



SHOWCASE

SHOWCASE
#MAGAZINE
#SHOPPING
#VITRINES#
PARIS#HIVER
#2021/2022
NUMERO19



LE DIAMANT NU

Collier 360°, diamant naturel
monté sans serti, or 18kt,
à partir de 510€



NUMERO 19 HIVER 2021/2022 WINTER 2021/2022

Un Calendrier de l'Avent... ...et de l'Après !

*Un diamant / Une émotion /
Les liaisons dangereuses /
Un break / Une renaissance /
Un rêve / Une escale / Un jeu /
Un souvenir / Une expérience /
De la lumière / Happy / Un luxe /
Une histoire / Une légende /
Un frisson / Une série / Une icône /
La liberté / Un souffle / Du temps /
Un anniversaire / Une exception /
Une malle / Le chant des cigales /
Feu / Un 37 bis / Le 25 bis...*

A découvrir dans Showcase

Sylvie Cousantier, Rédactrice en Chef

Advent... and After Calendar !

*A diamond / A feeling /
Dangerous liaisons / A break /
A rebirth / A dream / A stopover /
A game / a memory / some light /
An experience / Happy / luxury /
A Story / A legend / A thrill /
A series / An icon / Freedom /
A breath / birthday / A trunk /
An exception / Time / Delicacies /
The song of the cicadas /
Fire / 37 bis / 25 bis...*

To discover in Showcase

Sylvie Cousantier, Editor in Chief

Photo Couverture :
La Brune et La Blonde. Collection Polka

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

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

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

MONTBLANC



EXPLORER

ULTRA BLUE

LE NOUVEAU PARFUM POUR HOMME



Girl

ROCHAS
PARIS



LE NOUVEAU PARFUM

LA BEAUTÉ

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



VALMONT



STORIE
VENEZIANE
By VALMONT



L'ELIXIR
DES GLACIERS



FONDATION
VALMONT

Cosmétiques de pointe, parfums raffinés, soins d'exception et plus encore... Bienvenue à La Maison Valmont, un oasis dédié à la beauté sous toutes ses formes, aux quatre coins du globe. Conçues par Didier Guillon pour mettre en valeur les soins et parfums créés par Sophie Vann Guillon, les boutiques offrent des décors d'exception rehaussés d'authentiques œuvres d'art.

Raffiné à la française, le service personnalisé enveloppe chaque invité dans une juste intimité. L'incarnation de l'art de vivre Valmont !

La Maison Valmont pour Le Meurice
6, rue de Castiglione – 75001 Paris
lamaisonvalmont@dorchestercollection.com
Tel: 01 44 58 69 77

www.lamaisonvalmont.com
@valmontcosmetics



TRIO gagnant

SKIN UNIFY PAR FILORGA

Avec sa nouvelle gamme Skin-Unify, la marque de cosmétique technique Filorga livre un trio de soins pour unifier le teint, illuminer la peau et réduire les taches.

Sur Instagram, le philtre le plus utilisé pour la retouche des photos est celui qui permet d'uniformiser le teint et de mettre le visage en lumière. Un effet glowy particulièrement recherché par les utilisateurs du réseau. C'est à partir de ce constat que les experts des Laboratoires Filorga ont imaginé la gamme Skin-Unify avec une promesse forte : rendre la peau à la fois uniforme et lumineuse. Fidèle à son exigence d'efficacité, Filorga s'est appuyé sur les conseils de son comité scientifique et a notamment travaillé en collaboration avec le Docteur Frédéric Braccini, chirurgien plasticien de la face.

UN CONCENTRÉ DE TECHNOLOGIE ESTHÉTIQUE

Chaque propriété composante des soins a été imaginée à partir des solutions apportées par la chirurgie esthétique. Ainsi, les taches et les désordres pigmentaires sont en chirurgie esthétiques traitées par le laser, tandis que le peeling - exfoliation chimique obtenue par l'application d'une solution acide provoquant une destruction contrôlée des couches superficielles de la peau et permettant au teint de retrouver son homogénéité. Pour traiter le manque d'éclat, Filorga s'est inspiré du « medical strobing », une technique initiée par le Docteur Braccini et qui consiste à injecter des petites quantités d'acide hyaluronique sur des zones clés du visage.

UNE ROUTINE EN TROIS TEMPS

Résultat : la maison dévoile trois nouveaux soins. Le sérum antitache intensif, Skin-Unify Intensive, combat les taches et le teint terne, la crème Skin-Unify uniformise le teint. Enfin, ce soin lumière perfecteur repulpe les zones du visage, réfléchit de lumière. A découvrir absolument !



With its new Skin-Unify range, the technical cosmetics brand Filorga launches a trio of skincare products to unify the complexion, illuminate the skin and reduce dark spots.

On Instagram, the most used potion for retouching photos is the one that helps even out skin tone and highlights the face. A glowy effect particularly sought after by network users. It is from this observation that the experts at Filorga laboratories imagined the Skin-Unify range with a strong promise : to make the skin both smooth and luminous. Faithful to its demand for efficiency, Filorga relied on the advice of its scientific committee and notably worked in collaboration with Doctor Frédéric Braccini, a facial plastic surgeon.

A CONCENTRATE OF AESTHETIC TECHNOLOGY

Each component property of the care was imagined from the solutions provided by cosmetic surgery. Thus, spots and pigmentary disorders are, in cosmetic surgery treated by laser, while peeling - chemical exfoliation obtained by the application of an acid solution which causes a controlled destruction of the superficial layers of the skin to allow the complexion to regain its homogeneity - allows the skin to be homogenized. To treat the lack of radiance, Filorga was inspired by "medical strobing", a technique initiated by Dr. Braccini and which involves injecting small amounts of hyaluronic acid into key areas of the face.

A THREE-STEP ROUTINE

As a consequence, the house unveils three new treatments. The intensive anti-stain serum, Skin-Unify Intensive, reduces dark spots and dull complexion, the Skin-Unify cream evens out the complexion. Finally, the perfecting light treatment plumps up the areas of the face that reflect light. To discover absolutely !

fr.filorga.com

RETRAITE BIEN-ÊTRE

Aux portes de l'hiver, offrez à votre corps un soin corporel cocooning. Afin de reconnecter le corps et l'esprit, la Sultane de Saba est allée puiser dans les rituels de ses 3 méditations indiennes (Voyage sur la route d'Udaipur, Voyage sur la route des épices et Voyage sur la route du Taj Palace). Divisé en 5 étapes, ce soin inspiré de l'Ayurveda apporte relaxation profonde et revitalisation du corps. Il débute par le Hammam, qui ouvre la voie vers la méditation. Vient ensuite l'exfoliation, qui purifie en douceur la peau et qui la prépare à un envelop-



pement à base de beurre de karité et d'huile Ayurvédique Orientale. Associée à des eaux florales, cette dernière constitue le Shirodhara qui apporte un rééquilibrage des chakras. Le soin s'achève par un massage complet

du corps qui rectifie le manque de tonus, l'abattement et les tensions musculaires. Le corps retrouve force et vigueur, l'esprit est apaisé et l'organisme est prêt à contrecarrer toutes les influences négatives.

Ayurvédique Oriental aux tampons de massage, 199 euros, 2 heures de soins environ, La Sultane de Saba, www.lasultanedesaba.com

EN CABINE !

Jusqu'au mois de mars, la marque de cosmétiques L'ODAÏTES installe une cabine éphémère à l'Hôtel Baume (Paris 6e),



pour y faire découvrir son soin visage signature. Un protocole pratiqué avec sa gamme de soins naturels. Le principe consiste à activer la production de collagène et d'élastine afin de restaurer et redessiner l'ovale du visage. Un résultat obtenu grâce au massage liftant manuel qui va stimuler et drainer le visage. Un pur moment de détente et des résultats visibles immédiatement !

www.lodaites.com. Hôtel Baume 7, rue Casimir Delavigne 75006 Paris Soins visage Cabine 1h30, 180 euros

CITY BREAK BIEN-ÊTRE

Le SPA du Mandarin Oriental à Paris est un lieu où le temps s'arrête. C'est l'endroit idéal pour offrir à son corps le plus beau des cadeaux et rebooster toutes ses énergies.



Des soins personnalisés, des protocoles et programmes lifestyle pour un meilleur équilibre du corps et de l'esprit, le tout dans une démarche de développement durable et éco-responsable. Notre coup de cœur : French Secret of Beauty (3h de soins haute-couture).

THE SPA at MANDARIN ORIENTAL PARIS Mandarinoriental.fr/paris



ET VALÉRIE GRANDURY CRÉA ODACITÉ...

Odacité est née d'une épreuve de la vie, de celle qui donne une force héroïque. Ce fut le cas pour Valérie Grandury qui en 2005, voit sa vie basculer lorsqu'on lui annonce un cancer du sein. Du jour au lendemain, cette Californienne d'adoption née à Paris, choisit de modifier sa manière d'exister, de consommer et de vivre. Valérie opte pour un mode de vie sain et chasse toutes les toxines de son corps et de son esprit. Le changement

est radical : elle modifie son alimentation, se met au yoga et à la méditation, et quitte son emploi pour reprendre des études afin de devenir coach en santé et en bien-être.

La question se pose également pour ses produits de beauté : quels sont les soins les plus naturels ? Valérie Grandury ne parvient pas à trouver ce qu'elle souhaite : impossible pour elle de sacrifier son besoin d'efficacité et de pureté. Elle commence alors à créer ses propres produits, mêlant la green life de la Californie à l'exigence et au luxe français, le tout dans des formules audacieuses. Le nom est tout trouvé et, d'une marque confidentielle, Odacité devient rapidement une marque plébiscitée par les plus grandes célébrités. Depuis 2009, Odacité a certes grandi, mais elle reste ancrée dans ses fondements. Des produits clean, des formules aussi pures qu'efficaces avec des ingrédients de grande qualité issus du monde entier : huiles précieuses, extraits de plantes hautes-performances, algues marines, herbes médicinales...

Toujours à la pointe de l'innovation, Odacité prouve avec son Green Smoothie que la marque est en perpétuelle recherche de nouveautés. Au cœur de la formule de cette nouvelle crème hydratante se trouve pas moins de 16 greens & superfoods qui offrent un nouveau souffle de vie à la peau. Ingrédients stars, le concombre et l'acide hyaluronique unissent leurs forces dans une crème légère, rafraîchissante et non collante. Au fur et à mesure des applications, la peau est visiblement plus hydratée, plus belle et plus éclatante, profondément désaltérée et rechargée d'un éclat sain et vital. Du bonheur à appliquer !

Green Smoothie
Crème Désaltérante,
74 euros, Odacité,
www.odacite.com





Plus de 170 ans après ses débuts, la Maison Molinard reste l'un des fleurons de la haute parfumerie made in France.

Originaire de Grasse, la Maison créait la surprise dès 1921 en livrant Habanita. Une fragrance orientale unique, voire déroutante, à la fois, fleurie, boisée et poudrée. Véritable kaléidoscope olfactif, le jus mêle citron, réglisse, ambre, rose et vanille. Pour célébrer la centième bougie d'Habanita, Molinard a imaginé un flacon tout de rouge vêtu, orné d'un fronton de muses. La Maison a également noué un partenariat avec Le Rouge Français et livre un Lipstick hors norme, baptisé Habanita. Un rouge intense et électrique parfumé aux effluves du légendaire parfum.

NAISSANCE D'UNE LÉGENDE

Habanita a été imaginé durant les années folles. Pas étonnant donc, qu'il souffle un vent de liberté et d'audace sur cette fragrance, qui à l'origine avait été conçue comme un parfum pour cigarette. Une coquetterie à destination des Garçonnes qui emportaient partout avec elles leur petit flacon et déposaient quelques gouttes sur leur papier à cigarette avant de les rouler. Ce n'est que trois années plus tard que l'extrait devient « essence de femme fatale ». Il est alors qualifié de « parfum le plus tenace du monde ». La senteur devient un incontournable pour les Parisiennes et les femmes du monde. Dans les années 1930, les plus grands verriers apposent leur signature au flacon, à l'instar de René Lalique ou encore Baccarat.

Des années après, la mythique essence se décline en brume parfumée pour les cheveux, en huile pour le corps et en rouge à lèvres. On adore !

INTEMPOREL MOLINARD

HABANITA
FÊTE SES 100 ANS



More than 170 years after its beginnings, the Maison Molinard remains one of the flagships of high perfumery made in France.

Originally from Grasse, the House created a surprise in 1921 by launching Habanita. A unique oriental even confusing, at the same time, floral, woody and powdery fragrance,. A real olfactory kaleidoscope, the juice blends lemon, liquorice, amber, rose and vanilla. To celebrate Habanita's hundredth anniversary, Molinard imagined a bottle all dressed in red, adorned with a pediment of muses. The House has also entered into a partnership with Le Rouge Français and delivers an extraordinary Lipstick, called Habanita. An intense and electric red perfumed with the scent of the legendary perfume.

BIRTH OF A LEGEND

Habanita was imagined during the Roaring Twenties. No wonder, then, that a wind of freedom and daring blows on this fragrance, which was originally conceived as a perfume for cigarettes. A coquetry intended for the Garçonnes who carried their little bottle everywhere with them and placed a few drops on their cigarette paper before rolling them. It wasn't until three years later that the extract became "essence of femme fatale." It was then described as "the most tenacious perfume in the world". The scent became a must for Parisians and women of the world. In the 1930s, the greatest glass-makers put their signatures to the bottle, like René Lalique or Baccarat.

Years later, the legendary essence is available in a scented hair mist, body oil and lipstick. We love !



molinard.com



chez
LUCIE SAINT-CLAIR
PARIS

www.luciesaintclair.fr

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

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

SOINS

HAUTE PERFORMANCE

Après le succès de sa gamme de soins visage, Olivier Claire réitère l'expérience avec des soins corporels.



Toujours fabriqués en France, rien ne change ou presque : prévention, naturalité et efficacité. Cette ligne corps permet aussi de prévenir les signes de l'âge. Côté formule, les actifs végétaux hautement concentrés, principalement d'origine biologique, restent les ingrédients stars. Sans parabène, sans phénoxyéthanol, sans huile minérale, sans colorant de synthèse, sans propylène glycol, Olivier Claire donne le meilleur de la nature dans ses soins.

UNE APPROCHE HOLISTIQUE

Les 4 nouveaux produits corporels Olivier Claire offrent une expérience sensorielle extraordinaire et permettent une profonde reconnexion à soi. Le gommage offre une double exfoliation (à la fois mécanique et chimique) grâce aux poudres naturelles de noyaux de prune, de coquilles d'huître et de pépins de kiwi ainsi qu'aux acides de fruits issus de la myrtille, de la canne à sucre, du citron, de l'orange et de l'érable. Nourrie mais également protégée et régénérée, la peau est prête à recevoir les soins suivants, parmi le lait corporel, l'une des 3 huiles ou l'un des 3 baumes. Le lait nourrit et hydrate intensément. L'huile protège la peau du dessèchement et des agressions extérieures tout en la parant de subtils reflets légèrement irisés. Le baume quant à lui apaise la peau et la rend extrêmement souple.

Outre ses soins corps et visage, Olivier Claire propose également un soin d'exception au sein de l'un des plus beaux palaces parisiens : le Four Seasons George V. Baptisé « Rituel de vie », ce soin signature réoxygène la peau et stimule le renouvellement cellulaire. Douceur, fermeté et éclat sont au programme, le temps d'une expérience sensorielle d'exception. A découvrir absolument.

A partir de 62 euros le Gommage Corps, Olivier Claire, www.olivierclaire.fr
Soin Signature Rituel de Vie - Visage et Corps disponible en exclusivité au Spa du Four Seasons George V, Paris, 80 mn 320 euros, 120 mn 540 euros.
Réservations à l'adresse spa.par@fourseasons.com ou au 01 49 52 72 10.

After the success of his face care range, Olivier Claire repeats the experience with body care.

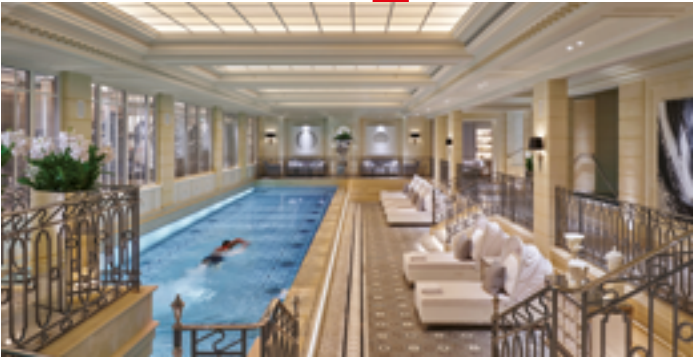
Still made in France, almost nothing has changed : prevention, naturalness and efficiency. This body line also helps prevent the signs of aging. On the formula side, highly concentrated plant active ingredients, mainly of biological origin, remain the star ingredients. Without parabens, phenoxyethanol, mineral oil, synthetic dyes, propylene glycol, Olivier Claire gives the best of nature in his care.

A HOLISTIC APPROACH

The 4 new Olivier Claire body products offer an extraordinary sensory experience and allow a deep reconnection with oneself. The scrub offers a double exfoliation (both mechanical and chemical) thanks to natural powders of plum kernels, oyster shells and kiwi seeds as well as fruit acids from blueberries, sugar cane, lemon, orange and maple. Nourished but also protected and regenerated, the skin is ready to receive the following treatments, including body milk, one of the 3 oils or one of the 3 balms. Milk nourishes and hydrates intensely.

The oil protects the skin from dryness and external aggressions while adorning it with subtle, slightly iridescent reflections. The balm on the other hand soothes the skin and makes it extremely supple.

In addition to his body and face treatments, Olivier Claire also offers an exceptional treatment in one of the most beautiful Parisian palaces : the Four Seasons George V. Called "Ritual of Life", this signature treatment re-oxygenates the skin and stimulates the skin cell renewal. Softness, firmness and radiance are on the program for an exceptional sensory experience. To discover absolutely.



Escale au Château

LES PARFUMS DE MARLY DÉVOILENT ORIANA

Chaque création des parfums de Marly est une invitation à un voyage dans le temps. Une plongée dans le XVIIIème siècle au Château de Marly.

« J'ai fait Versailles pour ma Cour, Trianon pour ma famille, Marly pour mes amis », expliquait Louis XIV à propos de ce joyau de l'architecture française. C'est donc en toute amitié qu'ont été imaginées les créations du Château de Marly derrière lesquelles se trouve le créateur Julien Sprecher, un fêru d'histoire qui se plaît à mélanger les époques et à brouiller les codes.

RAFFINEMENT, JOIE ET DÉLICATESSE

Pour la dernière création de la Maison, baptisée Oriana, on retrouve la signature des Parfums de Marly : une association surprenante du classique et du contemporain. Le faste du XVIIIème siècle revisité par le prisme d'une modernité très actuelle. La senteur est délicate et gourmande, presque régressive. On y retrouve des notes de fleurs d'orange rehaussées d'un accord de guimauve et de crème chantilly. Un jus en clin d'œil à l'Histoire : on raconte que la célèbre « crème de lait » a été imaginée par le glacier Procope en l'honneur du Dauphin et du futur roi Louis XV au Château de Chantilly.

UNE ŒUVRE DE JULES JULIEN POUR INCARNER LA SENTEUR

Et comme la Maison ne laisse rien au hasard, c'est à l'illustrateur Jules Julien qu'a été confiée la campagne publicitaire. Résultat : un visuel puissant et épuré sur un rose électrique profond. Un monochrome réaliste et minimaliste, doux et gourmand.



Disponible dans la boutique Parfums de Marly 26 rue Cambon, à Paris et sur parfums-de-marly.com/fr



Each creation by Parfums de Marly is an invitation to a journey through time. A dive into the 18th century at the Château de Marly.

« I built Versailles for my Court, Trianon for my family, Marly for my friends », explained Louis XIV about this jewel of French architecture. It is therefore in all friendship that the creations of Château de Marly were imagined, behind which is the creator Julien Sprecher, a history buff who enjoys mixing eras and blurring the rules.

REFINEMENT, JOY AND DELICACY

For the latest creation of the Maison, called Oriana, we find the signature of Parfums de Marly : a surprising combination of classic and contemporary. The splendor of the 18th century revisited through the prism of very current modernity. The scent is delicate and delicious, almost regressive. It reveals notes of citrus blossom enhanced with an accord of marshmallow and whipped cream. A juice in a nod to history : it is said that the famous "milk cream" was invented by the Procope glacier in honor of the Dauphin and the future King Louis XV at the Château de Chantilly.

A WORK BY JULES JULIEN TO EMBODY THE SCENT

And since the house leaves nothing to chance, illustrator Jules Julien was entrusted with the advertising campaign. The result is a powerful and refined visual on a deep electric pink. A realistic and minimalist, soft and delicious monochrome.

RENAISSANCE
capillaire

En 2021, Forvil renaît de ses cendres. Con- nue pour ses soins dentaires dans les années 1830, la Maison propose maintenant des soins capillaires d'une efficacité exception- nelle. Exigeante envers elle-même de par son histoire, Forvil fut créée par Pierre Mussot, un Docteur qui se lie d'amitié à un businessman, Léo Fink. De leur association, la marque de produits capillaires a con- servé l'aspect pharmaceutique des formules les plus naturelles possible. Formulé sans sulfates, sans huiles de silicones ou autres dérivés, chaque shampooing et après-sham- pooing traitent une problématique par- ticulière : manque d'éclat, de volume, cuir chevelu sensible... Forvil, c'est une solution naturelle pour retrouver des cheveux doux et brillants, en bonne santé !

A partir de 26 euros le Shampooing Doux
Ultra-Brillance, 470 ml, Forvil, www.forvil.com



LUXE, CALME,
et Maison Valmont

Une nouvelle boutique Maison Valmont vient d'ou- vrir ses portes à Hong Kong. Situé dans le luxueux centre commercial IFC, ce nouvel espace n'est qu'élégance et magnificence. La décoration n'est pas sans rappeler les magnifiques Alpes suisses, avec ses œuvres d'art en papier, et ses illustrations de chalets, de lacs, de flore et de faune, d'abeilles et d'esturgeons. Clins d'œil aux ingrédients précieux qui rendent la Collection l'Elixir des Glaciers tellement unique. Au sein des cabines privées, vous profiterez d'un moment d'exception le temps de recevoir l'un des 4 soins exclusifs de la boutique. Une fois le soin terminé, cet instant de plénitude se poursuivra par une coupe de champagne, à déguster avec du caviar. La Maison Valmont sait comment prendre soin de vous...



La Maison Valmont, Shop 1086,
Podium Level 1, IFC mall, Hong Kong,
www.lamaisonvalmont.com

BIJOU DE PEAU



Poudre d'Orfèvre, Enlumineur visage et yeux, Édition limitée, Or Permabrass. 95 euros, Hermès,
www.hermes.com

Tel un métal précieux, Hermès dévoile son enlu- mineur visage et yeux. Baptisé Poudre d'Orfèvre, cette poudre lumineuse offre à la peau un halo de lumière qui met en valeur les parties bombées du visage, ainsi que le décolleté. Dessiné par Pierre Hardy, le boîtier reflète le luxe de la Maison : l'écrin est fin, blanc et laqué, signé de l'ex-libris Hermès en per- mabrass. La poudre reprend elle aussi cet ornement qui lui donne une apparence ciselée, gravée et polie. Son cœur de formule transparent auquel est intégrée une haute concentration de nacres dorées révèle une poudre fine et fondante qui glisse sur la peau. Ses reflets métalliques parent le visage et le corps d'un habit transparent de lumière intense. L'étoile filante des fêtes en Hermès.

Utile & astucieux COUVRE-CHEF !

Combien de fois avons-nous repoussé une séance aquatique pour éviter de mouiller nos cheveux ? En effet, gorgés d'eau, ils se fragilisent, ce qui entraîne casse, frisottis, nœuds et à terme, ternissement. Pas vraiment top... on en convient. Mesdames, plus d'excuses... la jeune marque AQUIS est la première marque au monde à avoir développé des modèles de turbans séchants ! Elaborés en tissu breveté Aquitex®, ils absorbent l'humidité et réduisent de 50% le temps de séchage. Adieu casse et pointes fourchues, ils se font complices de toutes les chevelures. Pour ajouter une touche fashion à ses collec- tions, Aquis s'associe à Alice & Olivia. Les turbans de cette édition limitée sont ainsi très glams, mais surtout réversibles, avec une face en tissu Aquitex® et une face portant l'imprimé culte de la marque Alice & Olivia en charmeuse pour protéger vos plus beaux looks durant la nuit.

Turbans AQUIS X Alice & Olivia ! Uniquement chez Sephora et sur sephora.fr 49,90 euros



LABORATOIRES
FILOGRA
PARIS

NCEF-REVERSE
LA CRÈME ANTI-ÂGE
[rides + fermeté + éclat]

RÉGÉNÉREZ
VOTRE PEAU
DÈS 7 JOURS. ⁽¹⁾



NOUVEAU CURE ANTI-ÂGE 10 JOURS

NCEF-SHOT, la CURE à dose quotidienne d'actifs équivalente à une méso-injection. ⁽²⁾

1^{ER} LABORATOIRE FRANÇAIS DE MÉDECINE ESTHÉTIQUE*

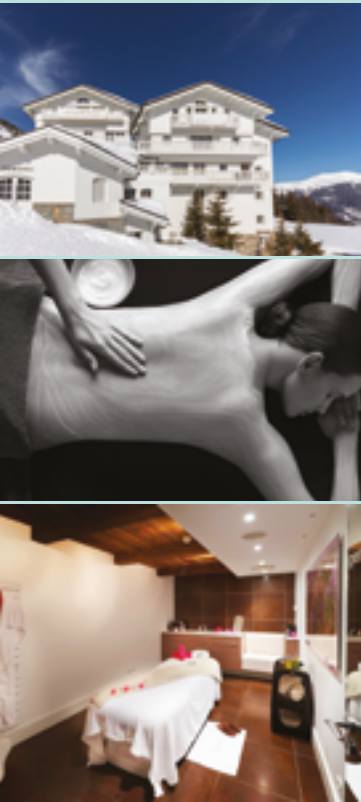
Fabriqué en France
En pharmacies, parapharmacies, parfumeries et sur fr.filorga.com

(1) Test instrumental - 22 sujets - application bi-quotidienne. (2) Efficacité d'un soin cosmétique dont la formule est composée de 50 ingrédients intégrés à quantité quotidienne équivalente à celle d'une méso-injection. Méso-injection mise au point à l'origine par FILORGA. * Fondé en 1978.

LABORATOIRES FILORGA COSMÉTIQUES - SAS au capital social de 34 413 505 euros - 811 648 003 RCS Paris.

Spot & Spa XXL à Courchevel

Direction Courchevel, les joies de la Montagne nous attendent ! Des rendez-vous incontournables auxquels s'invite désormais un spot bien-être. A l'occasion de sa réouverture, après une rénovation



complète de l'établissement, l'Hôtel Spa Le Chabichou**** choisit la Maison Sothys pour piloter sa carte de soins et offrir à ses hôtes un instant de pur plaisir. En effet, il était absolument nécessaire pour cette institution mythique de Courchevel de placer une référence en termes de soins et de cosmétiques pour garantir l'excellence d'une expérience complète. Lové sous les pistes, ce Spa devient le plus grand espace bien-être de la station, avec des équipements totalement inédits sur près de 1100m² dédiés à l'évasion sensorielle : bassin hydrodynamique, hammam, bain polaire, fontaine de glace, canal de marche, douche sensorielle, grotte saline... Mais aussi un espace fitness, un coiffeur et six cabines de soins. En s'associant à la marque Sothys, le Chabichou s'appuie sur son expertise et sa capacité à offrir des protocoles uniques qui mêlent sensorialité, efficacité et approche personnalisée du soin. Une promesse qui transforme chaque rendez-vous en une parenthèse enchantée pour le corps et l'esprit. Un art qui fait toute la différence ! A la carte, on retrouve le soin signature, le Deep Tissue-Modelage Nutri-délassant Sothys Athletics™ qui consiste à associer des lissages profonds, des pressions et percussions le long des zones

de tensions. Idéal pour les sportifs en quête de stimuli pour tonifier le corps et une découverte pour les non-initiés et les non sportifs. Parfait également pour traiter les tensions chroniques, le stress et les blessures dues au surmenage. Confort et détente absolue ! A DÉCOUVRIR ABSOLUMENT !

Le Chabichou 5* est membre Relais & Châteaux depuis 2012 - Courchevel
LE SOIN SIGNATURE DU SPA : LE DEEP TISSUE-MODELAGE NUTRI-DÉLASSANT
SOTHYS ATHLETICS TM 1h20 - 250 euros.

Sensoriel et efficace

La légendaire marque de cosmétique INGRID MILLET est une référence en termes de produits anti-âge cellulaires. Depuis plus de 70 ans ses équipes de chercheurs s'inspirent de la médecine esthétique et développent des soins ciblés pour une expérience optimale. Son credo : la défense du capital jeunesse des femmes ! La ligne anti-âge cosmé-

cutique Aesthetic en est l'exemple pour illustrer cette promesse et permettre aux femmes de vivre l'expérience d'une cosmétique d'exception. Avec cette volonté d'aller toujours plus loin et proposer une offre complète, la marque présente deux nouveaux soins : le Sérum Repulpant anti-âge et la Crème Peeling nuit. Pour garantir performance et résultats, elle s'appuie sur quatre piliers de la médecine esthétique : l'acide Hyaluronique, l'acide glycolique, l'acide phytique et l'acide salicylique. Objectif : estomper les rides, effet peau saine, éclat et effet rajeunissant longue durée (en 28 jours). Une nouvelle routine beauté à découvrir sans plus tarder !



Sérum Flacon pompe
30 ml 80 euros
Crème Peeling nuit
Flacon pompe 50 ml 80 euros
www.ingridmillet.com

UNE CHEVELURE *de rêve*



et made in USA. Dès la deuxième semaine d'utilisation, les cheveux sont plus brillants et éclatants de santé. Toutefois, il est important de ne pas oublier que les résultats sont plus impactants sur le long terme, afin de laisser aux cheveux le temps de se densifier, d'être plus résistants. Facile d'utilisation, le traitement Flourish est composé de 3 produits : un shampooing, un conditionneur et un booster. Chacun leur tour, ils vont nettoyer, purifier et enrichir le cuir chevelu, afin de créer un environnement fertile, propice à la croissance du cheveu. Pour un volume immédiat, une mousse coiffante et volumisante complète la gamme et offre un résultat « wouah ! » dès le coiffage. Virtue a également pensé à une brosse révolutionnaire. La brosse Manta peut être utilisée lors du shampooing pour exfolier, sur cheveux mouillés pour appliquer le conditionneur ou sur cheveux secs pour redonner brillance et douceur. Un bon programme pour retrouver une chevelure de rêve !

Flourish, traitement pour 1 mois comprenant un Shampooing, un Conditionneur et un Booster, 58 euros, Virtue, www.virtueflourish.com

AUTRE INNOVATION VIRTUE : HAIR KICK !

Conserver une jolie couleur de cheveux relève presque de l'impossible. Naturel, le cheveu devient terne ; coloré, la couleur s'affadit. Virtue vient en renfort à toutes celles et ceux qui veulent illuminer et neutraliser le jaunissement dans leur chevelure. Le shampooing Colorkick peut être utilisé par toutes les nuances de couleurs : blonds/roux, tonalités se font plus vives ; les cheveux gris sont moins jaunes et plus brillants ; quant aux bruns, ils retrouvent des cheveux sans reflets indésirables. Dans sa formule, on trouve des colorants 100% naturels (extraits de camomille, citron, racine de curcuma, fleur et feuille de violette, fleur de lavande...) qui, associés à la protéine Alpha Kératin 60ku*, renforcent et réparent le cheveu. Plus qu'un shampooing déjà jaunissant, Colorkick patine, nourrit, démêle, hydrate et protège les cheveux des UV et de la pollution. Un cou-teau-suisse qui ne quittera plus notre douche !

Colorkick, 45 euros, Virtue, www.virtueflourish.com



Le cheveu est une matière organique vivante. A la fin de son cycle de vie, il meurt et tombe. Ce phénomène est un processus normal mais pour diverses raisons (grossesse, maladie, fatigue, stress...), il arrive parfois que les femmes perdent leurs cheveux en masse. Ils sont clairsemés, plus fins, la chevelure est moins volumineuse. Pour lutter contre la perte de densité et les chutes de cheveux, Flourish, la nouvelle gamme de Virtue, livre une approche révolutionnaire. Les produits agissent sur le cuir chevelu, le follicule pileux, les nouveaux cheveux mais aussi ceux déjà existants. Au cœur de ses formules se trouvent deux protéines de kératine innovantes et totalement inédites. Ensemble, elles vont réparer et nourrir le cuir chevelu et apporter aux cheveux fragiles la force, l'élasticité et la flexibilité nécessaires à leur survie. Associés à ces protéines, des phyto-actifs extraits de plantes combinent ainsi le meilleur de la science et des plantes. Ils sont cruelty-free, sans gluten, végan

Un vent de fraîcheur souffle sur les cosmétiques Lush. Venue de Grande-Bretagne, la marque dénote avec ses créations ultra-colorées et ses packagings ludiques. Il n'en reste pas moins que Lush s'engage avec sérieux. Avec pour seule promesse : « des cosmétiques frais faits main ».

Les meilleurs ingrédients frais ont une action beaucoup plus nutritive et efficace sur la peau, les cheveux et même l'esprit que des produits cosmétiques à durée de vie plus longue parce qu'ils sont bourrés de conservateurs synthétiques. C'est à partir de ce constat simple que, depuis ses débuts, Lush imagine chacun de ses soins. Le Groupe a ainsi mis en place un ensemble de process (formulation, fabrication et conservation) permettant d'utiliser les fruits et légumes pour la fabrication de cosmétiques. La Maison s'attèle ainsi à utiliser les légumes et les fruits entiers afin de conserver toutes leurs propriétés. Les conservateurs synthétiques sont autant que possible bannis des formulations. C'est ainsi que 65 % des produits sont auto-conservés et préservent leur fraîcheur sans conservateurs synthétiques.

LUSH : ENGAGÉE POUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL, LES DROITS HUMAINS ET LA CAUSE ENVIRONNEMENTALE

Avec 100 % des produits de sa gamme permanente végétarienne, Lush s'engage dans ses créations à ne pas tester sur les animaux. Un combat de tous les instants qui va de la lutte contre les tests sur les animaux aux choix des ingrédients. Chaque composant est ainsi méticuleusement sourcé et provient de producteurs respectueux de l'environnement, qui n'utilisent pas d'OGM et autant que possible, pas de pesticides. Côté manufacture, les sites de production ressemblent davantage à des cuisines qu'à des laboratoires. Derrière chaque produit, se cache un homme ou une femme. Pour la Maison, ce sont eux, les véritables stars de la création. C'est pourquoi, chaque soin est orné d'un sticker avec la photo de la personne qui l'a confectionné, la date de fabrication et la date de péremption. On apprécie !

Lush : Cosmétiques frais & faits main

DES SOINS LUDIQUES, GORGÉS DE VITAMINES



lush.com/fr/fr

A breeze of freshness blows through Lush cosmetics. From Great Britain, the brand looks different with its ultra-colorful creations and playful packaging. The fact remains that Lush is seriously committed. With the only promise : "fresh handmade cosmetics".

The best fresh ingredients have a much more nutritious and effective action on the skin, hair and even the mind than cosmetics with a longer lifetime because they are packed with synthetic preservatives. It is from this simple observation that, since its beginnings, Lush has imagined each of its treatments. The group has thus set up a set of processes (formulation, manufacture and conservation) allowing the use of fruits and vegetables for the manufacture of cosmetics.

The house thus strives to use whole vegetables and fruits in order to preserve all their properties. Synthetic preservatives are as much as possible banned from formulations. Thus 65% of the products are self-preserved and preserve their freshness without synthetic preservatives.

LUSH : COMMITTED TO ANIMAL WELFARE, HUMAN RIGHTS AND THE ENVIRONMENTAL CAUSE

With 100% of the products in its permanent vegetarian range, Lush undertakes not to test on animals in its creations. A constant battle that goes from the fight against animal testing to the choice of ingredients. Each component is thus meticulously sourced and comes from environmentally friendly producers, who do not use GMOs and as much as possible, no pesticides.

On the manufacturing side, the production sites look more like kitchens than laboratories. Behind each product, hides a man or a woman. For the house, they are the real stars of creation. This is why each treatment is adorned with a sticker with the photo of the person who made it, the date of manufacture and the expiry date. We love that !

EXCELLER DANS L'ART
de rendre la vie agréable



Inspirée de l'écobiologie Naos, EXCELLAGE est un véritable concentré d'efficacité au service du plaisir apporté par le soin. Il permet aux cellules de mieux communiquer pour retrouver cohésion tissulaire et densité dermique, renforce la barrière épidermique et la nutrition, sublime l'éclat et relance l'hydratation grâce à l'Eau Cellulaire. Le tout associé à des gestuelles bienfaisantes, signature professionnelle Institut Esthederm. Le petit dernier de la collection est un Baume réconfortant pour les peaux sèches. Avec sa texture beurre au toucher velours, enveloppante, réconfortante, qui fond dans la peau, il est le soin à adopter toute la saison. Pourquoi on craque ? Il est enrichi en lipides naturels d'huile de camélia, beurre de cires de jojoba, de mimosa et de tournesol qui renforcent la barrière cutanée, pour un toucher incomparable à l'utilisation et un fini élégant, velouté et soyeux. L'Excellence ultime !

