

BEST OF  
PARIS

Volume 3



globalcollage.world







N°5  
L'EAU  
CHANEL  
PARIS

**N°5**  
L'EAU  
**CHANEL**  
PARIS

**LE NOUVEAU N°5**

DISPONIBILE SUR [CHANEL.COM](http://CHANEL.COM) #FOLLOWMEANDYOU'DONT



**INTERNATIONAL GROUP PUBLISHER**



Sven Boermeester

**SEXY CITIES PUBLISHER  
BEL'RP**

Directrice de publication  
Judith Beller

**ASSOCIATED SEXY CITIES PUBLISHER  
BEL'RP**

Sacha Lucas

**EDITORIAL**

Géraldine Maillet  
Raphaël Enthoven  
Judith Beller  
Déborah D'Aietti  
Catherine David

**ART DIRECTION**

PAVILLON NOIR

**PHOTOGRAPHY**

Ali Mahdavi  
Emmanuel Noyon  
Judith Beller

**ILLUSTRATION**

Ali Mahdavi  
Antoine Kruk  
Yassine YAZE Mekhnache

**WEBSITES**

[www.belrp.com](http://www.belrp.com)  
[www.globalvillage.world/proudly-europe/france/paris/](http://www.globalvillage.world/proudly-europe/france/paris/)

**EMAIL**

[proudlyparisian@belrp.com](mailto:proudlyparisian@belrp.com)





BEST

OF

PARIS



**VOLUME 3**



PARIS BY  
YASSINE MEKHNACHE



SOMMAIRE  
summary



**BEST OF PARIS**

Page 18



PÉCHÉ N°1

**HUMEURS / Spirits**

Page 38



PÉCHÉ N°4

**ENVIES / Desires**

Page 98



PÉCHÉ N°5

**ECONOMIES / Savings**

Page 120



**HOTELS**

Page 178



**DISTRIBUTEURS / Distributors**

Page 188



PÉCHÉ N° 2  
**NARCISSE / Narcissus**  
Page 64



PÉCHÉ N° 3  
**GOURMANDISES / Savoriness**  
Page 84



PÉCHÉ N° 6  
**LUXURIANCE**  
Page 136



PÉCHÉ N° 7  
**OISIVETÉ / Leisure**  
Page 158



**REMERCIEMENTS / Acknowledgments**  
Page 194



*Mot de...*

# L'ÉDICTRICE



# Paris Glamour



## *Les 7 péchés d'Epicure*

Paris est une Femme. Une douce métaphore permanente. L'évidence de son Glamour a inspiré des générations de créateurs et sa silhouette changeante au gré des heures les mots des plus grands.

Alors comment lui rendre hommage sans la répétition ? La question s'est posée. Et l'évidence s'est imposée : en incluant ces ôdes par milliers à notre hymne à sa beauté. N'est-il pas savoureux de développer cette interprétation en multiples ?

Et faire des 7 pêchés capitaux ceux du savant Epicure pour saluer la vie et la sacro-sainte liberté de notre Capitale. Nous nous sommes délectées à transformer l'orgueil en Narcisse, la colère en Humeurs, la paresse en Oisiveté... Un Volume 3 un peu plus excentrique, mais qui laisse toute sa place à notre Patrimoine culturel, développe un point de vue novateur sur notre secteur financier, fait découvrir le sport sous un angle « *Glam Chic* », vous promène au sein de la nuit parisienne pointue. Promouvoir Paris, Paris qui ne sombre jamais, Paris belle et habillée des mille feux de ses lumières mondialement plébiscitées, fiers de nos savoirs-faire, de notre population aux couleurs de l'arc en ciel, fiers de nos richesses multiples.

L'art de vivre à la parisienne est une institution, que toute l'équipe Best Of Paris prend un grand plaisir à vous faire découvrir, au travers des merveilleuses personnalités de nos partenaires.

**BONNE DÉGUSTATION**

## *The 7 sins of Epicurus*

Paris is a Woman. A sweet ongoing metaphor. Evidence of its glamour has inspired generations of creators, and its silhouette changes according to the words of the greatest.

So, how to pay tribute to her without repetition? The question has been raised. And the evidence is clear: by including thousands of these odes in our anthem to her beauty. Is it not tasty to develop this interpretation in multiple ways?

And to make the 7 deadly sins those of the learned Bon Vivant, to greet life, and the sacrosanct liberty of our capital. We will take great delight in turning pride into Narcissus, anger into Humours, laziness into Idleness...

A slightly more eccentric Volume 3, but that fully involves our cultural heritage, develops an innovative point of view on our financial sector, makes you discover sport from a "*Glam Chic*" angle, walks you into the very heart of a refined Parisian night. Promote Paris, a Paris that never darkens, beautiful Paris dressed in the thousands of lights of its internationally-acclaimed luminaries, proud of our know-how, of our rainbow-coloured population, proud of our diverse riches.

The art of living Paris-style is an institution, which the entire Best Of Paris team takes great pleasure in unveiling for you, through the wonderful personalities of our partners.

**GOOD TASTING**

JUDITH BELLER,  
Directrice de Publication  
Publication director



SEXY CITIES  
SEXY CITIES

BEST OF PARIS

F PARIS

PARIS



**BEL'RP** est l'éditeur « *Made in France* » des capitales occidentales « *sexy* » du groupe Global Village World.

Outre son développement en tant qu'agence de communication proposant une palette multiple de savoirs-faire, (événementiel, relations publiques, stratégie marketing, branding...), elle défend également des artistes de l'art contemporain, grâce à la partie art du bureau, BEL'ART.

Suite au constat d'un besoin grandissant d'homogénéisation des contenus de nos partenaires, à commencer par le nôtre, BEL'RP a collaboré avec la seule maison de production Cross-Media française, Le Pavillon Noir, alliant une proposition design, web-design, vidéo, 3D et mapping, et bien entendu print.

Valoriser la France et Paris aux yeux de ses habitants et du monde, en aidant activement à l'échange entre les entreprises de manière nationale et internationale grâce au réseau Best Of (plus de 70 pays à ce jour), ainsi qu'à nos partenaires institutionnels comme la Mairie de Paris et Atout France est, et restera, notre leitmotiv. Le « *Club* » Best Of Paris est alimenté par 5 à 6 événements au cours de l'année, permettant aux partenaires de se rencontrer autour de moments d'exception, de visites privilèges...

Un des buts déjà atteint de cette chaîne de dirigeants est de faciliter l'accès à un potentiel de développement mondial, ou à son renforcement.

Avec cet objet pérenne qu'est le livre, la collection Sexy Cities développe le « *red book* », à la couverture souple et rouge, au papier d'art Arjowiggins mat et épais, à travers les capitales mondiales incontournables. À découvrir très bientôt, le Best Of London, puis New York, Berlin, Monaco... Un florilège de l'art de vivre des grandes métropoles.

Global Village World transforme la planète en village.

**BEL'RP** is the "*Made in France*" publisher of the "*sexy*" Western capitals of the Global Village World group.

In addition to its development as a communications agency offering a multiple range of expertise, (events, public relations, marketing strategy, branding, etc.), it also supports artists in contemporary art, thanks to the office art section, BEL'ART.

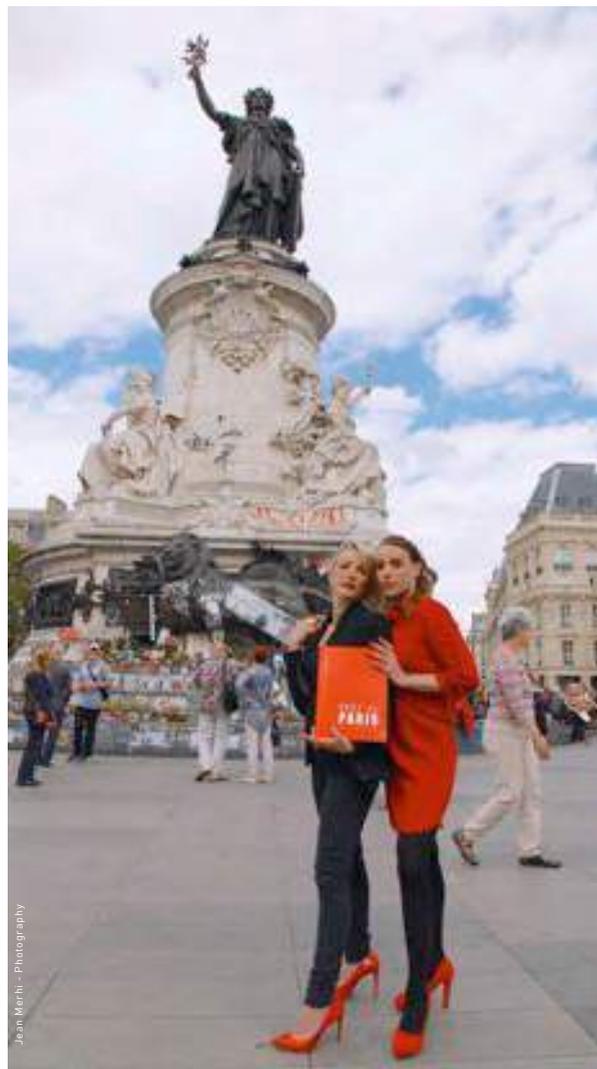
Following the discovery of a growing need for homogenisation of the contents of our partners, starting with our own, BEL'RP has teamed up with the only French cross-media production house, Le Pavillon Noir, combining proposals for design, web-design, video, 3D, and mapping, and, of course, print.

Making France and Paris more attractive in the eyes of its inhabitants and of the world, actively helping the exchange between companies on a national and international basis through the Best Of network (more than 70 countries to date), as well as our institutional partners such as the Mairie de Paris and Atout France is, and will remain, our leitmotiv. The Best Of Paris "*Club*" is nourished by 5-6 events during the year, enabling the partners to meet up around memorable moments and premium visits...

One of the goals already achieved by this chain of leaders is to facilitate access to the potential for global development, or for strengthening it.

Through this sustainable item that is the book, the Sexy Cities collection is developing the "*red book*", with a red and supple cover, in matt Arjowiggins thick art paper, across the unmissable world capitals. To be discovered very soon are: the Best Of London, then New York, Berlin, Monaco, and so on. An anthology of the art of living in large cities.

Global Village World transforms the planet into a village.



Jean Wechs - Photography

[www.belrp.com](http://www.belrp.com)

[globalvillage.world/proudly-europe/france/paris/](http://globalvillage.world/proudly-europe/france/paris/)



Plus d' 1,5 million de lecteurs.  
Plus de 2 millions de visiteurs  
sur le web, issus de 175 pays.

*« Pour la première fois dans l'histoire,  
une plateforme crée le lien entre les gouvernements, les grandes entreprises,  
les entrepreneurs, les personnalités... Sans aucune frontière. »*

# BEST OF THE WORLD

*"For the first time in history,  
a platform creates the link between governments, large companies,  
entrepreneurs, personalities ... Without any borders."*



Sven Boermeester, International Publisher

## GLOBAL VILLAGE WORLD

Le groupe Global Village World promeut mondialement les régions économiques internationales les plus excitantes à travers leurs entreprises et personnalités, matures et émergentes. Grâce à cette ouverture au monde, la lisibilité des partenaires, en termes d'industrie, d'innovation, d'art de vivre et d'investissement, est mise à l'honneur.

Global Village World est un réseau international d'échange d'expériences et de capacités.

[www.globalvillage.world](http://www.globalvillage.world)



## UNE ODE AU SUCCES

Les séries BEST OF sont des publications annuelles de livres au sein de plus de 70 territoires. Leur fondateur, Sven Boormeester, les souhaite créées par des partenaires eux-mêmes ancrés dans leur culture.

« *Un faire valoir de l'esprit d'entreprise et de leur potentiel* ».

« *Création de réseaux d'échange puissants autour du monde* ».

« *Mise en avant de la popularité des marques individuelles* ».

« *Un pont entre les cultures* ».

## LE LIVRE

Cadeau de communication corporate haut de gamme, coffee table book, guide des marchés économiques... les livres BEST OF sont un outil de marketing PR par excellence. Ils offrent une sélection pointue des produits et des services incontournables des régions.

Cible d'individus : hommes et touristes d'affaires, VIPs, gouvernements, dirigeants et prescripteurs, le tourisme haut de gamme.

## EXPANSION

Grâce à ses partenaires régionaux sur les 5 continents, Global Village World est présent sur plus de 70 pays. Le business plan projette plus de 150 territoires couverts sous 5 ans.

## ORIGINALITE

Pour la première fois dans l'histoire, une plateforme crée le lien entre les gouvernements, les grandes entreprises, les entrepreneurs, les personnalités... Sans aucune frontière.

« *Une vitrine de la réussite et de la durabilité des entreprises autour du monde* ».

Plus d'un 1 million et demi de lecteurs.

Plus de 2 millions de visiteurs sur le web, issus de 175 pays.

## WEB

Lancé en 2008, le site [www.globalvillage.world](http://www.globalvillage.world) met en ligne toutes les publications en e-book. Plus de 20 000 pages en direct, en croissance rapide et un moteur de répertoires en ligne.

Notre bibliothèque de e-books est disponible sur l'application VIPedia (androids, i-pads, i-phones).



**GLOBAL VILLAGE.WORLD**  
CONNECTING MINDS - BUILDING COMMUNITIES

## AN ODE TO SUCCESS

BEST OF series are annual publications of books in over 70 territories. Their founder, Sven Boormeester, wants them to be created by partners themselves rooted in their culture.

"*An assert of entrepreneurship and potential.*"

"*Creating strong exchange networks around the world.*"

"*Highlighting the popularity of individual brands.*"

"*A bridge between cultures.*"

## THE BOOK

An upscale corporate communication gift, a coffee table book, a guide of the economic markets... BEST OF books are a PR marketing tool "*par excellence*". They offer a specialized selection of the essential products and services of the regions.

Target individuals: businessmen and tourists, VIPs, governments, leaders and influencers, the high-end tourism.

## EXPANSION

Through its regional partners on 5 continents, Global World Village is present in over 70 countries. The business Plan projects over 150 territories covered within 5 years.

## ORIGINALITY

For the first time in history, a platform creates the link between governments, large companies, entrepreneurs, personalities ...

Without any borders.

"*A showcase of success and sustainability of businesses around the world.*"

More than 1 million and a half readers.

More than 2 million visitors on the web, from 175 countries.

## WEB

Launched in 2008, the website [www.globalvillage.world](http://www.globalvillage.world) launches all publications in e-book. More than 20,000 live pages, rapidly growing, and online directories engine.

Our e-books library is available on the VIPedia application (Androids, i-pads, i-phones).



All books available for download with **VIPedia** app.

More than 1.5 million readers.  
More than 2 million website visitors  
from 175 countries.



# PARIS

# VILLE MODERNE

MODERN CITY



Un rayonnement planétaire pour une mégapole de rang mondial, au centre de l'impulsion de la mondialisation. Paris exerce des fonctions de commandement économique et financier au niveau international. Sur les 500 premières FTN, 39 ont leur siège social à Paris ce qui place la capitale au second rang mondial derrière Tokyo.

Une métropole culturelle, capitale de la mode, du luxe, de la gastronomie et gardienne d'un « *art de vivre à la française* ».

Une métropole européenne. L'Europe est l'environnement naturel de Paris qui entend mieux faire connaître et aimer l'Europe, en créant encore plus de passerelles avec les villes européennes partenaires parmi lesquelles Rome, Berlin, Amsterdam, Londres, Vienne et Lisbonne...

Première métropole mondiale de l'innovation et du capital intellectuel, Paris compte 36 incubateurs et plus de 3000 startups. La ville a remporté la palme mondiale de l'innovation et du capital intellectuel dans le classement 2014 de PricewaterhouseCoopers.

Paris, une mégapole internationale incontournable.

# PARIS

# VILLE BUSINESS

BUSINESS CITY



A global reach for a world-class metropolis, at the center of the pulse of globalization. Paris performs functions of economic and financial leadership internationally. On the top 500 TNCs, 39 are headquartered in Paris, which places the city second in the world behind Tokyo.

A cultural metropolis, the capital of fashion, luxury, gastronomy and guardian of an *"art of French living"*.

A European metropolis. Europe is the natural environment of Paris, which means to highlight and endear Europe by creating more bridges with European cities partners including Rome, Berlin, Amsterdam, London, Vienna and Lisbon...

First World metropolis of innovation and intellectual capital, Paris has 36 incubators and more than 3,000 startups. The city won the world prize for innovation and intellectual capital in the ranking 2014 PricewaterhouseCoopers.

Paris, an essential international megalopolis.





# « BEST OF PARIS »





MAIRIE DE PARIS 

# SI PARIS CONTINUE À INSPIRER LE MONDE ENTIER...

**ANNE HIDALGO**

Maire de Paris Mayor of Paris

... Siècle après siècle, c'est parce qu'elle a toujours été, et demeurera toujours, la capitale de la liberté. Les visiteurs ne s'y trompent pas et continuent à plébisciter l'art de vivre à la française, permettant à notre capitale de rester la première destination touristique mondiale. Pour eux, et grâce à eux, Paris sera à jamais cette ville de rêve et de lumière.

Le secteur de la mode participe pleinement de l'identité parisienne et lui confère un prestige exceptionnel. Plus que jamais, l'âme de la mode se trouve à Paris. Le sens inné du glamour et de l'élégance, l'étendue et la rareté des savoir-faire, la diversité des professions, le dynamisme des acteurs, la concentration d'événements – autant de paramètres qui font de Paris une référence unique au monde et la consacrent comme capitale du luxe.

Cette singularité se manifeste également dans les domaines de la gastronomie et de l'artisanat. Dotés de talents hors-pairs, que bien souvent l'on ne trouve désormais plus qu'ici, et protecteurs de l'excellence des techniques ancestrales, les innombrables commerçants et artisans sont garants de la vitalité et du rayonnement de Paris. Tous rivalisent d'exigence et de virtuosité. Leurs productions précieuses sont autant de richesses à explorer sans attendre... Et sans modération. Je me réjouis que « *The Best Of Paris* » leur rende un hommage ô combien mérité.

Paris est une invitation à la fête, à la découverte et au plaisir ; elle est un paradis pour les gourmets et les amoureux du raffinement. Jour et nuit, elle brille sans trêve, et porte en elle cette délicieuse insouciance à laquelle il fait si bon s'abandonner. Cédons sans hésiter à son esprit hédoniste et indomptable...

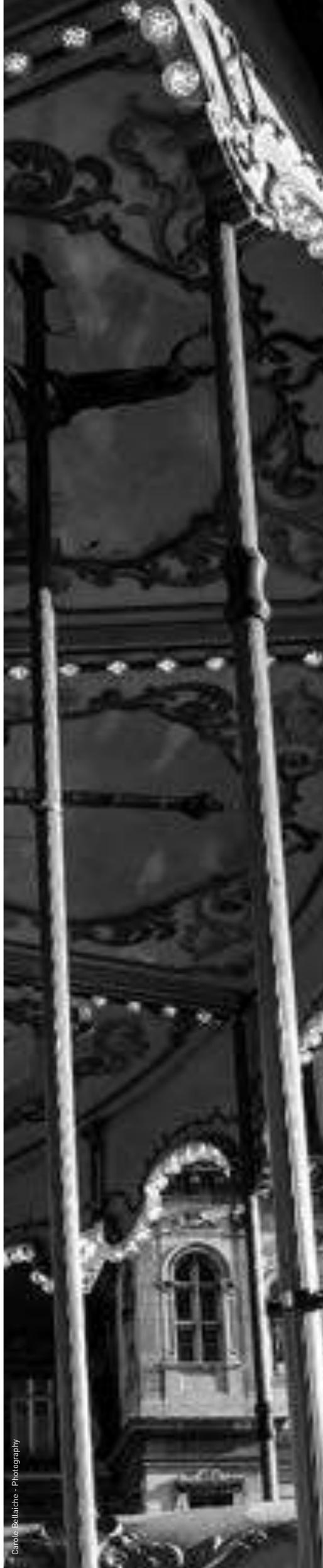
**IF PARIS CONTINUES TO INSPIRE THE WHOLE WORLD CENTURY AFTER CENTURY...**

... Century after century, it is because it has always been, and always will be, the capital of freedom. Visitors are not misguided in their continued admiration for the French art of living and have kept the capital in its place as the world's leading tourist destination. For them, and thanks to them, Paris will always be the City of Dreams and Light.

The fashion sector plays a full part in Paris' identity and gives the city a special prestige. More than ever, the soul of fashion is to be found in Paris. The innate sense of glamour and elegance, the range and scarcity of know-how, the variety of professions, the dynamism of the people involved and the concentration of events all go to make Paris a unique reference in the world and the capital of luxury.

This originality can also be seen in the worlds of gastronomy and craftsmanship. With their unrivalled talent – which can often be found nowhere else but here and which sustains the excellence of ancient techniques – the many traders and craftsmen are guarantors of Paris' vitality and reputation. They are all fine examples of high standards and virtuosity. The precious work that they produce is to be explored without delay... Or moderation. I am delighted that "*The Best of Paris*" is paying them a well-deserved tribute.

Paris is an invitation to a celebration, to discovery and pleasure; it is a paradise for lovers of good food and refinement. Day and night, it shines tirelessly and carries within it that deliciously carefree attitude to which it is so pleasant to surrender. So why not just give in now to its hedonistic, indomitable spirit ...





*Édito de...*  
**LA MAIRE**







# PARIS GLAMOUR



DU MOT ÉCOSSAIS GLAMOUR (LUI-MÊME DÉFORMATION DE L'ANGLAIS GRAMMAR, « SCIENCE OCCULTE ») DÉSIGNANT UN SORTILÈGE OPÉRÉ PAR LES FÉES OU LES SORCIERS MALFAISANTS. LE MOT BÉNÉFICIE EN FRANÇAIS DE LA PROXIMITÉ PHONIQUE DU MOT AMOUR, AUQUEL IL EST PRESQUE AUTOMATIQUÉMENT ASSOCIÉ.



Il ne la connaît pas encore, mais il a beaucoup entendu parler d'elle. Le monde l'admire, les hommes, les femmes, les lunes de miel, les divinités. Sujet de romans, de poèmes, de films, de comédies musicales, de fresques, il sait depuis toujours qu'elle est belle. Belle infiniment, comme un mystère, un trouble, une arrogance, une fête à perpétuité. Belle à ne jamais s'en remettre. Belle à quitter sa vie et à renaître ailleurs, entre ses mains. Pour cette première fois, il lui a donné rendez-vous sur une terrasse.



En bordure, pour observer, se cacher, s'enlacer, chuchoter, rêver. Un verre d'un rouge enivrant, une pâtisserie luxueuse en train de fondre, une cigarette prétexte pour attendre et apaiser son désir. La vie est là. Les baffles fredonnent Glamour de Paolo Conte, les serveuses en robe 95-50-90 oscillent avec leurs plateaux on the rocks. La vie légère, vibrante, chic, resplendissante. La vie sourire, un feu d'artifice de Cuvée Prestige.





*“Écoute moi, baby.  
Regarde moi, darling...”*

Dehors, il neige. Les radiateurs écarlates réchauffent son impatience. Où est-elle ? Il regarde sa montre. Des heures de retard, c'est si peu. La terrasse s'est vidée. Touristes partis, visiteurs du soir rentrés, notes de musique extenuées, phares de voiture sans ligne de fuite.

Il doit la chercher ailleurs pour mieux la comprendre. Il ne peut pas se contenter d'un seul versant de son âme. Très vite, il ne sait plus où donner de la tête. Tout voir, tout savoir, l'aimer à couper le souffle. Comme toute star démoniaque, elle ne supporte pas la moyenne, le tiède, le gris, les minuscules. Elle se laisse admirer, frime, parade, roucoule, fait le show. Une vraie diva hollywoodienne. Les flashes crépitent, elle est sans égal. Il veut lui parler,

dompter sa fougue, percer ses mystères ancestraux, s'immiscer dans son esprit glorieux, immortaliser son profil éclatant...

Dehors il pleut. Les flaques éclairent son visage comme une boule à facettes. Il l'inviterait bien à danser. Elle n'acceptera jamais. Il la voudrait seule pour lui. Elle refusera toujours. Il doit la partager. Elle est à tout le monde et à personne. Elle est partout et intouchable.

*« Écoute moi, baby. Regarde moi, darling. Tu vois comme je t'aime. Je suis perdu sans toi. Laisse moi te suivre encore et encore. Je ne te demanderai rien puisque tu me donnes tout. Je t'écoute, poupée, parle. Come on sweetie, you are the best. »*

Silence.

La suite ?

Il tend l'oreille, sort son moleskine, prêt à noter un numéro de rue comme celui de la chambre d'un palace.

Où doit-il aller pour l'admirer ?

Où doit-il se perdre toujours plus ?

Il repart dans la nuit, il lui faudra l'éternité.

Il s'incline devant l'Obélisque de Louxor, s'affole devant les mannequins en dentelle de l'Avenue Montaigne, court dans la rue des Martyrs, trépigne face à la Fontaine Stravinski, salue la Liberté et sa statue, succombe à la Tour Eiffel sur alternatif, se perd dans la verrière des Panoramas, se retrouve à la Sorbonne, se recueille à la Basilique du Sacré-Cœur, chante Boulevard du Montparnasse, attend Gare du Nord, s'endort sous le Pont Mirabeau, se réveille à La Pagode, cherche ses mots au Quartier Latin, ses traits Place du Tertre, son sillage au Parc Montsouris, sa postérité au Louvre. Il inspire et elle expire. Respirer Paris, cela conserve l'âme. Partout, à sa rencontre. Cerner le charme des Tuileries, se rouler dans la terre ocre de Roland Garros, escalader les Buttes Chaumont, rire face aux Guignols du Ranelagh, pleurer devant la flamme de l'Arc de Triomphe, lire au Square Lamartine, trinquer à la piscine Molitor...

Il faudra une vie entière pour cerner sa magie, son destin enchanteur.

Elle se préfère comment? Discrète, somptueuse, charmeuse, Red Carpet... Si elle était une voix ? L'Opéra Garnier. Si elle était un vêtement ? Le Lido. Si elle était une mélodie? L'Olympia. Si elle était un parfum ? La Roseaie de Bagatelle. Si elle était un souvenir ?

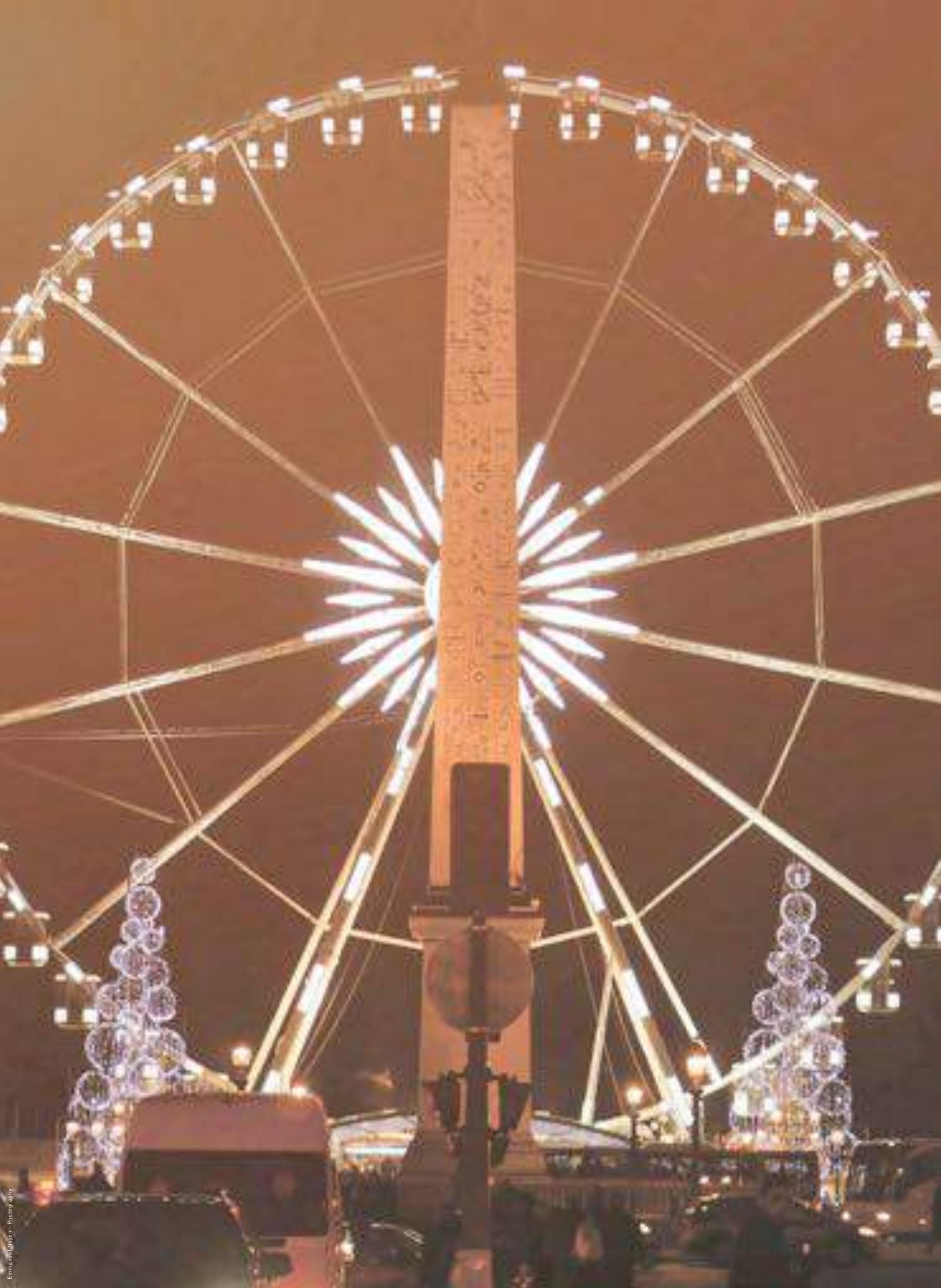
Le Cimetière du Père Lachaise. Si elle était une citation ?

« Ajoutez deux lettres à Paris, c'est le paradis. »

Si elle était une insulte ? Pou pou Pidou.

GÉRALDINE MAILLET







# PARIS GLAMOUR



FROM THE SCOTTISH WORD GLAMOUR (ITSELF A CORRUPTION OF THE ENGLISH WORD GRAMMAR, "OCCULT SCIENCE") SIGNIFYING A SPELL CAST BY EVIL WITCHES OR FAIRIES. IN FRENCH THE WORD BENEFITTED FROM THE FACT IT SOUNDED A LOT LIKE AMOUR (LOVE) A WORD WITH WHICH IT IS ALMOST AUTOMATICALLY ASSOCIATED.



He doesn't know her yet but he has heard a great deal about her. The world admires her : men, women, honeymoons, deities. The subject of novels, poems, films, musical comedies and frescoes, he has always known she is beautiful – infinitely beautiful like a mystery, a disturbance, an arrogance, a perpetual party. A beauty you never get over. Beauty to make you kiss life goodbye to be reborn elsewhere, in her hands. For this first time he had arranged to meet her on the terrace.



At the edge to watch, to hide, to embrace, to whisper and to dream. A heady glass of red wine, a luxurious patisserie beginning to melt, a pretext cigarette to help him wait and calm his desire. Life is there. The Paolo Conte song Glamour floats out of the speakers, the waitresses in 36-24-26 dresses sway with their trays on the rocks. Light, vibrant, chic and radiant life. Smiling life, a Cuvée Prestige firework.





Emmanuel Noyon - Photography

*“Listen to me baby.  
Look at me darling...”*

Outside it is snowing. The scarlet radiators heat his impatience. Where is she? He checks his watch. Hours late, it's so little. The terrace has emptied. The tourists have gone, the evening visitors have left, the musical notes have faded away, the car headlights stretch on forever.

He must look for her elsewhere to better understand her. He cannot make do with just one aspect of her soul. Very soon he doesn't know which way to turn. To see everything, to know everything; a love that takes the breath away. Like all possessed stars, she cannot stand anything that is average, half-cold, grey or small. She lets herself be admired, she preens, she parades, she coos, she puts on a show. A real Hollywood diva. The cameras flash around her –

she is peerless. He wants to talk to her, tame her spirit, unravel her ancient mysteries, meddle with her glorious mind and immortalise her stunning profile...

Outside it is raining. The puddles light up her face like a disco ball. He would happily ask her to dance but she would never accept. He wanted her all to himself. She will always say no. He must share her. She belongs to everyone and no-one. She is everywhere and untouchable.

*“Listen to me baby. Look at me darling. You see how much I love you. I am lost without you. Let me follow you again and again. I won't ask anything of you since you give me everything. I'm listening honey, speak. Come on sweetie, you are the best.”*



Silence.

What next?

He listens carefully, gets out his Moleskine pad ready to note down a road number or that of a room in a luxury hotel.

Where must he go to admire her?

Where must he lose himself more and more?

He heads back out into the night; it will take him forever.

He bows before the Luxor Obelisk, panics in front of the lace models of Avenue Montaigne, runs down Rue des Martyrs, stamps his feet at the Stravinsky Fountain, salutes the statue of Liberty, succumbs to the Eiffel Tower in the alternative, loses himself in the shop windows of the Panoramas, finds himself again at the Sorbonne, gathers his thoughts at the Basilica of the Sacré Cœur, sings on the Boulevard du Montparnasse, waits at the Gare du Nord, falls asleep under the Pont Mirabeau, wakes up at La Pagode, tries to find his words in the Latin Quarter, his characteristics in the Place du Tertre, his trail in Parc Montsouris and his posterity in the Louvre. He inhales and she expires. Breathe Paris, it will preserve your soul. He seeks her everywhere; grasping the charm

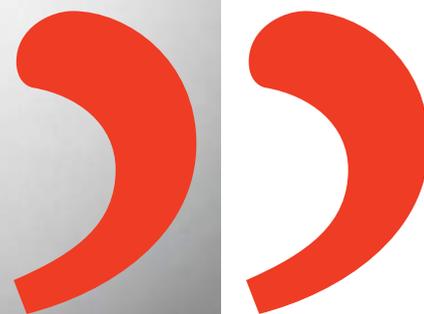
of the Tuileries, rolling in the ochre of Roland Garros, climbing the Buttes Chaumont, laughing at the Guignols du Ranelagh, weeping in front of the flame at the Arc de Triomphe, reading in Lamartine Square and raising a toast at the Molitor pool...

It would take an entire life to understand her magic, her enchanted destiny.

How does she like herself best? Discreet, sumptuous, charming, red carpet... If she were a voice? The Opéra Garnier. If she were an item of clothing? The Lido. If she were a melody? The Olympia. If she were a perfume? Roseraie de Bagatelle. If she were a memory? Père Lachaise cemetery. If she were a quote? *"Add three letters to Paris and it's Paradise."*

If she were an insult? Boop-Boop-a-Doop.

GÉRALDINE MAILLET





# Édito de

...

AUGUSTIN DE ROMANET

PRÉSIDENT - DIRECTEUR GÉNÉRAL - GROUPE ADP  
CHAIRMAN & CEO - GROUPE ADP



## UNE DÉCLARATION D'AMOUR À NOS PASSAGERS

Première destination touristique mondiale avec 47 millions de visiteurs en 2015, Paris est une ville qui fait rêver. Son pouvoir d'attraction et son rayonnement à l'international passent notamment par celui de ses aéroports. Nos trois plateformes aéroportuaires, Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-le Bourget, sont les principales portes d'entrée de Paris et de la France. Elles doivent être des lieux sûrs, agréables, les plus accueillants possible et aux meilleurs standards internationaux.

A l'heure de la mondialisation qui verra le nombre de personnes voyageant en avion doubler d'ici à 2030 et le trafic se concentrer sur quelques grands hubs, Paris et ses aéroports sont en compétition avec d'autres métropoles. Dans cette bataille, il nous faut parler à tous, simplifier la relation avec les compagnies aériennes, attirer de futurs talents et exprimer notre rôle d'acteur moteur au sein du transport aérien en France et des territoires. Bien que la dénomination sociale de l'entreprise demeure «*Aéroports de Paris*», ce nom n'était pas suffisamment connu du grand public, il ne reflétait plus notre évolution et nos ambitions. C'est pourquoi, nous avons créé deux nouvelles marques : «*Paris Aéroport*» et «*Groupe ADP*».

Déployée à Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget, notre marque «*Paris Aéroport*» s'adresse en priorité aux voyageurs et unit la communauté aéroportuaire autour d'une démarche commune. Elle incarne la promesse renouvelée d'un accueil, d'une qualité de service et d'une offre commerciale en constante amélioration. À tous les passagers venant du monde entier, nous voulons dire «*Paris vous aime*». A travers cette déclaration d'amour, nous nous engageons pour faire de chaque séjour, dans nos terminaux, une expérience singulière, unique et la plus agréable possible.

Avec «*Groupe ADP*», marque corporate forte rassemblant sous une bannière commune tous les collaborateurs, l'ensemble de nos métiers et filiales, nous affirmons notre ambition : celle d'un groupe parfaitement intégré, leader mondial sur ses métiers, capable d'exporter ses savoir-faire à l'international. L'ensemble devient plus cohérent et plus clair, en particulier face à une concurrence très vive.

Signe unique englobant nos deux marques, notre nouveau logo est une réinterprétation stylisée et modernisée de la Tour Eiffel, qui exprime à la fois l'élégance parisienne, le rayonnement mondial, l'envol et les pistes.

Au final, ce nouveau territoire de marque témoigne de mon ambition de créer une préférence parisienne forte ainsi que mon engagement personnel, celui de tous les collaborateurs du Groupe ADP et de la communauté aéroportuaire en faveur de l'attractivité de Paris.



# PARIS VOUS AIME

LE GROUPE ADP CRÉE POUR VOUS  
PARIS AÉROPORT.



## A DECLARATION OF LOVE FOR OUR PASSENGERS

The world's leading tourist destination with 47 million visitors in 2015, Paris fires the imagination. Its airports are a vital component of its attractiveness and international reputation. Our three airports, Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly and Paris-le Bourget, are the main gateways to Paris and France. They need to be safe, pleasant and as welcoming as possible.

In a globalised world in which the number of people travelling by air is set to double between now and 2030, with traffic becoming concentrated on a few large hubs, Paris and its airports are in competition with other major cities. In this battle, we need to reach out to everyone, simplify our relations with the airlines, attract future talent and express our role as a driving force within air transport in France and the territories. Although the company name remains "Aéroports de Paris", this name was not sufficiently well known to the general public and no longer reflected our development and aims. That's why we have created two new brands: "Paris Aéroport" and "Groupe ADP".

