompagnera à merveille une tapenade d'olives.



- 6/ Château La Calisse, Patricia Ortelli, Rosé 2022,** 25 €, www.chateau-la-calisse.fr. Il sera le compagnon idéal d'un crostini à l'avocat.
- 7/ Domaine La Courtade, Les Terrasses, Rosé 2022,** 17 €, www.lacourtade.com. Sa fraîcheur et sa minéralité accompagneront parfaitement des croquettes de poisson.
- 8/ Clos de Caille, Rosé 2022,** 25 €, www.closdecaille.com. Cette cuvée se marie à merveille avec des crevettes à l'ail et au citron.
- 9/ Château Haut-Bergey, Cuvée Paul, Pessac Léognan Rouge 2019,** 30 €, www.haut-bergey.fr. Les saveurs variées des mini pizzas se marient bien avec la complexité et la structure de cette Cuvée.
- 10/ Tutiac, Blaye Côtes de Bordeaux,** 10 €, www.tutiac.com. A déguster avec des champignons farcis au fromage.



- 11/ Domaine Tariquet, Amplitude 2022 - Côtes de Gascogne,** 12 €, www.tariquet.com. Les saveurs marines de verrines aux crevettes et à l'avocat se marient bien avec les notes fruitées et acidulées de cette cuvée.
- 12/ Château de Pibarnon, Bandol Rosé 2022,** 25 €, www.pibarnon.com. Des roulés de jambon de Parme et d'asperges apportent une combinaison de textures croquantes et tendres qui se marient bien avec la finesse du vin.
- 13/ Domaine La Suffrene, Bandol Rosé Bio 2022,** 18,50 €, www.domaine-la-suffrene.com. Ce vin s'exprimera à merveille sur une assiette de jambon Ibérique.
- 14/ Pierrick Harang Wine, Le Petit Balthazar, Cinsault Rosé 2021,** 5,50 €, www.phwine.fr. Osez l'originalité avec des bruschettas à la fraise et à la menthe pour accompagner cette cuvée.
- 15/ Château Latour-Martillac, Château Langlet, Graves Rouge 2019,** 15 €, www.latourmartillac.com. Cette cuvée sera le compagnon idéal de crostinis de viande séchée.

#DECHANCENY

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

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

Autour des fruits de mer et du poisson

1/ Bordeaux Families, Sauv^{Terre}, Sauvignon blanc 2022,
8,15 €, www.bordeauxfamilies.fr

Une cuvée qui évoque les moments de convivialité et qui s'accorde parfaitement avec des huîtres ou des fruits de mer.

2/ Domaine Brusset, Jeanne B., Côtes du Rhône Rosé,
8,50 €, www.domainebrusset.fr

Ce rosé sec, ample et frais se marie à merveille avec une sole grillée.

3/ Domaine Jean Perrier et Fils, Gamay Rosé de Savoie,
Cuvée Gastronomique 2000, 11,30 €, www.vins-perrier.com

Ce vin accompagnera parfaitement les poissons de lac et de mer.

4/ Domaine Ollier Taillefer, Allegro blanc 2022, AOP Faugères,
15 €, www.olliertaillefer.com. Ce vin riche, gras, onctueux

et minéral révélera tout son potentiel autour de poissons grillés.

5/ Jonquères d'Oriola, Château de Corneilla, Cavalcade Blanc
2022, AOP Côtes du Roussillon, 12 €, www.jonqueresdoriola.fr

A déguster autour d'un plateau de fruits de mer.



1 2 3 4 5



6 7 8 9 10

6/ Domaine de l'Olivette, Blanc Tradition AOP Bandol 2021,
21,50 €, www.vinsdebandololivette.com

Ce vin élégant s'associe parfaitement avec des huîtres légèrement assaisonnées d'un filet de citron.

7/ Cave de Bestheim, Alsace Pinot Gris, Exception 2019,
16,50 €, www.bestheim.com

Il accompagnera à merveille les crustacés les plus nobles.

8/ Le Clos des Centenaires, La Bergerie blanc 2021,
12,20 €, www.clos-des-centenaires.com

Ce vin se mariera parfaitement avec un poisson grillé à l'huile d'olive, ou encore avec des calamars.

9/ Mas Janeil, Le Petit Pas, Blanc Bio 2021,
IGP Côtes Catalanes, 12,90 €, www.masjaneil.com

Ce vin rond et tendre s'accorde idéalement avec une daurade royale farcie aux figues ou un loup à l'aneth.

10/ Jonquères d'Oriola, Cavalcade Rosé 2022,
AOP Côtes du Roussillon, 14 €, www.jonqueresdoriola.fr

Sa fraîcheur raffinée en fait un parfait compagnon pour un ceviche.



11 12 13 14 15

11/ Cave Vinicole Hunawahr, Calixte 5, Crémant d'Alsace Brut,
9,25 €, www.cave-hunawahr.com

A associer avec un beau poisson.

12/ Domaine des Diables, MIP Collection, Rosé 2022,
15 €, www.mip-provence.com

Ce vin se marie à merveille avec les tartares de poissons.

13/ Vignobles Guillaume Guérin, Cuvée Zéphyr,
Côtes de Bourg Blanc 2021, 14,50 €, www.vignobles-guerin.com

Une belle harmonie entre cette Cuvée Zéphyr et un saumon fumé.

14/ Cave de Bestheim, Crémant d'Alsace Extra Brut,
10,90 €, www.bestheim.com

Il sera le compagnon idéal d'un sabayon d'huîtres ou d'un saumon gravlax.

15/ Cave de Bestheim, Pinot Blanc des Chasseurs de Lune,
7,85 €, www.bestheim.com

Il sera parfait à servir avec un turbot en papillote.

Autour des fruits de mer et du poisson



1 2 3 4 5

1/ Famille Balaran, Château l'Enclos des Roses, AOC Gaillac Rosé,
8,40 €, www.familiebalaran.com. En accompagnement d'un risotto de gambas à la crème d'oranges, un délice !

