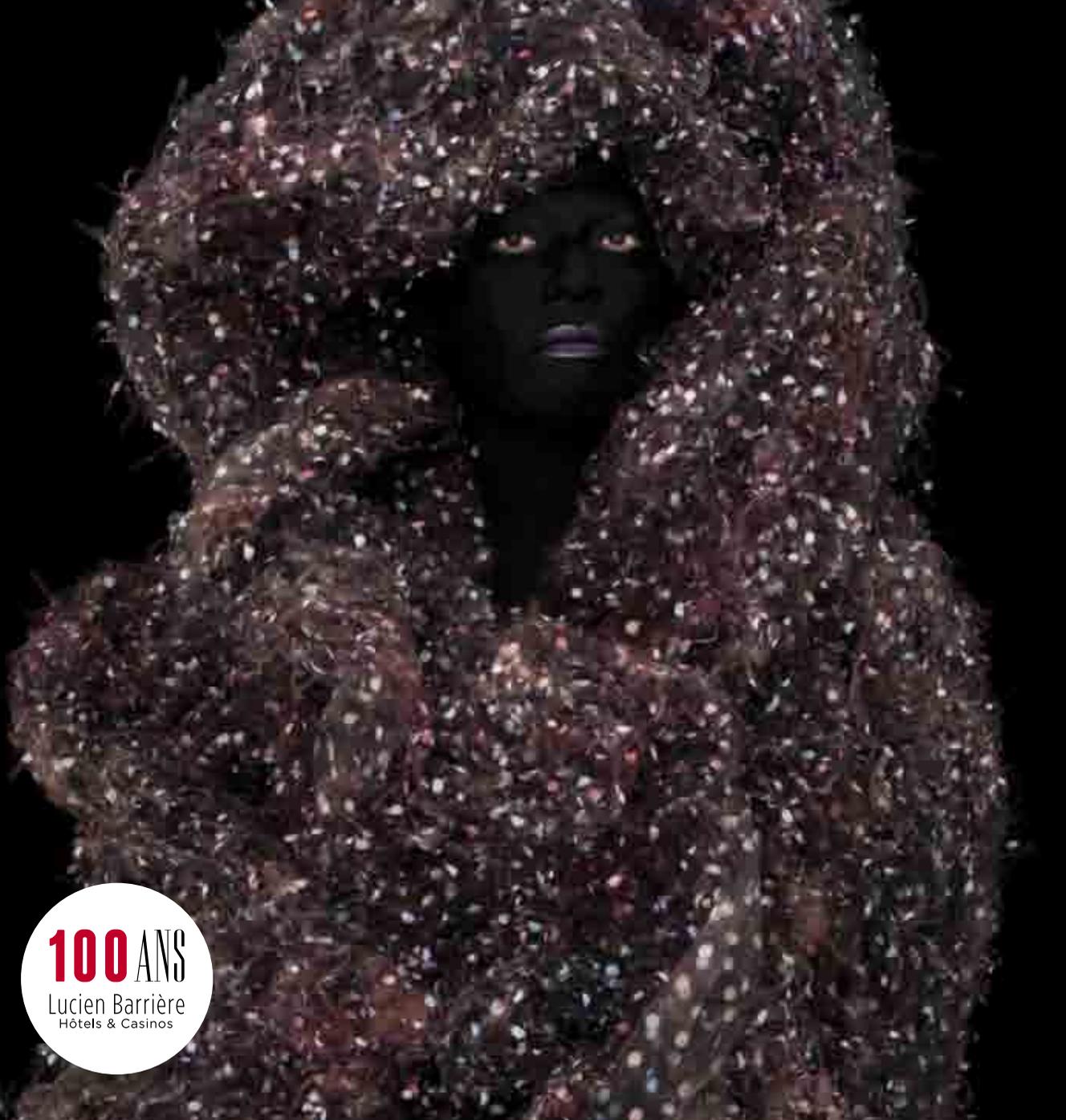


signé Barrière



100 ANS
Lucien Barrière
Hôtels & Casinos

Athlète. Esthète.

Nouveau SL.

La rencontre entre la sportivité et la beauté.

Forgé dans l'aluminium, plus léger de 140 kg* et plus performant, le Nouveau SL vous offre des sensations exceptionnelles. A l'arrêt, ses lignes et son regard vous fascinent.

Moteur allumé, vos sensations sont décuplées. www.mercedes-benz.fr/sl





Mercedes-Benz
Le meilleur, sinon rien.

Édito

par Dominique Desseigne

Remake... Refaire. C'est le film de la vie. Voilà pourquoi le cinéma est un art qui ne se répète pas même quand il raconte les mêmes histoires ou les mêmes sentiments. Depuis plus d'un siècle c'est là que réside sa modernité. Et voilà un siècle que Lucien Barrière Hôtels et Casinos accompagne ce voyage des films dans l'imaginaire et le divertissement. Il semble un peu désuet ce mot : divertissement. Il est pourtant au coeur de tout. Les festivals de Cannes, Deauville et Dinard en sont les témoins ardemment soutenus par nos établissements. Vous le découvrirez dans ces pages.

Le divertissement, c'est aussi l'objectif de ce magazine Signé Barrière qui choisit d'aller vers tous les horizons. La curiosité n'est pas un vilain défaut quand elle est un regard sur le monde. L'art, les modes de vivre ses loisirs, de consommer, de prendre soin de soi et de voyager tissent le patchwork d'une idée qui continue de fabriquer depuis cent ans l'esprit du Groupe que j'ai l'honneur de présider : le bien-être.

Soyez les bienvenus et bonne lecture.



Refaire... Remake. It is the film of life. This is why filmmaking is an art that never repeats itself even when telling the same stories or the same feelings. For more than a century, film has been home to modernity. And for a century also, Lucien Barrière Hotels and Casinos has shared the dreams of filmmaking for imagination and diversion. Diversion - the word nearly seems outdated, but it lies at the heart of everything. The proof can be found at the festivals of Cannes, Deauville, and Dinard, events that find ardent support from our establishments. You'll see for yourself in these pages.

We hope that our magazine Signé Barrière will also provide you with diversion, and a window onto distant horizons, where the curiosity to explore what lies beyond is never a shortcoming. Discover in these pages art, lifestyle, leisure, shopping, wellness and travel, spun into the single thread that has been woven into the very fabric of my Company: well-being.

Welcome and I wish you a pleasant read.

Un Jour Ailleurs



UN JOUR AILLEURS
PARIS

www.unjourailleurs.com

1, Rue Halevy
75009 PARIS

16, Rue d'Antibes
06400 CANNES

32, Rue Grande Chaussée
59800 LILLE



Louis XIV as the Rising Sun in "Le Ballet de la Nuit" at Versailles. Self-portrait, 2010



Torero by Picasso. Self-portrait, 2007-2009



Minotaur by Picasso. Self-portrait, 2007-2009



Pierrot by Watteau. Self-portrait, 2007-2009



Condottiere Micheletto attendolo da cotignola at the battle of San romano by Paulo Uccello. Self-portrait, 2010



El conquistador Hernan Cortes as el dorado. Self-portrait, 2010

Les 200 visages de Kimiko Yoshida

par Linda Mestaoui

Rencontre avec l'artiste japonaise Kimiko Yoshida, cover artist invitée de notre deuxième édition, dans ses appartements qui font aussi office d'atelier, rue Martel, dans le X^e arrondissement de Paris. Un délicieux thé noir en guise de rafraîchissement, l'entretien peut démarrer.

Installée en France depuis 1995, Kimiko Yoshida est née à Tokyo en 1963. Elle porte le nom de sa mère. Une descendante des samouraïs, dont la famille a gardé les traditions obsolètes et la mentalité stricte de cette lignée guerrière. Une famille chez qui la femme doit obéir, une famille chez qui ses frères "sont des trésors qu'elle n'est pas.", une famille chez qui "être une femme, c'est ne pas exister." Kimiko Yoshida a 3 ans quand sa mère la chasse de la maison. Kimiko passe la nuit dans un jardin public et la police la ramène le lendemain matin chez elle. À partir de ce jour-là, elle décide "de se taire, de rester sage". Sa seule motivation ? Suivre des études supérieures, être la meilleure à l'école dans l'espoir, un jour, de quitter la maison familiale.

Kimiko rêve d'être artiste depuis toute petite, ses professeurs de dessin et de musique supplient son père de lui donner une éducation artistique, en vain. Celle qui aurait aimé faire les Beaux-Arts étudie la littérature française à l'université au Japon et cite le critique et essayiste Roland Barthes et le poète Mallarmé. Elle poursuit son cursus en intégrant une école photo au Japon, puis l'École Nationale Supérieure de la Photographie d'Arles en 1996.

Son œuvre créative est essentiellement axée sur des autoportraits "quasi monochromes, des photographies de grand format carré à la lumière subtile qui sont sa signature" depuis plus de dix ans. Des portraits dans lesquels elle se met en scène au service de l'art. Elle crée le maquillage, la lumière, le fond toujours composé de tissu et fabrique, détourne tout ce qui compose l'accessoirisation, la coiffure.

Ses autoportraits de mariées célibataires sont d'une grande sensibilité, d'une beauté émouvante et lancinante. Dans les couleurs, Kimiko est capable de distinguer 100 nuances de noir, de rouge ou de blanc. Kimiko Yoshida sort en Octobre 2012 un livre intitulé "Mes Peintures" chez Actes Sud. 200 références de peintures, 200 autoportraits de Kimiko. Du minotaure de Picasso, à la jeune fille qui sourit, des chefs-d'œuvre qui se reflètent, parfois dans un détail. À côté de ses autoportraits, Kimiko travaille depuis une dizaine d'années sur des sculptures en verre soufflé de Murano. Grâce à la rencontre d'un maître verrier rencontré à Venise par chance et par hasard. De là, naît aussi une série de miroirs qui ne reflètent pas les images : Senza imagine. Depuis 2009, Kimiko travaille aussi les sculptures sous forme de la résine couleur. www.kimiko.fr

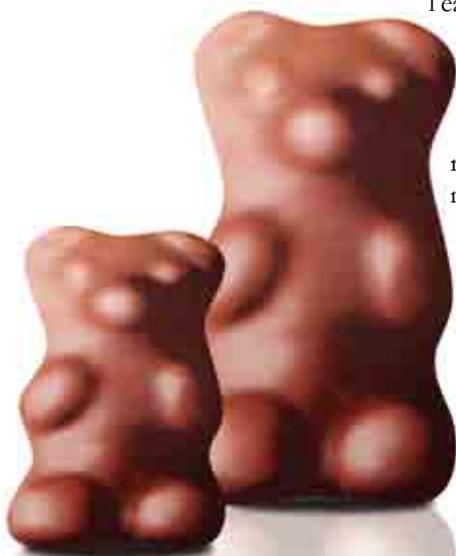
C'est n'ours !

Que fait cet ours dans Signé Barrière ? Il incarne une tradition de la presse, devenue mention légale obligatoire : dans le jargon du métier, cela précise avec rigueur l'identité des responsables de la publication et de la rédaction. Pourquoi ce nom d' "ours" ? Rien à voir avec les plantigrades costauds de l'Oregon ou les peluches des dodos d'enfants. "Ours", il faut le prononcer et le comprendre à l'anglaise puisque, depuis le XIX^{ème} siècle, l'usage des journaux londoniens est de réunir les noms de leurs collaborateurs dans ce que la presse française appelait autrefois un "pavé". Ours signifie donc "les nôtres". Sous entendu : ceux qui ont contribué à la réalisation de ce que lit le lecteur. Comme quoi le français peut trouver son miel en terre d'Albion. Ainsi l'ours, c'est nous. Poil aux hiboux.

Et un clin d'oeil affectueux au petit ourson guimauve (du groupe chocolatier français Cemoi) qui célèbre ses 50 ans de douceur. Comme une mignonne madeleine d'ours. Il ne pèse que 12,7 grammes selon la recette originale créée en 1962. Mais il sera une vedette de poids au Salon du chocolat à Paris, du 31 octobre au 4 novembre 2012. Certains grands chefs l'utilisent pour des desserts, d'autres pour des cafés dits "gourmands". La gourmandise a bon dos. Le petit ourson guimauve, tout le monde le sait, est d'abord un copain minuscule que chacun connaît parce qu'il a la force la plus éclatante qui soit : la simplicité. Du blanc d'oeuf, du sucre semoule et sucre glace, de

l'eau, un brin de gélatine et un enrobage de chocolat. Et puis un secret : celui qui consiste à nous ramener à lui, nous les nour's.

Courrier des lecteurs
Pour nous écrire :
signebarriere@
lucienbarriere.com



Lucien Barrière

Hôtels & Casinos

Comité de rédaction Lucien Barrière Hôtels & Casinos

Manuela Isnard-Seznec
Alexandre Benyamine
Béatrice Massenet
Pauline Chiussio
Bruno Seznec
Laure Lambert

Groupe Lucien Barrière SAS
35, Boulevard des Capucines, 75002 Paris
Tél. 01 42 86 54 00 - Fax 01 42 86 54 10
signebarriere@lucienbarriere.com
Site web : www.lucienbarriere.com

Directeur de Publication

Alexandre Benyamine

Responsable de la Rédaction :

Laure Lambert - laurelamb@o2c.fr

Journalistes : Pierre-Jean Bassenterre, Paula Daubresse, Laure Lambert, Béatrice Massenet, Claire Matuszynski, Linda Mestaoui, Cécile Olivero, Eric Pasquier (Grand reporter photographe), David Poulenard, Bruno Seznec

Secrétaire de Rédaction :

Nadine Ponton - nponton@o2c.fr

Responsable du Studio Graphique :

Arnaud Marin - amarin@o2c.fr

Infographiste : Anne Bornet - abornet@o2c.fr

Iconographie : Claire Matuszynski - clairemat@o2c.fr

Publicité : O2C Régie

Directeur O2C régie :

Anthony Aiken - aaiken@o2c.fr

Directrice Adjointe O2C régie :

Julie Bouchon - jbouchon@o2c.fr

Responsables de Clientèle :

Joachim Cohen - jcohen@o2c.fr

Marie Ehrlacher - mehrlacher@o2c.fr

Assistant Commercial :

Benjamin Manoukian - pub@o2c.fr

Signé Barrière est une publication O2C
3030, chemin de Saint-Bernard
06220 Sophia Antipolis / Vallauris - France
Tel. : +33 (0)4 93 65 21 70
Fax : +33 (0)4 93 65 21 83
e-Mail : contact@o2c.fr - www.o2c.fr

Courrier des lecteurs :

Pour nous écrire : signebarriere@lucienbarriere.com



10

Sommaire

NEWS

- 10 Agenda
- 16 Culture
- 20 Mode

TENDANCES

- 26 Cook Master Barrière toque départ !
- 30 Le bon goût sur le bout des doigts
- 34 Profession : tendanceurs
- 40 Le papier va-t-il tourner la page ?

DOSSIER CINÉMA

- 46 Bruno Barde, les yeux de l'Amérique
- 50 Hôtel Normandy Barrière, star des tournages
- 56 Dressing de stars

TALENTS

- 62 The Firth one
- 66 Leïla Bekhti Belle de vie
- 70 Bruno Kool Shen Lopes, un type doué !
- 74 Dieu créa la femme... et Eres son maillot

ÉVASION

- 78 T'Boliz le peuple du Lotus
- 82 Ribeauvillé le bien être en Alsace

DIVERS

- 86 Ce jour là...
- 88 Festival sur la Croisette
- 90 Jeux
- 93 English version



50



56



66



88

100 ANS
Lucien Barrière
Hôtels & Casinos

News
Agenda



Photograph by Gered Mankowitz © Bowstr Ltd 2012/mankowitz.com

Totalement stones !

par Cécile Olivero

Ils ont révolutionné le rock et leur leader, Mick Jagger, a même été anobli par la reine d'Angleterre. C'est à travers une exposition de photos que la Galerie de l'Instant à Paris leur rend hommage et salue les 50 ans du groupe mythique.

On les a parfois comparés aux Beatles. La presse, à leurs débuts respectifs, n'hésitait pas à qualifier les premiers de "gentils garçons" tandis qu'eux, les Rolling Stones, héritaient du titre peu envié de "mauvais garçons". La Galerie l'Instant propose, jusqu'au 15 septembre, une rétrospective en images du demi-siècle du groupe. Rien ne manque : ni les premiers clichés, datant de 1962 et les dévoilant, bien propres, avec leurs costumes impeccables, immortalisés alors par Philip Townsend. Ni le portrait de Keith Richards aujourd'hui, signé Richard Dumas et qui montre le guitariste enveloppé d'un nuage de fumée.

Arrêt sur image

En 50 ans, les différents photographes qui ont eu la chance de croiser leur route ont saisi des moments drôles, tendres, émouvants... Car les Rolling Stones étaient tout sauf bien lisses. Ils faisaient montre d'un solide sens de l'humour, l'humour british of course. En 1966, Jerry Schatzberg les surprend travestis en veuves de la Seconde Guerre Mondiale. Il fallait oser ! Ils l'ont fait. Parmi les nombreux professionnels qui les ont "shootés", il y a Dominique Tarlé. Ceux qui connaissent les Rolling Stones - et leurs fans bien sûr - savent qu'il reste, à ce jour, le seul photographe à avoir vécu avec eux, à la villa Nellcôte, pendant l'enregistrement d' "Exile", en 1971. Il partagea leur quotidien six mois durant et ses clichés témoignent de leur vie de famille et évidemment de l'enregistrement de l'album. Ethan Russel, autre professionnel de l'image,

a commencé à les photographier en 1969 ; il les a suivis lors de nombreuses tournées. Il était là pendant le concert d'Altamont durant lequel un jeune fan trouva la mort, poignardé par le service d'ordre.

C'est encore lui qui fut le témoin de la grande tournée américaine de 1972. À travers ces clichés, pris par les meilleurs photographes du genre, le visiteur est invité à revivre cette incroyable épopée d'un groupe né voici 50 ans. À côté des images vues et revues, figurent des portraits plus rares, comme celui de Mick Jagger et Paul McCartney en studio, ou encore celui de Ron Galella en compagnie de John Lennon. Deux photos, entre autres, qui cassent le mythe selon lequel les Rolling Stones et les Beatles étaient rivaux et se détestaient. Si l'on sait désormais que les deux groupes se respectaient et étaient même amis (ils évitaient de sortir leur disque en même temps pour ne pas se concurrencer), ces clichés le prouvent noir sur blanc... et en couleurs.

"50 years of the Rolling Stones Stoned-and-Respectable"

Galerie de l'Instant - 46, rue de Poitou 75003 Paris

Tél. : 01 44 54 94 09

www.lagaleriedelinstant.com



Photograph by Gerard Mankowitz © Bowstir Ltd 2011 /mankowitz.com

News Agenda

Jazz sous les étoiles

Notre été baulois sera jazzy, soul, swing, parfois rétro. La Baule Jazz Festival investit la station balnéaire du 12 juillet au 17 août. Des heures matinales à l'after midnight, parades et concerts jalonnent la ville, du Casino Barrière au parc



La Baule

des Dryades, en passant par les grandes avenues. Tantôt traditionnelle, tantôt canaille, cette 11^e édition sera chaude. Notez au programme : Jazz de la Nouvelle Orléans en ouverture, Dissident Jazz Swing Quartet, le violon d'Aurore Voilque, Serge Rahoerson, un habitué du festival d'Antibes, ou encore Sweet Mama pour clôturer dans la bonne humeur.

"La Baule Jazz Festival"
Du 12 juillet au 17 août
Renseignements : 02 40 24 34 44

Décibels partie

Du 18 au 22 juillet 2012, le Big Festival de Biarritz promet du lourd avec une quarantaine d'artistes attendus comme le so british Peter Doherty, sa majesté King Charles, les nordistes de Skip The Use, les parisiens de Stuck In The Sound ou le sound-clash de Shaka Ponk. Des hommes-machines feront

Biarritz



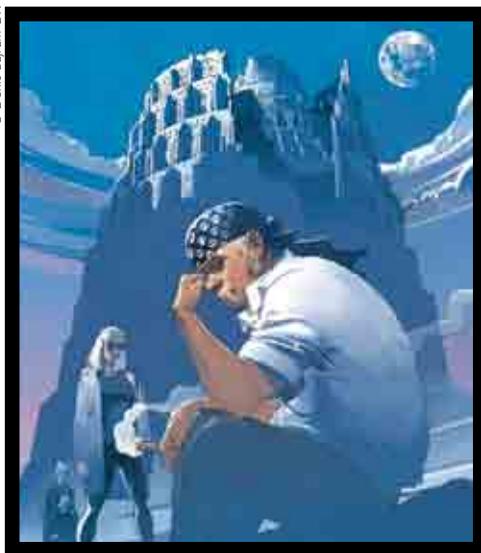
tourner les platines et les têtes comme Digitalism, M83, Yuksek et The Rapture. Enfin, hommage aux anciens : Birdy Nam Nam, Joey Starr et Izia seront bel et bien là. Et pour les à-côtés, la côte des Basques tient son village en journée et la Big boîte du Casino Barrière accueille les festivaliers jusqu'à l'aube.

"Big Festival de Biarritz"
Du 18 au 22 juillet
Renseignements : 05 59 22 37 10
www.bigfest.fr

Babel, la tour en folie

Après le succès international de sa toute dernière exposition sur les fables du paysage flamand au XVI^e siècle, le Palais des Beaux-Arts de Lille enchaîne par un volet

© Denis Bajam-DK



Lille

contemporain dénommé "Babel". Cette exposition, consacrée à l'allégorie architecturale que fut la Tour de Babel, rappelle précisément en quoi l'engouement que la Tour suscite aujourd'hui, répond à celui du XVI^e siècle flamand. C'est ainsi que les 85 œuvres exposées (peintures, photos, sculptures, installations...) illustrent les multiples facettes du mythe babélien dans l'art contemporain et toute la symbolique de la Tour, de son édification à sa destruction. À découvrir jusqu'au 14 janvier 2013.

Exposition "Babel"
Palais des Beaux Arts de Lille
Jusqu'au 14 janvier 2013
Renseignements : 03 20 06 78 00
www.pba-lille.fr

La Madone enflamme la ville

53 ans, blonde platine, abdos en béton, Madonna fait son come-back en France après 3 ans d'absence en Europe. Elle sera au Stade de France le samedi 14 juillet, puis le 21 août au Stade Charles-Ehrman à Nice. La star l'avait annoncé elle-même à la radio au lendemain de son show pharaonique à Indianapolis. Outre le lancement de son single "Give Me All Your Luvin" issu de son nouvel album MDNA sorti en mars, ses fans pourront se délecter de leurs



Nice

morceaux préférés et en redemander. Et aux dernières nouvelles, on apprend que LMFAO, le duo déjanté, ami de la star, la rejoindra sur scène en première partie de son show... la soirée sera chaude !

"Madonna", le 21 août
Stade Charles-Ehrmann
155, route de Grenoble - Nice
Renseignements : 04 92 29 31 29

Mealting pot à Toulouse

Du 19 juillet au 12 août, Toulouse accueille des jours durant, tous les arts et toutes les musiques possibles, au gré d'accords joyeux et créatifs,

Toulouse



uniques et inattendus. Un DJ, un vidéaste et un pâtissier aux premières lueurs du jour en gare Matabiau, quel réveil ! Quatre musiciens qui furent pionniers dans l'art d'allier la pratique de la sacqueboute et du trombone, proposant une vision nouvelle de ces instruments, une clarinette dans un cloître, un accordéon dans un hôpital, une contrebasse calée sur un vélo pour des mélodies buissonnières... Entre musées, bibliothèques, jardins, lieux d'histoire ou insolites, bords de Garonne..., tout n'est ici que découvertes et surprises.