Crème-Baume Pot 50ml / 99 euros
www.esthederm.com

BOITES & Merveilles

La Maison BDK Parfums propose deux coffrets découverte pour s'enivrer des jolies vibrations que procurent ses créations. En effet, comme un guide olfactif, la jeune Maison parisienne a imaginé deux packs qui nous livrent chacun un éventail d'histoires, de rencontres et de sensations. « **La Découverte Parisienne** » s'inspire de personnalités rencontrées dans la capitale et de l'énergie caractéristique de ladite Ville Lumière. La marque traduit cette balade à la fois urbaine et contemporaine avec le trio de fragrances « Bouquet de Hongrie » (floral musqué), « Rouge Smoking » (ambré fruité) et « Gris Charnel » (boisé oriental). « **La Découverte Matières** » nous plonge dans l'alchimie magique d'une parfumerie de créateur. Qu'elle soit naturelle ou de synthèse, chaque note possède des facettes particulières, parfois même inattendues, un rôle de composition fabuleux avec lequel David Benedek aime tant jouer ! Pour illustrer ce coffret il a choisi les parfums « Tubéreuse Impériale » (oriental floral), « Oud Abramad » (oriental boisé épicé) et « Crème de Cuir » (cuir hespéridé). Une jolie intention pour un maximum d'émotions.



Coffret 3 parfums en format 10 ml
89 euros. Bdkparfums.com



PARADIS *parfumé*

Pour sa seconde boutique parisienne, la Maison Marc-Antoine Barrois s'est trouvée une place de choix. C'est en plein cœur de Paris, à deux pas du Louvre, au 13 Galerie Véro-Dodat que se situe ce nouveau lieu enchanté. Véritable havre de paix, emblématique du charme parisien, la Galerie y abrite de nombreuses boutiques très élégantes. Pour cette nouvelle ouverture, Marc-Antoine Barrois souhaitait mêler le parfum, l'art et l'architecture. Pour cela, le créateur a collaboré étroitement avec des artistes, architectes ou artisans d'art, tous reconnus dans leur domaine. La boutique met immédiatement nos sens en éveil : la vue, de par les différentes matières utilisées ; le toucher, avec des surfaces tantôt lisses, tantôt brutes ; sans oublier l'odorat, grâce aux effluves des parfums emblématiques de la Maison.

Opter pour un parfum Marc-Antoine Barrois, c'est choisir une nouvelle approche de la parfumerie, plus vertueuse, le fondateur a choisi de mettre l'humain et l'environnement au cœur de son activité. C'est ce que nous percevons dans cette nouvelle boutique : un lieu intime et poétique, élégant et moderne, respectueux de la nature, entre tradition et modernité.

Maison Marc-Antoine Barrois,
13 Galerie Véro-Dodat, 75001 Paris,
www.marcantoinebarrois.com

BEAUTÉ *holistique*

La Belle Meunière est une ligne de soins cosmétiques élaborée avec une sélection de céréales, Organic & Bio. Une gamme visage « pétrie » d'amour avec des compositions qui intègrent de multiples céréales selon les bienfaits recherchés : blé, son, orge, sésame et avoine sont les nouveaux alliés de votre peau. Le credo de la marque est simple : adopter la même exigence pour sa peau que celle que l'on accorde à son assiette.



Au programme : masque poudré à l'avoine (purifier), gommage poudré aux céréales (détoxifier), soin hydratant au blé (apaiser), huile douce à l'orge (nettoyer), soin nourrissant au blé (nourrir) et le sérum éclat au sésame (régénérer). L'application parfaite du précepte « Un esprit sain dans un corps sain ».

www.bellemeuniere.co



ESCALE *en Mer Morte*

Connue pour sa salinité élevée, la Mer Morte est réputée pour ses formidables bienfaits dermatologiques. Riche en potassium, magnésium, calcium, brome... Tadé a fait du Sel de la Mer Morte son ingrédient vedette pour sa gamme éponyme. Trois nouveautés viennent agrandir cette ligne afin de proposer un rituel de beauté complet, mêlant dépaysement et détente. Incontournable de la routine beauté, le Gommage agit sur les peaux mortes, nettoie en profondeur et embellit les peaux les plus rugueuses. Ultra-hydratant, le Soin Douceur protège la peau des agressions extérieures et l'enveloppe d'un délicat parfum. Provenant de Jordanie, les véritables cristaux de Sel de la Mer Morte peuvent être utilisés au moment du bain pour un moment d'exquise détente ou sous la douche, pour un gommage énergisant et assainissant. Trésor de la nature, la Mer Morte nous livre ses secrets de beauté !

A partir de 14,30 euros le Sel de la Mer Morte,
Tadé, www.tade.fr



*AT NIGHTFALL, AS SHE TAMES
THE LAST RAY OF LIGHT, A WOMAN IS
RUNNING WITH A VELVET STEP ON
THE COBBLESTONES OF THE CITY..*

In the heart of this urban jungle, behind each of her steps remains an enveloping and intense flowery and chypre wake. A sensual and carnal fragrance. A mythical fragrance by Sisley, L'Eau du Soir combines the desire to reveal personalities, to make them beautiful and simply to love them. It is a refined eau de parfum with seductive contrasts. A fresh and fiery citrus opening like love at first sight between mandarin and sun-drenched grapefruit. Then mingle with the sensuality of a floral heart of intense rose absolute, jasmine and ylang-ylang, a delicate chypre signature. The editorial staff also fell in love with this resolutely elegant fragrance. For this new edition, under the leadership of Isabelle D'Ornano, who has always been faithful to the feline and biting «animal print» graphics, this Eau du Soir 2021 takes on a new colour where the bottle is reinterpreted in a pop and tangy version. Crystal-cut, it is indeed dressed in a fresh and vibrant bubble gum pink frosted lacquer, which gently blends with the matte golden reflections of the sculpted cap. It comes with a rock electric pink pouch which has white and black mottled patterns. So Wild !

EAU DU SOIR – « POP & WILD » ÉDITION LIMITÉE Eau de parfum.

sisley-paris.com/fr

Féline

UNE NOUVELLE AVENTURE SO WILD PAR SISLEY

*A LA TOMBÉE DU JOUR,
ALORS QU'ELLE
DOMPTE LE DERNIER
RAI DE LUMIÈRE,
UNE FEMME S'ELANCE
À PAS DE VELOURS SUR
LES PAVES DE LA
VILLE...*

Au cœur de cette jungle urbaine, derrière chacun de ses pas flotte un sillage fleuri et chypré, enveloppant et intense. Un parfum sensuel et charnel. Fragrance mythique signée Sisley, L'Eau du Soir mêle l'envie de révéler les personnalités, de les rendre belles et de les aimer tout simplement. C'est une eau de parfum raffinée aux contrastes séduisants. Un départ hespéridé frais et fougueux tel un coup de foudre entre la mandarine et le pamplemousse gorgés de soleil. Se mêle ensuite à la sensualité d'un cœur floral d'absolu de rose intense, jasmin et ylang-ylang, une délicate signature chyprée. Coup de foudre également de la rédaction pour ce sillage résolument élégant. Pour cette nouvelle édition, sous l'impulsion d'Isabelle d'Ornano, fidèle depuis toujours au graphisme « animal print » félin et mordant, cette Eau du Soir 2021 revêt une nouvelle allure où le flacon est réinterprété dans une version pop et acidulée. Taillé cristal, il est en effet habillé d'un laquage givré rose bubble gum frais et vibrant, qui se marie en douceur avec le capot sculpté aux reflets dorés mats. Il se glisse dans un fourreau rock aux motifs tachetés rose électrique, blanc et noir. So Wild !

EAU DU SOIR – « POP & WILD » ÉDITION LIMITÉE
Eau de parfum.

JEU DE SÉDUCTION

En parfumerie, quand on parle d'ambre, notre imaginaire fait le lien avec des effluves puissantes et enveloppantes, voire envoûtantes, issues de territoires chauds et lointains. Une matière d'exception qui sacre et ancre le parfum avec lequel il est composé dans les racines du Moyen-Orient. Ce voyage parfumé, Mona Kattan, co-fondatrice d'Huda Beauty, et aujourd'hui fondatrice de la marque Kayali, aime le raconter. Sa passion pour les parfums est grande, elle l'exprime dans une nouvelle fragrance qu'elle a souhaité sexy, intense et addictive : Invite Only Amber | 23. Un projet développé en collaboration avec Ilias Ermenidis, parfumeur de la prestigieuse Maison de Parfum Firmenich. Séductrice, cette fragrance laisse sur la peau, comme sur les cheveux des notes suaves, un parfum sensuel qui marie l'ambre à des notes gourmandes. Comme toutes les eaux de parfum Kayali, Invite Only Amber | 23 est infusée d'une haute concentration d'huile de parfum pour garantir un sillage profond avec une longue tenue. Des accords chaleureux à porter de jour comme de nuit !

Invite Only Amber | 23, 100 ml : 112 euros
Disponible chez Sephora et sur Sephora.fr

YOU & ME & EMILIE

Major Me est un parfum aux allures rock avec un soupçon de David Bowie en notes de fond... Une personnalité emblématique qui a marqué des générations entières pour son audace forte et subtile à la fois. Le Maître Parfumeur Émilie Coppermann a souhaité incarner une idole musicale, alors ne soyez pas surpris si dès les premières touches vous vous sentez submergés par de vives émotions. Major Me est un parfum fruité de bois de oud qui danse au rythme de ses propres accords. Introduites par un duo poivre noir et cerise, les notes ardentes de patchouli et de oud sont soutenues en fond par un mélange d'encens, de mousse minérale et de benjoin. Il entre dans la ligne Pacollection de la marque Paco Rabanne, une collection composée de 9 parfums végans aux caractères distincts, chacun affichant une assurance indéniable, chacun imprégné d'accords novateurs et séduisants, chacun fusionnant style et senteur. Une merveilleuse mélodie. Merci Emilie !

Major Me, Pacollection. 69 euros les 62 ml

BEAUTÉ *solide*



La jolie marque Beauty Disrupted est une révélation. Issue du mouvement Clean Beauty, elle s'inscrit dans la lignée des produits de beauté façonnés en conscience et incarne une nouvelle génération de marques éthiques, avec un grand E. Cinq familles de produits solides se dessinent : shampoings, après-shampoings réparateurs et démêlants, savons pour le corps généreusement moussants, savons extra-doux pour les mains et mousse à raser unisexe. Une expérience sensorielle favorisée par le choix des fragrances : « Ocean Magic », pour une escapade au bord de l'eau, baignée de lumière. Une composition sensuelle de criste marine mêlée à la bergamote de calabre. On adore ! Pour celles et ceux en quête de fraîcheur, « Alpine Glow » s'inspire des sillages verts et glacés propres aux paysages de montagne. Une bourrasque aromatique saisissante d'eucalyptus, de romarin et de pin. Grrrrh, frémissant ! Formulé pour des instants cocoonings, « Amazon Amour » promet un voyage réconfortant. L'harmonie de ses notes florales et boisée transporte au cœur de la forêt amazonienne. Dépaysement garanti ! Chaque produit contient une sélection rigoureuse d'ingrédients doux, dont des parfums uniques 100% biologiques provenant de Grasse et des huiles naturelles connues pour leurs propriétés hydratantes et apaisantes. Toute la ligne est désignée à Stockholm et fabriquée soigneusement dans le sud de la France. Enfin, les produits sont vegan et zéro plastique. Pratique, éthique, charismatique, Beauty Disrupted est notre coup de cœur avec deux grands C.

Beauty Disrupted est présente au Printemps de la Beauté, et sur printemps.com. www.beautydisrupted.com/fr/

La Belle Juliette

Le Spa de l'Hôtel La Belle Juliette**** complète sa carte avec un nouveau soin Cyfolia par Phytomer. Une jolie signature pour les aficionados de soins naturels et bio. En effet avec ses formules vegan et certifiées Ecocert, les femmes en quête d'éclat et de confort trouveront dans ce soin tout ce qu'elles aiment pour leur peau. La ligne de soins Cyfolia Bio est fabriquée en Bretagne. Son arme secrète réside dans les propriétés exceptionnelles de l'algue Cyfolia, surnommée l'algue Arc-en-Ciel. En effet, grâce à ses rameaux iridescents, cette algue brune est capable de jouer avec la photosynthèse et de réfléchir la lumière. Une action qui stimule les chercheurs tant le phénomène est rare ! Alors rendez-vous au Spa de l'Hôtel La Belle Juliette. Le protocole s'applique en 4 phases. L'expérience s'adresse aussi bien aux hommes qu'aux femmes. L'occasion aussi de découvrir les espaces bien-être avec notamment un hammam, un bassin avec nage à contre-courant et une zone avec jets hydromassants.



Soin hydratant CYFOLIA par PHYTOMER. Protocole d'une heure - 95 euros
HÔTEL & SPA LE BELLE JULIETTE 92 rue du Cherche Midi, 75006 Paris.
www.hotel-belle-juliette-paris.com

SOUVENIRS D'ANTAN

Miss Me Discrète ? est inspirée des souvenirs d'enfance de Stella Cadente. Le benjoin, l'ambre blanc et rose, la fleur d'oranger lui évoquent des moments chaleureux auprès des femmes de sa famille. L'odeur du rouge à lèvres de sa grand-mère lorsqu'elle l'embrassait dans le cou, la salle de bain chargée de laque et de poudre quand sa mère s'appêtait à sortir, la cannelle réconfortante des froides journées d'hiver. A la fois douce et déterminée, cette eau de toilette est à l'image des femmes : délicieusement imprévisible !

Eau de Toilette Miss Me Discrète ?
50 ml, 52 euros, Stella Cadente,
www.stella-cadente.com



SE DÉMAQUILLER EN DOUCEUR

Composée à 99,9% d'ingrédients d'origine naturelle, l'huile démaquillante lactée bio de la jeune marque de cosmétiques OSTIUM permet de nettoyer la peau de toutes les impuretés accumulées au cours de la journée et du maquillage, sans agresser l'épiderme. Elle est élaborée à partir d'actifs haut de gamme riches en vitamines E, F et en acides gras (Omega 6). Ses propriétés permettent de nourrir la peau et de la protéger contre le dessèchement en préservant son hydratation naturelle. Grâce à l'huile de pépins de figue de Barbarie, son ingrédient phare, elle développe des effets antioxydants et adoucissants indispensables pour lutter efficacement contre les signes du vieillissement de l'épiderme et pour apporter du tonus et de la douceur à la peau.

Ostium Cosmétiques - HUILE DÉMAQUILLANTE LACTÉE. Label BIO COSMOS ORGANIC, certification ECOCERT. Flacon 30 ml / 48 euros. ostium-cosmetiques.com



COMPTOIR
SUD PACIFIQUE
PARIS

Boutique : 30, Rue Saint Roch 75001 Paris / e-boutique : www.comptoir-sud-pacifique.com

Allegra

l'expérience olfactive personnalisée par Bvlgari

the olfactory experience personalized by Bvlgari



*A l'expression « Tous les chemins mènent à Rome » le Maître Parfumeur Jacques Cavallier se plaît à répliquer
« Toutes les magnifiques matières premières et tous les parfums mènent à Rome » !*



InSPIRÉ PAR L'ITALIE,

son histoire et son imaginaire, il signe la nouvelle collection de parfums Bvlgari composée de 5 eaux, Allegra, et de 5 essences hautement concentrées, Magnifying. Une collaboration aux allures de voyage sensoriel qui nous plonge en plein cœur du berceau de la marque. Ici tout y est, le savoir-faire artisanal, le choix des plus belles matières, le design souligné par un style extravagant et l'audace qui caractérisent les créations Bvlgari, et enfin, une volonté forte de respecter un véritable engagement écologique.

Bvlgari Allegra est un concept innovant pour la marque qui offre ici la possibilité de vivre une expérience olfactive personnalisée afin de créer un sillage en parfaite harmonie avec l'état d'esprit de celui ou celle qui le porte. Chaque flacon exprime l'esprit et le style romains si particuliers ; ainsi à tour de rôle une escapade à deux en Méditerranée, le vent énergisant de la mer, la chaleur des rayons du soleil, un air de dolce vita, sans compter sur l'incontournable aperitivo, au coucher du soleil à Rome, ou l'ambiance endiablée d'une festa vénitienne ! Les cinq essences Magnifying complètent ce tableau. Elles ont été créées afin de se marier parfaitement avec chacune des cinq eaux de parfum de la collection. Un souffle exaltant qui invite à renouveler l'expérience autant de fois que souhaité et tester à l'infini toutes les combinaisons.

Bvlgari Allegra est également un projet sublimé par l'ambition de Bvlgari de célébrer son héritage italien tout en protégeant l'environnement. Tel un manifeste, parler d'une parfumerie responsable est aujourd'hui inscrit au cœur des préoccupations de la Maison. Une noble cause qui se perçoit dans le sourcing des matières premières exclusives, véritables joyaux de la nature. Mais aussi dans le design des flacons qui respecte la pureté du verre. Quant aux écrins des fragrances, aussi bien des eaux de parfum que des Magnifying, ils se composent à 80% de matériaux recyclés.

L'univers d'Allegra est haut en couleurs et en senteurs, il déborde d'énergie et d'intensité et nous invite à vivre une expérience unique.

*To the expression "All roads lead to Rome"
the Master Perfumer Jacques Cavallier likes to reply
"All magnificent raw materials
and all perfumes lead to Rome" !*

Inspired by Italy, its history and its imagination, he signs the new collection of Bvlgari perfumes composed of 5 waters, Allegra, and 5 highly concentrated essences, Magnifying. A collaboration like a sensory journey that plunges us into the heart of the brand's birthplace. Everything is there, the craftsmanship, the choice of the finest materials, the design underlined by an extravagant style and the daring that characterize Bvlgari creations, and finally, a strong desire to respect a true ecological commitment.

Bvlgari Allegra is an innovative concept for the brand which offers here the possibility of living a personalized olfactory experience in order to create a trail in perfect harmony with the state of mind of the person wearing it. Each bottle expresses the unique Roman spirit and style; so it starts with a getaway for two in the Mediterranean, then the energizing wind of the sea, the heat of the sun's rays, an air of dolce vita, not to mention the unmissable aperitivo, at sunset in Rome, or the atmosphere frenzied with a Venetian festa !

The five Magnifying essences complete this picture. They were created to blend perfectly with each of the collection's five eaux de parfum. An exhilarating breath that invites you to repeat the experience as many times as desired and endlessly test all the combinations.

Bvlgari Allegra is also a project enhanced by Bvlgari's ambition to celebrate its Italian heritage while protecting the environment. Like a manifesto, talking about responsible perfumery is now at the heart of the House's concerns. A noble cause that can be seen in the sourcing of exclusive raw materials, true gems of nature. But also in the design of the bottles which respects the purity of the glass. As for the cases of fragrances, both eau de parfum and Magnifying, they are made up of 80% recycled materials.

The universe of Allegra is colorful and full of scent, it overflows with energy and intensity and invites us to live a unique experience.



Les Eaux de Parfum de la collection Allegra sont disponibles au prix de 140€ les 50ml et 200€ les 100ml, les Magnifying au prix de 160€ les 40ml.
bulgari.com

Skin Caviar

Huile de Nuit *par La Prairie*

PROMESSE D'ÉTERNITÉ

Étonnante Maison que celle de La Prairie. Chaque soin est savamment pensé par les scientifiques qui ont à cœur d'innover pour puiser dans la nature les composants les plus efficaces. Avec Skin Caviar Huile de Nuit, ils livrent une absolue innovation.

UN SOIN ACTIF DANS L'OBSCURITÉ

Que pourrait encore nous dévoiler la nuit ? C'est à cette question que les scientifiques de La Prairie ont souhaité répondre en imaginant une formulation à base de Caviar Retinol. Une molécule convoitée pour son efficacité lissante inégalée sur les rides et ridules, mais cependant extrêmement difficile à capturer et à conserver.

Une innovation majeure

Grâce à des mois de recherches et développements, les scientifiques de La Prairie ont réussi la prouesse de capturer ce composant insaisissable du caviar. Le Caviar Retinol est exclusif à La Prairie. Il est obtenu par le biais d'un processus d'extraction spécialement conçu, créant les conditions idéales pour capturer et conserver à la fois les lipides de caviar et le retinol dérivé du caviar. Skin Caviar Huile de Nuit défroisse en réduisant l'apparence des rides et des ridules, tout en lissant visiblement la surface de la peau. Elle redonne de la fermeté en redensifiant la peau. Dernière étape du rituel nocturne, la formule scelle l'hydratation et les ingrédients actifs des soins précédents, intensifiant les résultats du rituel. Elle améliore également la barrière cutanée à long terme.

Élixir nocturne

Pendant la nuit, la peau se concentre essentiellement sur la régénération, tandis qu'en journée, la protection est sa priorité. Skin Caviar Huile de Nuit est conçue pour œuvrer de concert avec les rythmes circadiens naturels de la peau afin d'aider à contrer les effets provoqués par l'âge. Dans le même temps, sa composition oléiforme crée une barrière extérieure temporaire immédiate, destinée à minimiser la perte en eau.

Dernière gestuelle du soir

Skin Caviar Huile de Nuit a été conçue pour venir parfaire le rituel de nuit Skin Caviar de la Maison. Sur une peau parfaitement nettoyée, après avoir appliqué quelques gouttes de Skin Caviar Lotion Essentielle puis de Skin Caviar Concentré Liftant, et de Skin Caviar Crème Luxe Yeux, s'applique l'Huile de Nuit. Généreuse et soyeuse, la texture apaise et adoucit la peau. Au fil du temps, les rides et ridules s'atténuent, la peau paraît plus ferme et l'hydratation est préservée.

Écrin bleu cobalt

Comme toujours avec La Prairie, aucun détail n'est laissé au hasard. La Maison a opté pour un flacon qui est la combinaison parfaite entre le design et la fonctionnalité, avec des lignes minimalistes et épurées, inspirées du Bauhaus. Son flacon unique, bleu cobalt à l'extérieur et noir opaque à l'intérieur a été spécifiquement conçu pour aider à protéger les propriétés insaisissables du retinol extrait du caviar.



www.laprairie.com/fr-fr/

PROMISE OF ETERNITY

The astonishing La Prairie House. Each treatment is expertly thought out by scientists who are committed to innovating in order to draw the most effective components from nature. With Skin Caviar Nighttime Oil, they deliver absolute innovation.

ACTIVE CARE IN THE DARK

What could the night still reveal to us ? This is the question that the scientists at La Prairie wanted to answer by introducing a formulation including Caviar Retinol : a molecule coveted for its unparalleled line-smoothing efficacy, yet extremely difficult to capture and keep.

A major innovation

Through months of research and development, scientists at La Prairie have achieved the feat of capturing this elusive component of caviar. Caviar Retinol is exclusive to La Prairie. It is obtained through a specially-designed extraction process, creating the ideal conditions to capture and retain both caviar lipids and retinol derived from caviar.

Skin Caviar Nighttime Oil uncreases by reducing the appearance of fine lines and wrinkles, while visibly smoothing the skin's surface. It restores firmness through re-densifying. Being the last step of the ritual, the formula seals in moisture and active ingredients from the preceding treatments, intensifying ritual results. It also improves the skin barrier in the long term.

Night elixir

During the night, the skin mainly focuses on regeneration, while during the day, protection is its priority. Skin Caviar Nighttime Oil is designed to work with the natural circadian rhythms of the skin to help fight age-induced effects. At the same time, its oily composition creates an immediate temporary external barrier, intended to minimize water loss.

Last evening gesture

Skin Caviar Nighttime Oil has been designed to complete the House's Skin Caviar night ritual. On perfectly cleansed skin, after applying a few drops of Skin Caviar Essence-In-Lotion then Skin Caviar Liquid Lift Concentrate, and Skin Caviar Luxe Eye Cream, apply the Night Oil. Generous and silky, the texture soothes and cushions the skin for total indulgence. Over time, lines and wrinkles appear reduced, skin looks firmed and moisture is sealed in.

Cobalt blue bottle

As always with La Prairie, no detail is left to chance. The House has opted for a jar that is the perfect fusion of both form and function, with the minimal, pure lines of Bauhaus-inspired design and the unique bottle, cobalt blue on the outside and opaque black on the inside – specifically designed to help protect the elusive properties of Caviar Retinol within.



ODE À l'amour

SPELL ON YOU PAR LOUIS VUITTON

La toute dernière création Louis Vuitton s'inscrit dans la parfaite tradition de la Maison : le voyage. Reste que ce voyage est celui de l'émotion. Composé à Grasse par le Maître Parfumeur Jacques Cavallier Belletrud, Spell On You capture l'excitation du jeu amoureux.

PATIENCE ET DÉTERMINATION

Comme il n'y a pas d'amour sans fleurs, c'est l'iris qui a été convoqué pour ce nouvel opus. Une fleur dont la transformation en essences requiert six années de patience : trois pour qu'en terre se développent les rhizomes puis trois autres années pour les sécher avant leur extraction. Au total, cinq tonnes sont nécessaires pour obtenir un kilo d'absolue, dont l'odeur fait tourner les sens. Véritable philtre d'amour, l'iris a été travaillé à partir de deux essences : l'absolue aux notes florales et végétales et la concrète, somptueusement poudrée. Comme dans une relation amoureuse, les essences se mêlent pour se compléter et se sublimer l'une l'autre.

PARFUM FLORAL DE CARACTÈRE

Aux raffinées notes d'absolue d'iris s'ajoutent des senteurs de violettes et des fulgurances vertes au cœur d'un majestueux bouquet. La rose, reine des fleurs rencontre la sensualité du jasmin Sambac de Chine, tandis qu'en toile de fond se mêlent concrète d'iris, fleur d'acacia, musc blanc et pêche veloutée. On perçoit là tout le génie du Maître Parfumeur qui est parvenu à composer un parfum floral fort. Doux, mais également prononcé et entêtant. Spell On You laisse un sillage inoubliable...



The latest Louis Vuitton creation is part of the perfect Maison tradition : travel. Still, this journey is one of emotion. Composed in Grasse by Master Perfumer Jacques Cavallier Belletrud, Spell On You captures the excitement of the game of love.

PATIENCE AND DETERMINATION

Since there is no love without flowers, it is the iris that was summoned for this new opus. A flower whose transformation into essences requires six years of patience : three for the rhizomes to develop in the soil and then another three years to dry them before extraction. In total, five tons are needed to obtain one kilo of absolute, the smell of which makes the senses spinning. A true love potion, iris has been crafted from two essences : the absolute with floral and vegetal notes and the concrete, sumptuously powdery. As in a romantic relationship, the essences mingle to complement and sublimate each other.

FLORAL SCENT OF CHARACTER

To the refined notes of iris absolute are added scents of violets and flashes of green at the heart of a majestic bouquet. The rose, queen of flowers, meets the sensuality of Chinese Sambac jasmine, while the back-drop mingles concrete iris, acacia flower, white musk and velvety peach. We perceive here all the genius of the master perfumer who has managed to compose a strong floral fragrance. Sweet, but also pronounced and heady. Spell On You leaves an unforgettable trail...

fr.louisvuitton.com

INSTITUT
ESTHERDERM
PARIS

*Test d'usage avec le sérum Intensive Hyaluronic, pendant 28 jours, avec 41 femmes de 41 à 70 ans. **Tests d'efficacité sur le sérum Intensive Hyaluronic - Projection de franges - France EUROFINS - 8,7% en moyenne.



INTENSIVE HYALURONIC RIDES & DÉSHYDRATATION INTENSE

HYDRATATION
LONGUE
DURÉE*

87%

PROFONDEUR
DES RIDES
JUSQU'A**

-30%

Formulée à l'Eau Cellulaire, Intensive Hyaluronic est le soin idéal en cas de rides ou de déshydratation intense de l'épiderme. Une synergie brevetée de trois acides hyaluroniques garantit une hydratation instantanée et une efficacité repulpante visible. Inspirée par l'écobiologie qui vise à préserver les mécanismes de jeunesse de la peau, Intensive Hyaluronic relance la production naturelle d'acide hyaluronique dermique pour un effet comblement longue durée.

Elaborées à partir de molécules de référence en dermatologie esthétique, les cures ciblées INTENSIVE et leurs protocoles de soin sont à découvrir auprès de nos instituts partenaires sur www.esthederm.com

INSTITUT ESTHERDERM est une marque fondée sur l'écobiologie qui est au cœur de la démarche NAOS pour respecter l'écosystème de votre peau et préserver sa santé. Durablement. www.naos.com

Rejoignez-nous sur 



Et la lumière fut...

SI LA QUÊTE D'UN TEINT LUMINEUX
EST UNIVERSELLE, LES ÉTAPES
POUR DÉCROCHER CE GRAAL
FABULEUX PEUVENT PARFOIS
S'AVÉRER MULTIPLES.

IF THE QUEST FOR A LUMINOUS
COMPLEXION IS UNIVERSAL, THE
STEPS TO WIN THIS FABULOUS
GRAIL CAN SOMETIMES
TURN OUT TO BE MULTIPLE.

A paisée, sans rougeur, ni ride, ni tache... conserver une peau qui respire la santé se traduit principalement par l'optimisation de sa routine et le choix des soins qu'on lui associe.

Soothed, without redness, wrinkles or stains... maintaining skin that looks healthy is mainly in the optimization of your routine and the choice of cares associated with it.

Signe évocateur d'une fraîcheur caractéristique des peaux jeunes, l'éclat n'est pas inné, il faut l'entretenir et apprivoiser la lumière ! Sisley propose un nouveau Sérum anti-âge qui offre une action complète pour restaurer l'éclat de la peau et lui redonner toute son homogénéité en réduisant l'apparence des taches et des zones d'ombre qui ternissent le teint. Comme un effet miroir, il concentre son action avec les 90% de lumière qui pénètrent directement la peau, en ciblant précisément les mécanismes responsables de la perte d'éclat. Il agit de façon globale en surface et en profondeur grâce à son huile à haut indice de réfraction, qui booste dès l'application la quantité de lumière réfléchie, et par là même, la luminosité du teint. En ciblant la surproduction de mélanine, quelle que soit la tonalité de la peau, les irrégularités colorielles sont estompées, les taches sont moins visibles, ce qui bien entendu, on le sait toutes, favorise l'homogénéité du teint. Complice invisible, il opère directement au cœur de la peau ! La marque recommande de l'utiliser selon un protocole facile à adopter sur l'ensemble du visage et du cou. Commencez par appliquer des lissages légers du centre vers l'extérieur du visage, puis stimulez votre peau en effectuant un massage dynamique en surface. Enfin, activez la luminosité du teint en effectuant des petits pincements toniques entre le pouce et l'index. On apprécie la texture fraîche et légère de ce Sérum qui glisse et fond sur la peau. Un régal !

Evocative sign of a freshness characteristic of young skin, radiance is not innate, it must be maintained and you must tame the light ! Sisley offers a new Anti-Aging Serum that offers a complete action to restore the skin radiance and bring it back by reducing the appearance of spots and dark areas that dull the complexion. Like a mirror effect, it concentrates its action with the 90% of light that directly penetrates the skin, precisely targeting the mechanisms responsible for the loss of radiance. It acts globally on the surface and in depth thanks to its high refractive index oil, which immediately boosts the amount of reflected light, and thereby the luminosity of the complexion.

By targeting the overproduction of melanin, whatever the tone of the skin, color irregularities are reduced, spots are less visible, which of course, as we all know, promotes even skin tone. Invisible accomplice, it operates directly in the heart of the skin ! The brand recommends using it according to a protocol that is easy to adopt on the entire face and neck. Start by applying with light smoothing movements from the center to the outside of the face, then stimulate your skin with a dynamic surface massage. Finally, activate the luminosity of the complexion by making small tonic pinches between the thumb and forefinger. We appreciate the fresh and light texture of this Serum which glides and melts on the skin. A delight !



www.sisley-paris.com

So luminous... Go, go, glow !

So luminous... Go, go, glow !

La Sultane de Saba PARIS



Voyagez au-delà de vos sens....

www.lasultanedesaba.com

Allégories des Cinq sens

FIVE SENSE ALLEGORIES



Flacon 100ml / 490 euros.

ZAFFERANO I

est le 7^e opus de la collection de parfums Storie Veneziane. Audacieuse, cette fragrance « Floriental épice » s'inscrit dans une nouvelle famille olfactive et nous emmène à la rencontre des cultures Maures, ces premiers commerçants venus d'Orient à Venise. Une étape de vie, des couleurs, des coutumes, des senteurs enveloppantes qui ont contribué à écrire l'histoire de cette ville chère à Sophie Vann Guillon.

C'est le très talentueux nez Cécile Zarokian qui s'est prêté à l'exercice et nous offre une lecture vénitienne flamboyante. Ensemble, elles modernisent les codes de la fragrance boisée orientale traditionnelle, en y intégrant au duo précieux de safran et de bois de oud, la finesse d'une fleur de bigaradier. Un contraste inattendu et chaleureux. Un sillage profond dont l'intensité des notes s'exprime longtemps sur la peau. Un parfum pour soi, un ravissement pour les autres.

Cette envoûtante lecture olfactive est sublimée par le monumental flacon doré sculpté comme une pièce d'art. Rehaussé d'un masque soufflé à la main par un Maître Verrier de Murano et d'un capot gainé de cuir teinté qualité sellier, selon la pure tradition vénitienne, le flacon porte à ce bouquet de notes résolument féminines, le socle de connaissances, de cultures et d'exigences propres aux créations de la collection Storie Veneziane by Valmont.

Depuis plusieurs années la cosmétique de pointe, la parfumerie confidentielle et l'Art sont les trois axes de développement à partir desquels Sophie Vann Guillon et Didier Guillon, s'appuient pour apporter une vision très éclectique de la marque, avec un sens artistique prononcé et un résultat proche d'une œuvre d'art. Pour embrasser les derniers jours de l'année et accueillir la nouvelle sous de bonnes vibrations, le duo nous invite au voyage avec la 7^e création olfactive de la collection Storie Veneziane, puis nous projettent vers les sommets avec une édition limitée du soin Elixir des Glaciers. Enfin, ils nous initient à la Quintessence des Glaciers, un prodigieux soin imaginé comme un chef-d'œuvre ultime qui met en lumière l'ADN de la Maison Valmont, salué pour ses prouesses scientifiques développées pour sublimer la peau. Un programme absolument fabuleux pour se sentir bien, à chaque instant.

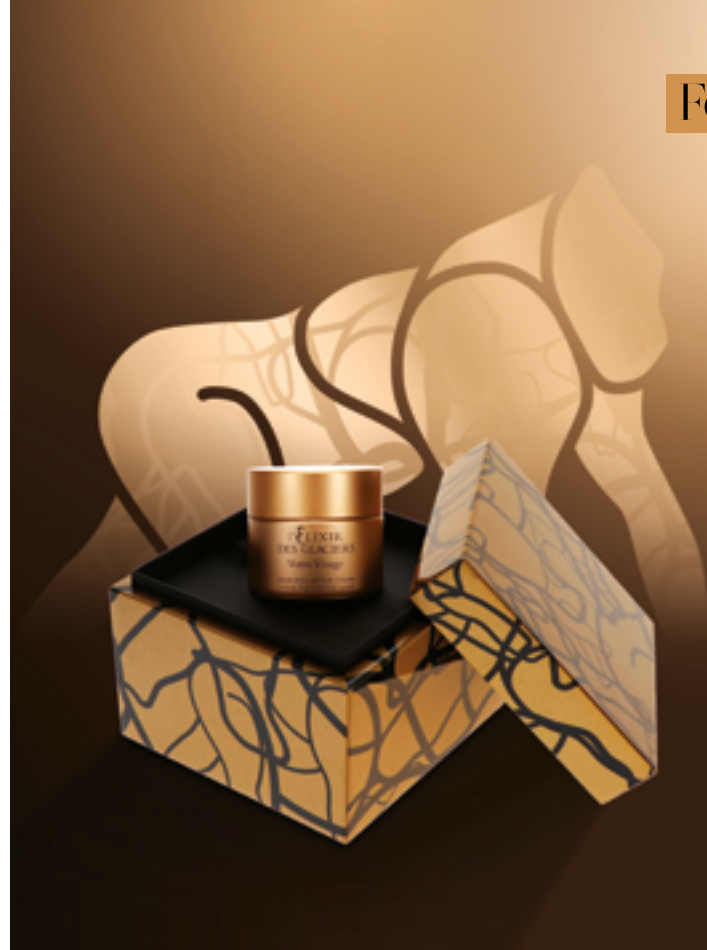
Une nouvelle histoire vénitienne

ZAFFERANO I

is the 7th opus in the Storie Veneziane fragrance collection. This audacious »spicy Floriental« fragrance is part of a new olfactory family and takes us to meet Moorish cultures, those first traders who came from the East to Venice. A step in life, colors, customs, enveloping scents that have contributed to writing the history of this city dear to Sophie Vann Guillon.

It was the very talented nose Cécile Zarokian who lent herself to the exercise and offers us a flamboyant Venetian reading. Together, they modernize the codes of the traditional oriental woody fragrance, incorporating the precious duo of saffron and oud wood, the finesse of a bitter orange blossom. An unexpected and warm contrast. A deep wake whose intensity of notes is expressed for a long time on the skin. A perfume for oneself, a delight for others.