2/ Le Domaine de Millet, Au Son de la Cloche, Colombard
Ugni Blanc, 6 €, www.chateaudemillet.com

Il accompagne harmonieusement un ceviche de daurade.

3/ Cave de Crouzeilles, Pacherenc du Vic-Bilh Sec,
Lou Blanc 2020, 6 €, www.crouzeilles.com

A déguster avec un tartare de thon à l'avocat et à la mangue.

4/ E. Guigal, Château d'Ampuis Tavel 2021, 10 €, www.guigal.com. Un délice avec une sole cuite en papillote.

5/ Château d'Arche, A 2021, 13,50 €, www.chateau-arche.fr
A accorder avec un carpaccio de Saint-Jacques.

6/ Domaine Fournier Père et Fils, Les Belles Vignes Sancerre Blanc
AOP, 20,45 €, www.fournier-pere-fils.com

Son fruit citronné se révèle pleinement au contact des produits de la mer, il sera idéal pour des crustacés raffinés, huîtres et homards.

7/ Domaine Roc de l'Abbaye, Pouilly-Fumé 2022, Florian Mollet,
19,80 €, www.rocdclabbaye.com

Ce millésime 2022 est idéal avec des moules à la Provençale !

8/ Champagne Gonet Sulcova, Cuvée Extra Brut Grand Cru,
31 €, www.champagne-gonet-sulcova.fr

Ce champagne frais, au caractère vif, dévoilera tous ces arômes avec un filet de lieu jaune saisi, légumes sautés et sauce chimichurri.

9/ Alliance Loire, Chinon Blanc Féerie Blanche 2021,
8,40 €, www.alliance Loire.com. Ce Chinon Blanc à la belle robe or pâle

accompagnera un poisson au citron et fines herbes.

10/ Sainchargny, Catharsis Brut Rosé,
8,70 €, www.sainchargny.com. Gorgé de fruits rouges, ce Crémant de Bourgogne Brut Rosé se mariera à merveille avec un tartare de saumon.



6 7 8 9 10

11/ Producta Vignobles, Flore & Marius Blanc,
5 €, www.producta.com. La cuvée plaisir, à déguster avec votre pêche du jour, pour un moment unique de partage et de convivialité !

12/ Château Dauzac, D de Dauzac 2022, 12 €, www.chateaudauzac.com

D de Dauzac 2022 se dégustera à merveille avec un carpaccio de coquilles

Saint-Jacques marinées au basilic et au citron.

13/ Figuière, Première 2022, Rosé AOP Côtes de Provence, 17,50 €, www.figuiere-provence.com. A servir avec des langoustines rôties aux pêches et épices douces, écrasé de butternut.

14/ Château de Gragnos, Cosmos AOP Saint-Chinian,
9,95 €, www.chateaudegragnos.com

Ce vin se déguste accompagné d'une queue de lotte au safran.

15/ Château Lancyre, D'ici on voit la mer... 2022,
AOP Pic Saint-Loup, 12 €, www.chateaulancyre.com

A découvrir autour d'un thon rouge snacké sauce teriyaki !



11 12 13 14 15

Les Infusions glacées signées Alain Milliat

Alain Milliat, la marque française de jus de fruits haut de gamme, présente sa nouvelle collection d'infusions glacées, 100% naturelles et sans sucres ajoutés. Fabriquées dans les ateliers à Valence, ces nouvelles boissons, alliant jus de fruits et infusions de plantes, sont idéales pour se désaltérer en toute légèreté et gourmandise. Disponibles en quatre recettes bio, framboise-menthe, citron vert-gingembre, mandarine-fleur d'oranger et la dernière née, pêche-verveine, ces boissons fraîches sont sans théine et peuvent être dégustées tout au long de la journée.



Infusion Glacée, à partir de 3,60 € les 25 cl, Alain Milliat, www.alain-milliat.com

Le Grand Véfour Une Ode à la Gastronomie, à l'Art et à la Convivialité

Depuis plus de 2 siècles, ce joyau de l'art décoratif du XVIIIe siècle qu'est Le Grand Véfour n'a rien perdu de sa superbe. Deux ans après l'écriture de son nouveau chapitre, ce haut lieu gastronomique de la vie politique,

artistique et littéraire de Paris a adopté une convivialité sincère. Un écrin exceptionnel dans lequel il fait bon vivre, où l'on peut savourer une expérience culinaire de qualité. Tout au long de la journée, le cadre somptueux du Grand Véfour est désormais accessible à tous, y compris le temps d'un goûter ou d'un apéritif. Lieu privilégié pour profiter des premiers rayons de soleil,

la terrasse est désormais accessible. A la fois élégant et décontracté, c'est l'endroit idéal pour se détendre, déguster un délicieux repas et apprécier la beauté des jardins environnants et du cadre historique.

Le Grand Véfour, 17 rue de Beaujolais, 75001 Paris, www.grand-vefour.com

Une dégustation **SUBLIMÉE**

La Maison de Champagne Piper-Heidsieck présente un coffret exclusif pour sa cuvée Essentiel Extra-Brut. Plus qu'un simple emballage, cet objet devient un amplificateur naturel de son, accompagnant ainsi la dégustation de la cuvée. Cette création unique est alimentée par sa forme creuse et le bois qui favorise la résonance, sans nécessiter de pile ni de chargeur. Une astuce chic pour accompagner cette délicieuse expérience gustative, chez soi comme à l'extérieur.