"Festival Toulouse d'Eté"
Du 19 juillet au 12 août
Renseignements : 05 62 27 60 71
www.toulousedeete.org

Paris



La grand-messe de l'art contemporain

Cet événement est aux artistes ce que la Fashion Week est aux fashionistas. Elle, c'est la FIAC. Quatre lettres qui évoquent le lieu éphémère où pullulent une fois par an les amateurs d'art moderne, contemporain et de design. Et qui mieux que la Ville Lumière pour accueillir le grand rendez-vous des artistes, collectionneurs, galeristes, amateurs d'art et de design ? Du 18 au 21 octobre, Paris troque son titre de Capitale de la Mode pour celui de Capitale de l'Art. C'est en 1974 que se tient la première édition de la Foire Internationale d'Art Contemporain, dans la gare désaffectée de la Bastille. Trois ans plus tard, la manifestation déménage au Grand Palais où elle s'y déroule désormais chaque année. Près de 3000 artistes et un peu plus de cent soixante galeries s'y rencontrent chaque année.

"Foire Internationale d'Art Contemporain"
Du 18 au 21 octobre
Renseignements : + 33 (0)1 47 56 64 21
www.fiac.com

THE FINEST SUNRISE
IS NOT ALWAYS ON THE OCEAN.



The Sunrise 50, the art of light and space.

A concept where boundaries disappear between the intimate luxury of the interiors and the vastness of the horizon.



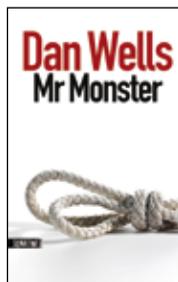
www.sunriseyachts.com



Design by Espen Øino and Franck Darnet, German engineering, built by Sunrise Yachts,
delivery scheduled 2014.

Enquiries contact Jean-Claude Carme, tel. +33 6 8998 8983 jc@sunriseyachts.com
Shipyard, tel +90 (242) 259 55 30-35 fax +90 (242) 259 52 85

“Mister Monster” et “Le temple noir” seront-ils les romans de l’été ? Nous avons demandé à deux collaborateurs Lucien Barrière Hôtels et Casinos, Isabelle Delouche et Jean-Paul Cabri de nous en parler pour Signé Barrière. Verdict...



**"MISTER MONSTER"
DAN WELLS**

Deuxième livre de la trilogie de John Wayne Cleaver, après “Je ne suis pas un serial killer”, Dan Wells enfonce le clou. L’humour y est encore plus noir, les rebondissements encore plus nombreux, et le héros encore plus irrésistible. Si, dans le premier roman, notre héros redoutait de devenir un tueur en série, aujourd’hui il n’a plus aucun doute : un assassin, qu’il a surnommé “Mr Monster”, sommeille en lui. Dan Wells dynamite de nouveau tous les clichés du thriller pour nous offrir une seconde nuit blanche aux côtés d’un des monstres les plus attachants qu’il nous ait été donné de rencontrer depuis longtemps. On dévore sans pause aucune les 300 pages de ce roman policier. **Policier Sonatine 18,30 €**



**"LE TEMPLE NOIR"
ERIC GIACOMETTI ET
JACQUES RAVENNE**

Le commissaire franc-maçon Antoine Marcas est de retour pour une huitième et palpitante enquête. L’intrigue se déroule entre le Londres d’aujourd’hui et la Terre Sainte de 1313. L’affaire du Septième Templier, que Marcas croyait derrière lui, n’est pas terminée. L’histoire ne fait que commencer et l’ordre du Temple n’a pas encore livré son véritable secret - celui qui pourrait bien faire basculer les peuples dans une Troisième Guerre mondiale... Les deux auteurs, l’un est un journaliste qui a enquêté sur la franc-maçonnerie, et l’autre est un franc-maçon (Jacques Ravenne est un pseudonyme), élevé au grade de maître au rite français, ont donné au thriller ésotérique français ses lettres de noblesse. **Policier Fleuve Noir 20,50 €**



ISABELLE DELOUCHE, à propos de “Le temple noir” de Jacques Ravenne et Eric Giacometti

« Voici un livre de 672 pages qui est une belle bible, typique de ce genre de bouquins. J’y suis entrée avec plaisir et en le lisant, je me disais qu’il était totalement d’actualité. L’histoire est prenante et fait le parallèle entre 1313 en Terre Sainte et 2012 à Londres. Une fois qu’on a commencé, impossible de lâcher ce livre, on a envie de connaître la suite. Le suspense est permanent et la fin réserve une belle surprise. Mais au fond, ce n’est pas la fin qui est intéressante, c’est le chemin qui y mène. Je n’ai pas lu “Le septième templier”, des mêmes auteurs, j’ai découvert son existence en me penchant sur leur bibliographie ; et je crois que je vais combler cette lacune. »



JEAN-PAUL CABRI, parlant de “Mister Monster” de Dan Wells

« En règle générale, je ne lis jamais de livres gore ou de science-fiction. En attaquant ce bouquin, je ne m’attendais pas du tout à ça ! Je dois avouer que certains passages m’ont paru un peu... disons difficiles. Notamment celui de la dissection de la mamie. Le résumé mentionnait le mot humour, je ne l’ai pas décelé. Mais je l’ai néanmoins trouvé intéressant. J’y ai vu la dualité psychologique entre 2 personnages qui sont eux-mêmes tiraillés entre le bien et le mal. La fin m’a surpris et me donne à penser qu’il y aura une suite. Je n’ai pas lu “Je ne suis pas un serial killer” et franchement, le résumé ne m’aurait pas donné envie de l’acheter. Maintenant... je crois que je lirai le 3^{ème} s’il paraît, par simple curiosité. »

ROLEX

PATEK PHILIPPE
GENEVE

LONGINES

A. LANGE & SÖHNE
GLASHÜTTE I/SA

IWC
INTERNATIONAL WATCH CO. SCHAFFHAUSEN
SWITZERLAND, SINCE 1868

BREITLING
1884



JAEGER-LECOULTRE

Cartier

BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830

Chopard

PANERAI

NOMOS
GLASHÜTTE · SA

IF YOU ARE LOOKING FOR A WIDE SELECTION OF EXQUISITE TIMEPIECES
AND FINE JEWELLERY, YOU ONLY NEED TO KEEP ONE NAME IN MIND.

For more than 130 years, the name “WEMPE” has stood for the utmost expertise in the art of making jewellery and timepieces. We offer a unique selection of valuable treasures at 25 Wempe showrooms world-wide. We are especially proud because for more than a century we have been privileged to contribute to the grand feelings that our customers express when they purchase jewellery or timepieces. Our pieces of jewellery uphold international standards and are born in our own atelier. This is true for unusual one-of-a-kind items as well as for our diverse assortment of classic pieces with brilliant-cut diamonds. And a century-old friendship links us with the world’s foremost watch manufactories. You will find WEMPE showrooms at the loveliest locations in great European metropolises and in New York City. Each shop also offers service or advice whenever you require it, so you can be certain that we will always be available to meet your individual needs. We cordially invite you to discover an abundance of interesting new items and exclusive special models at one of Europe’s leading jewellers. We look forward to your visit!

WEMPE

EXQUISITE
TIMEPIECES & JEWELLERY

Paris, 16, rue Royale, T +33.1.42 60 21 77

HAMBURG LONDON PARIS NEW YORK WEMPE.COM



We accept all credit cards.

News

Musique

C'est l'été ! Mélomane averti, à l'affût des dernières tendances comme des vinyles d'anthologie dissimulés au fond des greniers, Alexandre Guilloux, chargé des Animations et Dîners Spectacles Lucien Barrière Hôtels et Casinos, nous livre ses coups de cœur survitaminés de l'été.



JUPITER, JUICY LUCY

L'un des albums les plus excitants de cette année ! Il est signé Jupiter, un duo franco-britannique, nouvel emblème

de la French touch. On reconnaît des sonorités électro qu'on a pu entendre chez Justice et Daft Punk. Le synthé ultra puissant me fait penser aux années 70-80, lorsque le disco et le funk s'électrifient (tel Imagination). Juicy Lucy est un album que je recommande, un opus dynamisant, à l'énergie communicative, qui se fera le compagnon idéal de vos soirées d'été.



ELECTRIC GUEST, MONDO

Ce duo californien s'est fait connaître avec son tube « This head I Hold ». Produit par l'incontournable

Danger Mouse (Gorillaz, Jay-Z), Mondo est un savant mélange de pop euphorique pour les jours d'été. Certains morceaux nous plongent dans l'univers de Motown ou des Supreme, avec des effets de voix masquées, des ballades funk, des rythmes soul. C'est un album très accessible, avec un côté rétro et moderne à la fois, qui s'écoute partout, sur la plage, dans un bar, lors d'un footing au soleil couchant...

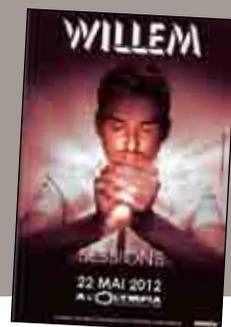


PINK FLOYD, THE DARK SIDE OF THE MOON

Un incontournable à avoir d'urgence dans sa discothèque, et si possible en version vinyle. C'est le 2ème album le plus vendu au monde (45 millions d'exemplaires écoulés depuis sa sortie en 1973) ! Emmené par le hit planétaire « Money », ce chef d'œuvre mixe rock et musique électronique avec des techniques rares pour l'époque (telles que l'enregistrement multipiste, une vraie révolution !). Conçu durant de longs mois en studio, cet album a la particularité d'avoir été joué en live le 20 janvier 1972, soit plus de 13 mois avant sa sortie.

Et dans l'iPod de Christophe Willem...

Alors que son dernier album "Prismophonie", un opus très électro où le chanteur s'est entouré de pointures tel Steve Anderson (qui a produit Kylie Minogue), cartonne dans les charts, Christophe Willem, en tournée tout l'été dans les établissements Barrière, pour "Willem Barrière Sessions", écoute en boucle son coup de cœur du moment : Juliette Katz. Son premier album "Tout va de travers" s'aventure sur les terres du jazz et du folk, emmené par la voix soul de Juliette. À découvrir d'urgence !





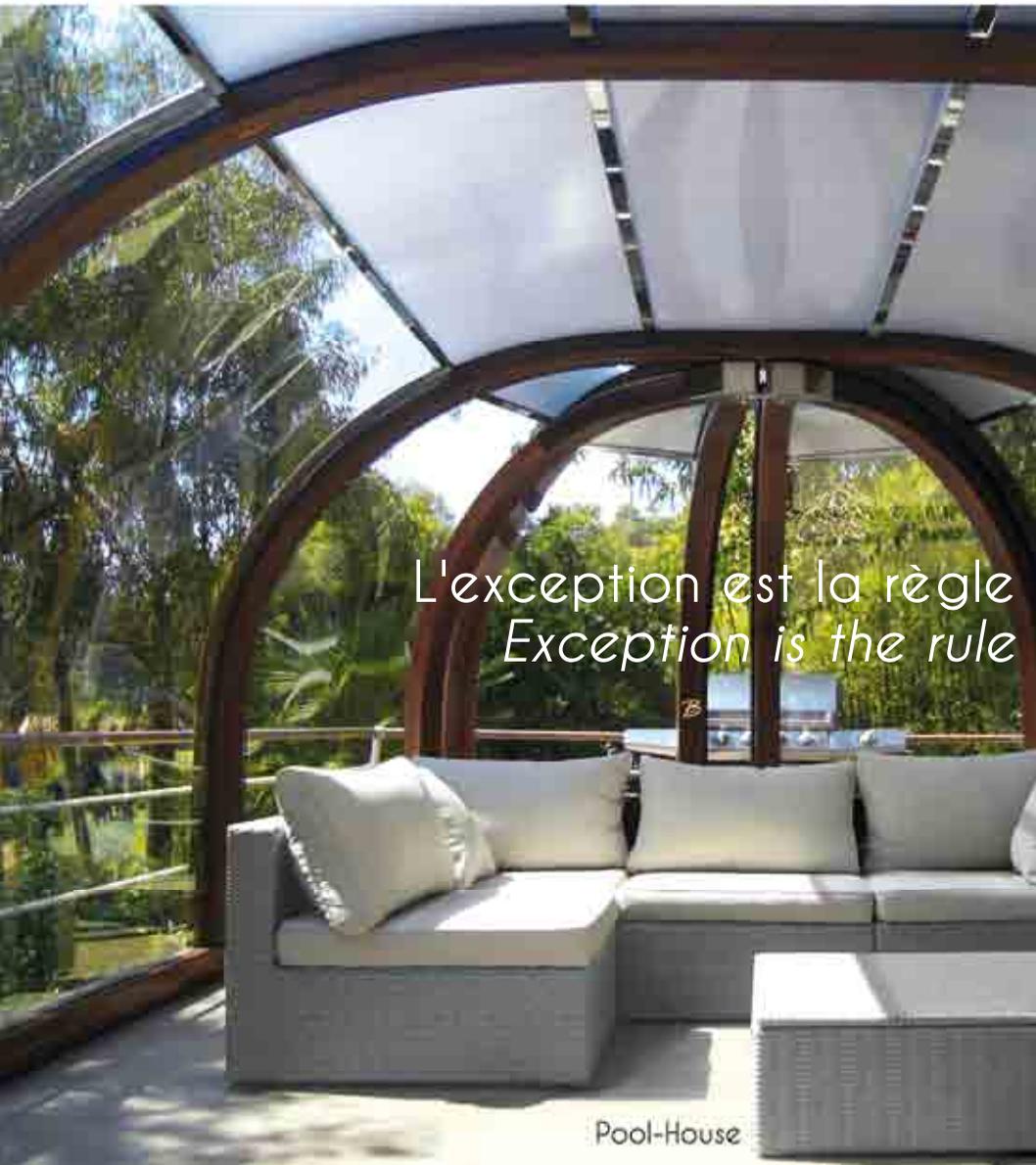
Concept Space



Bailly Prestige
Design & Creations



Product of FRANCE



L'exception est la règle
Exception is the rule

Pool-House

T +33 (0) 1 46 65 01 43
contact@baillyprestige.com
www.baillyprestige.com

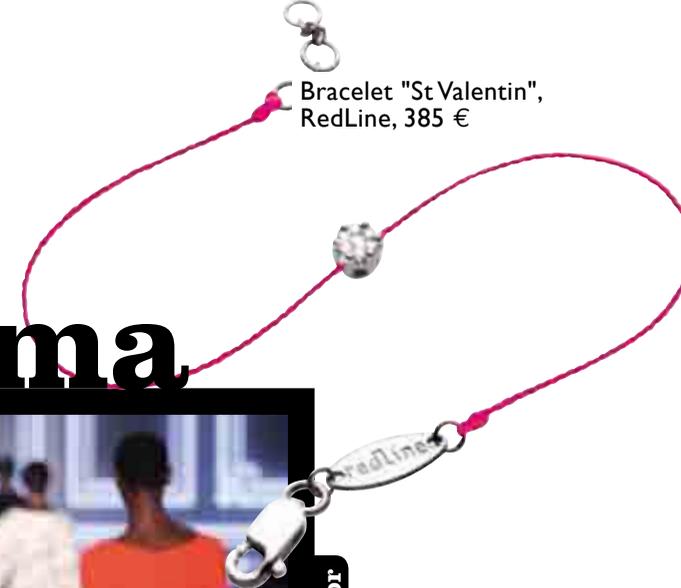
GENEVA · PARIS · DUBAI

Mode

Pochette,
Where
else, 25 €



Bracelet "St Valentin",
RedLine, 385 €



Fluorama



Dior

Robe,
Maje, 215 €



Eau vitaminée,
VitaminWater, 3,60 €



Ensemble,
Sandro



Escarpin, Louboutin
modèle Pigalle, 425 €



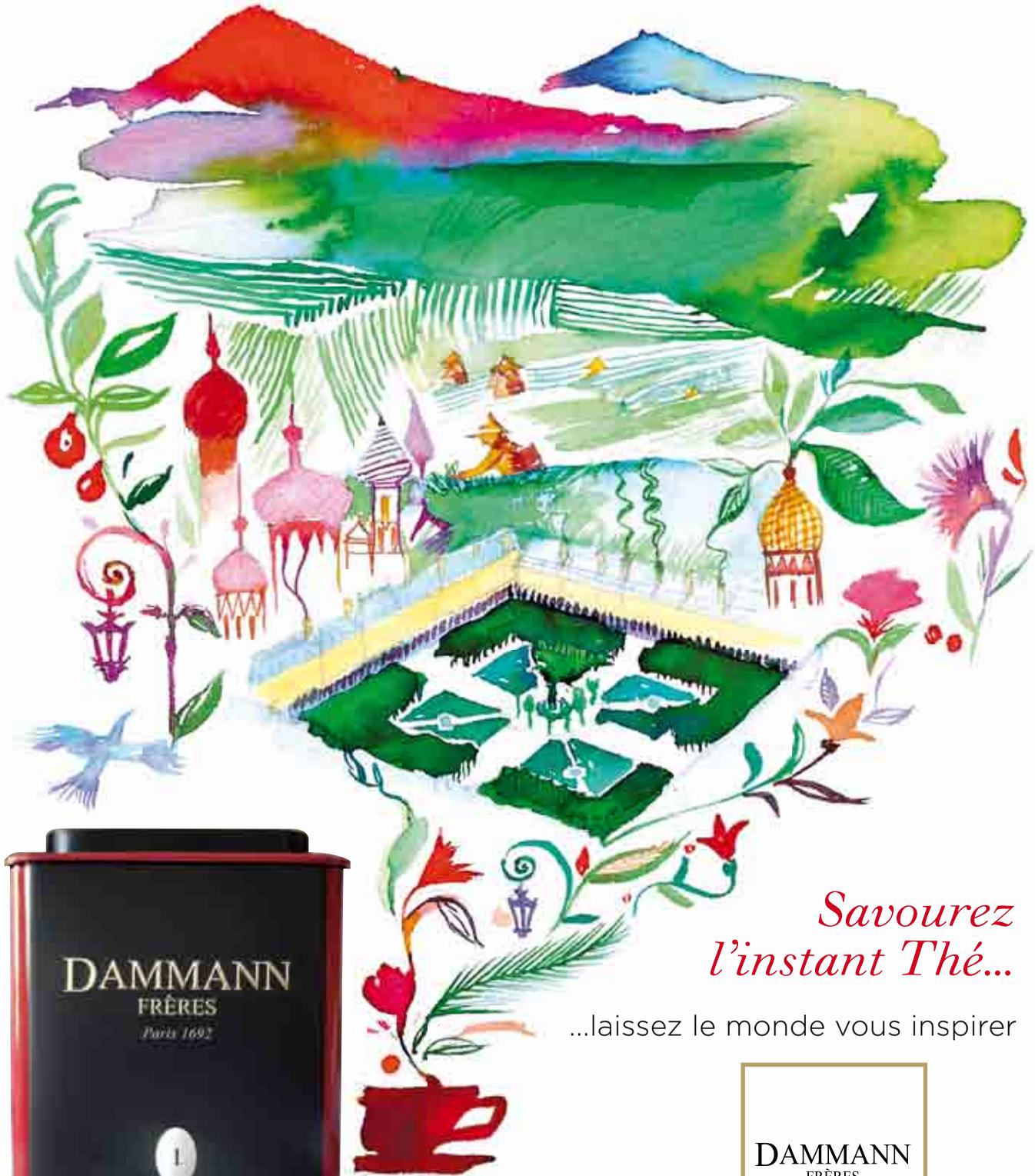
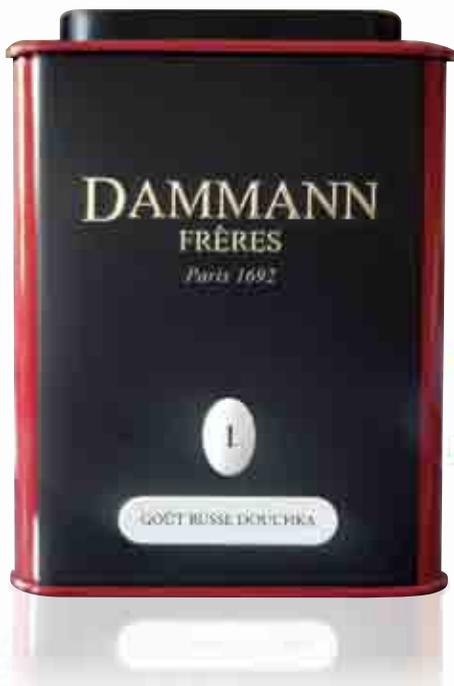
Doc Martens,
149 €



Vernis pop,
Miss Helen, 3,99 €



<http://www.dammann.fr/> illustration : Cyril Destrade



*Savourez
l'instant Thé...*

...laissez le monde vous inspirer



Place des Vosges
PARIS

Tout l'art du thé depuis 1692

Mode

S... comme des images

Lampe Canard, Egmont, 48 €



Moustaches, 9 €



Arbre à crayons
Mon Petit Art, 30 €



Cartable, Bakker Mode
With Love, 45 €



Bonpoint



Tunique,
Finger in the nose,
45 €

Besace,
US Suède
Rockmafia, 189 €



Casque audio,
Urbanears, 60 €



Collection Automne 2012,
Rykiel Enfant

100 ans, ça se fête !

100 ANS
Lucien Barrière
Hôtels & Casinos

*Offre
Historique*

VOTRE AUTOMNE À
MARRAKECH

Hôtel & Ryads Neema Barrière****

à partir de **193€***

Petits déjeuners inclus, buffet ou en chambre.
Surclassement en chambre Deluxe offert pour
tout séjour de plus de 3 nuits.

RESERVEZ DÈS MAINTENANT



Hôtels Barrière

Cet Automne, à vous Marrakech, sa Médina, ses senteurs épicées et toute la magie des Hôtels Barrière!

Découvrez nos offres inédites, plus envoûtantes que jamais sur www.hotels-barriere.com.

Ne manquez pas cette occasion historique de savourer 100 ans d'excellence et de luxe à vivre!

(*) Prix par nuit en chambre double Supérieure pour un séjour du 23/09/2012 au 23/10/2012 (hors semaines de la Toussaint du 30/09 au 07/10/2012), selon disponibilités, conditions de vente et dans la limite des chambres réservées à cette offre. Nous conseillons pour le détail des prix par catégorie de chambre.

**& RENSEIGNEMENTS
& réservations**

Par téléphone : [0800 002 065](tel:0800002065) (hors période de pointe)

0 800 002 065

Sur internet
www.hotels-barriere.com



DESTINATIONS BARRIERE

POUR VOUS DEPUIS 1912

1912–2012. Un siècle. Et des noms mythiques - Normandy Barrière, Hermitage Barrière, Majestic Barrière, Fouquet's - qui illustrent le prestige de l'accueil et du luxe à la française. Lucien Barrière Hôtels et Casinos fête ses cent ans.



Grand Hôtel Barrière***** Dinard

UN SIÈCLE

Voilà un siècle que Lucien Barrière Hôtels et Casinos veille avec le plus grand soin à l'élégance et au bien-être de vos séjours et de vos vacances dans les plus beaux sites de France. Les lumières marines de Deauville, Dinard, La Baule et Cannes, l'éclat de Paris et désormais la délicate atmosphère de l'Hôtel & Ryads Naoura Barrière blotti dans la Médina de Marrakech sont intimement liés à ce Groupe, dont le patrimoine architectural est exemplaire, à la fois comme témoin d'époques successives mais aussi de modernité, ainsi que l'affirme sur la route des vins d'Alsace, la récente ouverture du Resort Barrière Ribeauvillé et sa spectaculaire balnéo. Ce n'est pas un hasard. Le fondateur du Groupe, François André, est l'inventeur du concept de resort : réunir en un même lieu activités de loisirs sportifs et culturels dans un environnement de confort, de détente et de divertissement : casinos, balnéo, spas, golf, tennis, sports nautiques, vélos... Et, bien sûr, une gastronomie saluée par les plus grands guides.