This captivating olfactory reading is enhanced by the monumental golden bottle sculpted like a piece of art. Enhanced with a mask hand-blown by a Master Glassmaker from Murano and a cover sheathed in saddle-quality tinted leather, according to the pure Venetian tradition, the bottle carries to this bouquet of resolutely feminine notes, the base of knowledge, of cultures and requirements specific to the creations of the Storie Veneziane by Valmont collection.



Tribute to Minimalism – Gorilla Limited Edition by Didier Guillon
l'Elixir Des Glaciers Votre Visage 50ml. 610 euros.



ADAPTER une routine de soins quotidiens dans le respect des rythmes circadiens de la peau pourrait sembler complexe. Or il n'y a qu'un pas pour se laisser accompagner et adopter les bons réflexes qui conjuguent efficacité et soins individualisés.

La quintessence du bonheur ? Vous n'êtes pas loin, cela s'appelle la Quintessence des Glaciers. Valmont rassemble pour la première fois dans un coffret sobre et noir toutes les facettes et bienfaits liés à son prodigieux Elixir des Glaciers. La marque y rassemble ses ingrédients naturels les plus puissants et les présente sous une forme exceptionnellement pure et concentrée. Cette prouesse scientifique donne naissance à un trio de soins qui sublime la peau : La Sève des Glaciers (complexe illuminateur jour pour lutter contre la déshydratation, les rides et l'exposition à la lumière), La Source des Glaciers (lotion resurfaçante éclat idéale pour le renouvellement cellulaire) et le Nectar des Glaciers (Complexe réparateur nuit).

Destiné aux connaisseuses érudites, ce coffret, en édition limitée à 500 exemplaires, tous numérotés et signés par les fondateurs de Valmont, est composé pour un traitement intensif de quatre semaines.

Fort comme un singe

TRIBUTE TO MINIMALISM

– Gorilla Limited Edition by Didier Guillon est un hommage touchant à Ivo, le gorille bien-aimé symbolique de la Fondation Valmont ainsi qu'à l'art minimaliste. La Maison Valmont présente dans un magnifique coffret doré souligné de la silhouette de l'animal fort et protecteur son soin visage L'Elixir des Glaciers. Incarnant les traits de la marque, qui mieux qu'Ivo aurait pu illustrer un chef-d'œuvre cosmétique ? En effet, c'est en 2017 au zoo de Berlin que Didier Guillon, Artiste et Président du Groupe et de la Fondation Valmont, est tombé sous le charme du célèbre Ivo. Inspiré par la parenté lointaine et la larme que sa fille a vue dans les yeux du primate, le gorille est devenu sa nouvelle source de créativité artistique. Si le style change, la promesse et les bienfaits restent identiques. L'Elixir des Glaciers est le témoignage de la magie qui se produit lorsque la science s'allie à la nature, ce soin associe la technologie de pointe aux meilleurs ingrédients cultivés et récoltés dans les Alpes suisses. Il agit pendant la nuit pour un réveil digne d'une princesse. La magie s'opère notamment grâce à l'eau des glaciers, riche en minéraux, qui se mêle aux qualités bénéfiques de la rosa moschata, de l'argousier et de l'échinacée. Un soin de peau prodigieux, une œuvre à part.

TRIBUTE TO MINIMALISM

– Gorilla Limited Edition by Didier Guillon is a touching tribute to Ivo, the beloved symbolic gorilla of the Valmont Foundation as well as to minimalist art. Maison Valmont presents its L'Elixir des Glaciers face cream in a magnificent golden box highlighted by the silhouette of the strong and protective animal. Embodying the brand's specificities, who better than Ivo could have illustrated a cosmetic masterpiece ? In fact, it was in 2017 at the Berlin Zoo that Didier Guillon, Artist and President of the Group and of the Valmont Foundation, fell under the spell of the famous Ivo. Inspired by distant kinship and the tear her daughter saw in the primate's eyes, the gorilla became his new source of artistic creativity. If the style changes, the promise and the benefits remain the same. Elixir des Glaciers is a testament to the magic that occurs when science combines with nature, this treatment combines cutting-edge technology with the best ingredients grown and harvested in the Swiss Alps. It acts during the night for an awakening worthy of a princess. The magic happens in particular thanks to the water from the glaciers, rich in minerals, which mingles with the beneficial qualities of rosa moschata, sea buckthorn and echinacea. A prodigious skin care, a work apart.

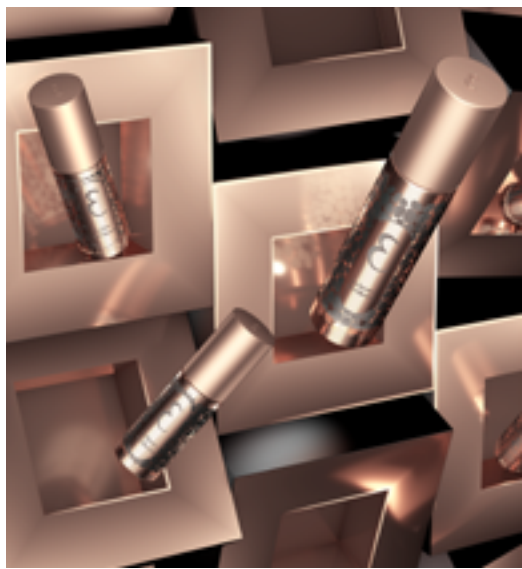
Innovation Suprême

ADAPTING a daily skincare routine that respects the skin's circadian rhythms could seem complex. However, there is only one step in letting yourself be accompanied and adopting the right rituals which combine efficiency and individualized care.

The epitome of happiness ? You're not far away, it's called Quintessence des Glaciers. Valmont brings together for the first time in a sober and black box all the facets and benefits associated with its prodigious Elixir des Glaciers. The brand brings together its most powerful natural ingredients and presents them in an exceptionally pure and concentrated form.

This scientific feat gives birth to a trio of skincare products that sublimate the skin: La Sève des Glaciers (illuminating day complex to fight against dehydration, wrinkles and exposure to light), La Source des Glaciers (radiance resurfacing lotion ideal for cell renewal) and Glacier Nectar (Night repair complex).

Intended for erudite connoisseurs, this box set - in a limited edition of 500 copies, all numbered and signed by the founders of Valmont - is composed for an intensive four-week treatment.



La Quintessence des Glaciers
Soin d'exception jour/nuit. 3500 euros.
Disponible uniquement sur rendez-vous
à la Maison Valmont.
www.lamaisonvalmont.com



KENZO s'engage

*Construire
un monde plus beau*

IL Y A TRENTE ANNÉES, NAISSAIT le mythique parfum KENZO HOMME. Son flacon bambou et son jus boisé marine sont une véritable ode à la naturalité. Trente ans plus tard, la Maison revisite son premier opus. On y retrouve tout le savoir-faire KENZO : une senteur puissante et réconfortante qui mêle baies roses, calypsonne, vétiver, bois de figuier et bois de santal.

Une invitation au voyage *par-delà les océans*

La nouvelle campagne KENZO met en scène un homme face à la promesse de la nature à la fois simple, majestueuse, optimiste et authentique.

Pour incarner l'image de KENZO HOMME, la Maison a choisi un homme engagé. Designer de l'écologie et éducateur, Orin Hardy est le fondateur de Bamboo U. Au travers de cette initiative, l'entrepreneur s'est donné pour mission de réunir et de former une nouvelle génération de designers, d'architectes et d'ingénieurs autour d'un matériau aussi flexible que durable : le bambou. Un engagement sincère qui a immédiatement séduit la MAISON KENZO. Loin de se contenter de l'image, KENZO a choisi de se placer aux côtés de l'entrepreneur en créant une bourse afin de permettre à dix étudiants de suivre l'enseignement d'Orin Hardy au sein du Bamboo U project.

Les adeptes de la mythique fragrance KENZO retrouveront la senteur signature de la Maison dans un flacon revisité. Le bambou est toujours à l'honneur, aussi résistant que flexible il est le symbole de la force tranquille de la nature. Un flacon épuré renferme désormais le précieux jus : il contient 10 % de verre recyclé, tandis que le poids a été revu à la baisse. Résultat : un contenant qui renferme davantage de parfum. Pour le plus grand plaisir des passionnés.

KENZO HOMME Eau de Toilette Intense, disponible en 40, 60 et 110 ml.

Kenzo is committed to Building a more beautiful world

Thirty years ago, the legendary KENZO HOMME fragrance was born. With its bamboo bottle, the juice is a real ode to naturalness with its woody marine fragrance. Thirty years later, the Maison is revisiting its first opus. It contains all the KENZO know-how : a powerful and comforting scent that blends pink berries, calypsonne, vetiver, fig wood and sandalwood.

An invitation to travel *across the oceans*

The new KENZO campaign features a man facing the promise of nature that is at once simple, majestic, optimistic and authentic.

To embody the image of KENZO HOMME, the Maison has chosen a committed man. Ecology designer and educator, Orin Hardy is the founder of Bamboo U. Through this initiative, the entrepreneur's mission is to bring together and train a new generation of designers, architects and engineers around a material as flexible as it is sustainable : bamboo.

A sincere commitment that immediately won over the KENZO MAISON. Far from being satisfied with the image, KENZO has chosen to stand alongside the entrepreneur by creating a scholarship to allow ten students to follow the teaching of Orin Hardy within the Bamboo U project.

The fans of the legendary KENZO fragrance will find the house's signature scent in a revisited bottle. Bamboo is always in the spotlight : as resistant as it is flexible, it is the symbol of the quiet strength of nature. A sleek bottle now contains the precious juice : it contains 10% recycled glass, while the weight has been reduced. The result is a container that contains more fragrance. To the delight of enthusiasts.

kenzoparfums.com



RETOUR SUR LES PLUS BELLES CRÉATIONS CLARINS
A LOOK BACK AT THE MOST BEAUTIFUL CLARINS CREATIONS

HAPPY CLARINS !

Il y a trente ans, la Maison Clarins lançait sa toute première gamme Make-up. En trois décennies, le maquillage Clarins s'est imposé dans la trousse de toilette des femmes du monde entier. Le secret de la marque : des créations innovantes, qui, au-delà de l'apparence prennent durablement soin de la peau.

Tout commence en 1991, sur une idée originale de Jacques Courtin-Clarins qui crée la surprise avec le lancement du premier Complexe qui protège la peau des méfaits de la pollution extérieure et intérieure. Toutes les gammes make-up de Clarins seront par la suite conçues avec ces deux mêmes impératifs : maquiller tout en prenant soin de la peau des femmes.

30 ANNÉES DE PRODUITS CULTES

Pour chaque nouvelle création, les Laboratoires Clarins imaginent des formules uniques, enrichies en extraits de plantes savamment sélectionnées pour leur efficacité. En 2006 naît la mythique Base Comblante Lisse Minute qui lisse les traits et estompe les imperfections. Trois années plus tard, c'est l'Embellisseur Lèvres qui fait son apparition. Un produit qui allie beauté et confort grâce aux propriétés hydratantes du beurre de karité. La Maison Clarins s'est ensuite distinguée en 2015, en lançant la toute première Huile Confort Lèvres. Une véritable prouesse formulatoire avec une texture à la fois riche, légère et non collante. Toujours à la recherche d'innovation, la Maison a surpris le marché en 2020 en lançant Milky Boost, le tout premier lait non pas démaquillant, mais maquillant et enrichi au lait de pêche.

UN ENGAGEMENT RÉAFFIRMÉ

Depuis ses débuts, la Maison Clarins utilise les bienfaits des plantes et des végétaux pour concevoir ses produits. Au fil des années, le groupe a intensifié ses engagements en faveur de l'environnement : compensation carbone, valorisation des déchets et soutien aux filières du commerce équitable. Et sur ses étiquettes, Clarins s'affiche sans fard : les pourcentages de formules de soins et d'ingrédients d'origine naturelle sont désormais indiqués pour chaque nouveau lancement.

Thirty years ago, Clarins launched its very first Make-up range. In three decades, Clarins make-up has established itself in women's toiletry bag around the world. The secret of the brand : innovative creations, which, beyond appearance, take lasting care of skin.

It all began in 1991, based on an original idea by Jacques Courtin-Clarins, which surprised with the launch of the first Complexe which protects the skin from the harmful effects of external and internal pollution.

All Clarins make-up ranges will subsequently be designed with the same two requirements : make-up while taking care of women's skin.

30 YEARS OF CULT PRODUCTS

For each new creation, Clarins Laboratories imagine unique formulas enriched with plant extracts carefully selected for their effectiveness. In 2006, the legendary Smooth Minute Filler Base was born, which smoothes features and blurs imperfections. Three years later, it's the lip beautifier that makes its appearance.

A product that combines beauty and comfort thanks to the moisturizing properties of shea butter. The Clarins House then distinguished itself in 2015, launching the very first Lip Comfort Oil. A real formulation feat with a texture that is both rich, light and non-sticky. Always on the lookout for innovation, the house surprised the market in 2020 by launching Milky Boost, the very first milk not to cleanse, but to make up and enriched with peach milk.

A REAFFIRMED COMMITMENT

Since its beginnings, the Clarins House has used the benefits of plants to design its products. Over the years, the group has stepped up its commitments to the environment : carbon offsetting, waste recovery and support for fair trade.

And on its labels, Clarins is displayed unvarnished : the percentages of skincare formula and ingredients of natural origin are now indicated for each new launch.



clarins.fr

CLARINS

L'HIVER PAR CHARLOTTE TILBURY

MAKE-UP PRÉCISION



L'histoire de Charlotte Tilbury est celle d'une femme exceptionnelle qui, en quelques années, est passée de l'arrière au devant de la scène.

L'anglaise débute sa carrière comme maquilleuse. Talentueuse et férue d'innovations, elle se fait très vite remarquée et devient la maquilleuse des stars. Dans le monde de la télévision, du cinéma, toutes les plus grandes stars se l'arrachent. Impossible de satisfaire toutes les demandes. La Make-Up Artist décide alors de lancer ses propres créations, afin de pouvoir s'occuper de tous ses fans, directement chez eux !

PROFESSIONNELLE ET ULTRA-TECHNIQUE

Appliquée, Charlotte Tilbury ne laisse rien au hasard. Chaque teinte, chaque soin qui porte son nom, a été pensé avec la plus grande attention. Professionnelle, chaque palette s'accompagne sur son site d'une vidéo tuto qui présente les meilleures façons de mixer les teintes. Pour cet hiver, la collection se fait hollywoodienne, à l'instar du somptueux calendrier de l'avent qui allie or et brillant. Les fameuses « Luxury Palette » s'ornent d'étoiles sur fond de nacre et se déclinent en version « cosmic » et « celestial ». Autre innovation maison le « limitless lucky lips », un rouge à lèvres léger au fini ultra-mate. La promesse : une tenue de 16 heures, sans retouches !

ICONIQUE AMBASSADRICE

Et comme la créatrice ne laisse rien au hasard, elle a choisi pour ambassadrice Phoebe Dynevor, plus connue sous le nom de Daphné dans la série Netflix Bridgerton. Espiègle ingénue dans la série, elle est, dans la vie, puissante et séduisante. Un double jeu qui incarne à merveille l'esprit des créations Charlotte Tilbury.



The story of Charlotte Tilbury is that of an exceptional woman who, in a few years, rose from the back to center stage.

The English woman began her career as a makeup artist. Talented and keen on innovation, she quickly became noticed and became the makeup artist to the stars. In the world of television, cinema, all the biggest stars are snapping her up. Unable to satisfy all requests. The Make Up Artist then decides to launch her own creations, so that she can take care of all her fans, from home !

PROFESSIONAL AND ULTRA-TECHNICAL

The applied Charlotte Tilbury leaves nothing to chance. Each shade, each treatment that has her name, has been thought out with the greatest attention. Professional, each palette is accompanied on its site by a tutorial video that presents the best ways to mix colors. For this winter, the collection is Hollywood-style, like the sumptuous advent calendar that combines gold and shine. The famous "Luxury Palettes" are adorned with stars on a mother-of-pearl background and are available in "cosmic" and "celestial" versions. Another house innovation is "limitless lucky lips", a light lipstick with an ultra-matte finish. The promise is a 16-hour wear, no need to do more !

AN ICONIC AMBASSADOR

And since the designer leaves nothing to chance, she chose Phoebe Dynevor, better known as Daphne in the Netflix series Bridgerton, as her ambassador. Mischievous ingenious in the series, she is powerful and attractive in reality. A double game that perfectly embodies the spirit of Charlotte Tilbury creations.

charlottetilbury.com



CHARLOTTE TILBURY



Légendaire Shalimar

Retour sur une success story signée Guerlain

C'est l'une des fragrances signature de la Maison Guerlain. Né en 1925, le parfum Shalimar a traversé les époques, sans jamais perdre de sa superbe.

This is one of the signature fragrances of Maison Guerlain. Born in 1925, Shalimar perfume has gone through the ages, without never losing its luster.



TEMPLE DE L'AMOUR

C'est dans les années 1920 que Jacques Guerlain imagine Shalimar. Il trouve son inspiration dans l'Inde du 17ème siècle, siècle au cours duquel l'empereur mongol Shah Jahan imagine pour la princesse Mumtaz Mahal les somptueux jardins royaux de Shalimar.

En sanskrit, Shalimar signifie « temple de l'amour ». Un amour éternel : à la mort de la princesse, l'inconsolable empereur fit ériger le Taj Mahal, qui deviendra l'une des sept merveilles du monde.

UN PARFUM D'ORIENT

Au-delà de cette histoire, source d'inspiration puissante pour le Parfumeur, il faudra à Jacques Guerlain beaucoup de créativité et d'audace pour imaginer sa nouvelle fragrance. Tout commence par une intuition. Celle de mêler à sa création Vicky quelques gouttes d'éthylvanilline, nouvelle composition que lui présente son chimiste. Finalisée quelques mois plus tard, l'accord sublime le contraste entre une vanille aphrodisiaque, à la fois fraîche et une surdose de bergamote, délicatement poudrée d'iris et d'une sensualité rare transportée par la chaleur des baumes et la gourmandise de la fève tonka. Shalimar est né.

TEMPLE OF LOVE

It was in the 1920s that Jacques Guerlain imagined Shalimar. He found his inspiration in the 17th century India, the century in which Mongolian Emperor Shah Jahan imagined for Princess Mumtaz Mahal the sumptuous royal gardens of Shalimar.

In Sanskrit, Shalimar means "temple of love". Eternal love : When the princess died, the inconsolable emperor erected the Taj Mahal, which has become one of the seven wonders of the world.

AN EASTERN SCENT

Beyond this story, a powerful source of inspiration for the Perfumer, Jacques Guerlain needed a lot of creativity and daring to imagine his new fragrance. It all started with a hunch. That of mixing a few drops of ethyl vanillin with his creation Vicky, a new composition presented to him by his chemist. Finalized a few months later, the accord sublimated the contrast between an aphrodisiac vanilla, both fresh and an overdose of bergamot, delicately powdered with iris and a rare sensuality transported by the heat of the balms and the gluttony of tonka bean. Shalimar was born.



Un hommage à la naturalité

Fidèle à ses convictions, Guerlain n'a de cesse de célébrer la nature et ses bienfaits. C'est la raison pour laquelle la Maison s'engage vers une production responsable. Voici déjà quinze années que le groupe a instauré sa stratégie de développement durable. Shalimar n'échappe pas à la règle. La fragrance a bâti son succès grâce à l'alliance d'ingrédients d'origine naturelle et de matières premières issues de la synthèse. Pour le choix des composants, les parfumeurs plébiscitent en premier lieu le bio, ainsi que l'alcool de blé issu de l'agriculture biologique.

A tribute to naturalness

True to his convictions, Guerlain never ceases to celebrate nature and its benefits. This is the reason why it is committed to responsible production. It has already been fifteen years since the group implemented its sustainable development strategy. Shalimar is no exception to the rule. The fragrance has built its success thanks to the combination of ingredients of natural origin and synthetic raw materials. For the choice of components, perfumers primarily favor organic, while wheat alcohol comes from organic farming.

UN CONTENANT SUR MESURE

Au-delà du jus, le contenant a largement participé au succès planétaire de la fragrance. Dans les années folles, Jacques Guerlain laisse à son neveu Raymond le soin d'imaginer le flacon. A nouveau, c'est en Orient que le verrier trouvera son inspiration. Résultat, un flacon aux inspirations mongoles qui évoque par ses arabesques les vasques des jardins de Shalimar. Autre innovation Maison : la pièce de cristal Baccarat bleu saphir en guise de bouchon.

A TAILORED CONTAINER

Beyond the juice, the container has greatly contributed to the global success of the fragrance. In the Roaring Twenties, Jacques Guerlain left it to his nephew Raymond to imagine the bottle. Once again, it is in the East that the glassmaker found his inspiration. It resulted in a bottle with Mongolian inspirations which evokes by its arabesques the basins from the gardens of Shalimar. Another Maison innovation : the sapphire blue Baccarat crystal piece as a stopper.



Divine ANASTASIA

La mode et les acteurs qui la composent ont leur Papesse à qui on voue depuis des années une adoration et un respect absolu...

Un rôle difficile à conserver tant la convoitise est grande. Mais son style, son audace, son charisme et sa vision très pointue, pourraient presque un jour la hisser au rang d'icône. Rêve ultime réservé aux aficionados de la mode ? Absolument pas ! elle pourrait prétendre au titre, à cela près qu'elle n'exerce pas dans la mode, mais la beauté. Anastasia Soare, Fondatrice de la marque Anastasia BEVERLY HILLS, est un exemple remarquable d'une success story réussie.

“La beauté est une question de proportions, pas de perfection...” un claim qui en dit long ! En effet, n'est pas femme au regard profond et parfaitement aligné qui veut. Anastasia s'est lancé le défi de répondre à toutes celles qui manquaient de maîtrise ou de connaissances pour dessiner et illuminer le regard en un clin d'œil. L'histoire commence en 1997, alors qu'elle ouvre son premier salon à Beverly Hills. C'est là que la jeune femme imagine un procédé unique de maquillage établi selon les principes du nombre d'or (et donc de perfection) pour permettre de définir l'équilibre parfait d'un visage en travaillant sur l'unique zone sourcils. Selon elle, le sourcil est la partie la plus importante du visage : il va le construire, le structurer et lui donner un équilibre. Anastasia a ainsi combiné un process selon lesdites Proportions Divines et mis au point une méthode brevetée qu'elle a appelée «Golden Ratio Eyebrow Shaping *», ainsi que celle du «Golden Proportions method*» (en instance de brevet) lui permettant de souligner et de sublimer les caractéristiques faciales uniques de chaque visage. Une évidence pour cette passionnée d'Art qui a su apprivoiser à merveille l'un des piliers intemporels de l'esthétique : les proportions !

PASSION, GLOIRE ET BEAUTÉ

Ce concept révolutionnaire a rapidement suscité un vif intérêt. De la gamme phare dédiée aux sourcils, en passant par la ligne culte «Contour», au lancement de la collection couleur, Anastasia Beverly Hills crée des produits cosmétiques de luxe à l'attention de consommatrices passionnées. Elle incarne le rêve américain ! En effet, roumaine d'origine, elle quitte tout pour s'installer sur la Côte Ouest des Etats-Unis. Elle est la première à introduire l'art du sourcil parfait dans le paysage de cette industrie sélecte. Brow Wiz® est LE produit à sourcils qui se vend le plus aux Etats-Unis... (un toutes les 9 secondes !) Aujourd'hui, elle est devenue une femme d'affaires respectée dont le succès n'a de cesse de donner l'exemple à la jeune génération. Elle travaille d'ailleurs désormais avec sa fille Claudia, connue sur les réseaux sociaux sous le pseudonyme de Norvina. Elle est en charge du développement produit, en passant par la direction artistique, aux stratégies marketing de la ligne de cosmétiques de luxe de la marque. La relève est assurée !

Fashion and the people working for this industry have their High Priestess to whom we have devoted adoration and absolute respect for years...

A role difficult to keep as the greed is great. But her style, her daring, her charisma and her very sharp vision could almost one day raise her to the rank of icon. Ultimate dream reserved for fashion aficionados ? Absolutely not ! she could claim the title, except that she is not in fashion, but in beauty. Anastasia Soare. Founder of the Anastasia BEVERLY HILLS brand, is a remarkable example of an incredible success story.

“Beauty is a question of proportions, not of perfection...” A claim that says a lot about her ! Indeed, not any woman can have a deep and perfect vision. Anastasia challenged herself to answer all those who lacked mastery or knowledge to draw and illuminate the eyes instantly. The story began in 1997, when she opened her first salon in Beverly Hills. This is where the young woman imagined a unique makeup process established according to the principles of the golden ratio (and therefore perfection) to help define the perfect balance of a face by working on the single eyebrow area.

According to her, the eyebrow is the most important part of the face : it will build it, structure it and give it balance. Anastasia thus combined a process according to the so-called Divine Proportions and developed a patented method that she called »Golden Ratio Eyebrow Shaping *«, as well as that of the »Golden Proportions method *« (patent pending) allowing her to highlight and sublimate the unique facial features of each face. This is obvious for this Art lover who has mastered wonderfully one of the timeless pillars of aesthetics : proportions !

PASSION, GLORY AND BEAUTY

This revolutionary concept quickly aroused great interest. From the flagship line dedicated to eyebrows, through the cult »Contour« line, to the launch of the color collection, Anastasia Beverly Hills creates luxury cosmetic products for passionate consumers. She embodies the American dream ! Indeed, Romanian by origin, she left everything to settle on the west coast of the United States. She is the first to introduce the art of the perfect eyebrow in this select industry.

Brow Wiz® is THE best-selling eyebrow product in the United States ... (one every 9 seconds!) Today, she has become a respected businesswoman whose success is an example for the younger generation. She is now working with her daughter Claudia, known on social media as Norvina. She is in charge of product development, including artistic direction, and marketing strategies for the brand's luxury cosmetics line. The next generation is ready !



anastasiabeverlyhills.com

Et retrouvez Anastasia Soare et sa fille Norvina sur le compte Instagram @anastasiabeverlyhills



Qui sera la plus belle?

Classique, intemporelle, créative, voici une sélection de coordonnés makeup pour illuminer son visage et rester la plus belle jusqu'au bout de la nuit.

Who will be the most beautiful?

Classic, timeless, creative, here is a selection of makeup matches to illuminate your face and stay the most beautiful until the end of the night.

Collection «The Atelier of Dreams», 5 Couleurs Couture, teinte 469 Atelier Doré, 739 House of Dreams, 65 euros l'unité / Diorific, teinte 077 Midnight Corolle, 46 euros / Rose, teinte 601 Hologlam, 51 euros / Diorific Vernis Top Coat, teinte 001 Bouton d'Or, 28,50 euros, **Dior**, www.dior.com // **Collection «Gold Wish»,** Météorites, teinte Gold Pearls, 57 euros / Rouge G, Edition Prestige Gold Bee Sequins, 250 euros / Mad Eyes Contrast Shadow Duo, teinte Deep Plum/Shiny Gold, 35 euros / Terracotta, teinte 03 Gold Bronze, 51 euros, **Guerlain**, www.guerlain.com // **Collection «N°5 – 100 ans de Célébrité»,** Les 4 Ombres – Création Exclusive, teinte Holiday N°5, 57 euros / Ombre Première Laque Glitter, teinte 27 Or Ambré, 32 euros / Fluide Enlumineur, teinte Or Ivoire, 44 euros / Rouge Allure N°5, teinte 157 Légendaire, 41 euros / Le Vernis, teinte Rouge Intemporel, 27 euros, **Chanel**, www.chanel.com // **Planet Fanatic Palette**, 46 euros / Baume Perfecteur Fond de Teint Good Apple, 38 euros / Fard à Paupières Dazzle Stick, teinte Force Field, Lightning Strike, Thundercloud, 23 euros l'unité / Rouge à lèvres nourrissant Epic Kiss, teinte Lolita, Roler Breaker, 23 euros l'unité, **KVD Beauty**, disponible chez Sephora & sur Sephora.fr // **Palette d'Highlighters Diamond Bomb** Triple Drip, 39,90 euros / Coffret Bell Box, comprenant un Liner Flyliner et un mini Mascara Full Frontal, 20 euros / Coffret Duo Resting Peach Face, comprenant 1 Blush en Crème Freestyle Cheeks Out en teinte Peach Face et 1 Brillant en crème Gloss Bomb Cream Color Drip en teinte Peach Pout, 25 euros / Méga Palette de Fards à Paupières Bomb Posse, 46 euros, **Fenty Beauty**, disponible chez Sephora & sur Sephora.fr

Collection «Noël», Prisme Libre Highlighter, teinte N°10 Organza Or – Édition limitée, 46 euros / Prisme Libre, teinte N°11 Sparkling Lilac – Édition limitée, 51,50 euros / Le 9 de Givenchy N°9.07 – Édition limitée, 64 euros / Le Rouge Deep Velvet, teinte N°37 Rouge Grainé – Édition limitée, 36 euros, **Givenchy**, www.givenchybeauty.com // **Glimmering Star Highlighter**, teinte Glimmering Gold, 53,50 euros / L'Absolu Rouge Drama Ink, teinte 288 French Opera, 35 euros / Glimmering Palette d'Ombres à Paupières, 65 euros / Mascara Hypnôse l'Absolu de Noir, 31 euros, **Lancôme**, www.lancome.fr // **Poudre perfectrice Go-Clutch** avec rouge à lèvres MiniRosso inclus, 200 euros / Rouge à Lèvres Rosso Valentino, teinte 22R, 49 euros / Ombre à paupières Dreamdust Eye Glitter, teinte Silver Spark 01, 32 euros / Magnificent Mascara, 42 euros / Color-Flip Palette, 89 euros / Dreamdust Lip&Cheek Loose Glitter, 32 euros, **Valentino Beauty**, en exclusivité aux Galeries Lafayette Paris Haussmann, sur galerieslafayette.com et valentino-beauty.fr // **Coffret Christmas in the City**, comprenant 2 palettes pour les yeux, 1 palette pour le teint et 1 mini mascara Better Than Sex, 55 euros / Coffret Killer Liner x Lashes Duo, comprenant 1 Killer Liner full size Black et 1 mini mascara Better Than Sex, 16 euros / Coffret Around the World, comprenant 3 palettes yeux & teint et 1 mini mascara Better Than Sex, 45 euros / Mini mascara Better Than Sex, 14 euros, **Too Faced**, en vente unique chez Sephora et sur www.sephora.fr // **Edition Limitée Noël**, Cushion Encre de Peau, teinte Tri-Gold, 68,50 euros / Palette Couture Colour Clutch, teinte 10 Shade, 85 euros / Rouge Volupté Shine Edition, teinte 76 Red in the Dark, 36 euros / Rouge Pur Couture Satiné, teinte 21 Rouge Paradoxe, 36 euros, **Yves Saint Laurent**, www.yvlbeauty.fr

Le frisson
devient obsession
L'Interdit Eau de Parfum Rouge de Givenchy

ICONIQUE PARFUM DE LA MAISON

Givenchy revient sur le devant de la scène dans une version plus sulfureuse encore. Lorsqu'elle naît en 2018, la fragrance dénote et casse les codes de la parfumerie. Depuis ses débuts, elle n'a cessé de se réinventer, tout en gardant l'essence de sa singularité.

Épices et sensualité

Il a fallu l'alliance de trois parfumeurs pour parvenir à la composition du précieux jus. Un trio de maîtres composé de Dominique Ropion, Anne Flipo et Fanny Bal qui ont uni leurs talents pour imaginer l'Eau de Parfum Rouge. Résultat : un bouquet floral qui se laisse gagner par l'orange acidulée à laquelle vient s'ajouter des notes aphrodisiaques de gingembre. La composition se pare d'une feuille de piment et vient exalter l'accord pour un rendu épicé, sensuel et résolument séducteur. En note de fond, on retrouve des accents fumés et racinaires de vétiver et de patchouli qui se mêlent au bois de santal Nouvelle-Calédonie.

L'Audace de se réinventer

Des ingrédients pointus et savamment sourcés par les équipes de la Maison, dans le cadre de la démarche de responsabilité sociale et environnementale de Givenchy Parfums, baptisée : « L'audace de se réinventer ». Tous les ingrédients qui entrent dans la composition du parfum sont ainsi issus de filières qui s'engagent à minimiser leurs impacts sur l'environnement et à assurer des conditions de travail respectueuses des populations locales.

Élixir incandescent

Pour le flacon, c'est la couleur rouge qui est à l'honneur. Un rouge incandescent, traversé par la lumière. De nombreuses innovations se sont ajoutées à ce nouveau flacon, à l'instar du laquage intérieur carmin, un procédé inédit sur le marché de la parfumerie. Côté permanence, on retrouve le laçage Couture autour du col, scellé par le logo de la Maison, reconnaissable entre tous. Un écrin extrêmement soigné et d'une très grande féminité.

Captivante égérie

Pour incarner ce nouvel élixir, Givenchy Parfums a fait de nouveau appel à son égérie, la sublime actrice Rooney Mara.



givenchybeauty.com

The iconic Maison Givenchy fragrance is back in the limelight in an even more sulphurous version. When it was born in 2018, the fragrance denoted and broke the codes of perfumery. Since its inception, it has never stopped reinventing itself, while retaining the essence of its uniqueness.

Spices and sensuality

It took the alliance of three perfumers to come up with the composition of the precious juice. A trio of masters made up of Dominique Ropion, Anne Flipo and Fanny Bal who combined their talents to imagine the Eau de Parfum Rouge. The result is a floral bouquet that lets itself be won over by the tangy orange to which are added aphrodisiac notes of ginger. The composition is adorned with a chilli leaf and exalts the harmony for a spicy, sensual and resolutely seductive result. In the base note, we find smoky and root accents of vetiver and patchouli that mingle with New Caledonian sandalwood.

The audacity to reinvent itself

Cutting-edge ingredients cleverly sourced by the Maison's teams, as part of Givenchy Parfums' social and environmental responsibility approach, called « The audacity to reinvent oneself ». All the ingredients that go into the composition of the perfume thus come from sectors that are committed to minimizing their impact on the environment and ensuring working conditions that respect local populations.

Glowing Elixir

For the bottle, red is in the spotlight. An incandescent red, crossed by the light. Many innovations have been added to this new bottle, such as the carmine interior lacquering, a unique process to the perfume market.

On the permanent side, we find the Couture lacing around the collar, sealed by the Maison's logo, recognizable among all. An extremely neat and very feminine setting.

Captivating muse

To embody this new elixir, Givenchy Parfums once again called on its muse, the sublime actress Rooney Mara..



GIVENCHY

L'Art et La Matière

Parfumerie d'art par Guerlain



EST EN 2005 QUE LA MAISON

Guerlain imagine sa collection de parfums exclusifs, baptisée L'Art & La Matière. Véritable laboratoire de senteurs, la collection s'est enrichie au fil des ans. Elle est aujourd'hui une célébration ardente de la parfumerie d'Art et mêle sillages iconiques, parfums fétiches et nouvelles créations.

Iconiques sillages

Dans la collection L'Art & La Matière, ils sont au nombre de onze.

Onze créations qui, aux quatre coins du monde, attestent du savoir-faire unique de la Maison Guerlain. Pour chaque composition, le parfumeur exprime sa vision autour d'un ingrédient noble choisi pour ses qualités exceptionnelles. Les onze sillages s'articulent autour des fleurs (Rose Barbare, Joyeuse Tubéreuse, Cruel Gardénia, Embruns d'Ylang), les fraîcheurs vibrantes (Néroli Outrenoir), les bois puissants (Bois d'Arménie, Iris Torréfié) et les orientaux enivrants (Cuir Béluga, Angélique Noire, Spiritueuse Double Vanille, Tonka Impériale). Un patrimoine olfactif vivant qui n'a de cesse de s'enrichir. Aux onze sillages iconiques qui composent la collection s'ajoutent quatre parfums fétiches de la Maison rebaptisés Frenchy Lavandes, Herbes Troublantes, Œillet Pourpre et Épices Volées.

Pièces uniques et durables

Toute la collection L'Art et La Matière a une vocation d'éternité. Pour marquer l'individualité de chaque jus, un service personnalisation est proposé : la plaque au sommet du flacon ainsi que la pampille de serrage sont personnalisables. Il est également possible de choisir la couleur du cordon et de faire graver le flacon. Les flacons sont réutilisables à l'infini au sein des boutiques Guerlain. Chaque passage en boutique est l'occasion d'un nettoyage en profondeur, afin que le client puisse repartir avec un flacon comme neuf.

Rose Chérie et Santal Pao Rosa

Deux nouvelles compositions viennent s'ajouter à la collection des fleurs et des bois puissants. Si Rose Chérie était une chanson, ce serait « la vie en rose » d'Édith Piaf, indique la parfumeuse de la Maison, Delphine Jelk. En son cœur, une fleur pastel, figure de la tendresse, du romantisme et de la féminité, rehaussée par des notes d'amandes et de violettes. Santal Pao Rosa dévoile une composition où la force du bois s'enveloppe de tendres pétales de rose. L'essence du santal mise en flacon jusqu'à la surdose. Une senteur déroutante, inoubliable et inégalable, signée Guerlain.

It was in 2005 that Maison Guerlain imagined its collection of exclusive perfumes, called L'Art & La Matière. A true laboratory of scents, the collection has grown over the years. Today, it is an ardent celebration of Art perfumery which mixes iconic scents, fetish fragrances and new creations.