Coffret Essentiel Extra-Brut, 49,90 €, Champagne Piper-Heidsieck, www.piper-heidsieck.com



Le Comptoir des Fables, *néo*-restaurant

Après le succès de son restaurant Les Fables de la Fontaine (1 étoile Michelin), David Botreau ouvre en 2019 le Comptoir des Fables, une annexe bistrotonomique. Nichée en plein cœur du très cosu 7ème arrondissement, cette adresse est un lieu pour tous les amoureux de gastronomie et de partage, qui peut accueillir 45 couverts en intérieur et 40 couverts en terrasse. Au sein de ce restaurant, pas de notion d'entrées ou de plats. Le chef Guillaume Dehecq laisse place à des assiettes à partager, classées par thématique : le cru, la pêche, la viande, le végétarien. La carte évolue en fonction des saisons, les produits sont nobles et bien sourcés. Pour accompagner ces plats, Romain Calvo, mixologue, propose des accords mets/vins audacieux, ainsi que des cocktails aux associations inédites. Le Comptoir dispose d'un grand bar chaleureux, avec une carte derrière laquelle se cache plus de 96 références de vins et tout autant d'alcools en tout genre. Une expérience culinaire qui mêle ambiance chaleureuse et plaisir gustatif. A découvrir !

Le Comptoir des Fables, 112, rue Saint-Dominique 75007 Paris, menuonline.fr/comptoirdesfables

Surprenante de créativité, cette audacieuse Liqueur de Bergamote de la Maison Joseph Cartron inspire les bartenders du monde entier. Jean Munoz, du Paris Society, bouscule le traditionnel Spritz avec un Bergamote Spritz : un cocktail frais, idéal à déguster en terrasse.



Liqueur de Bergamote, 50 cl, 22 €, Joseph Cartron, www.cartron.fr

Associant la saveur unique du Gin Bombay Sapphire à une touche de citron frais, Bombay Citron Pressé est la boisson idéale pour les chaudes journées d'été. Direction la méditerranée, avec son goût subtil de citron pressé ! A servir frais, sur des glaçons.

Bombay Citron Pressé, 70 cl, 23,50 €, Bombay Sapphire, www.bombaysapphire.com



Élevé 3 ans en fûts de chêne français puis 16 mois en ex-fûts de Banyuls Grand Cru de la Coume del Mas, ce whisky dévoile des notes de fruits d'été (prunes, figues) et de fruits secs (amandes, noix). Envoûtant et charnu, ce whisky est un véritable délice à déguster en petit comité.

Whisky français Finition Grenache Noir, 75 €, édition limitée à 1 332 bouteilles, A. Roborel de Climens, www.roboreldecimens.com



Arôme velours

La recette du Disaronno Original n'a pas changé depuis sa création en 1525 ! Été 2020, la marque historique lance Disaronno Velvet. Cette crème de liqueur reprend le goût inimitable de la recette traditionnelle (arômes persistants d'amandes), à laquelle a été ajoutée une pointe de chocolat. D'un blanc soyeux, Disaronno Velvet colorera tous les cocktails de douces teintes pastel. Mais c'est en le dégustant pur, avec quelques glaçons, que cette liqueur révélera toute son onctuosité et son goût crémeux. Une belle manière de terminer ou de commencer un repas !

Amaretto Disaronno Velvet Liqueur, 23 €, Disaronno, www.dugasclubexpert.fr



Cap sur l'Alsace

Heading for Alsace

Aux beaux jours, les vins secs à l'acidité **RAFRAÏCHISSANTE** sont à l'honneur. Showcase met le cap sur l'Alsace et vous dévoile la **SÉLECTION IDÉALE** de la Cave Bestheim : quatre vins blancs secs et un Crémant d'Alsace Extra Brut.

In fine weather, dry wines with **REFRESHING ACIDITY** are in the spotlight. Showcase goes to Alsace and unveils the **IDEAL SELECTION** from Cave Bestheim : four dry white wines and an Extra Brut Alsace Crémant.



En Alsace, chaque village a son histoire. La Cave de Bestheim est native du village de Bennwihr, fief des « chasseurs de lune ». Un surnom qui vient de la nuit des temps pour qualifier toutes celles et ceux qui ont ce projet fou de « décrocher la lune ». A Bennwihr, les vignerons se sont distingués par leur courage et leur audace. Au sortir de la seconde guerre mondiale, une poignée de vignerons décide de s'unir pour mettre en commun leurs dommages de guerre afin de reconstruire une Cave pour loger la récolte de l'année. C'est avec ce même idéal que s'est construite la Cave Bestheim qui réunit aujourd'hui 400 familles de coopérateurs adhérents, appelés Chasseurs de Lune en hommage aux pères fondateurs de la Cave. Autant de viticulteurs passionnés qui s'engagent à aller toujours plus loin dans la création de vins qualitatifs.

In Alsace, each village has its own history. Bestheim Cellar originates from the village of Bennwihr, stronghold of the "moon hunters". A nickname that comes from the dawn of time to qualify all those who have this crazy project of « catching the moon ». In Bennwihr, the winegrowers distinguished themselves by their courage and audacity. At the end of the Second World War, a handful of winegrowers decided to unite after war destruction to rebuild a cellar to stock the common harvest of the year. It is with this same ideal that Bestheim Cellar was built, which today brings together 400 families of member cooperators, called Chasseurs de Lune in homage to the founding fathers of the Cellar. So many passionate winegrowers who are committed to going ever further in the creation of quality wines.

Cuvées élégantes et RAFFINÉES

Les vins d'Alsace comptent désormais parmi les meilleurs vins de France. Leur minéralité inégalée et leurs délicates saveurs fruitées en ont fait leur renommée internationale. Vifs et frais, ils sont parfaits pour un apéritif en terrasse à l'approche de la belle saison et s'accordent également à des plats estivaux comme les coquillages, les entrées, salades, crudités et les poissons crus... Bestheim vous propose ses créations : le riesling vif et frais baptisé « Rayon de Lune », le « Muscat des Chasseurs de Lune » plus puissant et le très rond et très délicat « Pinot Blanc des Chasseurs de Lune ». Au rang des vins gastronomiques, Bestheim a imaginé le « Pinot Gris Exception », issu d'un assemblage de lieux-dits de la Vallée de Kaysersberg.