Hôtel Fouquet's Barrière*****

UN ESPRIT

17 hôtels, 39 casinos, plus de 135 restaurants et bars, 3 000 spectacles par an expriment plus qu'une signature : un esprit. Celui du luxe à vivre. Certains disent « à la française ». D'autres évoquent une manière : la manière Barrière. Pourquoi ne pas saluer « une manière à la française » qui s'affirme depuis cent ans sur une expérience au service de l'excellence.

UN ACCUEIL

Choyer les grands, venus en couple, entre amis ou en famille... Et aussi les petits ! Derrière le nom de « Diwi » - prononcer : « dit oui » - toute une gamme de services et d'activités de jeu ou d'accompagnement sportif pendant la journée est proposée pour les enfants âgés de 4 à 12 ans.

Quoi de mieux qu'aujourd'hui pour apprécier 100 ans d'expérience ?

100 ANS
Lucien Barrière
Hôtels & Casinos

Offre Automne

Une nuit et petit-déjeuner

- **Hôtel Majestic Barrière*******
à partir de **185€***
- **Grand Hôtel Barrière*******
à partir de **239€****

& RENSEIGNEMENTS
réservations
Par téléphone (appel gratuit depuis un poste fixe)
0 800 002 065


Hôtels Barrière

(*) Prix par nuit en chambre double Classique à Cannes valable du 01/09 au 30/11/2012 hors festivals et congrès.

(**) Prix par nuit en chambre Classique à Dinard du 03/09 au 08/11/2012.



Hôtel et Ryads Naoura Barrière*****

PARIS - DEAUVILLE - LABAULE - CANNES - DINARD - RIBEAUUVILLÉ - ENGHEN-LES-BAINS - LILLE - MARRAKECH

Vernis turquoise,
OPI, 13,50 €



Vernis bleu,
Essie, 11,90 €



Blue lagoon

Anna Sui



Pinceau,
Guerlain, 30 €



Ombre paupières,
MAC, 18 €



Shampooing,
Bumble & Bumble,
9 €



Midnight
recovery eye,
Kiehl's, à partir
de 28 €



Mini sac,
Ba&sh, 240 €



Etole plume,
Hermès, 640 €



© Laurent Fau

Cook Master, Barrière toque départ !

par Laure Lambert

Cet été, les Hôtels Barrière lancent sur Facebook le premier concours culinaire organisé par un groupe hôtelier français : le Cook Master Barrière. À vos fourneaux !

Le fait maison a la cote. Depuis que les émissions culinaires à succès ont remplacé les leçons de Maïté, les chefs d'un jour ou de demain sont de plus en plus nombreux ! Dans un pays où la gastronomie est classée au Patrimoine Mondial de l'Humanité, la cuisine ne cesse d'attirer les foules. En témoignage l'engouement pour les cours et ateliers de cuisine animés

par de grands chefs qui entrouvrent leur porte pour faire partager leur savoir-faire et leurs tours de main.

Lucien Barrière Hôtels et Casinos lance, du 1^{er} juillet au 31 août, un grand concours dédié aux amateurs et aux confirmés : le Cook Master Barrière. Une compétition qui se déroule sur la toile, plus précisément sur le

leader des réseaux sociaux : Facebook. Le principe est simple. Le cordon bleu compétiteur poste sa meilleure recette sur la fan page des Hôtels Barrière : www.facebook.com/hotelsbarriere.

Digital cuistot

Du 3 au 7 septembre, trois lauréats du concours seront sélectionnés par un jury composé d'experts des fourneaux et de chefs du Groupe (Claude Ducrozet, chef pâtissier de l'Hôtel Fouquet's Barrière à Paris, Bertrand Schmitt, chef des cuisines du Majestic Barrière à Cannes, Michel Vico, chef de l'Hôtel Barrière de Lille, Eric Provost, de l'Etrier, à Deauville ou encore Eric Mignard, du Castel Marie Louise à la Baule). La liste des finalistes sera communiquée le 17 septembre... sur Facebook évidemment ! Une semaine plus tard, le 24 septembre, les trois digital cuistots s'affronteront dans les cuisines du Fouquet's à Paris. Le meilleur d'entre eux sera départagé par le jury, lors de cette finale qui sera diffusée en intégralité sur Facebook le 1er octobre. Le vainqueur verra son dessert inscrit à la carte du Fouquet's et de tous les restaurants des Hôtels Barrière. Il gagnera aussi un week-end gastronomique dans la destination Barrière de son choix.



Good bye wok

Pour vous, qu'évoque le wok ? La cuisine des "petits morceaux", affirme une fillette gourmande de Paris. Le wok, emblème d'une certaine cuisine asiatique, est ce haut poêlon d'acier trempé, à fond profond et d'un diamètre d'une trentaine de centimètres, qui permet de saisir rapidement et à haute température les ingrédients les plus frais. Légumes finement ciselés, crevettes décortiquées, filets de bœuf ou de poulet "mis en timbres". Dans la gastronomie, le wok n'est pas qu'un objet. Il est un lieu d'invention. L'image est hardie. Cependant, comme un couteau suisse, le wok sait tout faire : griller, braiser, rôtir, pocher, mijoter, etc. Seulement, le wok a un inconvénient dans notre environnement culinaire occidental : contrairement au couteau suisse, il ne tient pas dans la poche. Faire disparaître un wok dans l'arsenal des ustensiles ménagers d'une cuisine "actuelle" est un casse-tête. Surtout depuis que la mode de la cuisson sèche à la pierre a détrôné le roi wok, seigneur de la goutte d'huile et terreur des tiroirs étroits. Il s'en va donc comme il est venu. En catimini. Il reviendra. B.L





SILENCE ÇA TOURNE

Mono rouge,
Bamix, 159,90 e

À CARREAUX

Torchon Cafetières,
Monoprix



Le chef vous propose...

Cours de cuisine, OK. Livres de recettes, OK. Reste plus qu'à s'armer du kit de survie du parfait chef ! Voici une liste de courses des ustensiles et accessoires indispensables à avoir absolument dans sa cuisine.



**LES PETITS PLATS
DANS LES GRANDS**

Cocotte Cerise en fonte, Le Creuset,
31 cm, 239 e
Plat à four, Monoprix, 12 et 16 e



COUP DE FOUET

Fouet torsadé rouge 30,5 cm,
Cuisipro, 19,90 e



Un virtuose parmi les cuisinières

Elle est signée Falcon, fabricant numéro un de piano de cuisson. Tel un cordon bleu, la cuisinière Professional Deluxe 100 arbore non seulement un look rétro hyper starlette, avec ce qu'il faut d'acier. Mais, en plus, elle est dotée de multiples fonctionnalités, dont deux grands fours et un compartiment grill séparé. Longtemps apanage des grands chefs, le piano de cuisson envahit désormais nos cuisines. L'origine de cette cuisinière de prestige se situe outre-Atlantique, en Angleterre, où le premier piano de cuisson moderne a vu le jour en 1825. Son innovation ? Un seul feu permettant de réchauffer deux fours à des températures différentes, ainsi qu'une multitude de plaques de cuisson. Près de deux siècles plus tard, le piano de cuisson a bien évolué mais il continue de travailler sérieusement ses gammes. Pour le bonheur des gourmands.

A partir de 2700 e.



ARME FATALE

Blender Artisan-intellispeed, Kitchenaid, 229 e
Robot Artisan, Kitchenaid, 609 e

Le bon goût



sur le bout des doigts

par Paula Daubresse

Le “take-away”, la “street food” et autres “food trucks” sont des notions qui ont envahi notre quotidien. Que dévoilent-elles sur nos coutumes alimentaires ? Après le vite-manger, le bien-manger, le manger-bouger, place au manger-emporter.

Nous connaissons depuis toujours, sans le savoir, le concept de Food Truck - littéralement “camion de nourriture”. Souvenez-vous : quel bonheur que de faire la queue, en tongs et sur une côte, attendre que Marcello, depuis son camion nous prépare sa Napolitaine, ou que Rosié nous rafraîchisse avec un sorbet. Le “manger debout” est bel et bien la façon de déjeuner usuelle des vacances, qui rime avec ce plaisir absolu, croquer dans une frite croustillante, à même les doigts et se lécher les babines de manière décomplexée en oubliant que l’on sort des règles du “bien se tenir” à table. Ce plaisir inavouable car hors des normes “bienséantes” de notre culture culinaire, s’invite désormais à midi, à la ville.

Ces camions bousculent les pauses déjeuners et semblent autoriser à oublier le temps d’un déjeuner la table et ses codes. Au cœur de Paris, des hommes et des femmes en costume s’abandonnent à la joie de manger avec les doigts, après avoir localisé un Food Truck et patienté quelques dizaines de minutes pour être délivrés d’une faim animale. Le Camion qui Fume est le premier Food Truck que la capitale a connu : itinérant, ce dernier dévoile au dernier moment, via Twitter, sa position, sa carte est mono-burger, et son Chef connu Outre-Atlantique, le Chef

Kristin. Le concept a réveillé l’instinct grégaire du néo-gourmand : tel un prédateur il attend sa proie, s’y rue dès lors qu’elle annonce sa position, lutte avec ses congénères avant épuisement du stock et croque à pleines dents la viande rouge du burger !

Une question de temps ?

Si l’on prend le temps d’attendre, de faire la queue, l’on se dépêche de manger : le Food Truck propose du Fast Food. Le “prédateur citadin” optimise : il attend face à sa devanture (souvent longtemps, les Food Trucks sont victimes de leur succès) mais il dévore, profitant que le burger soit encore chaud... Dès lors, l’adresse de rendez-vous dévoilée, il faut en effet arriver dans les premiers. La gazelle en costume s’y rend vite car le Food Truck n’est que modérément à sa merci : il n’a pas de stock ! Il n’y en aura pas pour tout le monde, de quoi révéler l’instinct compétiteur de n’importe quel mammifère. Le Food Truck peut se refuser à vous : “C’est terminé, revenez plus tard”. Dans un monde où la rareté, comble d’ironie, se fait plus rare, c’est bien le témoignage d’un bouleversement des codes. L’offre ne vient plus au consommateur et anime une crainte de pénurie !

Si le Food Truck est un plaisir éphémère, insaisissable, d’autres marques gastronomiques itinérantes viennent



© Fanny B. - www.playlikeagirl.fr

Le Camion qui Fume

à leur consommateur : Boco (les fameux bœufs bios, élaborés par des Grands Chefs étoilés, qui ravissent les palais parisiens depuis 2011 pour 15 euros...) livre les gourmands sur un triporteur, à leur demande. Dans le champ de la food locomotion, nombreux sont encore les possibles !

Un retour à la dimension organique du manger ou une ode décomplexée à la Junk Food ?

Si cette démocratisation du manger avec les doigts, debout, vite est amusante - et pratique, nous en convenons - n'illustre-t-elle pas un rapport désincarné à la nourriture ? Réduite à sa fonction élémentaire, celle de nous maintenir en vie ? Moins sacrée, moins sacralisée, rationalisée et optimisée pour combler notre faim, individuellement. Le Food Truck n'est en effet pas un plaisir qui se partage, pas de table autour de laquelle s'installer. Car le repas n'est pas seulement l'occasion de manger, mais bien d'échanger. Cette manière de consommer est-elle le témoin du délitement de la commensalité ? Où la portion gagnerait du terrain sur le plat convivial, que nous prenons plaisir à partager autour d'une table. Le plaisir de la junk food est celui d'un plaisir solitaire, inavouable aujourd'hui à l'heure du détox ! Cet "onanisme culinaire" est décomplexé par la dimension gourmet de l'offre des Food Trucks : car ce n'est pas n'importe quel hamburger, tacos ou

sandwich qui est proposé. C'est souvent celui d'un Chef reconnu, à partir d'ingrédients du terroir, comme le démontre l'offre du Camion qui fume, ou encore Thierry Marx, qui relate ses aventures gastronomiques dans "Street Food".

Est-il impossible de réconcilier la rue avec la table ? Et si le camion itinérant ne rimait pas nécessairement avec manger en marchant ? Investissons dans quelques tables Formica, et profitons des délices d'un burger, confortablement installés !



© Eric Hood - Istockphotos

BRIDOR

de FRANCE

Pâtisserie

Macarons & Mignardises
Bridor Une Recette Lenôtre Professionnel

La référence des Chefs, tout simplement.



Macaron à la française, amandes Valencia broyées maison, beurre Charentes AOP, crème fraîche fluide (L'Or des Prés).
Coque fine et moelleux délicat.

www.bridordefrance.com



Profession :



Matières, Automne/Hiver 2012/2013,
Grégoire Alexandre pour NellyRodi

tendanceurs

par Béatrice Massenet

Ils sont capables de vous dire quelles seront les couleurs et les matières en vogue dans 2 ans, la forme de nos meubles, le contenu de nos assiettes. Ce sont de véritables éponges qui passent leur vie à lire, écouter, voir, rencontrer, sentir, dans le monde entier. Rencontre avec les "passeurs d'énergies" du bureau de style Nellyrodi, qui dessinent notre futur et mettent leur savoir au service des plus grandes entreprises internationales.

Ce n'est évidemment pas en lisant dans le marc de café ou en scrutant leur boule de cristal que travaillent les collaborateurs de Nelly Rodi, l'une des plus importantes sociétés de conseils et prospectives. C'est en recoupant mille informations venues du monde entier, en croisant mille études, en rencontrant une foultitude d'experts et de spécialistes tous domaines confondus, qu'ils arrivent à dessiner ce que sera notre façon de s'habiller et de vivre dans 2,3 ou 4 ans, avec aussi une bonne dose d'intuition évidemment. Car comment savoir deux ans à l'avance, que le jaune sera la couleur de l'été 2012 ? « C'est un peu artificiel » avoue Nelly Rodi. D'ailleurs si une femme n'aime pas le jaune alors qu'il y a un parti-pris de notre part. Il est vrai qu'il y a un parti-pris de notre part. Nous choisissons 9 couleurs environ sur 40 ou 45, en pariant qu'elles seront dans les collections dans deux ans. Et c'est ce qui se passe. » Chaque année, ses équipes développent, à partir de leurs « trouvailles » 4 scénarios avec formes, couleurs, matières, goûts. Ce sont les fameux cahiers de tendances, des outils indispensables aux entreprises aujourd'hui. Mais qui ne suffisent pas « Aujourd'hui nous réalisons 60 % de notre chiffre d'affaires en menant des missions dédiées et plus ou moins longues (de 1 à 4 ans) dans des entreprises qui veulent se repositionner face à la concurrence. Nous travaillons sur une gamme de couleur dédiée, un positionnement, des valeurs à transmettre » explique Pierre-François Le Louët, le PDG, qui a été à bonne école puisque c'est sa mère qui a créé le bureau de styles en 1985. Longtemps (et toujours) spécialisée dans la mode, l'agence Nellyrodi a évolué vers les styles de vie et travaille en amont des tendances. Elle anticipe le comportement des

jeunes, les nouveaux services à la personne, les loisirs en devenir. Comment ? « En regardant vivre le consommateur sur la planète entière. En s'intéressant à d'autres cultures, à certains mouvements esthétiques. Selon les époques, certains pays sont plus influents que d'autres.

Les films coréens vont nous influencer dans les années à venir

Dans les années 2000, c'était les USA qui créaient les attitudes de demain. Aujourd'hui c'est l'Asie et plus particulièrement la Corée, que nous suivons avec attention. L'art, l'informatique, les expos, les films coréens vont nous influencer dans les années à venir explique Nelly Rodi. « Nous sommes en veille permanente » renchérit Vincent Grégoire, directeur du département Art de vivre et style de vie depuis 21 ans. « En ce moment nous travaillons sur le Printemps-Eté 2014. Notre travail se découpe en 4 étapes. Nous rassemblons des éléments quantitatifs, des évolutions démographiques, des chiffres de consommation, des études établies par des instituts de sondages, des fédérations ou par notre propre pôle études qui fait aussi des panels, des focus groupes. A partir de ces données, nous allons chercher les signaux qui leur correspondent dans le monde entier, grâce à nos agents qui viennent d'horizons très différents. On réunit l'ensemble et on en dégage des scénarios. » Que les 2000 clients des cahiers de tendances adopteront sans doute. Et les clients particuliers, pour lesquels Nellyrodi travaillent en mission ? Peuvent ils influencer sur l'expertise de ces chasseurs de tendances ? « Absolument pas » s'insurge Pierre-François Le Louët, il n'y a pas de pression, nous sommes complètement libres.



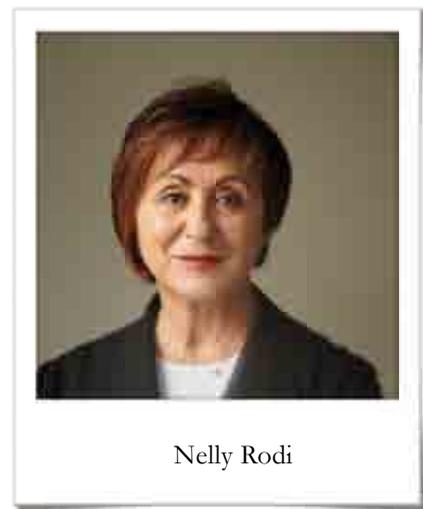
Pierre-François le Louët

Pierre-François le Louët, PDG de Nellyrodi : “L’agence est un mariage réussi entre marketing et création”

Quand en 2001, Pierre-François Le Louët quitte l’Oréal pour prendre en charge « la société familiale de conseil dans les tendances et la prospective NellyRodi », c’est à la demande de sa mère. Nelly, comme il l’appelle, pure créative et visionnaire exceptionnelle, travaillait sur les couleurs, les formes, les matières et les comportements. « Mais il fallait prendre en compte les demandes des clients. En plus du conseil, ils voulaient tout un travail à réaliser en amont, comment structurer une marque par exemple, raconter son histoire, la positionner face à la concurrence internationale, pour que la collection proposée soit la conséquence de ce travail. » C’est ainsi que Pierre-François apporte son expertise marketing à l’agence et fait évoluer les méthodes de travail. « Aujourd’hui, toute l’agence fonctionne en binôme : Le créatif peut laisser libre cours à ses idées car il fait équipe avec un marketeur qui donne un cadre de réflexion et sert de garde-fou. » A 38 ans, ce tout jeune PDG, ancien assistant parlementaire, a multiplié par deux le chiffre d’affaires mondial de la société et l’a redéployé à l’international en ouvrant des filiales aux USA, en Chine et en Corée. Avec 35 collaborateurs à Paris et des filiales ou agents dans 19 pays, le bureau de style Nellyrodi travaille pour des marques de luxe comme pour la grande distribution (LVMH, PPR, Estée Lauder, H&M, Leclerc, Samsung, Marks and Spencer, L’Oréal, M6, Sony, Tommy Hilfinger) et édite une vingtaine de publications par an, dont les fameux cahiers de tendances, disponibles par abonnements ou à l’unité. Et l’agence sera encore une fois du 7 au 11 Septembre prochain au Forum du Salon Maison et Objet pour mettre en avant les nouveautés du secteur de la maison. » Une vraie réussite et, comme dit Nelly avec humilité, une belle aventure familiale !

Nelly Rodi, fondatrice de l’agence Nellyrodi : “Nous travaillons sur la prospective, c’est à dire bien en amont des tendances.”

C’est une sacrée personnalité, Nelly Rodi. Alors que dans les années 70, elle fait un stage dans le cadre de ses études supérieures de commerce chez Prisunic, alors à la pointe de l’innovation, qui fait plancher les futurs grands noms de la mode et du design sur une cible populaire, elle découvre la prospective. Imaginer le cadre de vie des humains de demain. Tout naturellement, elle entre comme coordinatrice du studio et de la communication de Courrèges « un visionnaire » reconnaît elle, puis sera nommée directrice du Comité de coordination des Industries de la Mode, un bureau de style créé dans les années 50 dont les recommandations prospectives sont suivies à la lettre par plus de 500 entreprises. Tout en siégeant dans différentes commissions gouvernementales, qui présideront à la création de l’Institut Français de La Mode et du Musée de la Mode au Louvre, Nelly monte sa propre société en 1985. « A un moment, j’ai compris que la mode n’était pas (ou plus ?) qu’une affaire d’intuition et de création mais aussi une affaire de marketing et d’analyse des comportements de consommation. La mode n’influe pas que sur le textile et l’habillement, mais sur tous les univers liés à la personne : la déco, la beauté, l’alimentaire, l’automobile, l’électronique. » Le succès est immédiat. Dès 1987, elle ouvre un bureau au Japon et développe un important réseau de filiales et d’agences partout dans le monde. Visionnaire toujours, et peu avare de son savoir, Nelly Rodi sort en juillet un livre destiné au grand public : “Les 101 mots de la mode à l’usage de tous” aux éditions Archibook.



Nelly Rodi



Vincent Grégoire

Vincent Grégoire, directeur du département Art de Vivre et Styles de vie. “Je suis un passeur d’énergies”

Depuis maintenant 21 ans, Vincent Grégoire dirige le département Art de Vivre et Style de Vie chez NellyRodi. En gros, il définit ce que sera notre maison dans 2 ans, notre décor, nos façons de vivre et de se comporter, le contenu de nos assiettes... tout ce qui ne concerne pas les vêtements. « J’analyse les comportements, les nouvelles valeurs. Je repère le moindre petit signe émergent. » Doué pour les formules chocs et les images qui parlent à tout le monde (Le terme « adulescent » d’il y a quelques années, c’est lui) ce brillant esprit né à Rennes a fait l’école Camondo pour apprendre l’architecture intérieure et le design en travaillant en parallèle dans la mode, la scénographie et les accessoires. Après un passage comme directeur artistique chez l’architecte d’intérieur Agnès Comard, il rencontre Nelly Rodi et lui propose de prendre en charge l’art de vivre et la maison. Une mission plus globale qui réunit, autour des stylistes de son équipe, des sociologues, des philosophes des gens du marketing, des mathématiciens, des artistes, des cinéastes... À partir d’éléments quantitatifs, nous accomplissons un important travail de veille dans tous les domaines économiques, politiques, scientifiques. Je peux vous dire que la société est en train de passer de la consommation à la considération. Nous allons vers un nouveau bien être où l’humain sera au centre de tout, les sciences et techniques vont simplifier et émerveiller nos vies. Vive la « renaissance » !

Nilufar Khadessi, chef de projet conseil marketing mode, beauté et médias. “Nous proposons une boîte à outils à nos clients, faite d’intuition et de réflexion pour anticiper le futur.”

Diplômée en stratégie de marques du CELSA, pendant quelques années, Nilufar a travaillé pour le magazine Vogue à New-York. La bible des fashionistas du monde entier. « Mais il me manquait un regard socio-culturel supplémentaire. J’avais envie d’apporter des solutions créatives et pragmatiques à la fois. » Si elle ne travaille pas sur les cahiers de tendances, Nilufar fait du marketing style, un mélange de sociologie, de marketing, de créativité avec une dimension artistique. « Notre cœur de métier c’est de décrypter l’air du temps qui n’est pas encore établi, pour le projeter à 2, 3 ou 4 ans, selon la demande de nos clients. Et l’on se trompe rarement ! »



Nilufar Khadessi

En exclusivité, les tendances par le bureau de prospective

Attitude

Insolente. Un certain esprit Empire. La néo-bourgeoise est décalée. Elle porte un chignon mais avec une bretelle de soutien gorge apparente. C'est la Marie-Antoinette de Coppola, un peu pop, douce et piquante, avec des couleurs passées, pasteltes, pourpre et cendre.