Our "Paris Aéroport" brand that has been rolled out at Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly and Paris-Le Bourget is intended primarily for travellers, and unites the airport community around a common approach. It embodies the renewed promise of a welcome, a quality of service and a commercial offering that are constantly improving. To all passengers from all over the world, we want to say "Paris loves you". Through this declaration of love, we are committing ourselves to making every visit to our terminals a singular experience that is unique and as pleasant as possible.

With "Groupe ADP", a strong corporate brand that gathers all our employees, businesses and subsidiaries under one banner, we are reaffirming our aim of becoming a perfectly-integrated group, a world leader in its various businesses and capable of exporting its know-how abroad. Everything becomes more coherent and clearer, particularly in the face of fierce competition.

Our new logo, a single sign used for both our brands, is a stylised, modernised reinterpretation of the Eiffel Tower that expresses Parisian elegance, worldwide influence, taking off and runways.

Finally, the new brand territory is an illustration of my aim to create a strong preference for Paris and my own personal commitment, that of all Groupe ADP employees and the airport community to promoting the attractiveness of Paris.



# ATOUT FRANCE

*« L'enjeu de l'accueil est capital pour la ville capitale ».*

L'Accueil, c'est à la fois l'hospitalité d'un peuple, à travers son attitude et sa disponibilité, mais aussi et surtout le professionnalisme et le niveau des services de sa destination. En effet, ces derniers se doivent de répondre précisément aux besoins du visiteur. Pour un résultat à la hauteur de ses prétentions, les petits gestes, le comportement, l'adaptabilité... Sont des données incontournables. Elles nécessitent un minimum de connaissance de l'autre, de ses attentes précises, de ses habitudes de consommation, et de sa culture propre.

*« Il fallait continuer à améliorer l'excellence de nos services ».*  
A l'initiative de Laurent Fabius, de Christian Mantei, PDG d'Atout France, et de la Tourism Academy, le MOOC Accueil France a été créé dans le but de former une véritable équipe de France de l'accueil, en formant sa chaîne complète. Le but non dissimulé de cet apprentissage reste l'augmentation conséquente du chiffre d'affaires des entreprises participantes grâce à une meilleure compréhension des voyageurs. Tous les secteurs du service sont concernés, des musées, aux taxis, aux restaurants... Les entreprises représentées sont différentes, mais partagent des savoir-faire et des valeurs communes. La France devient de fait la première destination mondiale à utiliser les techniques les plus avancées pour améliorer ses performances.  
Paris, son flambeau, sert de terrain de jeu pour la mise en route. La capitale française est fréquentée majoritairement par les Européens, et les Asiatiques. Les 6 premières nationalités étudiées sont donc la Chine, l'Inde, la Belgique, les Pays Bas, l'Allemagne et l'Angleterre... 6 cours aux contenus exclusifs et opérationnels pour mieux accueillir la clientèle, pendant 6 mois.

*« En Chine, le chiffre 4 est maléfique, ne donnez jamais la chambre 4 à un client chinois ! »...*



**CHRISTIAN MANTEI**

MOOC ACCUEIL FRANCE propose 3 niveaux de progression par cours, débutant, avancé, et coach, des battles entre participants, des forums d'échange online, le tout à travers une plateforme de formation digitale et radicalement innovante, un outil ludique créant l'intérêt et la fidélité des participants.

Il existe des dispositifs de financement pour les TPE et les PME forcément liées au secteur du tourisme, à travers des Organismes Paritaires Agréés, le FAFIH, et l'AGEFOS PME, permettant une prise en charge partielle ou totale des frais de participation.

Pour la première fois de son histoire, Atout France met à la disposition des acteurs du tourisme son expertise des marchés mondiaux, à Paris, en France, et bientôt à l'international.



## «The issue of reception is vital for the capital city.»

A welcoming reception is at once the hospitality of people, through their attitude and availability, but also, and above all, through professionalism and level of services required. Indeed, these must correspond precisely to the visitor's needs. For a result that lives up to its claims, small gestures, behaviour, adaptability, and so on, are essential components. These require at least some knowledge of the visitor such as specific expectations, consumption habits, and native culture.

*"It was necessary to continue to improve the excellence of our services".*

At the initiative of Laurent Fabius, Christian Mantei, President and CEO of Atout France and of the Tourism Academy, the MOOC ACCUEIL France was established to form a true French reception team, and forming a complete chain. The true goal of this learning process remains the consequent increase in turnover of the participating enterprises, through a better understanding of the visitor. All service sectors are involved, museums, taxis, restaurants, and so on. The companies represented are different, but share expertise and common values. France is becoming de facto the first global destination to use techniques to improve its performance.

Paris, the torchbearer, serves as the test ground for its launch. The French capital is frequented mostly by Europeans, and Asians. Thus, the top 6 nationalities studied are China, India, Belgium, the Netherlands, Germany and England... 6 courses with proprietary and operational content to better accommodate visitors, for 6 months.

*"In China, the number 4 is considered evil, never give Room number 4 to a Chinese client!" ...*

MOOC ACCUEIL France offers 3 levels of progression in each course, beginner, advanced, and coach, with battles between participants, online exchange forums, and all achieved through a digital and radically-innovative training platform, a fun tool creating the interest and allegiance of participants.

There are funding arrangements for VSEs and SMEs, necessarily related to the tourism sector, through the approved partnership bodies, the FAFIH, and the AGEFOS SME, which subsidise the participation fee, either fully or partially.

For the first time in its history, Atout France is making its expertise in global markets available to stakeholders in tourism, in Paris, in France, and shortly on the international stage.



[www.mooc-accueil.fr](http://www.mooc-accueil.fr)





# PARIS GLAMOUR, C'EST ...



... Une ganache, des pralinés, du caramel à la Fleur de sel, sortis de la chocolaterie Illéné, rue Tholozé, et pour le plaisir des palais des grands et des petits...

... Un banc de tisserand en Cyprès de Lambert à peine terminé, caressé par un ébéniste, dans un atelier sombre et calme de la rue Maitre Albert...

... Un rayon du soleil qui illumine la robe d'un atelier de créateur de la rue de Charenton...

... Une chouquette de la boulangerie Chambelland, parsemée de sucre perlé, fondant sous la langue, dans l'ambiance chaude et parfumée d'une boulangerie à l'angle de la rue Ternaux et de la rue du marché Popincourt...  
Ce Paris Glamour, qui met nos sens en éveil, est l'œuvre des artisans qui fondent son âme, entre savoir-faire traditionnel et modernité, que ce livre vous fera découvrir : boulangers, fromagers, chocolatiers, glaciers, bouchers, créateurs, coiffeurs, parfumeurs...

Je vous souhaite un bon voyage au travers des 5 sens dans le Paris glamour, innovant et artisanal, qui fait la renommée de la capitale de la France.

Vive Paris, capitale à savourer et déguster sans modération.

## WHAT IS "PARIS GLAMOUR"? IT IS...

... Chocolates, pralines and salted butter caramels from the Illéné chocolatiers on Rue Tholozé, a delight for adults and children alike...

... A brand new weaver's bench in Monterey cypress, caressed by a carpenter in a calm, dimly lit workshop on Rue Maitre Albert...

... A ray of sunlight striking a dress in a tailor's workshop on Rue Charenton...

... A choux bun from the Chambelland bakery, studded with pearl sugar, melting in your mouth in the warm, fragrant shop on the corner of Rue Ternaux and the Rue du Marché Popincourt...

This is Paris Glamour, and this is what brings our senses to life. It is the work of artisans, forever walking the line between tradition and modernity, and this book will let you step into their world. Enter the domain of Paris' bakers, cheesemongers, chocolatiers, ice-cream makers, butchers, creators, hairdressers and perfumers...

So step in and enjoy a voyage for the senses with Paris Glamour. Explore the innovation and skill that have made a name for this city for hundreds of years.

This is Paris, a city you can really get your teeth into.

OLIVIA POLSKI

Adjointe à la Maire de Paris - Chargée du Commerce, de l'Artisanat et des Professions Libérales et Indépendantes  
Assistant to the Mayor of Paris - In charge of Commerce, Artisans and Independent Trade



# EN CYCLES COURTS LES ANTI RETROVIRAUX RESTENT EFFICACES



Réduite à l'ambition de guérir, la médecine pouvait passer pour une science exacte, et croire, avec Leriche, que « *dans la maladie, ce qu'il y a de moins important au fond, c'est l'homme* ».

Mais confrontée, avec le SIDA, à sa propre impuissance, la voilà contrainte d'en revenir à la définition qu'Aristote lui-même en donnait déjà : la médecine est un art, qui relève de l'existence autant que du savoir, et dont les oeuvres éphémères portent chacune l'infalsifiable signature d'un lien singulier entre l'homme de l'art et l'homme qui souffre. Au lieu d'être l'ennemi objectif qu'il faut abattre - fût-ce aux dépens de celui qu'elle envahit - la maladie est désormais inséparable de la relation vivante entre l'expérience du malade et la sensibilité du médecin. A l'ambition d'éradiquer le mal succède la question de savoir ce que signifie, pour le vivant, d'être malade. Au dogme de l'introuvable guérison succède l'éthique du soin, et ses vertus sinon guérissantes, du moins curatives... Mieux vaut la moitié de quelque chose que la totalité de rien !

C'est en père de la trithérapie et en expert d'une pathologie qu'il a contribué à découvrir (il était le premier à formuler l'hypothèse d'un rétrovirus comme cause du SIDA) que le médecin Jacques Leibowitch a mis au point ICCARRE (acronyme d' « *Intermittents En Cycles Courts Les Anti Rétroviraux Restent Efficaces* »). De quoi s'agit-il ? De la chose la plus simple du monde, et donc la plus difficile qui soit. D'une stratégie d'allègement qui (partant de l'évidence que la surdose est toxique, et du constat que la posologie peut ne pas être la même quand la charge virale est élevée et quand elle est sous contrôle) tend à réduire le nombre de prises hebdomadaires d'antirétroviraux, de sept à quatre, voire trois, avec la même efficacité sur le VIH... A ceux qui vivent ce retour à l'équilibre comme un saut dans le vide, Leibowitch rappelle qu'à la différence de l'imprudent dont les ailes cuites l'ont fait tomber du ciel, ICCARRE prend ici deux « R », car l'enjeu n'est pas d'atteindre l'étoile, mais de garder les pieds sur Terre, sans oublier, néanmoins, que trop de prudence est parfois un risque supérieur à l'audace. « *Il faudra vivre encore longtemps avec un traitement antirétroviral à vie, ce qui ne peut que susciter l'intérêt pour des traitements allégés* » plaide le médecin. Autrement dit (et c'est peut-être tout le problème) ICCARRE est né du renoncement à l'idée qu'on se débarrasserait du SIDA par la guérison complète de ses malades. ICCARRE parie sur la réductibilité mais non l'éradication du SIDA. On le fait disparaître. On le rend imperceptible. Mais il est toujours là.

On n'est pas guéri, non.  
Mais on est soigné.

RAPHAËL ENTHOVEN

[www.association-iccarre.org](http://www.association-iccarre.org)





## IN SHORT CYCLES THE ARVs REMAIN EFFECTIVE

Reduced to the sole aim of curing, medicine could easily pass for an exact science and believe, as did Leriche, that “when it comes down to it, the least important aspect of disease is man”.

But faced with AIDS and its own helplessness, it is forced to return to the definition that Aristotle himself gave of it: medicine is an art that is as much a part of existence as knowledge, and its ephemeral works each bear the unforgeable signature of a singular link between the man skilled in the art and the man who is suffering.

Instead of being the objective enemy that must be killed – even at the expense of the person it has invaded – disease is now inseparable from the living relationship between the patient’s experience and the doctor’s sensitivity. The aim of eradicating the disease is succeeded by the question of knowing what it means

for the living person to be ill. The dogma of the unfound cure is succeeded by the ethics of care and its virtues, if not healing, at least curative... Better to have half of something than all of nothing!

As the father of triple combination therapy and an expert in a disease that he had helped to discover (he was the first to put forward the theory of a retrovirus as the cause of AIDS), Doctor Jacques Leibowitch developed ICCARRE (an acronym for “Intermittents En Cycles Courts Les Anti Rétroviraux Restent Efficaces” - Intermittent, in Short Cycles, the Anti Retrovirals may Retain Effectiveness). What does this mean? It’s the simplest thing in the world, and yet the most difficult: a treatment reduction strategy which (based on evidence that an excess dose is toxic and the observation that the dosage may not need to be the same when the viral level is high and when it is under control) aims to reduce the number of weekly doses of Anti Retrovirals from seven to four or even three, with the same efficacy with regard to HIV... To those who see this return to equilibrium as a leap in the dark, Leibowitch notes that, unlike the reckless boy who burned his wings and fell from the sky, ICCARRE here has two Rs, as the challenge is not to reach the stars but to keep our feet on the ground and not forget that too much caution is sometimes a greater risk than being bold. “People need to be able to live longer with a lifelong Anti Retroviral treatment, and this can only arouse interest in reduced treatments”, said Dr. Leibowitch. In other words (and maybe this is the problem), ICCARRE was born from an abandonment of the idea that we could get rid of AIDS by completely curing the patients. ICCARRE is based on the idea that AIDS can be reduced but not eradicated. We make it disappear. We make it imperceptible. But it’s still there.

We’re not cured.  
But we’re treated.

Amélie





U  
O  
N  
M  
E  
S  
L

« **HUMEURS** »  
Spirits

Visitez

LE

PALAZO

CULTURE

«L'homme de culture doit être un inventeur d'âmes.»

Aimé Césaire



“The man of culture should be an inventor of soul.”



# ARTCURIAL

## L'EXPERTISE AU SERVICE DE CHAQUE ŒUVRE

À chacune de ses ventes, Artcurial crée une véritable effervescence. La prestigieuse maison de vente aux enchères parisienne située au croisement des Champs-Élysées et de l'avenue Montaigne, se caractérise par une activité pluridisciplinaire et une stratégie de développement qui lui est propre : la maison disperse chaque année des dizaines de milliers de tableaux, bijoux, antiquités asiatiques, voitures, ou encore des livres anciens, bouteilles de vin, meubles design et statues tribales.

Dans l'un des plus beaux hôtels particuliers de Paris, un lieu privilégié d'échanges et de rencontres pour les amateurs d'art a été aménagé, avec 2 000 m<sup>2</sup> d'espace d'exposition sur deux niveaux, une librairie d'art de plus de 18 000 ouvrages allant des livres d'art aux livres rares et un restaurant. Tout au long de l'année, l'Hôtel Marcel Dassault est un espace animé et ouvert à l'art et à la culture : expositions, signatures, conférences et débats s'y succèdent en parallèle des grandes ventes. Par son histoire, son architecture, le prestige de son adresse et l'étendue de ces salons d'exposition, ce lieu est un écrin unique à Paris pour accueillir ventes et expositions.

Chacune des œuvres mises en vente au sein d'Artcurial suit un parcours bien précis et passe entre les mains de passionnés experts en leur domaine : maison à taille humaine, Artcurial pratique le sur-mesure au service de la valorisation tant culturelle que marchande des collections. Catalogues soignés, enrichis de nombreuses contributions scientifiques, scénographie originale, stratégie de communication et marketing permettent d'établir la renommée internationale de l'œuvre pour laquelle tous les outils et les compétences de la maison sont mis en œuvre.

Ce savoir-faire à chaque étape et le regard averti de chacun de ces spécialistes permettent à des collections endormies ou des objets entreposés dans un grenier de déchaîner les passions des amateurs, de devenir le sujet d'articles internationaux, de battre des records aux enchères ou encore d'être acquises par de prestigieux musées.

7 Rond-Point des Champs-Élysées 75008 Paris  
+33 (0)1 42 99 20 20  
[www.artcurial.com](http://www.artcurial.com)





## THE EXPERTISE FOR EACH WORK

At each of its sales, Artcurial creates a real effervescence. The prestigious Parisian auction house at the junction of the Champs-Élysées and the Avenue Montaigne, is characterized by a multidisciplinary activity and a development strategy of its own: the house disperses every year tens of thousands of paintings, jewelry, Asian antiques, cars, or old books, wine bottles, designer furniture and tribal statues.

In one of the most beautiful mansions of Paris, a privileged place for exchanges and meetings for lovers of art was built, with 2000 m<sup>2</sup> of exhibition space on two levels, an art bookstore of over 18 000 works from art books to rare books, and a restaurant. Throughout the year, the Hotel Marcel Dassault is a lively and open space for art and culture exhibitions, signatures, conferences and debates in parallel of large sales. Through its history, its architecture, the prestige of his address, and the scope of these trade shows, this place is a unique setting in Paris to host exhibitions and sales.

Each of the works offered for sale within Artcurial follows a specific route and passes through the hands of passionate experts in their fields : human-sized house, Artcurial practice bespoke, serving as much the cultural enhancement then commercial collections. Cared catalogs, enriched of many scientific contributions, original set design, communication and marketing strategy are used to establish the international reputation of the work for which all the tools and skills from the house are implemented.

This expertise at every stage and the discerning eye of each of these specialists enable dormant collections or objects stored in an attic to unleash the amateur's passions, to become the subject of international articles, and breaking records at auction or being acquired by prestigious museums.





## AMBASSADEUR DE LA CULTURE FRANÇAISE

**En proposant la contemplation de l'œuvre monumentale et spectaculaire d'un grand artiste contemporain, Paris Aéroport surprend les voyageurs. La marque incarne sa volonté d'œuvrer pour le rayonnement culturel français et de toujours mieux accueillir les visiteurs, en transformant leur passage dans les terminaux en un moment agréable.**

Rencontres, retrouvailles, coups de foudre, amitiés, émotions forment un terreau unique pour stimuler la créativité.

L'histoire débute en 2015 par une rencontre entre un artiste, Jean-Charles de Castelbajac, et un aéroport, celui de Paris-Orly. De cette association va naître une série de dessins XXL du créateur, s'inspirant directement de son interprétation des moments de vie des équipes, partenaires et passagers de l'aéroport.

### **ORLOVE, PREMIER VOLET DU PROJET, VOIT LE JOUR.**

Ces histoires sont affichées sur les 3 200 m<sup>2</sup> de la façade du terminal d'Orly Sud.

La rencontre se transforme en parcours à l'intérieur des terminaux, une balade au fil des plus belles narrations plongées dans l'univers chromatique de l'artiste.

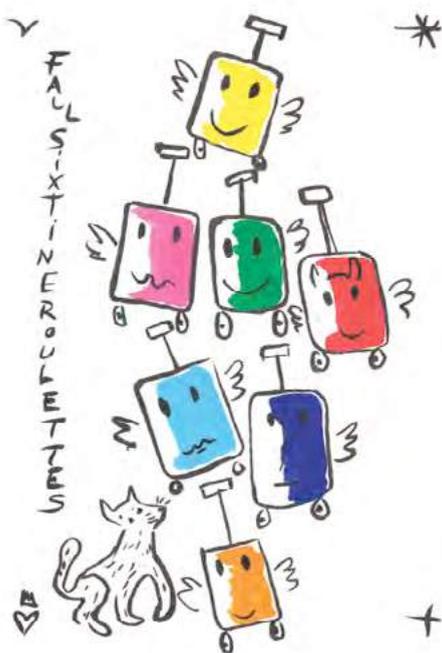
Cette œuvre d'art géante marque définitivement l'attachement de Paris Aéroport pour le monde artistique.

Après cette création monumentale, il est alors apparu comme une évidence de proposer cet écrin unique qu'est l'aéroport aux créateurs. Un principe unique au monde : une résidence d'artiste au sein d'un aéroport.

### **L'AÉROPORT EST UN ESPACE EN MOUVEMENT, UNE PORTE OUVERTE SUR LE MONDE...**

A l'occasion de cette première édition 2016, il s'agit d'un artiste français de renommée internationale, Jean-Charles de Castelbajac. Sa pensée profondément humaniste se met au service de la marque Paris Aéroport, de son engagement d'accueil et de sa déclaration d'amour aux voyageurs « *Paris vous aime* ». Sa créativité polymorphe offre à l'aéroport de Paris-Orly une expression unique, celle d'un aéroport en mouvement, à travers des dessins, une mise en scène, la création musicale...

Une première édition qui ouvre la voie à tant d'autres rencontres entre artistes et voyageurs, pour un aéroport toujours plus intégré dans la ville et dans le monde.



## AN AMBASSADOR FOR FRENCH CULTURE

By offering them a chance to admire a monumental, spectacular work by a great contemporary artist, Paris Aéroport surprises travellers. The brand embodies its commitment to promoting France's cultural influence and to providing an ever better welcome to visitors, by turning their passage through the terminals into a pleasant moment.

Meetings, reunions, romance, friendship and emotions form a unique, fertile ground for stimulating creativeness.

The story began in 2015 with a meeting between an artist, Jean-Charles de Castelbajac, and an airport: Paris-Orly. This led the artist to produce a series of XXL drawings inspired directly by his interpretation of moments in the lives of airport teams, partners and passengers.

### ORLOVE, THE FIRST PART OF THE PROJECT, WAS BORN.

The stories are displayed on the Orly Sud Terminal's 3,200 sqm facade. They then continue inside the terminals, offering a walk through the finest narratives immersed in the artist's chromatic universe.

This giant work of art demonstrates the attachment of Paris Aéroport to the world of art.

Following on from this monumental creation, it became obvious to offer the unique setting of the airport to artists. The idea is unique in the world: an artist in residence in an airport.



© JC DE CASTELBAJAC +

### THE AIRPORT IS A SPACE IN MOVEMENT, A DOOR OPEN ON THE WORLD...

This first edition in 2016 begins with the internationally-famous French artist, Jean-Charles de Castelbajac. He has placed his profoundly humanist approach at the service of the Paris Aéroport brand, its commitment to offer a warm welcome and its declaration of love to travelers: "*Paris vous aime*" ("*Paris loves you*"). His polymorphic creativeness offers Paris-Orly Airport a unique expression, that of an airport on the move, a dramatisation, a musical creation...

This first edition opens the way for many more encounters between artists and travellers, integrating the airport ever more into the city and the world.

Paris Orly  
94390 Orly  
[www.parisaeroport.fr](http://www.parisaeroport.fr)





# ARTISAN RÉVOLTÉ

EMMANUEL NOYON

**Emmanuel, qui êtes-vous ?**

Un fainéant au travail.

**Qu'aimez-vous faire le plus dans la vie ?**

L'amour et les images.

**Qu'est-ce qu'une image ?**

Un point de vous.

**Et quel est votre point de vue ?**

Le mien.

**Pourquoi avoir choisi de faire des images ?**

Pas un choix...

**Où on trouve l'art ?**

En soi.

**Vous vous sentez un artiste ?**

Non, un artisan révolté.

**Ok, vous êtes un artiste. Un artiste doit donc être par définition subversif ?**

Je crois qu'il doit être tout simplement libre. C'est subversif ?

**Qu'est-ce que vous aimez saisir dans les images que vous faites ?**

L'incohérence, le paradoxe, la beauté, l'instant...

**L'instant éternel ?**

Non non, pas éternel. La terre disparaîtra, les images aussi...

La photographie, l'écriture etc ne peuvent rien contre l'impermanence. C'est un jeu pour fuir l'ennui. Partir en chasse avec mon appareil photo.

**Êtes-vous toujours à la recherche ?**

Je suis un aventurier !

Si je m'arrête je m'ennuie.

Les rencontres m'intéressent, je prémédite rarement...

**A vos yeux, la réalité est préférable à la représentation de la réalité ?**

Les deux sont la réalité !

**Que préférez-vous photographier le plus ?**

La rue. Les gens.

**Pourquoi ?**

Je m'intéresse aux gens...

**On dit qu'on peut rire de tout, est-ce que vous pensez qu'on peut tout photographier ? Êtes-vous pour l'expression à tout prix ?**

Je pense que certaines expressions devraient rester confinées au cercle intime. Mais je pense qu'on peut tout photographier. Et surtout l'amour, et ça c'est difficile.

**Qu'est-ce que une image réussie pour vous ?**

C'est une image dans laquelle on sent la vie. L'esthétique, c'est secondaire

**Vous semblez pourtant un esthète. Qu'est-ce que la beauté ?**

L'amour.

**Qu'est-ce qui vous émeut ?**

La beauté.

**Avez-vous un message à passer avec vos images ?**

Oui, que la vie est courte !

**Est-ce que vous vous considérez un voyeur de la réalité en tant que photographe ?**

Un voyou de la réalité...!

**Vos derniers mots, Emmanuel Noyon ?**

Je vous répondrai par une phrase qui n'est pas à moi :

« *Nothing is true, everything is permitted* »

par

BARBARA AMOROSA

Muse et guerrière

## REBEL CRAFTSMAN

### **Emmanuel, who are you?**

A slacker at work.

### **What do you like doing most in life?**

Love and images.

### **What is an image?**

A point of you.

### **And what is your view?**

Mine.

### **Why did you choose to make images?**

It is not a choice...

### **Where is art found?**

In ourself.

### **Do you feel like an artist?**

No, a rebel craftsman.

### **Ok, you're an artist. An artist has to be subversive by definition?**

I think it should just be free. Is it subversive?

### **What do you like to take in the pictures that you do?**

The inconsistency, paradox, beauty, the moment...

### **The eternal moment?**

No no, not eternal. Earth will disappear, the pictures also... Photography, writing, etc... Can not do anything against impermanence. This is a game to escape boredom. Go hunting with my camera.

### **Are you still looking?**

I am an adventurer! If I stop I get bored.

Encounters interest me, I rarely premeditated...



[www.emmanuel-noyon.pixpa.com](http://www.emmanuel-noyon.pixpa.com)

### **In your eyes, the reality is better than the representation of reality?**

Both are reality!

### **The more you prefer to photograph?**

The street. People.

### **Why ?**

I am interested in people...

### **They say you can laugh at anything, do you think we can photograph everything? Are you for the expression at all costs?**

I think some expressions should remain confined to the inner circle. But I think we can all be photographed. And especially love, and that's difficult.

### **What a successful image for you?**

It is an image in which one feels life. The aesthetic is secondary.

### **Yet you seem esthete. What is beauty?**

Love.

### **What moves you?**

The beauty.

### **Do you have a message to go with your images?**

Yes, life is short!

### **Do you consider yourself a voyeur of reality as a photographer?**

A thug of reality...!

### **Your last words, Emmanuel Noyon?**

I reply with a phrase that is not mine:

*"Nothing is true, everything is permitted".*



# TRANSCENDANCE

TRANSCENDENCE



## CARPENTERS WORKSHOP GALLERY

Carpenters Workshop Gallery transcende les catégorisations classiques en termes d'art et de design. Sa vocation, à la croisée de ces deux univers, est de produire et d'exposer des sculptures fonctionnelles, créées par des artistes ou des designers sortant de leurs territoires d'expression traditionnels. La galerie accompagne et représente des artistes et designers internationaux, émergents et établis, et s'implique activement dans la recherche et la production des œuvres qu'elle expose en édition limitée. Les choix sont guidés par la recherche d'une pertinence émotionnelle, artistique et historique.

Amis depuis l'enfance, les co-fondateurs Julien Lombrail et Loïc le Gaillard ouvrent en 2006 un premier espace à Londres, à Chelsea, autrefois atelier de charpentier, puis un second en 2008 à Mayfair. L'ouverture d'une galerie de 600 m<sup>2</sup> à Paris en 2011, dans le quartier historique du Marais, dans un hôtel particulier ayant abrité la Galerie de France, fut une forme de retour aux sources.

L'année 2015 marque un tournant majeur pour la galerie avec l'ouverture de Carpenters Workshop | Roissy, un espace de 8 000 m<sup>2</sup> unique au monde, dédié à la recherche et au développement artistique, rassemblant l'élite des artisans d'art, hommage au patrimoine des Arts Décoratifs français.

Dernière étape en date de son remarquable développement, Carpenters Workshop Gallery | New York, nouvel espace international d'exposition, confirme aujourd'hui le leadership et la position incontournable de la galerie sur le terrain international de l'art et du design.

### HORAIRES D'OUVERTURE

Du lundi au samedi de 10h à 19h

54 rue de la verrerie 75004 Paris  
+33 (0)1 42 78 80 92  
[www.carpentersworkshopgallery.com](http://www.carpentersworkshopgallery.com)



Carpenters Workshop Gallery transcends conventional categorizations in terms of art and design. Its vocation, at the crossroads of these two worlds, is to produce and exhibit functional sculptures, created by artists or designers out of their traditional territories term. The gallery supports and represents international artists and designers, emerging and established, and is actively involved in research and the production of works that it exhibits in limited edition. The choices are guided by the search for emotional relevance, artistic and historical.

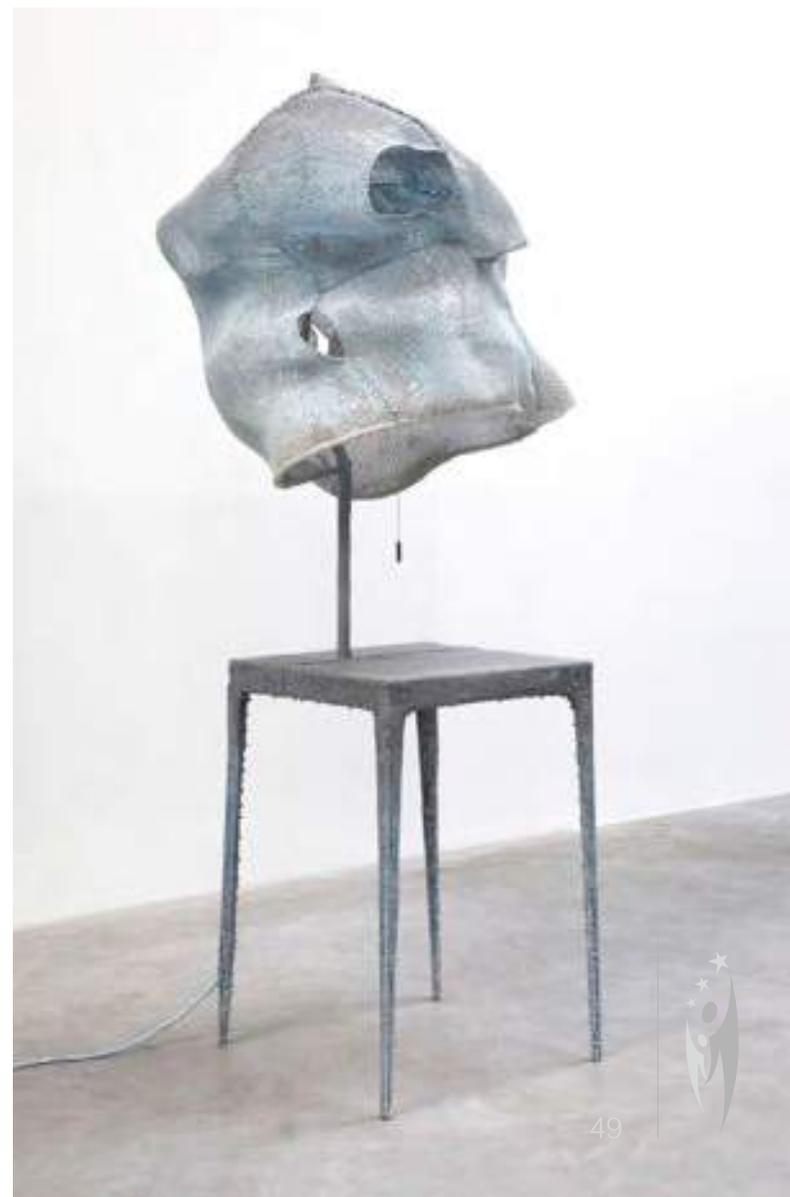
Friends since childhood, the co-founders Julien Lombrail and Loïc Gaillard open in 2006 a first space in London, Chelsea, once a carpenter shop, then a second in 2008 in Mayfair. The opening of a gallery of 600 m2 in Paris in 2011, in the historic Marais district, in a mansion that housed the Galerie de France, was a kind of homecoming.

The year 2015 marked a major turning point for the gallery with the opening of Carpenters Workshop | Roissy, an area of 8000 m2 unique in the world dedicated to research and artistic development, bringing together the elite of craftsmen, tribute to the heritage of French Decorative Arts.

Latest step in his remarkable development, Carpenters Workshop Gallery | New York, new international exhibition space, today confirms the leadership and the essential position of the gallery on the international field of art and design.

**OPENING HOURS**

Monday to Saturday 10am - 7pm



# SILENCIO

« LA BOÎTE À OUTILS  
DES COMMUNAUTÉS CRÉATIVES »



Silencio s'est progressivement fondu dans l'inconscient collectif parisien. Il coule dans les veines de la capitale. Son aura créative nourrit depuis près de cinq ans un fantasme d'exclusivité, une certaine idée de la liberté artistique et d'un engagement culturel toujours plus contemporain. Temple de nos envies nocturnes, le lieu est aussi un objet hybride de la culture parisienne... Scénographié par l'artiste polymorphe, David Lynch.

Descendant direct des salons des années 1920-30, Silencio se prête à l'échange et au partage. La programmation est éclectique, et liée à toutes les facettes de la culture contemporaine : design, mode, musique, architecture, art contemporain, spectacles vivants, numérique, gastronomie, littérature ou encore philosophie... La parole est naturellement décloisonnée, les genres se rencontrent et se côtoient. De cette interaction naît une nouvelle histoire écrite par les membres, les intervenants et les artistes eux-mêmes.

La particularité du Silencio réside dans une « *architecture de contenus et de formes* ». Un lieu unique à travers une salle de cinéma, une scène, deux bars. Un club atypique qui associe de manière surprenante l'image, le spectacle vivant ainsi qu'un savoir-faire incontournable en mixologie. L'enchantement du lieu répond parfaitement à l'étonnement que son contenu nocturne suscite. Les nuits du Silencio créent une perte de repère spatio-temporel, propice à la création artistique libérée.

Club culturel devenu une institution pour le monde de la création artistique, Silencio initie les rencontres et projets innovants : Agnès Varda et JR, Marianne Faithfull et Marie-Agnès Gillot. Christophe décida de faire sa tournée entièrement en acoustique après avoir initié cette idée lors d'une soirée au Silencio. De nombreux artistes de renom y donnèrent leur premier concert. La plasticité du lieu et la créativité qu'il génère a permis l'émergence d'une galerie photo de choix qui cultive « *les gens par accident après minuit* ».

Silencio et sa programmation incroyablement riche est un lieu de rassemblement, proposant des privées, des designers days, des soirées after-parties, des séances de cinéma, des vernissages, des rencontres de jeunes collectionneurs... La communauté des membres est très internationale. Elle grandit et évolue grâce au contenu de la programmation. Indoor, les semaines spéciales FIAC, Paris Photo, Fashion Week, permettent aux membres de se retrouver « *à la maison* » après des journées pleines de surprises. Cette année, Silencio fête ses 5 ans. Grâce à une renommée internationale très forte, et des actions outdoor très attendues (Cannes, Art Basel Miami...) ce nomade de la culture est devenu l'ambassadeur des communautés culturelles à travers du monde.

SILENCIO

DEVENIR MEMBRE  
[membership@silencio-club.com](mailto:membership@silencio-club.com)  
[www.silencio-club.com](http://www.silencio-club.com)

## “THE TOOLBOX OF CREATIVE COMMUNITIES”



Alexandre Guirkiner - Photography



Alexandre Guirkiner - Photography

142, rue Montmartre 75002 Paris  
+33 (0)1 40 13 12 33  
[www.silencio-club.com](http://www.silencio-club.com)

Silencio is part of the Parisian collective subconscious, it flows in the veins of the French capital city. The creative aura of the club has been nurturing a 5-year exclusivity fantasy and a strong commitment to the contemporary culture.

Temple of our night cravings, the club is also a hybrid object of the Parisian culture... designed by the multi-faceted artist David Lynch.

Direct descendant of the 1920s-30s' salons, Silencio is conducive to exchange and sharing. The early-evening programming is very eclectic and always related to design, fashion, architecture, contemporary art, performing arts, digital creation, gastronomy, literature or philosophy... Silencio creates a natural bridge between every cultural disciplines and an open gate to artistic freedom, creating a space where genres meet, cohabit and write together a new story.

The eclectic aspect of the club is reflected in a “*content and form architecture*”, organized between a movie theatre, a stage, a concert room and two bars. Silencio creates a fusion between visual creations, performing arts and a strong expertise in mixology. The enchanting aspect of club lies in the constantly surprising content of the evenings, taking place in an out-of-time/out-of-space club, creating a shelter for artistic creation.

Silencio has become an institution for the artistic world, initiating meetings and collaborative projects: Agnès Varda and JR, Marianne Faithfull and Marie Agnes Gillot.

The French singer, Christophe, decided to perform the rest of his tour only acoustic after making a concert at Silencio one evening. Silencio has also been the first stage upon which a lot of today's artists have performed.

Silencio's plasticity and the artistic freedom it allows led to the creation of a photo gallery giving the keys to an understanding of today's cultural issues «by accident after midnight».

Silencio and its wide range of events and get-togethers offers exclusive privatizations, designer days, after -parties, film projections, exhibitions, art previews, young collector gatherings... Members come from very different artistic backgrounds and are from all over the world. Membership has been evolving along side with the club programming.

Indoor, special FIAC weeks, or Paris fashion week make members feel “*at home*” after a few days full of surprises...

In 2016, Silencio celebrates its 5th anniversary. Thanks to a very strong international reputation and out-of-the-club activities (Cannes, Art Basel Miami...) this nomad reference of contemporary culture has become the “*Ambassador of artistic and creative communities around the world*”.



# SCULPTURE VIVANTE

ANTOINE VIDAL



Emmanuel Noyon - Photography



Emmanuel Noyon - Photography

## LA CONVICTION SCULPTÉE

Plus d'un serait angoissé de se confronter au « *geste définitif* », mais chez le sculpteur Antoine Vidal c'est tout le contraire. Le défi qui l'anime est teinté d'une énergie re-créatrice. C'est une deuxième vie, riche de toutes les précédentes, qui l'a conduit aujourd'hui à ce face-à-face entre lui et la matière et sans doute à un nouveau rapport à l'espace. D'une longue carrière de musicien, il aura trouvé les limites de l'abstraction. C'est un peu comme si la sculpture était cette idée que l'on n'ose pas s'avouer, qui se niche dans un coin de la tête et attend la maturité nécessaire pour se manifester. Soudain l'idée devient une évidence et le geste se fait précis, déterminé et sans concession. L'art de sculpter ploie humblement sous l'art de s'exprimer.

La sculpture d'Antoine Vidal est une recherche intellectuelle et un absolu charnel. On y parle du corps et plus particulièrement du corps à corps. On y parle d'esprit parce qu'il est le contraire de la raison. On y parle de femmes parce qu'elles sont son obsession. On y parle de fulgurance parce que la création échappe toujours à son créateur. On y parle d'équilibre parce qu'on passe sa vie à le chercher. On y parle d'harmonie pour échapper au vide.