Elegant and REFINED vintage

The Alsace wines are now among the best wines of France. Their unequalled minerality and delicate fruity flavors have made them internationally renowned. Lively and fresh, they are perfect for an aperitif on the terrace in the sun and also match well with summer dishes such as shellfish, starters, salads, raw vegetables and raw fish... Bestheim offers you its creations : the lively and fresh Riesling baptized "Rayon de Lune", the more powerful "Muscat des Chasseurs de Lune" and the very round and very delicate "Pinot Blanc des Chasseurs de Lune". Among the gastronomic wines, Bestheim has imagined the "Pinot Gris Exception", resulting from a blend of localities in the Kaysersberg Valley.

FINESSE et GÉNÉROSITÉ des terroirs

Pour célébrer les beaux jours, Bestheim propose un somptueux Crémant d'Alsace Extra Brut, issu des meilleures parcelles de Pinot Blanc et Auxerrois du domaine. Vif et précis en bouche, cet Extra Brut à l'attaque florale réveille les papilles. Sans conteste la meilleure option pour accompagner les fêtes aux beaux jours : divin sur un plateau d'huîtres et absolument parfait pour accompagner un saumon gravlax.

REFINEMENT & GENEROSITY of the terroirs

To celebrate sunny days, Bestheim offers a sumptuous Extra Brut Alsace Crémant, from the estate's best lands of Pinot Blanc and Auxerrois. Lively and precise in mouth, this Extra Brut with its floral attack awakens the taste buds. Undoubtedly the best option to accompany the holidays on sunny days : divine with an oyster platter and absolutely perfect to accompany a gravlax salmon.



Autour du Barbecue

- 1/ Château La Peyruche, AOC Bordeaux, Rosé 2022 Bio,** 9,50 €, www.chateau-lapeyruche.com. A déguster frais, accompagné de brochettes de poulet mariné grillées au barbecue.
- 2/ Maison Bonnot, Cuvée Bonnot-Bô,** 8 €, www.vinsbonnotjura.fr. A servir au moment du plat, lors de délicieuses grillades.
- 3/ Domaine Martin Faudot et Fils, Arbois, Cuvée Braise d'Été,** 13 €, www.domaine-martin-faudot.fr. Idéal avec une belle pièce de bœuf délicatement grillée au barbecue.
- 4/ Cascastel, Château Sainte Colombe L'Envol, Rosé, AOC Languedoc,** 5,95 €, www.vin-cascastel.com. Les travers de porc grillés se marient très bien avec ce rosé frais et expressif.
- 5/ Château de Lastours, La Bergerie de Lastours, AOP Languedoc Rosé 2022,** 8,50 €, www.chateaudelastours.com. Il accompagne volontiers toutes les spécialités de l'été, notamment de délicieuses grillades !



1 2 3 4 5

- 6/ Cave de la Berthelotière, Vieilles Vignes d'Amis Gris 2018, AOC Côteaux de Vendomois,** 5 €, www.vinsvaldeloire.fr. Il conviendra parfaitement à des légumes dorés à la plancha.
- 7/ Jonquères d'Oriola, Château de Corneilla, Cavalcade, Rouge 2022 AOP Côtes du Roussillon Villages les Aspres,** 16 €, www.jonqueresdoriola.fr. Cette cuvée accompagnera à merveille une côte de bœuf.
- 8/ Domaine de l'Olivette, Rouge Tradition AOC Bandol 2021,** 27 €, www.vinsdebandololivette.com. Un burger grillé au barbecue offrira un accord audacieux à ce vin puissant.
- 9/ Le Clos des Centenaires, La Bergerie des Centenaires 2019,** 10,80 €, www.clos-des-centenaires.com. Ce vin se mariera parfaitement avec de la viande grillée.
- 10/ Union des Vignerons de Saint-Pourçain, Cuvée Tradition, AOC Saint-Pourçain Rouge 2019,** 6,70 €, www.vignerons-saintpourcain.com. À déguster avec du gibier à plumes, délicatement relevé d'une marinade.



6 7 8 9 10

- 11/ Château Angueirou, Réserve, Rosé Cuvée 2022,** 13,90 €, www.angueirou.fr. Ce rosé de cœur typiquement provençal fera merveille avec des brochettes.
- 12/ Miss Anaïs, Rosé IGP Pays d'Oc 100% Gris,** 5,50 €. Servi frais, il accompagne parfaitement les grillades.
- 13/ Château Saint-Jean d'Aumières, Château Saint-Louis La Perdrix, Crocodile Dandy 2022,** 8,90 €, www.boutiquecastan.com. Frais et gourmand, ce rosé se mariera parfaitement avec un steak de thon saisi au grill.
- 14/ Côtes de Bourg, Château Donis 2019,** 10,30 €, www.cotes-de-bourg.com. A déguster avec des côtes levées de porc au barbecue.
- 15/ Château Joliet, Cuvée Tradition Rouge,** 6 €, www.chateaujoliet.com. A savourer accompagné de saucisses grillées.



11 12 13 14 15

Autour du Barbecue

- 1/ Domaine Fournier Père et Fils, Terres Blanches Sancerre Blanc AOP,** 30,90 €, www.fournier-perce-fils.com. Cette cuvée accompagnera des plats comme des gambas grillées.
- 2/ Producta Vignobles, Mission St-Vincent Rosé,** 4,50 €, www.producta.com. Cette cuvée se mariera parfaitement avec des côtes de porc et ses petits légumes.
- 3/ Alliance Loire, Tuffeau Tout Flamme,** 9,30 €, www.alliance Loire.com. Ce vin gourmand se déguste avec un carré d'agneau en croûte persillée, grillé au barbecue.
- 4/ Gassier, Esprit Gassier Rosé 2022,** 14 €, www.chateau-gassier.fr. Cette cuvée s'accordera parfaitement avec des brochettes de crevettes snackées et des légumes provençaux à la plancha.
- 5/ Famille Picard, Au Pied du Mont Chauve, Bourgogne Pinot Noir 2021,** 26,50 €, www.famillepicard.fr. Une bavette à la moutarde cuite au barbecue est un excellent choix pour ce vin.