Photo : Grégoire Alexandre pour NellyRodi

La Marie-Antoinette de Coppola, un peu pop, douce et piquante



© 2005 Columbia Pictures Industries, Inc. All Rights Reserved



Photo : Grégoire Alexandre pour NellyRodi

Exquise excentricité

automne-hiver 12/13

NellyRodi

Matières

Retour à des choses moins urbaines. Beaucoup de nature, de forêt, de bestial. Une élégance instinctive et primaire dans les matières avec des laines douces et couvrantes, des tissages artisanaux. Des couleurs mousse, écorce, sous-bois.

Formes

Des graphiques, des jeux d'échecs. Beaucoup de minéral, de marbré. Des superpositions. En couleurs, des nouveaux ors, plus proches du bronze que du bling-bling.

Déco

Exquises excentricités. De l'éclectique, du baroque, du patchwork. Du vintage utilitaire comme des sacs de pommes de terre usés. Du cuir, de la toile travaillée, de la tapisserie, un côté ornemental. Des teintes pâtes de fruits, gibiers, feu sacré.



Photo : Romain Bernardie James pour NellyRodi



Photo : Philippe Jarrigeon pour NellyRodi



Du vintage utilitaire

Photo : Grégoire Alexandre pour NellyRodi



Photo : Philippe Jarrigeon pour NellyRodi

Des formes graphiques



Des teintes pâtes de fruits, gibiers

Photo : Grégoire Alexandre pour NellyRodi



© Anthea Cumming - iStockphoto

Le papier va-t-il tourner la page ?

par Pierre-Jean Bassenterre

Trop lourd, trop encombrant, trop "tueur d'arbres", trop inadapté à la rapidité d'un clic sur un clavier numérique. Le papier a de plus en plus d'ennemis. Mais il se défend.

Quoi de commun entre une enveloppe postale glissée dans une boîte à lettres pour Brocottes (Calvados) ou Bora-Bora (Polynésie), un annuaire téléphonique, un carnet de rendez-vous, un livre de poche, un bulletin de vote, un menu au restaurant, une fiche de taxi, des millions de kilomètres de rayons de bibliothèques et de librairies, un avis des impôts, un billet de 5 ou 500 euros ? Le papier.

Sauf que ce papier, instrument de savoirs, de communication et d'information depuis deux millénaires, est ces derniers temps de plus en plus chiffonné. Partout dans le monde, les administrations publiques, l'industrie de la presse et l'économie de l'édition qui ont été tentées par le recyclage pour atténuer les coûts de production glissent désormais vers le support numérique. La réalité virtuelle. L'écran. Alors : fini, le papier ? Les broyeur et les photocopieurs

n'ont plus la cote dans les bureaux. "Be green, read on the screen" est devenu un slogan pratique et opportun pour les "costs killers", les chasseurs de frais généraux et de ramettes à papier dont les entreprises petites, grandes ou géantes retiennent les suggestions. Prétexte ou révolution ? Nul ne sait précisément combien de papier est aujourd'hui produit ou recyclé sur tous les continents. Mais cette universelle industrie qui traite la troisième matière première échangée dans le monde, après le pétrole et l'acier, peut-elle disparaître ? Ce serait la fin d'un marché estimé à plus de 150 milliards de dollars !

Passé le choix industriel il y a la transmission intellectuelle qui est en jeu. Tous les savoirs vivent aussi et encore sur le papier. Un journal, un livre, un tract ou un "flyer" pour une invitation à un concert ont cela de concret qu'on les tient dans la main ou

qu'on les a dans la poche. Voilà comment le papier est vivant. Il est amusant de voir l'opportunisme avec lequel le numérique et ses promoteurs ont dérobé au monde des livres et du papier l'un de ses plus révélateurs adjectifs : "tactile". Quoi de plus "tactile" qu'un livre, un journal, un carnet d'adresses ? Quoi de plus utile qu'un dictionnaire quand Internet n'existe pas dans les pays qu'on dit en développement pour ne pas dire qu'ils manquent de tout ? Dans ces lointains là-bas, comme l'eau, le papier accompagne la vie. Parce qu'il la raconte encore.

Le mot papier vient du latin papyrus. Il désigne une feuille sèche et mince faite de toutes sortes de substances végétales et réduites en pâte afin d'écrire, d'imprimer ou d'envelopper. Il est le symbole de cultures, de civilisations et de curiosités aussi nombreuses qu'il n'y aura jamais de pages écrites. Le papier c'est aussi le récit, le livre. Objet ou produit ?



© Goydenko Liudmila Istock-photo

Au fil d'un entretien accordé en mars 2012 au site Internet Rue89, l'académicien Erik Orsenna (voir l'encadré) affirme : "C'est le livre de poche qui est en danger. Or l'édition de poche est la vache à lait des éditeurs de grand format qui éditeront leurs ouvrages autrement car ils auront aussi une vie numérique. C'est la chaîne économique du livre qui est en question. J'ai la conviction que le papier continuera à exister, mais avec une valeur de luxe. Ceux qui fabriquent des livres devront le faire avec plus de soin s'ils veulent résister au numérique."

Autrement dit : les tigres du papier doivent se réveiller.

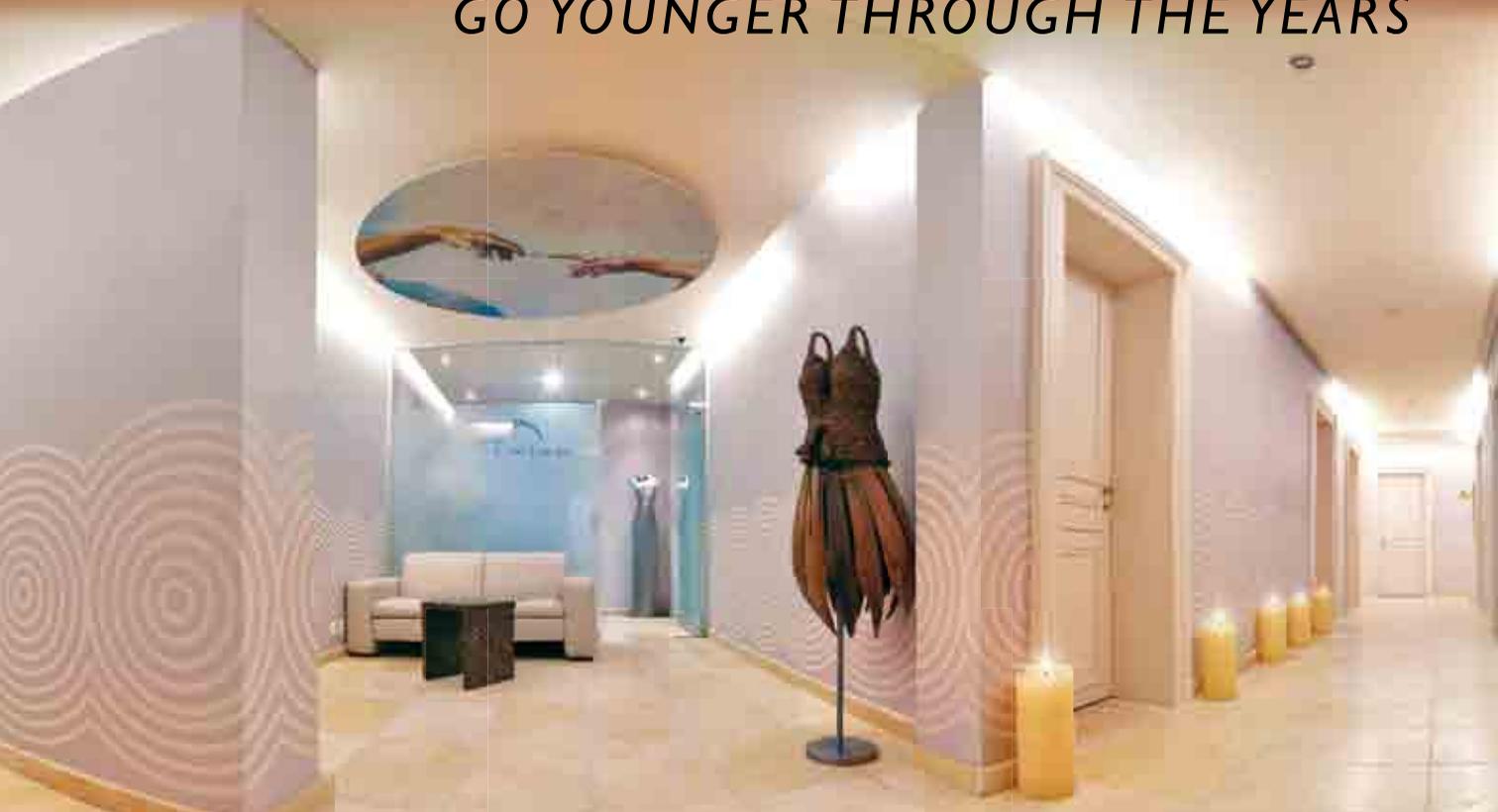
Quand Orsenna se livre



Raconter simplement l'essentiel des choses et de la manière de les vivre⁽¹⁾. Après l'eau et le coton, le papier. Erik Orsenna en fait une aventure passionnante qu'il écrit avec un ton qui n'a rien d'académique bien qu'il siège à l'Académie française depuis 1998 (fauteuil n° 17). Il a le goût de mélanger les papiers. Ceux d'identité, de visas de voyages et de vieux manuscrits, ceux de livres, de carnets de bord et de dessins. Hop, hop, hop : Orsenna est là et déjà ailleurs. Cet homme de 65 ans bouge tout le temps. Marin embarqué sur plusieurs océans, docteur en économie, collaborateur de François Mitterrand à l'Elysée (sous son vrai nom : Eric Arnoult), membre du Conseil d'Etat, lauréat du prix Goncourt en 1988 pour "L'exposition coloniale", il a comme on le disait autrefois "la religion du papier". Pourtant de ses voyages maritimes il rapporta un jour l'idée - blasphématoire - de concevoir l'un des premiers livres électroniques, le Cybook. Une bibliothèque étanche de poche pour évocation maritime. Projet qui n'a pas abouti. D'autres depuis l'ont fait. Il s'en réjouit, mais n'en démord pas : le bel et bon livre imprimé durera.

(1) Sur la route du papier, d'Erik Orsenna, 315 pages, Stock. 21,50 e

RAJEUNISSEZ AU FIL DES ANS GO YOUNGER THROUGH THE YEARS



Le nouveau programme de rajeunissement non chirurgical produit vraiment des résultats miraculeux.
New, non-surgical rejuvenation programme produces truly miraculous results.

Depuis des temps immémoriaux, les hommes rêvent d'une fontaine de jouvence ou d'un élixir de vie qui leur permettrait de retrouver la jeunesse. Mais leurs rêves ne sont jamais devenus aussi concrets qu'aujourd'hui. Le docteur Véronique Emmenegger, directrice médicale de la clinique, nous parle du nouveau programme de rajeunissement global non chirurgical. Connue pour être un mélange de l'innovation, de savoir-faire et de qualité suisse, le programme produit vraiment des résultats miraculeux.

DOCTEUR EMMENEGGER, NOUS ENTENDONS PARLER AUJOURD'HUI DE TOUTES SORTES DE TECHNIQUES QUI RAJEUNISSENT LES GENS. QU'EST-CE QUI DISTINGUE VOTRE APPROCHE DES AUTRES ?

En termes de technologies, nous sommes l'une des cliniques de médecine esthétique les mieux équipées en Europe. Ceci nous donne la possibilité d'utiliser toute une série de techniques de manière très personnalisée et d'obtenir ainsi un effet maximal. Notre savoir-faire est une combinaison unique des méthodes les plus avancées en matière de rajeunissement, ce qui nous permet d'obtenir les meilleurs résultats durables. Comme tous nos programmes, nos résultats sont le fruit de nombreuses années de recherches et de notre expérience.

POURQUOI EST-IL SI IMPORTANT DE COMBINER DIFFÉRENTES MÉTHODES ?

Notre programme opère à plusieurs niveaux. Avec l'âge, notre peau commence à perdre de l'épaisseur et son élasticité sous l'influence de divers facteurs. Nous utilisons, par exemple, l'énergie des radiofréquences pour cibler le derme qui constitue un moyen sûr et efficace de déclencher le processus naturel de multiplication et de renouvellement du collagène. Et pour obtenir des résultats vraiment spectaculaires, nous devons viser plusieurs couches de peau. La dernière technologie à ultrasons nous permet de cibler avec précision et de raffermir la couche profonde de tissus, objectif qui ne pouvait être atteint autrefois que par la chirurgie. C'est un appareil unique de « visualisation » et de « traitement » qui associe l'imagerie par ultrasons à la thérapie par ultrasons. L'utilisation ingénieuse des ultrasons assure une précision et une uniformité sans précédent dans le traitement des couches les plus profondes de la peau.

DOCTEUR, QUELLE DURÉE DE SÉJOUR DOIT-ON PRÉVOIR POUR CE TYPE DE MISE EN CHARGE ?

La durée est de deux à trois jours seulement.

Throughout history, people have dreamed of an elixir of life, which would allow them to go young again. But never before have their dreams been so real. Dr Véronique Emmenegger, the Medical Director of the clinic, tells us about their new, non surgical global rejuvenation program. Known as a blend of innovation, know-how and Swiss quality, the program produces truly miraculous results.

DOCTOR EMMENEGGER, TODAY WE HEAR ABOUT ALL KINDS OF TECHNIQUES FOR MAKING PEOPLE LOOK YOUNGER. WHAT IS NEW ABOUT YOUR APPROACH?

As far as the technologies are concerned, we are among the best-equipped clinics of aesthetic medicine in Europe. This gives us a possibility to use a whole array of techniques in a highly personalized manner for the ultimate effect. Our know-how is the unique combination of the most advanced rejuvenation methods, which enables us to achieve the utmost and long-lasting result. Like all our programs, it is a product of many years of research and experience.

WHY IS IT IMPORTANT TO COMBINE DIFFERENT METHODS?

Our program works on several levels. With age our skin begins to lose collagen and elasticity under the influence of various factors. For example, we use the radiofrequency energy to target the collagen tissue. This is a safe and effective way to trigger the natural process of collagen reproduction and restoration. And for really spectacular results we need to target several layers of the skin. It is the use of the latest ultrasound technology, which allows us to specifically target and strengthen the deep foundational layer of tissue that in the past could only be achieved through surgery. This is a single "see" and "treat" device, as it combines ultrasound imaging with ultrasound therapy, ensuring an unprecedented precision and consistency in treating the deepest skin support layers.

DOCTOR, HOW LONG DOES IT TAKE TO UNDERGO THIS TREATMENT?

Only two to three days.



Lausanne, Switzerland

Clinic Lémanic

Tel. +41 21 321 20 82 - info@cliniclemanic.ch

www.cliniclemanic.ch

G A L E R I E S B A R T O U X

JULIEN MARINETTI

E X P O S I T I O N P E R M A N E N T E



Galleries
BARTOUX

GALERIE D'ART ÉLYSÉES PARIS ■ Élysées 26 ■ 26, av. des Champs-Élysées ■ 75 008 Paris ■ Tél. : +33 (0)1 42 89 41 21

PARIS ■ CANNES ■ HONFLEUR ■ SAINT-PAUL DE VENCE ■ CHÂTEAU DE POMMARD

MODERN, POP & CONTEMPORARY ART



JOAN MIRÓ



DAVID CINTRACT



KEITH HARING



ROY LICHTENSTEIN



ROMERO BRITTO



TOM WESSELMANN



DAMIEN HIRST



RICHARD ORLINSKI



ANDY WARHOL

Photos © Galeries Bartoux



Bruno Barde

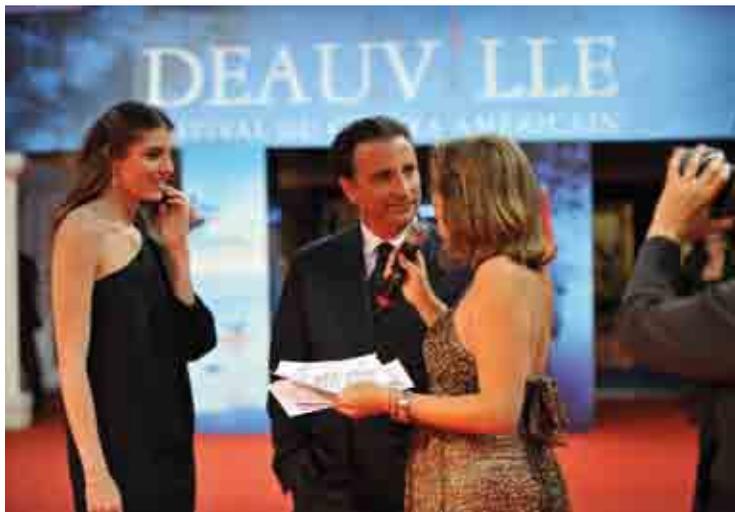
les yeux de l'Amérique

par Béatrice Massenet

Les vacances ? Bruno Barde n'en prend que 10 jours dans l'année. Patron du Festival du film américain de Deauville (du 31 août au 9 septembre 2012) il voyage aux quatre coins du monde depuis 17 ans à la recherche des pépites du cinéma indépendant et avale tout au long de l'année plus de 300 films pour n'en présenter que 14 en compétition officielle.

« **O**rganiser ce festival, pour moi, c'est comme faire un film. J'en écris le scénario toute l'année : je choisis mes films, le jury, les partenaires et je commence à tourner lors de la première projection ! ». Directeur général de la société Public Système Cinéma, Bruno Barde, carrure d'athlète, carrière exemplaire, est aussi un directeur artistique reconnu par toute la profession pour son flair. « Pour Deauville, qui est le 2^{ème} festival de France après Cannes, je vois 300 films pour n'en garder que 50, destinés à alimenter les différentes sections du festival (longs et courts métrages, documentaires, séries télé). Mon travail commence en janvier à Sun Dance, le festival américain des films indépendants. C'est là où l'on peut voir le meilleur de la production américaine. Début février, je vais au plus grand marché européen du film, à Berlin. De 9 à 21 heures, je vois en moyenne 7 ou 8 films par jour. Je défriche.

De retour à Paris, je reçois des films du monde entier, puis je continue à faire mon marché en mai à Cannes. Quand j'en reviens, il me reste trois mois pour voir les derniers films en DVD et faire ma sélection, et c'est un vrai casse-tête ! Je peux vouloir un film alors que son producteur n'a pas encore trouvé de distributeur en France. Quelquefois c'est ce qui le décide, il se dit que la réputation des films montrés à Deauville attirera un acheteur français. Jusqu'au dernier moment, je ne suis jamais sûr d'avoir



Andy Garcia au Festival de Deauville, 2009

les films que je sélectionne, car ce sont des films indépendants. » C'est ce qui fait la réputation de ce festival, qui ne craint pas les autres grands festivals internationaux. « D'abord, nous ne programmons que des films américains, contrairement à Cannes, Venise, ou Berlin, ensuite nous ne montrons que des films inédits, que les Deauvillais et les cinéphiles qui viennent de la France entière voient en même temps que les journalistes. C'est ce qui me plaît. Cette absence de starisation. Deauville, c'est une fête de l'esprit par rapport à Cannes. C'est un festival populaire au sens noble du terme, qui touche tous les publics et rend hommage à tous les talents.» Même

démarche pour la composition du jury. Après avoir choisi le président, Bruno Barde choisit une famille. Un groupe cohérent de metteurs en scène, comédiens et un ou deux professionnels de la musique et de l'écriture qui vont avoir des choses à partager. « Je ne prends pas ceux qui font la Une des magazines people, mais des gens capables de voir 12 films dans la semaine, et dont le point de vue est respecté par la profession. Point. Je rêve d'ailleurs d'organiser un jour un festival de films sans générique, sans que le jury et le public ne connaissent le nom des acteurs ou des metteurs en scène. On jugerait alors vraiment l'œuvre pour l'œuvre. »

Créé il y a 38 ans avec uniquement des avant-premières, le Festival du film américain de Deauville se veut aujourd'hui un lieu de rencontre. « Chaque année ou presque, nous ajoutons des événements. Des courts métrages, des hommages, des cartes blanches. Depuis 2007, c'est le seul festival où l'on peut voir des films 24h sur 24h : tout le cinéma américain depuis le début du XX^{ème} siècle en fait. L'année dernière, nous avons inauguré les leçons de cinéma avec Francis Ford Coppola. (Cette année, ce sera avec William Krippaehne), et puis il y a aussi des Docs de l'Oncle Sam qui marchent très fort, car ils

représentent vraiment les coulisses de l'Amérique d'aujourd'hui. Il y a trois ans, nous avons aussi ouvert le Festival aux séries télé car certaines sont d'une écriture exceptionnelle. Nous organisons des tables rondes avec des producteurs, scénaristes et écrivains de séries américaines et françaises.

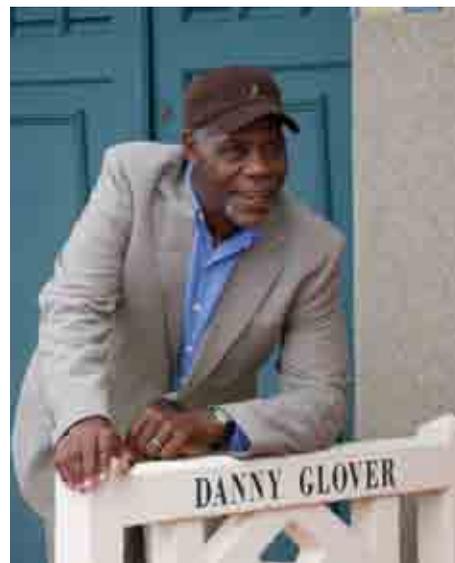
Aujourd'hui, bien sûr que Deauville est un révélateur de talents. C'est ici que le public a découvert pour la première fois des chefs d'œuvre comme Little Miss Sunshine, Memento, Bound, Dans la peau de John Malkovitch, Précieux... ou The Artist comme l'année dernière... Ou des acteurs comme Ryan Gosling, le héros de Drive. « C'est formidable lorsque tout le monde est d'accord sur la qualité d'un film. Mon souvenir le plus fort, c'est peut-être en 1992, à la première projection de "Sur la Route de Madison". A cette époque, les acteurs du film ne restaient pas pendant la projection. Mais Clint Eastwood a voulu voir la réaction du public. Il s'est mis dans un coin, dans la pénombre. A la fin du film, les gens pleuraient, applaudissaient. Tout d'un coup, quelqu'un l'a reconnu et la salle entière s'est tournée vers lui. C'est aussi à cause de moments comme celui-ci que je continue à croire que le cinéma rend les hommes meilleurs. »

Lucien Barrière Hôtels et Casinos à Deauville, ce n'est pas que du cinéma

Entre Lucien Barrière Hôtels et Casinos et le cinéma, c'est une longue histoire d'amour. Et plus particulièrement avec Deauville. Quand Lionel Chouhan et André Halimi, fans de 7^{ème} art, cherchent une ville d'accueil pour créer le premier Festival du film américain en France, Michel d'Ornano, le maire de Deauville, et son ami Lucien Barrière, le Président du Groupe familial très implanté en Normandie, sont enthousiastes. Ils cherchaient depuis longtemps un événement capable d'attirer les touristes à Deauville au delà de la saison hippique. C'est grâce à

ces quatre partenaires passionnés qu'est né le Festival en 1975. Lucien Barrière Hôtels et Casinos soutient depuis maintenant 38 ans la qualité de la programmation et accueille dans ses hôtels les plus grandes stars américaines, de Brad Pitt à Francis Ford Coppola en passant par Justin Bieber. En 1999, fidèle à sa vocation, il s'associe au tout nouveau Festival du film asiatique de Deauville, une vitrine de la création cinématographique de pays comme la Corée, le Japon, la Chine ou l'Inde, qui attire des milliers de spectateurs. Une belle façon d'associer son image et

son savoir-faire aux événements cinématographiques dont il partage les valeurs, la qualité et le prestige.