Iconic fragrances

In the L'Art & La Matière collection, they are eleven. Eleven creations which, all over the world, prove the unique know-how of the Maison Guerlain. For each composition, the perfumer expresses his vision around a noble ingredient chosen for its exceptional qualities. The eleven fragrances are created with flowers (barbarian rose, joyful tuberose, cruel gardenia, Ylang spray), vibrant freshness (Néroli outrenoir), powerful woods (Armenian wood, roasted iris) and intoxicating Orientals (beluga leather, black angelica, double vanilla spirit, imperial tonka). A living olfactory heritage that is constantly enriched. In addition to the eleven iconic scents that make up the collection, four of the house's signature scents are renamed Frenchy Lavandes, Herbes Troublantes, Œillet Pourpre and Epices Volées.

Unique and durable pieces

The entire L'Art et La Matière collection has a vocation for eternity. To show the uniqueness of each juice, a personalization service is offered : the plate at the top of the bottle as well as the tightening tassel can be personalized. It is also possible to choose the color of the cord and have the bottle engraved. The bottles are infinitely reusable in Guerlain stores. Each visit to the store is an opportunity for a thorough cleaning, so that the customer can leave with a like new bottle.

Rose Chérie and Sandalwood Pao Rosa

Two new compositions are added to the collection of flowers and powerful woods. If Rose Chérie was a song, it would be, » la vie en rose« by Edith Piaf, says the perfumer of the house, Delphine Jelk. At its heart, a pastel flower, a emblem of tenderness, romanticism and femininity, enhanced by notes of almonds and violets. Santal Pao Rosa unveils a composition in which the strength of wood is enveloped in tender rose petals. Sandalwood essence bottled until overdose. A confusing, unforgettable and incomparable fragrance, signed Guerlain.



QUI COMME Emily...

*La Maison Lancôme signe
une collaboration avec la
comédienne emblématique
de la série Emily in Paris,
pour le bonheur de toutes !*

A l'occasion de la sortie de la saison 2, la marque de cosmétiques a souhaité faire un cadeau aux jeunes femmes qui rêvent d'aventures romanesques telles que les vit le personnage Emily Cooper, une jeune et belle Américaine fraîchement débarquée dans la ville lumière. Un conte de fée moderne où Paris, ses rues atypiques, ses jolies places, ses bistrots et galeries d'art sont au centre de toute l'histoire. Une série emplie de clichés, mais ça fait tellement du bien !

D'ailleurs, si vous êtes passé à côté de ce phénomène, empresses-vous de vous lover dans votre fauteuil préféré et faites défiler la saison 1 d'un trait et appréciez. Un soupçon de fleurs bleues ? c'est justement ça qu'on aime ! Et ce n'est pas terminé car on compte bien le crier encore plus fort avec la pépite que nous a concoctée Lancôme. En effet, en choisissant la ravissante Lily Collins comme ambassadrice Lancôme, les fans vont désormais pouvoir apprécier les conseils beauté de leur idole. Un rêve devenu réalité avec la création d'une collection beauté inspirée de la personnalité intrépide et affirmée d'Emily.

Avec un certain goût du détail, Lancôme y a glissé subtilement des petits clins d'œil de la série : les couleurs fétiches d'Emily, l'accessoire de sac en forme de cœur auquel est attaché un 'charm' Tour Eiffel. Composée de produits de maquillage, de soin et de parfum, la ligne en édition limitée Lancôme X Emily in Paris offre tout pour arborer un teint frais toute la journée grâce au Serum Advanced Génifique, rehaussé d'un rouge à lèvres audacieux (3 teintes au choix : L'Absolu Rouge Drama Matte Rouge Pigalle n°82 ou Attrape Cœur n°505 ou l'absolu Rouge Cream French Tea n°274) et sublimé par un regard intense dessiné grâce au Mascara « Monsieur Big » et enfin une palette d'ombres à paupières (12 teintes) en forme de cœur so cute. Pour parfaire ce parisian look et semer son sillage dans les rues de la Capitale, l'Eau de Parfum Idôle complète ce fashion style digne de la plus célèbre des instagrammeuses. Pour l'occasion, la marque a en effet designé le flacon de l'emblématique jus, ce qui lui confère un look très parisien.

Un kit parfait pour retracer les aventures d'Emily Cooper et déambuler dans la ville. Une jolie balade d'émotions qui vous guidera – peut-être – par hasard sur l'Amoureux So French, le beau Lucas Bravo !

Collection LANCÔME X EMILY IN PARIS.
En édition très limitée. MAXI PALETTE : 53 €.
ATTRAPE CŒUR 505 : 36 €. ABSOLU ROUGE MATTE 82 : 36 €.
ABSOLU ROUGE CREAM 274 : 36 €. MONSIEUR BIG MASCARA : 27€.
ADVANCED GÉNIFIQUE 50ML : 104,50 €. IDÔLE EDP 50ML : 81,50€.
En exclusivité sur [sephora.fr](https://www.sephora.fr) et [lancome.fr](https://www.lancome.fr).



*Maison Lancôme signs
a collaboration with
the iconic actress from
the series Emily in Paris,
for the happiness of all !*

On the occasion of the release of season 2, the cosmetics brand wanted to give a present to young women who dream of romantic adventures as seen by the character Emily Cooper, a young and beautiful American newly arrived in the city of light. A modern fairy tale where Paris, its atypical streets, its pretty squares, its bistros and art galleries are at the center of all the story. A series full of clichés, but it feels so good !!!

Besides, if you missed this phenomenon, hurry to sit in your favorite armchair and binge watch Season 1 and enjoy. A hint of romanticism ? That's exactly what we like ! And it is not over yet because we intend to shout it even louder with the treasure that Lancôme has created for us. Indeed, by choosing the lovely Lily Collins as Lancôme ambassador, fans will now be able to appreciate the beauty advice of their idol. A dream come true with the creation of a beauty collection inspired by the fearless and assertive personality of Emily.

With a certain eye for detail, Lancôme has subtly slipped in little nods from the series : Emily's favorite colors, the heart-shaped bag accessory to which an Eiffel Tower »charm« is attached. Composed of make-up, skincare and perfume products, the Lancôme X Emily in Paris limited edition line offers everything to have a fresh complexion all day long thanks to the Advanced Génifique Serum, enhanced with a bold lipstick (3 possible shades : L'Absolu Rouge Drama Matte Rouge Pigalle n° 82 or Attrape Cœur n° 505 or Absolu Rouge Cream French Tea n° 274) and sublimated by intense eyes shaped thanks to the Mascara »Monsieur Big« and finally a palette of cute heart shaped eye shadows (12 shades).

To complete this Parisian look and sow its wake in the streets of the Capital, Eau de Parfum Idôle completes this fashionstyle worthy of the most famous of instagramers. For the occasion, the brand has in fact designed the bottle of the iconic juice, which gives it a very Parisian look.

A perfect kit to tell the adventures of Emily Cooper and hang around the city. An awesome emotional ride that will guide you - perhaps - by chance on the So French Lover, the handsome Lucas Bravo !

[lancome.fr](https://www.lancome.fr)



ICONIQUE Goutal

40 années d'émotions parfumées

La Maison parisienne fête cette année son quarantième anniversaire. 40 années de créations rares, iconiques et jamais égalées à l'instar de l'Eau d'Hadrien ou encore de Petite Chérie. Après Annick, c'est sa fille Camille qui est aujourd'hui à la tête de la Maison. Elle cultive chaque jour la signature Goutal : des senteurs résolument libres qui puisent leur inspiration dans la nature.

The Parisian Maison is celebrating its fortieth anniversary. 40 years of rare, iconic and never equaled creations like l'Eau d'Hadrien or Petite Chérie. After Annick, it is her daughter Camille who is now at the head of the Maison. Every day she celebrates the Goutal signature : resolutely free scents drawing their inspiration from nature.

Pour célébrer 40 années de senteurs Goutal revisite ses classiques. L'émblématique « Boule Papillon » revient en édition limitée, tandis que la Maison signe une collaboration aussi somptueuse que gourmande.

Pianiste, mannequin, antiquaire, lorsqu'elle fait ses débuts dans la haute parfumerie en 1981, Annick Goutal n'a que 30 ans, mais elle a déjà eu plusieurs vies. Si elle se découvre parfumeuse, pas question de s'improviser dans un univers si peu connu. Direction Grasse, où elle se forme aux compositions parfumées. Son premier succès est à ce jour encore inégalé. Il s'intitule sobrement Eau d'Hadrien. Il sort en 1981 avec pour particularité de s'adresser autant aux hommes qu'aux femmes.

To celebrate 40 years of scents, Goutal is revisiting its classics. The iconic "butterfly ball" is back in a limited edition, while the house signs a collaboration that is as sumptuous as it is sweet.

Pianist, model, antique dealer, when she began in fine perfumery in 1981, Annick Goutal was only 30 years old, but she had already had several lives. If she discovered herself as a perfumer, there was no question of improvising in a so little-known world. She went to Grasse, where she was trained in perfumed compositions. Her first success is still unmatched until now. It was simply called l'Eau d'Hadrien. It was released in 1981 with the particularity of being for both men and women.



Célébrer le chef-d'œuvre d'une vie

L'emblème de la Maison : le flacon, identifiable à son plissé couture. Au fil des années, il a été modernisé, sans jamais perdre de sa singularité. Pour l'anniversaire de la Maison Goutal, l'objet revient dans sa version originale en édition limitée. Il se drapait d'un nœud de velours et d'un médaillon qui porte le nom du parfum qu'il renferme. Et comme il n'existe pas d'anniversaire sans gâteau, la Maison Goutal s'est placée aux côtés du légendaire salon de thé parisien Angelina. Le gâteau reprend la forme de la boule papillon et laisse exploser en son cœur une composition gourmande de rose, poire, vanille et amande, en hommage à la fragrance Petite Chérie.

Celebrate the masterpiece of a lifetime

The emblem of the house is the bottle, you immediately identify it by its pleated shape. Over the years, it has been modernized, without ever losing its uniqueness. For Maison Goutal's anniversary, the item is back in its original limited edition version. It has a velvet ribbon and a medallion with the name of the perfume on it. And since there is no birthday without a cake, Maison Goutal has collaborated with the legendary Parisian tearoom named Angelina. The cake takes the shape of the butterfly ball with the gourmet composition of rose, pear, vanilla and almond, in homage to the Petite Chérie fragrance.



goutalparis.com

UNE ODE À LA LIBERTÉ

De sa faiblesse, Annick Goutal a fait un atout. « Si je n'ai pas commencé comme les autres dans la parfumerie classique, j'ai l'immense privilège d'être libre », assurait-elle au lancement de sa Maison. Ses créations s'inspirent de son enfance et de son vécu.

Petite, elle s'emploie à aider son père dans la confiserie familiale et imagine des vitrines, comme des scènes de théâtre, où se mêlent couleurs et saveurs. Sa passion : enrubanner les ballottes de chocolat. C'est sans doute de cette expérience que naît l'idée de créer des flacons en forme de «boule papillon».

AN ODE TO FREEDOM

From her weakness, Annick Goutal has made an asset. «If unfortunately I did not start like the others in classic perfumery, I have the immense privilege of being free», she assured at the launch of her Maison. Her creations are inspired by her childhood and her life. As a child, she worked to help her father with the family candy store and imagined windows, like theater stages, where colors and flavors were mixed. Her passion was to wrap chocolate boxes. It is undoubtedly from this experience that the idea of creating bottles in the shape of a »butterfly ball« arose.



Soupirer

...le chaud et faire palpiter cœurs et narines, grains et gousses tiennent ici un rôle au tout premier plan ! Lorsque la parfumerie joue avec les épices, que ce soient les notes **taquines de poivre** aux multiples facettes ou les accords fascinants d'un **caviar de vanille**, elles apportent à tour de rôle à notre sélection de parfums, un côté **suave et sensuel, espiègle et gourmand**, sexy, voire solaire. Juste de quoi sublimer les jours et les nuits d'une saison d'hiver où le froid règne.



- 1. Eau de Parfum Poivre Impérial, à partir de 120 euros les 30 ml, Caron, www.parfumscaron.com.
- 2. Eau de Parfum Cassili, 75 ml, 218 euros, Parfums de Marly, www.parfums-de-marly.com.
- 3. Eau de Parfum I Want Choo, à partir de 24 euros les 10 ml, Jimmy Choo, disponible en exclusivité chez Sephora, sur le site www.sephora.fr et dans les boutiques Jimmy Choo.
- 4. Royal Princess Oud, à partir de 220 euros les 75 ml, Creed, www.creedfragrance.fr.
- 5. Extrait de Cologne Magnolia Folie, à partir de 25,50 euros les 30 ml, Roger&Gallet, fr.roger-gallet.com.
- 6. Vanilla|28, à partir de 68 euros les 50 ml, Kayali, disponible en exclusivité chez Sephora et sur www.sephora.fr.
- 7. Velvet Tonka, 100 ml, 170 euros, BDK Parfums, www.bdkparfums.com.
- 8. Eau de Parfum Alien Goddess, à partir de 74 euros les 30 ml, Mugler, www.mugler.fr.
- 9. Vanilla Planifolia, à partir de 110 euros les 50 ml, Chloé, disponible chez Sephora et sur www.sephora.fr.
- 10. Collection Privée Christian Dior Parfum Vanilla Diorama, à partir de 98 euros les 40 ml, Dior, www.dior.com.
- 11. Poivre Samarcande Collection Hermessence Eau de toilette Vaporisateur 100 ml 165 euros. www.hermes.com

Blowing

...warm and making hearts and nostrils beat, grains and pods play a central role here ! When perfumery plays with spices, whether they are the teasing notes of **multifaceted pepper** or the fascinating accords of **vanilla caviar**, they in turn bring to our selection of fragrances a **suave and sensual, mischievous and greedy, sexy, even solar side**. Just enough to sublimate the days and nights of a cold winter season.



- 1. Eau de Parfum Poire & Santal Blanc, 50 ml, 85 euros, Carlotha Ray, www.carlotharay.com.
- 2. Eau de Parfum Intense Loubiprince, 90 ml, 290 euros, Christian Louboutin, eu.christianlouboutin.com.
- 3. Eau de Parfum Gourmande Fire at Will, 100 ml, 130 euros, Jovoy Paris, www.jovoyparis.com.
- 4. Eau de Parfum Noir Exquis, 100 ml, 145 euros, L'Artisan Parfumeur, www.artisanparfumeur.fr.
- 5. Eau de Parfum Goldea The Roman Night Absolute, à partir de 60 euros les 30 ml, Bvlgari, www.bulgari.com.
- 6. Collection Signature Ambra, 100ml, 139 euros, en 10ml, 16 euros, Le Couvent, disponible chez Marionnaud, Printemps-Haussman, Galeries Lafayette, BHV, Samaritaine et sur www.lecouventparfums.com.
- 7. Goldmund, 100 ml, 79 euros, Huygens, www.huygens.fr.
- 8. Good Girl Superstar, 80 ml, 124 euros, Carolina Herrera, disponible en exclusivité chez Sephora et sur www.sephora.fr.
- 9. Vanille Iconique, 100ml, 82 euros, 30ml, 42 euros, 10ml, 25,50 euros Comptoir Sud Pacifique, www.comptoir-sud-pacifique.com.
- 10. Le Parfum, à partir de 63 euros les 30 ml, Lolita Lempicka, www.lolitalempicka.com.
- 11. Un Bois Vanille, 50 ml, 120 euros, Serge Lutens, www.sergelutens.com

Trésors de la Nature

L'Artisan Parfumeur nous fait voyager depuis bientôt cinq décennies. Avec ses eaux de parfum, la marque nous fait rêver et nous emmène à chaque création vers des destinations fabuleuses.

Tout en respectant l'esprit initié par son fondateur Jean Laporte, le Maître Parfumeur Christophe Raynaud compose et sublime les matières premières autant qu'un joaillier apporte une attention à chaque pierre précieuse qu'il modèle. A sa manière, il s'applique à leur accorder un caractère unique et d'y inscrire sa patte. Il affectionne en particulier les ingrédients qui contribuent à rendre un parfum puissant et mémorable et surtout qui sont synonymes de plaisir. Il hérite les bois qui représentent cette force poétique et qui se retrouvera dans son sillage.

Une liberté de création qui lui permet de se distinguer par une présence rayonnante qui tient autant de l'élégance que de l'audace. Une passion qu'il continue à nous transmettre à travers une collection de parfums imaginée comme une ode aux trésors de la nature. Une ligne de 5 fragrances dont les effluves sont somptueuses et envoûtantes. Ici il dresse le portrait d'une nature onirique et rend hommage à l'opulence et l'exotisme d'une région que Jean Laporte affectionnait particulièrement pour ses paysages, sa nature riche et ses senteurs. Il rapportait de ses voyages, particulièrement du Maroc, des ingrédients natifs et des matières premières d'exception afin d'en faire des créations uniques.

Légendes du Cèdre, Contes du Levant, Bois des Sables, Fables d'Orient et Ode à l'Oudh sont des images olfactives encensées de songes et de fables. Elles célèbrent dans les ors d'un flacon-talisman cette nature à la fois brute et luxuriante propre à la région. Le Parfumeur a ainsi semé dans ces récits des ingrédients tels que la rose turque, le safran, le cèdre et l'encens.

Un voyage en méditerranée certes idéalisé, réinventé et contemporain, mais un véritable clin d'œil au berceau ancestral et mystérieux de la parfumerie.

L'Artisan Parfumeur has made us travel since almost five decades. With its eaux de parfum, the brand makes us dream and takes us to fabulous destinations with each creation.

While respecting the spirit initiated by its founder Jean Laporte, Master Perfumer Christophe Raynaud composes and sublimates raw materials as much as a jeweler pays attention to each precious stone he models. In his own way, he works to give them a unique character and to put his own character. He is particularly fond of the ingredients which contribute to making a powerful and memorable perfume and above all which are synonymous with pleasure. He cherishes the woods which represent this poetic force and which will be found in a wake.

A creative freedom that allows him to stand out with a radiant presence that is as much about elegance as it is daring. A passion that he continues to pass on to us through a collection of perfumes imagined as an ode to the treasures of nature.

A range of 5 fragrances whose scents are sumptuous and bewitching. Here he portrays a dreamlike nature and pays homage to the opulence and exoticism of a region that Jean Laporte particularly loved for its landscapes, its rich nature and its scents.

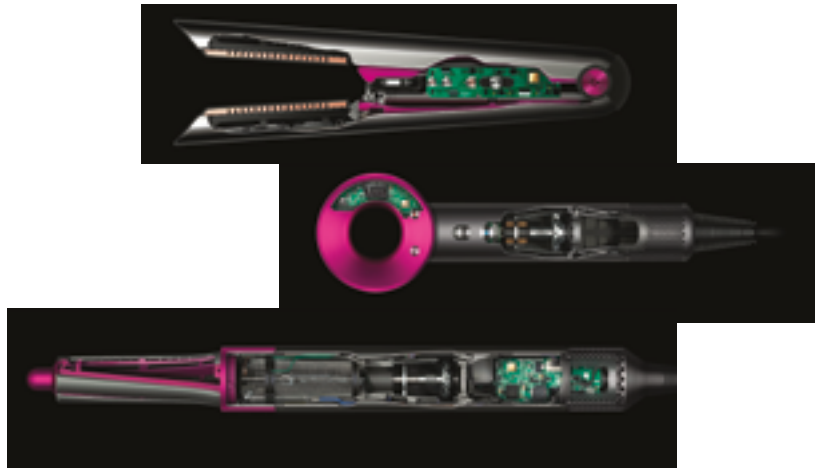
He brought back from his travels, particularly from Morocco, local ingredients and exceptional raw materials in order to make unique creations.

Légendes du cèdre, Contes du Levant, Bois des Sables, Fables d'Orient and Ode à l'Oudh are olfactory images praised by dreams and fables. They celebrate in the gold of a talisman bottle this nature, both raw and luxuriant, specific to the region. The perfumer has thus infused in these stories ingredients such as Turkish rose, saffron, cedar and incense.

A certainly idealized, reinvented and contemporary Mediterranean trip, but a real nod to the ancestral cradle and mystery of perfumery.

Contenance 100ml : 180 euros
Artisanparfumeur.com

Une science capillaire de pointe



Pour les accompagner dans le domptage de leur chevelure et leur apporter davantage de sérénité, Dyson a imaginé 3 nouveaux complices de tous les instants :

Un lisseur doté d'une technologie de plaques en cuivre souples : Le Dyson Corrale™ est le fruit d'une véritable science capillaire. Les ingénieurs Dyson ont expérimenté un outil de précision pour offrir un styling exceptionnel, tout en protégeant les cheveux et en leur offrant un toucher doux et soyeux. Les plaques de cuivre englobent l'ensemble de la mèche en appliquant une chaleur et une tension uniformes sur l'ensemble des mèches de cheveux, les maintenant ainsi bien alignées. Cet accessoire dispose de la technologie du contrôle intelligent de la chaleur. Pas moins de trois réglages de chaleur précis (165°C, 185°C et 210°C) qui permettent à l'utilisateur de moduler la chaleur en fonction de son type de cheveux et du style désiré. Ainsi, ce lisseur améliore les résultats du coiffage, tout en réduisant considérablement les dommages causés par la chaleur sur les cheveux... bref il est quasiment un geste de prévention pour la santé capillaire de la chevelure. Autre avantage et non des moindres, il se recharge complètement en seulement 70 minutes et fournit 30 minutes d'autonomie de coiffage sans fil..

To support them in taming their hair and bring them more serenity, Dyson has imagined 3 new partners at all times : A straightener with flexible copper plate technology : The Dyson Corrale™ is the result of genuine hair science. Dyson engineers experimented with a precision tool to deliver exceptional styling, while protecting hair and giving it a soft, silky touch. The copper plates take the entire lock of hair and spread equal heat and tension by keeping them aligned. This accessory has the intelligent heat control technology. No less than three precise heat settings (165 ° C, 185 ° C and 210 ° C) that allow the user to modulate the heat according to their hair type and desired style. Thus, this straightener improves styling results, while considerably reducing the damage caused by heat to the hair... in short, it is almost a preventive action for the hair health. Another plus, and not the least, it fully recharges in just 70 minutes and provides 30 minutes of cordless styling time.

A toutes celles qui luttent tous les matins contre les cheveux rebelles, les frisottis et cheveux moussueux, le froid et l'humidité de l'hiver confèrent à la routine coiffage du matin un avant-goût de l'enfer !

To all the women who struggle every morning against rebellious, frizzy and unruly hair, the winter cold and humidity give the morning hair-styling routine a vision of hell !



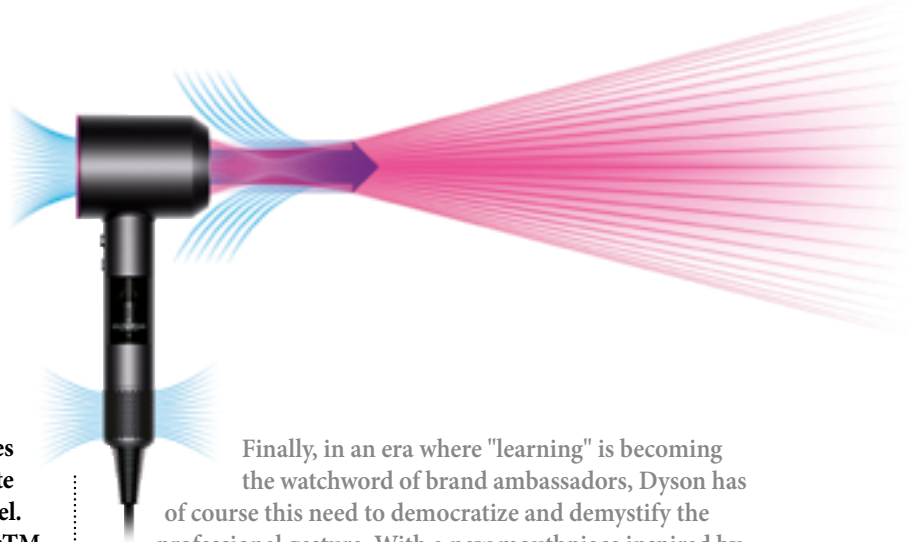
Pour des cheveux séchés et coiffés en même temps, on adopte le Airwrap™. Un outil de styling conçu pour créer des boucles volumineuses, des ondulations naturelles ou un brushing souple et soyeux. Un trois en un pour obtenir le même effet que lorsque l'on sort de chez le coiffeur, la tête toute légère avec un rendu hyper brillant !

For hair that is dried and styled at the same time, we adopt Airwrap™. A styling tool designed to create voluminous curls, natural waves or a silky soft styling. A three-in-one tool to achieve the same effect as when you go to the hairdresser, relaxed with a super shiny result !



Enfin, à l'ère où le « learning » devient le maître-mot des ambassadeurs de marque, Dyson a bien entendu cette nécessité de démocratiser et démystifier le geste professionnel. Avec son nouvel embout, le sèche-cheveux Supersonic™ devient un réel allié à la portée du plus grand nombre.

Cet accessoire haut de gamme vient compléter la collection existante et apporte un contrôle parfait du style pour une maîtrise, sans chaleur extrême. Ce nouvel embout exploite le phénomène aérodynamique appelé l'effet Coanda qui consiste à attirer les mèches de cheveux grâce à un flux d'air propulsé à forte pression sur une surface arrondie. L'embout de finition lisse permet ainsi d'attirer et soulever les cheveux longs vers l'avant tout en cachant les mèches rebelles à travers la longueur de la chevelure. Utilisé après un brushing classique ou un séchage naturel des cheveux, il permet ainsi d'apporter plus de contrôle, de réaligner les brins capillaires et de renforcer la brillance. Pour les débutants, ou ceux en manque de pratique, la marque met à disposition des tutoriels sur la plateforme Youtube pour adopter les bons gestes et usages selon chaque look convoité.



Finally, in an era where "learning" is becoming the watchword of brand ambassadors, Dyson has of course this need to democratize and demystify the professional gesture. With a new mouthpiece inspired by professional techniques, the Supersonic™ hair dryer becomes a real ally within the reach of everyone.

This high-end accessory complements the existing collection and provides perfect style control without extreme heat. This new mouthpiece uses the aerodynamic phenomenon known as the Coanda effect, which consists in attracting locks of hair by a flow of air propelled at high pressure on a rounded surface. The smooth finish mouthpiece helps pull and lift long hair forward while hiding unruly locks in the length of the hair. Used after a classic hair-styling or natural drying, it allows to bring more control, to discipline the hair and to reinforce the shine. For beginners, or those lacking in practice, the brand provides tutorials on the Youtube platform to adopt the right gestures and uses according to each desired style.

« Christmas News »

Pour les fêtes de fin d'année, ces trois technologies beauté Dyson se parent de Bleu de Prusse et d'un effet Cuivré Intense. Deux nouvelles couleurs profondes et élégantes, en édition limitée qui, une fois combinées, apportent à ces trois « Best » une tonalité intemporelle. Les accents cuivrés de cette nouvelle gamme soulignent la technologie de pointe intégrée Dyson, comme l'ouverture circulaire du sèche-cheveux Dyson Supersonic™ ou les plaques en cuivre souples du lisseur Dyson Corrale™.



For the end of the year celebrations, these three beauty technologies by Dyson are in Prussian Blue and Intense Copper shades. Two new deep and elegant colors – in limited edition – which, when combined give to these three “Best” a timeless tone. The copper shades of this new range highlight the integrated Dyson advanced technology, such as the circular opening of the Dyson Supersonic™ hair dryer or the soft copper plates of the Dyson Corrale™ straightener.

Flacons d'exception



L'Opéra Grandiosa est un chef-d'œuvre qui stimule les cinq sens. Créée par Bvlgari Parfums, cette pièce d'art est la rencontre des plus nobles corps de métiers en quête d'un résultat unique et prodigieux. Le projet réunit l'art traditionnel du verre vénitien, l'expertise en Haute Joaillerie de Bvlgari et la parfumerie d'exception. En effet, Bvlgari Le Gemme Imperiali Desiria est une luxueuse Eau de Parfum qui ouvre les portes d'un univers onirique. Ici le Maître-Parfumeur Daniela Andrier a imaginé la fragrance comme un bijou, en transformant les ingrédients naturels les plus précieux en un parfum sublime.

BULGARI Parfums - L'OPERA GRANDIOSA
Pièce unique vendue en exclusivité à la Samaritaine, à Paris. [bulgari.com](https://www.bulgari.com)

**LORSQUE LA HAUTE PARFUMERIE
HABILLE SES TRÉSORS OLFACTIFS
ET LES SUBLIME AVEC DE PRÉCIEUX
COFFRETS, ON PARLE DE CHEF-
D'ŒUVRE ET D'EXCEPTION.**



Un flacon de reine pour la plus noble des épices. Fusion de notes orientales et classiques, la fragrance Sublime Vanille possède toute la délicatesse d'une orchidée vanillée. Olivier Creed signe ici une fragrance ambrée et subtile où la fève tonka délicieusement crémeuse et les volutes de vanille arrêtent le temps pour un instant... respirer, souffler, profiter du moment présent ici et maintenant. Inspiré de la vitrine poudrée d'un confiseur, ce parfum éthéré nous livre une pyramide de notes réconfortantes à la fois fraîches, suaves et généreuses. Fermez les yeux...

Royales Exclusives - Sublime Vanille. Exclusivité House of Creed. [creedfragrance.fr](https://www.creedfragrance.fr)

Fruit issu du mariage de la lumière et des textures, le flacon du parfum Lalique en édition limitée est un objet des plus précieux. Beauté pure et rare, il témoigne de l'expertise du maître verrier qui y place toute sa passion pour obtenir la goutte en fusion parfaite et lui donner une allure unique. Le flacon « fougères » en cristal satiné sur fond transparent est présenté dans un coffret ivoire estampé au sommet du célèbre motif cher à René Lalique. Le jus ? un accord floral riche et sensuel, celui de l'iconique parfum Lalique de Lalique de la Maison. Une valeur sûre !

Flacon édition cristal « fougères » 2022, en édition limitée. [lalique.com](https://www.lalique.com)



Lorsque Thierry Wasser recompose Kadine, bien plus qu'un hommage à Jacques Guerlain, il fait renaître la légende d'un parfum qui marque d'un nouveau genre le début du 20^e siècle. Ses notes délibérément féminines célèbre le faste et l'opulence. Une veine orientaliste qui nourrira pendant un demi-siècle les inspirations du parfumeur. Kadine c'est aussi un style Art Déco aux lignes bleu nuit réhaussées d'un merveilleux barbichage en soie beige réalisé par les Dames de Table de Guerlain. Ce nouveau chapitre est édité en 691 exemplaires et numéroté.

GUERLAIN Kadine. Réédition d'un parfum de légende : 1911. [guerlain.com](https://www.guerlain.com)



Depuis 100 ans, les parfums de la Maison Chanel font rêver. En écho à cette date anniversaire symbolique, la marque dote son iconique N°5 d'une nouvelle silhouette aux formes monumentales. Un sublime coffret en cuir d'agneau plongé blanc dans lequel se love son généreux flacon N°5 surnommé pour l'occasion Grand Extrait Baccarat. Un juste clin d'œil pour la non moins célèbre Maison qui a réalisé en étroite collaboration cet exceptionnel objet d'art ! Une édition limitée à 55 exemplaires, numérotés et gravés à la main.

CHANEL N°5 Grand Extrait Baccarat. Contenance 2021ml. [chanel.com](https://www.chanel.com)



ESCAPADE PARISIENNE

1. Hôtel La Lanterne, 75005 | 2. Hôtel Le Ballu, 75009 | 3. Hôtel Opéra Richepanse, 75001 |
4. Maison Albar Hotels Le Pont-Neuf, 75001 | 5. Hôtel des Grands Hommes, 75005

Depuis 20 ans Hôtels & Préférence est une chaîne volontaire haut de gamme qui réunit plus de 10 500 chambres dans 19 pays à travers 150 établissements chics et authentiques rigoureusement sélectionnés pour leurs services prestigieux.



Des questions ? Anne vous conseille pour l'organisation de votre prochain séjour.
reservation@hotelspreference.com

www.hotelspreference.com

Tel. +33 (0)1 78 94 90 40

LA MODE

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

LA BRÛNE & LA BLONDE

J O A I L L E R I E



CONFETTI
COLLECTION

Collier Rainbow, rubis, saphirs rose, orange, jaune et bleu, tsavorite, améthyste montés sans serti, or jaune 18kt, à partir de 1.150€ - Pendants d'oreilles Rainbow, 1.130€



FRED, TOMO et leurs Fredy's Tomo's Dolls

Ces adorables petites figurines sortent tout droit de l'imagination de Tomo Koizumi. Invité par la Maison FRED afin d'imaginer de nouvelles Dolls, l'artiste japonais a insufflé à cette collection joie, amusement et couleur. Des thèmes que l'on retrouve dans ses pièces mode animées par l'énergie créatrice de l'artiste. Baptisées Chouchou, Frou-Frou et Tutu, ces héroïnes délicieusement kawai transforment les artisans joailliers de FRED en couturiers virtuoses tant les détails de leurs tenues sont précis et recherchés. Des jupes d'or mat ou brillant, plein ou ajouré comme une résille mesh, des jeux d'asymétries et de volumes, des tops et volants incrustés de rubis, de diamants et de saphirs roses, violets, jaunes, bleus ou verts, des détails de laque rouge ou blanche... Portées en tant que broches ou en pendentif, les figurines s'animent au rythme des pas des femmes, illuminant tour à tour une tenue décontractée ou plus apprêtée pour une occasion spéciale. Difficile de ne pas tomber sous leur charme...

Fredy's Tomo's Dolls, www.fred.com

2 fois plus de raisons pour se faire la malle

Sept ans après le lancement de son concept de personal shopping d'une nouvelle ère, La Malle Française crée ses propres marques afin de compléter son offre. Avec la complicité de la créatrice parisienne Vanina Escoubet, les deux co-fondateurs de la marque, Clémence Gaillard et Sébastien Mante, ont souhaité élargir leur catalogue avec deux marques éco-responsables qu'ils ont imaginées ensemble afin d'encourager les femmes à choisir une garde-robe durable et, en parallèle, favoriser la fabrication française et européenne. Tous trois, ils créent PASTEL, une marque fabriquée en France pour répondre à des envies de simplicité et de proximité, puis VCEUX en correspondance avec des listes de souhaits d'un vestiaire idéal où l'on retrouve des imprimés, de la maille, de la fluidité et des coupes féminines allant du 34 au 46.



La Malle Française est un service de stylisme en ligne qui apporte à toutes les femmes une certaine sérénité dans l'expérience shopping qui peut parfois s'avérer plus complexe qu'il n'y paraît notamment lorsqu'il s'agit de cibler des marques avec une démarche de création éthique et/ou éco-responsable. Au départ, une liste d'envies que des stylistes-conseils en image issus des meilleures écoles de mode vont analyser et explorer pour vous suggérer 12 articles parmi une sélection pointue de près de 60 marques, dont Pastel et Vœux ainsi que de jeunes designers français. La sélection de chaque pièce est réalisée exclusivement pour vous, selon votre personnalité, vos goûts, votre morphologie et désormais vos engagements. L'idée est de ne pas vous suggérer un seul style, mais tous ceux qui pourraient vous correspondre pleinement.

Autant de bonnes raisons pour se rendre sur www.lamallefrancaise.com sans plus attendre !

L'univers Cotélac

Fondée en 1993 par Pierre Pernod et Raphaëlle Cavalli, Cotélac s'est rapidement imposée comme une référence dans le prêt-à-porter « créateur ». La Maison française présente une mode originale et confortable, pour homme et femme, alliant modernité et ethnique. Les tissus à motifs ont grandement participé à la réussite de la marque. Dessinés par Raphaëlle Cavalli elle-même et son bureau de style, les imprimés forment un condensé graphique de ses inspirations. Son trait est simple et poétique, fruit d'une recherche perpétuelle. Afin d'offrir un savoir-faire d'exception, les traitements des tissus se font avec beaucoup de minutie : les plissés, les sublimés, les incrustations, les imprimés et les détails raffinés. Chaque pièce est plissée en duo par l'homme et la machine, dans un mouvement qui la rend unique. L'amour du travail, une notion qui n'a jamais quitté les collections de Cotélac. **Cotélac, www.cotelac.fr**





CONFORT et séduction

On craque pour le nouvel ensemble Ellen proposé par Empreinte. A la fois confortables et glamour, ces deux pièces de lingerie habillent les femmes tout en les mettant en valeur. Tout n'est que détails, et c'est ce qui fait le charme de cette parure : broderie à l'ancienne, passementerie de velours, petits boutons en satin. Ellen symbolise le luxe des belles matières et met en scène l'héritage de magnifiques savoir-faire ancestraux. On succombe à cette lingerie romantique et authentique !

**Soutien-gorge classique armatures Cream Ellen Bonnet C à G à partir de 100 euros
Short Cream Ellen - T1 à T4 - 99 euros
Empreinte, www.empreinte.eu**

Elégant, COMME PAPA ET MAMAN

Din&Dom, c'est une garde-robe chic et rétro-vintage pour les petits bambins. Créées et fabriquées en France, les pièces sont conçues pour durer afin qu'elles puissent être portées et portées de nouveau. Pour cela, des détails ont été bien pensés : bretelles réglables, formes rondes, modèles intemporels. La priorité est donnée au confort de l'enfant pour qu'il puisse crapahuter, gambader et ramper tout au long de sa journée. Les vêtements restent amples afin de leur conférer la liberté de mouvements dont ils ont besoin. « Chocolat Chaud et Pain d'Épice », la nouvelle collection, offre une douce invitation à un voyage en enfance.