1 2 3 4 5

- 6/ Domaine Lafage, Léa,** 20 €, www.domaine-lafage.com. Cette cuvée accompagnera idéalement une côte de bœuf.
- 7/ Domaine de la Métairie d'Alon, Pinot Noir Le Village,** 23,90 €, www.lesvinsdecarole.com. A servir avec une pintade grillée au barbecue.
- 8/ Marrenon, Rosace, AOP Ventoux Rosé,** 6,05 €, www.marrenon.fr. A boire frais, accompagné de toutes sortes de viandes grillées.
- 9/ Chêne Bleu, Le Rosé 2022,** 23 €, www.chenebleu.com. Idéal avec un homard grillé au barbecue et sa sauce au beurre d'ail.
- 10/ Les Jamelles, Vallée de la Bretonne, Syrah 2019,** 21,20 €, boutique.les-jamelles.com. Ce vin révélera tout son potentiel avec un gigot d'agneau cuit au barbecue, nappé d'une marinade aux épices et aux olives.



6 7 8 9 10

- 11/ Domaine Mucyn, Les Entrecoeurs Crozes-Hermitage Rouge,** 18 €, www.mucyn.com. Il sera en harmonie avec une côte de bœuf grillée, dégusté à 16°.
- 12/ Château Monestier La Tour, Cadran, Bergerac Rouge AOC 2018 certifié BIO Ecocert,** 12,50 €, www.chateaumonestierlatour.com. Simple mais efficace, cette cuvée accompagnera un tendre steak aux herbes de provence.
- 13/ Domaine Nicolas Croze, Les Trois Grains, AOC Côtes du Rhône,** 7,50 €, www.domaine-nicolas-croze.com. Ce vin se mariera parfaitement avec des filets de poulet.
- 14/ Domaine Gayda, Figure Libre 2021 Freestyle,** environ 12 €, www.domainegayda.com. A déguster accompagné de courgettes grillées et pommes de terre en robe de chambre.
- 15/ Mas de Gourgonnier, AOP Les Baux de Provence, Cuvée Tradition Rouge 2020,** 9,50 €, www.mas-de-gourgonnier.delicenet.com. Petit instant de régal avec une grillade au romarin.



11 12 13 14 15

Autour du Barbecue

1/ Vignerons St-Marc Cantepedrix, Rubens Crémieux Cuvée Carla,
7 €, www.vignerons-saint-marc-cantepedrix.fr

A servir avec un pavé de rumsteak grillé au poivre et ses frites maison.

2/ Cave de Ribeauvillé, Pinot Noir Kugelberg de Rorschwihr 2020,
27,80 €, www.vins-ribeauville.com.

Il est le partenaire idéal de viandes grillées.

3/ Château Lafon-Rochet, Les Pèlerins de Lafon-Rochet 2019,
25 €, www.lafon-rochet.com

Cette cuvée se marie parfaitement à une entrecôte au barbecue.

4/ Castigno, Bella Casta - Les Beauttés, 9,50 €, www.villagecastigno.com.

En bouche, une grande souplesse et une vive acidité lui permet de libérer et révéler ses arômes de fruits frais et de fleurs de garrigues accompagné d'une côte de bœuf au beurre de thym cuite au barbecue.

5/ Château Corbin, Château Corbin 2019,
42 €, www.chateau-corbin.com

Un délice que l'on déguste avec des brochettes de bœuf marinées.



1 2 3 4 5

6/ Château Puyblanquet, Saint Emilion Grand Cru 2020,

28,80 €. Fin et élégant, cette cuvée trouvera toute sa place à table, associée à des brochettes de porc au citron. www.bordeauxenprimeurs.com

7/ Domaine Chanson, Beaune Clos des Marconnets 2017,

52,60 €, www.domaine-chanson.com

Il sera le compagnon parfait d'un bœuf cuit en deux cuissons.

8/ Château Ormes de Pez, Saint-Estèphe 2018,

environ 30 €, www.ormesdepez.com

Un Château Ormes de Pez et un filet de canard au miel au barbecue : une association délicieusement étonnante !

9/ Château Beauséjour, Saint Emilion Grand Cru classé 2020,

35 €, www.chateau-beausejour.com

A savourer avec des brochettes de viande kefta aux épices marocaines.

10/ Château Fonplegade, Château Fonplegade 2015,

91 €, www.fonplegade.fr

Ce grand vin accompagnera à merveille de belles tranches de gigot.



11 12 13 14 15

11/ Château Lagrange, Les Fiefs de Lagrange, Saint-Julien 2018,
31 €, www.chateau-lagrange.com

Des brochettes de poulet au miel et au paprika peuvent constituer une option légère et savoureuse pour accompagner ce vin.

12/ Château Ducru-Beaucaillou, Saint-Julien Grand Cru Classé 2020,
32 €, www.chateau-ducru-beaucaillou.com

Un rôti au barbecue, assaisonné avec des herbes de Provence ou une marinade légère, serait une délicieuse option pour accompagner ce vin.

13/ Château Citran, Haut-Médoc 2020, 16 €, www.citran.com
Ce Château Citran 2020 se fera le complice idéal d'une belle côte de bœuf grillée.

14/ Scamandre, Rouge Bio 2019,

34 €, www.scamandre.com. Ce joli rouge s'accorde à merveille sur un faux-filet de bœuf aux olives.