Le « *geste définitif* », autre nom symbolique que l'on pourrait donner à chacune de ses œuvres sculptées serait l'épilogue brillant et réfléchi d'une intense conversation qu'il aurait eue

avec chaque bloc de matière. Peu importe les nuits et les jours, au gré des remises en question ; des prises de risque quand l'artiste tranche dans la matière comme on assène une idée; des mouvements de doute ou de foi. L'œuvre se révèle à l'artiste quand la discussion se termine, quand il n'y a plus rien à dire, quand le propos est là devant lui, comme un manifeste.

De la sculpture, restent les empreintes du cheminement de pensée qui a abouti jusqu'à elle : les lignes complexes; la forme sinieuse; la coupure dans le vide; l'harmonie; la sensualité de la séduction rhétorique... Et cette lumière qui offre ces faces multiples comme autant de propositions vivantes soumises au regard.

Ce langage est instinctif, il est celui d'une énergie vitale retrouvée, d'une construction mentale qui s'opère, d'une place enfin prise dans l'espace qui se joue. Les sculptures d'Antoine Vidal viennent de loin et semblent avoir toujours existé. Et lorsqu'il abandonne ses œuvres au génie artisanal de son fondeur Rosini, à qui il confie l'excellence du travail final, il découvre ce qu'il lui semble connaître depuis toujours. Quand toute la conviction mentale d'un artiste devient œuvre d'art.

CAROLINE GAUDRIAULT



## LIVING SCULPTURE

### CARVED CONVICTION

Many artists have tried and failed when confronted with the “*definitive movement*”, but for the sculptor Antoine Vidal, it’s different. What drives him is a sort of regenerating energy; a second life imbued with all that has come before, driving it into conflict with matter and creating a new relationship with the space around it. After a long career as a musician, he finally ran up against the limits of abstraction. Now it’s like sculpture was an idea that you can’t bring yourself to voice out loud, but which lodged in a corner of your mind, waiting until properly formed before it could emerge. All of a sudden, the idea is obvious and it is manifested in a few precise, determined and ruthless motions. Sculpture, it seems, bows humbly before the art of expression.

Antoine Vidal’s sculptures are an intellectual search for a physical absolute. When you talk about him, you talk about the body, and in particular two bodies colliding. You talk about the mind because it works at cross purposes to reason. You talk about women because they are his obsession. You talk about brilliance because the creation is always a step ahead of its creator. You talk about harmony to avoid emptiness.

The “*definitive movement*” could well be another name for each of his sculptures, the brilliant and insightful epilogue to the intense conversation he has with each block of matter. The days and nights, the constant doubts, the risks as the artist strikes the first blow to his idea, the shifting notions of doubt and faith all count for little. The work only reveals itself to the artist when the discussion is over, when there is nothing left to say, when his words lie before him, a distillation of the finished dialogue.

All that remain in the sculpture are the traces of the thought process that led up to it: the complex lines, the lithe forms, a break in the emptiness, the harmony, the sensuality of rhetorical seduction... and a light that shines on every side, like so many living propositions on permanent display.

This is an instinctive language of recovered vital energy. It is a mental construction that has been growing before finally being given space to play in. And when he passes his work to the skilled hands of his caster Rosini, who takes in the excellence of his final sculpture and transforms it into hard reality, it seems like he’s known it his entire life. This is what happens when the full mental conviction of an artist becomes a work of art in its own right.

CAROLINE GAUDRIAULT

[www.vidal.virb.com](http://www.vidal.virb.com)

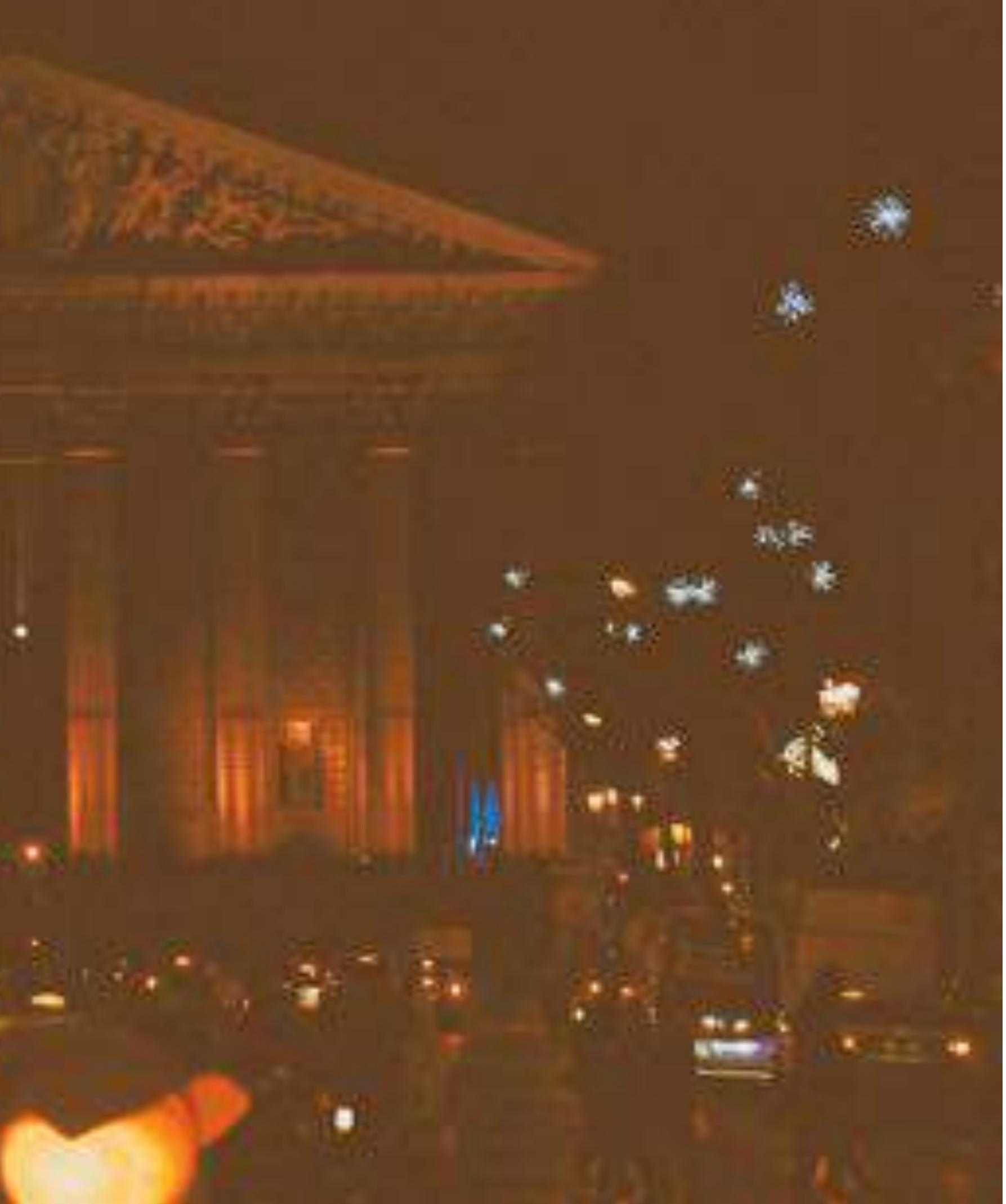




**PATRIMOINE**  
Heritage

«Les hommes font leur histoire, même s'ils ne savent pas l'histoire qu'ils font.»

Raymond Aron



“Humans make history,  
but they do not know what kind of history they are making.”





# LE PALAIS GALLIERA

## LE PALAIS GALLIERA, UN ÉCRIN ARCHITECTURAL

À deux pas des plus prestigieuses vitrines de la couture, le musée Galliera est installé dans un palais d'inspiration Renaissance, agrémenté d'un jardin. Construit à la fin du XIXe siècle, ce beau monument en pierre cache une structure métallique conçue par l'agence de Gustave Eiffel. Si sa vocation première était d'abriter la collection privée de Marie Brignole-Sale, duchesse de Galliera, l'histoire en décida autrement. Achievé en 1894, après la disparition de la duchesse dont les sculptures, peintures et objets précieux partent pour Gênes, sa ville natale, le bâtiment est légué à la Ville de Paris. Ce n'est que bien plus tard, après maintes péripéties, qu'il deviendra un musée consacré à la mode.

## LA NAISSANCE DU MUSÉE

En 1907, Maurice Leloir, historien et collectionneur, fonde la Société de l'Histoire du Costume. Lorsqu'en 1920, il fait don de sa collection - 2000 costumes et accessoires - à la Ville de Paris, il l'assortit d'une condition : créer un musée du Costume. Dans un premier temps, Carnavalet accueille la collection et, le 23 novembre 1956, c'est rue de Sévigné que se tient l'inauguration du musée du Costume de la Ville de Paris. Faute d'un espace suffisant, ses expositions sont présentées au musée d'Art moderne. En 1977 enfin, le musée s'installe dans ses murs, au palais Galliera.

## LE PALAIS GALLIERA EST LE MUSÉE DE LA MODE DE LA VILLE DE PARIS

Les collections du musée, avec plus de 100 000 vêtements et accessoires, sont parmi les plus riches au monde. Ces pièces sont le reflet des codes de l'habillement et des habitudes vestimentaires, en France, du XVIIIe siècle à nos jours. Extravagantes ou précieuses, simples ou quotidiennes, elles témoignent du génie créatif de la mode - jusque dans ses expressions les plus contemporaines. Conservé dans les réserves, ce fonds, enrichi au fil des années grâce aux acquisitions de la Ville de Paris et à la générosité de donateurs - particuliers, maisons de couture, stylistes -, est l'objet de toutes les attentions.

## LES GRANDS RENDEZ-VOUS

Le musée, au fil d'expositions exclusivement temporaires, présente et met en scène une partie de ses inestimables et fragiles collections. Ces expositions sont monographiques : grands noms de la couture, figures de la mode... ou thématiques : décennies, types de vêtement, modes de diffusion, jeux d'influences...

## THE PALAIS GALLIERA, AN ARCHITECTURAL SETTING

A short walk from the most prestigious fashion houses, the Galliera museum occupies a Renaissance-style palace with a garden. Built in the late 19th Century, this beautiful stone monument conceals a metal structure designed by Gustave Eiffel's firm. While it was initially intended to house the private collection of Marie Brignole-Sale, duchess of Galliera, history decided otherwise. Completed in 1894 after the death of the duchess, whose sculptures, paintings and precious objects were moved to her home town of Genoa, the building was bequeathed to the Paris City Council. It was not until much later, after many ups and downs, that it became a fashion museum.

## THE BIRTH OF THE MUSEUM

In 1907, Maurice Leloir, a historian and collector, founded the History of Costume Society. When, in 1920, he donated his collection - 2000 costumes and accessories - to the Paris City Council, he made one provision: set up a Costume Museum. Initially, Carnavalet housed the collection and, on 23 November 1956, the Paris Costume Museum was inaugurated in Rue de Sévigné. Due to a lack of space, its exhibitions were held in the museum of modern art. Finally, in 1977, the museum was moved to its own premises in the Palais Galliera.

### PALAIS GALLIERA, MUSÉE DE LA MODE DE LA VILLE DE PARIS

10, avenue Pierre 1er de Serbie  
75116 Paris  
Métro / Iéna, Alma-Marceau  
Bus / 82, 63, 92  
Tél. : 01 56 52 86 00  
Fax : 01 47 23 38 37  
[www.galliera.paris.fr](http://www.galliera.paris.fr)

### ATTENTION ! LE MUSÉE GALLIERA NE PRÉSENTE PAS DE COLLECTIONS PERMANENTES

Il est fermé hors expositions temporaires. Horaires d'ouverture en période d'exposition de 10H à 18H, tous les jours, sauf le lundi et les jours fériés  
Nocturne le jeudi jusqu'à 21h

### ACTIVITÉS EN PÉRIODE D'EXPOSITION

Visites-conférences pour les individuels (sans réservation)  
Sur réservation pour les groupes scolaires, étudiants ou associatifs.

Renseignements et inscriptions au  
01 56 52 86 20

Ateliers créatifs / Visites animation / Visites contées pour les enfants.

Renseignements et inscriptions au  
01 56 52 86 21

### BIBLIOTHÈQUE/ CENTRE DE DOCUMENTATION

Accessible aux chercheurs, enseignants, étudiants des écoles de mode sur rendez-vous au  
01 56 52 86 48



## THE PALAIS GALLIERA IS PARIS' FASHION MUSEUM

With over 100,000 items of clothing and accessories, the museum's collections are among the finest in the world. These pieces reflect the dress codes and clothing habits in France from the 18th Century to the modern day. Extravagant or precious, simple or day-to-day, they are reminders of the creative genius of fashion – right down to its most contemporary expression. Stored in the reserves, the collection has been added to over the years with acquisitions by the Paris City Council and generous donations from private individuals, fashion houses and designers and is the focus of great attention.

## MAJOR EVENTS

The museum uses exclusively temporary exhibitions to present and highlight part of its invaluable and fragile collections. These exhibitions are monographic – great names from the world of couture, fashion icons, etc. – or theme-based: decades, types of clothing, distribution methods, influences, etc.





# PATRIMOINE DE FRANCE

  
MELLERIO *dits* MELLER  
*Joailliers depuis 1613*

« *Le Roi permet aux suppliants de porter du cristal taillé, quincaillerie et autre menue marchandise meslée entre la dite ville de Paris et ailleurs partout le royaume avec deffiance à toute personne de les y troubler* ».

C'est par ces mots que le 10 octobre 1613, la reine Marie de Médicis accorde des privilèges exceptionnels aux Mellerio. Grâce à ce décret, ces colporteurs de petits objets deviendront très vite les joailleries d'une clientèle illustre. 400 ans plus tard, les joailliers MELLERIO existent toujours, et sont les derniers français à demeurer indépendants.

Au cours de ces quatre siècles, le destin de la France interfère en permanence avec celui des Mellerio, dont la « *petite* » histoire croise souvent la « *grande* ». Ils seront en effet les joailliers des Reines de chaque pays d'Europe depuis Marie de Médicis.

Mais cette densité historique, si elle est inédite, n'est pas l'essentiel : ce que révèle le fond d'archives unique au monde conservé par la famille depuis les origines, c'est l'intimité des relations tissées entre Mellerio et ses clientes. Toutes ces femmes, icônes de la mode et de leur société commanderont des pièces dont l'élégance et le souffle créatif seront salués par tous.

C'est dans ces valeurs et ce patrimoine vivant qu'aujourd'hui MELLERIO puise son inspiration et forge son identité. Partenaire de tous les grands moments de la vie, Mellerio a toujours créé des collections joaillières et horlogères, ainsi que des pièces et des objets uniques et intemporels pour une clientèle qui souhaite affirmer sa différence en refusant les dictats de l'air du temps.

Pour célébrer ses 30 ans à l'automne 2016, le Musée d'Orsay inaugure une exposition dédiée aux arts décoratifs de la période qui a vu naître les industries du luxe: le Second Empire. Elle mêlera peintures, sculptures, photographies, dessins d'architecture, objets d'art, mobilier, costumes et bijoux. Pour ces derniers, c'est la Maison Mellerio que le musée a choisi pour représenter les savoir-faire et les styles si particuliers de cette période. La clientèle de cette époque est exceptionnelle : l'empereur Napoléon III et l'impératrice Eugénie, la princesse Mathilde, mais aussi des écrivains, compositeurs, actrices et demi-mondaines... C'est l'esprit créatif et fastueux de cette époque que l'exposition va restituer, notamment grâce à la vitrine entièrement dédiée aux trente-cinq bijoux Mellerio, dont la majeure partie vient de la collection privée de la Maison.

EXPOSITION

« *Spectaculaire Second Empire, 1852-1870* »

27 Septembre 2016 - 16 Janvier 2017

## FRENCH HERITAGE

«The King allows petitioners to wear cut glass, hardware and other tiny merchandise between the said town of Paris and elsewhere throughout the kingdom with defiance anyone to disturb them there.»

It is with these words that October 10, 1613, Queen Marie de Medicis grants exceptional privileges to Mellerio. With this decree, these peddlers of small objects will quickly become the jewelry of an illustrious clientele. 400 years later, the jewelers MELLERIO still exist, and are the last french ones to remain independent. During these four centuries, the fate of France constantly interferes with Mellerio's, the "little" history often crosses the "big". They will indeed be the jewelers of each European country Queens since Marie de Medicis.

But this historic density, if unusual, is not the essential: the background reveals single archive in the world, preserved by the family from the beginning, telling the intimacy of the relationships built between MELLERIO and its clients. All these women, fashion and society icons will order parts whose elegance and creative spirit will be welcomed by all.

It is in these values and alive heritage that MELLERIO today draws inspiration and forge its identity. Partner of all the great moments of life, Mellerio has always created jewelry and watch collections, as well as pieces and unique, timeless objects for customers wishing to assert their difference by refusing the dictates of the times.

To celebrate its 30th anniversary in autumn 2016, the Orsay Museum opens an exhibition dedicated to the decorative arts of the period that saw the birth of the luxury industry: the Second Empire. It combines paintings, sculptures, photographs, architectural drawings, artwork, furniture, costumes and jewelry. For the latter, it is the Mellerio House that the museum has chosen to represent the skills and styles so special this time. The clientele was exceptional: the Emperor Napoleon III and Empress Eugenie, Princess Mathilde, as well as writers, composers, actresses and "demies-mondaines"... It is the creative and sumptuous spirit of the times that the exhibition will return, thanks to the showcase dedicated to thirty-five Mellerio jewels, most of which come from the private collection of the Maison.

S. M. & Co. Empereur			
1802	10	Les bijoux en or et en platine	10000
1803	1	Les bijoux en or et en platine	10000
1804	1	Les bijoux en or et en platine	10000
S. M. & Co. Roi de Prusse			
1805	1	Les bijoux en or et en platine	10000
1806	1	Les bijoux en or et en platine	10000
S. M. & Co. Empereur de Russie			
1807	1	Les bijoux en or et en platine	10000
1808	1	Les bijoux en or et en platine	10000



9 Rue de la Paix 75002 Paris  
 +33 (0)1 42 61 57 53  
 www.mellerio.fr





# LA M.E.P

MAISON EUROPÉENNE DE LA PHOTOGRAPHIE

## LA MAISON DE TOUS

Henry Chapier n'aime pas qu'on l'appelle monsieur, Henry suffira. Pourtant, ce Monsieur avec un grand M, rédacteur en chef culture ultra médaillé et ultra engagé, a fréquenté les plus grands artistes, écrit une œuvre, fait l'acteur, le présentateur... et inventé avec son acolyte Jean-Luc Monterosso la Maison Européenne de la Photographie.

La M.E.P. ouvre en 1996 mais le rêve commence plus tôt, en 1978. Au départ, cette petite association à but non lucratif ne compte que 3 personnes avec de très beaux projets. Installée chez un producteur de cinéma très connu de l'époque, sur les Champs Elysées, l'équipe bout de désir créatif et fait germer l'idée du Mois de la Photo à Paris. Jacques Chirac, alors Maire de la ville, approuve le concept et lance un concours à travers les 20 arrondissements. Un océan d'images déferle, la sélection est faite, les gagnants reçoivent une bourse.

Peu à peu, Henry et Jean-Luc cherchent à transformer l'essai en biennale internationale, mais il faut un lieu. Le coup de cœur va à la rue de Fourcy, au sein du 4ème arrondissement, qu'ils réussissent à investir. Sept années de travaux seront nécessaires afin de réhabiliter l'immeuble, et c'est l'architecte Yves Lion qui remporte l'appel d'offre. Il creuse, construit un bâtiment jumeau et garde la façade intacte.

La M.E.P. ouvre avec succès en 1996. Parmi les premières

expositions dont Henry se souvient, il cite I.N.R.I de Bettina Rheims : « *Ce fut toute une histoire, elle avait sorti un livre en même temps avec le triptyque du Christ en femme crucifiée* ». L'évêché s'indigne, sans interdire, et demande de prévenir les visiteurs de la scène « *choquante* ». C'est le triomphe immédiat. La M.E.P. fait exploser les carcans et marque les esprits.

Depuis la création de l'association, c'est Jean-Luc Monterosso, le Directeur, qui détermine la programmation artistique. La volonté d'Henry Chapier et Jean-Luc Monterosso est simple, « *au bon endroit la culture peut sauver les choses* ». Être contre la censure et l'ordre moral est une nature, que l'on peut retrouver au fil des merveilleuses expositions que nous offrent leurs valeurs. Du très jeune artiste au très confirmé, il s'agit de donner sa place à une forme de contre-culture à la fois engagée et institutionnalisée. Soutenue par la Ville de Paris, la Maison de tous se veut la mémoire vive de la photographie internationale, à travers une bibliothèque unique en Europe contenant 30 000 livres de photo contemporaine, et une collection de tirages de plus de 21 000 œuvres.

À découvrir impérativement.

Images : Expositions Luciano Castelli (2014) et Vik Muniz (2016)

Jean Merhi - Photography





## A HOUSE FOR ALL

Henry Chapier does not like to be called Mr Chapier. Henry will do fine, thanks. But do not be fooled by his modesty. Henry Chapier, an award-winning editor and political activist, has rubbed shoulders with some of the greatest artists on earth, written a masterpiece, been an actor and a photographer... and, alongside his acolyte Jean Luc Monterosso, he founded the Maison Européenne de la Photographie.

The MEP photography centre was inaugurated in 1996, but the dream started much earlier, in 1978. At the beginning, this little non-profit organisation comprised nothing more than 3 people and a few bright ideas. Set up in the home of a film producer on the Champs Elysées, the team burned with creative desire and nurtured the idea of hosting a month-long photography festival in Paris. Jacques Chirac, then Mayor, approved the concept and launched a competition across all 20 arrondissements. A tidal wave of images flooded in, the selection was made and the winners each received a grant.

Little by little, Henry and Jean-Luc sought to transform this experiment into an international biennial – but they needed a location. They visited several buildings in the Marais, tried out the Cinémathèque... but what they really needed was a space in the cultural and historical heart of the city. They soon fell in love with a building on the Rue de Fourcy in the 4th arrondissement, and thanks to the support of Mr Chirac, they

were able to move in and begin the seven years of restoration work required to fulfil their dream. The architect and engineer Yves Lion won the contract to rebuild the site, and worked to gut the building, rebuild it and keep the façade intact.

The MEP opened in 1996 with an exhibition by Bettina Rheims: *“There was an uproar; at the same time as the exhibition, she’d brought out a book with a triptych of Christ as a woman on the cross”*. The Church was furious but did not ban the work, just requiring a notice warning visitors of the *“shocking”* scene. It was a hit. The MEP had broken all the rules and made a huge impact.

The centre’s artistic decisions have always been made by committee. *“It’s not a dictatorship”*. What drives Henry Chapier and Jean-Luc Monterosso is simple: the idea that, *“in the right place, culture can do tremendous good”*. Standing up to censure and the existing moral order is in their nature and shines through in the wonderful exhibitions they stage for the public. From the youngest artist to the grizzled veteran, they provide a counter-cultural platform which is both politically active and institutional. This is a house for all, keeping a living memory of photography from around the world which resides in the only library of its kind on earth, featuring 24,000 books on photography and a collection of more than 22,000 works.

If you haven’t already been, this is a place you need to see.



5/7 Rue de Fourcy 75004 Paris  
 + 33 (0)1 44 78 75 00  
 www.mep-fr.org



# MUSÉE DES ARTS ET MÉTIERS

Lieu unique, tant par ses collections que les bâtiments qui les abritent depuis plus de deux siècles, le Musée des arts et métiers n'a cessé d'inspirer les ingénieurs, industriels, artistes ou écrivains; chacun y puisant la matière scientifique ou poétique à de nouvelles créations.

En 1794, l'abbé Grégoire fonde le Conservatoire national des arts et métiers qu'il installe dans les murs de l'ancien prieuré Saint-Martin-des-Champs. Son église, fondée au XI<sup>e</sup> siècle à l'emplacement d'une basilique funéraire mérovingienne, est un exemple remarquable de l'architecture médiévale. Le chœur daté du XII<sup>e</sup> siècle avec son double déambulatoire flanqué de sept chapelles, est peut-être le premier édifice parisien où apparaît l'ogive. Depuis 1800, l'église de Saint-Martin-des-Champs s'est transformée en un sanctuaire laïque dédié au progrès et aux techniques.

Le Conservatoire est, à l'origine, une institution destinée à sensibiliser les artisans, les ouvriers et les curieux de toute nature à l'objet technique, à partir de démonstrations de machines. Il accueille, à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, un ensemble de machines, instruments, outils, dessins et livres, conçu comme un moyen de perfectionner l'industrie nationale. En 1802, ce dépôt des inventions « *neuves et utiles* » devient un musée.



Le Musée des arts et métiers rassemble la plus ancienne collection industrielle et technologique au monde. À travers sept grandes collections, Instruments scientifiques, Matériaux, Construction, Communication, Mécanique, Énergie et Transports, le musée présente quelque 3 000 pièces reflétant les facettes les plus variées de l'histoire des savoirs scientifiques et des avancées techniques. Parmi ces objets, la caméra des Frères Lumière, le Blériot XI, avion à bord duquel Louis Blériot a effectué, en 1909, la première traversée de la Manche, la Joueur de Tympanon - exemple exceptionnel d'automate conjuguant mécanique de précision et divertissement - offerte en 1785 à Marie-Antoinette, la machine arithmétique de Pascal et le Pendule de Foucault.

#### HORAIRES D'OUVERTURE

Du mardi au dimanche de 10h à 18h.

Nocturne le jeudi jusqu'à 21h30



Unique place, as much as in its collections then the buildings that housed them for more than two centuries, the “*Musée des Arts et Métiers*” has continued to inspire engineers, industrialists, artists or writers; each drawing information from the scientific and poetic material for new creations.

In 1794, Father Gregory founded the “*Conservatoire National des arts et métiers*” that he installs in the walls of the ancient Saint-Martin-des-Champs priory. The church, founded in the eleventh century on the site of a Merovingian funeral basilica, is a remarkable example of medieval architecture. The choir dated twelfth century with its double ambulatory flanked by seven chapels, is perhaps the first Parisian building that appears warhead. Since 1800, the church of Saint-Martin-des-Champs was transformed into a secular shrine dedicated to progress and technology.

The Conservatory is, originally, an institution designed to educate artisans, workers and curious of any kind to the technical object, from machine demonstrations. It hosts, in the late eighteenth century, a set of machines, equipment, tools, drawings and books, designed as a way to improve the domestic industry. In 1802, this deposit inventions “*new and useful*” becomes a museum.

The Museum of Arts and Crafts brings together the oldest industrial and technological collection in the world. Through seven major collections, Scientific Instruments, Materials, Construction, Communication, Mechanical, Energy and Transport, the museum displays more than 3000 pieces reflecting the most varied facets of the history of scientific knowledge and technical advances. Among these objects, the camera of the Lumière brothers, the Bleriot XI plane in which Louis Blériot carried out in 1909, the first crossing of the Channel Player of Dulcimer - outstanding example of combining mechanical precision PLC and entertainment - offered in 1785 to Marie Antoinette, the arithmetical machine of Pascal and the Pendulum of Foucault.

#### OPENING HOURS

Tuesday to sunday 10am - 6pm  
Thursday until 9.30 pm

60 rue Réaumur 75003 Paris  
+33 (0)1 53 01 82 00  
[www.arts-et-metiers.net](http://www.arts-et-metiers.net)





U  
N  
I  
V  
E  
R  
S  
I  
T  
E  
D  
E  
B  
R  
A  
G  
E

« NARCISSE »  
*Narcissus*



BEAUTÉ  
Beauty

«La beauté de l'âme se répand comme une lumière mystérieuse  
sur la beauté du corps.»

Victor Hugo



Ken Club Paris

“The beauty of the soul spreads as a mysterious light  
on the beauty of the body.”



# SPORT CHIC

Premier club de sport parisien au parcours guidé de lumière naturelle, le Ken Club est un havre de paix sur les bords de Seine entre le Trocadéro et la Maison de la Radio.

Club haut de gamme de 1 700 m<sup>2</sup> destiné à une clientèle limitée à 1000 membres, l'atmosphère de plénitude du lieu permet de couper court à l'agitation urbaine extérieure. Piscine, salle de sport, lounge, spa, restaurant et solarium au mur végétal offrent un espace feutré où faire du sport devient chic et surtout très agréable.

## HORAIRES

Les lundi et mercredi 7h00 - 22h30

Les mardi et jeudi 7h00 - 00h00

Le vendredi 7h00 - 22h00

Les samedi et dimanche 8h30 - 20h30

The top sports club in Paris with a fitness centre steeped in natural light, the Ken Club is a haven of tranquillity on the banks of the Seine, located between Trocadéro and the Maison de la Radio.

This is a high-end sports club, covering 1,700m<sup>2</sup> and catering to a restricted membership of only one thousand. This beautifully calm and fully equipped space is the perfect way to escape the anxiety and stress of modern life. The pool, gym, lounge, spa, restaurant and plant-filled solarium provide a warm, inviting space where sport and fitness become both chic and extremely enjoyable.

## OPENING HOURS

Monday and wednesday 7am - 10:30pm

Tuesday and thursday 7am - midnight

Friday 7am - 10pm

Saturday and Sunday 8:30am - 8:30pm

kenclub



100 avenue du Président Kennedy 75016 Paris  
+33 (0)1 46 47 41 41  
[www.kenclub.com](http://www.kenclub.com)

# NOBLE SPORT

Club de sport unique et parisien, Le Klay redonne au sport ses lettres de noblesse.

Au sein d'un immeuble du XIX<sup>ème</sup> siècle d'inspiration Eiffel, ce lieu d'exception de 2000m<sup>2</sup> en plein cœur du quartier Montorgueil offre à ses membres le service d'un hôtel haut de gamme : lobby, accueil personnalisé, bar lounge, spa, hammam, cabines de massages, business center, piscine, restaurant...

Une expérience sensorielle au nom inspiré par un des plus grands boxeurs de tous les temps..

## HORAIRES

Du lundi au vendredi 7h - 23h30

Les samedi et dimanche 8h - 20h

A unique and truly Parisian sports club, the Klay seeks to restore the glory of sporting prowess.

Located inside a 19<sup>th</sup> century, Eiffel-inspired building, this exceptional 2000m<sup>2</sup> facility sits in the heart of the Montorgueil neighbourhood and offers its members a full five star service: lobby, personalised welcome, lounge bar, spa, Hammam, massage booths, business centre, pool, restaurant.

Enjoy a sensory experience in a club inspired by one of the greatest boxers of all time.

## OPENING HOURS

Monday to friday 7am - 11:30pm

Saturday and sunday 8am - 8pm



4 bis rue Saint Sauveur 75002 PARIS  
+ 33 (0)1 40 26 00 00  
[www.klay.fr](http://www.klay.fr)





# POUR UN HOMME DE CARON

*«Rebondir sur l'avenir  
sans rien perdre d'hier»*

ROMAIN ALÈS

La maison Caron est LE parfumeur par excellence, le parfumeur « à la française ». Cette maison d'exception a vu passer le siècle dernier et nombre des différentes générations d'aficionados des senteurs. C'est une part entière et établie de notre patrimoine vivant.

Son fondateur, Ernest Daltroff, ouvre la première boutique en 1904 rue de la Paix.

Le premier jus est inventé, pour sa muse et compagne, Félicie Wanpouille, qui aime la vanille. Ensemble, ils créeront des parfums iconiques dont le premier en 1911, « *Narcisse Noir* », compagnon idéal de la haute société, puis en 1934 le célèbre « *Pour un Homme* » non moins apprécié de ces messieurs de l'intellegencia au départ, puis du monde entier ensuite.

En 1998, la maison Caron est reprise, ou doit-on dire sauvée des eaux, par Patrick Alès, du groupe Alès. Il choisit comme parfumeur exclusif Richard Fraysse, fier descendant d'une grande lignée de nez, dont il est la troisième génération. Le monde composé d'odeurs qui nous entoure ne connaît aucun secret pour cet expert dont les créations s'inspirent de la vie de tous les jours. La simplicité de ses jus en fait la valeur... car c'est compliqué de faire simple. Il est aujourd'hui accompagné de son fils, William Fraysse, à l'origine de la nouvelle fragrance de Pour un Homme Sport.

Et puisqu'une histoire familiale se décline sans limites, Romain Alès reprend la direction du groupe de son père. Il devient détenteur des rênes du joyau des parfumeurs en 2007. Son authenticité et son respect de la tradition en font naturellement un président liant avec plaisir hier, et aujourd'hui. Avec lui, la maison ouvre de nouvelles boutiques aux charmes discrets, et se développe dans le respect de ses valeurs.

Premier parfum au monde pour les hommes, « *Pour un Homme* » en 2016, c'est exactement la même formulation qu'à l'époque. Elle contient une concentration exceptionnelle de vanille et de lavande, mère d'un jus intemporel, maniant deux notes contradictoires pour les assembler avec succès. De la présence forte de la lavande, dont les effluves font penser à l'été de la Provence, à la douce rondeur de la vanille, qui marque le soleil sur la peau, le parfum ose en subtilité... Il accompagne ainsi divers moments de la journée, de l'excitation fraîche du matin, à la volupté de la soirée.

Le flacon, à l'inspiration art déco épurée et solide, reste inchangé. Le parfum s'inscrit fièrement dans une tradition non poussiéreuse, transmise de génération en génération. Serge Gainsbourg le porte et crée un hymne à sa gloire, en 1972. Nombreux seront les hommes célèbres à l'arborer, jusqu'à Sébastien Chabal, en 2011...



*“Move towards the future  
without losing anything  
of the past”*

ROMAIN ALÈS

#### FOR A CARON MAN

Maison Caron is THE perfumer par excellence, the “French-style” perfumer. This outstanding House saw the last century come and go, along with many different generations of fragrance-lovers. It forms a part of our living heritage.

Its founder, Ernest Daltroff, opened the first shop in 1904, in Rue de la Paix.

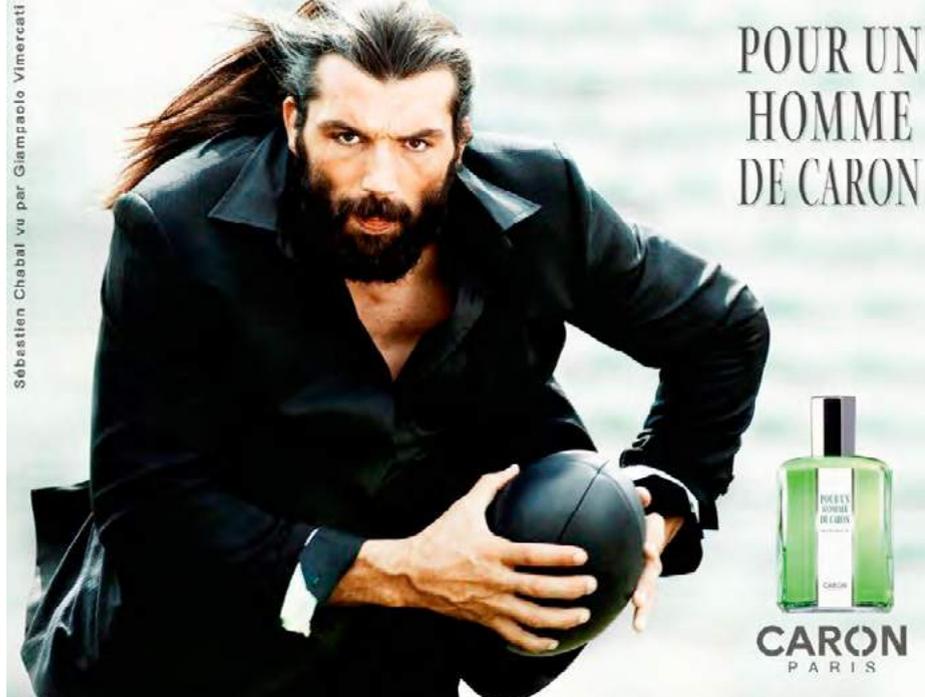
The first fragrance was invented for his muse and companion, Félicie Wanpouille, who liked vanilla. Together, they created powerful concept fragrances, the first of which was “Narcisse Noir” in 1911, the ideal companion for high society, then the famous “Pour un Homme” in 1934, no less popular with male members of the intelligentsia initially and the whole world later on.

In 1998, Maison Caron was taken over, or should we say saved, by Patrick Alès, of the Alès Group. As his exclusive perfumer he chose Richard Fraysse, the proud descendant of a great line of noses of which he is the third generation. The world of odours that surrounds us has no secrets for this expert, whose creations are inspired by everyday life. The value of his fragrances lies in their simplicity... because it’s complicated to make things simple. He is now accompanied by his son, William Fraysse, who created the new fragrance “Pour un Homme Sport”.

And as family stories have no limits, Romain Alès has taken over the management of the group from his father. He took over the reins of this perfumery jewel in 2007. His authenticity and respect for tradition made him the natural choice for chairman, a man who loves to combine past with present. Under his leadership, the House is opening new, discreetly seductive shops and developing in accordance with its values.

The world’s first fragrance for men, «Pour un Homme», has exactly the same formulation in 2016 as when it was created. It contains an exceptional concentration of vanilla and lavender, the mother of a timeless fragrance, taking two contradictory notes and blending them successfully. From the strong presence of lavender, whose scent is evocative of summer in Provence, to the sweet fullness of vanilla, which is like sunshine on the skin, the fragrance is subtly daring... It may be used at various times of the day, from the fresh excitement of the morning to the more exquisite pleasures of the evening. The solid, clean-lined Art Deco bottle has remained unchanged.

The fragrance is proudly in keeping with a tradition that is far from old-fashioned and has been handed down from generation to generation. Serge Gainsbourg wore it and wrote a hymn in praise of it in 1972. Many famous men have worn it before and since, including Sébastien Chabal, in 2011...



#### SERGE GAINSBOURG ET JANE BIRKIN CHANTENT «POUR UN HOMME»

[...]  
Ce qui fait mon charme  
Et c’est là mon arme  
Secrète  
Pour un Homme de Caron  
C’est que pour un homme  
Il y a des façons  
Subtiles d’mettre une femme  
A la raison  
[...]



#### SERGE GAINSBOURG AND JANE BIRKIN SING “POUR UN HOMME”

[...]  
What makes my charm  
And it’s my secret weapon  
For a Caron Man  
Is that for a man  
There are subtle ways  
Of getting a woman to see reason  
[...]

PARFUMS CARON- Alès Groupe  
90 rue du Faubourg Saint-Honoré 75008 Paris  
+33 (0)1 42 68 25 72  
www.parfumscaron.com



# LA CLINIQUE DES CHAMPS- ÉLYSÉES



## LE PARI RÉUSSI DE **TRACY COHEN-SAYAG**



Au cœur du Triangle d'or, la Clinique des Champs-Élysées est le plus grand établissement esthétique d'Europe. Dans cet écrin chaleureux à quelques mètres de l'avenue la plus mythique au monde, une patientèle française et internationale bénéficie de soins et d'interventions auréolées de la « *French touch* », cette signature glamour, discrète, naturelle et raffinée si recherchée.