Din&Dom, www.dinetdom.com





Eden  Park
PARIS

www.eden-park.com



& La Brune La Blonde



Dans le monde de la joaillerie, Véronique Tournet dénote. Son crédo : le diamant nu. Des pierres posées à même la peau grâce à un minutieux travail de montage et à une absence de sertissage. Showcase a eu la chance de s'entretenir avec la fondatrice de la Maison La Brune et la Blonde.

In the world of jewelry, Véronique Tournet denotes. Her credo : the bare diamond. Stones placed directly on the skin thanks to meticulous assembly work and no crimping. Showcase had the chance to speak with the founder of Maison La Brune et la Blonde.

De quelle façon se portent les pierres précieuses en 2022 ?

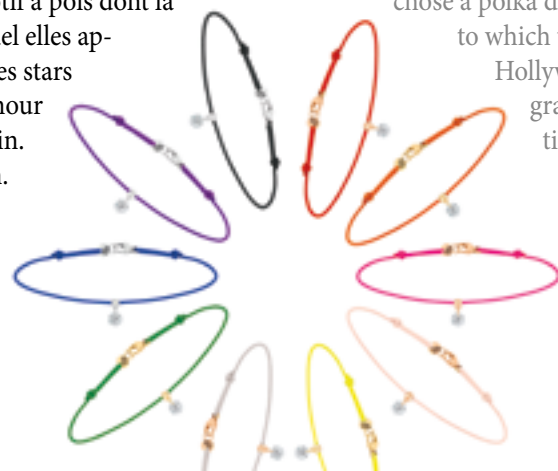
Aujourd'hui, les pierres précieuses se portent de façon plus intimiste. Elles se sont invitées dans des collections plus « fun » et plus simples à porter. Elles sont moins cérémoniales et davantage dans le plaisir ce qui est une tendance globale dans la joaillerie. On est dorénavant plus dans l'être que dans le paraître.

Votre dernière collection se nomme « Polka ». Pour cette collection vous avez imaginé une constellation de pierres. Quelles ont été vos sources d'inspiration ?

Pour créer cette collection de colliers à « pois », je me suis inspirée du motif iconique le Polka Dot (« pois ») qui n'a pas pris une ride depuis ses origines.

Pour la petite histoire, la Polka est une danse bohémienne très en vogue au XIXème siècle en Europe. Tellement en vogue, qu'elle traverse l'Atlantique dans les valises de ceux qui partent s'installer aux États Unis. Là-bas, les clubs de danse fleurissent et leurs danseuses choisissent un motif à pois dont la couleur permet d'identifier le club auquel elles appartiennent. Hollywood fera le reste : les stars et les pin-up s'emparent de ce motif glamour avant l'heure. C'est un motif très féminin.

Comme cette collection.



How do you wear precious stones in 2022 ?

Today, precious stones are worn more intimately. They are invited into collections that are more «fun» and easier to wear.

They are less ceremonial and more fun, which is a global trend in jewelry. We are now more in being than in appearing.

Your latest collection is called «Polka». For this collection you have imagined a constellation of stones. What were your sources of inspiration?

To create this collection of «polka dots» necklaces, I was inspired by the iconic Polka Dot pattern which has not aged a bit since its origins.

For the record, the Polka was a very popular bohemian dance in the 19th century in Europe. So fashionable, that it crossed the Atlantic in the suitcases of those moving to the United States. There, dance clubs were flourishing and their dancers chose a polka dot pattern whose color identified the club to which they belonged.

Hollywood did the rest : stars and pin-up grabbed this glamorous pattern before its time. It's a very feminine pattern.

Like this collection.

La signature de votre Maison est le diamant nu monté sans serti. Quelles sont les spécificités de cette technique ?

Le diamant nu, notre signature de marque depuis 10 ans, est très technique même si cela paraît simple. Cette technique qui consiste à percer le diamant avec un laser et ainsi ne pas le serti, présente 2 vertus majeures :
- Celle de donner à voir le diamant à 360° (d'où le nom de notre collection historique) de pouvoir admirer son profil, sa culasse qui est taillée... tout ce que le serti classique nous interdit de voir et qui est très beau.
- Celle de l'avoir libéré du poids d'or du serti et ainsi lui permettre de bouger, de frissonner, et de beaucoup plus jouer avec la lumière. Un effet purement magique !

Aujourd'hui, les pierres précieuses se portent de façon plus intimiste. Elles sont moins cérémoniales.



The signature of your house is the bare diamond without setting. What are the specificities of this technique?

Bare diamonds, our brand signature for 10 years, are very technical even if it seems simple. This technique, which consists of drilling the diamond with a laser and thus not crimping it, has 2 major virtues :
- That of showing the diamond in 360° (hence the name of our historical collection) and being able to admire its profile, its cylinder head which is cut ... everything that the classic setting forbids us to see and which is very beautiful.
- That of having freed it from the gold weight of the setting and thus allowing it to move, to shiver, and thus to play with the light much more. A purely magical effect !

Vous accordez une grande importance au Made in France. Comment sont sourcées vos pierres ?

Les diamants que nous utilisons respectent le Processus de Kimberley qui établit des règles commerciales strictes et bannit les régions où le trafic de diamants participe au financement des conflits armés. Nous certifions donc que nos diamants sont « conflict free », n'ont pas été traités, ni améliorés artificiellement, et ne sont pas des diamants de synthèse. C'est pour cette raison que tous nos fournisseurs de diamants sont certifiés RJC. Le RJC est une organisation créée pour promouvoir les pratiques responsables en matière d'éthique, d'environnement et de conditions de travail au sein de la chaîne d'approvisionnement de la joaillerie en diamants (mais aussi en métaux précieux). La réponse écologique dans notre filière n'est pas à chercher dans les pierres de synthèse dont l'empreinte carbone est largement supérieure au diamant naturel, mais dans la transparence, la traçabilité et le respect des travailleurs de la filière. Au-delà de notre politique d'achat des diamants, nous sommes également très attachés à faire appel à des ateliers de montage français qui sont garants de la qualité de nos fabrications mais aussi de notre grande réactivité à livrer nos bijoux.

Pour vos packagings, vous avez choisi des écrins qui rappellent les codes de la cosmétique de luxe. Est-ce là un clin d'œil à votre ancienne vie professionnelle ?

A vrai dire, j'ai surtout pensé à un écrin original que les clientes aimeraient découvrir et conserver. Réalisés avec de véritables pots de crème et poudriers laqués, ils font naturellement écho à notre concept de joaillerie de peau : chez LA BRUNE & LA BLONDE, le diamant est posé sur la peau, il n'y a pas d'or entre lui et la peau. Il était donc intéressant de développer un écrin qui donne du sens à ce concept. Pour moi, les écrins sont très importants. Quand la cliente ouvre son cadeau, le rêve doit commencer avec l'écrin, et se poursuivre avec le bijou.



It was therefore interesting to develop a case that gives meaning to this concept. For me, the boxes are very important. When the client opens her gift, the dream must start with the case, and continue with the jewel.

The diamonds we use respect the Kimberley Process which establishes strict trade rules and bans regions where diamond trafficking contributes to the financing of armed conflicts.

We therefore certify that our diamonds : are »conflict free«, have not been treated or artificially improved, and are not synthetic diamonds. It is for this reason that all our diamond suppliers are RJC certified. The RJC is an organization created to promote responsible ethical, environmental and working conditions in the supply chain for diamond (but also precious metal) jewelry.

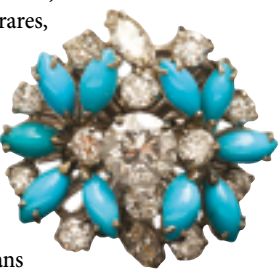
Because the ecological response in our industry is not to be found in synthetic stones whose carbon footprint is much greater than natural diamonds, but in transparency, traceability and respect for workers in the industry. Beyond our policy of purchasing diamonds, we are also very keen to use French assembly workshops which guarantee the quality of our products but also our great responsiveness in creating our jewelry.

For your packaging, you have chosen cases that reminds us the codes of luxury cosmetics. Is that a nod to your former professional life ?

In fact, I mainly thought of an original setting that customers would like to discover and keep. Made with real cream jars and lacquered powder compacts, they naturally echo our concept of skin jewelry : at LA BRUNE & LA BLONDE, the diamond is placed on the skin, there is no gold between it and the skin. I

GARDIEN *du temps*

Qui n'a jamais rêvé de porter un jour le collier de grand-mère, d'utiliser le porte-cigarette de la grand-tante Yvonne ou de recevoir en héritage la montre de son père ? Conserver précieusement un objet comme un « trésor » personnel, collectionner, chiner... sont autant d'actes de transmission et de gestes symboliques forts qui entrent dans une démarche patrimoniale très personnelle que les Français affectionnent. Ici tout n'est pas soumis au bon goût, il s'agit surtout d'une passion qui a du sens pour conserver le lien de génération en génération. C'est à partir de ce constat que Sonia Banarouch a fondé SAVAJE PARIS. Sa nature artistique et sa ferveur des bijoux rares, vintage en passant par la haute joaillerie, lui confèrent un certain talent pour identifier les pièces iconiques et anciennes. « Savaje Paris est un écrin rock, chic et glam » qui dévoile d'authentiques collections de bijoux intemporels donnant aux femmes une allure sans pareil et ce petit soupçon d'élégance digne des



Grandes Dames. Tout se passe sur le-vitrine savajeparis.com ou sur les réseaux sociaux qui recensent les pépites au fur et à mesure de leur arrivée dans la collection. Plus qu'une marque, Savaje Paris est un concept qui invite à écrire le nouveau chapitre de vie de ces précieux gardiens du temps.

www.savajeparis.com

Dans ses petits souliers

Soucieux d'offrir le meilleur à ses clients, Caulaincourt lance Made-to-Order. Ce service propose aux hommes comme aux femmes d'imaginer le soulier de leurs rêves et surtout, de repartir avec ! Sur-mesure, cette prestation garantit un modèle unique, conçu avec les artisans de la Maison Caulaincourt. Entièrement personnalisable, du style



à sa semelle en passant par le montage, la patine, jusqu'aux finitions, la paire de chaussures sera conforme aux souhaits exprimés. A glisser sous le sapin !

Made-to-Order, quel que soit le cahier des charges, le supplément par rapport au modèle de série n'est que de 195 euros. Caulaincourt, www.caulaincourt.paris

DANS L'AIR DU TEMPS

Olivolga est une boutique coup de cœur ! Au sein de cet espace girly et rempli de fantaisie, découvrez des créateurs et talents passionnés. Bijoux, parfums, accessoires de mode, chaque pièce est sélectionnée avec soin par les filles à l'origine de ce projet. Dénicheuses de pépites, toujours en quête de nouveautés et à l'affût des tendances, elles ne cessent de chercher de véritables trésors afin de toujours surprendre leurs clients. Nous retrouvons entre autres Les Néréides, Grizzly chéri, Nature Bijoux ou bien encore Macon & Lesquoy !



Olivolga propose également sa propre marque de bijoux. Bracelets, colliers, boucles d'oreilles, bagues et même bracelets de cheville sont inspirés de bijoux anciens et retravaillés afin d'être toujours en lien avec les tendances du prêt-à-porter. Idéal pour se créer des looks délicats et originaux, à prix doux. Présente également sur le web, Olivolga possède son propre e-shop. La créativité à portée de clic !

Olivolga, 3 rue Vavin, 75006 Paris, www.olivolga.com

Le cuir, NOUVELLE GÉNÉRATION !

Larmorie dévoile une nouvelle gamme de maroquinerie, créée à partir d'une matière inédite : le cuir marin. Inscrit dans une démarche éco-responsable, Larmorie récupère les peaux de poisson chez les poissonniers et les boutiques de sushis françaises, afin de les traiter dans leurs ateliers, en France. Une fois travaillées, les peaux donnent un cuir souple et de très haute qualité, apportant une touche chic grâce à son motif écaille. Durable et original, le cuir marin offre un style incomparable tout en permettant de consommer utile et responsable !



Porte-cartes Georges en cuir de poisson, 69 euros Portefeuilles Arthur en cuir de poisson, 85 euros, Larmorie, larmorieofficiel.com

TOUJOURS À L'HEURE !

Plus aucune raison d'être en retard ou de louper un rendez-vous avec cette collab' ! Quo Vadis et Le Pigeon-Coq s'associent pour créer une box Do It Yourself afin de réaliser soi-même son agenda 2022. Dans le coffret, tout le nécessaire est fourni : couverture 100% cuir recyclé, recharge en papier recyclé lui aussi, aiguilles, fil... Soucieux de l'environnement, les 2 marques ont souhaité créer un agenda made in France, rechargeable et réutilisable à l'infini, fait avec les matériaux les plus doux pour notre planète. Ludique, vous apprendrez à réaliser la technique du point sellier. Afin de plaire au plus grand nombre, 3 coloris sont proposés : marine, kaki et caramel. Soyez fiers de votre création !



Agenda 10x15 cm, 59 euros, box disponibles en édition limitée. www.quovadis1954.com et www.lepigeoncoq.fr

Croire en son étoile

Goldaia dévoile une nouvelle approche de la bijouterie. Issue de la culture hip-hop, cette jolie marque de joaillerie fine française incite au développement personnel. Cette symbolique, nous la retrouvons sous la forme d'une étoile, présente sur les bracelets, colliers et boucles d'oreilles. L'étoile de Goldaia plane entre finesse et puissance, classe et charisme. Fabriquée en France avec des matériaux nobles comme du bronze trempé dans du palladium ou de l'or 24k, cette collection joue la carte de l'élégance, du style et du minimalisme.



Goldaia, www.goldaia.com



Charlet

charlet-bijoux.com





« RÊVER N'EST PAS UN DROIT, C'EST UN DEVOIR ! »

Modèle : Chimelle Thomas
Photographie : Romain Le Roux. Makeup : Caroline Bailloux



Showcase a eu la chance de rencontrer Téhé Oula, créateur de Goldaia. Des terrains de football à la joaillerie, il revient sur son amour du beau et sur son engagement en faveur du made in France.

L'univers de la joaillerie semble très éloigné des stades de football. Pourquoi avoir choisi les bijoux pour votre nouvelle carrière ?

L'univers de la joaillerie est en effet très éloigné des stades de foot, mais la passion pour les bijoux m'a toujours animé. Dans un premier temps, le foot m'a semblé plus accessible. Cependant, j'ai très vite compris que j'aurais davantage de liberté dans la création que dans le sport. Après une carrière sportive, j'ai choisi de revenir à mes premiers amours et je me suis donné les moyens de ne pas renoncer à mes rêves. Pour moi, rêver n'est pas un droit, mais un devoir ! C'est la raison pour laquelle, aujourd'hui, je m'emploie à créer un univers qui permette à chacun de rêver.

Quelles sont vos sources d'inspiration ?

La musique, sans aucun doute ! Elle est la source de chacune de mes créations. Il me suffit d'écouter une instrumentale pour que ma créativité se déclenche. Il me vient alors des images, une gestuelle et un style vestimentaire accordé au bijou que j'imagine. Plus le beat me plaît, plus j'ai une facilité à imaginer un univers complet. Mon autre source d'inspiration est la lecture. J'aime lire des livres autobiographiques d'hommes d'affaires (le dernier lu récemment est une interview de Bernard Arnault) et de créateurs. Je regarde également beaucoup de reportages sur le monde de la joaillerie et je me rends à des expositions afin d'enrichir ma vision artistique. En ce sens, la dernière exposition de Van Cleef & Arpels m'a beaucoup plu. Enfin, les voyages me permettent d'avoir une ouverture d'esprit que je peux ensuite retranscrire dans mon univers.

Vous attachez une grande importance au made in France. Où sont produits les bijoux Goldaia et à qui s'adressent-ils ?

Pourquoi aller chercher ailleurs alors que les talents sont sur notre territoire ? Le Made in France est essentiel, tout comme les personnes talentueuses qui m'accompagnent au quotidien. Tous nos bijoux sont produits par Mussa Balde, le joaillier de la maison. Son atelier est à Paris et il exerce depuis 30 années : il a donc tout le savoir-faire et la technicité pour réaliser nos créations. Notre parti pris est celui de la transparence : nous partageons les coulisses de nos créations auprès de la communauté, tout en conservant néanmoins un peu de mystère. La production, la modélisation et la mise en image sont autant de moyens de donner à voir l'univers Goldaia. Fait autrement, la magie disparaît. Nos créations s'adressent à toutes celles et tous ceux (certains modèles sont unisexes) qui veulent croire en leurs rêves, en leur projet de vie et avoir confiance en eux.

goldaia.com
@goldaia79

« Dreaming is not a right, it is a duty ! »

Showcase was lucky to meet Téhé Oula, founder of Goldaia. From football fields to jewelry, he talks about his love of beauty and his commitment to made in France.

The world of jewelry seems far from football stadiums. Why did you choose jewelry for your new career ?

The world of jewelry is indeed far from football stadiums, but my passion for jewelry has always driven me. At first, football seemed more accessible to me. However, I quickly realized that I would have more freedom in creation than in sport. After a sports career, I chose to go back to my first love and I gave myself the means not to give up on my dreams. For me, dreaming is not a right, but a duty ! This is the reason why today I am working to create a universe that allows everyone to dream.

What are your sources of inspiration ?

Music, without a doubt ! It is the source of each of my creations. All I have to do is listen to music to boost my creativity. Images, gestures and a style of dress accorded to the jewel that I imagine come to my mind. The more I like the beat, the easier it is to imagine a complete universe. My other source of inspiration is books. I love to read autobiographical books by businessmen (the last one I recently read is an interview with Bernard Arnault) and creators. I also watch a lot of reports from the world of jewelry and go to exhibitions to enrich my artistic vision. In this process, I really liked the last Van Cleef & Arpels exhibition. Finally, traveling allows me to have an open mind that I can then infuse into my world.

You give great importance to made in France. Where are Goldaia jewels produced and who are they for? Why would I go abroad when the talents are local ?

Made In France is essential, as are the talented people who support me on a daily basis. All of our jewelry is produced by Mussa Balde, the house's jeweler. His workshop is in Paris and he has been working for 30 years : he therefore has all the know-how and the technical skills to make our creations. Our bias is that of transparency : we share the basics of our creations with the community, while nevertheless maintaining a little mystery. Production, modeling and imaging are all ways of showing off the Goldaia universe. Otherwise, the magic would disappear. Our creations are aimed at all those (some models are unisex) who want to believe in their dreams, in their life project and have confidence in themselves.



Modèle : Eva Navarro. Photographie : Romain Le Roux. Makeup : Massilia Onami



FROM CANADA TO FRANCE

Tout droit venu du Canada, Nobis se fait une place en France. Face au différentiel de températures connu dans le pays, la marque a su créer des parkas et blousons efficaces et fonctionnels. 100% imperméables, déperlants et respirants, les manteaux ont la capacité de se thermoréguler. Avec une parka ou un blouson Nobis, vous serez toujours au sec et vous n'aurez ni trop froid, ni trop chaud ! Le confort, la chaleur et la légèreté sont dus aux plumes de canard blanc dont sont garnies les vestes. Exclusivement d'origine canadienne, le duvet répond à une certification de qualité suprême ce qui fait de Nobis une marque premium. Les designers ont également pensé au côté pratique de la parka et lui ont ajouté un rabat aimanté, des poches intérieures en polaire, un passe-pouce aux extrémités ainsi que des zips d'ouverture dans les deux sens. Stylés et bien ajustés, les manteaux affinent la silhouette. Leur collection d'inspiration minimaliste séduira aussi bien les hommes que les femmes. Nobis s'est également inscrit dans une démarche environnementale en s'engageant à diminuer l'utilisation de produits chimiques et à favoriser les matériaux recyclés. Tant de qualités réunies dans un vêtement, difficile de faire mieux !

Veste Chris, 799 euros, Nobis, www.nobis.com
NOBIS, 2, rue des Petits Pères Paris 2ème



Elles. Vous. Nous.

LA PETITE ETOILE Paris rend un vibrant hommage au 7ème art avec Les Héritières. Léa, Mélanie, Marion, Leila, Karidja... tant d'actrices qui sont à la fois des icônes et des modèles, des muses et des sœurs de cœur, mais qui sont avant tout des femmes. Leur beauté, leur style et leur engagement ont inspiré cette nouvelle collection. Tour à tour glamour en robe, casual en jeans-pull ou easy chic en néo-survêtement, ce nouveau vestiaire cible les essentiels à mixer en fonction de son humeur. Et pour notre plus grande joie, LA PETITE ETOILE Paris ouvre sa boutique dans le vibrant quartier de Montorgueil, 7 rue Bachaumont PARIS 2ème. Showcase se réjouit à l'idée de découvrir ce nouvel écrin parisien !

LA PETITE ETOILE Paris
www.lapetiteetoile.com



Chaussures Dolomite
54 Anniversary,
140 euros
Veste Dolomite
Gardena,
120 euros,
Dolomite,
www.dolomite.it

Awesome Evesome !

Digne représentante du chic français, Evesome est née d'une volonté de partage. Sa créatrice, Eve de Rothiacob, a créé sa marque afin de partager tout ce qu'elle chérissait dans la vie : joie, vitalité, empathie, couleurs, confort, chic & stylebohème, bien-être... Plus qu'une enseigne qui lui ressemble, Evesome est une part d'elle-même ; elle est le résultat de ses goûts et de sa vision de la vie. Conçue à Paris et produite par des artisans en France, Evesome regorge de pépites au style boho chic : prêt-à-porter, sac, headband, écharpe, bonnet... Eve a choisi de confectionner ses produits en tweed et 100% cachemire, des tissus de haute facture, des fibres de luxe avec une touche d'originalité ! A la rédaction, on craque pour ce duo raccord pull/béret, qui nous protégera du froid et s'accordera à tous nos styles !



Evesome, www.evesome.com

UN LOOK HIVERNAL MAIS PAS BANAL !

Le froid arrive, alors on s'équipe ! Que l'on soit en ville ou à la campagne, on ne quittera pas notre vestiaire Dolomite. On enfile les 54 Anniversary, des chaussures polyvalentes parfaites à porter au quotidien. Modèle emblématique de la marque, il s'inscrit dans une démarche éco-responsable : tige 100% coton naturel, éléments en matériaux recyclés, pigments naturels... Construite à partir d'une toile 20D, la veste matelassée Gardena protège du froid tout en étant légère et pratique. Sa coupe flatteuse sublime les courbes et s'adapte à tous les mouvements. Bien préparées pour cet hiver, sans déroger au style !

IMPRESSION RÉELLE

Après le succès de ses foulards en soie puis de ses papiers peints panoramiques, Maison Fétiche élargit sa gamme de textiles en proposant une collection de foulards en laine et en soie. A la fois doux et chauds, ils sauront vous protéger du froid tout en conservant chic et élégance. Coloriste avant tout, Caroline Basuyau a conservé la même technique d'impression : d'abord exposée en tant que peinture, l'œuvre d'art est ensuite retravaillée par l'artiste et son équipe afin de la reproduire sur textile. Conçus et fabriqués en France, les foulards se parent de couleurs chatoyantes dans un univers audacieux, entre la faune et la flore. «Porte-bonheur à celui qui me possède», affirme Caroline et on a envie de la croire sur parole !

Foulard laine soie livré dans un coffret Maison Fétiche : 120 x 120 70% laine & 30 % soie 389 euros. Chèche laine soie livré dans un coffret Maison Fétiche : 70 x 185 70% laine & 30 % soie : 289 euros, Maison Fétiche, maisonfetich.com



Nuances nacrées

EN PENDENTIF, COLLIER, BRACELET, BAGUE OU BOUCLES D'OREILLES, LA NACRE ILLUMINE VOS BIJOUX. AVEC SON RENDU SOYEUX, ELLE CONFÈRE À CHAQUE PARURE UN CÔTÉ TENDRE, LUMINEUX ET ULTRA FÉMININ.

AS A PENDANT, NECKLACE, BRACELET, RING OR EARRINGS, MOTHER-OF-PEARL ILLUMINATES YOUR JEWELRY. WITH ITS SILKY APPEARANCE, IT GIVES EACH SET A TENDER, LUMINOUS AND ULTRA FEMININE TOUCH.



1/Pendentif «Iris» en or jaune 18k et chaîne « diamantée » en or jaune 18k, **Charlet Bijoux**, 650 euros. 2/Collier Jill doré et perles de cristal, **Justine Clenquet en exclusivité aux Galeries Lafayette**, 160 euros. 3/Collier Chance Infinie en or rose, nacre et diamants, **Fred**, 4150 euros. 4/ Collier Orée, **Saunier**, 89 euros. 5/Collier Polka pierres naturelles, nacré blanc 18k, **La Brune et la Blonde**, 750 euros. 6/Boucles d'oreilles Vesta grand modèle, **Lalique**, 8000 euros. 7/Bracelet Pincess of Wales en acier doré, **Zag Bijoux**, 39 euros. 8/Bracelet Iles Marquises, duo de nacre brune et haliotide, **Nature Bijoux**, 35 euros. 9/Bracelet Pearl, **Louis Pion**, 35 euros. 10/Bracelet Link et perles de culture d'eau douce, **Pandora**, 149 euros. 11/Collier Coquillage escargot nacré, **Olivolga**, 84 euros. 12/Boucles d'oreilles perles, **Sophie Bille Brahe chez Maria Luisa en exclusivité au Printemps**, 995 euros. 13/Bague Elnaé en acier et nacre, **Ikita**, 25 euros. 14/Bague Impression en or jaune et nacre, **Dihn Van**, 1190 euros. 15/Bague Victoria nacre blanche et diamants en or blanc, **Morganne Bello**, 790 euros. 16/Anagramme nacre à graver, **Grazzie**, 79 euros. 17/Boucles d'oreilles asymétriques Sonia Whirlpool white, **Dëstree au Bon Marché Rive Gauche**, 275 euros. 18/Chevalière Lise, **Louise Damas**, 95 euros. 19/Bracelet Wulu en or rose 18 carats avec Nacre, **Queelin**, 1280 euros. 20/Boucles d'oreilles tiges en laiton doré à l'or fin, nacre émaillée à la main, coquillages, perle d'eau douce **Les Néréides**, 140 euros.



TI SENTO-Milano
Contact Lecteurs : 01.48.13.95.95

TI SENTO, TE AMO

Classe et féminins, les bijoux TI SENTO-Milano sont aussi de grande qualité. Tous sont fabriqués en argent Sterling 925 puis plaqués en Rhodium afin de leur ajouter un éclat supplémentaire et assurer une excellente protection. Pour cette saison, les grosses pièces sont mises en avant. Chic et moderne, elles peuvent être portées seules ou en accumulation, pour un effet encore plus waooh ! Remontez vos manches, libérez votre cou et exhibez fièrement vos bijoux !



DUO GAGNANT

Pile ou face, c'est l'histoire de jumeaux qui souhaitent anticiper les batailles matinales contre les chaussettes ! Grâce à une discrète boutonnrière, ces dernières deviennent inséparables ou dépareillées, pouvant être portées côté «pile» ou côté «face». Les jeunes frères ont choisi de faire de Pile ou Face une marque engagée. Entièrement fabriquées en France, les circuits courts sont privilégiés, le savoir-faire français est préservé, la transparence des matières est exigée (coton, élasthanne, lurex...). Pile ou Face est également partenaire de «1% for the Planet», qui agit pour la protection de notre planète. Plus besoin de les cacher, dorénavant on exhibe fièrement nos chaussettes !

Pile ou Face, à partir de 12,90 euros, www.pileouface.eu



Iconique marinière

Royer Mer et Berthe Aux Grands Pieds signent une collab' mettant à l'honneur la durabilité et le Made in France. Fières de leurs valeurs communes, ces deux belles Maisons confirment leur attachement à la qualité. Pour cette collection de 4 pièces, Royal Mer retravaille sa célèbre maille 100% laine et lui offre des coudières signées Berthe Aux Grands Pieds. Une touche colorée et originale, représentée par une rose, un clin d'œil et un poisson pour les modèles féminins, et un drapeau anglais pour le pull masculin. Caractère, intemporalité et confort, cette collaboration coche toutes les cases !

Collection Royal Mer x Berthe Aux Grands Pieds, 165 euros le pull, www.royal-mer.com

KEPPER VOIT LA VIE EN ROSE !

Cet hiver, on ne quittera pas notre hoodie Kepper ! Typiquement américain avec sa capuche doublée et sa poche kangourou, le sweat se teinte d'un rose poudré, à la fois doux et pop. Sa coupe oversized le rend unisex et son tissu douillet en coton biologique et polyester recyclé nous permet de le porter à l'intérieur comme à l'extérieur. On craque pour ce hoodie minimaliste qui égayera nos vestiaires d'hiver !

Hoodie Rose Kepper, 80 euros, Kepper, www.kepper.fr



STYLE [DURABLE]

Coup de cœur pour la maque Inuikii, une marque de chaussures de luxe indépendante engagée et axée sur la durabilité. Conception Made in Zurich – Suisse. Inspirée par les Inuits du Groenland, la marque puise son nom dans ces racines ancestrales. Cette collection répond à une véritable demande de qualité conjugée à un facteur climatique et l'envie de travailler avec des matériaux organiques et durables. La nouvelle collection définit 4 segments de produits qui répondent aux besoins du plus grand nombre : Classic, Fashion, Trekking et Technical. Pour un look polaire Trendy, on adopte !



A partir de 245 euros www.inuikii.com



A partir de 160 euros la montre avec bracelet lien en acier, SILA, www.sila-paris.com



@junybreeze

ON N'A PAS TOUS LES JOURS 35 ANS !

35 bougies... un nombre clé dans la vie de tous. Souvent considéré comme celui qui lance le décompte vers la quarantaine, il témoigne aussi d'une étape de vie où une certaine maturité s'installe et guide notre art de vivre, nos goûts, nos looks ! La marque cop.copine l'a bien compris. Pour son propre anniversaire la marque puise dans son héritage pour réaliser une réédition de deux pièces iconiques de son vestiaire 90'. Deux tops vintage en mesh qui seront édités en série limitée. Pour illustrer cette time capsule, cop.copine a choisi l'influenceuse @junybreeze pour ambassadrice. La « parisian free soul » est une véritable vintage addict et a su voir dans cet événement l'opportunité d'incarner un style qui lui est cher, pour le bonheur de sa communauté et celle de cop.copine.

Série limitée 69 euros.
Les Mesh sont vendus dans une sélection de boutiques et sur cop-copine.com

ACCORDER NOS ESPACES À NOS VIES



Le monde impalpable est grand. Entrelacs d'énergies puissantes, savoir les dompter et se les approprier demande une certaine ouverture d'esprit. Pour nous accompagner dans cette quête spirituelle, la marque HOZHO® a imaginé une ligne de bougies énergétiques parfumées. Passionnée par le pouvoir des plantes et inspirée par la culture amérindienne, Anne Querard, la créatrice, imagine le soin de la maison selon le concept Hozho. Emprunté au langage Navajo, Hozho signifie «harmonie». C'est donc tout naturellement qu'elle choisit ce mot pour nommer sa marque. Un concept qui puise sa force dans les coutumes des civilisations modernes et ancestrales. Avec ses 3 bougies «Flamme Harmonisante», «Flamme Purificatrice» et «Flamme Protectrice», elle s'engage à nettoyer vos espaces et véhiculer un maximum de sérénité et d'équilibre dans nos lieux de vie. Pour tous, initiés et néophytes. Après tout le droit au bien-être est universel !

Bougies énergétiques parfumées. Disponibles en 3 tailles
450gr : 75 euros – 750gr : 115 euros – 2300gr : 245 euros.
hozhoparis.com



La combinaison ANTI-PONCHO

Pour être élégante en toutes occasions, arborez la combinaison Look the Rain ! Un vêtement léger, stretch, respirant et anti-pluie qui permet de se déplacer sous la pluie avec élégance ! Exit les ponchos informes, la combinaison Look The Rain allie chaleur et style. Toujours à la pointe de la tendance, le restaurant Marcò a signé une collab' avec Look the Rain. Par temps de pluie, les collaborateurs arborent la combinaison magique, aux couleurs de Marcò.

En vente sur looktherain.com



Sarah au pays des cigales



Maison Sarah Lavoine 65 cours Mirabeau 13100 Aix-en-Provence

Parce qu'il est important d'avoir un cocon, de se créer un ancrage dans lequel on se sent bien, la Maison Sarah Lavoine poursuit son maillage à travers la France et installe une nouvelle boutique en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. C'est à Aix-en-Provence qu'elle prend place au cœur d'un patrimoine culturel riche. Tel un artiste, elle impose son style avec des créations originales, esthétiques et audacieuses. Mobilier, décoration lumineuse, art de la table, mode... toutes les collections sont unies par un même savoir-faire et une même intention : insuffler de la joie, garantir du style.

www.maisonsarahlavoine.com

Beauté du ciel

Coralie van Caloen est un rayon de soleil ! A la tête de sa marque éponyme, la jeune créatrice Belge est une joaillière et gemmologue qui ne manque pas d'idées lumineuses. Avec un goût prononcé pour l'étude et la conception de pièces rares et insolites, tout ce qu'elle crée génère de l'émotion. En effet, elle met toute sa virtuosité dans la recherche d'un esthétisme parfait, élégant et unique pour la réalisation de bagues, boucles d'oreilles et colliers en or et pierres précieuses. Ses créations sont faites à la main et se distinguent par leur design coloré et des lignes en mouvement. Une audace qu'elle perpétue depuis 12 ans, et on espère bien qu'elle ne cessera de nous étonner encore longtemps.

coralievancaloen.com



LA PETITE ÉTOILE
PARIS

www.lapetiteetoile.com

DÉCOUVERTE
GIRL POWER !

Après avoir passé plus de 12 ans dans l'événementiel, Sophie Hurault se recentre sur ses priorités et ses envies. Passionnée de mode et de bijoux depuis l'enfance, c'est tout naturellement qu'en 2019 elle ouvre Joobee, un site qui regroupe tout ce qu'elle aime : les bijoux, la créativité et le savoir-faire français.

À l'image des chercheurs d'or, elle déniche des pépites ! Des créatrices de talent, des femmes qui cherchent à sublimer d'autres femmes à travers leur savoir-faire. Au fil de ses rencontres et de ses recherches, Sophie a découvert des femmes extraordinaires, à l'inventivité sans limites, qui conçoivent des bijoux en France. En effet, la fondatrice de Joobee laisse parler son cœur afin de découvrir LES perles rares, ces créatrices qui intégreront son e-commerce. Pour cela, les bijoux doivent répondre à 3 critères indispensables : le style (sur Joobee, on passe du collier bohème au bracelet minimaliste, des boucles d'oreilles rock aux bagues gipsy), la qualité (chaque bijou est façonné à la main avec des matériaux nobles), le prix (qui sera le plus juste et qui saura rémunérer la créatrice tout en restant attractif pour les futures clientes). Deux ans plus tard, ce sont plus de 20 créatrices de bijoux qui sont présentes sur Joobee. Un choix sélectif et éclectique de la part de Sophie, qui sait mettre en avant ces femmes de talent ! **Joobee, www.joobee.fr**

DISCOVERY
After spending more than 12 years in events, Sophie Hurault is refocusing on her priorities and desires. Passionate about fashion and jewelry since childhood, it was only natural that in 2019 she opened Joobee, a site that brings together everything she loves : jewelry, creativity and French know-how.

Like the gold diggers, she looks for treasures ! Talented designers, women who want to sublimate other women through their know-how. Through her encounters and her research, Sophie has discovered extraordinary women, with limitless inventiveness, who design jewelry in France. Indeed, the founder of Joobee lets her heart speak in order to discover THE rare pearls, these creators who will integrate her e-commerce. For this, jewelry must meet 3 essential criteria : style (on Joobee, it goes from bohemian necklace to minimalist bracelet, from rock earrings to gypsy rings), quality (each piece of jewelry is handcrafted with noble materials), the price (which will be the fairest and which will remunerate the designer while remaining attractive to future clients).

Two years later, more than 20 jewelry women designers are on Joobee. A selective and eclectic choice made by Sophie, who knows how to highlight these talented women ! **Joobee, www.joobee.fr**



L'hiver **SERA DOUX**



A NEW COLLECTION FOR EDEN PARK

VOICI 34 années que la griffe parisienne n'a de cesse d'innover pour concevoir des vêtements à la fois contemporains, élégants et cocons. Pour cette saison, la maison livre sa vision de la mode. Toujours raffinée et confortable mais également engagée et responsable.

Écoconception. Tel est le maître-mot qui anime les équipes d'Eden-Park. Pour les créations des vêtements outdoor, les équipes ont planché sur l'utilisation de duvet et de polyester naturels, biodégradables et recyclés à partir de bouteilles en plastique. Un état d'esprit responsable qui se retrouve dans l'ensemble des lignes de la Maison. L'écoconception passe également par l'utilisation de belles et nobles matières, à l'instar du coton Pima qui s'inscrit dans une démarche durable. Tous les emballages et étiquetages ont également été revus à la baisse, en conformité avec la politique RSE du groupe.