15/ Domaine du Grand Tinel, Côtes-du-Rhône Blanc 2022,
13 €, www.domaine-grandtinel.fr

Ce joli vin accompagnera des brochettes de poisson au barbecue.

Fournier Père & Fils Révélateurs de terroir

Terroir revealers

*Entre la Loire et le plateau de Sologne.
C'est à cet endroit précis que se situe le Domaine Fournier Père & Fils. Depuis 1926, l'exploitation s'emploie à produire des vins qui révèlent leur terroir. Avec ses appellations Sancerre, Pouilly-Fumé et Menetou-Salon, la Maison propose différentes gammes à destination de tous les gastronomes, amoureux du bon vin.*

*Between Loire and Sologne plateau.
This is where the Domaine is located Domaine Fournier Father & Son. Since 1926, the estate has been working to produce wines that reveal their terroir. With its Sancerre, Pouilly-Fumé and Menetou-Salon appellations, the House offers different ranges for all gourmets, lovers of good wine.*

In cœur, vous trouverez les Cuvées Parcelles. Pour ces très grands crus, seules les parcelles dont les climats sont exceptionnels intègrent la sélection. Chaque année, les volumes produits sont très limités, à l'instar des Sancerre Blanc AOP «Clos du Roc», «Les Monts Damnés» ou encore «Les Bouffants».



You will find the Cuvées Parcelles. For these very exclusive vintages, only the lands with exceptional climates are included in the selection. Each year, the volumes produced are very limited, like Sancerre Blanc AOP "Clos du Roc", "Les Monts Damnés" or "Les Bouffants".

PUISSANCE et minéralité

A ces cuvées d'exceptions s'ajoutent les Cuvées Terroir qui révèlent le style et l'empreinte de chaque terroir dont elles sont issues. Le Silex est un Sancerre Blanc AOP très recherché pour la puissance et la finesse de sa minéralité. Autre terroir emblématique, les «Marnes Kimméridgiennes» sont cultivées sur un sol composé d'argiles et de coquillages fossilisés datant de 160 millions d'années. Il faut également mentionner, le Pouilly Fumé AOP «Les Deux Cailloux», considéré comme l'aristocratie du cépage Sauvignon. Planté sur trois communes de l'appellation, les vignes bénéficient de la douceur climatique apportée par la Loire.

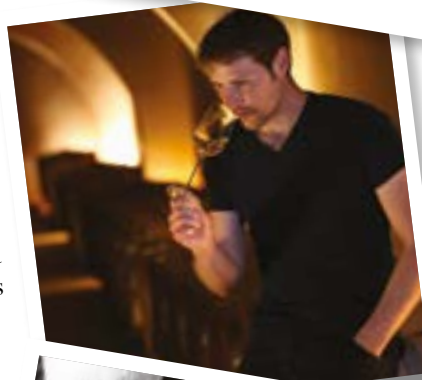


POWER and minerality

To these exceptional vintages are added the Terroir vintages which reveal the style and specificity of each terroir from which they come. Silex is a highly sought-after Sancerre Blanc PDO for the power and finesse of its minerality. Another emblematic terroir, the "Kimmeridgian Marls" are cultivated on a soil composed of clay and fossilized shells dating back 160 million years. We should also mention the Pouilly Fumé AOP "Les Deux Cailloux", considered the aristocracy of the Sauvignon grape variety. Planted in three specific areas, the vines benefit from the warm climate brought by the Loire.

LES BELLES VIGNES

Référence à Sancerre, la cuvée Belles Vignes du Domaine Fournier Père & Fils possède un style inimitable né de l'alliance magique de trois cépages : Silex, Caillottes et Terres Blanches. Le Sancerre AOP se décline en Pinot noir et Sauvignon blanc à la puissance et à la complexité rares. Les Cuvées Val de Loire MMM expriment le mariage idéal entre la région Val de Loire et un cépage noble. Des cuvées de très haute tenue, racées et réjouissantes.



THE BEAUTIFUL VINES

A reference to Sancerre, the Belles Vignes cuvée from Domaine Fournier Père & Fils has an inimitable style born from the magical alliance of three grape varieties : Silex, Caillottes and Terres Blanches. Sancerre AOP comes in Pinot Noir and Sauvignon Blanc with rare power and complexity. The Cuvées Val de Loire MMM express the ideal alliance between the Loire Valley region and a noble grape variety. Very high-quality and delightful cuvées with character.

F de Fournier

Enfin, la gamme F de Fournier permet d'accéder au savoir-faire de la Maison, experte à Sancerre dans la production des grands cépages sauvignon blanc et pinot noir. Fruit de l'expérience quasi centenaire de la Maison, les vignerons laissent place à leur créativité pour élaborer un Sauvignon Blanc et un Pinot Noir, fidèles à leurs nobles cépages. Des vins fruités et élégants.



F for Fournier

Finally, the F de Fournier range shows the know-how of the House, an expert in Sancerre in the production of the great Sauvignon Blanc and Pinot Noir grape varieties. Fruit of the almost century-old experience of the house, the winegrowers leave room for their creativity to produce a Sauvignon Blanc and a Pinot Noir, faithful to their noble grape variety. Fruity and elegant wines.

Autour des Fromages chèvre, brebis etc

1/ Domaine Villemaine, Le Carroir des Minettes 2021, 10 €, www.domaine-villemaine.com. La texture crémeuse d'un chèvre frais se marie parfaitement à la fraîcheur de cette cuvée.

2/ Domaine de l'Olivette, Rosé Tradition AOC Bandol 2021, 31 €, www.vinsdebandololivette.com

Ce vin de gastronomie, puissant, élégant et complexe se marie à merveille avec des fromages frais, comme la feta ou la mozzarella.

3/ Jonquères d'Oriola, L'Indigène 2022 IGP Côtes Catalanes, 12 €, www.jonqueresdoriola.fr. Un vin à déguster avec un fromage de caractère, tel qu'un reblochon fermier.