Voici cinq ans, Tracy Cohen-Sayag a remis la Clinique sur les bons rails. Cette brillante et séduisante business woman a réussi son pari de transformer une entreprise en déclin et d'en faire une clinique en plein essor. Diplômée de l'Université Paris Dauphine, spécialisée en « Finance d'entreprise », la jeune femme a fait ses armes au sein d'un fonds d'investissement avant de rejoindre la banque Rothschild & Compagnie puis de devenir en 2011 la directrice-Générale de la Clinique des Champs-Élysées.

Dès son arrivée à la Clinique, ses efforts se sont concentrés sur une restructuration profonde des installations et de la gestion. Des mesures qui ont permis d'attirer immédiatement une élite de praticiens et de constituer une équipe de plus d'une centaine de chirurgiens et de médecins de renom.

1 Avenue Franklin Delano Roosevelt,  
75008 Paris  
+33 (0)1 53 77 25 88  
[www.crpce.com](http://www.crpce.com)

Dans le même temps la Clinique s'est offert un formidable lifting avec la rénovation et la modernisation des 2500 m<sup>2</sup> répartis sur cinq étages. Six départements - chirurgie esthétique, médecine esthétique, chirurgie capillaire, implantologie et esthétique dentaire, dermatologie, bien-être - se partagent des plateaux techniques sophistiqués, garants d'une sécurité absolue.

Avec 14 chambres d'hospitalisation luxueuses et une gamme de multiples prestations - massages, kinésithérapeute, coiffeur, manucure, confiseries -, le séjour d'une ou deux nuits devient une halte chaleureuse où l'on se remet en toute tranquillité d'une intervention. Mais Tracy Cohen - Sayag n'entend pas s'arrêter là. Elle s'ouvre sur les marchés du Moyen-Orient et de la Chine et elle peaufine la création d'un Collège de chirurgie, adossé à la Clinique et composé de chirurgiens plasticiens de renommée internationale. De beaux défis en perspective !



## TRACY COHEN-SAYAG'S SUCCESSFUL GAMBLE

Located at the heart of the Parisian "Golden Triangle", La Clinique des Champs-Élysées is the largest cosmetic and plastic surgery clinic in Europe. In this welcoming setting, only a few metres from the most legendary avenue in the world, both French and international patients benefit from the care and acclaimed interventions with the "French touch", this hallmark of glamour, understated, natural and refined, that is so sought after.

Tracy Cohen-Sayag put the clinic back on track five years ago. This brilliant and attractive business woman has won her wager by transforming a company which was in decline and turning it into a thriving clinic. This young woman, a graduate of the Université Paris Dauphine, specialising in «Corporate Finance», cut her teeth within an investment fund before joining the Rothschild & Co. bank and, in 2011, became the Executive Director of the Clinique des Champs-Élysées.

Since taking up her position at the Clinic, she has concentrated her efforts on a thorough restructuring of facilities and management.

These measures immediately attracted outstanding practitioners and have enabled the formation of a team of over 100 renowned physicians and surgeons.

At the same time the Clinic itself underwent a complete face-lift with the renovation and modernisation of the 2500 m<sup>2</sup> surface area, which is spread over five floors. Six departments - cosmetic surgery, aesthetic medicine, hair surgery, implantology and dental aesthetics, dermatology, wellness - share an array of sophisticated techniques, with absolute safety guaranteed.

With 14 luxurious hospital rooms and a range of services - massage, physiotherapist, hairdresser, manicure, confectionery - the one or two night stay becomes a warm stopover where the patient can recover in complete tranquillity from an operation. But Tracy Cohen-Sayag does not intend to stop there. She is opening on the markets of the Middle East and China and putting the finishing touches to establishing a College of Surgery, in tandem with the clinic and composed of internationally-renowned plastic surgeons.

Interesting challenges await!



# JARDIN SECRET



BERNARD FRIBOULET

Au cœur des jardins du Palais Royal, il existe une adresse de toute discrétion, portant le nom évocateur de « *Très Confidentiel* ». Un salon où parisiennes d'un jour et de toujours viennent confier leurs cheveux à Bernard Friboulet, spécialiste de la coupe. Au sein de ce lieu chic mais épuré, elles se déplacent pour son nom, sa personnalité, son énergie.

Cet ancien habitué des podiums et shootings mode a ouvert son salon il y a dix ans. Entouré de Sébastien, son coloriste et de Loïc, son assistant, Bernard Friboulet se consacre désormais exclusivement à ses clientes. Ces dernières sont très fidèles, à la fois parisiennes actives et cosmopolites : Amérique du Nord et du Sud, Europe, Asie... Femmes des quatre coins du monde qui viennent deux à trois fois par an pour une coupe ou une couleur. Bernard Friboulet suit aussi ses clientes à l'étranger, que ce soit pour des visites officielles, des événements internationaux, à l'image de Sophie Marceau qu'il accompagne régulièrement.

Les vitrines, cachées par des rideaux, sont faites pour préserver les clientes du regard de l'extérieur. Un moment intime qui se conjugue avec la sérénité du Palais Royal.

Bernard Friboulet aime sublimer les femmes. Par son art, il crée un style et une élégance, qui s'opèrent en toute simplicité. A travers les cheveux qu'il a entre les mains, il apprécie de découvrir le personnage qu'il magnifiera. Chaque structure est ainsi pensée pour que les coiffures vivent jusqu'à six mois sans être retouchées par un professionnel.

Mais son savoir-faire ne peut s'exercer qu'avec la confiance de l'autre. Il fait le pari de garder sa liberté de création tout en respectant les désirs de ses clientes. Celles-ci suivent même ses conseils de style.

Bernard Friboulet est donc un homme libre qui veut que les femmes osent. Cette invitation à la liberté retrouvée se reconnaît dans la simplicité d'entretien de ses coiffures, ôde à la vie et au mouvement.

## SECRET GARDEN

Nestled in the heart of the Palais Royal gardens is a discreet little place, evocatively named "Très Confidential". This is a salon where Parisiennes in the know come and entrust their hair to the expert hands of Bernard Friboulet, a styling specialist. Women come from across the city to this chic but sleekly minimalist salon for his name, his personality and his energy. This former catwalk and studio stylist opened his salon ten years ago. Supported by his colourist Sébastien and his assistant Loïc, Bernard Friboulet now dedicates himself exclusively to his clients. And what a list of clients he has: faithful women from Paris and abroad, as far as Europe, the Americas and Asia.

Women from around the world come two or three times a year to be styled or coloured by his hands. Bernard Friboulet also follows his clients abroad, for official visits and international events, accompanying stars like Sophie Marceau on a regular basis.



His windows are draped in curtains to hide his clients from prying eyes. He offers a moment of intimacy, in keeping with the serene backdrop of the Palais Royal.

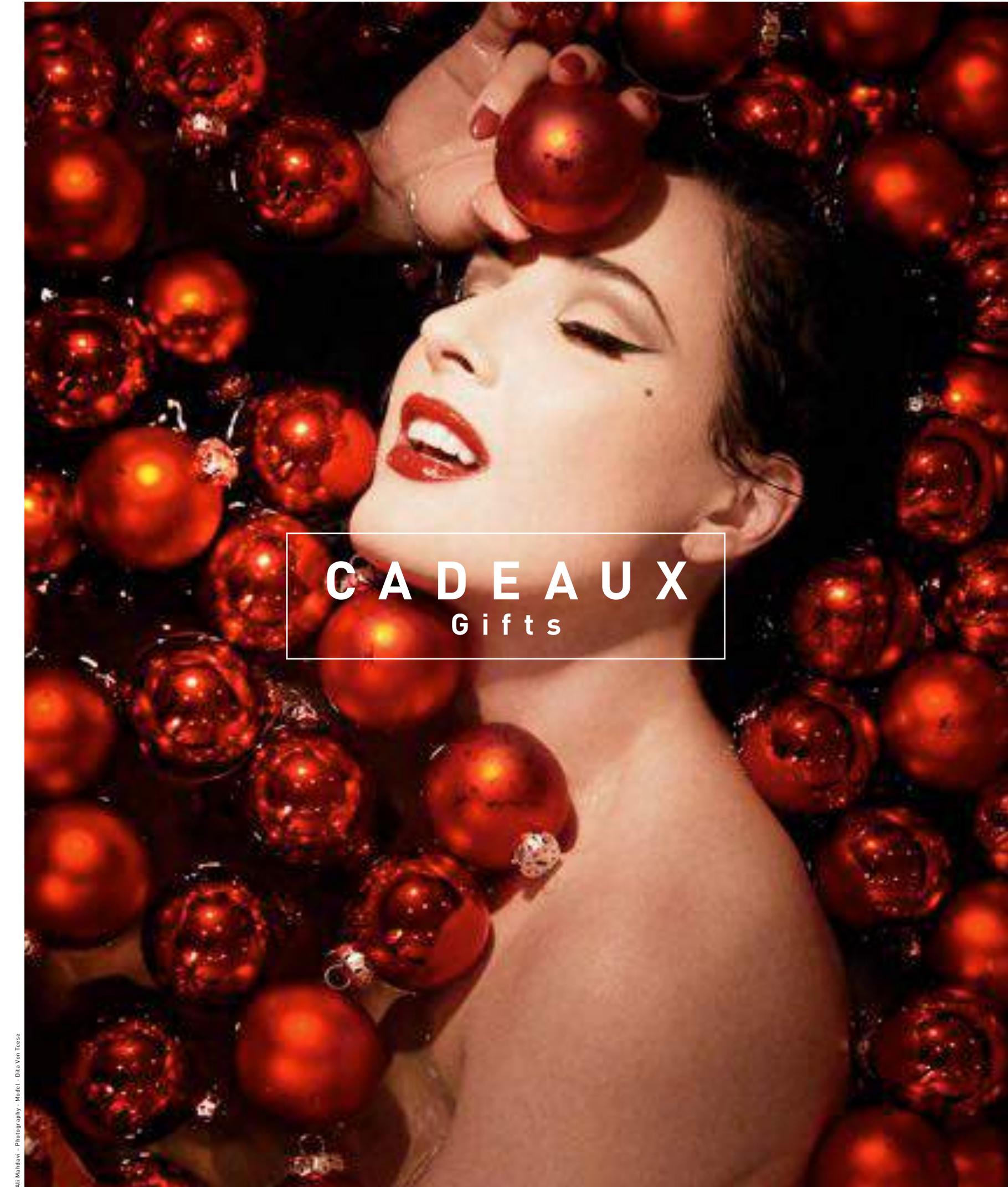
Bernard Friboulet loves to take women and make them glorious. Through his art, he creates an incredibly simple form of style and elegance. With the hair he holds in his hands, he works to uncover the woman's personality and bring it to centre stage. Every one of his styles is designed to last up to six months without needing to be touched up by a professional.

But he can only apply his skills when he has the total trust and confidence of the person in front of him. He treads a fine line, maintaining his own creative liberty while respecting his clients' wishes. And the trust runs both ways. His clients will even follow his style advice.

Bernard Friboulet is a free man who wants women to have the confidence to express themselves. He wants them to be free too, and this desire shows through in styles that are easy to care for. They are a tribute to a woman's life and freedom to move.

TRES CONFIDENTIEL  
44-45 Galerie Montpensier  
Jardins du Palais Royal 75001 Paris  
+33 (0)1 42 97 43 98

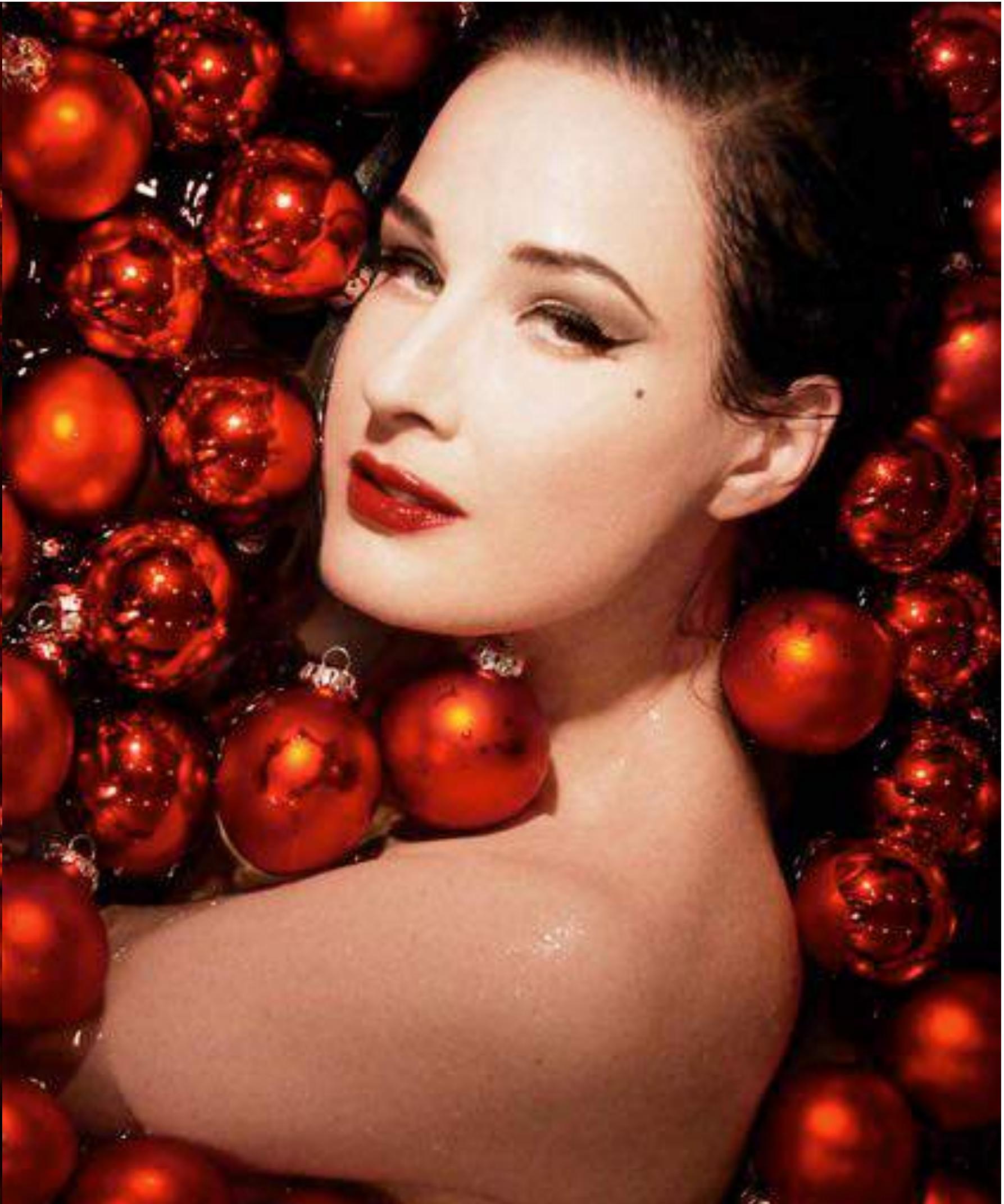


A close-up photograph of a woman's face, tilted upwards, surrounded by numerous shiny red Christmas ornaments. She is holding one ornament to her forehead. The scene is lit with warm, golden light, creating a festive and intimate atmosphere. The ornaments are densely packed, filling the background and foreground.

C A D E A U X  
G i f t s

«La tactique, c'est l'art de se faire demander comme une grâce  
ce que l'on brûle d'offrir.»

Daniel Darc



“The tactic is the art of being asked as a favor what we burn to offer.”



# PACÔMA PARIS



## FÉMINITÉ GRACIEUSE D'UNE MARQUE DE JOAILLERIE FRANÇAISE



Le Groupe Schmittgall est le fruit du rapprochement de deux entités françaises reconnues dans le secteur du Bijou et de la Joaillerie :

- la Maison Schmittgall, fondée en 1926 et aujourd'hui leader en France dans la joaillerie entièrement dédiée à la Perle de culture,
- la Maison Thien Po, spécialiste dans la joaillerie diamants et pierres de couleurs depuis 1959.

Le Groupe accroît son développement et son expertise à travers sa marque de Joaillerie « *Pacôma Paris* », dotée d'une forte identité et d'une histoire.

Pacôma Paris est une marque créée en 2006 dont l'ambassadrice est une danseuse à l'Opéra national de Paris. La danse incarne l'élan, la perfection du mouvement, la grâce aérienne, l'élégance de la gestuelle mais aussi une patience infinie. L'attention de la danseuse portée à chaque geste est comme les dizaines de milliers d'heures passées à attendre que la perle se construise, arrondisse et polisse doucement sa sphère.

La collection Pacôma Paris met à l'honneur la Perle, la mêlant aux diamants et aux pierres de couleurs. Les perles de culture sont les fidèles complices des femmes. Nuancées, mystérieuses, fidèles, espiègles, elles se glissent dans toutes les situations de la vie quotidienne avec aisance, avec brillance. Leur bel orient ne faiblit pas avec les années, il illumine le teint et exalte les personnalités. Parce qu'elles sont féminines, lumineuses, joyeuses, joueuses, les perles ont traversé toutes les modes, adulées comme un trésor par toutes les muses et les beautés de légende.

La collection Pacôma Paris regroupe 10 lignes dont les noms font écho à Paris et à l'univers de la danse (Coulisses d'Opéra, Jasmin à Paris, Beautés enlacées...).

L'année 2016 marque les 10 ans de Pacôma Paris. L'occasion pour la marque d'élargir l'axe de développement des nouveautés produits en exprimant l'expertise des deux Maisons (Schmittgall et Thien Po). La collection est enrichie de bijoux joailliers travaillés avec diamants et pierres de couleurs, complétant les bijoux perlés, véritable ADN de la marque. Une ligne de Bijoux Symboliques autour de Bagues de Fiançailles et alliance a été dévoilée cette année, ainsi qu'une ligne exclusive de bijoux de cheveux en argent et perles de culture, travaillée en collaboration avec Maison Guillemette spécialisée dans les bijoux de tête.

Retrouvez l'Histoire et la collection de Bijoux et Joaillerie sur [pacomaparis.com](http://pacomaparis.com)

## THE FEMININE GRACE OF FRENCH JEWELLERY

The Schmittgall Group was formed by the partnership of two renowned French jewellers:

- Maison Schmittgall, founded in 1926 and the leading exclusive French producer of cultured pearl jewellery,
- Maison Thien Po, specialists in diamond and coloured gem jewellery since 1959.

The Group has pushed their skills and expertise to the limit with "Pacôma Paris", a jewellery label with a powerful identity and history.

The "Pacôma Paris" label was created in 2006, unveiled by a dancer from the Opéra National de Paris. Dance embodies desire, the perfection of movement, weightless grace, elegance of motion and infinite patience. The attention that a dancer focuses on each motion reflects the tens of thousands of hours that a pearl takes to form, swell and develop its lustre.

The Pacôma Paris collection highlights the beauty of the pearl, setting it against a backdrop of diamonds and precious stones of all colours. Cultured pearls are a woman's best friend; nuanced, mysterious, faithful and mischievous, they effortlessly slide into any role you give them. Their lustre will not fade over the years, but continue to illuminate your natural skin tone and lift your personality. And because they are feminine, luminous, joyful and playful, pearls have never fallen out of style. They remain adored by museums and legendary beauties alike.

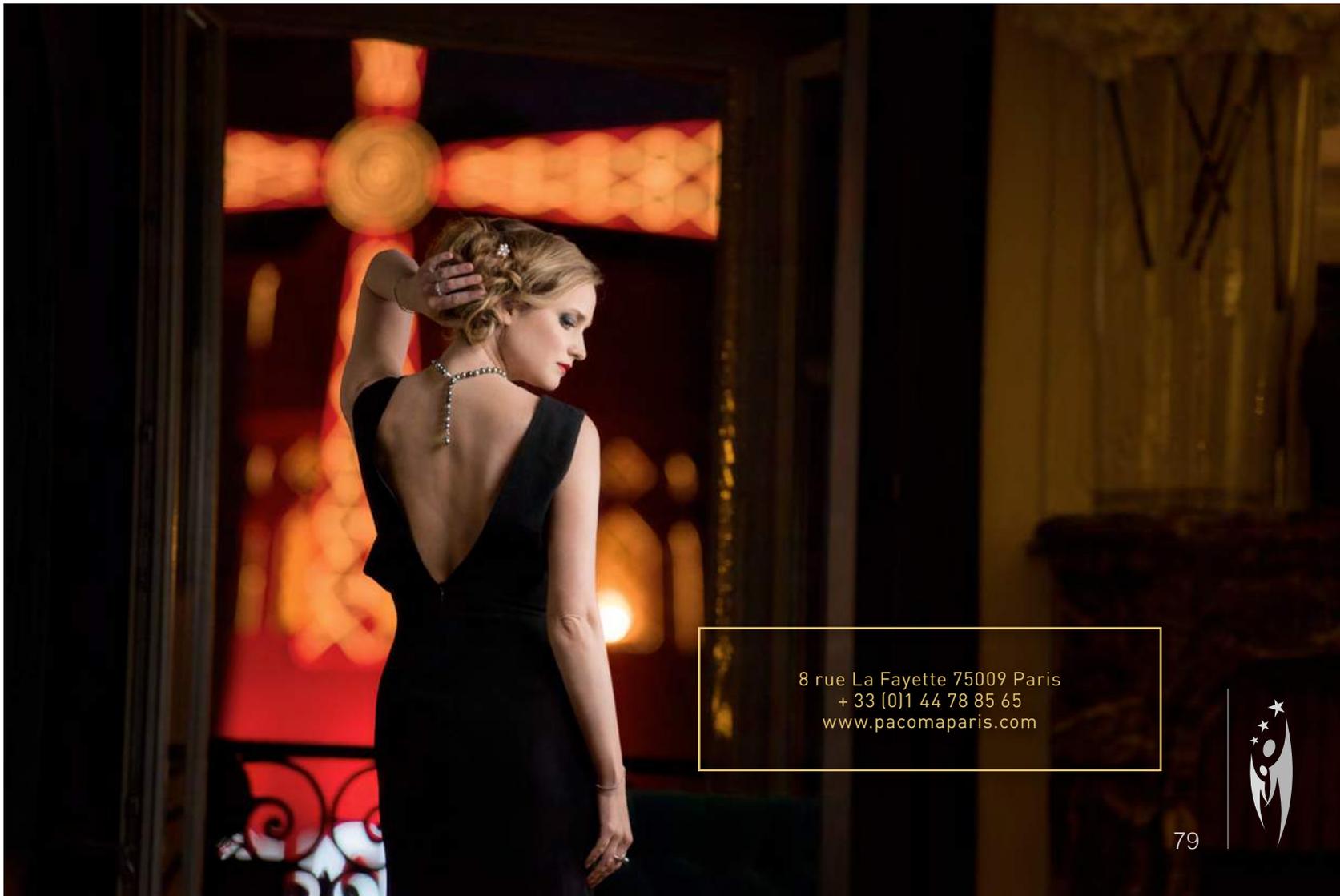
The Pacôma Paris collection brings together 10 lines, each drawing inspiration from Paris and the world of dance.



In 2016, Pacôma Paris will celebrate its 10th birthday. This is the perfect opportunity for the brand to expand and develop new products, pushing both companies (Schmittgall and Thien Po) to express their skills and expertise. The collection has been enhanced, offering models featuring diamonds and coloured stones alongside the label's iconic pearls.

This year, the label unveiled a Symbolic line of engagement and wedding rings. This came alongside an exclusive collection of jewelled hair accessories in silver and cultured pearl, created in collaboration with Maison Guillemette, a specialist in jewelled headwear.

Discover the history of the label and their collection of jewellery at [pacomaparis.com](http://pacomaparis.com)



8 rue La Fayette 75009 Paris  
+ 33 (0)1 44 78 85 65  
[www.pacomaparis.com](http://www.pacomaparis.com)





# MAISON TAMBOITE

PARIS

## VELOS HAUTE COUTURE

Fondée en 1912, la Maison Tamboite Paris crée des vélos d'exception qu'elle réalise dans ses ateliers, à la main, et sur-mesure.

Recherche esthétique, innovation technologique, et perfection de l'exécution sont les ressorts fondamentaux de l'idéal, très exclusif, de sensations et d'émotions auquel aspirent toutes ses créations.

La Maison Tamboite dévoile une collection par an, qui inclut des modèles urbains féminins et masculins, et d'autres marqués par une esthétique plus sportive et plus mixte. Les créations ne sont produites qu'à cinquante exemplaires numérotés. Elles ne sont réalisées que sur commande, et sur-mesure, pour chacun de ses clients. Ces derniers peuvent choisir de les doter, ou non, d'un système d'assistance électrique hybride et connecté particulièrement innovant et performant.

Plongeant ses racines dans le passé, et pourtant résolument moderne, le style de la Maison se caractérise notamment par une combinaison de ces matières nobles que sont l'acier, le cuir et le bois. Elles font l'objet d'une sélection drastique et sont mises en œuvre par des artisans français d'exception. Cadreurs, selliers et ébénistes, mais aussi chromeurs et émailleurs, combinent leurs savoir-faire, et partagent leur amour sincère du travail bien fait, pour faire de chacun de ses modèles une œuvre commune où chaque détail concourt à l'émotion d'ensemble.

Ainsi, depuis quatre générations, les collections de la Maison Tamboite célèbrent le savoir-faire des artisans français et une certaine idée de l'art au service de la mobilité urbaine et de l'élégance parisienne.

C'est dans l'intimité de son showroom et atelier parisien, au 20 rue Saint-Nicolas, que l'équipe de la Maison Tamboite procède aux indispensables séances de prise de mesures et qu'elle aime recevoir pour présenter les collections et l'univers très exclusif de la marque. De l'extérieur rien n'indique l'existence de ce lieu privilégié, hors de la ville et hors du temps. Il faut pousser une porte cochère pour découvrir son calme, sa verdure, et l'esprit si particulier qu'ont laissé les générations d'artisans qui s'y sont succédées et rien ne peut remplacer une visite pour comprendre et apprécier tout l'univers de la Maison Tamboite Paris.



*«Un système d'assistance électrique hybride et connecté, particulièrement innovant et performant.»*





Founded in 1912, Maison Tamboite Paris creates exceptional bikes it fullfills in its workshops manually, and tailored.

Aesthetic research, technological innovation, and perfection of execution are the mainsprings of the ideal, very exclusive, full of sensations and emotions which all the creations inspire.

The “Maison Tamboite” unveils one collection a year, which includes male and female urban models, and others marked by a more mixed and sporty look. The creations are only made up to fifty numbered copies. They are made special order and tailored to each client. These latter can choose to equip them or not with a hybrid electric and connected assisting system particularly innovative and efficient.

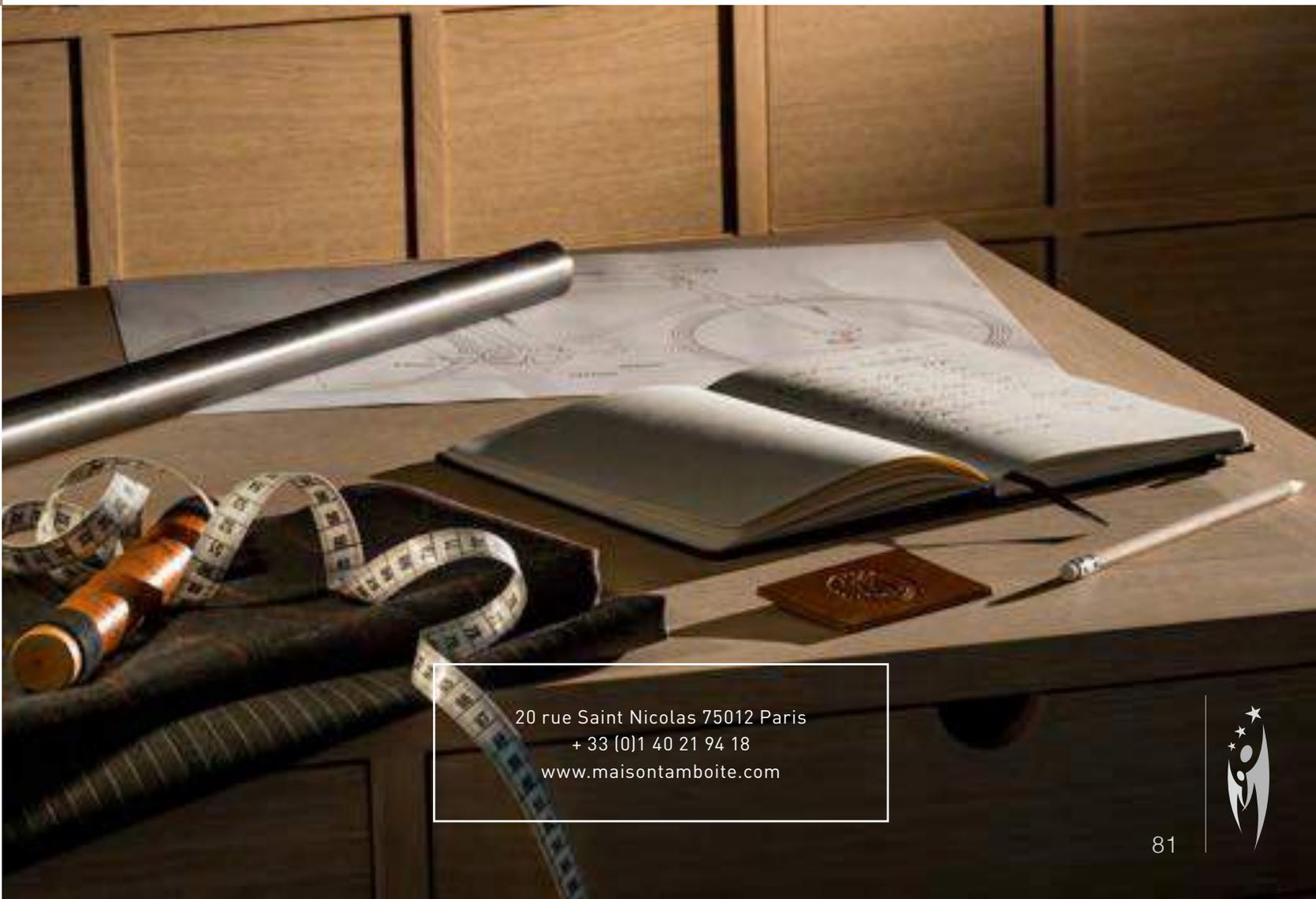
Rooted in the past, yet modern, the style of the house creations is characterized by a combination of noble materials such as steel, leather and wood. They are subject to a strict selection and are implemented by French exception artisans. Cameramen, saddlers and carpenters, but also chromers and enamel, combine their expertise and share their sincere love for work well done, to make each of the models a common work where every detail contributes to the overall emotion.

Thus, for four generations, the collections celebrate the skill of French artisans and a certain idea of art in the service of urban mobility and Parisian elegance.



It is in the privacy of the showroom and studio in Paris at 20 rue Saint-Nicolas, that the “Maison Tamboite” team conducts necessary measures taking sessions and welcoming to present the collections and the universe of the very exclusive brand. From the outside there is no indication that this is a privileged place, out of town and out of time. A gateway must be pushed to find its calm, greenery, and peculiar spirit that left the generations of craftsmen. Nothing can replace a visit to understand and appreciate the universe of “Maison Tamboite Paris”.

*“A hybrid and connected electric assistance system particularly innovative and efficient.”*



20 rue Saint Nicolas 75012 Paris  
+ 33 (0)1 40 21 94 18  
[www.maisontamboite.com](http://www.maisontamboite.com)



# MONTRES MODERNES COLLECTION

**Eric Hamdi**

## L'ART DE L'HORLOGERIE

Eric Hamdi incarne avec succès toute l'exigence qu'implique le rôle d'ambassadeur de l'excellence à la française. Propulseur, il transmet cette volonté, une évidence chez MMC.

*« Un beau nombre de gens passés chez MMC sont devenus des professionnels ».*

L'enseigne a fait bruit au début de l'entreprise, il y a 22 ans. Décrite par les initiés au départ, la montre moderne d'aujourd'hui devient en ses mains la montre de collection de demain. Précurseur dans la représentation de ce mélange d'époque, Eric Hamdi a su en faire un courant contemporain.

*« J'aime les belles choses, les garder et vivre avec. »*

Grand collectionneur d'art et amateur de beauté, Eric Hamdi est aussi passionné de voitures et de montres anciennes, dont les belles mécaniques le fascinent. Sans être une finalité, l'art est pour lui une évidence, et la splendeur, une valeur refuge.

A la fin des années 80, Eric Hamdi est régulièrement visité par un ami marchand de montres anciennes et voyageur, fier de lui présenter ses trouvailles des 4 coins du monde. Il conseille

à ce compagnon de route d'ouvrir une boutique et d'entrer avec lui en participation. En 1990 « TIME HEURE » voit le jour aux puces de St Ouen, et l'aventure dure 3 ans avant de périr. Eric récupère une partie du stock représentant son investissement, et de là lui vient l'idée d'ouvrir son premier magasin. Une petite boutique, juste à côté de la maison de ventes de Drouot, dont il est visiteur assidu. MMC voit le jour en 1994.

La niche de la montre de collection est alors en plein développement. Un atelier d'horlogerie de remise à neuf est créé ; les montres y sont choisies en fonction de l'état des pièces, de l'engouement de la clientèle sur le marché et des rapports qualité prix. La restauration, c'est un vrai savoir faire nécessitant des professionnels qui maîtrisent leur art. Eric s'entoure des meilleurs horlogers. Il devient très rapidement leader de la montre d'occasion à Paris et dans toute la France.

Au milieu des années 90, MMC emménage au 9, rue Marbeuf, au centre du triangle d'or, pour sortir du 9<sup>ème</sup> arrondissement et de sa connotation trop forte avec les salles des ventes. Il veut toucher un public plus large, et la clientèle du 8<sup>ème</sup> inverse la tendance. Elle consomme des montres modernes à la mode (signe extérieur de réussite ou de reconnaissance) poussant Eric Hamdi à diversifier son stock en offrant plus de montres contemporaines.

Aujourd'hui MMC compte environ 40000 clients dont certains depuis 22 ans. Homme au contact facile, Eric Hamdi développe des relations pérennes et de confiance avec une clientèle d'abord française, puis internationale, (USA, ASIE, MOYEN ORIENT) et via le web...

*« Donner la bonne solution au problème posé ! »*

Sorte de « Géo trouve tout » des années 2000, Eric est un chercheur.



# THE ART OF HOROLOGY

Eric Hamdi successfully personifies the high standards involved in being an ambassador for French excellence. He is a driving force whose passion is part of everyday life at MMC.

*"A good number of people who have worked at MMC have become professionals".*

The company caused a commotion when it started up 22 years ago. In the face of criticism from the initiated, he turned the modern watch of today into the collector's watch of the future. Eric Hamdi was a pioneer in representing this mix of periods and turned it into a modern trend.

*"I love beautiful things, I love to keep them and live with them".*

A great collector of art and a lover of beauty, Eric Hamdi is also a lover of cars and old watches, whose beautiful mechanisms fascinate him. Though not an end in itself, art is an evident part of life for him, and splendour a safe haven.

At the end of the 80s, Eric Hamdi was regularly visited by a friend who sold old watches and was a traveller, proud to show off the treasures he had found in the 4 corners of the earth. He advised his friend to open a shop, "TIME HEURE" and bought shares in it. The adventure lasted three years but collapsed.

Eric recovered part of the stock that represented his investment and decided to open his first shop, a small affair next to the Drouot auction house, which he visited regularly. MMC opened in 1994.

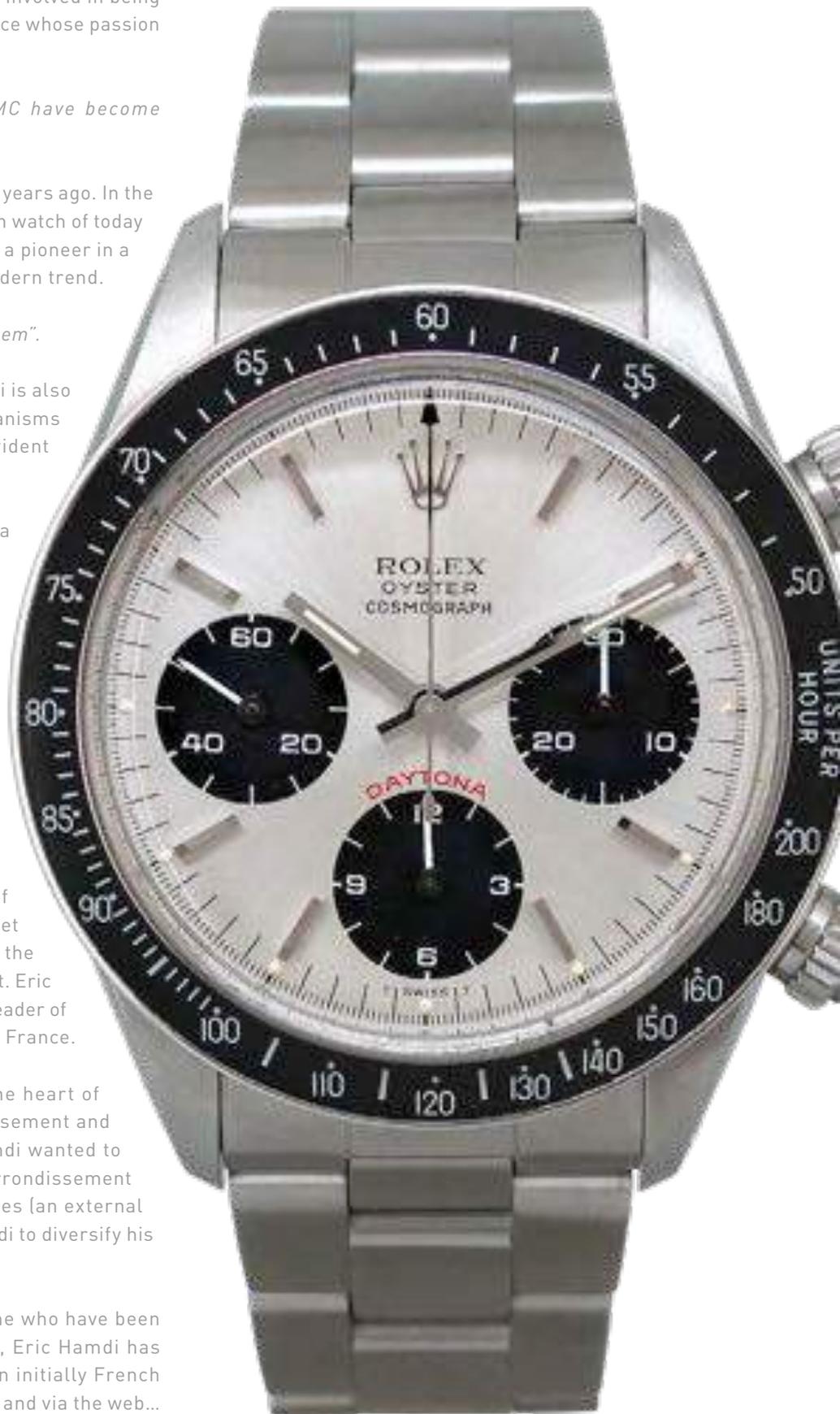
The niche market for collector's watches was growing rapidly at the time. A watch reconditioning shop was set up; watches were chosen according to the condition of the parts, the enthusiasm of the clientele in the market and the notion of value for money. Restoration required the know-how of professionals who were masters in their art. Eric brought in the best watchmakers and soon became the leader of the second-hand watch market in Paris and throughout France.