Ils ont marqué les Planches...



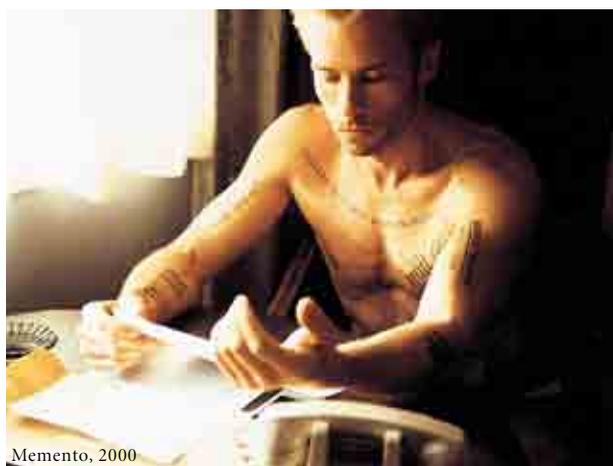
Dans la peau de John Malkovich, 1999



Little Miss Sunshine, 2006



Precious, 2009



Memento, 2000

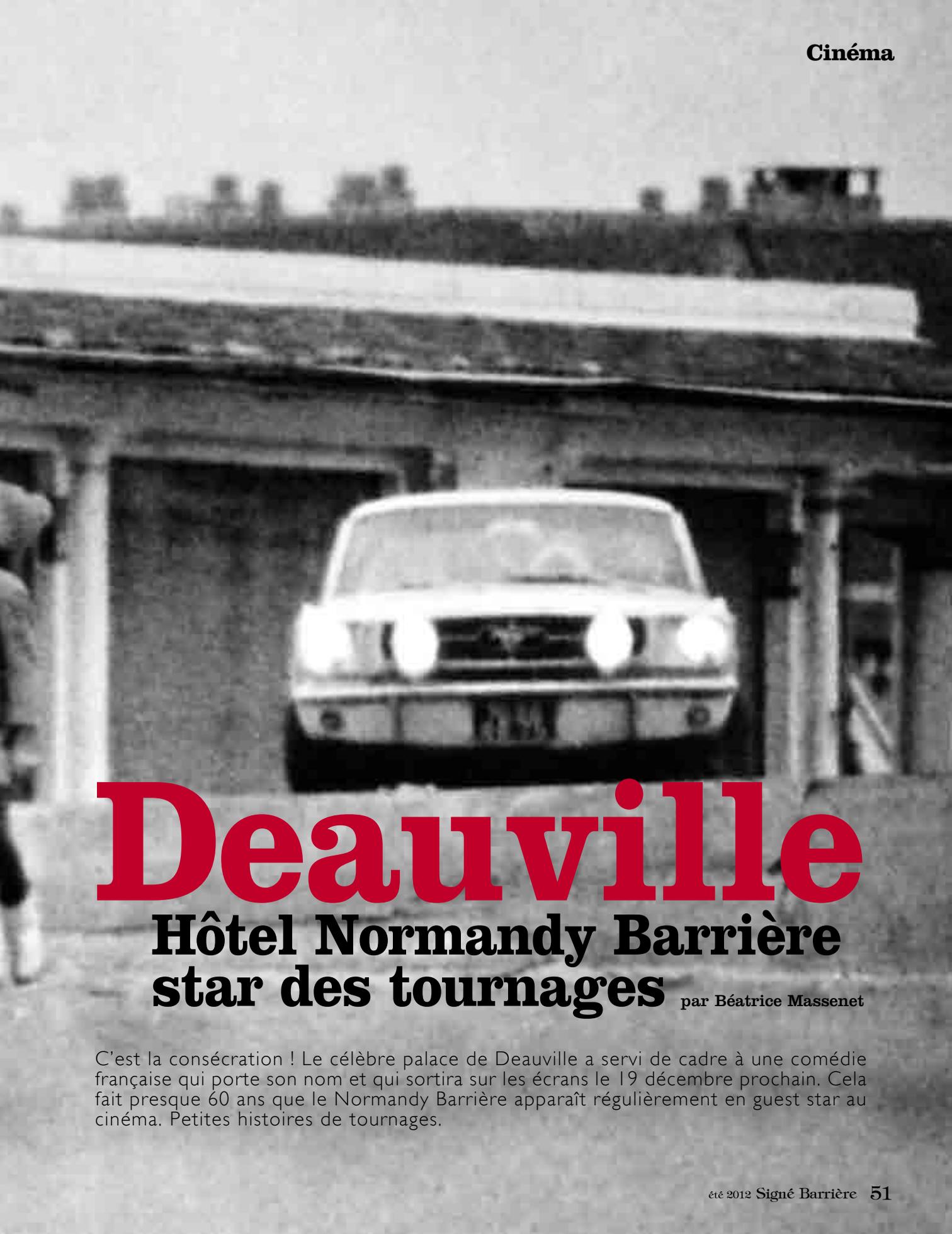


Bound, 1996



Sur la route de Madison, 1995





Deauville

Hôtel Normandy Barrière star des tournages

par Béatrice Massenet

C'est la consécration ! Le célèbre palace de Deauville a servi de cadre à une comédie française qui porte son nom et qui sortira sur les écrans le 19 décembre prochain. Cela fait presque 60 ans que le Normandy Barrière apparaît régulièrement en guest star au cinéma. Petites histoires de tournages.



Vous savez, plus de 50 films ont été tournés à Deauville. Le premier date de 1919, et s'appelait « Le Dieu du hasard » de Henri Pouctal, avec Gaby Deslys », raconte Philippe Normand, responsable du service culturel de la municipalité, à qui l'on doit toutes les expos consacrées au cinéma qui ponctuent la vie culturelle de Deauville depuis janvier. Passionné de cinéma, il traque les lieux de tournages Deauvillais à longueur de pellicules et connaît tout de la carrière cinématographique de celle qu'on appelle Hollywood sur mer. « Dès sa construction en 1912, le Normandy Barrière a reçu beaucoup de personnalités, séduites par son allure de manoir anglo-normand, et par le champ de courses de la ville : Sacha Guitry, Winston Churchill, Maurice Chevalier, le Prince de Galles, Colette, Édith Piaf y séjournent régulièrement, comme beaucoup d'américains : Laurel et Hardy, Robert Mitchum, Clark Gable, l'Aga Khan et Rita Hayworth, Errol Flynn, Yul Brunner, tous sont passés

par le Normandy Barrière, pour la simple raison qu'ils venaient en Europe par bateau et débarquaient sur le continent au Havre. Dans les années 50, de nombreux producteurs et acteurs français, s'installèrent à Deauville en villégiature. Jean Gabin, comme Louis de Funès, possédait une maison à 300 mètres du Normandy Barrière et invitaient fréquemment des amis, comme Lino Ventura ou Michel Audiard. Ils se donnaient rendez-vous à l'hôtel Normandy Barrière pour travailler et repérer des lieux. Et puis arrive « Un homme et une femme » de Claude Lelouch en 1966, avec Anouk Aimée et Jean-Louis Trintignant. C'est ce film qui a fait de Deauville une destination de week-end, et du Normandy Barrière un palace pour amoureux et un lieu prisé par les équipes de tournage. Il faut dire que son architecture et les lieux emblématiques de la ville comme les Planches et le casino peuvent servir de cadre à milles intrigues où se mêlent arnaques, bijoux, jolies femmes et histoires d'amour. »



“Assassins et Voleurs” de Sacha Guitry



“Le Bar de l'écluse” de Jean Delannoy

1956 : “Assassins et Voleurs” de Sacha Guitry avec Michel Serrault, Jean Poiret et Magali Noel

Dans les années 50, Deauville était une station balnéaire en vogue chez les parisiens de la haute bourgeoisie. Ces dames passaient volontiers l'été au Normandy Barrière, tandis que leurs maris travaillaient à Paris. Désœuvrées, il arrivait qu'elles se “trompent” de chambre certains soirs. Entendez par là qu'elles prévenaient les demoiselles du téléphone du Normandy Barrière que si leur mari téléphonait, il fallait leur passer la communication dans la 112 et non dans la 320... Une histoire qui colle tellement à celle de l'hôtel, que Sacha Guitry l'a intégrée au scénario.

1959 : “Le bar de l'Écluse” de Jean Delannoy, avec Jean Gabin et Micheline Presle

C'est sans doute le film qui dévoile le plus l'atmosphère du Normandy Barrière. Jean Gabin y joue un aventurier qui vit d'embrouilles. Habitué du bar, il emprunte 50.000 francs au barman à qui il doit déjà 45.000, et les lui rend en lui disant de garder la monnaie ! D'autres scènes ont été tournées dans les chambres avec Micheline Presle.

1966 : “Un homme et une femme” de Claude Lelouch, avec Anouk Aimée et Jean-Louis Trintignant

La plage, les Planches et le Normandy Barrière... Quand Claude Lelouch tourne son film en hiver 1965, la direction décide de loger toute l'équipe au Normandy Barrière. Le film, Grand prix du jury au Festival de Cannes 1966, et Oscar du meilleur film étranger, remportera un immense succès. Depuis, une suite porte le nom d'Anouk Aimée, qu'elle occupe encore aujourd'hui à chacun de ses séjours à Deauville.



“Un homme et une femme” de Claude Lelouch



1971 : “Les amis” de Gérard Blain, avec Jean-Claude Dauphin et Philippe March

Même la Nouvelle Vague s’est entichée du Normandy Barrière. Un homme marié veut éblouir un jeune garçon d’origine modeste et l’emmène à Deauville. Il lui loue une chambre au Normandy Barrière juste à côté de la sienne. De nombreuses scènes ont été tournées au restaurant, à la piscine, au tennis... À partir des traditions hôtelières du Normandy Barrière, l’homme transmet au jeune garçon une certaine éducation, le sens des valeurs, de la qualité et de l’exigence. Ce séjour va changer le destin du jeune homme.



“La disparue de Deauville” de Sophie Marceau

2007 : “La disparue de Deauville” de Sophie Marceau, avec Sophie Marceau et Christophe Lambert

En tournage à Deauville pour le film de Diane Kurys “Je reste !”, Sophie Marceau se fait maquiller au Normandy Barrière. En observant la vie de l’hôtel et les différentes personnalités qui s’y croisent, elle a l’idée d’une intrigue qui aurait pour cadre un palace et décide que ce sera le Normandy Barrière. C’est d’ailleurs à l’hôtel, pendant le tournage, qu’est née son idylle avec Christophe Lambert...



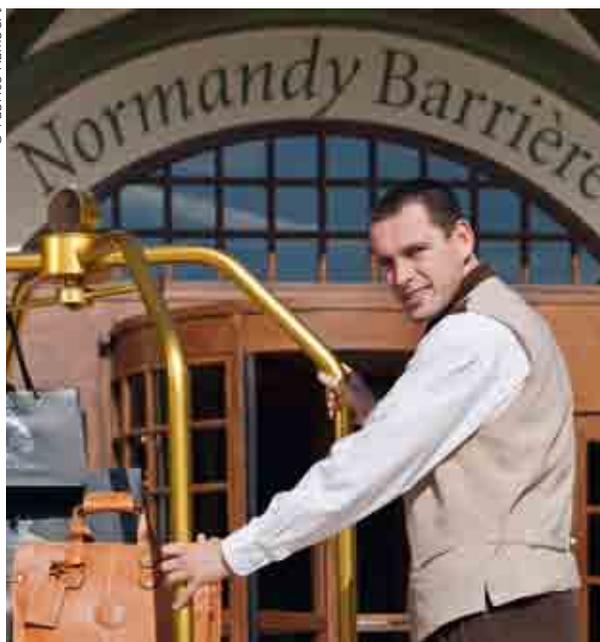


“Hôtel Normandy” de Charles Nemes

2012 : “Hôtel Normandy” de Charles Nemes avec Helena Noguerra, Éric Esmondino et Ary Abbitan (sortie décembre 2012)

Une trentenaire reçoit comme cadeau de ses amis un séjour au Normandy Barrière... Tourné cet hiver, on retrouve dans le film tous les lieux emblématiques du palace. La production a construit une fausse “réception” de l’hôtel dans le salon de La Potinière, pour ne pas déranger les clients.

© Fabrice Rambert



Ils ont les clés...

© Eric Cuvillier



© Caplio R7 User



Gérard Feuillie et Bruno Lecointe, chef concierge et assistant concierge au Normandy Barrière depuis 28 et 24 ans. Si leur métier leur impose un devoir de réserve, ils ont bien voulu partager avec nous quelques souvenirs de tournages. « Pendant le tournage d’Hôtel Normandy cet hiver, Alain Terzian, le producteur du film, a voulu que je tourne quelques scènes comme figurant », raconte Gérard Feuillie. « Comme l’hôtel était ouvert aux clients, ils tournaient uniquement de nuit, mais comme si on était en plein jour. Les acteurs repartaient à Paris le matin pour revenir le soir même et certains soirs quand ils étaient en forme, ils se mettaient à chanter sur la terrasse ! ». Bruno Lecointe qui travaille le soir se souvient de quelques moments mémorables, en particulier pendant le Festival du Film Américain. « Quand Sylvester Stallone a séjourné à l’hôtel il y a 10 ans, tout le personnel lui a fait une haie d’honneur dans le grand escalier, entre le bar et la suite présidentielle qu’il occupait. Je me souviens aussi d’un soir au bar, avec Sean Penn et Jack Nicholson qui jouaient du piano et chantaient à tue-tête. Les clients descendaient de leur chambre pour se plaindre et ils restaient ! Et puis, il y a eu le tournage de Mesrine avec Vincent Cassel il n’y a pas si longtemps. Ils répétaient une scène au casino. Toute la nuit, ils ont tiré à la mitraille. Comme certaines de nos chambres jouxtent le casino, les clients sont descendus affolés, ils croyaient à une attaque ! ».



Dressing de stars

Qui n'a jamais rêvé du fabuleux dressing que Mister Big offrait à Carrie, alias Sarah Jessica Parker, dans le premier volet de "Sex and the City" ? Immersion dans le vestiaire de trois stars emblématiques : Amanda Seyfried dans "Mamma Mia", Jean Seberg dans "À bout de souffle" et Julie Andrews dans "Victor Victoria".



Hippie chic
façon "Mamma Mia"

Collier,
Isabel Marant, 170 €



Shearling coat,
Miu Miu, 2 725 €



Robe sequins,
Isabel Marant, 685 €

Tunique,
Leaves of grass, 400 €



Sac,
Lanvin, 1 370 €



Compensées Marina Liège,
Louboutin, 435 €

Sandales,
Dolce&Gabbana, 545 €



Cinéma



Chemise, Comptoir des Cotonniers, 95 €



Short, Stella Mc Cartney, 495 €



Marinière, Sandro, 110 €



Lunettes de soleil, Miu Miu, 260 €



Sac, Bottega Veneta, 950 €

Bracelet, Yves Saint Laurent, 250 €



Jean, Citizen of Humanity, 235 €



Chapeau, Gucci, 195 €



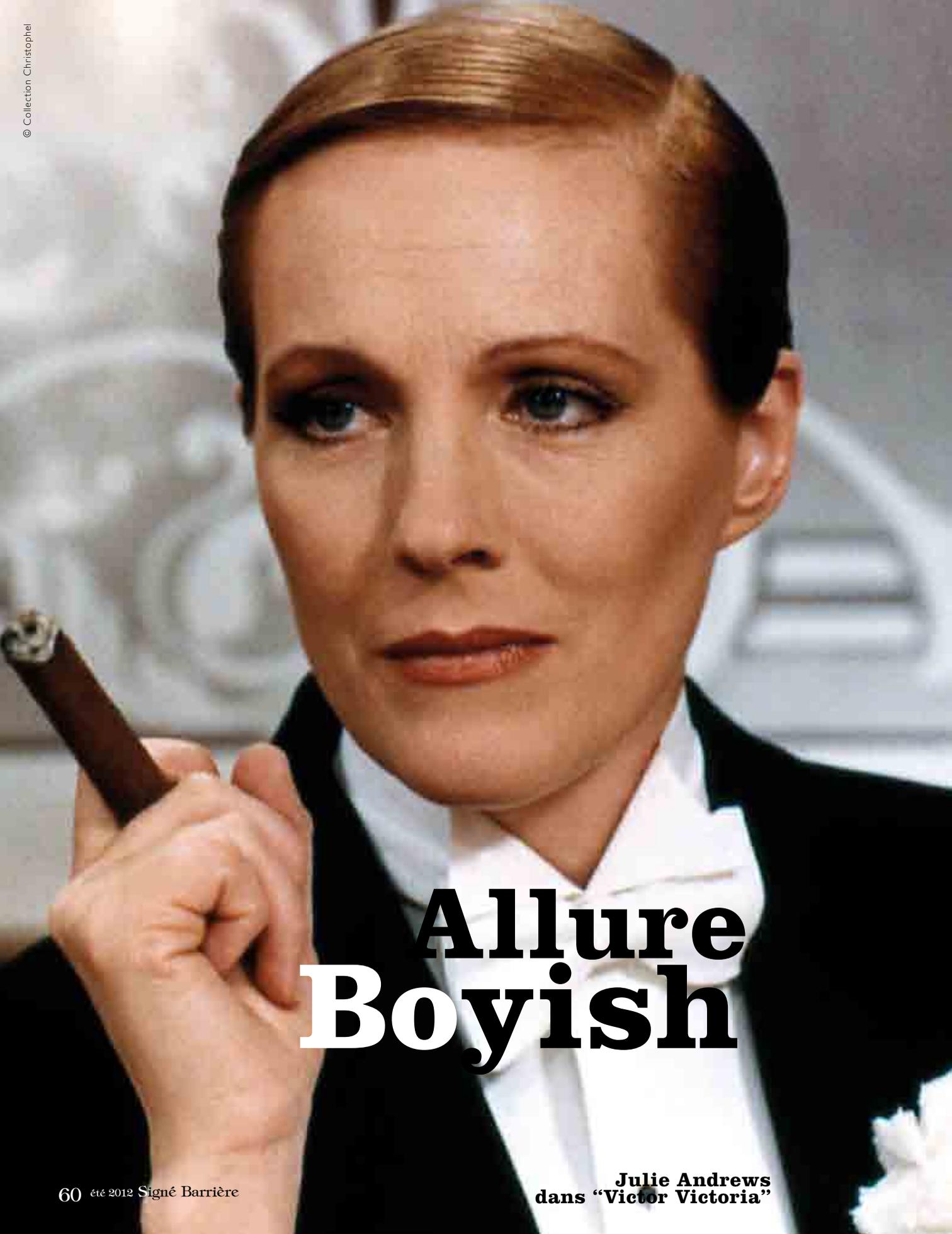
Ballerine, Chanel

Ballerine, See by Chloé, 195 €

A photograph of Jean Seberg, a young woman with short dark hair, wearing a black and white horizontally striped off-the-shoulder top. She is smiling slightly and making a peace sign with her right hand. The background is a plain, light-colored wall.

Fan des 60's

Jean Seberg
dans "A bout de souffle"



Allure Boyish

Julie Andrews
dans "Victor Victoria"



Chemise,
Tara Jarmon, 170 €

Pantalon,
Claudie Pierlot, 185 €



Veste Boyfriend,
Sandro, 325 €



Veste fourrure,
Sprung Frères



Boutons de manchettes,
Cartier, 450 €

Nœud papillon,
Dries Van Noten, 130 €



Repetto, 215 €



The
Kooples

Yves Saint-Laurent



The Firth... one

par Bruno Seznec

Le voilà au top et à temps. Le très britannique Colin Firth arrive à l'heure des rôles qui, pour un acteur, sont les gravures de la gloire.

Le talent est une chose qui se partage à deux : entre l'artiste et le public. Le talent est aussi une chose qui se donne : cette fois, au public seul. Il est donc normal que Colin Firth, à 50 ans, déboule dans la cour des grands du cinéma. Être grand au cinéma, ce n'est pas seulement une question de largeur de lettres sur les affiches et les génériques ou de nombre de messages "tweetés", "facebookés", "internetisés". Être grand au cinéma, c'est un savoir, un métier, le fruit d'une opiniâtreté, peut-être aussi d'une longévité assumée. Telle que celle qui, en France, a fait éclore la passion et la reconnaissance pour Daniel Auteuil ou François Cluzet, des "rameurs du métier" comme ils aiment à se définir en évoquant leurs années de mer calme. Parfois très calme.

Rameur... Le très anglais, le si anglais Colin Firth l'a-t-il été sur ces frêles esquifs, où embarquent des escouades de grands gaillards musclés accrochés à leurs avirons pour le rite annuel et "so british" du défi nautique Cambridge-Oxford ? Non. Il en a pourtant l'élégance et le "je ne sais quoi" comme on dit avec un clin au creux de l'œil dans les romans anglais d'Agatha Christie. Aristocratique ? Désuet ? Non plus. De Lawrence Olivier - Sir Lawrence Olivier - il a retenu ce mot : "Être n'est pas être né". En France, on dit de cela : "Avoir de la classe". C'est le cas. Mais encore ? Quelle question : le charme.

Colin Firth ne peut pourtant être réduit à cela. Même si son charme est une arme de guerre. Si les Nations-



"Le Discours d'un roi" de Tom Hooper, 2010

Unies s'intéressaient aux chavirements des sentiments, il en serait assurément le Secrétaire général. Blague à part : l'acteur sait faire et l'homme plaît. Du "Journal de Bridget Jones" en passant par "Love Actually" jusqu'au "Discours du roi" qui lui a valu la très hollywoodienne et spectaculaire récompense d'un Oscar de meilleur acteur remis par l'Académie du cinéma américain, Colin Firth a l'élégance d'apparaître tel quel. Il semble que, dans chacune des histoires filmées auxquelles son nom est associé, il arrive non pour être vu mais pour participer. Ainsi dans l'improbable - sur le papier -



“Mamma Mia” de Phyllida Lloyd , 2008

rôle qu'il joue dans l'excellent film "Mamma Mia" au côté de Meryl Streep, il n'hésite pas à "se lâcher" dans les chorégraphies les plus kitsch que le groupe Abba a inventées à jamais. Et qui n'avaient jamais été revisitées. Fallait-il s'en plaindre ? En tout cas, lui, il l'a revendiqué. Et il a eu raison.

"Ce garçon a un truc", a dit un jour une responsable française de casting cinématographique : "Il est fantastique, il doute - ce qui est un signe d'intelligence - mais, à l'écran, regardez-le : il sait ne jamais sourire. Il choisit de ne pas sourire. Alors que son sourire est si beau !". Alors pourquoi Colin Firth ne sourit-il pas ? Sa réponse : "Sourire, c'est souvent éviter les vraies réponses. Je préfère donc répondre que sourire, même si je peux répondre en souriant. Mais cela dépend à

qui." Il est décidément très, très anglais ce Colin Firth. Le Festival du film britannique de Dinard qui, chaque mois de septembre, réunit les amateurs et les créateurs du cinéma imaginé, écrit et réalisé outre-Manche, ne s'est pas trompé en lui décernant en 2003 un Hitchcock d'Or pour son rôle dans "La jeune fille à la perle". Dans le décor du Grand Hôtel Barrière et sa vue sur la baie bleue de la Vicomté avec au loin les remparts aux couleurs d'ardoise de Saint-Malo, Colin Firth avait non pas l'élégance naturelle comme le cliché de l'expression pourrait le dire : il considérerait avec une étonnante sincérité ne pas être "taillé" pour les récompenses. Donc, grand.