Sport, club ou technique, à chacun son look

Si le vestiaire sport, avec ses traditionnelles couleurs roses et marines en hommage au rugby, demeure la signature Eden Park, de nouvelles lignes sont venues enrichir la gamme. Aux côtés du vestiaire sport, se trouvent désormais la ligne Club pour des vêtements premium ainsi que la ligne Hexa avec des créations très techniques. Le coup de cœur de la rédaction : sans conteste le vestiaire Club qui se joue d'étonnantes associations. Sous une parka, on découvre de nobles matières, telles que le velours, le cachemire ou la laine. Un vestiaire chic et confort à destination de ceux qui cherchent à allier élégance et performance.

THE Parisian label has constantly been innovating for 34 years to design clothing that is contemporary, elegant and comfortable. For this season, the house is delivering its vision of fashion. Always refined and comfortable, but also committed and responsible.

Eco conception. This is the key word that drives Eden-Park teams. For the designs of outdoor clothing, the teams worked on the use of natural, biodegradable and recycled from plastic bottles polyester. A responsible state of mind that is reflected in all the lines of the house. Ecodesign also involves the use of beautiful and noble materials, like Pima cotton, which is part of a sustainable approach. All packaging and labeling have also been reduced, in accordance with the group's CSR policy.

Sport, club or technique, to each his own look

While the sports wardrobe, with its traditional pink and navy colors in homage to rugby, remains the Eden Park signature, new lines have enriched the range. Alongside the sports wardrobe, there is now the Club line for premium clothing as well as the Hexa line with very technical creations.

The editorial staff's favorite : without question the Club locker room, which plays on surprising mix and match. Under a parka, we discover noble materials, such as velvet, cashmere or wool. A chic and comfortable wardrobe for those looking to combine elegance and performance.

NOUVELLE COLLECTION POUR EDEN PARK



*Sans froid
ni manches*

MAILLE DE LAINE OU DE COTON, AVEC OU SANS BOUTON, CEINTURES, CES MODELES SANS MANCHES SONT LA PROMESSE D'UN HIVER PLEIN DE CHARME.

WOOL OR COTTON MESH CLOTHING, WITH OR WITHOUT BUTTONS, BELTED, THESE SLEEVELESS MODELS PROMISE A WINTER FULL OF CHARM.

1/Gilet sans manches André rose **Mapoésie**, 180 euros. 2/Pull sans manches Jacquard en laine vierge, **Comptoir des Cotonniers**, 95 euros. 3/Gilet sans manches Nicolas, **Linnea Lund**, 225 euros. 4/Gilet sans manches, **Isabel Marant aux Galeries Lafayette**, 320 euros. 5/Pull en crochet 100% coton fait main avec frises fantaisies, **Sessun**, 225 euros. 6/Pull sans manches, **Sandro**, 225 euros. 7/Pull sans manches en cachemire, **From Future**, 139 euros. 8/Pull sans manches, **Madeleine**, 65,95 euros. 9/Gilet crème Sinnerman, **Louise Misha**, 119 euros. 10/Pull Erika Colorblock 100% cachemire, **Kujten**, 255 euros. 11/Pull sans manches intarsia patchwork, **Eric Bompard**, 265 euros. 12/Pull sans manches en laine et mohair mélangés, **Bella Jones**, 145 euros. 13/Débardeur High Shoulders 30% Alpaga, 30% Nylon, 40% Acrylic, **Collectors Club en exclusivité au Bon Marché Rive Gauche**, 265 euros. 14/Gilet camouflage, **Y3 aux Galeries Lafayette**, 400 euros. 15/Pull poncho sans manches, **Mes Demoiselles Paris**, 295 euros.

Bouquet de violettes

CASUAL, CHIC EN MAILLE, SOIE LÉGÈRE POUR UN TOMBÉ PLISSÉ PARFAIT, SUBLIME AVEC DES TOUCHES MÉTALLIQUES... LES TEINTES LAVANDE, LILAS, SONT À LA FÊTE. UN COLORAMA TEINTE DE SAGESSE, D'AMOUR ET DE MYSTÈRE...

CASUAL, CHIC IN MESH CLOTHING, LIGHT SILK FOR A PERFECT PLEATED FITTING, SUBLIME WITH METALLIC TOUCHES... LAVENDER AND LILAC SHADES ARE TRENDY. A RANGE OF COLOURS WITH A TOUCH OF WISDOM, LOVE AND MYSTERY...



1/Manteau couleur parme en laine, **Oakwood**, 410 euros. 2/Sac Tina Small, **The Kooples**, 245 euros. 3/Bonnet en maille Virgil, **Obey aux Galeries Lafayette**, 30 euros. 4/Chemise en coton, **La Redoute X Laurence Bras**, 69 euros. 5/Robe 100% tencel, **Valentine Gauthier**, 350 euros. 6/Sweat à capuche oversize en coton recyclé, **Quiksilver Womens**, 65,99 euros. 7/Haut manches courtes, **Morgan sur zalando.fr**, 39,95 euros. 8/Chemise imprimé nœuds et col en guipure, **Maje**, 195 euros. 9/Cardigan Shirley 100% cachemire manches mitaines, **Kujten**, 155 euros. 10/Jupe en laine tissage amazone, **ET Paris**, 195 euros. 11/Pull manches longues 90% laine, 7% viscose et 3% polyester, **Sonia Rykiel en exclusivité au Bon Marché Rive Gauche**, 490 euros. 12/Sac à main effet croco Want, **Nasty Gal**, 32 euros. 13/Tanga, **Passionata**, 19 euros. 14/Gants en cuir, **Miu Miu chez yoox.com**, 174 euros. 15/Sac Baguette, **Lancaster sur Sarenza**, 145 euros.

B. SOLFIN : L'ENGAGEMENT MADE IN FRANCE. INTERVIEW

LA FRANÇAISE PAR B. SOLFIN

Le savoir-faire français se perd. Fort heureusement, il existe des entrepreneurs audacieux, à l'instar de Ludovic Samson. Son pari : proposer des collections de mailles 100 % made in France. Cap sur LA FRANÇAISE par B. Solfin. une Maison Made in Normandie.

LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS VOUS SEMBLÉNT-ILS DE PLUS EN PLUS PRÉOCCUPÉS PAR L'IMPACT DE LEURS ACHATS ?

Avec la pandémie, il y a aujourd'hui une plus grande sensibilisation au made in France. Cependant, il y a une vraie différence entre le vouloir d'achat et le pouvoir d'achat. En effet, la fabrication française a un coût. Je constate néanmoins que nous allons vers davantage de sens dans les achats. Par exemple, nos créations sont produites à la demande et il faut parfois attendre plusieurs semaines pour les recevoir. Nos clients le comprennent. Ils sont par ailleurs de plus en plus enclins à acheter moins mais de meilleure qualité et recherchent également des produits recyclables.

PEUT-ON PROPOSER DU MADE IN FRANCE À PRIX ATTRACTIFS ?

C'est notre pari ! Pour ce faire, nous nous passons d'intermédiaires. Nous possédons notre usine en propre, en Normandie à Villiers-Bocage avec une trentaine de collaborateurs. Nous parvenons ainsi à sortir des pièces autour d'une centaine d'euros, là où les grandes marques de distributeurs qui passent par des intermédiaires proposent leurs pièces au double du prix. Il faut bien avoir à l'esprit qu'aujourd'hui en France le savoir-faire français se perd. Par exemple, il n'existe plus de formations pour les métiers de remailleurs. C'est la raison pour laquelle, nous avons choisi de les former en interne, afin de maintenir le savoir-faire. Cependant, c'est un métier qui demande beaucoup de dextérité et il faut compter trois années de formation avant qu'un remailleur soit pleinement opérationnel.

QUELLES SONT VOS INSPIRATIONS POUR LA CRÉATION DE NOUVEAUX MODÈLES ? A QUI S'ADRESSENT VOS CRÉATIONS ?

Nous avons une styliste qui conçoit nos collections. Néanmoins, nous fonctionnons différemment de l'industrie textile, c'est-à-dire que nous élaborons nos modèles en fonction des fils et des machines. En effet, il n'existe plus d'ateliers de filature en France et tous nos fils proviennent d'Italie. Nos modèles sont donc imaginés en fonction des fils que nous achetons et en fonction des machines disponibles au sein de notre usine. Nous avons deux marques, B Solfin, marque à destination des seniors, vendue en VPC et sur Internet et LA FRANÇAISE par B. Solfin, notre nouvelle marque à destination des 30 - 40 ans.



French know-how is being lost. Hopefully, there are daring entrepreneurs, like Ludovic Samson. His bet is to offer 100% made in France knitted collections. Here is LA FRANÇAISE par B. Solfin. a Made in Normandy Maison.

DO FRENCH CONSUMERS SEEM TO YOU TO BE INCREASINGLY CONCERNED ABOUT THE IMPACT OF THEIR PURCHASES ?

With the pandemic, there is now greater awareness of Made in France. However, there is a real difference between wanting to buy and the purchasing power. Indeed, French manufacturing has a cost. I note, however, that we are moving towards more purchasing concern. For example, our creations are produced on demand and you sometimes have to wait several weeks to receive them. Our customers understand this. They are also more and more inclined to buy less but of better quality and are also looking for recyclable items.

CAN WE OFFER MADE IN FRANCE AT ATTRACTIVE PRICES ?

This is our bet ! To do so, we work without intermediaries. We have our own factory in Normandy at Villiers-Bocage with around thirty employees. We are thus able to produce items for around a hundred euros, when the majority of retailer brands using intermediaries offer their articles at double the price. We must keep in mind that today in France, French know-how is being lost.

For example, there is no longer any training for knitting. This is the reason why we have chosen to train them internally, in order to maintain the know-how. However, it is a profession that requires a lot of dexterity and it takes three years of training before a knitter masters the technique.

WHAT ARE YOUR INSPIRATIONS FOR CREATING NEW MODELS ? WHO ARE YOUR CREATIONS FOR ?

We have a designer who creates our collections. However, we operate differently from the textile industry, that is, we develop our models according to the yarns and the machines. In fact, there are no more spinning workshops in France and all our yarns come from Italy.

Our models are therefore designed according to the yarns we buy and according to the machines available in our factory. We have two brands, B Solfin, a brand for seniors, sold by mail order and on the Internet, and LA FRANÇAISE par B. Solfin, our new brand for 30-40-year-olds.



vetements-lafrancaise.fr

Tiercé
gagnant

LE BON GOÛT SE CACHE DANS
VOTRE CAPACITÉ À HARMONISER
AVEC JUSTESSE LES 3 PRINCIPAUX
ACCESSOIRES D'UNE SILHOUETTE.
GANTS, SACS ET FOULARDS
S'ACCORDENT EN TOTAL LOOK
OU EN COORDONNÉ BICOLORE.



1/Cabas, **Sandro**, 245 euros - Foulard en soie, **Sandro**, 85 euros - Gants torsadés en tweed Original & Vintage, **Superdry**, 19,99 euros.
2/Sac Vitti Large Tan, **Object Particulare**, 740 euros - Lot de deux foulards en twill de soie, **Mapoésie**, 150 euros - Gants effet peau retour-
née, **Aigle**, 50 euros. 3/Sac Cassetta en toile, **Pourchet**, 80 euros - Echarpe en cachemire Johan, **Linnea Lund**, 145 euros - Gants, **Maison
Margiela**, 239 euros. 4/ Sac en cuir Osso, **Betty London chez Spartoo**, 74,99 euros - Echarpe multicolore 95% laine et 5% polyester
métallisé, **Sonia Rykiel en exclusivité au Bon Marché Rive Gauche**, 300 euros - Longs gants 100% cachemire 2 fils, **Eric Bompard**,
70 euros. 5/Cabas S lin et paillettes, **Vanessa Bruno**, 150 euros - Echarpe en laine, **Sandro**, 145 euros - Gants en maille, **Maison Margiela
chez yoox.com**, 104 euros. 6/Sac camera Joan en cuir, **See By Chloe**, 325 euros - Echarpe à franges dégradée Firna en alpaga, **Isabel Marant**,
260 euros - Paire de mouffles en fausse fourrure et cuir d'agneau, **Maison Fabre**, 250 euros.

winning
Trio

GOOD TASTE LIES IN YOUR
ABILITY TO ACCURATELY MIX
AND MATCH THE 3 MAIN A
CCESSORIES OF A LOOK.
GLOVES, BAGS AND SCARVES
GO TOGETHER AS A TOTAL
LOOK OR AS A TWO-
COLOURS MATCH.



7/Sac à dos effet foulonné, **United Colors of Benetton**, 59,95 euros - Foulard, **Madeleine**, 75,95 euros - Gants en cuir, **Gucci sur Brownfashion.com**,
430 euros. 8/Sac bandoulière en cuir Newmul, **La Fiancée du Mekong**, 55,90 euros - Foulard carré coton, **La Fiancée du Mekong**, 29,90 euros - Gants
en cuir doublure 100% laine, **Madeleine**, 125,95 euros . 9/Banane LA, **Virginie Darling**, 225 euros - Echarpe Plaudie 100% cachemire côte perlée
avec point fantaisie, **Comptoir des Cotonniers**, 95 euros - Mitaines Poitou 100% cachemire en côte anglaise, **Comptoir des Cotonniers**, 55 euros.
10/Sac cabas Cecilia, **See By Chloé**, 435 euros - Echarpe longue en maille douce tissée, **Sisley**, 39 euros - Gants seconde peau en polyamide et élasthane
recyclés, **Marine Serre sur Brownfashion.com**, 190 euros. 11/Cabas, **Sandro**, 245 euros - Etole New Dasy en cachemire, **Faliero Sarti X Jane de Boy**,
405 euros - Gants pur cachemire, **Madeleine**, 149,95 euros. 12/Lady Phone Tresor en cuir de vachette avec finition satinée, **Gérard Darel**, 85 euros -
Carré en soie, **Exclusivité Galeries Lafayette**, 30 euros - Gants en mélange de laine, **United Colors of Benetton**, 29,95 euros.

Le charme
écossais

*ROCK OU VINTAGE, L'INTEMPOREL
TARTAN S'INVITE DANS NOS
DRESSINGS. PYJAMA, ROBE,
PANTALON, CHAUSSURES ET
ACCESSOIRES... IL SE REVISITE
POUR LE BONHEUR
DU PLUS GRAND NOMBRE.*

*ROCK OR VINTAGE, THE TIMELESS
TARTAN COMES INTO OUR
WARDROBES. PYJAMAS, DRESS,
PANTS, SHOES AND ACCESSORIES...
IT CAN BE REVISITED FOR THE
HAPPINESS OF MANY WOMEN.*



1/Robe trompe l'œil à carreaux, **Maje**, 250 euros. 2/Echarpe tissée à carreaux, **La Fiancée du Mekong**, 35,90 euros. 3/Pochette Jaipur écossais suédine prune, **Mac Douglas**, 59 euros. 4/Sac en coton, **Epice Paris**, 130 euros. 5/Casquette, **Madeleine**, 75,95 euros. 6/Blouse Clavecin, **Laurence Bras**, 210 euros. 7/Pantalon ambre multicolore, **Madeleine**, 209,95 euros. 8/Manteau 100% laine vierge, **Inès de la Fressange en exclusivité au Bon Marché Rive Gauche**, 850 euros. 9/Jupe courte à carreaux style écossais, **Gemo**, 19,99 euros. 10/Manteau léger en tissu double étoffe de laine mélangée, **United Colors of Benetton**, 259 euros. 11/Veste 65 % polyester et 35% viscose, **Maria De La Orden en exclusivité au Bon Marché Rive Gauche**, 170 euros. 12/Jupe, **Urban Classics sur zalando.fr**, 24,99 euros. 13/Pull à manches courtes, 59 euros, jupe en maille motif à carreaux, 69 euros, **8 by Yoox**. 14/Chaussettes Kim, **Royalties**, 21,50 euros. 15/Sneakers à plateforme Lug, **Toms**, 70 euros. 16/ Charentaises Violette, **L'Atelier Charentaises**, à partir de 44 euros.



Beau
d’hiver

*ON FAIT LE PLEIN D’INSPIRATION
PARMI UNE SELECTION DE BASICS
MASCULINS INTÉPRETÉS ET
DES PIÈCES AUX LIGNES PLUS
SURPRENANTES... UN VRAI MIX
D’ÉLEGANCE : LA CLÉ D’UN
STYLE RÉUSSI.*

*BE INSPIRED BY A SELECTION OF
TIMELESS MEN BASICS AND ITEMS
WITH MORE SURPRISING STYLE...
A REAL MIX OF ELEGANCE : THE
KEY TO A SUCCESSFUL STYLE.*



1/Pull jacquard, **Aigle**, 140 euros. 2/Baskets tricolores, **Brummell au Printemps**, 175 euros. 3/Chemise à carreaux en flanelle de coton, **Burton of London**, 90 euros. 4/Chino marine Maxence en coton, **Figaret**, 145 euros. 5/Chaussettes Dog days, **Jimmy Lion**, 9,95 euros. 6/T-Shirt Bysapick couleur piscine, **American Vintage**, 50 euros. 7/T-Shirt Fizvalley couleur Musca vintage, **American Vintage**, 70 euros. 8/Gants Bogey, **Armée de l’Air et de l’Espace X Aero-Design**, 98 euros. 9/Boxer long, **Impetus**, 34,95 euros. 10/Sneakers « Sweeto » en cuir vachette pleine fleur nubucké marbré couleur vert aqua, **Arche**, 320 euros. 11/Bonnet jacquard, **Atlas for Men**, 6,95 euros. 12/Pull Tajman Cameleon chiné, **American Vintage**, 130 euros. 13/Blouson Suédine, **Atlas for Men**, 39,95 euros. 14/Bonnet en tricot Dew, **Nobis**, 179,95 euros. 15/Short Leighton, **Rails**, 98 euros. 15/Bottillon en cuir suédé à double boucle 100% cuir, **Fratelli Rossetti**, 740 euros.

Montre
-moi

*PLEIN FEU SUR LES MONTRES
QU’IL NE FAUT PAS MANQUER.
LA MANUFACTURE DE CES
PIÈCES D’EXCEPTION RELEVÉ
DU GRAND ART... DONNANT
PARFOIS À SA FONCTION
PREMIÈRE UN SECOND RÔLE AU
PROFIT DU PLAISIR DES YEUX.*

*SPOTLIGHT ON WATCHES THAT
SHOULD NOT BE MISSED. MANU-
FACTURING THESE EXCEPTIONAL
PIECES IS GREAT ART ... GIVING
SOMETIMES TO ITS FIRST FUNC-
TION A SUPPORTING ROLE FOR
THE PLEASURE OF THE EYES.*



LA MARMOTTE QUI A LE VENT EN POUPE



S’il y a bien un indispensable pour les hommes, ce sont les montres ! Quoi de plus chic que de l’assortir à sa tenue ? Pour transporter ces précieux accessoires, Avel & Men a créé une marmotte des plus stylées, la “Ploumanac’h”. Dans un cuir de qualité, les soufflets permettent de ranger les montres tête bêche et à plat pour une protection optimale du verre. La marmotte s’enlace par un noeud de chaise à l’aide d’une fermeture par bout (cordage technique) et d’une doublure tissu « lignes de vent » en référence à l’ADN de la marque familiale bretonne qui ancre ses valeurs dans celles de l’horlogerie et de la navigation. Pour en faire un objet unique, la marque propose de personnaliser la marmotte. L’attention délicate qui fera son effet, à coup sûr !

Coloris : Navy ou Camel - 149 € - www.avel-and-men.com

1. Le parfait équilibre entre le savoir-faire de la Maison Frederique Constant associé à un design scandinave et minimaliste. 1988 Moonphase, édition limitée à 100 exemplaires, 3 349 euros, **About Vintage X Frederique Constant**, fr.aboutvintage.com. 2. Digne héritière de la collection originelle, cette montre raffinée s’offre un nouveau boîtier 41 mm. Modèle Grande Seconde Bordeaux, 20400 euros, **Jaquet Droz**, www.jaquet-droz.com. En vente chez **Legacy store**. www.legacy.paris 3. Arborant le label « Go For Good », cette montre fonctionne grâce à l’énergie solaire. Louis 42 mm, 159 euros, **Louis Pion**, www.louispion.fr. 4. Totalement magnétique, son cadran squelette est tout simplement captivant. Collection Automatic, Modèle 325C439, 299 euros, **Pierre Lannier**, www.pierre-lannier.com. 5. 18 mois de recherche et développement ont été nécessaires pour la montre éco-responsable la plus aboutie au monde. AW.01-ELT02, 280 euros, **Awake**, en vente au Bon Marché Rive Gauche, www.24s.com/fr-fr/le-bon-marche. 6. Une allure distinguée pour une montre radicalement connotée 70’s. Montres AM2 Electriques, 595 euros, **March Lab**, en vente au Printemps, www.printemps.com. 7. Une référence depuis sa création il y a 15 ans qui ne cesse d’intégrer les dernières innovations. Master Control Date, 7000 euros, **Jaeger Lecoultrre**, www.jaeger-lecoultre.com. 8. La couleur de son cadran reprend à l’identique la teinte spéciale du mythique coupé italien : la Lamborghini Miura de 1969 de Fred Lip, Chronographe Rallye Automatique Cadran Vert, édition limitée à 999 exemplaires, 1490 euros, **Lip**, www.lip.fr. 9. Sa lunette tournante graduée 12 heures permet de paramétrer un deuxième fuseau horaire. Rise Silver Slate Steel, 299,90 euros, **Kapten & Son**, www.kapten-son.com. 10. Robuste et design, une montre pour les hommes qui aiment les objets simples et fonctionnels. Montre **Arctik** Escale Blanc, 99 euros, **Histoire d’Or**, www.histoiredor.com



de *Etincelle*
SOUVENIRS

A chaque époque sa musique, ses inventions, ses événements forts et personnages clés... autant de références qui marquent une génération. Une compartimentation historique ou culturelle bien rodée qui contribue à identifier les styles et mode de vie de chaque décennie.

Each era has its own music, inventions, strong events and key personalities... so many references that mark a generation. A well-established historical or cultural compartmentalization which helps to identify the styles and way of life of each decade.

IL existe pourtant des exceptions qui traversent le temps et officient dans les poches et sacs aussi bien des Baby-Boomers que des générations X et Y.

Trans-générationnel, depuis les années 30, Zippo a accompagné près d'un siècle de vies avec son légendaire briquet. Ancré dans les racines de la culture américaine puis dans le monde entier, il fait figure de référence en matière de durabilité et de fiabilité. Une icône sans âge ! A mi-chemin entre de l'admiration et de la nostalgie, on a tous eu ou connaissons tous une personne ayant eu ce petit objet argenté qui s'ouvre avec un bruit bref de métal frotté et fonctionne avec de l'essence, peu importe la force du vent. Un accessoire discret qu'on utilise d'une seule main en claquant des doigts, on pourrait presque parler d'une madeleine de Proust sous forme d'étincelle de souvenirs.

Pour les plus anciens, il est l'un des symboles qui a accompagné les soldats lors de la Seconde Guerre mondiale, avant de devenir dans les années 60 populaire et notamment incarner le signe de ralliement musicaux, celui qui marque LA chanson du concert où l'émotion est à son pic, celui qu'on appellera le « moment Zippo ».

However, there are exceptions that have defied time and are found in the pockets and bags of Baby Boomers as well as X and Y generations.

Since the 1930s, the transgenerational Zippo has accompanied nearly a century of lives with its legendary lighter. Rooted in the American culture and then throughout the world, it is a benchmark in terms of durability and reliability.

An ageless icon ! Halfway between admiration and nostalgia we have all had or we all know a person who had this little silver object that opens with a brief noise of rubbed metal and works with gasoline whatever the force of the wind. A discreet accessory that can be used with one hand while snapping your fingers, one could almost speak of a past reminder in the form of a lighter flame.

For the oldest, it is one of the symbols that accompanied the soldiers during the Second World War, before becoming popular in the 60s and in particular embodying the musical rallying sign, the one that marks THE song of the concert when the emotion is at its peak, what we will call the »Zippo moment«.

Zippo s'adresse au plus grand nombre, hommes et femmes. Plus qu'un briquet, charismatique, il est devenu un accessoire de mode et contribue à la finition d'un look. Sa ligne évolue au fur et à mesure et revêt une finesse et une élégance à toute épreuve, tout en conservant son ADN d'origine. L'objet a d'ailleurs été au centre de plusieurs scènes de cinéma, de théâtre et de télévision. Un acteur à part entière qui entre ainsi dans l'histoire de toutes ces générations et les rassemble !

Aujourd'hui il affole même les collectionneurs aguerris qui ont bien compris le capital sympathie qu'il laisse sur son passage. Un facteur auquel s'ajoute une valeur non des moins exceptionnelles, celle de la promesse de la marque : quel que soit l'âge ou l'état du briquet Zippo, il conserve sa garantie à vie. Un joli pied de nez dans un monde où tout est régi de produits jetables ou par une obsolescence programmée !

Face à cette Success Story, les héritiers du célèbre inventeur George G. Blaisdell, ont choisi d'élargir la gamme avec des accessoires lifestyle en adéquation avec les valeurs de la marque. Désormais, en plus de la belle flasque, des chauffe-mains et des consommables pour entretenir son briquet, Zippo a imaginé une ligne de bijoux (pendentif, bague, bracelet), maroquinerie pour homme (besace, portefeuille, porte-carte, porte-clefs, trousse de voyage) et des lunettes de soleil.

La marque revisite ici tous les basiques d'un vestiaire masculin avec une touche US bien marquée. Avec ses finitions robustes et discrètes, le style de cette nouvelle ligne d'accessoires prend parfois des allures Vintage qui défient le temps et la chronologie de l'histoire. Et si on écrivait une nouvelle page ensemble ?



Zippo is aimed at the greatest number, men and women. More than a charismatic lighter, it has become a fashion accessory and contributes to the final touch of a look. Its line evolves over time and takes on an unfailing simplicity and elegance, while retaining its original DNA. The object has also been at the center of several scenes in cinema, theater and television. A full-fledged actor who thus enters into the history of all these generations and brings them together !

Today it even panics seasoned collectors who understand the sympathy it leaves in its path. A factor to which is added a value not the least exceptional, that of the promise of the brand : Regardless of the age or condition of the Zippo lighter, it retains its lifetime warranty. A nice snub in a world where everything is governed by disposable products or by programmed obsolescence !

Faced with this Success Story, the heirs of the famous inventor George G. Blaisdell have chosen to expand the range with lifestyle accessories in line with the values of the brand. Now, in addition to the beautiful flask, hand warmers and consumables to maintain his lighter, Zippo has imagined a line of jewelry (pendant, ring, bracelet), small leather goods for men (bag, wallet, card holder, keyring, travel kit) and sunglasses.

Here, the brand revisits all the basics of a men's wardrobe with a distinct US touch. With its strong and discreet lines, the style of this new line of accessories sometimes takes on a Vintage allure that defies time and the chronology of history. What about writing a new story together ?



LIFE-STYLE

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

CHRISTOFLE
PARIS



Fabriqué en France

www.drouault.net



L'ÂGE DE RAISON

La Sivolière, l'institution la plus discrète de Courchevel, est LE lieu à découvrir, ou redécouvrir. On aime l'ambiance chaleureuse et le cadre de ce luxueux chalet de 35 chambres, suites et appartements. Pour passer le cap de la cinquantaine, il vient d'être entièrement rénové dans un style alpin revisité. On y va aussi pour son restaurant Le 1850, et son magnifique Spa Odacité. A deux, entre amis, jeunes ou futurs parents, avec son animal de compagnie, ici règne l'esprit d'une grande maison de famille... comme on en rêve.



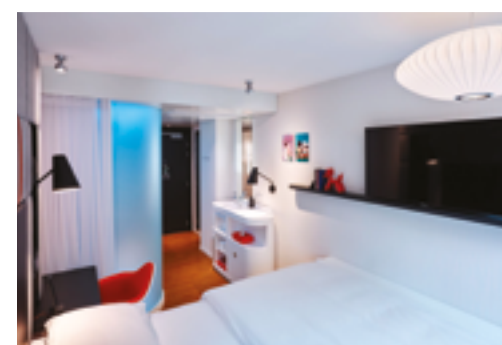
www.hotel-la-sivoliere.com



La Hollande à Paris

CitizenM ouvre son 4^e établissement. Le groupe néerlandais a choisi l'un des plus beaux quartiers de Paris pour prendre place dans la Ville Lumière. Situé en bas des Champs-Élysées, le CitizenM va à la rencontre des touristes, voyageurs d'affaires, mais aussi des parisiens en quête de nouveaux lieux modernes et contemporains mais surtout abordables pour partager un moment convivial entre amis.

CitizenM Paris Champs Elysées 128, rue de la Boétie 75008 Paris.
Chambre à partir de 129 euros



LA NOUVELLE MASCOTTE DU BRISTOL PARIS S'APPELLE *Socrate*

So chic, so cat, socrate...

Tradition oblige, Fa-raon, le sublime félin qui sied depuis onze ans dans le Palace parisien, prend sa retraite et laisse la place à son jeune fils Socrate, né le 15 juin dernier. L'emblématique Hôtel Bristol Paris héberge en ses lieux un gardien à 4 pattes, de père en fils, de chat en chaton, pour le bonheur de ses résidents. Avec sa robe de soie neige aux nuances gris perle et ses pattes gantées, Socrate a su rapidement trouver sa place dans le cœur des résidents tant attachés à ce témoignage de quiétude, de joie et de gaité. De la philosophie il n'en a que le nom, ses préoccupations sont, pour le moment, celles d'un chaton au destin exceptionnel qui jouit à sa guise d'un décor somptueux. Vous l'aurez compris, Socrate n'est pas un chat ordinaire ! Aussi, ne soyez pas surpris si vous croisez cet adorable petit Sacré de Birmanie sautant de commodes en consoles, s'enivrer de bouquets de fleurs, s'alanguir sur les fauteuils Louis XVI, flâner dans le jardin



éco-responsable pour une chasse aux papillons ou même jouer à cache-cache avec le personnel de l'Hôtel. Une insouciance et une fraîcheur qui raviront les habitués des ronrons bien rodés du patriarche Fa-raon qui aimait s'installer stratégiquement sur le comptoir du concierge. Même si la relève se fait en douceur, sa démarche déjà bien assurée donne l'impression que l'esprit de ses ancêtres veille sur le bon déroulement de cette transmission !

Le Bristol Paris 112 rue du Faubourg-Saint-Honoré, 75008 Paris



A Noste. Revenir à une cuisine bucolique est un peu la madeleine de Proust de chacun. On a tous en mémoire un plat familial cuisiné par nos parents, grands-parents, cette recette qui réunissait toute la tribu chaque semaine, autour d'une immense table endimanchée. A Paris, A Noste est un restaurant rustique chic qui réinterprète ce concept de convivialité. L'évocation du partage est intrinsèque au nom. Ainsi, sur de grandes tables d'hôtes pouvant accueillir jusqu'à 20 personnes, chez A Noste on déguste par petites bouchées, on picore avec les doigts ou on plonge sa fourchette dans l'assiette de son voisin, son amie ou son compagnon. Pas moins de 26 tapas à l'accent du Sud-Ouest, une perspective très méditerranéenne au cœur de la Capitale ! Pour la saison A/H 21-22, A Noste, affirme son goût pour les saveurs espagnoles avec sa bûche au foie gras aux teintes rouge-groseille dans laquelle s'entremêlent piquillos, liqueur de pruneau anisée, mousse de foie gras. On le sait, à chaque table son interprétation de la bûche, celles des Maisons Guy Martin jouent décidément de la diversité... c'est absolument fabuleux, aussi bien à voir qu'à déguster.

Tapas à partir de 9 euros. Réservation possible à partir de 8 personnes. Bûche : 68 euros.
A NOSTE 6 bis rue du 4 Septembre, 75002 Paris
www.a-noste.com

LE GRAND COLBERT,
l'incontournable

Le Grand Colbert est LA brasserie parisienne incontournable pour qui souhaite découvrir la Capitale et son histoire. A deux pas du Palais Brongniart, du jardin du Palais Royal et de la place des Victoires, tel un monument à visiter, il s'inscrit dans un parcours touristique et gastronomique. En mode brasserie ou salon de thé, sa carte répond à toutes les envies. On y vient aussi pour les talents de Muriel qui signe tous les desserts de la carte du restaurant avec un large éventail de créations. Entourée de sa brigade, depuis son arrivée, elle a su revisiter toutes les propositions du Grand Colbert, en suivant le rythme des saisons et en s'inspirant de la nature. On craque pour le chou Paris-Brest aux noisettes du Piémont ou encore le dôme chocolat pur origine et croustillant praliné ; la tarte aux citrons de Menton devrait également ravir plus d'un bec sucré. Quant au baba et son cœur crémeux vanille et chantilly fermière au rhum légèrement fumé « jardin fruité » il vous laissera coi, empli d'émotions folles, avec cette furieuse envie de recommencer l'expérience.

Le Grand Colbert 2, rue Vivienne 75002 Paris
www.legrandcolbert.fr



IL EST SORTY PAR ICI,
IL REPASSERA PAR LÀ...

Les derniers mois nous auront permis de prendre conscience qu'il n'y avait rien de plus vrai que les échanges et activités à plusieurs, en réel et de visu.

SORTY est un concept original pour vivre ensemble des expériences originales. En couple, entre amis, en famille, même pour une « date », la plateforme a imaginé près de 250 idées clefs en main et des propositions sur-mesure. De quoi se créer des souvenirs absolument fabuleux. Le plus difficile sera de choisir car la liste des propositions est longue. En effet, le catalogue des expériences mixe culture, fun, gastronomie, sport... Il y en a pour tous les goûts. Autre avantage, on peut combiner les expériences. Pour les plus accros, vous pouvez vous abonner, devenir membre du club et bénéficier d'un abonnement mensuel (3,99 euros) qui donne accès à des remises sur de nombreuses activités, à une ligne téléphonique de conciergerie éditée et à des expériences et événements exclusifs. Enfin, pour ceux en manque d'idée pour faire plaisir, pensez aux chèques-cadeaux.

A partir de 8 euros. www.sorty.co

LA CARTE DU QUOTIDIEN

En partenariat avec Visa et BNP Paribas, Accor s'ouvre au plus grand nombre en proposant une carte de paiements qui permet de cumuler des points. Profitez d'avantages exclusifs, réservés aux membres du programme de fidélité ALL. Au quotidien, les achats rapportent des points qui sont ensuite échangeables contre des expériences uniques! Nuits d'hôtel, concerts, événements sportifs... Des moments à partager en famille, entre amis ou prendre du temps pour soi ! Plus qu'une carte de paiements, ALL-Visa présente de nombreux privilèges : achats et retraits sans frais à l'étranger, meilleures



assurances du marché, tarif le plus avantageux pour réserver un séjour... Un compagnon du quotidien, personnalisable selon ses envies, ses besoins et son style de vie !

ALL - ACCOR Live Limitless, www.allvisa.fr

FACILITATEUR DE PROJETS



Credissimmo.fr

Mar'co



Combinaison en vente sur looktherain.com

Repas sur place · Vente à emporter

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



Va, vis et vois...

CAPTER ET ENREGISTRER LES MEILLEURS INSTANTS DE SA VIE. À N'IMPORTE QUEL MOMENT, MÊME DANS DES SITUATIONS DE FAIBLE LUMINOSITÉ... TEL EST LE DÉFI QUE HUAWEI RELEVÉ AVEC SA TOUTE NOUVELLE INNOVATION : LE HUAWEI NOVA 9.

CAPTURE AND RECORD THE BEST MOMENTS IN YOUR LIFE, AT ANY TIME, EVEN IN LOW LIGHT SITUATION ... THIS IS THE CHALLENGE THAT HUAWEI IS TAKING UP WITH ITS BRAND NEW INNOVATION : HUAWEI NOVA 9.

Soucieux de répondre à ses nouveaux consommateurs, le HUAWEI nova 9 répond à une exigence toujours plus acérée et cumule les fonctionnalités : téléphone, photos, vidéos. Il peut également fonctionner comme unité de stockage externe connectée sans fil pour un PC. Conçu pour une utilisation quotidienne et en images, ce nouvel appareil multifonctions est doté d'un puissant système de caméra Ultra Vision 50Mp. Une réalité qui augmente toutes les chances de partager immédiatement le spot magique où l'on se trouve ou tout simplement relayer son actu sur les réseaux sociaux en un claquement de doigts. Photos de nuit, panoramas, portraits, gros plans, il permet de filmer n'importe quel contenu vidéo avec une qualité quasi professionnelle, et ce grâce à l'enregistrement vidéo 4K et la stabilisation vidéo « AI Image Stabilisation ».

On peut également basculer entre les caméras avant et arrière, ce qui permet de filmer de manière fluide une Story dans un seul fichier vidéo. L'enregistrement vidéo à double vue permet de montrer nos propres réactions en direct, en utilisant simultanément les caméras avant et arrière, sans montage. Pour les photos en mouvement comme pour les photos figées, la reconnaissance AI Snapshot est prise en charge pour maintenir la clarté lors de la capture de moments mémorables. Une fois de plus, HUAWEI a tout prévu : sur un trépied le modèle nova 9 prend également en charge l'obturateur à distance, pour que l'on n'ait pas à se soucier des cadres gênants lorsque l'on prend une photo de groupe avec ses amis.