4/ Château Beaubois, Amour de Syrah Rouge 2022, 7,50 €, www.chateau-beaubois.com

Ce vin frais et gourmand contrebalance la puissance du roquefort.

5/ Domaine de la Sapinière, Lovelie Blanc 2022, 16 €, www.domainedelasapiniere.com. Il accompagnera idéalement un fromage de chèvre des Corbières et sa pâte de coing de Cepie.



1 2 3 4 5

6/ Le Domaine de Nizas, Le Clos Rosé 2022 Bio AOP Languedoc, 12,90 €, www.domaine-de-nizas.com

Cette cuvée s'accorde très bien avec une salade de fromage de chèvre.

7/ Cave de Bestheim, Rayon de Lune, Riesling 2019, 10,65 €, www.bestheim.com

Le Riesling viendra délicieusement accompagner le fromage de brebis grâce à sa fraîcheur et son acidité.

8/ Union des Vignerons de Saint-Pourçain, Cuvée printanière, Blanc 2021 AOC Saint-Pourçain, 7,20 €, www.vignerons-saintpourcain.com.

A consommer avec des fromages d'Auvergne grâce à sa rondeur.

9/ J. de Villebois, Touraine Sauvignon Blanc 2022,

8,20 €, www.jdevillebois.fr. Excellent ambassadeur de sa région, il excelle avec les fromages de chèvre du Val de Loire : Valançay, Sainte-Maure-de-Touraine ou Selles-sur-Cher.

10/ Cave de Lugny, Les Bêluses, Mâcon-Chardonnay 2021, 9,90 €, www.cave-lugny.com. A déguster accompagné de fromages de chèvre.



6 7 8 9 10

11/ Saint Mont, Cirque Nord, 35 €, www.vins-saintmont.com

Jeune, il accompagnera à merveille les fromages fins à pâtes pressées (Comté, Saint-Nectaire fermier). Après quelques années d'élevage, il sera le partenaire idéal d'un plateau de fromages à croûte lavée (Mont d'Or ou Munster).

12/ Château de Ferrand, Le Différent 2018, 25 €, www.chateauferrand.com

Cette cuvée se marie idéalement avec un fromage à pâte pressée non cuite, tel que la Tomme de Savoie.

13/ Prosper Maufoux, Lieu dit « Château London » AOP Mâcon-Igé, 14,30 €, www.prosper-maufoux.com

A déguster avec un brie en accompagnement.

14/ Les Vignerons de Mancey, Matescence, Mâcon Blanc, 11 €, www.lesvigneronsdemancey.fr

A découvrir accompagné d'un feuilleté au fromage.

15/ Clos Teddi, Grande Cuvée, Blanc 2021 AOP Patrimoine, 22,68 €, www.closteddi.fr.

Cette cuvée se marie particulièrement bien avec des fromages à pâte persillée, à l'image d'une Fourme d'Ambert.



11 12 13 14 15

Autour des Fromages chèvre, brebis etc



1 2 3 4 5

6/ Bouvet Ladubay, Les Pépites, Coteaux du Layon Millésimé 2020, 9,70 €, www.bouvet-ladubay.fr

Ce vin suave et envoûtant s'associera également avec des fromages persillés (servis tièdes sur du pain d'épices...)

7/ Domaine Chanson, Clos des Mouches, Beaune Premier Cru 2018, 109 €, www.domaine-chanson.com

La texture fondante et le goût délicat du Brillat-Savarin apportent une sensation veloutée en bouche, en accord avec la finesse et la complexité du Clos des Mouches.

8/ Château Fourcas Hosten, Blanc Bio 2021, 28 €, www.fourcas-hosten.com

La texture ferme et souple du Comté se marie bien avec la vivacité de ce vin et ses notes d'agrumes.

9/ Clos Dubreuil, Dubreuil Chardonnay 2021, 50 €, www.closdubreuil.com. La douceur et la rondeur du Bric complètent les arômes beurrés et la complexité du Chardonnay.

10/ La Chablissienne, Chablis 2020 « Cuvée Spéciale 1923 », 17 €, www.chablissienne.com. Avec sa texture ferme et ses arômes délicats et légèrement noisettés, l'Emmental peut constituer une belle association avec le Chablis.

10

1/ Mas Sainte Berthe, La Chapelle Blanc 2021,

14 €, www.massainteberthe.com. Un fromage de chèvre affiné, comme le Sainte-Maure-de-Touraine ou le Crottin de Chavignol, est un excellent choix pour accompagner ce vin.

2/ Clos Capitoro, Ajaccio, Blanc Tradition 2021,

13 €, www.clos-capitoro.com. Un fromage corse à croûte fleurie, au lait de brebis, s'harmonisera parfaitement avec les notes aromatiques de ce vin.

3/ Domaine Le Novi, Terre de Safres, Luberon Blanc 2022, 15 €, www.domainelenovi.com. Le chèvre frais est un choix classique pour accompagner les vins blancs de Provence.

4/ Domaine Gayda, Figure Libre Freestyle Blanc 2021, environ 12 €, www.domainegayda.com. Le Roquefort créera un contraste stimulant avec la fraîcheur et la complexité de cette cuvée.

5/ Vignobles de Roubine, La Vie en Rose, Côtes de Provence 2022, 13,50 €, www.vignoblesderoubine.com. Le goût distinctif du Péladon et sa texture crémeuse en font un excellent choix pour accompagner cette cuvée fraîche et fruitée.

10



6 7 8 9 10

11/ Château Cantenac Brown, AltO 2021,

19,60 €, www.cantenacbrown.com. La Fontina a une texture crémeuse et une saveur légèrement noisettée qui se marie parfaitement avec la fraîcheur et les arômes fruités de l'AltO.