In the mid-90s, MMC moved into 9, rue Marbeuf, at the heart of the "golden triangle" to get away from the 9th arrondissement and its strong identification with auction rooms. Eric Hamdi wanted to attract a wider audience and the clientele in the 8th arrondissement reversed the trend, buying modern, fashionable watches (an external sign of success or recognition) and prompting Eric Hamdi to diversify his stock and offer more contemporary watches.

Today, MMC has approximately 40,000 customers, some who have been loyal for the last 22 years. A very approachable man, Eric Hamdi has developed lasting relationships, built on trust, with an initially French then international clientele, (USA, ASIA, MIDDLE EAST) and via the web...

*"Providing the right answer to the problem!"*

Eric is a seeker, a sort of "Gyro Gearloose" of the 2000s.



9, rue Marbeuf 75008 Paris  
+33 (0)1 40 70 90 10  
[www.montres-modernes.com](http://www.montres-modernes.com)







« GOUR-  
MANDISES »  
Savoriness



**B O N N E C H È R E**  
P l e a s u r e F o o d

«La bonne chère apaise les ressentiments du jeu et de l'amour; elle réconcilie tous les hommes avant qu'ils se couchent.»

Luc de Clapiers



“Pleasure food soothes the feelings of the game and love;  
it reconciles all men before they go to bed.”





# TERROIR CHIC



Vincent Bessou est passé par de grandes maisons et il met désormais tout son talent au service du traiteur Palais Royal. Sa cuisine est fraîche, spontanée, authentique et dans l'air du temps. Il faut savoir rester simple, identifié, et associer le goût à l'élégance. Trop de complexité aromatique perd le goûteur, et les gourmets doivent pouvoir s'y retrouver. Il reprend donc les valeurs fondamentales de la cuisine française, revisitées bien sûr en partant de l'essentiel.

Il nous faut enchanter le client, tout simplement, en restant simple, et vrai. Palais Royal Traiteur reprend à son compte les dynamiques du moment, pour le plus grand plaisir de tous.

FRANÇOIS BARBER



Vincent Bessou rose through the ranks of some of the country's most prestigious restaurants before taking the helm in the kitchens of the Palais Royal. His cooking is fresh, spontaneous, authentic and contemporary. For him, it is essential to stay simple and focused, combining flavours with elegance. Too much aromatic complexity masks a dish's true flavour, and this flavour is what diners are looking for. You have to go back to the basics of classic French cuisine – reworking them, of course, but staying true to the founding principles.

Quite simply, it is up to us to enchant the client by staying simple and true to ourselves. And of course, the Palais Royal moves with the times and strives to offer modern, contemporary creations. For your pleasure.



142 rue Montmartre 75002 Paris  
+33 (0)1 43 80 88 09  
[www.palaisroyal-traiteur.paris](http://www.palaisroyal-traiteur.paris)





# PARFUMS DU SUD

Situé à deux pas de l'Opéra Garnier et des grands magasins, Le Patio Opéra est un lieu original pleinement dédié à la gastronomie, à l'expression artistique et à la fête.

Cette « maison » tenue par Valérie Saas-Lovichich et sa jeune équipe dynamique développe ses 600 m<sup>2</sup> sur quatre niveaux, agencés autour d'une terrasse-patio arborée et protégée. Afin d'organiser vos événements, Le Patio bénéficie d'une complète modularité : les différents espaces peuvent être dissociés ou additionnés permettant ainsi d'organiser des manifestations variées pouvant réunir jusqu'à 400 personnes.

Le Patio vous assure une prestation haut de gamme et un service personnalisé pour la réussite de vos événements : séminaire, soirée festive, conférence de presse, déjeuner et dîner d'affaires, lancement de produits, show room...

Notre chef italien Danilo D'Alessandro propose une cuisine qui voyage de Bastia à Florence en passant par Sartène. Il est à votre écoute et imagine un menu ou un buffet sur mesure pour vos manifestations. Toutes nos préparations sont réalisées sur place par notre chef et ses équipes, exclusivement à partir de produits bruts et frais livrés chaque jour.

La carte que nous vous proposons est élaborée exclusivement à partir de produits d'exception, afin de satisfaire les gourmets amateurs. Les poissons exclusivement sauvages, proviennent de la pêche de petits bateaux et de ligne, selon arrivage de la marée et sont livrés entiers. Toutes nos viandes sont d'origine France, Limousin et Aveyron et proviennent d'éleveurs respectueux du bien être des animaux.

Nous offrons une sélection de plats à partager et vous invitons à choisir vos garnitures préférées. Les charcuteries sont 100% artisanales et bio, du york bianca pour le jambon de Parme Antica Corte Pallavicina DOP & AOP de chez Massimo Spigaroli. Nos fromages au lait cru sont bio et produits dans les Abruzzes par la Cooperativa Agricola Parco Produce. Les pâtes fraîches, la focaccia et le pain sont faits maison à partir de farines sélectionnées. La pâte à pizza est élaborée à partir de farine Caputo.

« *Buonissima cucina !* »

## SOUTH FRAGRANCES

Located just steps from the Opera Garnier and department stores, Le Patio Opera is a unique place fully dedicated to gastronomy, artistic expression and celebration.

This "maison" managed by Valérie Saas-Lovichich and her young and dynamic team, is developing its 600 m<sup>2</sup> on four floors, arranged around a leafy courtyard terrace and protected. To organize your events, Le Patio offers a full modularity : the different spaces can be separated or added as well for organizing various events that could raise up to 400 people.

Le Patio ensures a high quality and personalized service for the success of your events : seminars, festive evening press conference, lunch and dinner business, product launches, showroom...

The Italian chef Danilo D'Alessandro offers a cuisine that makes you travel from Bastia to Florence through Sartène. He listens to you and imagines a menu or a buffet tailored for your events. All our preparations are made on site by our chef and his teams, exclusively from raw and fresh.

The menu we offer is made exclusively from exceptional products to satisfy gourmet lovers. All our dishes are made on site by our kitchen team, exclusively from raw products delivered daily. The only wild fish from fishing and small boats line, depending on availability of the tide and come integers. All our meats are sourced in France, Limousin and Aveyron and come from breeders respectful of animal welfare.

Our chef offers a selection of dishes to share and invite you to choose your favorite toppings. The meats are 100% artisanal and organic, the york bianca for Parma ham Antica Corte Pallavicina DOP & AOP at Massimo Spigaroli. Our raw milk cheeses are organic and produced in Abruzzo by the Cooperativa Agricola Parco Produce. The pasta, focaccia and bread are homemade from selected flours. The pizza dough is made from flour Caputo.

"Buonissima cucina!"





**DOUCEURS**  
Delicacies

Palais Royal Traiteur

«Le bonheur est un seul bouquet : confus léger fondant sucré.»

Paul Eluard



“Happiness is a single bouquet : confused light sweet and smelting.”



SÉBASTIEN GAUDARD  
PARIS

# L'AS PATISSIER

« *Plutôt que pâtissier, je fais des gourmandises* ». C'est par ce détournement que Sébastien Gaudard aime parfois évoquer son métier. Un raccourci qui élude ses activités connexes de glacier, chocolatier et confiseur, exercées avec tant de brio, mais aussi une manière habile d'affirmer le caractère ludique et généreux prêté à sa profession, envisagée dès le plus jeune âge comme une réjouissante alchimie, dont il a rapidement enrichi la technique auprès de Georges Vergne, à Belfort, puis de Gérard Banwarth, à Mulhouse.

Passé par les plus belles maisons de douceurs, signant les cartes des desserts des établissements parisiens les plus prestigieux, Sébastien Gaudard est aujourd'hui aux commandes de deux pâtisseries à son nom. La Pâtisserie des Martyrs, dans le quartier élégant et animé du 9ème arrondissement, est l'une des plus anciennes Maisons de Paris, la Maison Seurre, qui incarne par son histoire l'archétype de la pâtisserie parisienne. « *L'agitateur de goûts* » y assagit sa pratique sans perdre de son mordant et innove à la recherche des gourmandises perdues. Sa pâtisserie-salon de thé des Tuileries est une deuxième immersion dans son travail. Gardien d'un patrimoine auquel il entend donner tout son prestige, Sébastien Gaudard conjugue héritage et innovation dans ce lieu où la présentation des produits se fait dans la continuité directe d'un atelier de maître artisan. Un espace de transmission, enivré de parfums, conservatoires de techniques, de tours de main et de savoir-faire qui constituent le socle d'une tradition gourmande transmise de génération en génération.

De l'intitulé des plats au rituel du « service à l'ambigu », de la beauté du cérémonial à l'attrait d'un chariot de desserts chargé de douceurs, funambulisme sucré et salé, les réminiscences culinaires du chef pâtissier mêlent le chaud et le froid, les hors d'œuvres, les entremets et les desserts. Autant de sollicitations qu'il souhaitait juxtaposer sur les tables, un usage courant au XVIIIe siècle sorti de la désuétude pour éveiller l'appétit et la tentation.

## HORAIRES D'OUVERTURE

### **Le salon de thé**

Du mardi au dimanche de 9h à 19h

### **La Pâtisserie**

Du mardi au samedi de 10h à 20h - le dimanche de 10h à 19h





## THE ACE OF PASTRY

*"More than pastry, I make sweets"*. It is by this diversion that Sébastien Gaudard likes sometimes to discuss his craft. A shortcut that sidesteps his related activities, such as glacier, chocolatier and confectioner, exercising with so much verve, but also a clever way to affirm the playful and generous character lent to his profession, considered from an early age as a delightful alchemy, which he quickly enriched the technique with Georges Vergne, Belfort and Gerard Banwarth, in Mulhouse.

Passed through the most beautiful houses of sweets, signing the dessert menus of the most prestigious Parisian establishments, Sébastien Gaudard is now in control of both pastries to his name. La Pâtisserie des Martyrs, in the lively, elegant 9th district, is one of the oldest houses of Paris, the House Seurre, which embodies its history the archetypal Parisian patisserie. *"The agitator of likes"* calms down there practicing without losing its edge and innovating in search of lost delicacies. His tea room pastry Tuileries is a second immersion in his work. Custodian of a heritage which he intends to give all its prestige, Sébastien Gaudard combines heritage and innovation in this place where the presentation of products is in direct continuity with a master craftsman's workshop. A transmission space, elated with perfumes, protective techniques, tricks and know-how that constitute the basis for a gourmet tradition handed down from generation to generation.

From the description of the dishes to the ritual of *"service to the ambiguous"*, from the beauty of the ceremony to the allure of a dessert cart loaded with sweets, sweet and salty tightrope walking, the culinary reminiscences of the pastry chef mix the hot and cold, starters, main courses and desserts. As many requests that he wanted to juxtapose on the tables, a commonly used in the seventeenth century out of obsolescence to awaken the appetite and temptation.

### OPENING HOURS

#### **Le salon de thé**

Tuesday to Saturday 10am - 7pm

#### **La Pâtisserie**

Tuesday to Saturday at 10am - 8pm

Sunday 10am - 7pm

LA PATISSERIE - SALON DE THÉ  
DES TUILERIES  
1 rue des Pyramides 75001 Paris  
+33 (0)1 71 18 24 70  
[www.sebastiengaudard.com](http://www.sebastiengaudard.com)





# SPRITUEUSEMENT VÔTRE

« C'est dans les épiceries familiales Julhès Paris qu'est née l'idée de la distillerie. Nous y avons appris à sélectionner les ingrédients pour notre production de pâtisserie, de chocolaterie, de pain... à sourcer les fromages, les vins, les spiritueux.

L'idée s'est forgée que c'est l'esthétique du goût qui ferait la différence. Le produit doit proposer une forme gustative capable de créer de l'émotion... Nous avons sélectionné de grandes eaux de vies, souvent avec un peu d'avance sur les tendances, en intégrant les styles et les méthodes de production à leurs histoires et leurs traditions.

Nous sommes une famille de producteurs, et avec mon frère Sébastien nous avons voulu monter une distillerie, afin de produire de jolis spiritueux, sans être formatés par les contraintes culturelles ou les techniques régionales. Des spiritueux développés comme de grands parfums.

Il nous fallait un lieu : un endroit avec un sens du beau, un lieu de passage où les énergies se croisent et se mélangent... Paris était l'évidence. On y trouve une idée du beau et un sens de l'équilibre reconnu dans le monde entier. Nous avons donc créé la toute première distillerie légale de la capitale, équipée d'un alambic

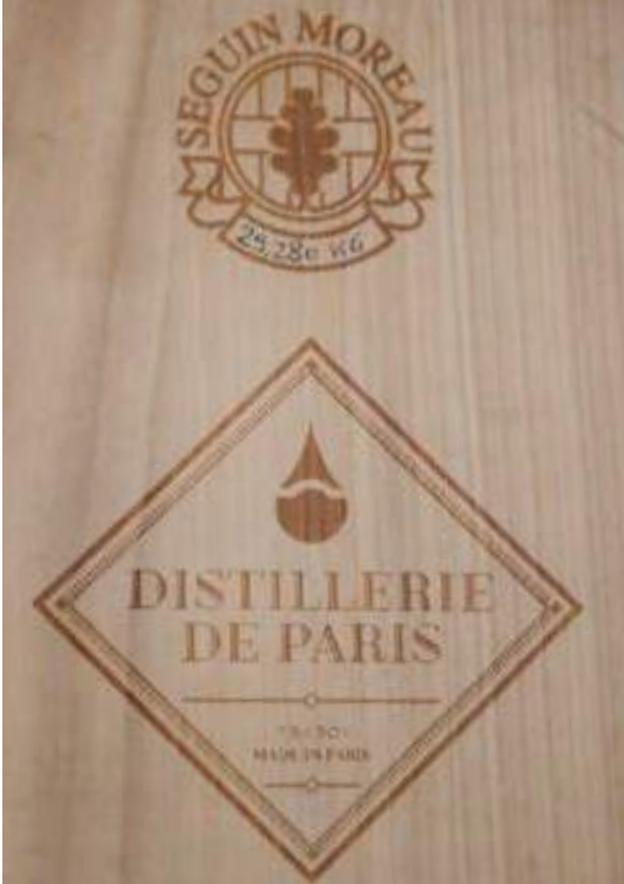
dessiné pour formuler avec contrôle et précision. Comme une certaine idée de la haute couture, nous partons d'une vision forte ; ensuite, il n'y a pas de limites techniques, de temps ou de matière première pour arriver au résultat escompté.

Il n'est pas question du « *small is beautiful* ». Ce n'est pas le nom « Paris » que nous cherchons. Nous voulons capter l'énergie créatrice de la capitale, nous voyons Paris comme terroir de créativité.

Notre mode d'élevage en est un bon exemple : nous n'attendons pas que le temps joue de son pouvoir. Nous voulions une méthode proactive et dynamique. Paris étant un carrefour, nous avons rencontré les « artistes » de la tonnellerie Seguin Moreau. Ils ont aimé notre idée et ont mis leur maîtrise et leur savoir-faire au service de notre vision. Ainsi, ensemble, nous avons créé un Fût et un protocole de vieillissement pensés pour les micro distilleries et leur esprit créatif.

Bientôt deux ans après le début de l'aventure, la Distillerie de Paris est reconnue comme un endroit où naissent des spiritueux de qualité, des spiritueux différents. Nous produisons du Gin, des Rhums, des malts ou encore un distillat d'érable; et ce ne sont pas les idées qui manquent...»

LA DISTILLERIE JULHES  
54 rue du Faubourg Saint Denis 75010 Paris  
+33 (01) 44 83 96 30  
[www.distilleriedeparis.com](http://www.distilleriedeparis.com)



Antoine Vidal - Photography

«It is in the family grocery Julhès Paris that the idea of the distillery was born. We have learned how to select ingredients for our production of pastry, chocolate, bread ... to source the cheeses, wines, spirits. The idea was forged that is the aesthetics of taste that would make the difference. The product should offer a taste form capable of creating emotion ... We have selected great 'eaux de vie', often a little ahead of the trends, incorporating the styles and methods of production to their stories and traditions.

We are a family of producers, and with my brother Sébastien we wanted to set up a distillery to produce beautiful spirits without being formatted by cultural or regional technical constraints. To develop spirits as great perfumes.

We needed a place: a place with a sense of beauty, a place of passage where energies meet and mingle ... Paris was the obvious, with its sense of balance recognized worldwide. So we created the first legal distillery of the capital, equipped with a still drawn to formulate with precision and control. As some idea of high fashion, we start with a strong vision; then there are no technical limitations, time or materials to achieve the desired result. There is no question of 'small is beautiful'. It is not the name 'Paris' that we seek. We want to capture the creative energy of the capital, we see Paris as place of creativity.

Our method of rearing is a good example: we do not expect that time plays its power. We wanted a proactive and dynamic method. Paris is a crossroads, we met the 'artists' of cooperage Seguin Moreau. They liked our idea and put their mastery and expertise in the service of our vision. So, together, we have created a drum and an aging protocol designed for micro distilleries and their creative spirit.



Antoine Vidal - Photography





U  
O  
T  
M  
Z  
A

« ENVIES »  
*Desires*



**D E S I G N**

«La simplicité est la sophistication suprême.»

Léonard De Vinci



“Simplicity is the ultimate sophistication.”





# MAGISTRAL

PIERRE YOVANOVITCH

L'oeuvre architecturale de Pierre Yovanovitch, car c'est une oeuvre magistrale, nous force à repousser les limites de nos cadres usuels.... Pierre encadre l'inattendu, épure et adoucit. Ce jeu permanent crée une tension au sein des espaces, très graphiques et aussitôt tempérés par la voluptuosité de leurs courbes. Le féminin y enlace la masculinité au sein d'un mélange qui garde ses mystères. La facilité d'une lecture trop évidente ne séduit pas l'architecte. Il permet à ses créations de n'être lisibles que pour ceux séduits par la volonté de la découverte, telles un jardin dont on comprend l'intention sans en avoir vu la totalité.

Les intérieurs de Pierre Yovanovitch sont éduqués, même s'il les laisse vivre. C'est au travers d'une véritable mise en scène qu'il invente, souligne, fait apparaître.

Le premier sujet de la maison, l'escalier, véritable colonne vertébrale du lieu se doit de casser les angles par son arrondi, ou de suggérer l'envolée s'il naît d'un encadrement.

L'endroit prend forme en fonction d'une réelle cohérence avec son squelette, et de la personnalité du client. Le non-initié aura l'impression que rien n'a été cassé... Alors que tout a été refait. Cette non-évidence évidente est la signature du créateur. Sentir de manière imperceptible. Les assemblages de matières sont bruts, sans trop d'imprimés. Le jeu des textures est le maître mot, donnant des murs aux couleurs douces, très naturelles, mais en relief, sans besoin d'ornement supplémentaire... Puis, il y a le temps, l'attente de la sophistication ultime. L'emphase ne sert à rien. Une ode à la simplicité du luxe.

Il crée pour Kamel Mennour un nouveau lieu, avenue Matignon. Pour laisser place aux oeuvres il se soustrait, souligne imperceptiblement, se met au service des artistes. Les grands collectionneurs l'adorent, il lie l'art et l'architecture de manière pertinente.

Le carré pour lui ? C'est l'asymétrie et la symétrie. Les plus beaux villages ne sont pas alignés... C'est le respect de leur empiètement associé à un geste architectural pur et fort qui valorisera leur beauté.

*« Le simple n'est pas pauvre »...*

La simplicité, c'est l'art compliqué de construire une porte sans chambranles, c'est plus de travail, c'est une perceptible richesse du dessin. Féru de l'architecture classique du 17ème siècle, avant l'ornement du 18ème, Pierre Yovanovitch donne la priorité à la qualité du croquis et des matières, à la beauté des réalisations. De l'époque Art Déco, il chérit l'art de la proportion dont il garde la ligne.

*« L'épure c'est le meilleur endroit pour être serein ».*

The architectural works of Pierre Yovanovitch are nothing less than magisterial, forcing us to rethink the limits of structural design. Pierre embodies everything that is unexpected, clean and tempered. He creates a permanent sense of tension within his spaces; highly graphic yet softened by the voluptuous curves. The feminine is woven around the masculine, weaving together while never quite revealing all of their mystery. The creator is not interested in architecture that can be read at a glance; his works can only be fully uncovered by those with a thirst for discovery. They are like a garden, in which you understand the intention without ever really seeing the work in its entirety.

Pierre Yovanovitch's interiors may be informed and intelligent, but they remain living spaces. It's through carefully staged compositions that he invents, highlights and reveals. The first subject in the house is the staircase, the structure's spinal column, which must mute its harsh angles with rounded shapes, or seem ready to take flight if coming out of the frame of the building. The space takes shape according to its skeleton, and according to the client's personality. The uninitiated would be forgiven for thinking that nothing at all had ever been broken, even though everything has been remade. This obvious inconspicuousness is the signature of the creator. Here, you sense imperceptibly. The various materials used are in their raw form, with few printed designs. Texture is king, offering contrasts against the soft, naturally coloured walls, offering relief without ornamentation... And then time, the expectation of ultimate sophistication. Emphasis is pointless. This is an ode to the sheer luxury of simplicity.

For Kamel Mennour, he has created a new space on Avenue Matignon. Leaving space for paintings, photos and sculptures, he works to subtract, imperceptibly highlight, and create a pedestal for the artists. Collectors adore him for the way he forms a bond between art and architecture. What inspires him? Asymmetry and symmetry. The most beautiful villages are never fully aligned... it's the respect for their bricks and masonry combined with a pure and strong architectural motion that reveals their beauty.

*"Simplicity is not poor..."*

Simplicity is difficult. It is the art of creating a door without a frame. It means more work. It is a perceptible sense of wealth and depth of design. Passionate about the classical architecture of the 17th century, before the ornamentation of the 18th, Pierre Yovanovitch prioritises the quality of the design and the materials, and the sheer beauty of his work. He takes inspiration from the proportions of the Art Déco period, drawing on it for many of his forms.

*"Simplicity is the perfect place to find tranquillity."*



Jean-François Jausaud L'interproductions

6 rue Beauregard 75002 Paris  
+33 (0)1 42 66 33 98  
[www.pierreyovanovitch.com](http://www.pierreyovanovitch.com)



NATHALIE ZIEGLER PASQUA

# MAGICIENNE DU VERRE.

WORKING MAGIC WITH GLASS



[www.nathalieziegler.com](http://www.nathalieziegler.com)

## PERCHÉE, SUSPENDUE, TOUJOURS PLUS HAUT!

Près des étoiles, une aile, une plume, un éclat, un rayon vous transperce l'œil, l'œuvre de Nathalie illumine l'espace. Une alchimie de feu, entre ciel et terre, c'est le règne de la suspension. Défi gravitationnel, éléments perchés, astres merveilleux, rencontre d'une autre dimension. L'équilibre, Nathalie le connaît bien.

Avant de devenir sculpteur de verre, Nathalie a été danseuse soliste, à l'Opéra de Paris. Après mille envolées et levers de rideaux, de Paris à Tokyo, Moscou ou Londres, sous l'œil expert de ses maîtres, Rudolph Noureev, Jérôme Robins, Mats Ek, toujours plus haut, plus près des étoiles, Nathalie s'envole, sans jamais se brûler les ailes.

Sa matière, depuis toujours, le sable. Sable qui file, enfant, entre ses doigts, sur les plages de Quiberon, silice, poussière d'étoile, qui devient feu, pour enfin des mains des maîtres verriers de la manufacture de Saint Just, se transformer, alchimie parfaite, en verre précieux, unique, souvent argenté, dans un effet miroir hypnotique, entre ciel et terre.

C'est aujourd'hui dans le VII<sup>e</sup> arrondissement de Paris, cachée des curieux, qu'elle passe ses journées à travailler le verre, « *ce matériau extraordinaire* » comme elle aime à le décrire.

La lumière se brise sur le verre, elle éclate en couleurs rubis, émeraude, topaze, ou améthyste, le bleu d'un saphir, une mine de pierres précieuses, une conversation d'oiseaux de paradis, un dragon menaçant sorti des feux d'un enfer, la tête posée sur des fleurs multicolores, un reflet astral, le rêve devient réalité... Et si les sculptures de Nathalie, suspendues, parfois à douze mètres de haut, monumentales, n'étaient finalement que de sublimes bijoux de maison.

LOUIS BRETAGNE

## PERCHED, SUSPENDED, AND RISING EVER HIGHER!

Soaring near the stars; a wing, a feather, a flash, a ray of light strikes your eye... Nathalie's sculptures light up the space around you. An alchemy of fire, between heaven and earth, suspended eternally. Defying gravity with elements perched on high, where magical stars peek through from another dimension. Yes, Nathalie knows quite a lot about balance.

Before becoming a glass sculptor, she was a soloist ballet dancer at the Opéra de Paris. After a thousand pirouettes and curtain calls from Paris and London to Moscow and Tokyo, under the watchful eyes of masters such as Rudolph Noureev, Jérôme Robins and Mats Ek, flying ever higher towards the stars, Nathalie soared without ever scorching her wings.

Her medium is sand, and it always has been. Sand which flowed between her fingers as a child on the beaches of Quiberon. Silica, stardust turning back into fire in the expert hands of the master glassmakers in the Manufacture de Saint Just... transforming, a perfect alchemy of sand into unique, precious glass. Often mirrored, offering a hypnotic glass into a space between heaven and earth.

And now in the 7<sup>th</sup> arrondissement in Paris, hidden from view, she spends her days working with glass. "This extraordinary material", as she calls it.

Light shatters on the glass, bursting into ruby, emerald, topaz, amethyst and sapphire colours. A treasure trove of precious stones, the call of a bird of paradise, a sinister dragon emerging from the fires of hell, a head resting on a bouquet of flowers, a starlight reflection, dreams taking form... what if Nathalie's sculptures, suspended, sometimes twelve metres off the ground, monumental works of art, were in fact nothing more than beautiful jewels, designed not for a person but a house?

LOUIS BRETAGNE



# L'ESTHÈTE ARCHITECTE

LAURENT MINOT

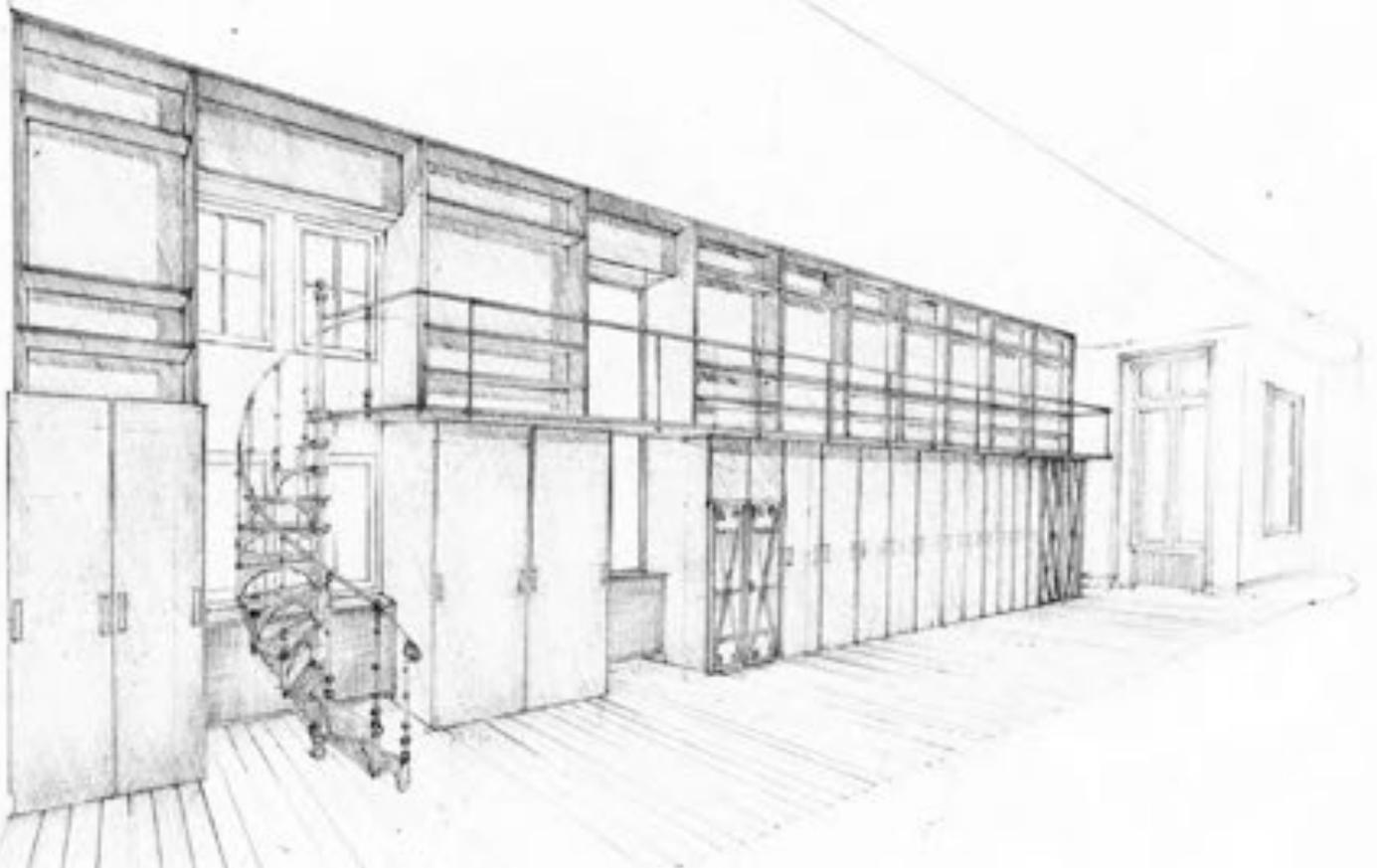


**UN ETRE VITAL AU GESTE ARCHITECTURAL INSPIRÉ DE LA CAPITALE  
ARCHITECTE DPLG, ARCHITECTE DU PATRIMOINE, ARCHITECTE D'INTÉRIEUR**

De sa formation humaniste complète, Architecte du patrimoine de l'Ecole de Chaillot, Architecte dplg de l'Ecole d'Architecture Paris La Villette, diplômé de l'Ecole Nationale Supérieure des Arts décoratifs de Paris et de l'ENS Cachan Arts Appliqués, Maîtrise d'Arts plastiques Paris Panthéon Sorbonne, et ayant installé ses bureaux au cœur du Paris haussmannien et proustien, Laurent MINOT s'est inspiré des plus beaux sites de Paris Capitale tant pour ses chantiers parisiens que pour ses projets en Suisse, Ibiza et Monaco.

Laurent MINOT est glamour au sens originel du terme (la magie des changements d'apparence par la féerie de mise en espaces) : son amour de Paris nourrit en effet sa passion, le dessin, son élévation enrichit sa dévotion pour les compositions d'ARTchitecture. Sa perception de l'espace parisien qu'il aime dessiner, pénétrer et traverser en ses déambulations capitales lui ont permis de concilier dans ses réalisations architecturales respect patrimonial, restauration magnifiée, architecture insolite et décoration de grand classicisme dans le pur goût français.

Avec une énergie vitaliste et créatrice chère au philosophe Bergson, il sait jeter des ponts entre une architecture passée, conservée et redynamisée grâce au dessin et à la création de ses interventions contemporaines : des restaurations des immeubles d'habitation rue Royale Paris VIII et rue de Sévigné, cœur de Marais Paris III, aux embellissements des hôtels particuliers de la rive gauche Paris VII, jusqu'aux mises en scènes d'appartements Quai Voltaire Paris VII et Quai de la Tournelle Paris V, aux vues époustouflantes sur Paris Ville Lumière.





**A VITALIST WHOSE ARCHITECTURAL STYLE IS INSPIRED BY THE CAPITAL  
GOVERNMENT-QUALIFIED ARCHITECT (DPLG), HERITAGE ARCHITECT, INTERIOR DESIGNER**

With his consummate humanist training as a Heritage Architect at the Chaillot School, Government-qualified Architect (DPLG) at the Paris School of Architecture in La Villette, graduate of the National School of Decorative Arts in Paris, the School of Applied Arts in Cachan and a Master's Degree in visual Arts from Paris Panthéon Sorbonne, and having set up his offices in the heart of Haussmann's and Proust's Paris, Laurent MINOT has taken his inspiration from the finest sites in the Capital for his projects in Paris, Switzerland, Ibiza and Monaco.

Laurent MINOT stands for GLAMOUR in the original sense of the word (the magic of changes in appearance through the wonders of spatial installation). His love of Paris feeds his passion for DESIGN; its elevation enhances his devotion to ARTchitectural composition. His perception of the Paris that he loves to draw, penetrate and walk through in his wanderings through the capital have enabled him to combine respect for heritage, magnified restoration, original architecture and highly classical decoration in the true French style in his architectural projects.

With a vitalist, creative energy dear to the philosopher Bergson, he builds bridges between forms of architecture from the past, which he protects and gives new life through the design and creativity of his contemporary works: restoration of apartment buildings in Rue Royale Paris VIII and Rue de Sévigné in the heart of the Marais Paris III, embellishments to private houses on the left bank in Paris VII and the settings for apartments on Quai Voltaire Paris VII and Quai de la Tournelle Paris V with astonishing views over Paris, the City of Light.

31, rue de Lisbonne 75008 Paris  
+33 (0)1 45 63 37 19  
[www.laurent-minot.com](http://www.laurent-minot.com)





Judith Baier - Photography

# LE MONDE *« C'est mon âme qui se métamorphose ».* DE KATINKA

De naissance et d'éducation suédoise, nous pourrions dire Bergmanienne, Katinka a été élevée en France. Enfant, elle est entourée de gens qui ont la connaissance, et lui donnent un accès libre à tout ce qui touche à la culture. Sa grand-mère, porteuse du même prénom, la couvre de compliments en lui lisant une page de Tolstoï. Dans cette famille éclairée, il faut exister. Avec sourire et dignité, car les larmes sont proscrites. Alors Katinka fabrique des robes. L'exigence de la perfection lui apprend à ne pas que broder la fleur sur le tissu, mais à lui donner vie. Cette rigueur éducative extrême, mélangée au talent, lui permet de cultiver des mains en or. La matière s'y transforme, elle fabrique tout, des robes, aux bijoux, aux chaussures, aux sacs, et plus tard, aux maisons.

Le destin l'amène à débiter sa carrière en dessinant pour une grande marque de joaillerie parisienne, puis tout s'enchaîne, « *Dans une forme de liberté délicieuse où rien n'est jamais figé* ». Elle lance sa marque de bijoux fantaisie et fait une école de peinture, qui l'amène à débiter la décoration en peignant des décors. Katinka est une chercheuse. Le passage du rêve à la réalité est sa nature. Son obsession de la concrétisation de l'abstrait la pousse à créer des univers décoratifs dans la continuité des images qu'elle dessine. Elle devient naturellement designer. Pendant une dizaine d'années elle œuvre en Russie où son influence baroque fait fureur mais Paris ne la quitte jamais, alors un jour, elle retourne à sa capitale chérie.

*« Pour moi rien n'est impossible c'est juste intéressant ».*

Une fois de plus, tout part du décor. Son appartement fait penser autant au boudoir de la Reine, qu'à un cabinet de curiosité. Une envie d'inédit chez soi ? De l'objet que personne ne possède ? Accéder à une certaine forme de Paradis ? Il faut appeler Katinka. Cette grandeoureuse de la beauté crée les maisons de A à Z. Elle propose d'abord un plan aux perspectives lisibles, puis une équipe constituée des meilleurs artisans. De la dorure d'exception à la clarté des pièces, tout est pensé et dessiné dans le moindre détail.

Katinka sait rentrer dans l'âme de l'autre, qu'elle souligne et met en valeur à travers son intérieur. « *Un homme fumeur de cigares dans son lit voulait sa femme à côté de lui. Je lui ai donc créé un lit baldaquin à extraction de fumée, et les murs en tissu de la chambre furent traités* ». Elle intègre sans détourner les besoins, permettant à ses clients une fidélité sans surprise, intime et joyeuse.

Car pour Katinka, Dostoïevski a raison, « *La beauté sauve le monde* ».



«My soul is transformed.»

#### KATINKA'S WORLD

Swedish by birth and upbringing, a bit like Ingmar Bergman, Katinka was raised in France. As a child, she was surrounded by knowledgeable people who gave her free access to everything related to culture. Her grandmother, bearing the same name, showered her with compliments while reading her a page of Tolstoy. In this enlightened family, it was necessary to live in a dignified way with a smile on your face, because tears were prohibited. So, Katinka made dresses. The requirement for perfection taught her not only to embroider the flower on the fabric, but to make it come alive. This extreme educational rigour, combined with talent, allowed her to cultivate golden hands. The material is transformed, she makes everything, dresses, jewellery, shoes, bags, and later, home decor.

Fate led her to begin her career by designing for a big Parisian jewellery brand, and then everything was unleashed, *“in a form of unfettered freedom where nothing is ever set in stone”*. She launched her own brand of costume jewellery and went to art school, which led her to start decoration by painting scenery.

Katinka is a researcher. The transition from dream to reality is part of her nature. Her obsession with realisation of the abstract pushes her to create decorative universes consistent with the images she draws. She naturally became a designer.

For a decade she worked in Russia, where baroque influence is all the rage, but she could never forget Paris, so, one day, she returned to her beloved city.

*“For me nothing is impossible but is just interesting”*.