Un plus et non des moindres, les techniques d'édition sont simplifiées grâce à un système de mots clés pour identifier les images et vidéos que l'on souhaite trouver dans la galerie et l'appareil peut identifier intelligemment tout média pertinent. Une performance remarquable que les amateurs de jeu sur smartphones apprécieront tout autant car ce modèle est propulsé par le processeur Qualcomm Snapdragon 778G 4G et utilise la technologie AI propre à Huawei et ainsi offrir une expérience de jeu mobile incroyable. Enfin, on apprécie aussi son excellente autonomie grâce à sa batterie haute capacité de 4300mAh et son mode de mise à l'arrêt qui réduit au minimum les temps de pause.

EXPÉRIENCE PUISSANTE, EXCITANTE ET IMPRESSIONNANTE ASSURÉE !
Disponible en trois couleurs Starry Blue, Crush Green et Black. HUAWEI nova 9. 499 euros. consumer.huawei.com

Anxious to respond to its new consumers, HUAWEI nova 9 meets ever more demanding requirements and combines features : phone, photos, videos. It can also function as a wireless connected external storage unit for a computer. Designed for everyday use and in pictures, this new multifunction device has a powerful 50 MP Ultra Vision camera system. A reality that increases all the chances of sharing the magic spot you are in almost immediately or simply relaying your stories on social networks in a snap. Night photos, panoramas, portraits, close-ups, it allows you to shoot any video content with almost professional quality, thanks to 4K video recording and video «AI Image Stabilization».

You can also switch between the front and rear cameras, which allows you to smoothly film a Story in a single video file. Dual-view video recording allows us to show our own reactions live, using the front and rear cameras simultaneously, without montage. For both moving photos and still photos, AI Snapshot recognition is supported to maintain clarity when capturing memorable moments. Once again, HUAWEI has anticipated everything : on a tripod, the nova 9 also supports the remote shutter, so you don't have to worry about annoying frames when taking a photo of group with his friends.

Most importantly, editing techniques are simplified with a system of keywords to identify the images and video you want to find in the gallery and the device can cleverly identify any relevant media. A remarkable performance that smartphone gaming enthusiasts will appreciate just as much because this model is powered by the Qualcomm Snapdragon 778G 4G processor and uses Huawei's own AI technology and thus offers an incredible mobile gaming experience. Finally, we also appreciate its excellent autonomy thanks to its high capacity 4300mAh battery and its shutdown mode which minimizes downtime.

POWERFUL, EXCITING AND INSPIRING EXPERIENCE GUARANTEED !
Available in three colors Starry Blue, Crush Green and Black. HUAWEI nova 9. 499 euros. consumer.huawei.com

UNE HISTOIRE

de famille

La nature, source inépuisable d'inspiration pour Koustrup & Co. Depuis 4 générations, cette entreprise familiale partage ses illustrations fleuries et animalières afin de décorer son intérieur avec raffinement. Des posters, tableaux, torchons, livres botaniques, parures de lit bio sur lesquels sont apposés des croquis créés par les meilleurs artistes botaniques et zoologiques contemporains. Pour leur nouvelle collab', Koustrup & Co a fait appel à Jim Lyngvild, designer et multi-artiste. C'est dans les trésors cachés qu'il a puisé son inspiration, faisant écho aux carreaux hollandais du XVIIIe siècle. Mélange de nouveau et d'ancien, de classique et de moderne, cette collection est faite de matériaux de haute qualité. Une touche vintage qui ira à merveille dans tous les intérieurs !

Koustrup & Co, koustrupco.dk/fr



A NOS CÔTÉS

La nouvelle collection Marbrée de la marque Côté Bougie est un pur joyau qui mêle graphisme, art de vivre, amour des matières et belles fragrances. Dans le respect des traditions grassoises, chaque produit est élaboré avec une sélection minutieuse de matières premières et naturelles. Cette fabrication artisanale permet ainsi de proposer une ligne délicate déclinée en trois couleurs (terracotta, lagon et noir) et trois familles olfactives (florales, gourmandes ou orientales). Des orientations qui ne manquent pas de rappeler

le riche terroir du Maroc. On aime aussi l'initiative et l'engagement de Côté Bougie qui a choisi une coopérative féminine d'Essaouira pour le travail du raphia tressé à la main. Elles peuvent ainsi travailler ensemble à la production et à la vente des produits issus de leur talent.

Format S : 35 euros. Format M : 69 euros. Format L : 110 euros. Format XL : 275 euros
www.cotebougie.com

MON PETIT *bouchon*

Le Comptoir de Loulou est une entreprise française qui propose des bouchons réutilisables et personnalisables. Fabriqués en liège naturel et en bois verni, ils sont les nouveaux complices de tous les messages que vous souhaitez faire passer de façon directe ou subliminale... On le sait, en France, les instants de partage autour d'un bon plat engage la convivialité. Un moment de festivités dont le début est souvent indiqué par le doux bruit d'une bouteille que l'on débouche (avec ou sans alcool) ; celui-là même qui éveille les sens ! Le Comptoir de Loulou y a vu l'occasion d'y ajouter un petit brin de fantaisie. Grâce aux multiples propositions de gravure qu'offre la jeune marque, il est possible de réaliser de manière originale et unique une annonce de mariage, un message d'amour ou toute autre pensée.

12 euros l'unité.
www.lecomptoirdeloulou.fr



Beau, bon et bien

Au cœur du 7^e arrondissement, se situe l'Hôtel-Spa Le Narcisse Blanc. Un nouvel espace récemment inauguré où règne une alchimie de détails Art Déco mêlés à l'Art Contemporain. C'est dans ce très bel écrin épuré que le Spa Clarins s'installe en résidence avec une carte de soins pointus qui met en lumière le savoir-faire professionnel de la Maison. Des protocoles pour femme et homme, développés sur-mesure selon des orientations de bien-être holistique. On le sait la marque est sensible à l'accompagnement de ses hôtes dans une réflexion globale et notamment jusque dans leur assiette ! En effet, après le soin, la marque recommande de poursuivre l'expérience et d'associer ce moment de relaxation et de relâchement à un rendez-vous épicurien et équilibré. Ensemble, le Dr Olivier Courtin-Clarins et le Chef de cuisine Brun Aubin ont élaboré à la carte du restaurant Cléo, un menu qui revendique à la fois un certain classicisme et une audace de créativité. La gourmandise quant à elle s'invite de l'entrée au dessert. Un gage qui vaut à ce menu le titre de « Signature » : Le Menu bien-être Clarins by Olivier Courtin-Clarins. Quand on vous dit qu'il n'y a pas de mal à se faire du bien...



Le Narcisse Blanc, 19 bd de la Tour-Maubourg 75007 Paris. lenarcisseblanc.com
Le Menu bien-être Clarins by Olivier Courtin-Clarins. Tous les jours de 12h à 14h, 49 euros.
Offre Menu bien-être et massage visage ou corps Clarins 1h, 210 euros.



Paysage d'hiver

Dotée d'un très grand sens de la poésie, Anne de Solène dévoile une nouvelle collection de linge de maison et d'office au charme bucolique. Une ligne où esthétisme et qualité sont les garants de vos nuits douces. En effet, toute la collection est élaborée à partir de textiles Oeko-Tex, garantis éco-responsable. Ce label confirme la qualité du tissu et des accessoires utilisés, de la fabrication du fil jusqu'au produit fini et l'absence de substance nocive pour la santé et l'écologie. Les skieurs alpin et patineurs sur glace de la Collection Solstice nous rappellent les scènes d'hiver des peintres d'autrefois et nous invitent à rêver. Farniente, sieste, de jour comme de nuit, elle donne envie de se lover dedans et de ne plus en sortir ! Cette attirance irrésistible réside dans le savoir-faire irréprochable que la marque met en œuvre. Matières, couleurs et motifs insufflent l'élégance de chacune de ses créations. Parures Haut Couture pour des nuits hautes en couleurs !

PERCALE 80 FILS/CM² COTON OEKO-TEX Housse de couette 240 x 220 cm : 220 €
www.anne-de-solene.com

LE PASCO
Maison Guy Martin

Si vous cherchez des notes et des senteurs du Sud dans la Capitale, le Restaurant Bistronomique LE PASCO est LE lieu renommé à Paris (dans le 7^e) dont la cuisine est tournée vers le soleil. Bien sûr on y retrouve les ingrédients qui font chanter les papilles, des poissons, des légumes colorés, des épices et l'emblématique huile d'olive... une cuisine méditerranéenne certes, mais une carte 100% garantie fine, légère et créative, grâce au savoir-faire de l'excellent Chef ! A Noël, les becs sucrés pourront tester une création originale de Bûche Macaé Goyave Passion, qui marie les saveurs tropicales aux chocolats noir et blanc, et révèle en bouche une douceur unique. Pour couronner le tout, il faut souligner l'accueil et le service irréprochable qui confère à cette table gourmande un moment de dégustation inoubliable et donc un grand merci à Khaled sans qui nous n'aurions pas vécu l'expérience pleinement !

74 boulevard de la Tour-Maubourg
Paris 7^e. www.restaurantpasco.fr



AUGUSTIN Bistrot

Si vous aimez la cuisine créative, rendez-vous chez AUGUSTIN où le Chef Vincent Deyres s'inspire chaque jour des meilleurs produits du marché. C'est une cuisine chaleureuse et conviviale que ce féru des fourneaux met en scène pour faire plaisir à ses convives. Grâce à son parcours gastronomique, il possède toutes les bases du bon goût pour ajuster dans nos assiettes des mets raffinés sans paillettes mais plein d'amour. La Corse inspire certains de ses plats, une terre chère à son cœur et où il a exercé pendant longtemps.



et on profite du charme du quartier. La nuit, après avoir déambulé dans les rues de la Capitale, et avant de rentrer se coucher, ce pub devient le lieu de ralliement de tous les noctambules. On craque pour un Cheese Burger, ou l'incontournable T-Bone de 1 kg. On salive rien qu'à l'évocation de ce bœuf Angus et son jus, découpé à table pour le bonheur de tous. Pour les becs sucrés, on vous recommande le Dark Night Chocolate Cake, un fondant au chocolat noir St-Domingue et sa crème anglaise. Pour un peu plus de fraîcheur, optez pour le Granola Cheesecake fabuleux nappé de sa cream cheese au citron vert. Vous l'aurez compris, si vous séjournez à Paris tout mène ici...

PUB St-GERMAIN 17, rue de l'ancienne comédie, paris 6^e. pubsaintgermain.com
Métro Odéon, Saint-Germain-des-Prés, Mabillon.



Un petit clin d'œil raffiné qui mêle les senteurs du Sud au Nord ; une cuisine de caractère ! Cette brasserie est une belle trouvaille. On vous la recommande !

79 rue Daguerre 75014 Paris www.augustin-bistrot.fr

ALLEZ, VIENS À ST-GERMAIN !

N'est pas Parisien celui ou celle qui n'a jamais testé le Pub St-Germain. Lieu emblématique du 6^e arr. de jour comme de nuit, il est le rendez-vous de tous les instants. Le cadre, l'ambiance, la carte... tout est fait pour garantir une expérience 100% conviviale, voire de haute voltige. En effet, couché tard ou réveillé tôt, les équipes du Pub St-Germain se mettent en quatre pour satisfaire nos envies. En service continu, de midi à 2h en semaine et de midi à 6h du jeudi au samedi, tout est prétexte pour s'y arrêter. Un petit café au bar, une pizette à la truffe ou une burrata tomates basilic sur le pouce à l'heure du déjeuner. Ici aucune faute de goût, avec la variété de produits frais et de saison on ne peut pas se tromper. Un break après le travail ? On s'y retrouve à l'heure du happy hour

Le Grand Vefour

Parmi les tables de légende du Paris historique, dans le quartier du Palais-Royal, se situe l'un des plus anciens restaurants de la capitale. Classé parmi les 20 plus grands restaurants du monde, le Grand Vefour est une institution à tester au moins une fois dans sa vie ! Une Maison historique qui a pris un nouvel élan depuis que le Chef Guy Martin en est devenu propriétaire. Depuis 10 ans, il apporte à ce haut lieu de la gastronomie française des inspirations étonnantes : souvenirs de voyages, couleurs, senteurs, sensations, émotions... autant de stimulations que de possibilités gustatives ! Un mélange de tradition et de modernité que le chef sommelier Romain Alzy aime sublimer en apportant son expertise et ses conseils pour des accords parfaits. Un véritable coup de cœur pour ce restaurant qui ne cesse de se surpasser pour offrir l'expérience d'une table gastronomique à des prix abordables. Qui dit lieu chargé d'histoires dit coutumes et poésie... Comme chaque année, la Maison Guy Martin imagine une création pâtissière unique pour Noël. 2021 sera couronnée par une bûche vanille, bergamote et yuzu. Elle fait la part belle aux agrumes et affirme dès la première bouchée un goût délicatement équilibré entre acidité et douceur. Avis au gourmet, on réserve sa table dès maintenant.

Le Grand Vefour - 17 Rue de Beaujolais, 75001 Paris. www.grand-vefour.com



Dites 37...

Le plus arty des hôtels parisiens. Si vous cherchez un coin de paradis, calme et beau du sol au plafond, le 37 Bis est un refuge chic et discret, un trait d'union entre les exigences d'une hôtellerie confidentielle, une majestueuse Maison d'hôte et l'envie irrésistible de fuir (à moins de 10 minutes) le bruit de la Capitale. C'est la porte juste à côté !

Hotel 37 bis 37 avenue du Roule 92200 Neuilly-sur-Seine. le37bishotel-paris.com



Pif ! Paf ! Pouf !



Longtemps mis de côté, le pouf fait son grand retour. Plus qu'un simple fauteuil, le pouf revient comme un objet de déco à part entière. T'en Fais Pas ! C'est français le remet au goût du jour et lui ajoute un supplément de durabilité ! 100% développement durable, son assise est garantie à vie et sa housse déhoussable afin de la changer au gré de ses envies ! Provenant de Roanne, la base bois de 6 kg garantit confort et résistance. Quant aux housses, elles sont confectionnées à Vailsonne à partir de tissus recyclés. Enfin, pour chaque pouf acheté, 1m² de forêts arborées est financé. Parce qu'il tient à cœur à T'en Fais pas ! C'est français de mettre en lumière de jeunes designers français, la marque a demandé à deux d'entre eux de signer la collection Maison 2021, dans des univers colorés et décalés. De quoi moderniser les intérieurs !

Ci-dessus : Pouf Le Radieux, 289 euros
Le Julien Michaud, Série limitée à 250 exemplaires numérotés et signés en velours, 349 euros / Nicolas Guillamet pour TFP, à partir de 289 euros, T'en Fais pas ! C'est français, www.t-f-p.fr



Dormir sur ses deux oreilles

La Maison Drouault est une manufacture de plumes et duvet destinés à la fabrication d'édredons, d'oreillers, de traversins, couettes et surmatelas. Elle met en avant un corps de métier digne de l'artisanat français, noble et rare. Une expertise qui se transmet de génération en génération, de mains en mains, plume en plume, depuis 1850. Elle appartient aujourd'hui au groupe Dodo, mais n'en garde pas moins son autonomie et sa richesse d'expression en termes de développement de sa marque et d'ingéniosité.

Mystères et bonnes bouteilles !

Ce jeu de dégustation de vin permet de mettre un pied dans l'œnologie de manière ludique et amusante. Accessible à tous, quelque soit le niveau de dégustation, Mystères et bonnes bouteilles se joue entre 2 et 10 joueurs et promet de délicieux moments de partage et de convivialité. A partir de quiz à choix multiples, les questions concernent la couleur du vin, ses arômes et les sensations en bouche, ainsi que l'élevage, l'encépagement et la région d'origine. Grâce aux livrets et aux 15 cartes indices, le jeu guide les participants au cours de leur dégustation à l'aveugle. Inédit, Mystères et bonnes bouteilles offre la possibilité de découvrir l'histoire de 3 bouteilles parmi les 4 versions proposées : Rouge, Blanc, Rouge Bio et Bulles. Authentiques, les vins sont issus de vignerons passionnés par leur métier et utilisant des méthodes respectueuses de l'environnement. Le gagnant offre le prochain coffret ?!



Mystères et bonnes bouteilles, 60 euros le Coffret (hormis le coffret Rouge Bio, 65 euros) livraison comprise sur : www.mysteresetbonnesbouteilles.fr
Disponible également en épicerie fines, cavistes, bars à vins, et natureetdecouvertes.com

CADEAU DE NOËL ARTY !

My Story Box est LE cadeau original par excellence. A travers des sticks de bois colorés, Charlotte de Saint Seine, la créatrice, interprète de belles histoires, pour petits et grands. Délicatement disposés dans un écran de bois, les bâtonnets stimulent l'imagination et attisent la curiosité. Pour Noël, Charlotte et son mari Adrien ont sélectionné 2 collections : « Les Contes » sont une interprétation artistique des histoires de notre enfance ; « Les Toits du Monde » représentent les plus belles capitales à travers un jeu de couleurs et de reliefs. Unique et singulier, My Story Box est un joli présent à faire à tous les amateurs de design créatif !



My Story Box, à partir de 120 euros, www.mystoryboxparis.com

Une success story familiale discrète qui couvre un peu plus de 62000 nuits de confort et de douceur pour le bonheur du plus grand nombre. De quoi rêver ! Cette renommée découle d'une expertise unique qui met en avant un procédé d'ennoblissement hors pair du duvet et des plumettes d'oies et de canards. Sélection fine, maîtrise du lavage, stérilisation, séchage, triage et assemblage du duvet : ces 6 étapes artisanales confèrent à la Maison Drouault un produit d'exception et un véritable gage de qualité. Une reconnaissance d'ailleurs marquée en 2019 par l'obtention du label Entreprise du Patrimoine Vivant qui récompense son savoir-faire d'excellence, la qualité de ses produits de fabrication française et valorise le travail de ses maîtres-duvetiers et couturières.

Finesse, légèreté, allégresse... l'ensemble des produits de garnissage est réalisé dans le respect du bien-être de chaque animal et garantit grâce à son système de traçabilité, qu'aucun des produits ne déroge à la règle. Nous pouvons dormir tranquillement, Drouault veille sur les songes de nos nuits d'hiver.

drouault.net

TOURISME

UN MOMENT D'EXCEPTION

Dans une demeure du XVIIIème siècle, le temps d'une nuit ou d'un week-end, venez découvrir le 25 bis, adresse confidentielle de la Maison de Champagne Leclerc Briant.

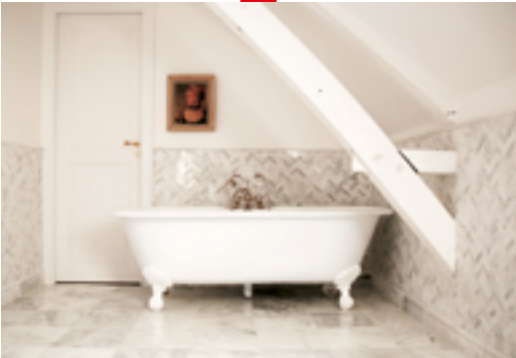
Située sur la célèbre Avenue de Champagne à Epernay, l'ancienne demeure d'un célèbre négociant de vins de Champagne a repris ses lettres de noblesse grâce au travail de Peter Krause, designer et co-fondateur de l'agence londonienne Ramsey & Krause. Après de longues années de rénovation, la Maison d'hôtes a su finalement conserver son âme d'antan, dans le respect et l'émotion, à l'image du Champagne Leclerc Briant.

Ce projet tend à faire revivre l'histoire originelle de la Maison et la passion de son premier occupant pour la découverte du monde. Cet amour des voyages se retrouve dans la salle à manger, que l'on découvre en entrant au 25 bis. Sur les murs, «l'Eldorado», papier peint de la manufacture Zuber dont les planches d'impression en bois, créées en 1848, sont aujourd'hui classées Monument Historique.

Sur une superficie de 450 m² le 25 bis dispose de 5 chambres, une salle à manger, un salon et une grande terrasse. Situées à l'étage, les chambres sont chaleureuses et raffinées, chacune possédant sa propre histoire. Mêlant objets vintage et éléments contemporains, l'attention a été portée au moindre détail. Peter Krause précise d'ailleurs «Nous avons tenté de créer un lieu qui transmet ce sentiment de paix aux gens qui viennent passer du temps au 25 bis ».

Proposer des services haut de gamme afin de rendre le séjour unique, telle est la résolution du 25 bis. Toujours à l'écoute des personnes qui viennent séjourner, la Maison Leclerc Briant, pionnière de la biodynamie, ouvre ses portes pour des visites intimistes et singulières. Les visiteurs y découvrent l'histoire de la Maison, les pressoirs, chais, cuveries et caves qui font sa renommée. Et pour des promenades bucoliques au cœur des paysages champenois, le 25 bis propose la location de vélos électriques.

Dernière étape du séjour et non des moindres, le 25 bis dispose d'une boutique où il est possible d'acheter l'ensemble des cuvées de la Maison. Une ambiance chic et décontractée, une équipe accueillante et passionnée sont les atouts d'un Wine Shop à ne pas manquer !



In an 18th century residence, for a night or a weekend, come and discover the 25 bis, confidential address of Champagne Leclerc Briant House

Located on the famous Avenue de Champagne in Epernay, the former home of a famous Champagne wine merchant has regained its nobility thanks to the work of Peter Krause, designer and co-founder of the London agency Ramsey & Krause. After many years of renovation, the Guest House has finally managed to retain its old spirit, with respect and emotion, like Champagne Leclerc Briant.

This project aims to revive the original history of the House and the passion of its first occupant for discovering the world. This love of travel is found in the dining room, which you discover when entering 25 bis. On the walls, "Eldorado", wallpaper from the Zuber factory, whose wooden printing plates, created in 1848, are today classified as a Historic Monument.

On an area of 450 m² the 25 bis has 5 bedrooms, a dining-room, a living-room and a large terrace. Located upstairs, the bedrooms are warm and refined, each with its own story.

Combining antics and contemporary elements, attention has been paid to the smallest detail. Peter Krause specifies moreover "We tried to create a place which transmits this feeling of peace to the people who come to spend time at 25 bis. »

Offer top-of-the-range services to make the stay unique, such is the resolution of 25 bis. Briant Leclerc House, a pioneer of biodynamics, opens its doors for intimate and unique visits.

Visitors will discover the history of the House, the presses, cellars, vats and cellars for which it is famous. And for bucolic walks in the heart of the Champagne countryside, the 25 bis offers electric bicycles rental.

Last stop of the stay and not the least, the 25 bis has a shop where it is possible to buy all of the House's vintages.

A chic and relaxed atmosphere, a welcoming and passionate team are the assets of a Wine Shop not to be missed !

Informations pratiques : Le 25 bis by Leclerc Briant - 25 bis Avenue de Champagne, 51200 Epernay
Réservation possible toute l'année sur le site www.le25bis.com
Chambres de 40 m² à 70 m², à partir de 300 € la nuitée
03 26 54 45 33 - reservationle25bis@leclercbriant.com - Maison privatisable

Kaviari
PARIS

JOYEUSES FÊTES !

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



Cadeaux d'exception

**L'ART DE CONCILIER L'EXCELLENCE
DE LA TRADITION, L'INNOVATION,
LE DESIGN, L'ARTISANAT ET LA
CRÉATIVITÉ... DANS DES PIÈCES
D'EXCEPTION ET OBJETS D'ART
EN SÉRIE ULTRA LIMITÉE.**



Olivier Creed, digne héritier d'une famille de parfumeurs voyageurs, explore et s'approprie ce patrimoine familial au profit d'une collection unique d'écrins en forme de malle de voyage pour y accueillir les parfums de la ligne Royale Exclusive de la Maison. Plein phare sur le sublime coffre inspiré par les excursions de son père et du design des bagages qu'il a pu voir sur d'anciennes photographies. La finesse d'exécution relève d'une technique de réalisation digne des malletiers parisiens : monogramme, cuir italien, fabrication main, finitions en laiton poli sur la serrure et les pieds, intérieur en daim royal. Un design moderne tout en conservant un style traditionnel ! Cette malle est une exquise manière de mettre en valeur l'élégance et le savoir-faire de la Maison.

Collection Cuir Explorer. Malle Rue de la Paix. Contenant 3 parfums de 75ml de la collection Royale Exclusive, au choix. Creedfragrance.fr



Lorsque Nicolas Cloizeau, l'incontournable Maître-d'Oeuvre de la Maison du Chocolat, crée une boule de Noël qu'il veut originale et gourmande, attendez-vous à un effet waouh... car avec lui en un tour de main tout devient (boule)versant ! Exquise sculpture de chocolat, il livre cette année une magnifique pièce appelée légitimement La BOULEversante. Entre œuvre d'art et création de dentellière, la finesse d'exécution place cette composition au rang des monuments de la manufacture Made in France ! En effet, elle souligne la délicatesse et le travail passionnant des artisans qui l'accompagnent. Tous fiers de défendre des créations 100% fait-main, des ingrédients nobles, des cacaos traçables, des collections éco-conçues, fabriquées en France et juste ce qu'il faut pour bousculer le goût avec justesse. On ne sait plus s'il faut la croquer ou la suspendre... en tout cas, c'est sûr, elle fait rêver !

La Bouleversante – La Maison du Chocolat. Pièce artistique en édition limitée, entièrement réalisée à la main. Taille unique de 3,69 kg et de 43 cm de diamètre. lamaisonduchocolat.fr



Astucieuse et fabuleusement ludique, avec sa collection Mood, Christofle bouscule les codes de l'art de la table traditionnel et sort des sentiers classiques d'un univers très attaché à ses us et coutumes. Plus qu'un concept, un travail d'orfèvrerie qui mêle savoir-faire et audace. Mood Gold est un œuf doré exubérant qui renferme un ensemble de couverts pour 6 personnes en or 24 carats. Un écrin original volontairement atemporel. Avec ses lignes épurées il s'intègre bien entendu dans une cuisine contemporaine, mais saura prendre place dans une salle à manger et surprendre vos convives. Un objet de curiosité très luxueux qui ne manque pas de rondeur pour partager un bon moment en famille ou entre amis.

Mood Gold Christofle. Ensemble pour 6 personnes (24 pièces) avec écrin en or 24 carats. Hauteur 30 cm - Diamètre 20 cm. christofle.com

Certaines légendes content le crocodile et l'alligator comme symboles d'une gemme ou d'un diamant. Un symbolisme de l'éclair non dénué de sens pour la marque Vassant Paris qui sélectionne des peaux lumineuses pour la réalisation de ses lignes de maroquinerie et accessoires. Des produits d'exception pour des matières exceptionnelles et rares. Coup de projecteur sur la petite pochette Key West en alligator doré. La lumineuse association d'un intemporel de la Maison Vassant Paris et d'une matière noble atteste la très haute qualité et le soin apporté à chaque pièce. Un savoir-faire spécifique qui impose une fabrication sur commande dans le respect aussi de ladite «slow fashion».

Pochette Key West Vassant Paris. Alligator doré. Fabrication sur-mesure et sur commande. vassantparis.com



Pièce de collection ou d'admiration, la Maison Lalique renouvelle ici l'exploit de réaliser une ligne de vases exceptionnels qui témoigne de sa passion du beau, sa volonté de conjuguer l'expertise des Maîtres-Verriers tout en célébrant la créativité et le talent rare d'une architecte et designer de renommée mondiale. Crystal Architecture by Zaha Hadid n'est pas un mythe mais l'expression de l'excellence ! Avec ses contours puissants et ses délicates ondulations, la coupe Fontana exprime une certaine légèreté rendue possible grâce à la réfraction lumineuse qui joue avec les sources d'énergies et apporte ainsi un dynamisme à cette pièce de cristal forte et fragile à la fois. Elle n'en reste pas moins hypnotique et sensuelle à travers les courbes fuchsia qui lui confèrent une allure unique.

Crystal Architecture by Zaha Hadid. 13 kg / H 185 x D 410 mm. Edition numérotée et signée. Fontana. lalique.com

Anne de Solène
P A R I S



Douceurs de l'hiver

La bougie, petit plaisir de l'hiver qui parfume autant qu'elle décore. Sélection des plus belles bougies du moment pour créer une atmosphère chaleureuse et cocooning ou pour faire un cadeau raffiné.



1. Bougie Géante Ambre, édition limitée, 295 euros, Diptyque, www.diptyqueparis.com. 2. Merles et Raisins Édition Cristal, 940 euros, Lalique, www.lalique.com. 3. Trio de minibougies 01, 02, 03, 65 euros, Bon Parfumeur, www.bonparfumeur.com. 4. Les Vendanges Bougie Édition Spéciale, 69 euros, Lalique, www.lalique.com. 5. Bougie parfumée Une Forêt d'Or édition limitée, 75 euros, Goutal, www.goutalparis.com. 6. Bayonne Édition de Noël, à partir de 90 euros, Trudon, www.trudon.com. 7. Bougie cuir Explorer Birmanie Oud, à partir de 110 euros, Creed, www.creedfragrance.fr. 8. Ambre 1er, à partir de 80 euros, Jovoy Paris, www.jovoyparis.com. 9. Dinanderie Martelé senteur Forêt de Sapins, à partir de 30 euros, Côté Bougie, www.cotebougie.com. 10. Bougie Lolita Lempicka, 69 euros, en vente chez Nocibé et sur www.nocibe.fr. 11. Bougie parfumée Marron Chaud, à partir de 29 euros, Mizensir, www.mizensir.com. 12. Bougie parfumée Rose de Noël, 18 euros, Collines de Provence, www.collinesdeprovence.com. 13. Bougie parfumée Thé de Noël, à partir de 23 euros, Confidences Provence, www.confidencesprovence.com. 14. Bougie Résonance Parfum Soleil Divin, Maison Berger, 49 euros, en vente chez Nocibé et sur www.nocibe.fr. 15. Bougies Bientôt Minuit, Allumez-Moi, 29 euros l'unité, Fragonard, www.fragonard.com. 16. Collection Noël, Le Coffret Benjoin du Laos, 90 euros, Carrière Frères, www.carrieresfreres.com. 17. Bougie parfumée 3 mèches, Oudh&Patchouli, 1000 gr, 75 euros, Rituals, www.rituals.com. 18. Bougie Parfumée Belle des Neiges, habillée d'une écharpe de fourrure, 31 euros, Lothantique, www.lothantique.com. 19 et 20. Bougie Carrousel vert Bosquet ou rouge Coquelicot, 62 euros, www.maisonsarahlavoine.com

Communiqué CASA

Un Noël chaleureux
Découvrez notre collection de Noël

AVOCADO
Décoration de Noël
à suspendre
H.9 cm
2.95

SVEN
Décoration
en bois
H.18 cm
6.95

FRANI
Sapin décoratif
extérieur
H.90 cm
24.95

PINE FORREST
Couronne
avec 30 leds
Ø 35 cm
17.95

GRIMMY
Sapin décoratif
H.28 ou H.44 cm
19.95 ou **26.95**

BUCK
Décoration à
suspendre
H.11 cm
1.50

BRANCH
Boule de Noël
2 motifs
Ø 8 cm
1.95

FROST
Arbre de Noël
H.180 Ø 127 cm
119.-

Suivez-nous sur

casa
Bien vivre chez soi
www.casashops.com

NOËL HAUTE COUTURE

L'inégalée Maison de Thé Parisienne livre une collection de fin d'année ultra-colorée. On y retrouve toute la chaleur d'un thé fumant, rehaussé de gourmandes épices. De quoi se prélasser au chaud, confortablement installé entre le sapin et la cheminée.

Cette année, Noël commencera bien avant le 25 décembre. Pour ce faire, Mariage Frères a concocté un luxueux calendrier de l'Avent, tout de vert et d'or vêtu. Il renferme 25 créations cultes de la Maison, à découvrir ou à redécouvrir chaque matin du mois de décembre.

DES CADEAUX GOURMANDS ET RÉCONFORTANTS

Côté nouveautés, la collection de Noël se pare de douceur, avec deux nouvelles créations : Noël Rhapsody, un thé blanc au parfum de brioche qui renferme un savoureux mélange de fruits confits et Tokyo Rhapsody, un thé blanc à la saveur douce de fruits japonais au sirop d'érable. Les adeptes de la Maison pourront aussi craquer pour la toute nouvelle collection de coffrets qui réunit les thés les plus nobles dans des boîtes habillées de couleurs éclatantes et rehaussées d'or. Si vous êtes plutôt classique, vous opterez pour le coffret Masterpiece qui rassemble trois incontournables de l'enseigne : Marco Polo, Thé à l'Opéra et Earl Grey French Blue. Si vous avez soif de découvertes, vous pourrez alors choisir le coffret Chefs-d'Œuvre composé d'un thé bleu (Flower Moon), d'un thé vert (Vert Provence) et d'un thé noir (Esprit de Noël).

PÂTISSERIE HAUTE-COUTURE

Au-delà du traditionnel thé de Noël, la Maison se distingue cette année avec trois bûches pâtisseries. Trois véritables petits bijoux pâtisiers, déclinés en bleu, blanc et rouge en clin d'œil au sigle des Mof, Meilleurs Ouvriers de France. Toutes bien sûr aromatisées au thé. Le coup de cœur de la rédaction : la bûche haute couture rouge. Les saveurs fruitées d'une marmelade aux fraises des bois se marient avec les notes d'épices douces du thé Noël et le velouté d'une crème légère au thé matcha.



mariagefreres.fr

The unrivaled Parisian Tea House launches an ultra-colorful end-of-year collection. We find all the warmth of a steaming tea, enhanced with delicious spices. What to bask in the warmth, comfortably installed between the Xmas tree and the fireplace.

This year, Christmas will begin long before December 25th. To do this, Mariage Frères has prepared a luxurious Advent calendar, all dressed in green and gold. It contains 25 cult creations of the house, to discover or rediscover every morning in December.

GOURMET AND COMFORTING GIFTS

On the novelty side, the Christmas collection is adorned with sweetness, with two new creations : Noël Rhapsody, a white tea with the scent of brioche that contains a tasty blend of candied fruits and Tokyo Rhapsody, a white tea with the sweet flavor of maple syrup Japanese fruits. Fans of the house will also be able to fall for the brand new collection of boxes which brings together the most noble teas in boxes dressed in bright color and enhanced with gold. If you are more classic, you will choose the Masterpiece box set which brings together three essentials of the brand : Marco Polo, tea at the opera and French Blue Earl Gray. If you are thirsty for discovery, then you can choose the Masterpiece box set consisting of blue tea (Flower Moon), green tea (Vert Provence) and black tea (Christmas Spirit).

HAUTE-COUTURE PASTRY

Beyond the traditional Christmas tea, the house stands out this year with three pastry logs. Three real pastry jewels, available in blue, white and red in a nod to the acronym of Mof, best workers in France.

All of course flavored with tea. The editorial staff's favorite : the red haute couture Christmas log. The fruity flavors of wild strawberry marmalade blend with the sweet spice notes of Xmas tea and the smoothness of matcha light tea cream.



Certains raisins sont nés pour être plus qu'un simple champagne

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

Luxes gourmets et accessibles

Arcadys, Le bien manger à la française



Discret, le Groupe Arcadys est pourtant un géant dans le secteur de la gastronomie française avec quatre marques connues dans le monde entier : Angelina, l'Artisan de la Truffe, Astara et Maison Dubernet. Franck Galet, Président-fondateur du Groupe a accepté de répondre aux questions de Showcase.

Vous vous décrivez vous-même comme un passionné du bien manger. Pouvez-vous nous décrire votre parcours ?

J'ai commencé ma carrière en 1990 chez Fauchon. Cinq années après mon entrée, j'étais directeur commercial avec de nombreuses missions à l'international. J'ai ensuite poursuivi ma carrière, toujours place de la Madeleine, mais chez Kaspia, une maison de caviar. En 2005, je crée Arcadys, sous l'égide du Groupe Bertrand qui est notamment propriétaire de Kaspia. En 2009, nous développons les produits de la marque Angelina en licence exclusive. Suivent alors de nouvelles acquisitions. Arcadys devient indépendant en 2017 et compte désormais quatre univers : le sucré avec Angelina, la truffe avec Artisan de la Truffe, le foie gras avec Maison Dubernet et le caviar avec Astara.

Comment sélectionnez-vous les produits ?

Nos quatre univers ont pour singularité de proposer des produits premium mais accessibles. Pour ce faire, nous travaillons en direct avec les producteurs. En se passant d'intermédiaires, nous sommes à même de proposer des prix abordables. C'est le cas par exemple des produits Astara pour lesquels nous avons noué une relation de confiance en direct avec une ferme de production de caviar. Ainsi, il est possible de s'offrir 10 grammes de caviar pour 10 euros. Il faut bien avoir à l'esprit que 80 % de la population française n'a jamais goûté de caviar et c'est précisément cette cible qui nous intéresse ! Nos produits s'adressent aux 25-40 ans qui souhaitent s'offrir un plaisir gastronomique. Un luxe, certes, mais accessible !

Votre Groupe est très présent à l'international. La gastronomie française demeure-t-elle une signature à l'étranger ?

Nous avons actuellement 15 points de vente à l'international et nous nous développons en franchise, notamment en Asie et au Moyen-Orient. Partout dans le monde, la gastronomie française reste une signature.



Par exemple, la crème de marrons et le chocolat chaud sont les produits les plus prisés chez Angelina. Pour Artisan de la Truffe, ce sont les huiles et les sels parfumés, tandis que les ventes de foie gras constituent 60 % de l'activité de Maison Dubernet. Enfin, le saumon et le caviar restent les incontournables d'Astara.



Quelles sont vos ambitions pour les prochaines années ?