12/ Château d'Olivier, Le Dauphin d'Olivier, Grand Vin de Graves, Pessac-Léogran Blanc 2021,

15 €, www.chateau-olivier.com

La légèreté et la douceur de la Mozzarella di Bufala en font un bon choix pour accompagner cette cuvée.

13/ Domaine des Clairmonts, Bois Fardeau, Crozes Hermitage, 26,80 €, www.clairmont.fr. Un délice associé à un Saint-Nectaire.

14/ Les Souterrains, AOC Touraine Chenonceaux 2020, 25 €, www.les-souterrains.fr. Ce Touraine Chenonceaux peut accompagner un joli plateau de fromages.

15/ Domaine Jean Fery, Bourgogne Blanc Hautes-Côtes de Beaune Bio 2021, 29,50 €, www.fery-vin.fr

Ce vin s'appréciera avec des fromages de chèvre bien affinés.



11 12 13 14 15

Autour des Glaces & Sorbets

1/ Domaine de la Sapinière, Bianca Flora Rosé 2022

AOP Malepère, 16 €, www.domainedelasapiniere.com

La saveur fruitée et la fraîcheur d'un sorbet à la fraise se marient bien avec les arômes délicats du Bianca Flora Rosé.

2/ Cave de Bestheim, Muscat des Chasseurs de Lune 2020,

8,60 €, www.bestheim.com.

La mangue apporte une saveur exotique et sucrée qui complète parfaitement les notes fruitées et florales du Muscat.

3/ Champagne Daniel Perrin, Cuvée Rosé Brut,

26 €, www.champagne-perrin.fr

Le sorbet framboise et sa saveur fruitée et acidulée s'harmonise bien avec les arômes de ce champagne rosé.

4/ La Grande Sieste, Crapuleuse Rosée 2022,

23 €, www.lagrandesieste.com. Une glace au citron offre une acidité

rafraîchissante qui peut créer un contraste agréable avec la douceur et les arômes fruités du vin rosé.

5/ Les Beautés de Castigno, Vin Orange,

14 €, www.villagecastigno.com. Le sorbet à l'abricot offre une saveur

fruitée, douce et légèrement acidulée qui peut créer un équilibre agréable avec les arômes et la texture de cette cuvée.



6/ Château de Minière, Bulles de Minière Rosé 2019,

16 €, www.chateaudeminiere.com. Le goût sucré et rafraîchissant du sorbet à la cerise peut créer un équilibre agréable avec ce vin.

7/ Château Romanin, Grand Vin Rosé 2022, 18 €,

www.chateauromanin.com. Le sorbet au melon, avec sa saveur douce et juteuse, est un choix rafraîchissant pour accompagner cette cuvée.

8/ Veuve Ambal, Premières Fleurs, Crémant de Bourgogne,

Brut Rosé, 9,90 €, www.veuveambal.com. Un sorbet à l'orange sanguine peut créer un contraste rafraîchissant et vivifiant.

9/ Maslauris, L'Inopiné Rosé 2022, AOP Luberon Vin Biologique,

14 €, www.maslauris.fr. Un sorbet à la fraise des bois apportera une douceur subtile et une nuance sauvage à la dégustation de ce vin rosé.

10/ Langlois-Château, Crémant de Loire Brut Rosé,

15 €, www.langlois-chateau.fr

Le sorbet à la mandarine offre une saveur vive et rafraîchissante qui sait mettre en valeur les arômes délicats et les bulles fines de ce Crémant.

11/ Champagne Cattier, Brut Rosé Premier Cru,

43 €, www.cattier.com. Le goût sucré et la texture soyeuse du sorbet à la poire ajoutent une dimension gustative à l'expérience.

12/ Vignobles de Roubine, Cuvée Hippy Rosé 2022, 10 €,

www.vignoblesderoubine.com. Un sorbet à la pastèque apportera une fraîcheur fruitée et se mariera très bien avec cette cuvée.

13/ La Grande Sieste, Rosé de Rêve 2022, 14,50 €,

www.lagrandesieste.com. Le sorbet à la grenade offre une saveur acidulée et légèrement sucrée, avec des nuances fruitées et complexes.

14/ Champagne Bollinger, R.D. 2008,

400 € disponible en coffret, www.champagne-bollinger.com. La glace au caramel au beurre salé apporte une combinaison

délicate de douceur et de salinité.

15/ Château Maïme, Héritage Rosé 2022,

16,80 €, www.chateau-maïme.com. La glace à la fleur de

sureau possède des nuances florales délicates et un goût subtil qui mettent en valeur les arômes floraux de ce délicieux vin rosé.



535, Route de Collobrières · 83310 COGOLIN · +33 (0)4 94 95 48 48 · chateausaintmaur@zannier.com

DESIGN · www.up-design.fr



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

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
Nobis, 2 rue des Petits Pères, 75002 Paris, fr-fr.nobis.com
Dammann, 15 place des Vosges, 75004, www.dammann.fr
Begum, 159-161 Galerie Valois, 75001, www.begum-paris.com

...

CAFÉS & RESTAURANTS

Brasserie LIP, 151 boulevard Saint-Germain 75006, www.brasserieliipp.fr
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
Mun, 52 avenue des Champs Elysées 75008, restaurant-mun.com
Maximim Hellio, 64 rue Gambetta, 14800 Deauville, www.maximinhellio.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.hotellesdamesdupantheon.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 Fauchon Madeleine, 4 boulevard Malsherbes 75008, www.fauchon.com/fr/
Château Voltaire, 55 rue Saint-Roch 75001, www.chateauvoltaire.com

...

Liste non-exhaustive

CHAMPAGNE
CATTIER
LE DEVOIR D'EXCELLENCE



Certains raisins sont nés pour être plus qu'un simple champagne

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

La vie est belle

NOUVEAU
IRIS ABSOLU

LANCÔME
PARIS

RETROUVEZ-NOUS SUR WWW.LANCOME.FR