Pourquoi dit-on d'un acteur qu'il est grand ? Le réalisateur français Claude Chabrol galérait en répondant : "Parce que j'en ai fait tourner grimés sur des bottins de la Poste." Sir Alfred Hitchcock usait d'une autre formule, dans ce français qu'il aimait parler : "Grand ? Cela ne veut pas dire forcément au bon niveau... Il faut d'abord être dans le cadre." Un Oscar n'est pas seulement un événement extraordinaire dans la carrière d'un acteur. Avec "Le Discours d'un roi", Colin Firth a installé non pas une image, mais un paysage : celui qui est l'audace de sa franchise. Le métier d'acteur est décidément le contraire de l'apparence. Il y a tout de soi dans le risque d'accepter le jugement ou la critique. Regardez donc Colin Firth, regardez le bien : il est un combattant. Victorieux.



Avec Hugh Grant dans “Le journal de Bridget Jones” de Sharon Maguire , 2001

Laboratoire Mediecos Paris™



LIP SEDUCTION

3D^{PARIS™}

- & -

ISOBOT OXYLIFT



LE SPÉCIALISTE DU SOIN DES LÈVRES ET DES RIDES

Nano-Injection
Acupressing & Digipuncture
3 nouveaux gestes de beauté

Laboratoire Mediecos International
PARIS

15, rue Thiers - 78110 Le Vésinet - France
Info-conseil : 01 39 76 30 82 - e-mail mediecos.diplacido@wanadoo.fr - www.mediecos.com



Leïla Bekhti

Belle de vie

par Bruno Seznec

Meilleur espoir du cinéma... Et après ? La vie. La vie avec l'envie ! Leïla Bekhti est un bonbon. Une artiste à croquer. Dès cet automne. Au théâtre, c'est nouveau. Et au cinéma, ça continue.

Elle aime Jean Gabin "pour des raisons personnelles" et Annie Girardot pour d'autres raisons qui semblent tout aussi personnelles. Qui est, en 2012, cette jeune et belle femme pétillante, drôle, assurée en même temps que désarçonnée par la maladresse d'un geste qui fait tomber un verre, même pas cassé ? "Un thon. J'ai souvent l'impression d'être un thon", dit-elle avant d'exploser de sourire pour avouer : "Je peux aussi être une daurade". Elle ne se refera pas : Leïla Bekhti est... plusieurs. Mais elle est unique.

Elle brille, la jolie brindille brune. Sur la terrasse d'un bistro de Paris, elle ne se raconte pas, elle ne se délivre pas : elle est là, elle est elle. Actrice ? Une femme qui joue à jouer. Qui aime un art qui l'a saisie : le spectacle de la scène et du cinéma. Toute petite fille, "aux séances de l'école", elle a vu sur grand écran un film dont la vedette très italienne était Giuletta Massima. Le titre ? Elle l'a oublié. Mais elle se souvient de ce qu'elle a dit à sa mère après la projection : "Cette dame parle avec ses yeux." Et alors ? "J'ai su qu'un jour je voudrais faire comme elle."

En attendant, elle a vécu la vie d'une enfant entourée dont elle a gardé le goût "des dimanches soirs". Tristes ? "Non, mais je préfère vivre mes ennuis avec ceux que j'aime.". Nouvel éclat de sourire. "Ces moments me sont nécessaires. Je ne dis pas cela par égoïsme. L'affirmer serait manquer de pudeur. Je dois cette chaleur-là à mon oncle Miloud et à mon grand frère Slim." Dans les yeux de Leïla passe alors une brume, comme celle qui court sur les terres sèches de Tlemcen en Algérie, dont elle vient et revient, où elle va et re-va.

Française. C'est pour elle l'évidence d'un "recevoir devenu un devoir". Jolie leçon de civisme. Et signe d'un engagement : "Être ce que l'on est." Alors elle lève les yeux au ciel comme on le fait quand on a le sentiment d'en avoir trop dit. Elle n'en dévoile pas beaucoup plus de tous ces mots qu'elle porte. Mais : "Le théâtre comme le cinéma ne sont pas étrangers à la vie. Ils nous racontent des histoires de maintenant ou d'hier. Ces histoires, c'est nous. Voilà pourquoi il faut savoir son texte. Sur scène comme dans la vie." Savoir son texte... C'est son tracassin. En septembre,



L'équipe de "Nous York"



Leïla Bekhti et Géraldine Nakache

© Bertrand Rindoff-Petroff

le théâtre va l'attraper. C'est l'univers d'Édouard Baer qui l'a "embarquée". Elle dit embarquée comme on dirait séduite. "J'aurais pu dire séduite. Et puis, non : ça lui fera les pieds !" Pour le coup, le sourire devient éclat de rire. Elle ne parle ensuite que de ce spectacle écrit et mis en scène par Édouard Baer, ce spectacle qui lui "donne la peur". Le trac. La marque du talent, disait Arletty quand une jeune première pimbêche était venue la saluer dans sa loge en affirmant : "Moi, quand je monte sur scène, je n'ai jamais le trac..." Réponse de la dame de "l'atmosphèèèèère" : "Ne craignez rien. Cela viendra avec le talent !" Le talent est là en cette Leïla qui écrit (aussi) et n'en dit pas plus. Il est là en cette Leïla qui travaille à ce qu'elle révèle chaque jour, dans l'exigence et la rigueur comme dans le plaisir : sa force à faire partager.

C'est au théâtre de Marigny à Paris que, dès septembre, elle entend donc partager l'inattendu et les fous-rires avec Édouard Baer et "La France d'Édouard Baer", ce qui semble être pour l'instant le titre de la pièce attendue par le directeur des lieux, Pierre Lescure. Leïla s'impatiente, mais tient à "grignoter les minutes du temps" en songeant au goût du succès, et à la façon de l'épicer. Celle qui a été reconnue comme "le meilleur espoir féminin" sera aussi à l'affiche des salles de cinéma en novembre avec sa complice Géraldine

Nakache pour une virée en ville qui s'appellera "Nous York". Ça va briller.

Un jus d'abricot l'a désaltérée. Elle s'envole bientôt. Avec un dernier mot : "Merci". À cet instant apparaît un mirage : Audrey Heypburn chantant Moon River sur son escalier de fer dans "Petit-déjeuner chez Tiffany". Cette jeune femme n'est pas seulement un bonbon. Elle est un bijou.

Depuis le 11 juillet au cinéma, dans "Mains Armées", un film de Pierre Jolivet.



Leïla Bekhti et Edouard Baer sur la scène du théâtre de Marigny





Bruno Kool Shen Lopes un type doué

par David Poulenard

Il y a des individus qui bénéficient d'un don du ciel et sont doués pour tout ! Bruno Lopes en fait indéniablement partie... Portrait d'un ex-rappeur surdoué du poker !

À l'origine, le petit gars de Saint-Denis se destinait à une carrière de footballeur professionnel, il s'est même vu proposer l'entrée au centre de formation de Lens à 14 ans. Malgré un talent évident pour le foot et une carrière prometteuse, le jeune homme décline pour se consacrer - déjà - à un mouvement balbutiant : le rap...

Avec son complice, Joey Starr, ils formeront quelques années plus tard Suprême NTM, le groupe de rap français emblématique qui constituera la référence en la matière durant de longues années. Si Joey Starr incarne la force et l'énergie brutes, Kool Shen fait preuve de lyrisme et poésie avec des textes riches et originaux. Il continuera d'enchaîner les succès avec une carrière solo, mais aussi en tant que producteur à l'aube des années 2000 avant d'annoncer sa retraite en 2005.

Comblé d'honneur, nommé dix fois aux Victoires de la Musique, même s'il s'étonne de n'avoir jamais obtenu le trophée, Bruno Lopes n'est pas du genre à se prélasser au bord d'une piscine en compagnie de femmes lascives, selon l'image en vigueur dans certains clips...

Le poker, une reconversion... à risques !

Bien que retraité, le rappeur continue à mi-temps une carrière musicale, reformant même le temps d'une série de concerts mythiques NTM avec son comparse en 2008, mais déjà le virus du poker coule dans ses veines.

Contrairement à certaines personnalités qui s'y adonnent par plaisir ou oisiveté, Kool Shen s'y consacre avec rigueur, sérieux et une réelle volonté de progresser. Il fait ses armes sur Internet et dans de petites parties privées, avant de passer la vitesse supérieure. Depuis quatre ans, il joue au minimum cinq heures par jour tout en travaillant sa technique, en lisant des ouvrages spécialisés, mais aussi en discutant de stratégies avec ses coéquipiers de la team Poker-Leaders rejointe en 2010.

Fondée en partie par le regretté Éric Haik, son mentor dans le poker décédé fin 2011, Poker-Leaders regroupe plusieurs joueurs professionnels, dont Stéphane Albertini, un des meilleurs spécialistes français avec qui l'ancien rappeur consacre des heures à analyser mains et stratégies. Car sous ses airs de rebelle, Bruno Lopes est un perfectionniste !

Poker Leaders, une famille

Kool Shen le reconnaît, son intégration au sein de l'équipe a accéléré sa progression et contribué à lancer sa carrière. Au sein de celle-ci, il est considéré comme un joueur, un ami, non pas comme une star. Soutenu, il signe des résultats prometteurs en 2010 et 2011, développant un style de jeu serré et patient qui le conduit fréquemment dans les places payées lors des tournois qu'il dispute de plus en plus assidument. Car l'homme aime la compétition et il joue au poker pour cela, délaissant le cash game, ces parties où seul compte l'argent gagné à ses adversaires.



Au tournoi WPT National Series à Cannes



Au EPT Monte Carlo

Compétiteur dans l'âme, Bruno Lopes participe évidemment aux Championnats du Monde à Las Vegas en 2011 et s'y illustre en signant deux résultats face aux meilleurs joueurs de la planète, tout en soutenant ses amis, notamment Antonin Teisseire qui remportera un des bracelets de champion du monde mis en jeu.

Un nouveau départ ?

Lorsqu'Éric Haik disparaît un matin d'hiver, en décembre 2011, le monde du poker a la gueule de bois. Bruno Lopes, lui, est en deuil : Éric Haik était son capitaine au sein de l'équipe, mais aussi son mentor et ami. Difficile de savoir si, sans lui, l'ancien petit gars de Saint-Denis serait monté si haut dans le poker et surtout si vite.

Car coïncidence ou non, le joueur enchaîne depuis les victoires de prestige. Il remporte le réputé tournoi principal des EFOP dans le mythique club des Champs-Élysées, l'Aviation Club de France, (100 000 € de gains) avant d'accumuler les places d'honneur dans les tournois internationaux auxquels il participe. Il atteint la finale de l'EPT de Madrid, une des épreuves les plus relevées du circuit, signant une quatrième place remarquée lui rapportant 140 000 €. Mais ce n'est pas tout ! Animé d'une motivation féroce et d'une confiance nouvelle en son jeu, Kool Shen réussit la performance de gagner le World Poker Tour National Series, organisé en juin au Casino Cannes Croisette du Groupe Barrière. Il domine les meilleurs joueurs hexagonaux et quelques-uns des cadors mondiaux, avant de marcher sur ses adversaires en table finale pour s'imposer et remporter 108 000 €.

En route pour les championnats du monde

Des performances à répétition depuis le début de l'année qui le placent dans les toutes premières positions du classement mondial de référence et lui garantissent désormais respect et considération à n'importe quelle table de poker.

Joueur talentueux, parfaitement conscient de son image de joueur prudent qu'il utilise pour réussir des bluffs osés, il fait preuve d'une grande simplicité dans l'univers du poker. Disponible et agréable bien que réservé, il sait n'être qu'un joueur parmi d'autres dans la famille du poker au sein de laquelle s'illustrent depuis des années les superstars de la discipline. Mais sa gentillesse n'est parfois qu'un leurre : à une table de poker, il veut gagner et s'il se retrouve opposé à un adversaire irrespectueux, le naturel peut revenir au galop et le petit gars du 93 a vite fait de faire comprendre qu'il n'est pas le pigeon de service...

Conséquence logique de sa nouvelle existence et de ses résultats exceptionnels, Kool Shen participera aux WSOP, les Championnats du Monde de poker, qui se disputent actuellement, avec une ambition certaine. Et il n'est pas impossible qu'un jour La Marseillaise soit jouée en l'honneur d'un homme indéniablement doué...

Dans le monde du poker, la star du rap Kool Shen est (re)devenu Bruno Lopes, joueur professionnel respecté, un nom qu'aucun joueur n'est content de découvrir lorsqu'il consulte la liste des adversaires qu'il va retrouver à sa table...



CHAMPAGNE
DE
CASTELNAU

REIMS - FRANCE



WWW.CHAMPAGNE-DE-CASTELNAU.EU

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

Dieu créa la femme... et **Eres** son maillot !

par Beatrice Massenet

C'est devenu un basic de notre garde-robe. Le maillot Eres. Un vêtement culte d'une marque synonyme de bien-être et de luxe, l'une des rares à séduire toutes les générations. Le secret d'Eres ? Une ligne et des coupes parfaites, des couleurs sobres, intemporelles mais juste ce qu'il faut dans l'air du temps, des matières douces et innovantes et un maintien stupéfiant. Un succès planétaire qui a poussé l'enseigne à se lancer dans la lingerie, le homewear et dernièrement les vernis à ongles. Plongée dans une success-story qui n'a pas fini de faire des vagues.





Un jour de 1968, Irène Leroux prend une grande décision : elle va reprendre la boutique de maillots de ses parents, installée à la Madeleine, pour y vendre des maillots toute l'année et pas seulement en été. Irène est une jeune fille de son temps : elle observe cette fougue révolutionnaire qui fait sauter tous les diktats, et ces jeunes femmes qui prennent leur corps en main. À l'image des collections croisières de la Haute Couture, elle se place sur le marché du soleil en hiver et trouve son style dans l'épure... et dans cette nouvelle époque où les femmes vont enfin s'émanciper. Finis les baleines et les paddings, les tissus lourds et compliqués, les maillots trop couvrants. Curieuse et observatrice, elle a bien vu, dans la boutique de ses parents, qu'une pièce de taille 38 pouvait être parfaitement ajustée en bas et beaucoup trop large en haut et inversement...

Irène est persuadée qu'un maillot doit s'adapter à la morphologie de chaque femme, quel que soit son âge, et non l'inverse. Le fil Lycra vient d'être inventé : elle l'adopte et choisit de séparer les hauts des bas pour lancer le bikini. Ça tombe bien : Brigitte Bardot a fait sensation dans un film éminemment glamour "Et Dieu créa la femme" de Roger Vadim, avec un de ces fameux maillots deux pièces et triangulaire. Le succès est immédiat et sans aucune publicité. Le bouche-à-oreille fonctionne à plein régime : les élégantes se passent l'adresse, tellement chic, où une jeune femme développe des tissus révolutionnaires, des matières élastiques, légères et douces au toucher, mais qui assurent un maintien irréprochable. Le modèle Parachute, qui sèche instantanément, ou la Peau Douce, véritable seconde peau qui gomme les défauts, rencontrent aussi un véritable engouement. Très vite, les États-Unis et

On est vernies



Cet été, Eres lance sa première ligne de vernis à ongles laqués, inspirée des trois teintes emblématiques de la nouvelle collection maillots 2012. Un jaune Soufi saturé de pigments, un rose Bengale profond et un brun Damas gourmand, à porter en total look, avec le maillot assorti et l'humeur qui va avec, ludique et légère.

16 € le flacon, 48 € les trois teintes, en vente dans les boutiques Eres et sur le e-shop de la marque.

les grands magasins Barney's et Bergdorf Goodman sont séduits par le savoir-faire, le design et la technicité de la petite marque française et lui offre un corner. Eres s'impose outre-Atlantique. Chaque nouvelle collection est un événement, au même titre que les collections de Haute Couture, et fait sensation aussi à cause de ses innovations : découpe au laser et coutures ouvertes sont adaptées aux nageurs, bandeaux, shorties, décolletés profonds et dos joliment échancrés. Chaque femme peut trouver "le" Eres qui lui correspond.

L'art du corps

En 1996, Eres rejoint le groupe Chanel. Le commerce familial est devenu une société importante, synonyme d'élégance à la française dans le monde entier et présente dans plus de 600 points de vente en France et aux États-Unis.

Irène Leroux, infatigable et forte de son expérience, décide alors de se pencher sur la lingerie féminine. Les contraintes sont les mêmes, finalement. Assurer un bon maintien, gommer les défauts, mettre en avant les courbes du corps féminin dans des matières douces, nobles et légères. En respectant tous les codes de la marque, Irène Leroux réussit son pari. Satin, soie, tulle, dentelles du Puy ou de Calais, taffetas plume et Jersey Lumière, chaque modèle, fabriqué en France et de façon artisanale, cache une foule de détails techniques sous une apparente sobriété : jours de dentelles, nœuds, boutons, points

Vous et Moi, œillets, drapés... en bannissant les motifs et les frou-frous inutiles. Le soutien-gorge triangle est un immense succès et se vend comme des petits pains dans un panel de couleurs subtiles : pastels délicats, tons de peau, noir et blanc intemporel et le fameux faux noir sans cesse retravaillé, décliné en camaïeux exclusifs.

En 2007, Valérie Delafosse est nommée directrice artistique, avec pour mission de développer de nouvelles lignes, comme une griffe de mode, en cohérence avec l'image de la marque et les attentes et exigences des femmes. Après une ligne de Beach wear, (robe bustier en jersey de coton, sorties de plages) Eres imagine à l'automne 2009 un homewear chic, quelques pièces cocooning comme des pyjamas en velours, ensemble en maille tricotée laine et cachemire, ou robes tuniques, et des accessoires pensés pour la maison : somptueuses étoles en cachemire, kits de voyages en soie et bougies parfumées. La marque qui a inventé l'Art du corps sait aussi lui offrir un écrin où se lover l'hiver...

**Boutique Eres, à Paris :
2 rue Tronchet 75008 et dans 6 autres points de vente et aussi à Cannes, Bordeaux, Toulouse, Monaco, Saint-Tropez, Aix-en-Provence et en Italie, Espagne, Suisse, Belgique, Canada, Angleterre et USA.**

E-shop sur www.eres.com



T' Bolis

Le peuple du Lotus

Texte et reportage photo : Éric Pasquier

Sur les bords du lac Sebu dans l'île de Mindanao au sud des Philippines, un peuple résiste encore aux poussées envahissantes du monde moderne. Les T'bolis livrent là leur ultime combat. Une lutte inégale pour continuer à tisser de merveilleuses étoffes, à pêcher le poisson tilapia, à rester sensibles aux lois d'une nature parfois aussi intolérante que la fragile fleur de lotus.

Ils sont chasseurs, fermiers, artisans et pêcheurs. Fortement grégaires, les T'bolis se croient à l'abri du monde moderne, isolés derrière les piques et rochers des Montagnes Tiruay, dans la province de South Cotabo. Dans cette région envahie par d'épaisses forêts, dessinée par de nombreuses vallées, les lacs et les rivières coulent dans la paix et la tranquillité. Loin du XXI^e siècle. Enfin, presque. Car depuis quelques décennies, le monde moderne s'est rapproché des T'bolis. Autrefois à des centaines d'années, il est venu frapper à leur porte. Et les T'bolis doivent maintenant affronter le même défi que les autres peuples tribaux du monde entier : savoir trouver l'équilibre entre les richesses de l'ancien monde et les promesses du nouveau. Qu'ils rejettent.

Les T'bolis : premiers recycleurs de nos déchets

Car ils le connaissent sans l'épouser. Ses valeurs ne leur sont pas communes. Sans valeur ou utilité à nos yeux "modernes", ils le recyclent en objets d'art. Les robinets de cuivre, les poignées de portes, les vieux cadenas ou les cannettes vides ornent les bras des femmes avec de magnifiques bijoux, décorent les intérieurs des maisons de pilotis en fines sculptures, ou trouvent encore leur utilité une fois transformés en ustensiles de travail.

Les habitations des T'bolis rappellent la force que trouve le groupe en se plongeant dans sa culture. Les pauvres maisons sur pilotis, faites de bambous et





couvertes d'un toit de paille, semblent être d'un autre temps, à l'image de ce peuple des montagnes, menacé par l'arrivée de ce monde occidental qui fait peur par sa méconnaissance.



Une tradition d'ouverture

Les T'Bolis ont toujours eu une politique d'échange, construisant au cours des siècles une culture modelée à leur volonté, faite de traditions ancestrales et d'apports extérieurs. Depuis longtemps, ils observent la loi du commerce en négociant des biens de consommation avec le monde extérieur. Bien avant l'arrivée des Espagnols au XVI^e siècle, les musulmans et les chinois pratiquaient le commerce dans cette région sauvage et presque inaccessible. Une tradition d'ouverture ancestrale qui a aussi appris aux T'Bolis à résister pour que survive leur culture. Une volonté d'indépendance qui assurait aussi la reconnaissance de leur différence et, surtout, leur liberté. Ce fut ainsi pendant de nombreux siècles, mais aujourd'hui, l'environnement n'est plus le même. Si autrefois la fuite était possible quand les envahisseurs menaçaient l'équilibre de l'ethnie, aujourd'hui, les terres ne sont plus vierges de présence humaine. Il n'y a plus d'endroits où l'homme n'a imposé son mode de vie et il n'est pas celui des T'Bolis.

Un peuple en lutte pour survivre

Les T'Bolis n'ont jamais aimé la guerre, leur tactique a toujours été de la fuir. Mais aujourd'hui, pour que survive leur culture, ils doivent se battre. Pour les aider : une mission catholique présente depuis 45 ans. Les prêtres ont adapté la messe aux sensibilités culturelles de l'ethnie et, derrière la croix, un peuple s'est uni dans une lutte difficile. Mais la lutte doit être complète. Alors les prêtres ont formé une école, espérant préparer les jeunes à se battre avec des armes adaptées à une époque qui n'est pas celle des T'Bolis. L'espoir est de voir la jeune génération s'impliquer en politique



pour mieux défendre les intérêts de la population, surtout dans l'attribution des terres et le contrôle des ressources naturelles. Les chefs tribaux, politiques et religieux savent tous que le changement est inévitable, la véritable question est de savoir comment l'affronter. Car depuis quelques années, la vie n'a pas été facile pour les T'Bolis. Les routes, l'électricité ont rendu la région facile d'accès. Avec succès, ils se sont aussi appropriés les terres des T'Bolis que leur famille cultivait depuis des générations. La route vers le modernisme est, pour les T'Bolis, encore longue et semée d'embûches. Et, cette fois, ils n'ont pas le choix.

Avant de partir

OFFICE DE TOURISME DES

PHILIPPINES :

M. Arnold Gonzales

(parle Français

Kaiserhofstrasse 7 60313

Frankfurt am Main

Allemagne - Tel.

+4969.20893

arnold@morefunphilippines.de

VOYAGEURS DU MONDE :

01 42 86 16 88 / 89

www.voyageursdumonde.fr

FORMALITÉS & VISA : Passeport valable 6 mois après la date de départ. Pas d'obligation de visa pour un séjour inférieur à 21 jours.