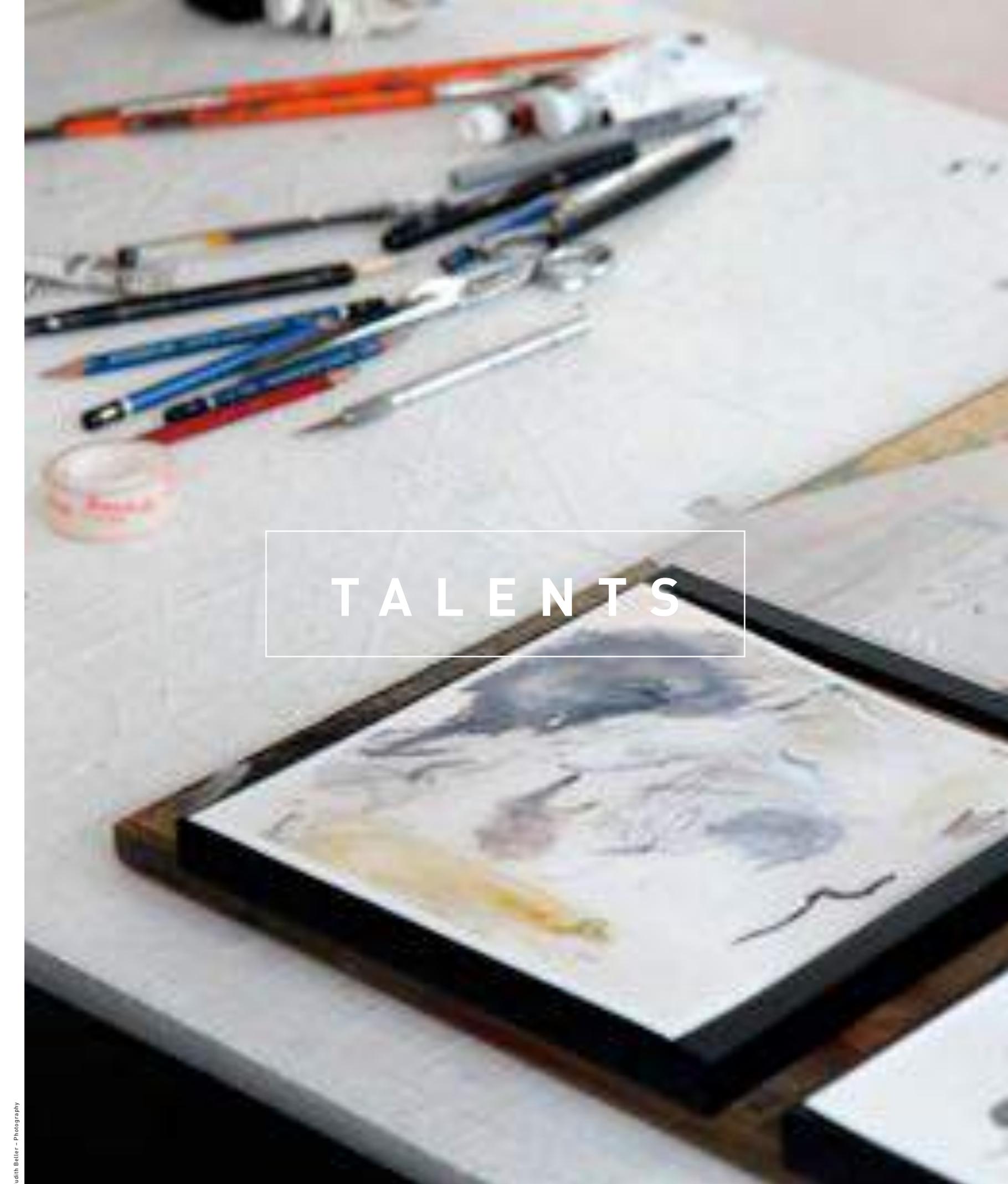
Once more, the starting point is decoration. Her apartment is reminiscent both of the boudoir of the Queen, and as a curiosity cabinet. A desire for originality at home? For the item that nobody else owns? Access to some form of paradise? You must call Katinka. This great lover of beauty creates home interiors from A to Z. First, she offers a comprehensible perspective plan, then a team comprising the best craftspeople. From exceptional gilding to brightness of the rooms, everything is thought out and designed in the smallest detail.

Katinka knows how to enter into the other's soul, which she highlights and enhances throughout the interior design. *“A man who likes smoking cigars in bed wanted his wife beside him. Therefore, I created a four-poster bed with smoke extraction, and the fabric walls of the bedroom were treated”*. She integrates without deflecting from needs, allowing her customers intimate and joyous faithfulness with no surprises.

Because, for Katinka, Dostoyevsky is right, *“beauty saves the world”*.

SUR RENDEZ-VOUS  
joy.de-rohan-chabot@wanadoo.fr





# TALENTS

«Sauf la naissance, tout le reste peut s'acquérir par le talent,  
le savoir, l'intelligence, le génie.»

Dostoïevski



“Except the birth, everything else can be acquired by talent, knowledge, intelligence, genius.”





# « COUTURE SUR MESURE »

**PHELIPPEAU**  
TAPISSIER

Du désir d'entreprendre, s'est concrétisé en 1953 la création de « *Phelippeau Tapissier* ». Fondée par Roger Phelippeau, l'entreprise s'est rapidement spécialisée dans le garnissage de siège et la couture d'ameublement. Dirigée par son fils Jean-Paul pendant près de 30 ans, l'entreprise développe une clientèle de prescripteurs, décorateurs et architectes d'intérieur en France et à l'étranger. Aujourd'hui, Alexandre, son petit-fils, reprend les rênes de l'entreprise familiale. Animé par une volonté d'innovation, il perpétue le savoir-faire traditionnel et contemporain de l'entreprise pour des réalisations neuves ou en restauration.

Situé à Paris dans le XVII<sup>ème</sup> arrondissement, le showroom Phelippeau Tapissier offre un large choix d'étoffes et de sièges. Le bureau d'études réalise chiffrages et dessine les vues en plan ou en 3D. Les sièges sont ensuite imprimés en résine, à l'échelle, avant d'être lancés en fabrication.

Sur 1500 m<sup>2</sup>, les ateliers rassemblent tapissiers et tapissières tous qualifiés et expérimentés. Ils réalisent des ouvrages sur mesure avec attention et intention dans un souci d'exigence qui caractérise l'esprit de la maison.

Depuis plus de 60 ans, Phelippeau Tapissier entretient la tradition du garnissage en crin animal pour la fabrication des sièges. Préconisée principalement pour le mobilier de style, elle participe à la préservation de notre patrimoine. Imprimés, tissés ou gaufrés, soieries, velours ou autres cuirs peuvent être agrémentés de broderies et passementeries de style ou contemporaines pour les décors de fenêtres. La mise en œuvre de ces étoffes, toujours cousues main, ainsi que leurs drapés, viennent habiller les intérieurs les plus chargés comme les plus épurés. Le mariage des matières et des couleurs est conçu au gré des modes et des envies... La tenture murale, appliquée par les « *Villiers* » de l'entreprise, habille les murs des appartements et autres villas aussi bien en France qu'à l'étranger. Avec des finitions invisibles, galonnées ou encore cloutées, ces étoffes réchauffent les intérieurs les plus classiques comme les plus contemporains.

Aux côtés des décorateurs renommés tels que François-Joseph Graf, Luis Laplace, Caroline Sarkozy, Tino Zervudachi, l'entreprise parcourt le monde, adapte ses méthodes, partage son savoir-faire et saisit au travers de chaque rencontre l'opportunité de progresser.

## BESPOKE FABRICS

"Phelippeau Tapissier" was founded by Roger Phelippeau in 1953 out of a desire to build his own company, rapidly specialising in chair padding and furniture textiles. With his son Jean-Paul at the helm for almost 30 years, the firm built a strong client base of purchasing advisors, decorators and interior designers in France and abroad. Roger's grandson, Alexandre, has since taken over the family business. With his flair for innovation, he is working to propagate the traditional and contemporary skills the company is famous for offering new products or restoration work for their clients.

Located in the 17th arrondissement in Paris, the Phelippeau Tapissier showroom offers a wide range of fabrics and chairs. Their design department draws up costing plans and produces both 2D and 3D plans.

The chairs are then printed to scale in resin, before the models are sent for manufacture. The production workshops cover 1500m<sup>2</sup>, housing a team of qualified and experienced upholsterers. They pour the same care and attention into their bespoke products as the generations before them; the men and women who built the spirit and reputation of the company.

Phelippeau Tapissier has carefully maintained the company's traditional animal-hair padding techniques for more than 60 years. This material is used primarily for high-end, prestigious furniture, and in this way the company helps to preserve their artisanal heritage.

Whether printed, woven or embossed; silk, velvet and leather can be embellished with traditional or contemporary embroidery or lacework to dress any window. These hand-sewn fabrics and draperies can be used in any interior, from the ornate to the minimalist. The combinations of different colours and materials are always planned with the client and current trends in mind.



The wall coverings, installed by the company's own "Villier" professionals, decorate apartment and villa walls both in France and abroad. With invisible, tasselled and even nailed finishes, these fabrics offer an incomparable feeling of warmth to any interior space, whether traditional or modern.

The company crosses the globe, working alongside designers such as François-Joseph Graf, Luis Laplace, Caroline Sarkozy and Tino Zervudachi. Wherever they go, they are not afraid to adapt their methods, share their expertise and take every opportunity to grow and develop.

13 rue Labie 75017 Paris  
+33 (0)1 45 74 19 75  
[www.phelippeautapissier.com](http://www.phelippeautapissier.com)





GMT

# MAÇONS MAGICIENS

Il est des métiers méconnus, et pourtant si essentiels à nos intérieurs... Les hommes de la Générale de Maçonnerie Traditionnelle façonnent la matière afin d'édifier l'ossature des projets architecturaux les plus ambitieux. Maçons, marbriers, plâtriers et carreleurs travaillent dans l'ombre, construisent une solide étoffe, qui permettra aux autres corps de métier de s'exprimer pleinement.

GMT est une entreprise familiale, dont la tradition se transmet de père en fils. La troisième génération, incarnée par Julien et Romain Gazzola, ne s'est pas contentée de reprendre l'entreprise, mais elle l'a rachetée, par respect de la famille. Julien le discret et Romain le fougueux transforment les désirs des architectes en une création concrète et originale. Hommes de terrain, ils utilisent aussi leurs formations juridiques et commerciales pour la gestion de l'entreprise. Leurs personnalités très différentes font des deux cousins un duo complémentaire. Tous deux partagent la même notion de plaisir, qu'ils communiquent auprès de leurs compagnons.

Ainsi, première à entrer en scène, l'équipe GMT donne le rythme sur les chantiers. Leur tempo va déterminer la suite des interventions, notamment celles de la plomberie et de l'électricité. Cette rapidité d'exécution se conjugue avec la maîtrise d'un savoir-faire spécifique.

« Faire du millimètre avec du brut, c'est GMT », à l'image de ces lattes de béton qui composent les murs du Grand Restaurant de Jean-François Piège. Chacune d'entre elles a été façonnée dans un moule unique, qui donne au béton l'aspect du bois. Les artisans de GMT sont des magiciens, qui ennoblissent la matière.

Arrondis en brique, têtes et arêtes sont de ces détails qui comptent autant que les gros travaux comme la recréation de murs, la restructuration de façades... Les missions sont parfois lourdes, mais GMT les rend aisées, dans une joyeuse atmosphère. Leur vocation est l'invisibilité de leur intervention.

GMT intervient aussi bien pour des boutiques de luxe aux adresses prestigieuses que pour des projets haut de gamme de particuliers. Collaborant avec les plus grands noms de l'architecture et de la décoration, l'entreprise est reconnue pour son exigence enthousiaste en termes de qualité d'exécution et de respect des délais.

12 rue Jacques Anquetil  
95 140 Garges-Les-Gonesses  
+33 (0)1 30 11 19 69  
[www.entgmt.fr](http://www.entgmt.fr)



## MAGICIANS MASONS

There is unsung professions, yet so essential to our homes... The men of the la Générale de Maçonnerie Traditionnelle shape the material to build the backbone of the most ambitious architectural projects. Bricklayers, masons, plasterers and tilers work in the background, building a solid fabric that will allow other trades to express themselves fully.

GMT is a family company whose tradition is passed from father to son. The third generation embodied by Romain Julien and Gazzola, did not merely take over the business, but bought it, out of respect for the family. Julien the discreet and Romain the impetuous transform desires of architects in a concrete and original creation. Men of action, they also use their legal and business training for company management. The very different personalities of the two cousins are a complementary duo. Both share the same sense of fun, they communicate with their companions.

Thus, first to enter the scene, the GMT team sets the pace on construction sites. Their tempo will determine the sequence of interventions, including plumbing and electricity. This timeliness is combined with the mastery of specific skills.

*"Making millimeter with crude, that is GMT"*, in the image of these concrete slats that make up the walls of the Grand Restaurant of Jean-François Piège. Each was shaped into a single mold, which gives the concrete the appearance of wood. GMT artisans are magicians, who ennoble matter.

Rounded brick heads and bones are those that count as much as the big jobs like the recreation of walls, facades of restructuring... The tasks are sometimes heavy, but GMT makes them easy, in a joyful atmosphere. Their vocation is the invisibility of their intervention.

GMT also works as well for luxury shops with prestigious addresses for upscale individual projects. Working with the greatest names in architecture and decoration, the company is known for its enthusiastic requirement in terms of execution quality and timeliness.



# STYLISTES DU MÉTAL

## LE DANTEC

virtuose  
GROUPEMENT D'ENTREPRISES



Le Dantec est maître dans l'art de la décoration des métaux. Grille, poignée de porte, encadrement de vitrine, ceinture de miroir... Le Dantec est dans les détails, que l'on voit sans voir, au sein d'une boutique de luxe, d'une chambre, d'un palace... Architectes de renom mais aussi particuliers exigeants trouvent ici la qualité et l'attention apportée à chaque réalisation. D'un élément de décoration en série à une cabine de salle de bain sur mesure, Le Dantec travaille l'acier, l'aluminium, le laiton... autant de matières à tailler et styliser que ses artisans savent habiller de plus d'une cinquantaine de décors.

Labellisé Entreprise du Patrimoine Vivant, Le Dantec a la particularité de proposer une offre globale, permettant de répondre aux demandes les plus audacieuses. À partir de l'idée du client, le bureau d'études conçoit le schéma technique, véritable feuille de route pour la fabrication mécanique ou artisanale de la pièce. Le travail du décor commence au moment du polissage, où chaque aspérité, chaque oxydation du métal va être ôtée. La pièce fait peau neuve, fin prête pour l'électrolyse : elle est plongée dans l'un des bains longs de plus de six mètres, qui la recouvrira de plaqué or, plaqué cuivre... Enfin, vient le vernissage, où l'on apporte à la pièce fraîchement sublimée une parfaite finition et protection. Rares sont les ateliers à réunir autant de corps de métiers différents en un même lieu : la poussière cohabite sans encombre avec l'eau.

Spécialisée dans la conception et la décoration de mobilier métallique, l'entreprise perpétue, au fil des générations, son savoir faire d'excellence. Elle est aujourd'hui membre du groupement d'entreprises Virtuose, réunissant les meilleurs spécialistes du bâtiment, de l'habitat et de la décoration.

De son premier cœur de métier pour lutter contre la corrosion de l'acier sur les trains à partir de 1929, Le Dantec a su se réorienter dans les années 80 vers l'industrie du luxe. Une histoire qui évolue avec l'héritage de deux familles à la tête de l'entreprise : la famille Le Dantec, puis la famille Blaise qui a racheté la société. En 2001, Hervé Blaise succède à son père Christian, dans un amour de la transmission et de la volonté d'excellence, en parvenant à compléter l'offre de Le Dantec avec l'ouverture d'un atelier de serrurerie.

« Notre métier, c'est la main » confie Hervé Blaise. Un enchaînement de gestes qui forment, lissent, subliment et protègent chaque pièce. Des mains qui suivent les clients jusqu'au bout du monde pour la pose de leur projet.



## METAL STYLISTS

Le Dantec is master in the art of decorating metals. Grille, door handle, window frame, mirror belt... Le Dantec is in the details, that we see without seeing, in a luxury shop, a bedroom, a palace... Renowned architects but also individuals find here the demanding quality and attention to each project. From a series decorative element to a custom bathroom cabinet, Le Dantec works on steel, aluminum, brass... As many carving materials that craftsmen know how stylize with more than fifty decors.

Labeled Living Heritage Company, Le Dantec has the particularity to propose a global offer, to meet the most audacious claims. From the idea of the customer, the engineering designs technical drawing, real roadmap for mechanical or hand-crafted piece. The work of setting begins at the time of polishing, where every bump, every metal oxidation will be removed. The piece has a new look, ready for electrolysis end: it is immersed in one of the long baths over more than six meters, which will cover it with gold-plated, copper-plated... Finally comes the varnishing, where it brings to the freshly sublimated piece a perfect finish and protection. Few workshops are able to bring together as many different trades in one place: the dust coexist safely with water.

Specialized in the design and decoration of metal furniture, now perpetuated through generations, the company perpetuates its knowledge of excellence. It is now a member of the consortium Virtuôse, the best specialists of the building, housing and decoration.

From its first heart profession to fight against corrosion of steel on trains from 1929, Le Dantec was able to redirect in the 80s to the luxury industry. A story that evolves with the legacy of two families at the company's head: the family Le Dantec, then Blaise family who bought the company. In 2001, Hervé Blaise succeeded his father Christian, within a love of transmission and excellence will, managing to complete the offer in Le Dantec with the opening of a locksmith shop.

*"Our job is hand"* says Hervé Blaise. A sequence of gestures that form, smooth, protect and sublimate every room. Hands that follow customers until the end of the world for the installation of their project.

19, rue du Fer à Cheval Z.I 95200 Sarcelles  
+33 (0) 1 39 92 24 98  
[www.ledantec.fr](http://www.ledantec.fr)



# SAVOIR-FAIRE EXCLUSIF



Remparts de discrétion, objets de confort et d'apparat, les Stores Roussel habillent les plus beaux appartements, hôtels particuliers et monuments parisiens depuis plus de 200 ans. De sa création en 1815 à aujourd'hui, la maison Roussel Stores conjugue sa passion du métier avec l'amour du beau. Rachetée à la fin de la Première Guerre Mondiale par la famille Roussel, l'entreprise en est à la quatrième génération, héritière d'une maîtrise inégalée et bien gardée. Son histoire construite de père en fils, crée un lien évident entre tradition et contemporanéité, métaphore parfaite de sa maîtrise séculaire et de la constante innovation de ses créations sur-mesure. Les grands classiques côtoient une production originale pour équiper les fenêtres et terrasses d'ici ou d'ailleurs, la famille Roussel perpétue un savoir-faire intemporel.

Dirigée par Gilles Roussel, la maison privilégie la valeur humaine aussi bien dans son activité que dans ses rapports clientèle. Soucieux d'une démarche qualitative, Gilles, David Roussel et leur équipe de métreurs se déplacent chez leurs clients pour imaginer les projets à leurs côtés, et nouent avec eux des relations aussi exclusives que les solutions qu'ils leur proposent.

Les techniques d'autrefois réadaptées à notre époque sont orchestrées par Charles, à la tête des nouveaux ateliers aménagés à Carrières-sur-Seine. Il y anime une équipe de serruriers, couturières et poseurs, artisans talentueux transformant les rêves et les plans en réalité. Cette adresse vient compléter l'offre du showroom parisien, boulevard Haussmann.

Roussel Stores embrasse la modernité en combinant les nouvelles technologies, celle de la domotique à des pièces anciennes refaçonnées. Les stores haute-couture trouvent naturellement leurs places dans la maison connectée. Un pont entre technicités du passé et du présent.

Parmi la variété de produits proposés, les bannes à l'ancienne, toujours à projection, sont la signature Roussel. Réalisées à partir d'archives du XIXème siècle, elles séduisent par leur durabilité, leur cinématique et leur esthétique uniques. Les armatures sont faites de matériaux nobles : acier, inox, laiton. Les manœuvres sont désormais motorisées, même si des approches manuelles sont toujours possibles. Le treuil maison « *le Rolfix* » inspiré du monde marin connaît ainsi un réel regain d'intérêt, pour son efficacité et son côté vintage. Les toiles les plus techniques ou les cotons d'antan, s'enroulent et se déroulent, faisant résistance au Soleil. L'ambiance feutrée et la paisible intimité d'un espace rendues grâce aux stores à l'italienne, aux pergolas et autres velums, font que la maison Roussel nous protège dans notre quotidien le plus secret.





### EXCLUSIVE KNOW-HOW

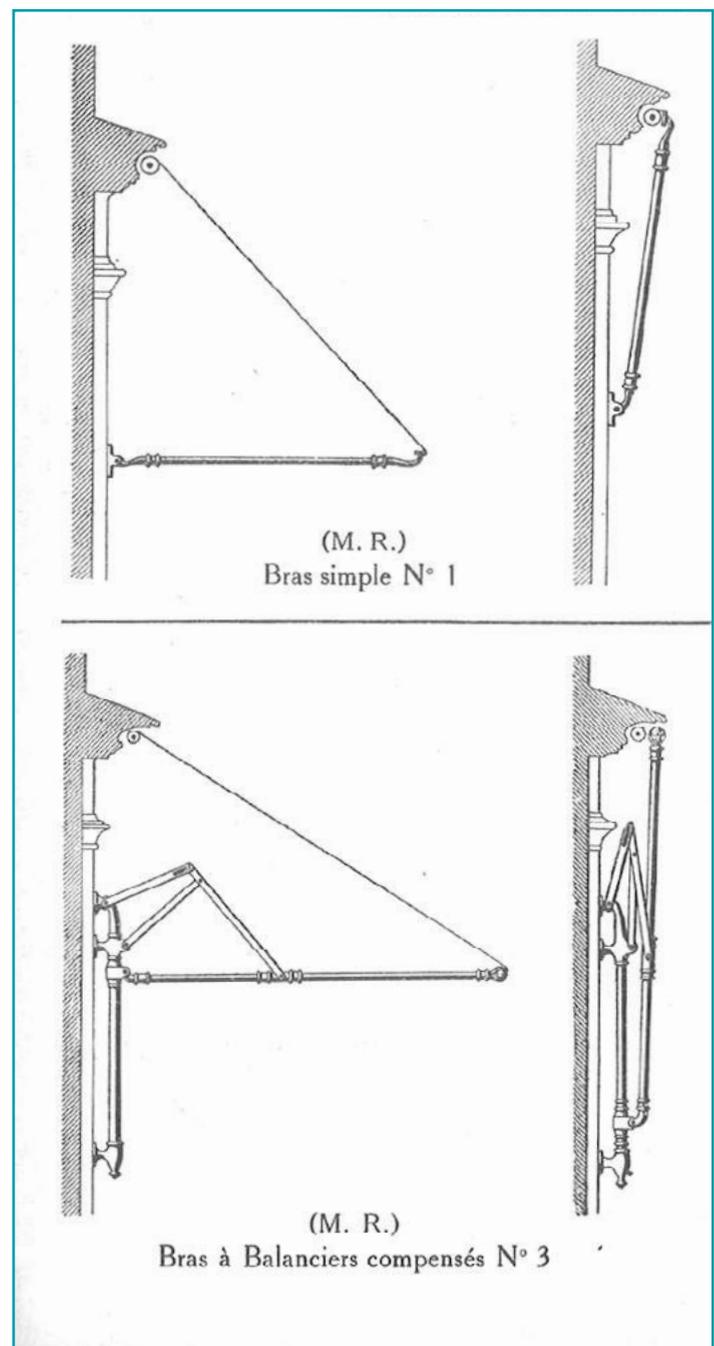
Offering discretion, comfort and elegant luxury, Stores Roussel have been creating blinds and awnings for the most beautiful apartments, houses and monuments in Paris for over two hundred years. Ever since they were founded in 1815, Stores Roussel have artfully combined their passion for their work with a keen eye for beauty. The company was bought by the Roussel family shortly after the First World War and has been handed down from father to son over four generations. This family bond has forged a link between tradition and modernity; it's the perfect metaphor for how they blend ancient techniques with a thirst for innovation to produce their bespoke creations. Classic designs rub shoulders with some more original creations, ensuring that Stores Roussel can offer every window the benefit of their timeless skill and expertise.

With Gilles Roussel currently at the helm, the firm makes people their top priority, in terms of both production and customer relations. Unwavering quality is non-negotiable. Gilles and David Roussel and the measuring team come directly on site to design their projects alongside the client, forming a customer relationship that is just as exclusive as the solutions they provide.

Charles oversees the new workshops in Carrières-sur-Seine, orchestrating his teams as they adapt time-honoured techniques to modern practices. This team includes locksmiths, seamstresses and fitters; all talented craftsmen and -women who can transform dreams and designs into reality. This workshop is the latest addition to the company, supplying their Parisian showroom on Boulevard Haussmann.

Stores Roussel embrace modernity, combining new home automation technology with ancient designs and materials. High-end blinds and awnings fit beautifully into connected homes, building a bridge between the past and the present.

Among the wide variety of products on display, Roussel's signature item is the traditional drop-arm awning. Produced according to 19th century designs, clients love these awnings for their durability, their sleek movement and their striking appearance. The frames are made from high-quality materials: steel, stainless steel or brass. They are fully motorised, but if desired, you can still open and close them by hand. The "Rolfix" winch is inspired by naval technology and is particularly popular, thanks to its ease of use and vintage design. And whether you choose the most advanced technical fabrics or simple, classic cotton, each awning rolls and unrolls with ease to protect you from the sun. And with the soft, muted ambience and peaceful intimacy provided by these shades, pergolas and awnings, you can feel safe from prying eyes.



177 boulevard Haussmann 75008 Paris  
 + 33 (0)1 43 59 33 14  
[www.rousselstores.fr](http://www.rousselstores.fr)





U  
N  
I  
V  
E  
R  
S  
I  
T  
E  
D  
E  
L  
S  
A  
L  
I  
N  
A

« ECONOMIE »

*Economy*



**B U S I N E S S**

«Vous voulez passer le reste de votre vie à vendre de l'eau sucrée,  
ou vous voulez tenter de changer le monde?»  
Steve Jobs



«You want to spend the rest of your life selling sugared water  
or do you want to try to change the world? »



# FAMILY AFFAIR



## ARTHUR ET FRANK-ELIE BENZAQUEN

Ken Group, c'est une histoire de famille. Pierre et Mireille Benzaquen ont créé le Ken Club au milieu des années 80 et rapidement le hissent au sommet des lieux iconiques parisiens. En 2000, les enfants, Arthur et Frank-Elie, respectivement directeur artistique et polytechnicien, décident de reprendre l'affaire familiale. Après une remise en beauté globale et totale, le lieu réouvre et attire une clientèle prescriptrice et désireuse de se faire du bien dans un cadre privilégié.

Le succès immédiat et incontestable du concept donne envie aux deux frères de créer un nouveau projet. Si Arthur fonctionne instinctivement en fonction « *des lois de l'attraction* », Frank-Elie lui, est soumis « *à la loi de la gravité* » et calcule les risques. Cette association complémentaire permet la création de lieux très rentables à l'ADN très fort. Le Klay ouvre en 2009, et la liste d'attente ne cesse de croître depuis.

La politique insufflée par la patrie au sein de Ken Group, c'est tout d'abord le caractère disruptif des clubs, qui misent tout sur l'architecture, un service haut de gamme propre à l'hôtellerie de luxe et sa clientèle. Tout cela au sein d'emplacements exceptionnels baignés de lumière du jour, et sans structure commerciale. La force du Ken Club et du Klay réside sur la fidélisation de ses membres... Les clubs atteignent 90% de taux de renouvellement.

Le Ken c'est une fermeture à 1000 membres, et une liste d'attente de 4 mois; Le Klay pour sa part ferme à 2500 membres, avec une liste d'attente de 9 mois. Selon Arthur, « *fidéliser est plus gratifiant que recruter, et finalement bien plus pérennisant* ».

Cette règle vaut pour les équipes. Au sein de Ken Group on peut imaginer un plan de carrière. Certains travaillent avec la famille depuis plus de vingt ans... Ils ont débuté à l'accueil et sont depuis devenus directeurs. Investir les équipes au projet global, c'est offrir une meilleure qualité de services aux clients.

Arthur et Frank-Elie Benzaquen ont créé un concept de clubs de sports proposant de la performance, du bien-être, de la restauration, de la coiffure, de l'événementiel... Chacun avec son identité, dont les thèmes varient en fonction du lieu. Ils s'adaptent à l'architecture et au quartier pour créer de véritables lieux de vie.

Une histoire d'amour, en somme.

Ken Group is a family affair. Pierre and Mireille Benzaquen created the Ken Club in the mid-80s and quickly hoisted at the top of the iconic Parisian scene. In 2000, their children, Arthur and Frank-Elie, respectively artistic director and polytechnician, decided to take over the family business. After a global and total beauty restoration, the place opens and attracts a prescriptive clientele and customers wishing to do good in a privileged setting.

The immediate and undeniable success of the concept makes the brothers want to create a new project. If Arthur instinctively works based "*laws of attraction*", Frank-Elie is subject to "*the law of gravity*" and calculates risks. This complementary combination allows the creation of highly profitable places very strong DNA. The Klay opens in 2009, and the waiting list keeps growing since.

The policy blown by the siblings in Ken Group, it is to begin with first the disruptive nature of the clubs, who bet everything on architecture, clean high quality service of a luxury hotel and its clientele. All this in exceptional locations bathed in daylight, and no commercial structure. The strength of the Ken Club and Klay resides on the loyalty of its members... The clubs reached 90% of turnover.

Ken is a closure to 1000 members, and a 4-month waiting list; Klay to his farm from 2500 members, with a waiting list of 9 months. According to Arthur, "*loyalty is more rewarding than recruiting, and ultimately more perpetuating*".

This applies to the teams. Within Ken Group one can imagine a career plan. Some have been working with the family for over twenty years... They began at reception and have since become directors. Investing teams to the overall project is offering a better quality of service to clients.

Arthur and Frank-Elie Benzaquen created a concept of sports clubs offering the performance, wellness, catering, hairdressing, events... Each with its identity, the themes vary from one place to another. They adapt to the architecture and the district to create real living.

A love story, really.

[www.kenclub.com](http://www.kenclub.com)  
[www.klay.fr](http://www.klay.fr)





# arjowiggins

## Christophe Balaresque\*

# 2

HUMAN  
HUMAN

\* LUXURY BRANDS  
& MARKETING  
DIRECTOR

### NOTRE ÉPOQUE DÉMATÉRIALISÉE CONNAIT UN CONTRE-COURANT, LE RETOUR À LA MATIÈRE... LE PAPIER EST-IL UN ÉLÉMENT INCONTOURNABLE DE CETTE TENDANCE ?

Oui, c'est évident. De nos jours, nous courons après le temps... Il y a une sorte d'omerta de l'impersonnel. Afin de signifier aux gens qui comptent notre intérêt, les moyens d'expression les plus simples sont souvent les meilleurs. Une lettre manuscrite est bien plus valorisante qu'un like. Dans un monde qui bouge vite il faut prendre du temps pour l'autre.

### COMMENT RECONNAÎTRE UN BEAU PAPIER ?

Par le toucher. Une première rencontre est toujours un peu tactile. Dans l'univers du papier, la main reste le meilleur juge de la qualité d'un produit. De la fabrication au contrôle, aux designers qui le découvrent au contact de leurs doigts.

### D'OÙ VOS RÉCENTS POP UP EXHIBITIONS EXPOSANT VOS MULTIPLES GAMMES ?

Oui, nous avons organisé des expositions dans les 6 plus grandes villes européennes. Le papier c'est le prestige, la personnalisation, le plaisir. Le papier c'est moderne.

### LE PAPER BOOK EST LA PALETTE DU DESIGNER ?

En quelque sorte. Le papier faisant naturellement appel aux sens, nous avons créé le Paper Book, afin de mettre ensemble et dans un seul livre la totalité d'une offre qui doit être découverte uniquement par l'émotion.

### ALLER À L'ESSENTIEL, EST-CE VOTRE LEITMOTIV ?

Effectivement. Il y a le B2B et le B2C mais surtout le H2H (Human to Human). Nos interlocuteurs sont des êtres dotés d'intelligence et de sensibilité. Nous leur offrons un langage commun à travers un graphisme minimaliste. Le plus compliqué c'est de faire simple et quand c'est simple c'est toujours compliqué...

### POURQUOI AVOIR CHANGÉ DE LOGO ?

Le nouveau logo Arjowiggins est un départ inédit, cherchant à s'inscrire dans une vision à long terme. L'évolution, bien que graphique, est celle d'une vision contemporaine et futuriste. Pour atteindre les designers, nous sommes allés à leur rencontre. Grâce à cette action, le papier devient un objet novateur dont ils retombent amoureux.



#### OUR DEMATERIALIZED AGE IS EXPERIENCING A COUNTER-CURRENT, A RETURN TO THE MATERIAL... IS PAPER A KEY COMPONENT OF THIS TREND?

Yes, obviously. We're constantly chasing the clock these days... There's a sort of code of silence surrounding the impersonal. To show people that we care, the simplest means of expression are often the best. A hand-written letter is more gratifying than a "like". In a fast-moving world we need to take time for other people.

#### HOW DO YOU RECOGNISE A GOOD PAPER?

By touch. A first encounter is always rather tactile. In the paper industry, the hand is the best judge of the quality of a product. From production to inspection and the designers who discover it on contact with their fingers.

#### HENCE YOUR RECENT POP UP EXHIBITIONS TO SHOW OFF YOUR MANY RANGES?

Yes, we organised exhibitions in Europe's 6 largest cities. Paper is about prestige, personalisation and pleasure. Paper is modern.

#### IS THE PAPER BOOK THE DESIGNER'S PALETTE?

In a way. As paper naturally appeals to the senses, we have created the Paper Book to place the whole of our offer together in a single book that may be explored only through sensations.

#### IS IT YOUR LEITMOTIV TO GET DOWN TO THE ESSENTIALS?

Yes indeed. There's B2B and B2C but there's also H2H (Human to Human). Our contacts are intelligent, sensitive people. We offer them a common language by using minimalist graphics. The most complicated thing is to do things simply and when it's simple, it's always complicated...

#### WHY HAVE YOU CHANGED YOUR LOGO?

The new Arjowiggins logo is an unusual departure that seeks to be part of a long-term vision. The change in the graphics is that of a contemporary and futuristic vision.

To reach the designers, we went out to meet them. The result is that paper has become an innovative object with which they have fallen in love again.





# BUSINESS IS HUMAN

Palais Royal Traiteur, c'est une équipe d'experts, encadrée par deux personnalités bien ancrées et très complices, François Barber, le directeur général, et Romain Petit, directeur du développement commercial. François est un spécialiste de la finance arrivé par hasard (s'il existe) dans le monde de la restauration de luxe, dont il a sauvé quelques maisons au bord du gouffre; et Romain est tombé petit dans la potion magique du festival de Cannes... Qui l'emmènera vers l'orchestration du lancement d'un grand alcoolier, puis en autres, d'un traiteur.

Pour ces deux acolytes, une entreprise qui fonctionne tourne autour de l'Humain. Le chiffre est un impératif incontournable pour toute société, mais ce sont les gens qui produisent. Le plaisir dans l'entreprise c'est 8 heures par jour... Cela fait partie du plaisir de vivre.

Le travail ne doit pas être une punition, mais un moyen important de s'accomplir dans sa propre vie. Un bon manager est au service de son équipe: il montre les objectifs et les explique. On ne produit jamais autant que lorsque l'on se sent bien, et responsabilisé, participant de manière active au projet global. Au 21ème siècle, l'individualité pousse à l'affirmation de soi. Les entreprises qui réussiront demain sont celles qui remettent l'humain au centre aujourd'hui. L'épanouissement personnel est très important... Il permet la création de valeur dans l'entreprise.

La confiance n'exclut pas le contrôle, qui s'acquiert avec le temps. Il faut respecter les personnes en soulignant leur erreurs : *« Dire quand on n'est pas content c'est un devoir »*. Développer le mécanisme d'empathie permet de mieux comprendre la situation d'autrui, en créant une relation de confiance. En vente, ce mécanisme est primordial. S'ouvrir à l'autre permet de répondre à ses besoins avant qu'il ne les ait formulés. La mise au centre de l'humanité permet la construction d'une offre dynamique, autant pour l'employé que le client.



Pour François Barber, le but n'est pas de dépasser les grands traiteurs, mais de développer des concepts annexes, via un nouvel équilibre et de nouvelles équipes. Palais Royal est une société qui est née d'une bonne idée : la reprise du garage de la rue de Valois, transformé en la première salle de réception éco responsable... Une salle autonome en intégralité, qui devint une force de persuasion en terme de financement, poussant l'actionnaire principal à racheter. Le nom derrière le Palais Royal ? Les dîners d'Eloïse, qui fut la première marque de chefs à domicile. Palais Royal Traiteur est le seul du marché à avoir augmenté son chiffre de 20 % de plus en un an.

*«Remettre le sourire donc la compétence».*



## BUSINESS IS HUMAN

Palais Royal Traiteur brings together a team of experts under the leadership of a strong, close-knit duo. François Barber is the managing director while Romain Petit is the director for retail development. François is a finance specialist, falling almost by accident into the world of fine dining and saving more than one establishment from financial collapse. Romain fell in love with the industry at the Cannes festival, leading him to launch a spirits company then, among other ventures, a catering firm.

For these two acolytes, a company that works has to put people first. Numbers are of course crucial for any business, but it's the people that put the work in.

Taking pleasure from your work means working no more than eight hours a day. It's got to be an enjoyable part of your life; not a punishment, but an important way of making your own life a success. A good manager is always there for their team, showing and describing the objectives. People work best and are most productive when they feel good and feel like an active, responsible partner in the overall project.

In the 21st century, individuality is all about self-affirmation. The companies that are going to succeed tomorrow are those that value their people today. Personal fulfilment is extremely important. It enables the business to create value. But giving trust does not mean abandoning control – it's something that has to be built up over time. You have to respect

people, and tell them when they make a mistake: *"It's your duty to tell people when you're not happy"*. By developing a real sense of empathy, you can better understand other people's situations and create a relationship of trust. In retail, this is crucial. When you open up to someone else, you can meet their needs before they even say a word. By putting people first, you can become dynamic and benefit both your employees and your customers.