Nous souhaitons doubler notre chiffre d'affaires à horizon 5 ans et étendre les univers dans lesquels nous sommes présents. Nous souhaitons nous positionner sur des univers spécialisés tels que le café ou encore le thé avec des marques premium. Au total, nous avons pour ambition de totaliser une dizaine de marques en portefeuille. Nous nous réjouissons de cette bonne nouvelle !



How do you select the products ?

Our four universes are unique in offering premium but accessible products. To do this, we work directly with the producers. By doing without intermediaries, we are able to offer affordable prices. This is the case, for example, with Astara products for which we have established a direct relationship of trust with a caviar production farm. Thus, it is possible to rate 10 grams of caviar for 10 euros.

It should be reminded that 80% of the French population has never tasted caviar and it is precisely this target that interests us ! Our products are aimed at 25 - 40 year-olds who want to indulge in gastronomic pleasure. A luxury, certainly, but affordable !

Your group has a strong international presence. Does French gastronomy remain a reference abroad ?

We currently have 15 stores worldwide and we are developing franchises, particularly in Asia and the Middle East. All over the world, French gastronomy remains a reference.

For example, chestnut cream and hot chocolate are the most popular products at Angelina's. For Artisan de la Truffe, it is oils and perfumed salts, while sales of foie gras constitute 60% of Maison Dubernet's business. Finally, salmon and caviar remain Astara's must.



The discreet Arcadys Group is really a giant in the French gastronomy field with four brands known around the world : Angelina, l'Artisan de la Truffe, Astara and Maison Dubernet. Franck Galet, Founding Chairman of the group, agreed to answer Showcase's questions.

You describe yourself as passionate about eating well. Can you describe us your background ?

I started my career in 1990 at Fauchon. Five years after, I was commercial director with numerous international assignments. I then continued my career, still at Place de la Madeleine, but at Kaspia, a caviar house. In 2005, I created Arcadys, under the aegis of the Bertrand Group, which owns Kaspia. 2009 is the year when Angelina joined us, followed by other partners. Arcadys became independent in 2017 and now has four universes : sweet with Angelina, truffles with Artisan de la Truffe, foie gras with Maison Dubernet and caviar with Astara.



What are your ambitions for the next years ?

We want to double our turnover within 5 years and expand the fields in which we are present. We wish to position ourselves in specialized universes such as coffee or tea with premium brands. In total, our ambition is to have around ten brands in our group. We are delighted with this good news !

Pour accompagner **Poissons & Crustacés**

Ça bouillonne de saveurs justes et vraies. Une sélection pour vos recettes de la mer avec des vins qui subliment le produit sans tricher.

- 1/ **Château Beaubois**, Elégance, Costières de Nîmes bio blanc, 11 euros, chez les cavistes, épicerie fines, www.chateau-beaubois.com
- 2/ **Château de Rey**, Les Galets Roulés 2020, AOP Côtes du Roussillon blanc, 18,50 euros, www.chateauderey.fr
- 3/ **Château Angueiroun**, Cuvée Prestige 2020, AOP Côtes de Provence rosé, 16,50 euros, chez les cavistes, CHR, GD, www.angueiroun.fr
- 4/ **Villa Baulieu 2018**, AOP Coteaux d'Aix-en-Provence blanc, 29 euros, www.villabaulieu.com
- 5/ **Domaine de la Patûrie**, Par Amour 2017, Chardonnay blanc, IGP Franche-Comté, 11,90 euros, chez les cavistes, www.domainedelapaturie.com



- 6/ **La Courtade**, Porquerolles 2020, AOP Côtes de Provence bio blanc, 28 euros, chez les cavistes, épicerie fines, www.lacourtade.com
- 7/ **Château Saint-Maur**, l'Excellence Cru Classé 2019, AOP Côtes de Provence rouge, 25 euros, www.chateausaintmaur.com
- 8/ **Domaine La Navicelle 2020**, AOP Côtes de Provence bio blanc, 15 euros, www.domainedelanavicelle.com
- 9/ **Domaine Les Fumées Blanches**, Sauvignon bio blanc, IGP Côtes de Gascogne, 15 euros, www.domainesfrancoislurton.com
- 10/ **Château Beaubois**, Confidence 2020, Costières de Nîmes bio blanc, 15 euros, chez les cavistes, épicerie fines, www.chateau-beaubois.com

- 11/ **Gruss**, Cuvée Confidentielle Extra-brut, AOC Crémant d'Alsace, 16 euros, chez les cavistes, www.domainegruss.com
- 12/ **Les Vins de Vienne**, Lieu-Dit Maison Blanche 2019, AOP Crozes Hermitage blanc, 24,50 euros, CHR, Export, www.lesvinsdevienne.fr
- 13/ **Clément**, Classique 2019, AOC Menetou-Salon blanc, 16 euros, chez les cavistes, CHR, www.clement-chenon.com
- 14/ **Château de Pibarnon 2020**, AOC Bandol bio blanc, 27 euros, chez les cavistes, épicerie fines, www.pibarnon.com
- 15/ **Frédéric Magnien**, Cœur de Pierres 2017, AOC Côte de Nuits-Villages blanc, 30 euros, www.domaine-magnien.com



To accompany **Fish & Shellfish**

There are many true and real flavors. A selection of seafood recipes and wines that enhance the product without cheating.



- 1/ **Domaine Langlois-Chateau**, Vieilles Vignes 2018, AOP Saumur blanc, 19,60 euros, chez les cavistes, www.langlois-chateau.fr
- 2/ **De Chanceny**, Brut Excellence Tête de Cuvée 2018, AOP Vouvray, 9,10 euros, chez les cavistes, www.dechanceny.com
- 3/ **Mâcon-Lugny**, Lieu-Dit La Carte 2018, AOC Mâcon-Lugny, 10,15 euros, chez les cavistes, CHR, www.cave-lugny.com
- 4/ **Chablis**, Grand Calcaire 2019, Premier Cru Fourchaume, 32,90 euros, chez les cavistes, export, www.edouard-delaunay.com
- 5/ **Clos Henri Vineyard**, Marlborough New Zealand 2019, Cuvée Sauvignon bio blanc, 22 euros, chez les cavistes, www.closhenri.com

- 6/ **Domaine de la Métairie d'Alon**, Le Palajo Chardonnay 2019, AOC Limoux bio, 38 euros, chez les cavistes, lesvinsdecarole.com, www.abbottsetdelaunay.com
- 7/ **Domaine La Grande Bauquière**, Moment Inattendu 2020, AOP Côtes de Provence, 12 euros, chez les cavistes, CHR, www.domainedelagrandebauquiere.com
- 8/ **Henri Bourgeois**, Les Bonne Bouches 2020, Sancerre Rosé Pinot noir, 16 euros, chez les cavistes, www.famillebourgeois-sancerre.com
- 9/ **Pfaff, Zinnkoepfle Riesling**, AOC Alsace Grand Cru, 14,50 euros, www.pfaffenheim.com
- 10/ **Château Malherbe**, Pointe du Diable blanc 2020, AOC Côtes de Provence bio, 24 euros, chez les cavistes, CHR, www.chateaumalherbe.com



- 11/ **Touraine Chenonceaux**, Cuvée TBK 2018, Sauvignon AOC Touraine, 9,80 euros, chez les cavistes, CHR, www.allianceceloire.com
- 12/ **Francis Beck & Fils**, Riesling Sélection Grains Nobles 2015, AOC Alsace Lieu-dit Hertenstein, 26,90 euros, www.francisbeck.com
- 13/ **Cave de Hunawihr**, Riesling Grand Cru Schoenenbourg 2019, AOC Alsace Grand Cru, 12,05 euros, en GMS, www.cave-hunawihr.com
- 14/ **La Perrière**, Mégalthie blanc 2017, Sancerre Sauvignon, 26 euros, chez les cavistes, www.sagetlaperriere.fr
- 15/ **Domaine Hurst**, Grand Cru Pinot Gris Vieilles Vignes 2017, AOC Alsace Grand Cru Brand, bio, www.vinsdalsaceahurst.com

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

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

Pour accompagner

Rôtis, Volailles, etc.

Petits plats d'ici et délices d'ailleurs, les accords vins et viandes s'invitent dans les assiettes pour une cuisine de goûts et d'histoires. Voici une sélection pour vous aider à choisir le nectar qui sera en parfaite adéquation avec votre menu.

- 1/ **Domaine François Lurton**, Domaine de Nizas rouge 2018, AOP Languedoc Pézenas, 22 euros, chez les cavistes, www.domaine-de-nizas.com
 2/ **Domaine Ollier Taillefer**, Castel Fossibus rouge 2017, AOP Faugères, 19,50 euros, chez les cavistes, www.olliertaillefer.com
 3/ **Château Beaubois**, Denim By Beaubois, AOP Costières de Nîmes bio rouge, 18 euros, chez les cavistes, épicerie fines et bio, www.chateau-beaubois.com
 4/ **Château de Rey**, Mine de Rey 2019, AOP Côtes du Roussillon rouge, 28 euros, www.chateauderey.fr
 5/ **Villa Baulieu 2017**, AOP Coteaux d'Aix-en-Provence rouge, 29 euros, www.villabaulieu.com



- 6/ **G-Sica - Les Vignerons du Secret**, Confidence 2018, AOP Domaine Secret de Fronton, 100% Négrette, 10 euros, chez les cavistes, GD, www.vinsdefronton.fr
 7/ **Domaine de Grangeneuve**, Famille Bour, La Truffière, AOC Grignan-les-Adhémar, 17 euros, chez les cavistes, CHR, www.domainesbour.com
 8/ **Domaines Paul Jaboulet Aîné**, Les Cypres 2019, AOC Vacqueyras bio, 16,40 euros, chez les cavistes, CHR, www.jaboulet.com
 9/ **Domaine Joseph Mellot**, Les Champs de Chaumes 2018, AOP Coteaux du Giennois, 9,30 euros, chez les cavistes, CHR, GD, www.josephmellot.com
 10/ **Domaine de Trévallon 2018**, Famille Dürrbach, IGP vin des Alpilles, 70 euros, chez les cavistes, www.domainedetrevallon.com



- 11/ **Domaine La Suffrène**, Cuvée Rouge Tadiation 2017, AOC Bandol bio, 17,50 euros, chez les cavistes, www.domaine-la-suffrene.com
 12/ **Château de Pibarnon**, Comte de Saint Victor, Nuances Rosé 2018, AOC Bandol, 28 euros, chez les cavistes, www.pibarnon.com
 13/ **Château Mentone 2019**, AOP Côtes de Provence rouge bio, 16 euros, chez les cavistes, www.chateamentone.com
 14/ **Château Armens 2018**, Saint-Emilion Grand Cru, 20 euros, chez les cavistes, www.domaines-maletroquefort.com
 15/ **Château Cantenac Brown 2015**, Margaux Grand Cru Classé, 66 euros, chez les cavistes, GD, www.cantenacbrown.com

To accompany

Roasts, Poultry, etc.

Good meals from here and delicacies from elsewhere, wine and meat matches exist for a tasty and historical cuisine. Here is a selection to help you choose the perfect wines for your menu.



- 1/ **Château d'Issan 2018**, Grand Cru Classé Margaux, 70 euros, chez les cavistes, CHR, www.chateau-issan.com
 2/ **Château Fonroque 2018**, Grand Cru Classé Saint-Emilion, bio, Alain Moueix, 44,50 euros, chez les cavistes, GD, CHR, www.chateaufonroque.net
 3/ **Clos Dubreuil 2017**, AOC Saint-Emilion Grand Cru, Saint-Christophe des Bardes, 100 euros, chez les cavistes, www.closdubreuil.fr
 4/ **Domaine Chanson**, Givry 2019, Côte Chalonnaise, 23,50 euros, chez les cavistes, www.domaine-chanson.com
 5/ **Domaine de MasLauris**, L'Inopiné 2019, AOP Luberon rouge, bio, 17 euros, chez les cavistes, CHR, www.maslauris.fr

- 6/ **La Croix Ducru-Beaucaillou 2018**, Famille Eugène Borie, AOC Saint-Julien 2018, Médoc, 49 euros, chez les cavistes, www.chateau-ducru-beaucaillou.com
 7/ **Château Mazeyres 2018**, Pomerol, bio, Alain Moueix, 38 euros, chez les cavistes, CHR, GD, www.chateaumazeyres.net
 8/ **Domaine Jean Féry & Fils**, Les Vergelesses 2019, Côte de Beaune Pernand-Vergelesses Premier Cru, bio, 39 euros, chez les cavistes, CHR, www.fery-vin.fr
 9/ **Château Corbin 2016**, Grand Cru Classé Saint-Emilion, 41 euros, chez les cavistes, www.chateau-corbin.com
 10/ **Château La Gaffelière**, Clos La Gaffelière 2018, Saint-Emilion Grand Cru, 24 euros, chez les cavistes, www.domaines-maletroquefort.com



- 11/ **Cave de Ribeauvillé**, Ribeauvillé 2017, Pinot noir Saint Hippolyte Réserve, AOC Alsace, 11,10 euros, chez les cavistes, www.vins-ribeauville.com
 12/ **Château Ormes de Pez 2018**, Famille J-M Cazes, AOC Saint-Estèphe, 35 euros, chez les cavistes, www.ormesdepez.com
 13/ **Domaine Cave de Crouseilles**, Château de Crouseilles 2018, AOC Madiran, 12,50 euros, CHR, GD, www.crouseilles.com
 14/ **Clos de la Lysardière 2015**, AOC Chinon Vieilles Vignes, Cabernet Franc, 13,40 euros, en vente chez les cavistes, CHR et au caveau, www.allianceceloire.com
 15/ **Grillé d'Aunis 2018**, Coteaux du Vendômois Rouge, 10,60 euros, en vente chez les cavistes, CHR et au caveau, www.allianceceloire.com

Pour accompagner

Les Plats en sauce, etc.

*Qui dit cuisine de tradition dit crus en harmonie.
A chaque gorgée des notes généreuses et enveloppantes.
Autant de moments à vivre, de plaisirs à découvrir et de goûts à transmettre.*

- 1/ **Château d'Or et de Gueules**, La Bolida 2017, AOC Costières de Nîmes bio, 26,50 euros, chez les cavistes et au domaine, www.chateau-or-et-gueules.com
2/ **Les Jamelles**, Syrah Vallée de la Bretonne 2018, Sélection Parcelaire IGP Pays d'Oc, 19,95 euros, chez les cavistes, www.les-jamelles.com
3/ **Domaine Grosbois**, Clôture 2018, AOC Chinon, 48 euros, chez les cavistes, CHR, www.domaine-grosbois.com
4/ **Nuits-Saint-Georges**, Le Village, Vieilles Vignes 2018, 47 euros, chez les cavistes, CHR, www.edouard-delaunay.com
5/ **Château d'Or et de Gueules**, La Noblesa 2017, AOC Costières de Nîmes bio, 43,00 euros, chez les cavistes et au domaine, www.chateau-or-et-gueules.com



- 6/ **Plaimont**, La Madeleine de Saint Mont, AOC Saint Mont, 31,10 euros, chez les cavistes, CHR, www.plaimont.com
7/ **Plaimont**, Madame Alice, AOC Madiran, Château Arricau-Bordes, 46,20 euros en Magnum (1,5 L), chez les cavistes, CHR, www.plaimont.com
8/ **Domaine Cave de Crouseilles** Mont Durou 2018, AOC Madiran, 20 euros, chez les cavistes, CHR, www.crouseilles.com, www.marie-maria.com
9/ **Producta Vignobles**, Mission St Vincent 2019, AOP Bordeaux Rouge certifié Haute Valeur Environnementale, 4,50 euros, en GMS, www.missionstvincent.com
10/ **Producta Vignobles**, Château Grandchemin Monplaisir 2018, AOP Saint-Estèphe, 10,90 euros, en GMS, www.producta.com



- 11/ **Henri Bourgeois**, Solissime 2016, AOP Châteaumeillant, 12 euros, chez les cavistes, www.famillebourgeois-sancerre.com
12/ **Domaine Mont d'Oraàs**, Les Cluques, vin rouge léger du Béarn, 9,50 euros, chez les cavistes, www.mont-oraas.com
13/ **Henri Lurton**, Château Brane-Cantenac 2014, Grand Cru Classé Margaux, 70 euros, chez les cavistes, CHR, www.brane-cantenac.com
14/ **Henri Lurton**, Baron de Brane 2014, Grand Vin de Margaux, 30 euros, chez les cavistes, CHR, www.brane-cantenac.com
15/ **Château Trians**, Cuvée Saint Clément 2018, Coteaux Varois en Provence, bio, 22 euros, en vente chez les cavistes, CHR, www.trians.com



To accompany

Dishes in sauce, etc.

*Traditional cuisine means you have to find the wine in harmony.
With each sip, generous and enveloping notes. So many moments to live,
pleasures to discover and tastes to experience.*

- 1/ **Château de France**, Château Coquillas rouge 2018, Grand Vin de Graves AOP, Pessac-Léognan, 14,70 euros, chez les cavistes, www.chateau-de-france.com
2/ **Domaine Franck Chavy**, AOP Morgon 2020 « Cuvée 1920 », 15 euros, chez les cavistes, www.domainefranckchavy.fr
3/ **Domaine Perrier Père & Fils**, Château de Monterminod 2018, AOP Roussette de Savoie, 15,50 euros, www.vins-perrier.com
4/ **Domaine Benjamin Taillandier**, Viti Vini Bibi 2019, AOC Minervois bio, 12 euros, chez les cavistes, www.leminervois.com/vignerons/benjamin-taillandier
5/ **Château de la Greffière**, Mâcon-Serrières La Croix 2018, 11,40 euros, chez les cavistes, www.chateaudelagreffiere.com



- 6/ **Labruyère Prieur**, Clos Genêt 2019, AOP Santenay, 38 euros, chez les cavistes, www.idealwine.com
7/ **Domaine Jean Féry & Fils**, Bourgogne 2019, AOP Hautes-Côtes de Beaune, Prix d'Excellence des Hautes-Côtes 2021, 15 euros, chez les cavistes, www.fery-vin.fr
8/ **Domaine Boisson**, Cairanne, Cuvée Les Trois Terroirs 2017, 10,80 euros, chez les cavistes, www.domaineboisson.com
9/ **Château Monestier La Tour**, Grand Vin 2017, AOC Côtes de Bergerac, 17,80 euros, chez les cavistes, www.chateaumonestierlatour.com
10/ **Château de Minière**, Vignes Centenaires de Minière 2015, AOC Bourgueil Cabernet Franc, 23 euros, chez les cavistes, www.chateaudeminiere.com



- 11/ **Champagne Cattier**, Brut Premier Cru, 31,50 euros, chez les cavistes, www.cattier.com
12/ **Gérard Bertrand**, « An 1886 », AOP Côtes du Roussillon Villages Les Aspres 2018, 11,90 euros, chez les cavistes, www.gerard-bertrand.com
13/ **Domaine Le Novi**, Romain Dol, Les Soucas Vieilles Vignes 2017, AOP Luberon, bio, 18 euros, chez les cavistes, www.luberon-sud-tourisme.fr/domaine-le-novi
14/ **Famille Clément Fayat**, Château La Dominique 2018, Grand Cru Classé, AOC Saint-Emilion Grand Cru, 60 euros, chez les cavistes, www.vinsfamillefayat.com
15/ **Château Fonplégade** 2016, Grand Cru Classé de Saint-Emilion, bio, 79,20 euros, chez les cavistes, www.fonplegade.fr



Pour accompagner **Les Fromages**

Une fine sélection de fête pour accompagner un plateau de fromages digne de ce nom. Sèche, molle, persillée... il faut être une bonne pâte pour partager des valeurs de générosité.

- 1/ **Domaine de la Patûrie**, Gueules de Loups 2017, Pinot noir, IGP Franche-Comté, 17 euros, chez les cavistes, www.domainedelapaturie.com
- 2/ **Domaine François Lurton**, Mas Janeil Unic 2019, AOP Côtes du Roussillon Villages, 15 euros, chez les cavistes, www.masjaneil.com
- 3/ **Château Beaubois**, Confiance 2019, Costières de Nîmes bio rouge, 15 euros, chez les cavistes, épiceries fines et bio, www.chateau-beaubois.com
- 4/ **Domaine Ollier Taillefer**, Allegro blanc 2020, AOP Faugères, 13,50 euros, chez les cavistes, www.olliertaillefer.com
- 5/ **Mas Seren**, Etamin blanc 2020, IGP Cévennes bio, 14 euros, chez les cavistes, www.mas-seren.fr



- 6/ **Bouvet-Ladubay**, Saphir Brut de Loire 2018, AOC Saumur Brut Vintage, 10,05 €, chez les cavistes, www.bouvet-ladubay.fr
- 7/ **Domaine Louis Jadot**, Pernand-Vergelesses Clos de la Croix de Pierre 2017, AOC Côte de Beaune-Village, 30 euros, www.louisjadot.com
- 8/ **Champagne Pannier**, Brut Blanc de Noirs 2014, 36 euros, chez les cavistes, www.champagnepannier.com
- 9/ **Château La Calisse**, Patricia Ortell Cuvée Etoiles 2020, blanc bio, AOP Coteaux Varois en Provence, 28 euros, chez les cavistes, www.chateau-la-calisse.fr
- 10/ **Domaine La Navicelle** 2017, AOP Côtes de Provence bio rouge, 15 euros, chez les cavistes, www.domainedelanavicelle.com



- 11/ **Sainchargny**, Immémorial, Crémant de Bourgogne Brut Blanc de Blancs Grand Eminent, 20 euros, chez les cavistes, CHR, www.sainchargny.com
- 12/ **De Chanceny**, Brut Nature 2015, AOP Crémant de Loire, 12,05 euros, chez les cavistes, www.dechanceney.com
- 13/ **Domaine Laporte**, La Comtesse 2019, Sancerre blanc bio, 22 euros, chez les cavistes, www.laporte-sancerre.com
- 14/ **Maison Albert Bichot**, Morey-Saint-Denis, Les Sorbets 2018, AOC Premier Cru, 68 euros, chez les cavistes, épiceries fines, www.albert-bichot.com
- 15/ **Château de Gaure Pierre Fabre**, Oppidum Cuvée Prestige bio 2019, AOP Limoux, 23 euros, chez les cavistes, CHR, www.chateauaugeure.fr

To accompany **Cheeses**

A delicate festive selection to accompany a good cheese board. Dry, soft, parsley cheese... you have to be flexible to share the values of generosity.



- 1/ **Château de Ferrand**, AOC Grand Cru Classé Saint-Emilion 2018, 30 euros, chez les cavistes, www.chateaudeferrand.com
- 2/ **Domaine Chanson**, AOC Côte Chalonnaise Rully 2017, 20 euros, chez les cavistes, www.domaine-chanson.com
- 3/ **Château Capbern**, AOC Saint-Estèphe 2017, 20 euros, chez les cavistes, www.calon-segur.fr
- 4/ **Domaine Renouard-Scamandre**, les Jardins d'Ewenn 2020, IGP Gard Costières de Nîmes bio, 13 euros, www.scamandre.com
- 5/ **Domaine de la Patûrie**, Cœurs de Loups 2017, Chardonnay blanc, IGP Franche-Comté, 15,70 euros, chez les cavistes, www.domainedelapaturie.com

- 6/ **De Chanceny**, Impetus brut 2012, AOC Crémant de Loire, 15,70 euros, chez les cavistes, www.dechanceney.com
- 7/ **Dopff & Irion**, Château de Riquewihr, Riesling Grand Cru Schoenenbourg 2018, AOC Alsace Grand Cru, 17 euros, chez les cavistes, CHR, www.dopff-irion.com
- 8/ **Cave de Lugny**, AOC Mâcon-Péronne Lieu-Dit en Chassigny 2018, 10,15 euros, chez les cavistes, CHR, www.cave-lugny.com
- 9/ **Domaines Famille Picard**, Chassagne-Montrachet Premier Cru, Les Macherelles 2019, 76 euros, chez les cavistes, www.famillepicaard.fr
- 10/ **Domaines Famille Picard**, Corton Grand Cru, Clos des Fières 2017, 158 euros, chez les cavistes, www.famillepicaard.fr



- 11/ **Plaimont**, Cuvée Saint-Albert Les Pacherenc d'Or, AOC Pacherenc du Vic-Bilh, vendanges tardives, 24,55 euros, chez les cavistes, www.plaimont.com
- 12/ **Domaine Cave de Crouseilles**, Seigneurie de Crouseilles, AOC Pacherenc du Vic-Bilh, 12 euros, chez les cavistes, GD, CHR, www.crouseilles.com
- 13/ **Domaine Mont d'Oraas**, Cuvée Villa Bys 2018, 24 euros, chez les cavistes, www.mont-oraas.com
- 14/ **Domaines Albert Bichot**, Château Gris 2019, AOC Nuits Saint-Georges blanc Les Terrasses, 71 euros, chez les cavistes, épiceries fines, www.albert-bichot.com
- 15/ **Plaimont**, Cuvée Saint-Sylvestre 2012, AOC Pacherenc du Vic-Bilh, vendanges tardives, 35 euros, chez les cavistes, www.plaimont.com

Pour accompagner **Desserts & Chocolat**

Touche finale et équilibre parfait, les desserts ne cessent de surprendre. Bûches, choux, chocolats... à chacun sa touche sucrée à servir en duo avec un vin d'auteur ou grand nom, voire un champagne. Du grand art pour un répertoire gourmand.

- 1/ **Champagne Bruno Paillard**, Cuvée millésimée « Sillon », Assemblage 2012, 68 euros, chez les cavistes, www.champagnebrunopaillard.com
- 2/ **Château Sanctus**, La Bienfaisance 2018, Saint-Emilion Grand Cru, 18 euros, chez les cavistes, www.vins-saint-emilion.com
- 3/ **Champagne Château de Bligny**, Brut Millésime 2009 Blanc de Blancs, 53 euros, chez les cavistes, www.champagnechateaubligny.com
- 4/ **Mas Seren**, Mintaka rouge 2019, IGP Cévennes bio, 17,50 euros, chez les cavistes, CHR, www.mas-seren.fr
- 5/ **Domaine Duffau**, AOP Gaillac Brut, Méthode Ancestrale, bio, 14,40 euros, chez les cavistes, www.domaine-duffau.com



- 6/ **Union des Vignerons de Saint-Pourçain**, La Réserve Spéciale, AOC Saint-Pourçain, 5 euros, chez les cavistes, GS, www.cave-saintpourcain.fr
- 7/ **Champagne Jeeper**, Cuvée Blanc de Noirs Brut, 50 euros, chez les cavistes, CHR, www.champagne-jeeper.com
- 8/ **Champagne Beaumont des Crayères**, Grand Rosé Brut, 25 euros, chez les cavistes, www.champagne-beaumont.com
- 9/ **Domaine de Poulvarel**, Les Agapans 2018, Costières de Nîmes, 27 euros, chez les cavistes, CHR, www.domainedepoulvarel.com
- 10/ **Château Saint-Maur**, Clos de Capelune 2020, Cru Classé Côtes de Provence bio rouge, 42 euros, chez les cavistes, www.domainesrogerzannier.com

- 11/ **Champagne Charles de Cazanove**, Cuvée certifiée en Bio, Brut 100% pinot meunier, 30 euros, chez les cavistes, GS, www.bio.champagnedecazanove.com
- 12/ **Château Maïme**, Héritage Rouge 2019, AOP Côtes de Provence, 15,80 euros, chez les cavistes, www.chateau-maïme.com
- 13/ **Pierrick Harang**, Le Petit Balthazar, Merlot 2020 Pays d'Oc IGP, 6 euros, chez les cavistes, www.phwine.fr
- 14/ **Domaine La Courtade**, Rouge 2019, AOP Côtes de Provence bio, 30 euros, chez les cavistes, www.lacourtade.com
- 15/ **Champagne Delamotte**, Blanc de Blancs Millésimé 2014, 52 euros, chez les cavistes, www.champagne-delamotte.com



To accompany **Desserts & Chocolate**

Final touch and perfect balance, the desserts never cease to surprise. Logs, puffs, chocolate... to each their own sweet touch to serve as a duo with an exclusive wine or grand cru, even a champagne. Great art for a gourmet range.

- 1/ **Champagne Piper-Heidsieck**, Cuvée Essentiel Blanc de Blancs, Extra-Brut 100% chardonnay, 47,90 euros, chez les cavistes, www.piper-heidsieck.com
- 2/ **Riccadonna**, DOC Prosecco Rosé Millésimé 2020, 7,90 euros, GD, www.camparifrance.fr
- 3/ **Domaine de la Métairie d'Alon**, Embellie, Méthode Traditionnelle, Extra-Brut bio, 17,90 euros, chez les cavistes, www.lesvinsdecarole.com, www.abbottsetdelaunay.com
- 4/ **Champagne Leclerc Briant**, Extra Brut Millésime 2014, bio, 53 euros, chez les cavistes, www.leclercbriant.fr
- 5/ **Domaine Belargus**, Quarts-de-Chaume Grand Cru 2018, Liqueureux d'Anjou 100% Chenin blanc, 40 euros la ½ bouteille, chez les cavistes, www.belargus.com



- 6/ **Champagne Tribaut Schloesser**, 8 Terroirs, Rosé Brut, 190,80 euros les 6 bouteilles, soit 31,80 euros la bouteille, chez les cavistes, www.champagne.tribaut.wine/fr
- 7/ **La Perle du Lac**, AOC Vins de Savoie, Méthode Traditionnelle 100% Chardonnay, 11 euros, chez les cavistes, www.xavierjacqueline.com
- 8/ **Château de la Jaubertie**, Cuvée Mirabelle Monbazillac 2018, bouteilles numérotées, 13 euros, chez les cavistes, www.chateau-jaubertie.com
- 9/ **Champagne Piper-Heidsieck**, Cuvée Essentiel Extra-Brut, 37,90 euros, chez les cavistes, www.piper-heidsieck.com
- 10/ **Champagne Bollinger B13**, Edition Limitée Millésimée 2013, 100% pinot noir, en coffret, 115 euros, chez les cavistes, www.champagne-bollinger.com



- 11/ **Champagne Cattier**, Brut Millésimé 2012 Premier Cru, sous étui, 50,60 euros, chez les cavistes, www.cattier.com
- 12/ **Champagne Pommery**, Cuvée Brut Royal, sous coffret, 32,95 euros, chez les cavistes, GS, www.plus-de-bulles.com, www.champagnepommery.com
- 13/ **Champagne Drappier**, Coffret Duo 100% Bio, « Clarevallis » Extra Brut, et « Quattuor » un Extra Brut de 4 raisins blancs, 125 euros, chez les cavistes, www.champagne-drappier.com

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

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

Les Spiritueux

*Plonger son palais dans l'alchimie d'alliances inédites. Les accords entre mets et spiritueux renforcent les saveurs et le caractère des produits sélectionnés en cuisine également..
Entre créations originales et grands classiques, il y en a pour tous les goûts.*

1/ **Whisky d'Arche**, Whisky écossais blended malt, affiné en fûts de Sauternes du Château d'Arche, 59 euros, chez les cavistes, www.darche-spirits.com

2/ **A. Roborel de Climens**, Whisky single malt français tourbé finition Sauternes, à partir de 49 euros, www.roboreldeclimens.com

3/ **Whisky Bellevoye**, Bellevoye Vert, Whisky triple malt français finition Calvados, 79 euros, chez les cavistes, CHR, www.bellevoye.fr, www.lesbienheureux.com

4/ **Nouaison Gin Réserve**, Gin de France vieilli en fûts de Cognac, 39 euros, www.maisonvillevert.com

5/ **G'Vine Floraison**, Gin premium français élaboré à partir de raisins et de la fleur de vigne, 35 euros, www.maisonvillevert.com



11/ **Fords Gin**, Dry Gin élaboré à partir de 9 plantes aromatiques et distillé à la Distillerie Thames de Londres, 32,90 euros, chez les cavistes, www.fordsgin.com

12/ **Jack Daniel's**, Whisky américain, single barrel strength, produit en quantité très limitée, 80 euros, chez les cavistes, GMS, www.jackdaniels.com

13/ **Coffret Melifera**, Gin français élaboré à la fleur d'immortelle sur l'Île d'Oléron, 50 euros, chez les cavistes, GMS, www.melifera.fr

14/ **A 1710 La Perle**, Rhum blanc martiniquais, pur jus de canne, distillé en alambic cuivre de type Pot Still, 42 euros, www.dugasclubexpert.fr, www.rhum-a1710.com

15/ **Singlar**, Whisky singlar blend 8 issu de distilleries écossaises et affiné en fûts de vin cuit de Provence, 59 euros, chez les cavistes, www.liquoristerie-de-provence.com



6/ **Coffret Hendrick's avec son Jigger**, Gin infusé aux essences de concombre et pétales de rose, 41 euros, chez les cavistes, www.hendricksgin.com

7/ **Benriach**, Whisky écossais 25 ans d'âge, vieilli en fûts de Xérès puis de Bourbon, de chêne neuf et de vin de Madère, 360 euros, www.benriachdistillery.com, www.whisky.fr

8/ **Saint-Martin**, Eau de Vie de Marc de Provence, artisanale et vieillie en fûts de chêne, 55 euros, chez les cavistes, www.liquoristerie-de-provence.com

9/ **Diplomatico**, Rhum vénézuélien single vintage 2007, vieilli 12 ans en fûts de Bourbon et 1 an en fûts de Sherry Oloroso, 125 euros, chez les cavistes, www.rondiplomatico.com

10/ **Tartuga**, Rhum premium affiné en Provence, assemblage de jus de Trinidad et Tobago, Panama et Caraïbes, 39 euros, chez les cavistes, www.liquoristerie-de-provence.com



4/ **Anaë**, Gin français bio, élaboré entre l'Île de Ré et Cognac, 45 euros, chez les cavistes, CHR, www.lavignery.fr et www.whisky.fr

5/ **The Busker**, Whisky irlandais single pot still, vieilli en fûts de Bourbon et de Xérès, 36 euros, chez les cavistes, GMS, www.thebusker.com

6/ **Disaronno Velvet**, Liqueur italienne, crème d'Amaretto à l'arôme persistant d'amande avec une pointe chocolatée, 22 euros, chez les cavistes, GMS, www.dugasclubexpert.fr, www.disaronno.com

7/ **Bombay Sapphire**, Dry Gin Premium, édition limitée collector « Creative wall », 21,50 euros, www.theginaddict.com

8/ **La Maison du Rhum**, Rhum Île Maurice nouvelle cuvée batch n°4, distillé en 2012, pur jus de canne, 67 euros, www.dugasclubexpert.fr, www.lacompagniedurhum.com



9/ **Glenfiddich Grande Couronne**, Whisky écossais single malt de 26 ans d'âge, finition en fûts de Cognac, 530 euros, chez les cavistes www.glenfiddich.com

10/ **Camus**, Cognac Île de Ré Fine Island, AOC Cognac Bois à Terroirs, récolté et distillé sur l'Île de Ré, 38,90 euros, chez les cavistes, www.camus.fr

11/ **Rivière du Mât Cuvée 1886**, Rhum vieux traditionnel de l'Île de La Réunion, assemblage de rhums rares millésimes 2003, 2004 et 2006, 65 euros, chez les cavistes, www.rivieredumat.com

12/ **Label 5**, Edition Limitée Classic Black, Whisky écossais blended, 12,75 euros, chez les cavistes, GMS, www.label-5.com

13/ **Hee Joy Origins**, assemblage de Rhums exceptionnels vieillis 3 ans dans leurs distilleries d'origine, puis 1 an en vieux fûts de Cognac, 39,50 euros, chez les cavistes, GMS, www.lacompagniedurhum.com

Liquors

*Taste the alchemy of new combinations. Matches between food and liquors also enhance the flavors and character of the food selected to cook.
Between original creations and great classics, there is something for everyone.*

1/ **Hine**, Cognac AOC Grande Champagne « Homage to Thomas Hine », assemblage de 4 millésimes Early Landed, 130 euros, chez les cavistes, www.dugasclubexpert.fr, www.hinecognac.com

2/ **Père Magloire XO 200**, Edition Limitée « Toqué Frères » en 200 ex. numérotés, AOC Calavados, 83 euros, chez Calvados Expérience, www.calvados-experience.com

3/ **Coffret Jack Daniel's Tennessee Whiskey**, Whisky américain, 7 ans d'âge, édition limitée en coffret cadeau métal US Mailbox, 20,50 euros, chez les cavistes, GMS, www.jackdaniels.com



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

BOUTIQUES & SPAS

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

...

CAFÉS & RESTAURANTS

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

...

HÔTELS

Hôtel Le Roch, 28 rue Saint-Roch 75001, www.leroch-hotel.com/fr
Hôtel CitizenM Champs-Elysées, 128 rue de la Boétie 75008, www.citizenm.com
Hôtel Maison Mère, 7 rue Maryan 75009, www.maisonmere.co/fr
Hôtel Royal Saint-Honoré Paris Louvre, 221 rue Saint-Honoré 75001, all.accor.com/hotel
Hôtel La Belle Juliette, 92 rue du Cherche Midi 75006, www.hotel-belle-juliette-paris.com/fr
Hôtel Baume, 7 rue Casimir Delavigne 75006, www.baume-hotel-paris.com/fr
Hôtel Les Dames du Panthéon, 19 place du Panthéon 75005, www.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

...

Liste non exhaustive

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



2 rue des Petits Pères, Paris 2e