AMBASSADE DES PHILIPPINES (assurant des fonctions consulaires) : 4, hameau de Boulainvilliers
www.philembassyparis.com

À LIRE : Le guide Lonely Planet très bien documenté comme à l'habitude et bien illustré www.lonelyplanet.com

SANTÉ : Traitement anti-paludéen conseillé selon itinéraire choisi.

LA LANGUE : Le Tagalog (Philippin), et l'anglais.

LA MONNAIE : La monnaie philippine est le pesos : 1 euro = PHP 53 (environ).

Avec qui partir

LA COMPAGNIE CATHAY PACIFIC dessert Manille au départ de son hub de Hong Kong par 3 à 4 vols chaque jour offrant des correspondances optimales avec les 2 vols quotidiens au départ de Paris (opérés par des nouveaux Boeing 777-300ER dès septembre prochain). Avec des temps de connection très courts depuis Hong Kong (situé à environ 2 heures de vol des Philippines), Cathay Pacific s'affirme comme la compagnie aérienne offrant le maximum de choix d'horaires. L'achat d'un billet Cathay Pacific pour les Philippines permet de pouvoir programmer son voyage en arrivant par Cebu et repartir par Manille, sans surcoût et aussi d'en profiter pour visiter sans frais Hong Kong lors du transit aller ou retour.

Réservations : www.cathaypacific.com/fr

Tél. : 0811 70 60 50

Où loger

TRADERS HOTEL (baie de Manille)

www.shangri-la.com/en/property/manila/traders

MAKATI SHANGRI-LA (quartier d'affaires)

www.shangri-la.com



Ribeauvillé le bien-être en Alsace

Par Pierre-Jean Bassenterre



© Fabrice Rambert

Il y a deux façons de regarder une frontière : comme un mur ou comme une porte. En Alsace, terre de frontière, une troisième idée est née. Une frontière, c'est un horizon, comme une aventure avec des racines. Trop compliqué ? Non, allez à Ribeauvillé et vous comprendrez.

Et si l'Alsace était la Toscane du Nord ? Le bleu, le vert et l'ocre du soleil s'y emparent des paysages avec la douceur affirmée de "ceux qui savent faire". Terre de vignes, de haies ou d'oliviers, de restanques ou de coteaux : dans le jeu et la discipline du travail agricole, il y a ici comme là-bas en Italie le même goût de la continuité. C'est-à-dire de prolonger, d'aller en avant.

Les pays de vignobles n'ont pas seulement le caractère de leur terroir. Ils sont ce que les hommes qui s'en occupent depuis des générations leur apportent : la passion. Il faut croire qu'elle est communicative, cette passion. Et qu'elle est imaginative. L'Alsace est une terre de frontière. Donc de rencontres. Cela veut dire l'ouverture en même temps que l'affirmation de soi. Ribeauvillé pourrait en être l'emblème. C'est là que Lucien Barrière Hôtels et Casinos a choisi de créer un nouveau resort conçu autour d'un hôtel, d'un casino et d'une balnéo et Spa de 3600 mètres carrés, totalement inédit dans la région et en France. Alors que les Hôtels et Casinos Barrière célèbrent en 2012 leur centième anniversaire, planter des racines en Alsace n'est pas anodin. Dans toute activité, qu'elle soit artistique, industrielle, agricole ou manuelle, créer c'est d'abord oser faire. Ce n'est pas bouleverser, c'est arrimer un projet à la réalité. Parce que trop de mots étouffent les phrases, le plus simple est de raconter le concret de "la chose".

Le goût d'un instant

Ribeauvillé est au milieu de seize communes, villages ou gros bourgs : Beblenheim, Bernwihr, Riquewihr, Hunawihr, Zellenberg... Avec leurs hauts toits et leurs façades peintes, les maisons ressemblent à des gâteaux fleuris. On en arrive à penser qu'Heidi ou Sissi (après tout la Suisse et la Bavière ne sont pas si lointaines) vont surgir du bout d'un jardin. À la fin du mois de mai, une tradition a installé à Ribeauvillé l'idée inattendue d'un pique-nique géant. Pendant trois jours chacun peut arriver avec ses paniers, ses verres et ses nappes dans les vignobles. Et là, des producteurs indépendants vous offrent le vin nouveau ou celui qu'ils cajolent depuis des années. Évidemment, ils en parlent. Et, c'est vrai, la conversation peut alors durer... quelque temps. Mais quand brille dans la lumière du printemps la couleur de ces blancs d'Alsace trop longtemps tenus à l'écart des "grandes" caves, il se passe quelque chose d'assez simple mais de très important : le goût d'un instant.



© Fabrice Rambert

L'été, l'automne et l'hiver habillent les coteaux d'autres décors. Dans le dessin des vignobles apparaissent un regard qui embrasse, des bras qui enlacent. L'Alsace est une terre de ces sensations simples-là. "Montueuse et fluviatile", comme on l'écrivait dans les vieux manuels de géographie, elle reste aussi curieuse d'elle-même. C'est-à-dire de sa capacité à inventer, à adapter, à prendre le temps non pas par paresse ou excès de rigueur, mais par souci "du" bien-faire. L'expertise est un mot que le management moderne a imposé sans que l'on sache vraiment si l'excellence doit l'emporter sur l'action. À Ribeauvillé, les deux restent depuis des siècles intimement liées dans le travail des vignes comme elles le sont aujourd'hui dans l'esprit du Resort Barrière. Le bleu du ciel, le vert des arpentés et l'ocre du soleil ne sont pas ici que les nuances d'une palette, mais les éléments d'un "être bien".

C'est dans la beauté harmonieuse de la structure d'une grappe de raisin qu'un vigneron a trouvé une explication à la manière dont tourne le monde et dont il faut en apprécier tous les moments. Il disait que chaque grain est relié à un autre et que sans la tige - "le petit bois" - qui les réunit, ils sont perdus, isolés, roulés dans la poussière. Inutiles pour le vin. Ce n'était pas n'importe qui, ce vigneron. Certes il n'était pas alsacien, mais bordelais. Et il n'était pas que vigneron. Il s'appelait Montaigne. Il n'est jamais venu en Alsace. Dommage : il aurait dû essayer.

Ribeauvillé pratique

RESORT BARRIÈRE RIBEAUVILLÉ

Route départementale 106

RESERVATIONS : +33 (0)3 89 73 43 44

COMMENT Y ALLER :

En voiture : depuis Strasbourg direction Mulhouse sortie 20, à 35 mn. Depuis Mulhouse direction Strasbourg sortie 20, à 35 mn.

En avion : aéroport de Strasbourg à 35 mn. Aéroport de Bâle-Mulhouse à 45 mn.

En train : gare SNCF de Colmar à 20 mn. Gare SNCF de Sélestat à 15 mn.

OFFICE DE TOURISME DU PAYS DE RIBEAUVILLÉ ET RIQUEWIHR : 1 grand rue Ribeauvillé
Tél. : 03 89 73 23 23

www.ribeauville-riquewihr.com

À NE PAS MANQUER CET ÉTÉ :

La Foire aux Vins d'Alsace, du 3 au 8 et du 10 au 15 août. www.foire-colmar.com

La fête des Ménétriers, les 1^{er} et 2 septembre. www.menetriers.com

NE PAS OUBLIER :

Visite du Château du Haut Koenigsbourg

Tél. : 03.69.33.25.00 - www.haut-koenigsbourg.fr

Visite du Parc des Cigognes, route des Vins d'Alsace Hunawihr - www.cigogne-loutre.com





DA. Fanny

à Cannes... nous étions sur les Marches

Guy est pharmacien dans la région parisienne. Il est aussi l'heureux gagnant du tirage au sort des "Cent Printemps" des Hôtels et Casinos Barrière. C'est à Cannes, à l'Hôtel Majestic Barrière, partenaire historique du Festival international du Film, que la chance, comme il dit, lui a offert le plaisir du tapis rouge avec Anne, son épouse.

Infiniment Barrière, comme le proposent les cartes de fidélité ? Non, définitivement Barrière ! Je n'oublierai pas cet instant qui a fait que, quelques heures plus tard, j'étais dans un avion avec mon épouse Anne. Destination : Cannes. Et son festival. "LE" festival. C'est un SMS qui a été le messenger de cette surprise : "Vous êtes le gagnant d'un tirage au sort." Etonnant : je n'avais pas joué ! Est-ce parce que je suis membre Infiniment Barrière ? Est-ce parce que je suis un ami Facebook de la Fan Page des Hôtels Barrière sur le réseau social ? Je ne le sais toujours pas. Mais je venais de remporter une nuit au Majestic Barrière et... un pass VIP pour la soirée de clôture de la 65^{ème} édition du Festival international du film de Cannes.

Anne et moi connaissons le Majestic Barrière. Nous y avons déjà séjourné. Mais Cannes, pendant le Festival international du film, cela n'a rien à voir avec tout ce que l'on peut imaginer. Nous avons donc pris l'avion, direction Nice. En début d'après-midi, nous étions sur la Côte d'Azur. À notre arrivée à l'Hôtel Majestic Barrière, le concierge nous a remis une enveloppe : elle contenait nos deux pass VIP pour assister à la projection de clôture du Festival. Le sésame. Sauf que... L'invitation précisait : "Black tie". Petit moment de flottement. J'avais prévu un costume et une cravate, mais pas... de nœud papillon. Il tombait des cordes mais pas de noeuds-papillons. À mon arrivée au bas des "Marches", il m'en a été offert un et j'ai pu avancer "comme les stars". Je les ai donc montées, ces fameuses "Marches". Avec Anne, ma femme, à mon bras. Nous avons prévu de prendre des photos mais entre le parapluie dégoulinant et le nœud papillon récalcitrant, ce fut disons un peu... difficile. Nous avons quand même saisi l'instant. Nous l'avons

goûté, comme une friandise. Un peu de sucré sur le sel de cette étrange et inattendue situation. C'était une première pour nous deux. Nous n'étions jamais venus au Festival international du film de Cannes. Y être et le voir à la télévision, cela n'a rien de comparable. Le dire ainsi peut sembler naïf mais la vérité de ces instants n'existe que pour ceux qui ont la chance de les avoir vécus dans leur intensité et leur émotion. D'autant plus que le film projeté était la dernière oeuvre - posthume - de Claude Miller.

Lorsque nous avons rejoint notre chambre, tard dans la nuit, nous avons l'impression de flotter dans un rêve. Le lendemain matin, notre décision était prise : nous allions le prolonger, ce rêve. Et rester un jour et une nuit encore au Majestic Barrière, au numéro 10 La Croisette ! Pour un lundi au soleil. Un lundi magique.

Et vous ?

Avez-vous vécu une jolie histoire dans l'un des établissements Barrière que vous aimeriez raconter ?

Envoyez votre histoire à :

signebarriere@lucienbarriere.com.

Si votre récit est sélectionné un séjour pour deux dans l'Hôtel Barrière de votre choix vous sera réservé.

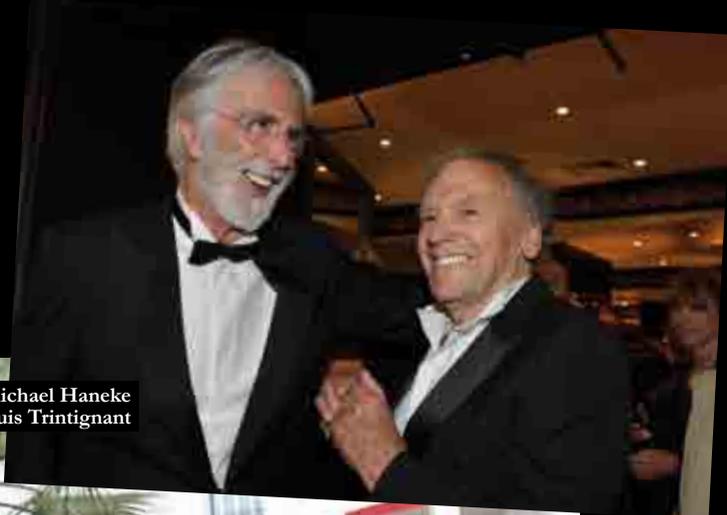
*** un séjour de 2 nuits avec petit-déjeuner, hors vacances scolaires et périodes événementielles**

People

Nicole Kidman



Michael Haneke
et Jean-Louis Trintignant



Marion Cotillard, Jacques Audiard
et toute l'équipe du film
"De rouille et d'os"



Festival sur la Croisette

Photos : Jean-Marc RAGON

Montée des marches sous des trombes d'eau, ballet de parapluies pour protéger les robes de soirée, c'est sûr : la 65^e édition du Festival de Cannes aura été marquée par une météo plus que maussade. Mais c'était sans compter sur les stars qui ont, cette année encore, largement illuminé la Croisette !

Jean Dujardin

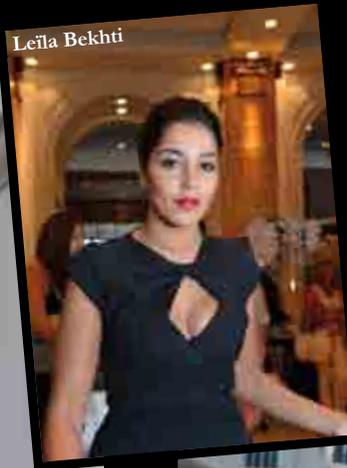


Matthew McConaughey





Kirsten Dunst



Leïla Bekhti



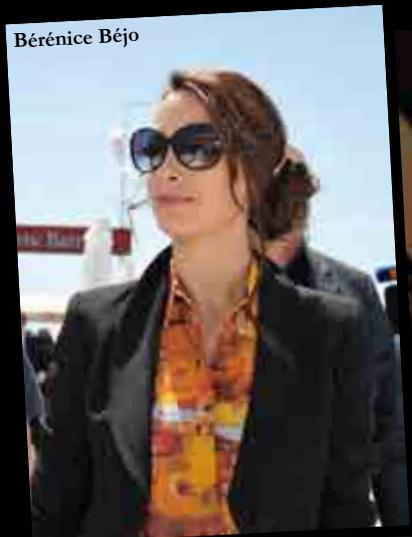
Kristen Stewart



Ludivine Sagnier et Julie Depardieu



Alexandra Maria Lara et Sam Riley



Bérénice Béjo



Robert Pattinson



Viggo Mortensen

MOTS FLÉCHÉS

La gastronomie

DIVIN FILET		INDIEN DE L'UTAH		HORS-D'ŒUVRE	
GÂTEAU ROND		ABER			
VILLE DU LOIRET					
MAR-CHERA			QUI RÂPE LA LANGUE		
ARRÊT EN CHEMIN		L'ARGON CITA-DELLE GRECQUE			
			ASSEMBLERA	CONDUIT RAGOUT DU SUD-OUEST	
DONNER DE LA VOIX	GAGE				
	IL EST MIS EN BOCAL		GRATIN PROVENÇAL		
SUR SI		RÉPAND			
PARFUM D'OME-LETTE		À CET ENDROIT	À BOUT ENTRE-METS	CERCLE D'ADMIRATEURS	
IL DONNE DU GOÛT	PETIT POIDS ANCIEN JE		ACCORD DU MIDI		
		ÉCOULEMENT ARDENT	COUPLE		
ELLE PRÉSENTE L'ASPIG ASSOMMÉ			ATTRAPÉ	BOU-QUINÉ	
	FAIRE RIRE SAISON			COLLIER	
TERRINE DU CHEF	MÈRE D'ABEL GRACE NATURELLE		ASTATE AU LABO MONDE MINÉRAL	FROMAGE POUR LA SALADE	
		RUISSEAU BŒUF À L'ÉTOUFFÉE		RÉCEPTEURS DE CHÂINES	
ID EST ANCIENS USAGES		OBLIGATION MORALE NOTE			
	PLAT MIJOTÉ				
	ORGANE		RÉSERVE D'IMAGES TEMPS UNIVERSEL		
MOT D'ENFANT PAGE DE JOURNAL		ÉTOFFE DE LAINE		APPARU AU GRAND JOUR	
	APERÇU				
PLAT DE LIÈVRE			LA SEPT MÈNE AU SOLEIL		
CARTE DES METS					
		DIVISION D'UN DAMIER			

BOWLING

Règles du jeu : Pour chacune des neuf « boules », assemblez les quatre ou cinq groupes de lettres disponibles afin de construire un mot de huit, neuf ou dix lettres.

FACILE

1 *Exemple :*
ES/TI/VA/NT

MOYEN

4

DIFFICILE

7

2

5

9

3

6

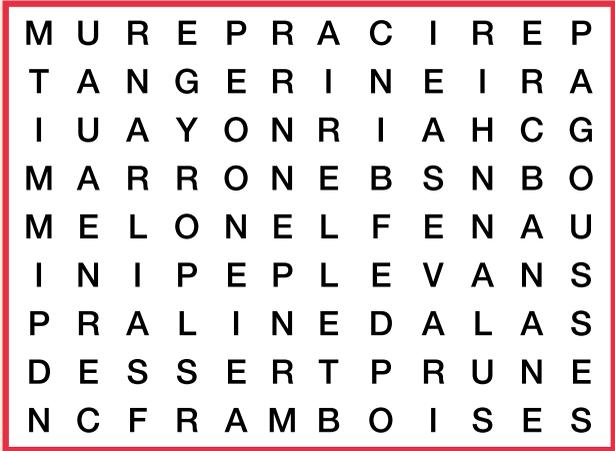
9



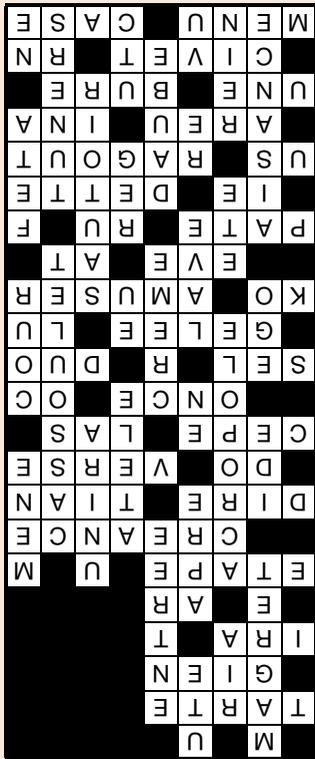
MOTS MÉLANGÉS

Règles du jeu : Barrez dans la grille tous les mots proposés. Cherchez-les horizontalement, verticalement ou diagonalement. Avec les quatres lettres restantes, trouvez le nom mystérieux répondant à la définition : l'un des Visiteurs.

- | | | |
|---------|------------|-----------|
| AIRELLE | FRAMBOISES | NOYAU |
| ANANAS | GOUSSE | PEPIN |
| BAIE | MARRON | PERICARPE |
| BANANE | MELON | PRALIN |
| CERNEAU | MURE | PRUNE |
| CHAIR | NAVEL | SALADE |
| DESSERT | NEFLE | TANGERINE |



Solutions

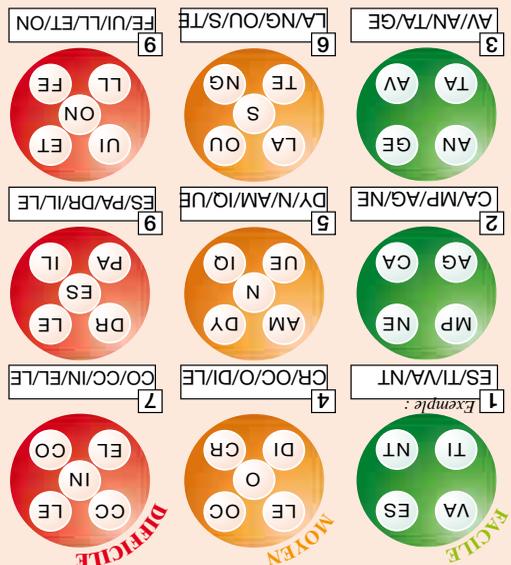


MOTS FLÈCHES
La gastronomie

Le nom à trouver est : RAISIN.

MOTS MÉLANGÉS

1. ESTIVANT - 2. CAMPAGNE - 3. AVANTAGE - 4. CROCODILE - 5. DYNAMIQUE - 6. LANGOUSTE - 7. COCCINELLE - 8. ESPADRILLE - 9. FEUILLETON.



BOWLING



What is your idea of **luxury**
in the 21st Century ?



Central number of information and reservation :

Paris Tel. +33 (0)1 58 62 57 47 - Fax +33 (0)1 58 62 57 48

Côte d'Azur Tel. +33 (0)4 92 18 80 80 - Fax +33 (0)4 92 18 80 81

web site : www.mcplaza.fr - E. mail : info@mcplaza.fr

Registration N° 006100010

MCPLAZA[®]
limousine since 1937

ENGLISH VERSION

For our British readers, Signé Barrière offers a selection of translated texts in English. Happy Reading !



The 200 faces of **Kimiko Yoshida**



We met with the Japanese artist, Kimiko Yoshida, our 2nd issue guest cover artist, in her apartment that is also her workshop, rue Martel, in the 10th arrondissement in Paris. With a delicious black tea as refreshment in our hands, the interview was about to start.

Kimiko Yoshida, born in Tokyo in 1963, has been living in France since 1995. She carries her mother's name. She is a samurai's heir, and her family upholds obsolete traditions and severe mentality of this warrior lineage. A family among whom women must obey, a family where her brothers "are treasures

that she will never be", a family for whom being a woman means being a nobody. Kimiko Yoshida was 3 years old when her mother threw her out of the house. Kimiko spent the night in a park and the police drove her back the next morning. From that day on, she decided to "remain quiet, and be good". Her single motivation? To have a higher education, be the best in school, hoping that one day she could leave the family house. Kimiko had been dreaming of being an artist since she was a little girl, her art and music teachers beg her father to provide her with art education, in vain.

She would have loved to go to art school, but instead she studied french literature in university, in Japan, and talks about the reviewer and essayist Roland Barthes and the poet Mallarmé. She finished her studies by enrolling in a photography school in Japan, then in the Ecole Nationale Supérieure de la Photographie d'Arles (Higher National Institute of Photography of Arles) in 1996.

Her artwork has essentially been based on self-portraits, "almost monochrome, with large square shaped pictures with fine light that has become her signature" for over the past ten years. In her portraits, she stages herself in the name of art. She creates the colors, the light, the background, which is always made of fabrics and cloth, and she turns around all accessories and hair styles.

Her self-portraits as single brides display a great sensitivity, a moving and shooting beauty. Among colors, Kimiko is able to distinguish 100 shades of black, red or white.

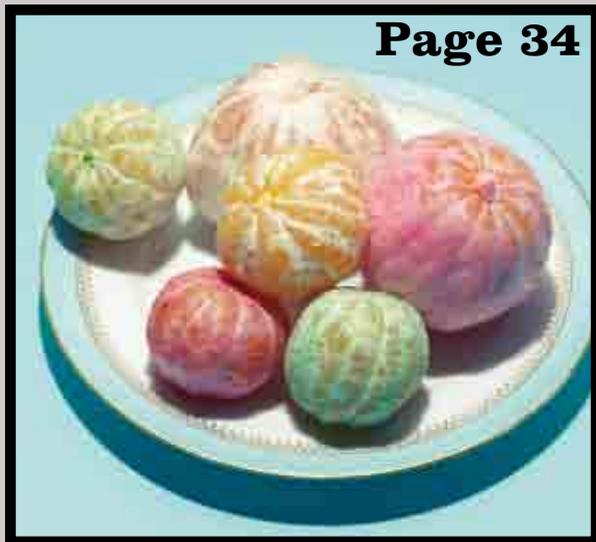
Kimiko Yoshida will publish, in October 2012, a book untitled "My Paintings" at Actes Sud editions. 200 painting references, 200 self-portraits of Kimiko. From Picasso's Minotaur, to the young girl who smiles, those art pieces share common features, even sometimes if it is just a detail. Alongside her self-portraits, Kimiko has been working for about ten years on Murano glass sculptures, thanks to her random encounter with a glassmaker expert in Venice. From then on, a series of mirrors that do not reflect images came to life: Senza imagine. Since 2009, Kimiko has been also working on sculptures with tainted resin.

www.kimiko.fr

Occupation: **trend hunter**

They can tell you what colours and materials will be in vogue in two years' time, what the shape of our furniture will be, or even the contents of our dinner plates. They spend their lives soaking up everything the world has to offer through reading, listening, looking, meeting, and feeling. Here we can see the dynamism of the office design agency, Nelly Rodi, whose "passeurs d'énergie" shape our future and share their insight with top international companies.