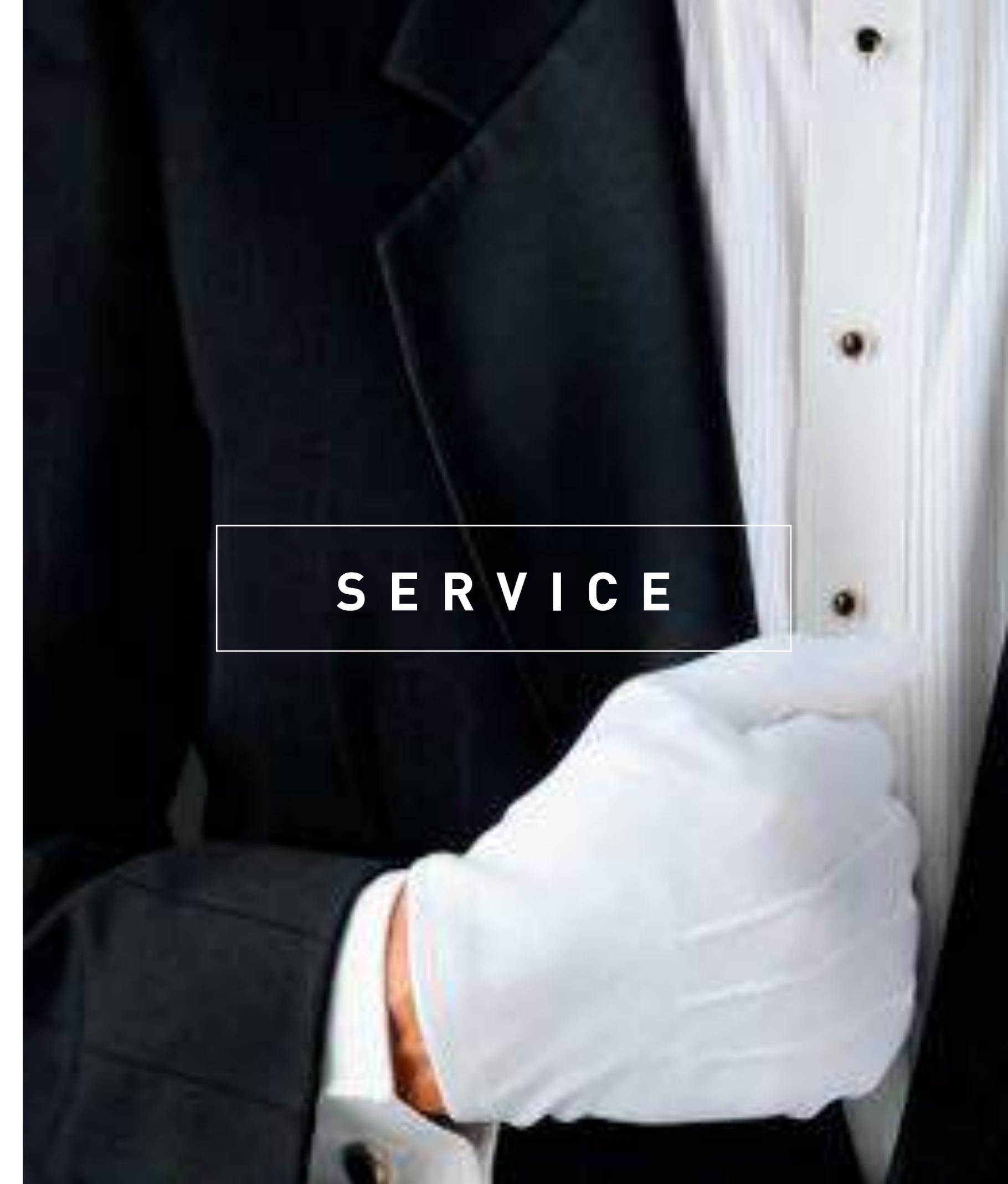
For François Barber, the goal is not to overtake the big names in catering but to develop parallel concepts, striking a new balance and taking on new teams.

Palais Royal is a company which started out simply as a good idea: taking over a garage on the Rue de Valois and turning it into the country's first environmentally responsible reception hall. This would be a fully independent hall and a powerful tool to attract investment, leading the primary shareholder to buy the company. So who's behind the Palais Royal? *"Les Dîners d'Eloïse"*, the very first company providing personal chefs. Palais Royal Traiteur is the only company of its kind in the market to increase its turnover by 20% in one year.

*"Because when you're happy, you work so much better"*.

[www.palaisroyal-traiteur.paris](http://www.palaisroyal-traiteur.paris)





**S E R V I C E**

«Quand on rend service aux honnêtes gens, on s'en trouve toujours bien.»  
Plaute



«When one serves honest people, one always feels good.»



A photograph of a man and a woman sitting at a table on a private jet. The woman is holding a glass of red wine and looking towards the man. The table is set with a white tablecloth, a basket of bread, a plate of food including grapes and cheese, and several glasses. The background shows the interior of the aircraft with oval windows.

luxaviation<sup>CMI</sup> ✕

# VOYAGE DE HAUT VOL

Aujourd'hui présent sur les 5 continents au travers de ses 1500 employés, Luxaviation, 2<sup>ème</sup> groupe mondial d'aviation d'affaires, tient ses racines européennes et plus particulièrement françaises ancrées au cœur de son service.

Depuis le Terminal Luxaviation de l'aéroport de Paris Le Bourget, aéroport dédié aux jets privés, le passager retrouve la rapidité et la fluidité de l'embarquement de l'âge d'or de l'aviation française. Il est ainsi débarrassé de tous les affres de l'aviation moderne que sont les correspondances, files d'attentes, contrôle de sécurité, perte de bagages... De cette époque où seuls quelques privilégiés partaient eux-aussi du Bourget vers les quatre coins du monde, Luxaviation a su également conserver le savoir-faire qui fit la renommée du service à la française : les arts de la table, la gastronomie française, les uniformes des hôtes inspirés des tenues dessinées par les plus grands couturiers français des années 50... Tout transporte le voyageur dans un univers hors du temps.

Si les passagers de Luxaviation traversent le monde comme dans un rêve échappé du passé, ils le traversent néanmoins à bord d'appareils de dernière génération. A majorité française, ils sont conçus dans l'unique but d'apporter un confort absolu : notamment équipés des systèmes de sécurité les plus évolués, et d'équipements de communication incluant pour la plupart téléphone et wifi, ils volent 2 fois plus haut et plus vite que leurs ancêtres. Ils offrent ainsi de bien meilleures conditions de vol, moins de turbulence, et rapprochent les mégapoles du monde.

Fort de plus de 150 avions disponibles à la location dans le monde, Luxaviation fait voler haut les couleurs de l'hospitalité à la française : digne représentant d'une aviation de rêve, alliage d'un service de tradition et d'une technologie d'avant-garde, elle offre une expérience unique... L'aviation telle qu'elle devrait toujours l'être.



## TAKING TO THE SKIES: A QUINTESENTIALLY FRENCH ART FORM

Now active on five continents with a staff of 1500 employees, Luxaviation is the second largest business airline group in the world. Their roots are embedded in the proud tradition of European, and in particular French aviation.

Passengers embark at the Luxaviation Terminal at Paris Le Bourget, an airport exclusively used for private jets, and experience a speed and fluidity of boarding that hasn't been seen since the golden age of French aviation. Gone are the hassles and stress of modern air transport; the passenger is whisked through with no need for changes, queues, security checks or lost luggage concerns. Only the privileged few have the honour of taking off from Le Bourget these days, and Luxaviation has made it a priority to maintain the service and expertise that French airlines were once renowned for: elegant tableware, fine French dining, air hostess uniforms inspired by the outfits designed by the greatest French designers in the 1950's... Everything is designed to transport the traveller back to that golden age.

And while Luxaviation passengers may travel the world in all the luxury of those glory days, the aircraft themselves are next-generation. Mostly French-built, these are designed with the sole aim of providing maximum comfort and are fitted with the most advanced safety features and communications equipment, with most planes offering both telephone and Wi-Fi. They fly at twice the speed and double the altitude of their predecessors, ensuring less turbulence and swift access to the world's greatest cities.

With more than 150 planes available to charter around the world, Luxaviation is proud to fly the flag for French hospitality. So step on board and enjoy aviation unlike anything you've ever experienced, with a blend of traditional service and avant-garde technology. This is aviation as it once was, and as it should always be.

Aéroport de Paris- Le Bourget  
3 rue de Londres, F 93350 Le Bourget, CS 5049  
+33 (0)1 48 35 90 90  
[www.luxaviation.com](http://www.luxaviation.com)





# LA SIGNATURE DU SERVICE



# HAUT DE GAMME

Patrick Viator, Président Directeur Général d'O&P Concierge a débuté son parcours, il y a un peu plus de vingt ans dans l'hôtellerie de luxe. De bagagiste à concierge puis chauffeur privé, il a gravi les échelons jusqu'à créer sa propre société en 2011. Le service de conciergerie de luxe proposé à une clientèle d'affaire et de loisirs révèle une qualité de services inégalable. Ses maîtres mots sont simples : proposer et répondre aux besoins de la clientèle à travers une palette de services personnalisables à l'infini.

L'essentiel de l'activité d'O&P Concierge a pour vocation d'offrir une qualité de services et un savoir-faire à la française. De la mise à disposition d'un véhicule avec chauffeur à la création de voyages sur-mesure, en passant par les réservations des plus prestigieuses tables gastronomiques ou encore vivre l'un des plus grands événements sportifs en loge présidentielle, voici une infime partie des services orchestrés par O&P Concierge.

Parce que le service à la française commence dès la descente de l'avion (zone sous douane), la filiale O&P Limousine vous propose un accueil VIP à l'aéroport permettant ainsi d'optimiser son temps en évitant les files d'attentes grâce à un accès prioritaire aux contrôles.

Exigeant par nature, Patrick Viator impose que la rigueur soit de mise. Les chauffeurs sont scrupuleusement sélectionnés pour leur sens de la discrétion, la courtoisie mais également une capacité à s'adapter à toutes épreuves afin d'offrir un service personnalisé et mémorable à la clientèle.

A bord d'une flotte de véhicules de luxe, les clients sont invités à profiter d'un éventail de services leur permettant ainsi de travailler ou de se divertir durant les trajets. Que ce soit pour un transfert, une mise à disposition ou encore des trajets longues distances, l'exigence et le service sont les mêmes.

Conscient par son parcours en hôtellerie de luxe des problématiques rencontrées par les concierges et les chargés de réservation, Patrick Viator souhaite révolutionner dans un avenir proche la conciergerie de luxe. Il travaille déjà sur le projet afin de faciliter les exigences de la clientèle en automatisant les demandes par le biais d'un système révolutionnaire.

O&P Concierge propose l'ensemble de ses services au sein d'une application haut de gamme, unique sur le marché. L'idée est d'être le relais afin de trouver le meilleur compromis entre la qualité des partenaires et l'exigence de la clientèle.

## PREMIUM SIGNATURE

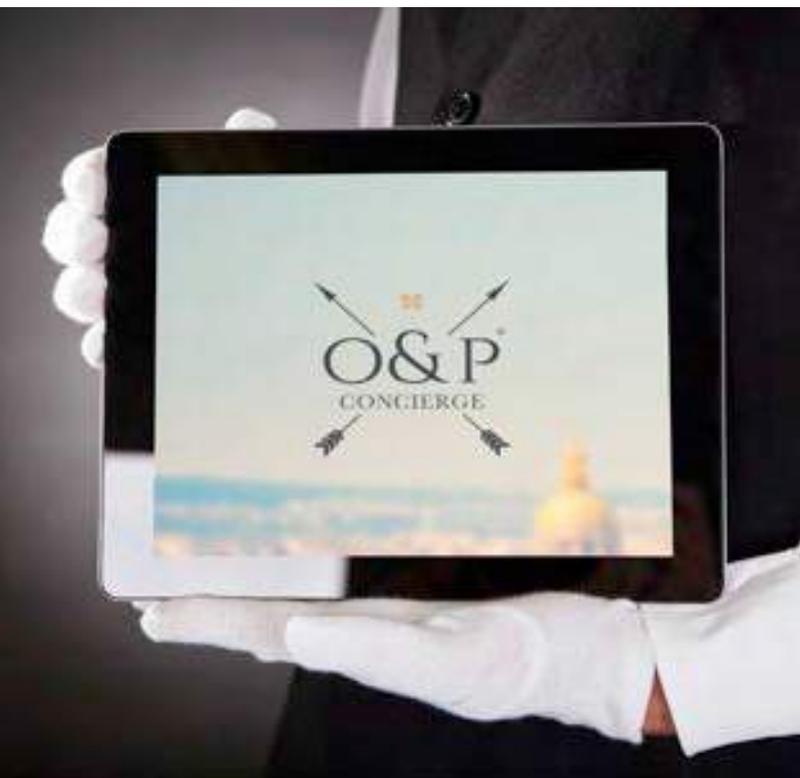
Patrick Viator, CEO of O & P Concierge began his career there is a little more than twenty years ago in the luxury hotels sector. From porter to concierge and private driver, he rose through the ranks to create his own company in 2011. The luxury concierge service offered to a business and leisure clientele reveals a unmatched quality of services. His watchwords are simple: offer and meet customer needs across an endless range of customizable services.

Most of the activity of O & P Concierge aims to provide quality services and the french "*savoir-faire*" : from the provisioning of a vehicle with driver to the creation of customized trips, through reservations of tables at the most prestigious gourmet restaurants or living one of the biggest sporting events in the presidential box. Because the French service begins at the descent of the plane (customs area), the subsidiary O & P Limousine offers a VIP welcome at the airport avoiding the queues through priority access to controls, to optimize time.

Demanding by nature, Patrick Viator imposes appropriate discipline. Chauffeurs are carefully selected for their sense of discretion, courtesy, but also an ability to adapt to all tests to provide personalized service and memorable to the customer. Aboard a luxury vehicle fleet, guests are invited to enjoy a range of services allowing them to work or be entertained during the journey. Whether to transfer, provision or long distance trips, the requirement and service are the same.

Aware through his path in the luxury hotel sector of the issues encountered by janitors and reponsibles of booking, Patrick Viator wants to revolutionize in the near future the luxury concierge sector. He is already working on a project to facilitate customer demands by automating applications through a revolutionary system.

O&P Concierge offers all its services in a high-end application, unique on the market.



O&P CONCIERGE - Open Mind by Patrick  
102 avenue des Champs Elysées 75008 PARIS  
+33 (0)6 99 71 60 62  
[www.oandpconcierge.com](http://www.oandpconcierge.com)





U  
O  
M  
A  
S  
O

« LUXURIANCE »



C O U T U R E

«Le plus beau vêtement qui puisse habiller une femme,  
ce sont les bras de l'homme qu'elle aime.»

Yves Saint Laurent



“The most beautiful garment that can dress a woman  
are the arms of the man she loves.”





# LE PARI(S) DE JEAN-PAUL

## • PORTRAIT CHINOIS CHINESE PORTRAIT

### **Votre qualité ?**

Enfant j'ai beaucoup menti pour me rendre intéressant. J'inventais beaucoup de choses mais dès que j'ai commencé à travailler dans la mode, mon rêve est devenu réalité et je me suis dit que je n'avais plus le droit de mentir. Etre honnête avec moi-même c'est ce qui me tient le plus à cœur.

### **Votre matière ?**

La haute couture et tout ce qui va avec.

### **Un artiste ?**

La photographie me touche beaucoup, je dirais quelques grands noms comme Erwin Blumenfeld, Avedon, Pierre et Gilles, Peter Lindbergh.

### **Votre combat ?**

Mon combat contre le SIDA est malheureusement toujours d'actualité.

### **Votre péché ?**

Plutôt péché mignon car j'adore tout ce qui est sucré.

### **Votre leitmotiv ?**

Il faut vivre avec passion et avoir de la passion pour tout ce qu'on fait.

### **Votre inspiration parisienne ?**

C'est ma ville, tout m'inspire de la Tour Eiffel jusqu'à Barbès, on la retrouve toujours dans mes collections.

### **Le plus beau compliment ?**

Quand je vois mes vêtements portés dans la rue.

### **Votre luxe ?**

Avoir du temps pour soi et faire le métier que j'aime.

### **Votre époque incontournable ?**

Maintenant.

### **Votre monument parisien ?**

Le Grand Rex. Petit, j'y allais pour la féerie des eaux, c'est un lieu magique.

### **Votre livre préféré ?**

Les biographies.

### **Que direz vous à Dieu en arrivant au paradis ?**

Rien. Je crois en Dieu quand ça m'arrange !

### **Et si c'était l'Enfer ?**

Il est sûrement plus chaud que le Paradis.

### **Et pour finir, votre Paris couture ?**

C'est une Parisienne qui n'est pas nécessairement née à Paris. Dita von Teese est une vraie Parisienne même si elle vient des Etats-Unis. C'est une question d'attitude.

### **What's your best quality?**

As a child, I often lied to make myself seem more interesting. I was terrible with the truth, but as soon as I started to work in fashion I realised that my dream had come true – so I decided that I no longer had the right to lie. What really matters to me is being honest with myself.

### **What's your medium?**

Haute couture, and everything that comes with it.

### **Favourite artist?**

I find photography very powerful, so I'd say some of the biggest names, like Erwin Blumenfeld, Avedon, Pierre and Gilles, Peter Lindbergh.

### **Your fight?**

My battle with AIDS is, unfortunately, still very much ongoing.

### **Your sin?**

It's not a deadly sin, I know, but I have a very sweet tooth.

### **Your leitmotiv?**

Live passionately and be passionate about everything you do.

### **Your Parisian inspiration?**

This is my city – everything inspires me, from the Eiffel Tower to Barbès. You can see it everywhere in my collections.

### **The best compliment for you?**

When I see my clothes being worn in the street.

### **Your biggest luxury?**

Having time for myself and doing a job that I love.

### **Your favourite period in history?**

Right now.

### **Your favourite Parisian monument?**

The Grand Rex cinema. I used to go there for the "Féerie des Eaux" water show. It's a magical place.

### **Your favourite book?**

Biographies.

### **What would you say to God if you got into heaven?**

Nothing. I only believe in God when I have to!

### **And hell?**

At least it's hotter than heaven.

### **Lastly, who embodies Parisian style?**

She's a Parisian, but not necessarily born in Paris. Dita von Teese is a real Parisian, even though she lives in the USA. It's all about the attitude.

325 rue Saint-Martin 75003 Paris  
+33 (0)1 72 75 83 00  
www.jeanpaulgaultier.com



# JULIE DE LIBRAN

# NOUVEAU

# CHIC

Julie de Libran est une voyageuse, qui, au fil de ses enracinements et déracinements successifs, garde dans ses bagages sa passion pour la mode. Née dans le Sud de la France, elle s'installe en Californie avec sa famille jusqu'à la fin des années 80. Elle développe très jeune son intérêt pour la mode. A l'adolescence, s'inspirant de la garde robe maternelle, elle dessine déjà des modèles qu'elle fait réaliser par des couturières.

Poussée par son père, elle part en Italie suivre un prestigieux cursus à l'institut Marangoni de Milan où elle étudie le design et le patronage, puis elle apprend le drapage à Paris au sein de l'Ecole de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne.

Elle fait ses armes au sein de grandes maisons de luxe en Italie et revient en France en 2003 à la tête du premier studio parisien d'une célèbre marque de prêt-à-porter.

Elle est ensuite la Directrice Créative du prêt-à-porter féminin et Directrice de Studio d'une grande maison de luxe française. Julie de Libran travaille étroitement avec son designer sur les créations du prêt à porter et des accessoires, ainsi que sur les campagnes de publicité et les défilés. Celui-ci lui insuffle le goût du détail, de l'art sur-mesure avec lesquels ils dessinent conjointement jacquards et soies et imaginent la mise en scène des défilés.

2014 est une année charnière : elle crée sa propre marque couture éponyme et est nommée à la tête de la Direction Artistique de la Maison Sonia Rykiel, à la fois « *symbole du glamour nonchalant et de la féminité ultime* ».

Femme libre, Julie de Libran réinvente les codes des maisons pour lesquelles elle dessine ses collections. Les rayures chez Sonia Rykiel en sont l'exemple même. Elles sont « *joyeuses, modernes, transgénérationnelles et très françaises* ». Elle mêle les styles, du chic germanopratin à l'easywear californien, inspirés des instantanés de sa vie.

Elle fait appel à des artistes de tous horizons pour écrire une histoire créative différente. L'éditeur Thomas Lenthal et l'artiste André pour la métamorphose de la boutique de Saint Germain en bibliothèque remplie de livres, Maggie Cardelus pour une collection de prêt à porter... A chaque saison, Julie de Libran fait voyager la parisienne de surprise en surprise.

## NEW CHIC

Julie de Libran is a traveler, who, throughout successive down roots and uprooting, keeps in her luggage her passion for fashion. Born in the South of France, she moved to California with her family until the late 80. She develops very early interest in fashion. As a teenager, inspired by her mother's wardrobe, she already draws models, fulfilled by seamstresses. Driven by her father, she goes to Italy to follow a prestigious curriculum where she studies design and patronage, then learns the layup in Paris at the School of "Chambre Syndicale de la Couture Parisienne". She earns her straps in large luxury homes in Italy and returns to France in 2003, to head the first Parisian studio of a great Italian ready-to-wear brand .

Then creative director of ready-to-wear and studio of a trademark jewels of French heritage alive, Julie de Libran works closely with the designer, who breathes attention to detail and bespoke art, with which they draw together jacquards and silks and fancy staging parades.

2014 is a pivotal year: she creates her own eponymous fashion brand and is appointed head of the Artistic Direction of the house Sonia Rykiel, both "symbol of nonchalant glamor and ultimate femininity."

Free woman, Julie de Libran reinvents the codes of the houses for which she designs collections. The stripes at Sonia Rykiel are a good example. They are "happy, modern, generational and very French". She mixes styles, from the chic of Germain des Prés to then California easywear, inspired from snapshots of her life.

She appeals to all types of artists to write a different creative story... The editor Thomas Lenthal and André for the metamorphosis of Saint Germain boutique in a library filled with books, Maggie Cardelus for a collection of ready to wear... Every season, Julie de Libran makes the parisian woman travel from one surprise to another.

SONIA RYKIEL

175 boulevard Saint Germain 75006 Paris

+33 (0)1 49 54 60 00

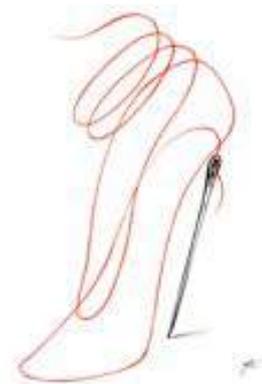
[www.soniarykiel.com](http://www.soniarykiel.com)





# UNE ODE AU GESTE

ANTOINE  
KRUK



## AN ODE TO MOVEMENT

Ecouter Antoine Kruk raconter son amour pour le trait, c'est comme écrire une ode à la beauté du geste.

Français et japonais, il a su faire sien le raffinement de ces deux cultures ancestrales, pour le réinterpréter au temps contemporain. Il est d'ailleurs, il le dit lui-même, « *très attaché à l'air du temps* ». Depuis tout petit, il dessine, découpe, crée des formes, des images... Faisant preuve d'une certaine maîtrise de styles différents et complémentaires, l'illustrateur regroupe les choses qu'il aime, sans frontière, avec une indiscutable qualité graphique.

Pas un designer, mais un créateur. Cherchant à se trouver lui-même à travers le médium qu'il utilise, parfois multiple. L'artiste aime rire de l'absurdité du monde, qu'il transforme, pour la renvoyer aux gens par l'humour, leur offrant un autre miroir. Son dessin insolent n'a rien de politique, il souligne, s'amuse, se joue des règles, cherche la synthèse idéale...

Autodidacte, Antoine débute chez un grand créateur féru de corsets et de cuir, qui le repère lors d'un concours de mode, et dont il devient le bras droit, pendant les 7 années qui suivent... Pourtant, le dessin de mode ne lui suffit pas, il est un outil, seulement une esquisse du produit final. Alors Antoine voyage, tente ailleurs, revient nourrit d'expériences. Il fait une année en auditeur libre aux Beaux Arts, avec son ami Ali Mahdavi, alors jeune photographe, à qui il sert de cobaye. Il apprend le nu, la forme des objets, d'une chaussure, il apprend la justesse. Il va au bout de son trait. Richesse. Sa vingtaine passée, qu'il a vécu laborieuse, lui donne envie de vivre une seconde jeunesse, d'un retour à la nonchalance adolescente.

Au sein des deux livres « d'impressions » qu'il a créés sur le Japon, « *Shibuya Soul* » et « *Look at me Tokyo* », on retrouve ses silhouettes sinueuses, images étayées des personnalités des jeunes citadins du pays, de sa rue, ses âmes, ses looks. Un regard inédit préfacé par un grand couturier franco-japonais.

Au Crazy Horse, étape mère de son troisième livre, il contrecarre les principes du costume de scène, crée des vases communicants entre le dessin, le costume et la mode... Puis il écrit son troisième livre, expositions à venir.

« *Je ne pousse pas la mode mais elle me revient de temps en temps* ».

Antoine Kruk n'est pas que le fruit de deux identités, mais de racines étalées, entre l'Est, l'Occident, et l'Asie. Une sorte d'enfant du monde. Cet élément indissociable de sa personnalité se lit au sein de son travail... Il adore se définir de nulle part et de partout, mais il est avant tout parisien. Des dessins à la direction artistique, Antoine est le designer de vos envies sur mesure.

Listening to Antoine Kruk talk about his love of lines and movement, it's like he's writing an ode to the beauty of motion. Half French and half Japanese, he has been able to harness the refinement that is part of both cultures and reinterpret it for the modern age. He is, as he freely admits, "*very attached to fashion and the times*". From a very young age, he has been drawing, cutting and creating shapes and images. Showing a certain dexterity with different and complementary styles, this illustrator boundlessly and skillfully combines all of his favourite things on the page.

He is not a designer, but a creator. He searches for his inner essence through the tools and media he uses. As an artist, he loves to laugh at the absurdity of the world, wittily transforming it before returning it to the viewer as a mirror in which to see themselves. His impertinent drawings are not political; they are designed to highlight, have fun and play with the rules, striking the perfect balance.

Antoine was self-taught, and launched his career when a prestigious designer (with a passion for corsets and leather) spotted him during a fashion show. Over the next seven years, he became his right hand man. But fashion design wasn't enough. It was just a tool, merely a sketch of the finished product. So he left, went traveling and came back full of new experiences. He spent a year dropping into lectures at the Beaux-Arts academy and played the role of guinea pig for his friend Ali Mahdavi, then a young photographer. He learned about nudes, the shape of objects, shoes, and worked to improve his precision. He lived through his drawings, accumulating a wealth of skill and experience. His twentieth birthday came and went, instilling a yearning for the nonchalance of his adolescent years.

In his two books focusing on his Japanese "*impressions*" ("*Shibuya Soul*" and "*Look at me Tokyo*"), you can instantly recognise his long, lithe figures. These were inspired by the personalities of the young people in Japan's cities, reflecting the street, their soul and their looks. A striking collection, prefaced by a prestigious Franco-Japanese fashion designer.

In Crazy Horse, on his way to his third book, he resists the principles of classic design, creating waves of thought that pass through drawing, costumes and fashion... Then came his third book, with exhibitions yet to come.

"*I don't try and make fashion – but it does come back around to me from time to time*".

Antoine Kruk is not merely the product of two identities; his roots are spread far and wide between East, West and Asia. He has become a child of the world, and this fundamental element of his personality shines through his body of work. He loves belonging to both nowhere and everywhere - but above all, he is a Parisian. From drawings to artistic design, Antoine is the designer you need.



# MÉTIER D'ART

## PARAFFECTION

L'acquisition successive des 11 ateliers, Desrues, Lemarié, Michel, Lesage et Massaro Goossens, Montex, Paloma, Causse, Lognon et Barrie traduit, chez Chanel, une volonté d'affirmer son attachement à ces entreprises avec lesquelles la maison de couture partage depuis toujours des exigences de qualité, d'exclusivité et d'innovation. C'est un véritable pari sur la création, qui, au-delà de la préservation d'un patrimoine et d'un savoir-faire uniques, permet à ces métiers d'art de se développer et d'innover en toute indépendance.

L'objectif est clair : il s'agit pour Chanel de favoriser un artisanat indissociable du Paris de la haute couture et du PAP de luxe. En voici un échantillon.

PARAFFECTION-CHANEL  
16 rue Duphot 75001 Paris



The successive acquisition of 11 workshops – Desrues, Lemarié, Michel, Lesage and Massaro Goossens, Montex, Paloma, Causse, Lognon and Barrie – demonstrates Chanel's determination to confirm its attachment to these companies with which the fashion house has shared its high standards of quality, exclusivity and innovation.

It is an investment in creation, which, in addition to protecting a unique heritage and know-how, enables these crafts to develop and innovate independently.

The aim is clear: it is for Chanel to promote a form of craftsmanship indissociable with the Parisian fashion houses and luxury ready-to-wear clothing.

### LEMARIÉ

*Plumassier et fleuriste Feather-worker and florist*

-

Fondé en 1880, la Maison Lemarié est l'un des derniers plumassiers. Elle réalise les camélias fétiches de CHANEL dont 40 000 exemplaires sont livrés chaque année. Le talent de la Maison s'étend à son atelier de couture unique qui réalise smockes, plissés, incrustations et volants sophistiqués. Lemarié est devenu un Métier d'art de CHANEL en 1996.

Founded in 1880, Lemarié is one of the last feather-workers and makes CHANEL's iconic camellias, 40,000 of which are delivered every year. Maison's expertise also encompasses dressmaking in its truly unique workshop where smocking, pleats, incrustations and ruffles are elaborately handcrafted. Lemarié joined the CHANEL "Métiers d'art" constellation in 1996.



## LESAGE

*Brodeur Embroiderer*

-

Depuis 1924, la Maison Lesage réalise pour la Haute Couture et le Prêt à Porter des broderies très élaborées nécessitant des heures de travail et un savoir-faire d'excellence. Une école de broderie d'art a été créée en 1992, et un département tweed a été également développé. Lesage fait partie des Métiers d'Art de CHANEL depuis 2002.

Maison Lesage has been creating opulent embroidery requiring countless hours of work and exceptional skills for Haute Couture and Ready-to-Wear since it was founded in 1924. The company founded an embroidery school in 1992 and a tweed department has also been developed. Lesage joined the CHANEL "Métiers d'art" constellation in 2002.

## LOGNON

*Plisseur Pleater*

-

Fondé en 1850, l'atelier de plissage Lognon, l'un des derniers plisseurs français, est spécialisé dans la fabrication de plissés au « métier ». Son savoir-faire unique associe le travail de la main, le carton et la vapeur pour mettre en forme la matière. En 2013, la Maison Lognon a rejoint les Métiers d'Art de CHANEL. Founded in 1850, the Lognon pleating shop, one of the last pleating houses in France, specialises in making pleats on the "métier". Its unique know-how uses a combination of handwork, cardboard and steam to shape the material. Maison Lognon joined the CHANEL "Métiers d'art" constellation in 2013.



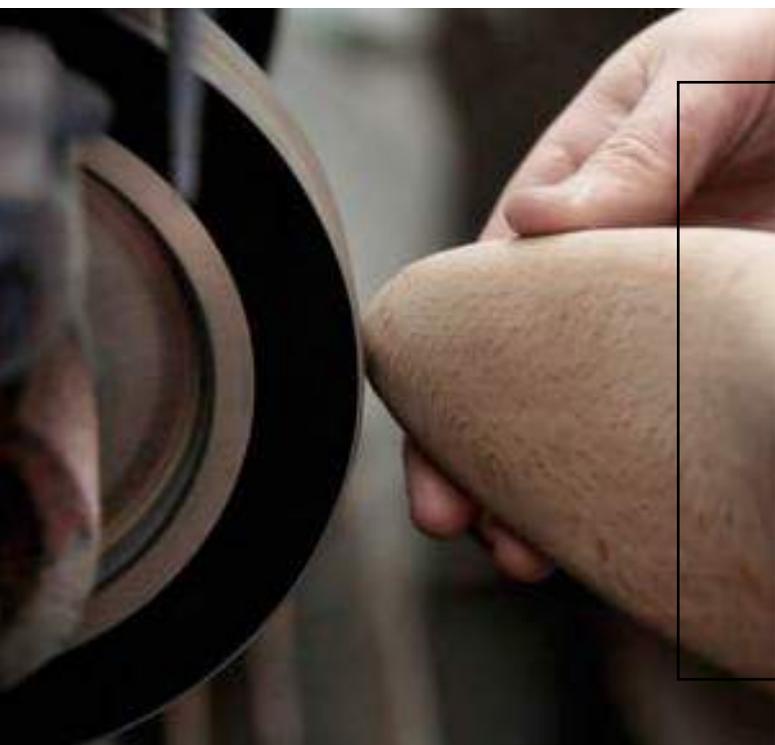
## MASSARO

*Bottier Bootmaker*

-

Cette Maison, fondée en 1894, crée les chaussures qui embellissent les collections de Haute Couture Chanel et le défilé consacré aux Métiers d'Art. Le reste de l'année, Massaro réalise des souliers sur mesure pour hommes et femmes. En 2002, il a rejoint les Métiers d'Art de CHANEL.

This Maison founded in 1894 designs shoes for Haute Couture collections and the "Métiers d'art" fashion show. For the rest of the year, Massaro makes custom-made shoes for men and women. In 2002, the firm joined the CHANEL "Métiers d'art" constellation.





**V O L U P T É**  
V o l u p t u o u s n e s s

«Le luxe, c'est la liberté d'esprit, l'indépendance, bref le politiquement incorrect.»

Karl Lagerfeld



“Luxury is the freedom of spirit, independence, briefly, the politically incorrect”





# J.L Coquet

Depuis 1824, la manufacture Coquet créé à Limoges une porcelaine unique. Créativité, innovation et savoir-faire caractérisent ces pièces de Haute Porcelaine, d'une extrême blancheur. Au fil des années, Coquet est devenue la référence incontournable, des chefs étoilés aux tables les plus élégantes de ce monde.

Since 1824, the Coquet manufacture based in Limoges creates a unique porcelain. Creativity, innovation and know-how define the exceptional creations of Coquet high porcelain which is one of the whitest. Over time, Coquet became The reference, from starred chefs to the most elegant food celebration moments all around the world.

BOUTIQUE COQUET  
7 rue Royale 75008 Paris  
+ 33 (0)1 53 05 12 20  
[www.jlcoquet.com](http://www.jlcoquet.com)



Jaune de Chrome élabore avec passion une fusion singulière entre savoir-faire millénaire et modernité. Grâce à sa maîtrise absolue du travail de l'émail, Jaune de Chrome fait naître des œuvres en porcelaine unique. Ces pièces d'exception se destinent aux intérieurs les plus raffinés qui deviennent leur écrin.

Jaune de Chrome is a passionate fusion between a millennial know-how and modernity. Thanks to its absolute mastery of enamel crafting, Jaune de Chrome creates some spectacular masterpieces. Nowadays, Jaune de Chrome creations are destined to the most sophisticated interiors worldwide.

JAUNE DE CHROME  
7 rue Royale 75008 Paris  
+33 (0)1 42 94 00 09  
[www.jaunedechrome.com](http://www.jaunedechrome.com)



# MAISON & ATELIERS D PORTHHAULT

Linge de maison couture



Créée en 1920 par Daniel et Madeleine Porthault, D.Porthault est reconnue dans le monde pour sa fabrication unique de linge de maison de Prestige.

A la fois Tisseur, Imprimeur au cadre et Brodeur, la Maison cultive ce savoir-faire d'exception et le met au service de la création de linges aux matières délicates et aux finitions parfaites.

Maison Haute Couture du linge de Maison, elle accompagne tous les souhaits les plus extraordinaires du dessin au produit fini.

Qu'ils soient Collection ou Sur-Mesure, les produits ont su au fil du temps séduire une clientèle internationale prestigieuse de particuliers, décorateurs, palaces et institutions.

Aujourd'hui, D.Porthault se réinvente en réinterprétant ses thèmes de prédilection, tout en créant de nouveaux univers contemporains et audacieux où se mélangent authenticité, modernité et excellence.

Created in 1920 by Daniel et Madeleine Porthault, D.Porthault is recognized worldwide for its unique craftsmanship of luxury Linens.

Weaver, Printer with screens and Embroiderer, D.Porthault is carried by a culture of excellence to serve the creation of linens with delicate fabrics and perfect finish.

"Haute Couture" of the Linen, it realizes the most incredible wishes turning designs into finished product.

Whether Collection or Bespoke, the products have seduced a prestigious international clientele of individuals, interior designers, palaces and institutions.

Nowadays, D.Porthault reinvents itself by reinterpreting its favorite themes, while creating new contemporary and bold universes, where authenticity, modernity and excellence meet.

BOUTIQUE D. PORTHHAULT  
5 rue du Boccador 75008 Paris  
+33 (0)1 84 17 27 37  
[www.dporthault.fr](http://www.dporthault.fr)





# CAVIAR ULTREIA VENDÔME



VÉRONIQUE Y.K MARTIN

## LA PASSION AU SERVICE DE L'EXCELLENCE

*« Issue des professions du vin, des champagnes et spiritueux, j'ai acquis en 14 années une expertise reconnue dans le milieu de la restauration. »*

*« Ma passion pour la gastronomie et les voyages, au gré des rencontres, m'a permis de découvrir l'univers du caviar. J'ai constaté que ce fabuleux produit est encore aujourd'hui ancré dans les codes et la tradition et méconnu du grand public. »*

*« Ma volonté est de bousculer l'univers du caviar en proposant aux novices, hédonistes et experts, une sélection des meilleurs grains dont un nouveau produit exclusif : le caviar « One Ultréïa » issu de l'esturgeon Acipenser Naccarii originaire de la mer Méditerranée. Sublimier la perle noire, en faire un produit contemporain au summum de l'élégance et de l'art de vivre. »*

Ultréïa est une marque française moderne, contemporaine, voire urbaine.

### AU-DELÀ DE VOS DÉSIRES

Ultréïa est un mot latin dont la signification est « Au-delà ». C'est également une expression de joie et de partage.

La sélection des grains est précise et rigoureuse, la qualité avant tout. Le packaging est épuré, sobre. En perpétuel mouvement, la marque innove en permanence. Un nouveau produit, un lieu unique au monde, un packaging ultra-luxe, une qualité de produits parmi les meilleures, des événements prestigieux, des clients de renom.

En peu de temps Ultréïa a su s'imposer auprès des plus grands chefs, des lieux les plus prestigieux, de Courchevel à Saint-Tropez.

### IMMORTALISER L'INSTANT MAGIQUE

Ultréïa sublime sa perle noire, nichée au cœur de « l'Écrin Caviar ». Sa créatrice apporte autant de soin à sélectionner ses grains de caviar que le grain du cuir de crocodile tendu sur ses coffrets fourni par les plus grands ateliers Parisiens. Le Porosus, la plus rare et précieuse peau, recouvre intégralement l'« Écrin Caviar ». L'intérieur est gainé en agneau.

Il révèle dans un premier temps un bac amovible disposé afin de maintenir la boîte de 100gr de Caviar « One Ultréïa » au frais.

Afin de prolonger l'incroyable expérience, deux accessoires gainés également en agneau agrémentent « l'Écrin Caviar » Ultréïa. Il se transforme alors en coffret à montre ou en coffret à bijoux.