The staff of Nelly Rodi, one of the most important consultancy and forecasting agencies, do not read tea leaves or gaze into crystal balls. They draw upon information from around the world, cross-reference a thousand different studies, and meet a whole host of experts and specialists in every field. This is how they work out how we will dress and live in two, three or four years' time – helped also by a healthy dose of gut feeling. How else could they have known, two years in advance, that yellow would be the colour of summer 2012? "It's a bit arbitrary," admits Nelly Rodi. "Plus, if a woman doesn't like yellow, she isn't going to wear it even if it's everywhere. It is true that there is a bias on our part. We choose about 9 colours out of 40 or 45, and gamble that they will be 'in' within two years. And



that's what happens." Every year, the teams use their 'findings' to develop four scenarios combining shapes, colours, materials and tastes. These are the famous style guides, which are essential tools for businesses today. But they are not enough in themselves. "Today 60% of our turnover comes from conducting dedicated missions, varying anywhere from one to four years, in companies that want to reposition themselves in relation to their competitors. We work on a dedicated range of colours, on positioning, on values to be handed down," explains the CEO, Pierre-François Le Louët, who knows what he is talking about since it was his mother who founded the style agency in 1985. A long-established agency specialising in fashion, Nelly Rodi has developed into lifestyles, and works to anticipate trends. It anticipates the behaviour of young people, new personal services, and future leisure activities. How? "By examining consumer lifestyles around the globe. By looking

at other cultures. By considering particular aesthetic trends. Depending on the period, some countries are more influential than others."

Subheading...Subheading...Subheading

In the 2000s, it was the United States that created the attitudes of tomorrow. Today it is Asia, and Korea in particular, that we are following closely. "Korean technology, art, exhibitions and films will influence us in future years," states Nelly Rodi. "We are constantly on the lookout," adds Vincent Grégoire, Lifestyle Department Director for the past 21 years. "Right now we are working on the 2014 Spring/Summer collection. Our work is divided into four stages. First we collect quantitative data, demographic developments, consumption figures, studies undertaken by market research agencies, official bodies or by our own research department, which also sets up panels or focus groups. We then take this data and look for corresponding indicators worldwide, using our own agents representing a wide range of backgrounds. We bring all these factors together, and we then develop scenarios." Which the 2,000 trendbook clients may well follow. And what about the individual clients for whom Nelly Rodi works? Can they influence those hunting down trends?

"Absolutely not," insists Pierre-François Le Louët. "There is no pressure at all. We are completely independent."

Bruno Barde **America's eyes**

Holiday? Bruno Barde only takes 10 days holiday a year. As Director of the Deauville American Film Festival (31 August to 9 September 2012), he has travelled the globe to find the very best in independent cinema for the last 17 years. During the course of a year, he sees over 300 films to get to the 14 that will take part in the official competition.

"For me, organising this festival is like making a film. I write the script all year: I select my films, the jury and partners, and the film shoot begins with the first screening!" Bruno Barde is Chairman of the Public Système Cinéma company, has an athletic build and an exemplary career. He is also an artistic director widely recognised by the profession for his flair. "After Cannes, Deauville is the second most important film festival in France. I'll see 300 films to get to the 50 that will take part in the various sections that make up the Festival (feature films, short films, documentaries, TV series). In January, my work begins at Sundance, the American festival of independent cinema. That's where you see the best in American film production. Then, at the beginning of February, I head to Berlin to visit the largest marketplace for European film. From nine in the morning to nine in the evening, I see on average seven or eight films every day. I plough my way through. Back in Paris, I receive film submissions from around the world, and my search continues in Cannes at the end of May. When I get back, I've got another three months to watch the latest films on DVD and make my final selection. It's a real challenge! I might want to see a film whose producer still hasn't found a distributor in France. And this is sometimes the deciding factor. They realise that the reputation gained by films screened at Deauville will attract a French buyer. Right up until the last minute, I'm never sure I'll get the films I've selected, because they're independent films." And that's what gives this festival its reputation: it isn't afraid of other, larger, international festivals. "First of all, we only show American films unlike Cannes,



Page 46

Venice or Berlin. Secondly, we only show films that have yet to be released. So Deauville fans and cinema lovers from across France get to see films at the same time as journalists. And I like that. The lack of 'celebrity status'. Compared to Cannes, Deauville is a festival for the mind. It's a popular festival in the true sense of the word. It's open to everyone and celebrates a range of talent." The same applies to the composition of the jury. Once he has chosen the President, Bruno Barde picks the jury 'family'. This is a balanced group made up of film directors and actors, plus one or two musicians or writers who have their own contribution to add to the mix. "I don't take people who appear on the front covers of celebrity magazines. I take people who can watch 12 films in one week and whose point of view is respected by the profession. Enough said. My dream is to one day organise a film festival, but with films without credits. That way, neither the jury nor the public will know who the actors or film directors are. The film would be judged on its own merits, and nothing else."

When it was launched 38 years ago, the Deauville American Film Festival only screened film premieres but is now also a meeting place. "We add events almost every year: short films, tributes, Carte Blanche screenings. Since 2007, this has been the only festival where you get to see films 24 hours a day. In fact, we cover all American film since the start of the 20th century. Last year, we launched our cinema lectures with Francis Ford Coppola (this year it will be with William Krippachne). We've also got Uncle Sam's Docs. These work really well because they give a behind-the-scenes glance at life in America today. Three years ago, we opened up the festival to television series because some are exceptionally well written. We have round-table discussions with the producers, screenwriters and writers of both the French and American series.

Deauville now boasts a genuine source of hidden talent. It was at Deauville that the public first discovered great films such as Little Miss Sunshine, Memento, Bound, Being John Malkovich, Precious, or last year's The Artist not to mention actors too, like Ryan Gosling, the hero in Drive. "It's great when everyone agrees on a film's quality. Perhaps my greatest memory was in 1992 when we had the first screening of 'The Bridges of Madison County'. At that time, the film's actors didn't stay for the screening. Clint Eastwood, however, wanted to see the public's reaction so he sat in a corner in the dark. At the end of the film, the audience was crying and clapping.

Then, all of a sudden, someone recognised him, and everyone turned in his direction. It's also because of moments like this that I still think cinema has the power to make people better human beings."

Lucien Barrière Hôtels and Casinos in Deauville isn't just a cinema!

There has been a strong connection between Lucien Barrière Hôtels and Casinos and cinema for some time, and particularly with Deauville. When Lionel Chouchan and André Halimi, both fans of the 'seventh art', were looking for a town to host the first Festival of American Film in France, Michel d'Ornano, Mayor of Deauville, and his friend, Lucien Barrière, Chairman of this family business with a strong presence in Normandy, were enthusiastic. They had been looking for an event to attract tourists to Deauville outside the main holiday season for some time. It was thanks to these four passionate partners that the Festival was born in 1975. Lucien Barrière Hôtels and Casinos has supported the quality of the Festival programme for 38 years. It has hosted some of the greatest American stars in its hotels, from Brad Pitt to Francis Ford Coppola and Justin Bieber. In 1999, it partnered with the new Deauville Asian Film Festival. The Festival provides a window into the cinema creativity of countries such as Korea, Japan, China and India, and attracts thousands of spectators. By collaborating with these festivals, it has found the perfect way to associate its image and expertise with cinema events that share its values, its quality and its prestige.

The firth... one

Here he is - at the top and right on time. Colin Firth is a very British actor, and is now being cast in roles that are the hallmark of an outstandingly successful career.

Talent is something that is shared between an artist and his public. Talent is also something that is given, and in this instance, to the public alone. So it is no surprise that Colin Firth, at 50, is storming onto the list of cinema greats. Being a cinema great is not simply a matter of how big your name appears on film posters and credits, or the number of times you crop up on Twitter, Facebook or the Internet. Being a cinema great is about knowledge, craft, determination and, presumably, longevity. So in France, there is an enthusiasm



Page 62

and appreciation for Daniel Auteuil or François Cluzet, the "rameurs du métier" ("oarsmen in the profession"), as they like to call themselves when referring to their years of calm domination. Sometimes very calm.

An oarsman... Has the very English, the typically English Colin Firth been on one of those flimsy boats that carries squads of tall, muscular chaps clutching their oars for that annual "so British" ritual, the Oxford-Cambridge Boat Race? Definitely not. Yet he has an elegance and a certain *je ne sais quoi* as they say with a twinkle of the eye in Agatha Christie novels. Is he an aristocrat? Old-fashioned? Not those either. He recalls Sir Laurence Olivier's phrase, "Being is not the same as being born." In France we would say, "He's got class." This is true. But what else? Without question, he's got charm.

Yet Colin Firth amounts to much more than just that. Though charm is a powerful weapon in his armoury. If the United Nations were about winning over emotions, he would undoubtedly be appointed Secretary-General. Joking apart, he knows how to act and how to please his audience. From "Bridget Jones's Diary" and "Love Actually" to "The King's Speech", which earned him in true Hollywood fashion an Oscar for Best Actor presented by the American Academy of Motion Pictures, Colin Firth has the style to appear exactly as he is. Hence, it seems that in each film with which his name is linked, he does not simply appear; he takes an active part. So in his unlikely - at least on paper - role in the excellent film "Mamma Mia", co-starring Meryl Streep, he does not hesitate to "let himself go" in the most kitsch dance routines Abba ever produced, and those that had never been previously reworked. Should we complain about this? Anyway, he did it. And he was right to do so.

"He has a certain knack," as one French casting director said. "He is terrific. He looks uncertain (a sure sign of intelligence), but on screen, just watch, he never smiles. He chooses not to smile. Yet his smile is so lovely." So why, then, doesn't Colin Firth smile? His reply: "Smiling is often a way of avoiding real answers. So I prefer to answer rather than smile, even if I could respond by smiling. Although it all depends who I'm smiling at." Colin Firth is so very, very English.

The British Film Festival in Dinard, which brings together enthusiasts and creators of films dreamt up, written and directed on the other side of the Channel, rightly awarded him a Golden Hitchcock in 2003 for his role in "Girl with a Pearl Earring." Against the backdrop of the Grand Hôtel Barrière and its view across the blue Vicomté bay coloured with the slate ramparts of Saint-Malo in the distance, Colin Firth displayed not so much natural elegance, but a fixed expression as he stated, with remarkable sincerity, that he was not "cut out" for awards. Truly great.

What makes us describe an actor as great? French director Claude Chabrol jokingly answered, "When I've got them an entry in Who's Who." Sir Alfred Hitchcock used to put it differently, and in French, which he loved to speak. "Great? That doesn't really mean the top level... It's first about being in the frame." An Oscar is more than just an extraordinary achievement in an actor's career. With "The King's Speech", Colin Firth did not create just an image, but a whole panoramic vista. That is the extent of his triumph. Acting is the exact opposite of simply making an appearance. One risks exposure to judgement or criticism. Look at Colin Firth. And look carefully. He is a fighter. And a winner.



Page 66

Leïla Bekhti a beautiful life

One of cinema's brightest stars... Then what? Life. What an enviable life! Leïla Bekhti is so sweet. She is a stunningly beautiful actress. From this autumn. Now appearing on stage for the first time. And still appearing on screen.

She likes Jean Gabin "for personal reasons" and Annie Girardot for different reasons, which also seem quite personal. In 2012, who is this beautiful, young, effervescent, funny woman, self-confident and yet nonplussed by the clumsy gesture of dropping a glass, even if it doesn't break? "A tuna. I often feel like a tuna," she says, before breaking into a smile and saying, "Or maybe I'm a bream." She will never change. Leïla Bekhti may be... many. But she is unique.

She is a radiant, beautiful and slim brunette. Sitting on the terrace of a Paris bistro, she does not talk about herself, she does not open up. She is simply there; she is as she is. An actress? A woman who plays at acting. Someone who loves an art form that has captivated her: the magic of stage and screen. Whilst still a little girl, "when I was at school," she saw a film starring the typically Italian actress, Giuletta Massima. And the title? She has forgotten. Yet she can recall what she said to her mother after watching it: "That woman speaks with her eyes." And? "I knew that one day I would like to do the same."

While waiting, she lived the life of a popular child who retained that air of 'Sunday night blues'. Sad? "No, but I'd rather deal with my problems in the company of those I love." She smiles again. "I find such times vital. I am not saying so because I am self-centred. Discussing such things would not be appropriate. I owe this closeness to my Uncle Miloud and my older brother, Slim." A mist passes over Leïla's eyes, like the one that crosses the arid plains of Tlemcen in Algeria, where it goes to and fro, back and forth.

She is French. For her, it shows that "Success is a duty." A true lesson in civic duty. And a sign of commitment: "Be true to yourself." Then she looks up to heaven as one does when one has the feeling of having said too much. She reveals little more than the words she has said. And yet she goes on, "Both stage and screen are not separate from life. They tell us the tales of

today and tomorrow. And these stories, they are what we are. That is why we must know the script. On stage and in life." Knowing the script... It's her particular bugbear. In September, the theatre is what will capture her attention. It is Édouard Baer's project that has "captivated" her. She says "captivated" as one might say "seduced." "I could have said 'seduced'. But no, that would teach him!" At this point, her smile breaks into a laugh. She talks only of this show, written and directed by Édouard Baer, this show which "frightens her." Stage fright. It is the sign of talent. When a young, stuck-up actress came to see Arletty in her dressing room and said, "I'm never nervous when I go on stage..." the leading lady in Atmosphere replied, "Don't worry. That will come with talent!" Leïla, who also writes, certainly has such talent, and says no more about it. Leïla works hard to display it constantly. It shows in her demanding standards as well as in the pleasure she provides. It is something she wishes to share.

From September, at the Théâtre Marigny in Paris, she intends to share the unexpected and fits of laughter with Édouard Baer and "La France d'Édouard Baer", which seems to be the proposed current title of the play by the director, Pierre Lescure. Leïla is nervous, but she wants to "make up for lost time"; she is dreaming of success, and is eager to make the most of it. She has been recognised as "Best Female Newcomer", and can be seen in cinemas from November alongside co-star Géraldine Nakache in an urban outing, entitled "Nous York." It will be a huge success.

She downs an apricot juice, and quickly takes her leave. With one last word: "Thanks." At this point an image appears: Audrey Hepburn singing 'Moon River' on the stairs in "Breakfast at Tiffany's." This young woman isn't simply sweet. She is a diamond.

God created woman... and Eres her bathing suit!

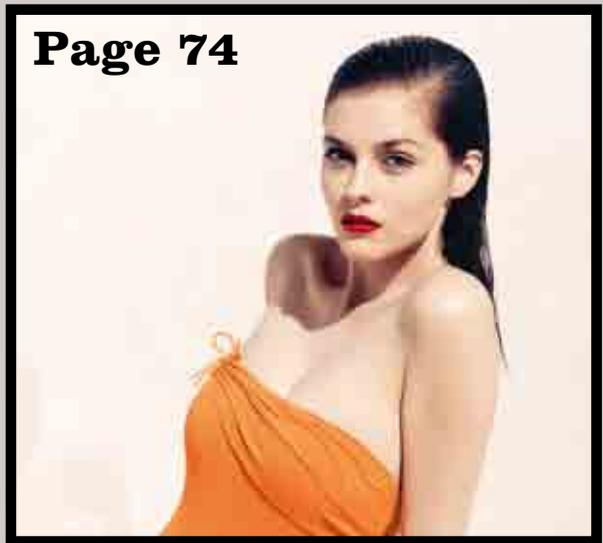
It has become a classic item of our wardrobe. The Eres bathing suit. A favorite piece of clothing of a brand that reflects well-being and luxury, and mostly one that manages to attract every generation. Eres' secret? Perfect figure and cut, classic timeless colors, which still remain trendy, soft and innovative fabrics and amazing support. An international success that led the brand to move to lingerie, homewear and lately nail polish. Let's dive in the success story that has been sailing for years.

In 1968, Irène Leroux made a great decision: she was going to take over the bathing suits' boutique of her parents, located in la Madeleine, to sell bathing suits all year long and not only during summer time. Irène is a young girl that follows trends: she noticed this revolutionary enthusiasm that ignores all diktat, and young women who are now aware of their body's power. Just as the cruise collections in high fashion, she places herself on the sun's market in winter and finds her own style in uncluttered designs... and in this new era when women were finally about to get liberated. No more whalebones and paddings, heavy complex fabrics, and overprotecting bathing suits. Thanks to her good eye and her curious personality, she realized in her parents' boutiques than a size 38 could be perfectly fitted at the waist but way too big on top, or the other way around...

Irène is convinced that a bathing suit must adapt to each woman's body, no matter how old she is, and not the contrary.

Lycra thread has just been invented: she decides to use it and to separate tops from bottoms to launch the bikini. Perfect timing: Brigitte Bardo made a hit in her utmost glamorous movie "And God created woman" by Roger Vadim, with one of those famous two-piece triangle suits. Immediate success with no advertising at all. People talk about it and it is enough to make the brand run at top speed: elegant ladies recommend the so chic boutique to each other, where a young woman works with revolutionary fabrics, stretched materials, light and soft, which guarantee perfect support. The Parachute model, which is instantly dry, or the Peau Douce piece ("Soft Skin"), a truly second skin concealing flaws, are highly praised. Quickly, the United States and the shopping stores Barney's and Bergdorf Goodman are attracted by the expertise, the design and the techniques of the small French brand and provide her with a sales area. Eres makes a name for itself overseas. Each new collection is an event, just as high fashion collections, and she dazzles by her innovations: laser cut and open stitches are adjusted to swimmers, boycott, large neckline and beautiful low cut back lines. Each woman can find "the" right Eres that

Page 74



suits her.

In 1996, Eres joins the Chanel group. The family business has become an important company, rhyming with French elegance in the entire world and available in over 600 sale points in France and in the US.

Irène Leroux, unwary and experienced, then decides to move to women lingerie. In the end, constraints are the same. Ensuring good support, concealing flaws, highlighting the feminine figure with soft, quality, light fabrics. While respecting the brands' standards, Irène Leroux made it. Satin, silk, tulle, Puy's or Calais' lace, feather taffeta, Jersey, each piece is handcrafted in France and conceals a whole range of technical finishing under classical lines: lace openwork, knots, buttons, special stitches, eyelets, drapes... while banishing patterns and pointless ruffles. The triangle-shaped bra is a huge success and sells like hot cakes in a panel of subtle colors: delicate pastels, nude shades, timeless black and white, and the famous fake black always remodeled, and displayed in exclusive shades.

In 2007, Valérie Delafosse was appointed Art Director, in charge of developing new lines, such as a clothing line, reflecting the brand identity and women's expectations. After

a Beach wear line (strapless dresses in cotton jersey, beach robes), for Fall 2009, Eres imagines chic homewear, several cozy pieces such as velvet pajamas, wool and cashmere knit outfits, tunic dresses, and accessories designed especially for your home: luxurious cashmere stoles, traveling kits in silk and fragrance candles. The brand that made the body into a work of Art, also knows how to provide a comfortable setting for winter time...

Boutique Eres, in Paris: 2 rue Tronchet 75008 and in 6 other sale points in Cannes, Bordeaux, Toulouse, Monaco, Saint-Tropez, Aix-en-Provence and in Italy, Spain, Switzerland, Belgium, Canada, England and the US.

E-shop on www.eres.com.

Ribeauvillé

wellness in Alsace

There are two ways to look at a border: it can be a wall or a door. In Alsace, a border land, a third idea came to life. A border means a new horizon, like an adventure with roots. You don't get it? No, then go to Ribeauvillé and you will see.

And what if Alsace was Northern Tuscany? Blue, green, ochre shades softly and expertly surround the landscape. Vineyards, hedges, or olive trees, dry-stone wall terraces or hillsides: in the



policy and requirements of the agricultural industry here and there, in Italy, lies the same desire for persistence. Meaning going further and looking ahead.

Vineyard lands are not only about local heritage. They are made by the men that have been bringing the same passion to the table for generation and generation. They are made of encounters, implying at the same time assertion, of which Ribeauvillé could be the symbol. That is where Lucien Barrière Hotels and Casinos decided to build their new resort, including a hotel, a casino, a balneotherapy and Spa of 3600 square meters, a truly innovative project in the area and in France. When celebrating their hundredth anniversary in 2012, settling in Alsace is not a coincidence from the Hotels and Casinos Barrière. In any kind of business, whether it is art, industry,

agriculture or craftsmanship, creating means being bold. It does not mean disrupting things, but anchoring a project in reality. Let's go straight to the point, and describe what it is really about.

Tasting the moment

Ribeauvillé is located at the center of sixteen towns, villages or large burgs: Beblenheim, Bernwihr, Riquewihr, Hunawihr, Zellenberg... With their high roofs and their painted walls, houses look like decorated cakes. It makes you think that Heidi or Sissi (after all Switzerland and Bavaria are not that far) are just around the corner. At the end of May, it has become an unexpected tradition in Ribeauvillé to have a giant picnic. For three days, everyone can bring their baskets, glasses, and tablecloths in the vineyards. And there, independent local producers offer new wine or their favorite vintage bottle. Of course, they also talk about it, and actually it can go on...for quite a while. But when those white Alsatian wines shine in the light of spring, after being kept away from the "famous" cellars, something quite simple and rather important happens: you taste the moment.

Summer, fall and winter provide the hillsides with a new wardrobe. When looking at the vineyards' layout appears an overlooking stare and embracing arms. Alsace is a land of genuine feelings. "Hilly and fluvial" as described in the old geography textbooks, it remains a self-curious territory. Always questioning its capacity to invent, adapt and take time, not by laziness or harshness but because things need to be done accurately. The expertise came along modern management without claiming if excellence should take over action. In Ribeauvillé, the two have been remaining closely tied for centuries in wine production, as it is today in the Resort Barrière's identity. The blue sky, green acres and the ochre sun are more than a range of shades; they define individual "well being."

A winegrower looking at the shape of a grape found an explanation to life and how we need to fully live each moment. He said that each grape is linked to another and without the stem binding them, they are lost, isolated, and end up in dust. They cannot be used to make wine. This winegrower was a great man. True, he was not from Alsace but from Bordeaux. And he was not a winegrower. His name was Montaigne. He never went to Alsace. Too bad; he should have tried.

Resort Barrière Ribeauvillé, Secondary Road 106



Opéra



Kim Ho

*Vase Louis XIV
Gold Inlaid handpaint 35 cm
Designed by "Kim-Ho"*



**Cristallerie
de MONTBRONN**
FRANCE
1930

SHANGHAI - MOSCOU - DUBAI

13 rue des Verriers 57415 MONTBRONN - FRANCE
www.cristallerie-montbronn.com - alain.ferstler@cristallerie-montbronn.com
Tél. : +33 (0)387 96 36 11 - Fax : +33 (0)387 96 35 83



1664



LE GOÛT À LA
FRANÇAISE

f 1664 France



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