### UNE ADRESSE MYTHIQUE POUR UNE VISION UNIQUE

Ultréïa a ouvert en 2015 un Salon de Dégustation, place Vendôme. C'est un lieu destiné à vivre une expérience autour de la sélection des caviars Ultréïa. L'endroit est intime et feutré, en plein cœur de Paris mais loin des regards indiscrets. Une adresse confidentielle et privilégiée, néanmoins ouverte à tous sur rendez-vous.

8, Place Vendôme 75001 PARIS  
+33 (0)1 42 60 55 17  
[www.caviar-ultreia.com](http://www.caviar-ultreia.com)



## OUR PASSION, YOUR EXCELLENCE

*«After leaving a career in wine, champagne and spirits, I spent 14 years building my reputation in the restaurant industry.*

*Through my passion for food, travel, culture and people, I fell in love with the world of caviar. I saw that this fabulous product is still bound by codes and tradition, and considered outdated and out of reach by the general public.*

*I want to revolutionise the world of caviar by offering novices, hedonists and experts alike a selection of the finest caviar and a new, exclusive product: the "One Ultraïa", from the *Acipenser Naccarii* sturgeon, originally found in the Mediterranean.*

*We take these black pearls and bring them into the twenty-first century, returning them to their rightful place as the epitome of elegance and good living."*

Ultraïa is a modern, contemporary, urban French brand.

### EVER HIGHER, EVER FURTHER

Ultraïa is the Latin word for "beyond". It's also an expression of shared joy and delight.

Each egg is carefully chosen for its exceptional quality. The packaging is clean and refined. The brand is constantly changing and innovating. A new product. A unique location. Extremely high-end packaging. Quality that ranks with the very best. Prestigious events. A renowned clientele. In a very short time, Ultraïa has made a name for itself among the greatest chefs in the world and the most prestigious locations, from Courchevel to Saint-Tropez.

### IMMORTALISE THAT ONE MAGICAL MOMENT

Ultraïa takes these black pearls to a new level, nestling them inside the legendary "Ecrin Caviar" jewel box. The creators behind this work of art apply the same care and attention to the choice of caviar as they do to the crocodile skin stretched over these sumptuous boxes, made by the finest workshops in Paris. Each box is covered in Porosus, the rarest and most precious crocodile skin. The interior is lined with lambskin leather. Open it and uncover a removable tray, carefully positioned to keep your 100g jar of caviar perfectly cool.

And to make this incredible experience last even longer, the Ultraïa "Ecrin Caviar" comes with two other lambskin accessories, transforming it into a watch or jewellery case.

### A LEGENDARY ADDRESS FOR A UNIQUE VISION

Ultraïa opened their first tasting parlour in 2015, on Place Vendôme. This is the perfect location to experience the full range of Ultraïa caviar. This space is calm and intimate, right in the heart of Paris but far away from prying eyes. A confidential, privileged address that is open to anyone – by appointment only.



T.T.TRUNKS

PARIS

# NOMAD NO LIMIT

T.T.TRUNKS, c'est l'histoire de Julien Trossat, qui a fondé la maison il y a maintenant huit ans, et du fraîchement débarqué, Eddy Valladon, directeur artistique, l'un et l'autre issus de l'exception des grandes marques du luxe français. Leur fusion crée une jeune maison, ambassadrice de l'excellence à la française, et imprégnée du bruit et du rythme de Paris, leur ville mère.

Très inspirées de musique, les malles T.T.TRUNKS reflètent l'inspiration mélodique de leurs structures, de leurs matières, heureuses et délicieuses métaphores d'une symphonie lyrique. Ce mélange troublant est savamment orchestré, redonnant ses lettres de noblesses à l'audace de la beauté. Un art de vivre contemporain qui se joue des conventions.

T.T.TRUNKS crée des malles d'exception, alliant qualité et esthétisme à travers un savoir-faire étonnant. Chacun sait que le luxe est dans le détail, et à travers la lecture qualitative d'une proposition claire et simple. La volupté est électrique au sein des créations de la marque... La sensation mise à l'honneur crée une certaine forme d'intimité avec le produit, qui devient presque vivant.

Le mariage de la liberté et de la créativité au respect de la fabrication traditionnelle ressemble à celui de l'insolence et de l'élégance, de l'histoire à la contemporanéité. Chaque pièce a son individualité, reflétant le travail minutieux des artisans de la manufacture T.T.TRUNKS, située au sein du berceau de la maroquinerie mondiale, à Alicante, en Espagne. Tous les corps de métiers nécessaires à la réalisation y sont rassemblés: des gainiers, aux selliers, maroquiniers, ébénistes et tapissiers. Les brodeurs et les laqueurs sont invités à participer. Pendant plus de 350 heures par malle, les mains des maîtres malletiers coupent, clouent, façonnent la matière, mettant en forme un objet unique et envoûtant. Dans les ateliers, les matières premières se transforment en créations exclusives.

En 2016, T.T.TRUNKS ouvre une boutique à l'angle de l'avenue Matignon et de la rue Saint-Honoré, ce qui marque le départ d'une collection de maroquinerie.





T.T. TRUNKS is the story of two acolytes, Julien Trossat and Eddy Valladon, two veterans of the exceptional French luxury goods scene.

They came together to form a new label that would offer the finest in French luxury, one that was imbued with the spirit and rhythm of their native Paris. Inspired by music, the cases produced by T.T. Trunks reflect a sense of melodious harmony in their structures and materials, becoming a gorgeous lyrical symphony in leather. They are all carefully orchestrated, imbued with nobility and the audacity of beauty. This is the art of contemporary living, playing off normal conventions to produce something exquisite.

T.T. Trunks are simply exceptional, combining quality, beauty and stunning skill. Everyone knows that luxury is all about the details, about taking a clear and simple proposal and executing it flawlessly. Pleasure courses through each one of their creations... The sensations provoked create a certain kind of intimacy with the product, which almost takes on a life of its own.

The blend of freedom and creativity with a deep sense of respect for traditional manufacturing techniques is similar to the juxtaposition of impudence and elegance, or history and modernity. Every item is individual and reflects the painstaking work of the artisans in the T.T. TRUNKS workshop, located in the birthplace of leatherwork in Alicante, Spain. Every professional needed to create these products has come together under one roof: sheath-makers, saddlers, case-makers, carpenters and upholsterers. Embroiderers and lacquer workers are also involved.

Over the course of more than 250 hours for each trunk, the hands of their master craftsmen cut, nail and shape their materials, forming a unique and almost intoxicating new object. In these workshops, raw materials are taken and transformed into exclusive creations.

T.T. Trunks offer expert products which are designed to be used in your everyday life, or for more exceptional moments. From the inscription of your initials to the colours of the impeccable materials and the application of the final embroidery, each one of these timeless creations is made with an unparalleled passion for excellence and sharp eye for detail.

29 avenue Matignon - 116 rue du Faubourg Saint-Honoré  
75008 Paris  
+ 33 (0)1 45 74 04 31  
[www.tttrunks.com](http://www.tttrunks.com)





U  
N  
I  
V  
E  
R  
S  
I  
T  
É

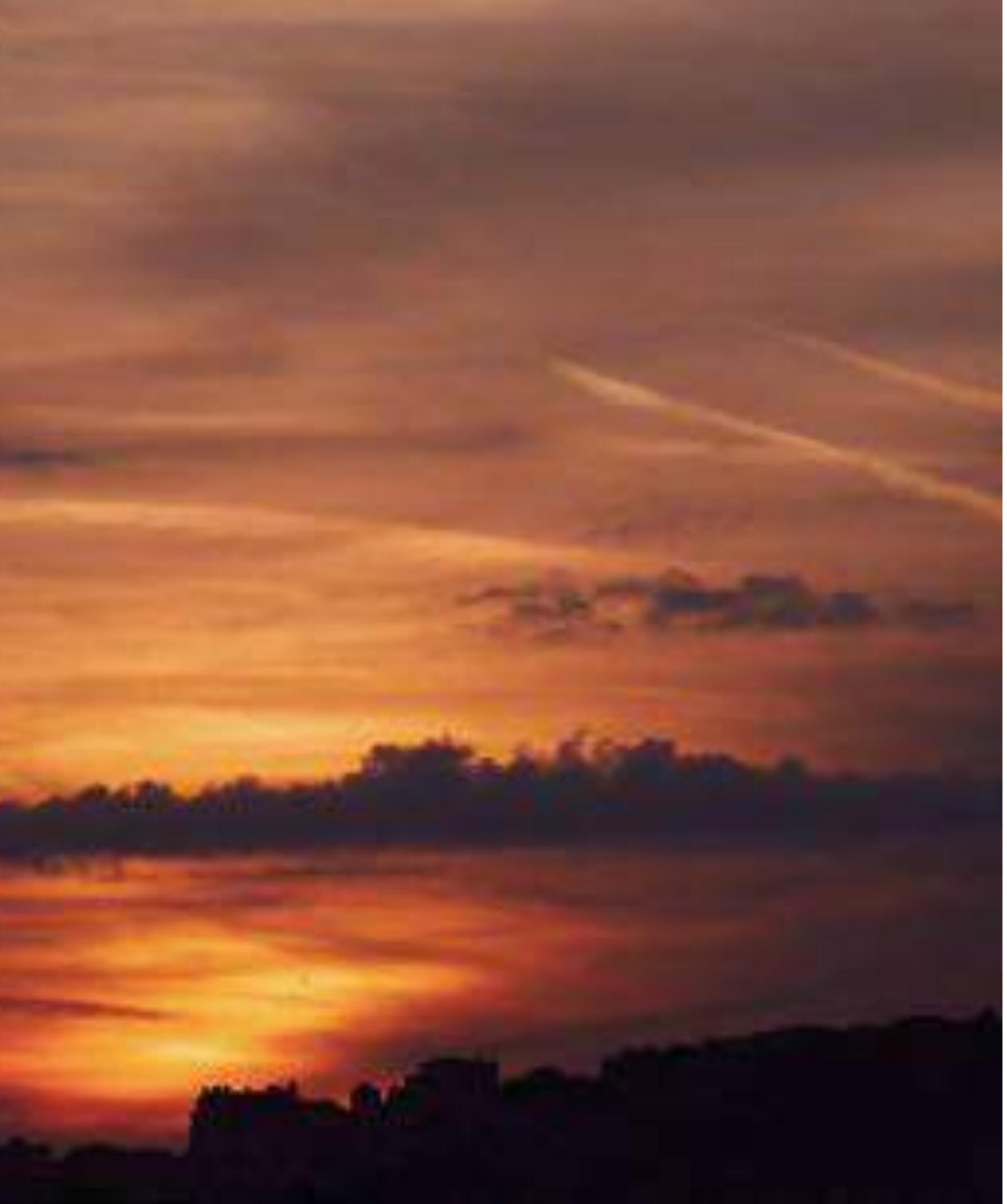
« OISIVETÉ »  
Leisure



**ART DE VIVRE**  
Lifestyle

«Je crois qu'on ne peut mieux vivre qu'en cherchant à devenir meilleur,  
ni plus agréablement qu'en ayant la pleine conscience de son amélioration.»

Socrate



“I think we can live better than in seeking to become better  
nor more pleasant than having full awareness of improvement”





# LA FLEUR À L'ÉTAT PUR

STÉPHANE  CHAPELLE

## LA MAISON STÉPHANE CHAPELLE EXISTE DEPUIS 20 ANS...

Au sein de la charmante boutique de la rue Richelieu, encadrée par le Louvre et le Palais Royal, on respire une ambiance d'hier et d'aujourd'hui.

Riche de connaissance botanique, Stéphane Chapelle signe ses décors d'une touche unique.

La scénographie est son leitmotiv, et ses créations allient la grande diversité des végétaux de la nature avec d'autres matières. Cette fleur à l'état pur est éphémère mais c'est la conception et l'invention qui sont l'adn des tableaux de verdure qu'il crée.

La transmission est un élément incontournable de l'entreprise, car l'artisanat est aussi le travail de groupe, chacun dans son savoir-faire, pour aller ensemble vers l'excellence, vers l'extraordinaire. Il y a une sorte de combat dans cette démarche, dans une époque où faire le choix d'être à contre courant est une bataille de tous les jours. Cette vision n'est réalisable qu'en intégrant l'émotion qu'elle anime... Et dans les mains expertes de l'équipe qui la met en œuvre.

Les plus beaux endroits de Paris, les mariages, les lancements de produits des plus grandes maisons de la capitale, les défilés de haute couture, les événements coporates, les dîners de galas, et les maisons particulières sont fleuris chez Stéphane Chapelle.

## PURE FLOWER

### THE "MAISON STEPHANE CHAPELLE" IS 20 YEARS OLD...

Stéphane Chapelle's boutique has graced the capital for 20 years. On the Rue Richelieu, nestled between the Louvre and the Palais Royal, step in and inhale the scent of past and present.

An expert in all things botanical, Stéphane Chapelle always imbues his creations with a unique touch.

Scenography is his leitmotiv, and his creations combine the wealth of diversity of the plant kingdom with a host of other materials. This pure flower is a flower in its purest form, but the design and invention are the DNA of the green tables it creates.

Passing on skills, techniques and experience is a crucial part

of this company. Artisan craft requires a collective effort, each person contributing their expertise to create something excellent and extraordinary. This is a challenge; in a time when choosing to go against the flow is a constant battle. And the only way to achieve this vision is to harness and incorporate the emotions that flow through it... transformed by the expert hands of the team behind the creations.

Stéphane Chapelle's works blossom in the most beautiful locations in Paris, at weddings, fashion shows, product launches, corporate events, gala dinners and private households are blooming at Stéphane Chapelle's.



29 rue de Richelieu, 75001 PARIS  
+ 33 (0)1 42 60 65 66  
[www.stephane-chapelle.fr](http://www.stephane-chapelle.fr)





# R GESTE SECRET

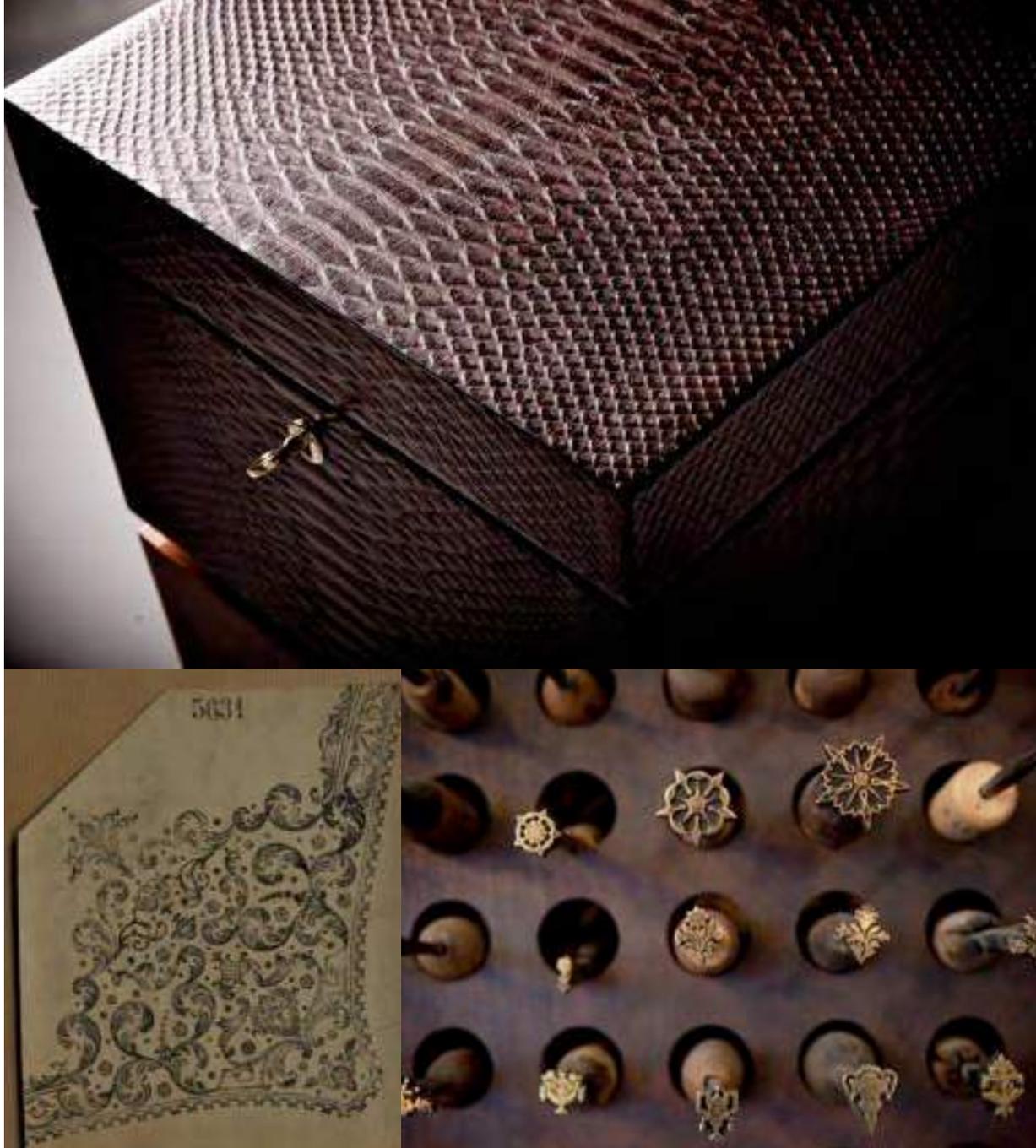
ATELIER BETTENFELD-ROSENBLUM

L'atelier Bettenfeld-Rosenblum, c'est avant tout l'histoire d'une famille de passionnés liée au destin d'un métier devenu rare : gainier doreur d'art. Bernard Rosenblum, après plusieurs années d'excellence dans son domaine, fut choisi comme successeur de Jean Bettenfeld, fondateur de la maison en 1895. Le métier de gainier et doreur se pratique exclusivement avec le cuir et son ennoblement. Il demande un investissement total pour perpétuer une tradition de gestes, un regard aiguisé par la matière et une inventivité toujours soumise à de nouveaux challenges.

Depuis son plus jeune âge, David apprend dans le secret de l'atelier les techniques transmises par son père. Grâce à sa ténacité, il rouvre ses portes en 2010 dans le quartier originel du Faubourg Saint Antoine. Un lieu d'histoire où il fait bon de s'y perdre encore aujourd'hui pour découvrir le génie de l'artisanat français dans son intimité. Sur les murs de l'atelier trône fièrement la plus grande collection de fers à dorer au monde. Sa clientèle, fidèle et exigeante ne peut se passer d'un savoir-faire garantissant une qualité prisée internationalement. Les maisons de luxe et les institutions prestigieuses en ont fait leur consultant référent et artisan officiel, sensibles à son expertise pointue et son souci de perfection.

Mais l'atelier ne se limite pas aux mêmes services qu'à son ouverture, bien au contraire, il propose d'écrire l'avenir du métier en relevant les défis créatifs que lance son époque. David passionné de design et son associé Lisa Vanbach, passionnée de stylisme, développent des techniques inédites telles que l'utilisation du laser pour la découpe et la gravure sur cuir ou encore la sérigraphie... Héritiers de la philosophie de travail du père, ils sont les féroces défenseurs d'une qualité sans concession, fiers de prouver avec leur quotidien bien rempli, qu'il y a une place de choix pour l'application de leur métier dans les projets contemporains inventifs et innovants. La philosophie de cet atelier est de maîtriser les techniques du passé pour créer les objets de demain.





## SECRET GESTURE

More than anything, the Atelier Bettenfeld-Rosenblum is the story of a family of dedicated craftsmen, linked to the destiny of a rare specialty: they are gilders, specialized in coating objects with gold. Bernard Rosenblum, after several years of excellency leadership in his field, was chosen to be the successor of Jean Bettenfeld, founder of the Company in 1895. The trade of the gold gilder is almost exclusively dedicated to authentic leather and to its betterment. It requires a deep commitment, in order to keep alive the complex tradition made of gestures, of one's relationship to the material, and a creative attitude, permanently put to the test by the new challenges.

Since his childhood, David has been secretly learning in the Atelier the techniques transmitted by his father. Thanks to his persistence, he was able to open his own Atelier in 2010, in the Faubourg Saint Antoine. A part of Paris where an aimless promenade to discover the special quality of French Craftsmanship will amaze the traveller. On the walls of the Atelier, one can admire the world's largest collection of gilding irons.

He's clientele, faithful and demanding, doesn't consider doing without such an internationally renowned know-how. The luxury companies and the large global institutions have chosen the Atelier as their consulting reference and official Craftsman, finding solace in his impressive expertise and unique yearning towards perfection.

The Atelier doesn't limit itself with providing the same services as it did when it opened. On the contrary, it is writing the future of his trade, meeting the creative challenges of our time. David is passionately devoted to design, and his associate Lisa Vanbach, crazy about fashion, are developing new techniques such as the use of lasers to cut or decorate the leather pieces, engraving leather or silk screening... As noble descendants of the father's conception of work, they are fierce defenders of uncompromising quality, proud of their busy agenda, happy to prove that their specific trade has its own space and utility in the most innovative contemporary projects. The philosophy of this Atelier is to master the techniques of the past to create the objects of tomorrow.

2 rue Titon 75011 Paris  
+33 (01) 43 79 93 47  
www.abrparis.com





Judith Belter - Photography

# LES NOUVEAUX BROCANTEURS



## TIMELESS ANTIQUE

### *Culture loft au cœur de Paris*

Il y a maintenant plus de 15 ans, passionné par l'histoire des arts décoratifs et du design industriel, Eric Chambrion, le fondateur, designer/architecte d'intérieur, crée Les Nouveaux Brocanteurs, une entreprise d'antiquités nouvelle génération.

Spécialisé avant l'heure dans le mobilier du 20<sup>ème</sup> siècle et la déco industrielle, Eric bouscule les codes traditionnels du métier. Il publie un site Internet de mobilier vintage étoffé dès 2002 et ouvre ainsi le pas à cette nouvelle vague de plateforme web que nous connaissons aujourd'hui.

Perfectionniste, il sélectionne et optimise la restauration ou l'interprétation des pièces d'histoire. Soucieux de ne rien travestir et défendant les méthodes artisanales d'un passé proche, il apprend et développe des techniques tous azimuts travaillant le cuir, le bois et le métal version brut...

Depuis, Eric a renforcé son équipe. Dans un premier temps, il forme Raphaël Rousseau (ex-grapheur) pour le seconder, celui-ci va rapidement maîtriser les différentes facettes du métier. En 2015, Alex Béchat, DA/Webdesigner, quitte

l'univers des Web Agency pour les rejoindre et développer la partie digitale. Les Nouveaux Brocanteurs sont maintenant au complet et viennent d'installer leur nouveau showroom en haut de la rue de la Roquette, au pied du Père Lachaise, offrant une magnifique et luxueuse vitrine à sa clientèle cosmo-parisienne.

On y trouve une sélection d'objets et de meubles arrachés à l'ère industrielle du siècle dernier. Durable, fonctionnel et esthétique, le mobilier d'atelier et le design vintage cohabitent dans cette boutique décontractée à l'esprit loft new-yorkais. Aujourd'hui, en réponse à la demande de sa clientèle, la maison propose aussi quelques références sur mesure et une sélection d'éditions actuelles, toujours intimement liées à la tradition et au modernisme du 20<sup>ème</sup> siècle.

Un lieu incontournable pour tous les amoureux du beau, de l'authenticité et les passionnés du vintage.

## *A cultural loft space in the heart of Paris*

It was more than 15 years ago that Eric Chambrion, a man passionate about the history of decorative arts and industrial design, launched Les Nouveaux Brocanteurs. An interior architect and designer by trade, his dream was to create next-generation antiques.

Originally focused on 20th century furniture and industrial decoration, Eric has revolutionised the world of antiques. He has been showcasing vintage furniture on his site since 2002, paving the way for the avant-garde web platform we see today.

A real perfectionist, he carefully selects and optimises the restoration processes and interpretations of these historic items. He is not ashamed to display the artisanal techniques from our recent past and hides nothing, instead learning and developing all sorts of skills as he tackles leather, wood and metal.

In the years since his debut, Eric has been building his team. His first partner was Raphaël Rousseau (a former graphic designer), training him to master each of the various aspects of his work. And in 2015, Alex Béchat, the web designer, left his web agency behind to come on board and develop the digital side of the business. Les Nouveaux Brocanteurs is now up and running with a full team. They've set up a new showroom at the top of the Rue de La Roquette, just by the Père Lachaise cemetery, offering a wonderful space for their cosmopolitan Parisian clientele.

Come down and you'll see a selection of objects and furniture taken from the industrial heyday of the last century. Strong, functional and attractive; hand-crafted furniture and vintage design live together happily in this New York loft-inspired boutique.

Responding to increasing demand from their customers, they now also offer bespoke items and a selection of more recent editions – but never losing the spirit of tradition and modernism from the 20th century.

This shop is unmissable for anyone who loves beauty, authenticity and the best in vintage products.

23 boulevard de Ménilmontant 75011 Paris  
+33 (0)6 62 75 64 85  
[www.lesnouveauxbrocanteurs.paris](http://www.lesnouveauxbrocanteurs.paris)



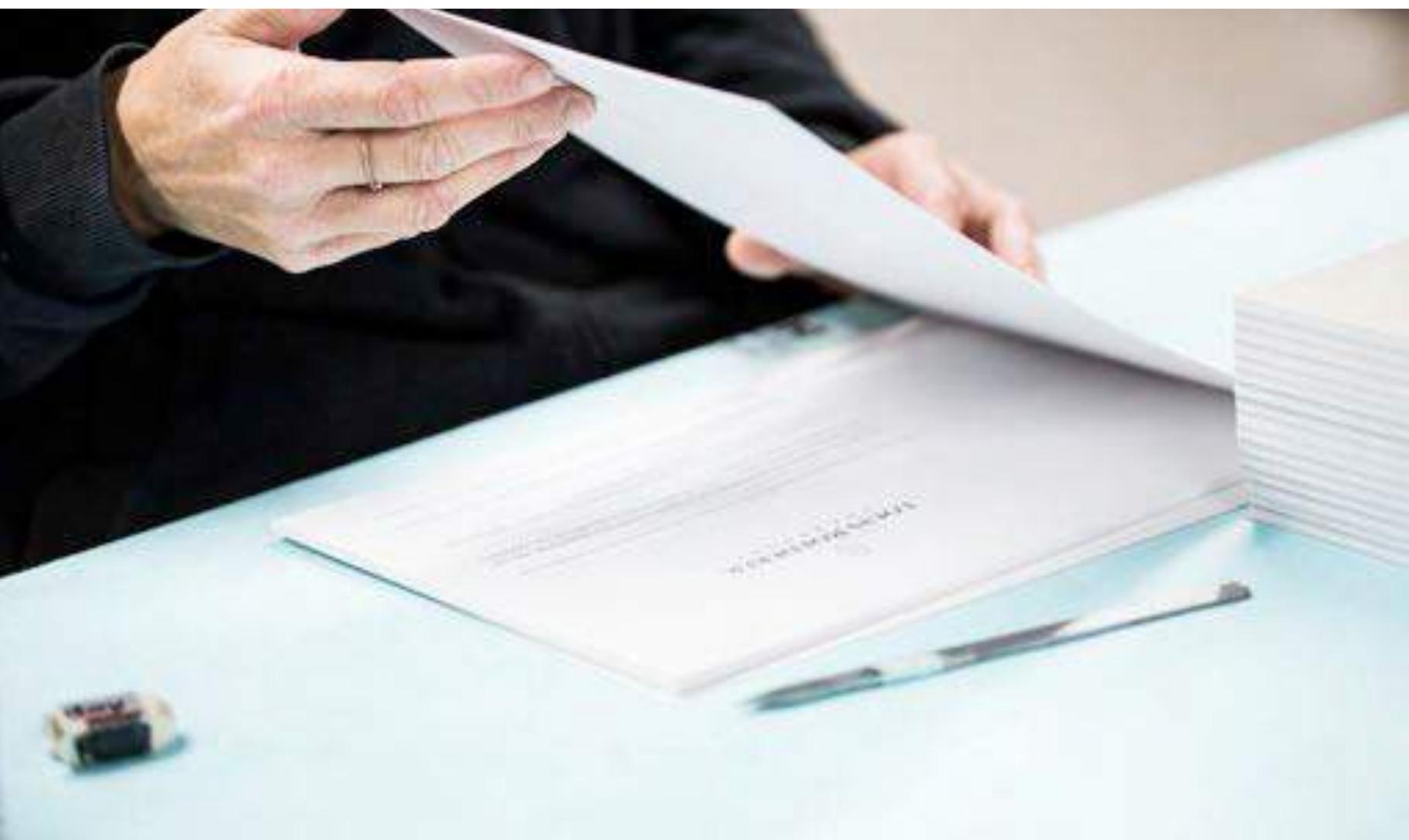
# D'HIER À AUJOUR D'HUI

## MANUFACTURE D'HISTOIRES **DEUX-PONTS**

En 1935, André Caillat, 23 ans, crée l'Imprimerie de la Manufacture d'Histoires Deux-Ponts, au cœur des Alpes, après des débuts d'apprenti dans une imprimerie grenobloise. Son fils, Michel Caillat, entre à l'Imprimerie en 1953. Aujourd'hui, le Président-Directeur Général et le Directeur Général sont les petits-fils, Laurent et Renaud Caillat. L'Imprimerie se situe maintenant à Bresson, à quelques minutes de Grenoble.

Chaque jour, les préoccupations de La manufacture se tournent vers le client, et ses équipes concentrent tous leurs efforts et leur attention pour améliorer leur savoir-faire et rester à la pointe de l'innovation. La Manufacture a investi dans les meilleurs outils de production afin d'obtenir les techniques les plus performantes en matière de prépresse, d'impression et de finition et également dans la formation de ses opérateurs. Pour aller sans cesse vers le beau, la qualité optimale. L'excellence.

La Manufacture des Deux-Ponts s'engage jour après jour et propose à ses clients une multitude de solutions pour optimiser leurs actions en communication, personnaliser leur offre, renforcer l'impact de leur message et atteindre leur public par le bon média. De la conception et création, en passant par le prépresse, l'impression, le façonnage ou encore la logistique, la Manufacture est capable de réaliser tous types de documents. L'Imprimerie est à même de concevoir et ennoblir magazines, brochures, catalogues, livres d'art, cartes postales, calendriers, agendas... dans des domaines aussi variés que le luxe, le tourisme, l'industrie, l'édition, le culturel...





In 1935, after finishing his apprenticeship in a Grenoble printer's workshop at the age of 23, André Caillat founded the printing works at the Manufacture d'Histoires Deux-Ponts in the heart of the French Alps. His son, Michel Caillat, joined the printing works in 1953, and his grandsons Laurent and Renaud Caillat are now the CEO and Managing Director. The printing works are now housed in Bresson, a few minutes drive from Grenoble.

Everyday, the Manufacture turns its attention to serving their clients, and the teams strive to improve their skills and stay at the cutting edge of innovation. The Manufacture has invested in the best production tools available, ensuring that they can offer maximum performance in terms of pre-press, printing, finishing and operator training. Why? To achieve beauty and the highest possible quality. They are in search of excellence.

The Manufacture des Deux-Ponts works day after day to offer their clients a whole host of solutions to optimise their communications strategies, personalise what they can offer, strengthen their message and reach the right audience by choosing the right medium. From design, creation, pre-press and printing to forming and logistics, the Manufacture can produce any type of document.

Just ask and the printing teams will design and flawlessly execute your magazines, brochures, catalogues, art books, postcards, calendars, diaries and much more. No matter which industry you work in, from luxury goods and tourism to industry, publishing and culture, you can count on the Manufacture for your printing needs.

22 rue Marignan, 75008 Paris  
+33 (0)1 45 63 43 15  
[www.deux-ponts.fr](http://www.deux-ponts.fr)





CREPUSCULE  
Twilight

«Le crépuscule est un breuvage qui enivre et endort la terre et le ciel.»  
J.M.G Le Clezio



“Twilight is a beverage that inebriates and deadens the earth and sky”



# PARIS EST UNE FEMME



CATHERINE DAVID

*La lumière est l'ombre de Dieu*, disait le philosophe Marsile Ficin, ami de Pic de la Mirandole et de Laurent de Médicis.

Et de même, avec le même culot nous disons, nous proclamons haut et fort sans risque d'erreur, que PARIS EST UNE FEMME. Une femme splendide, une reine de coeur, une cocotte de légende ! Hemingway n'aurait jamais dit le contraire, lui qui ne voyait que la femme dans la fête et le sexe dans la cité !

Mais alors le soleil, où est-il passé ? Il nous attend là-bas, dans les flammes du crépuscule, dans les couleurs folles des nuages, dans ce long trait de mauve anthracite sur l'horizon, *dans ce rose brûlant qui vous donnerait envie de vous rouler par terre en poussant des petits cris...* Or, c'est justement en cette heure frémissante que Paris dévoile ses beautés les plus intimes, ses plus fragiles ardeurs. Voyez les halos lumineux et frivoles qui décorent la colline de Montmartre, diamants de lumière brute.

Une dizaine de réverbères démodés s'illuminent dans la douceur du soir, oiseaux de nuit, bijoux vivants, parures de luxe. En principe le jardin est fermé depuis le coucher du soleil, mais il y a toujours quelques retardataires qui défient le sifflet des gardiens. Le baron Haussmann, créateur d'avenues et de boulevards, et destructeur de la cité médiévale n'a pas eu le temps de modifier cette partie de la capitale. Dans l'obscurité des frondaisons du jardin, ici ou là, on entend un appel, un cri de bête, un feulement. Sous la ville moderne, la vie sauvage persiste et signe.

Et pendant ce temps, le *happy hour* importé d'Amérique (et dont l'horaire correspond parfaitement à ce que nous appelons *crépuscule*), met de bonne humeur les pèlerins du Sacré Cœur qui se reposent de leur ascension avec un gin tonic sur la place Paul Albert.

En somme, rien n'est plus doux que Paris à la fin de l'été, quand les ombres s'allongent, quand une promenade est un saut en parachute dans la béatitude.

L'éclairage urbain répand sur les pavés une sorte de tendresse. Le *crépuscule*, c'est l'heure où l'on trinque, où l'on se souhaite une bonne santé, une bonne vie.

En français, Crépuscule est un mot d'une intense poésie. Le matin, pour commencer la journée, on utilise plutôt le terme aurore, car le mot crépuscule nous parle et de l'extinction des feux et de la fin du rêve. Le crépuscule, n'est rien qu'une virgule dans l'infini des mondes. En toute rigueur, *c'est le plus court chemin entre le jour et la nuit.*

C.D.

*Light is god's shadow*, said the Renaissance philosopher Marsilio Ficino, friend of Lorenzo da Medici. In the same way, with the same nerve, we proclaim loud and strong that PARIS IS A LADY. And a glamorous one, mind my words, a Queen of Hearts, a delightful sweetie ! Hemingway would have approved of this statement, since all he ever saw in his party life was pretty ladies, and Sex In The City !

But what happened to the sun ? It is waiting for us over there, in the twilight flames, in the crazy colors of the clouds, in that endless stroke of dark purple tearing the sky apart, in that exquisite pink which makes you want to roll on the floor, vibrating, emitting little squeaks... It so happens in the evening air, Paris unveils its most private charms, it's most fragile desires. There is a frivolous halo effect on Montmartre's hill, it looks like a reservoir full of precious stones, a coffer full of the light of diamonds...

I count approximately ten street lamps, except they are now all lit up in the softness of the night, night birds, living jewels, Deluxe finery. The public garden is supposed to be closed since sunset, but there always are a few latecomers who challenge the guard's whistling. The Baron Haussmann, in the 19th Century, was the creator of many avenues and boulevards, as well as the destroyer of the medieval town. However, he didn't have enough time to change this northern area of the capital. In the darkness, under the trees of the garden, here or there, one hears a call, a scream, a growl. Under the buildings of the modern city, wildlife persists and signs.

Meanwhile, the very sociable "*happy hour*", imported from the USA (and which follows the exact same schedule as the European *crépuscule*) helps the Sacré Coeur pilgrims to get back into their natural good mood, while drinking their gin tonic on the place Paul Albert.

At last, nothing is softer than Paris at the end of the summer, when the shadows elongate, when a small walk around neighborhood feels like a parachute jump into eternal bliss.

The street lamps pour some kind of tenderness on the asphalt. Dusk is the time for clinking glasses, for wishes of good health and happiness, wishing each other a good life.

In French, Crépuscule is a word with an intense poetic power. In the morning, when the day begins, we tend to use the word «aurore», since the word «crépuscule» refers to the end of the dream. Crépuscule is only a comma inserted somewhere in the infinite universe. In good logic, it is the shortest way between day and night.

C.D.





# RESTAURANT CRÉATIF

Sa philosophie ? La liberté d'expression, à travers la cuisine et l'art. Des fournisseurs de qualité pour des produits d'exception : le chef Santiago Frederici a sélectionné des fournisseurs à la hauteur de ses ambitions et travaille en direct avec certains producteurs locaux. Des associations osées et des jeux de texture : dans chaque plat, un petit plus qui fait la différence. Un lieu chaleureux et pointu : invitez vos clients et amis au club privatisable toute l'année. Amour de l'art : retrouvez aux murs des oeuvres inattendues des artistes contemporains.

## HORAIRES D'OUVERTURE

Du mardi au samedi, uniquement le soir.

## CREATIVE DINING

Their philosophy? Free expression, through food and art. Quality suppliers for exceptional products: Chef Santiago Frederici has selected suppliers who reflect his soaring ambitions and works directly with a select few local producers.

Daring combinations and textural contrasts. Every dish has a little something extra that makes all the difference.

A welcoming but refined location. Invite your friends and clients to the club, with private hire available all year round.

A feast for your eyes, too: the walls feature some eye-opening works from a number of contemporary artists.

## OPENING HOURS

Tuesday to Saturday, evenings only.



4, rue Rampon, 75011 Paris  
+ 33 (0)1 47 00 55 71  
[www.atelierdesartistes.net](http://www.atelierdesartistes.net)



# ECLECTISME PARISIEN

LA DEMESURE

Manger au gramme, boire au centilitre et danser au kilomètre, tel est le crédo de ce lieu en plein cœur du 9<sup>ème</sup> arrondissement.

Cet appartement de 450m<sup>2</sup> évolue au fil de la nuit.

Une terrasse couverte et une double salle offrant un bar à cocktails et un bar ouvert sur les cuisines (open kitchen) permettant d'admirer le chef en action.

En bas des escaliers, une salle de danse, un autre bar à la décoration chaleureuse et colorée, un fumoir cosy et un karaoké...

## HORAIRES D'OUVERTURE

Tous les jours de 12h à 15h et de 19h à 02h00

## PARISIAN ECLECTIC

Eat by the gram, drink by the centilitre and dance by the kilometre in the heart of the 9<sup>th</sup> arrondissement.

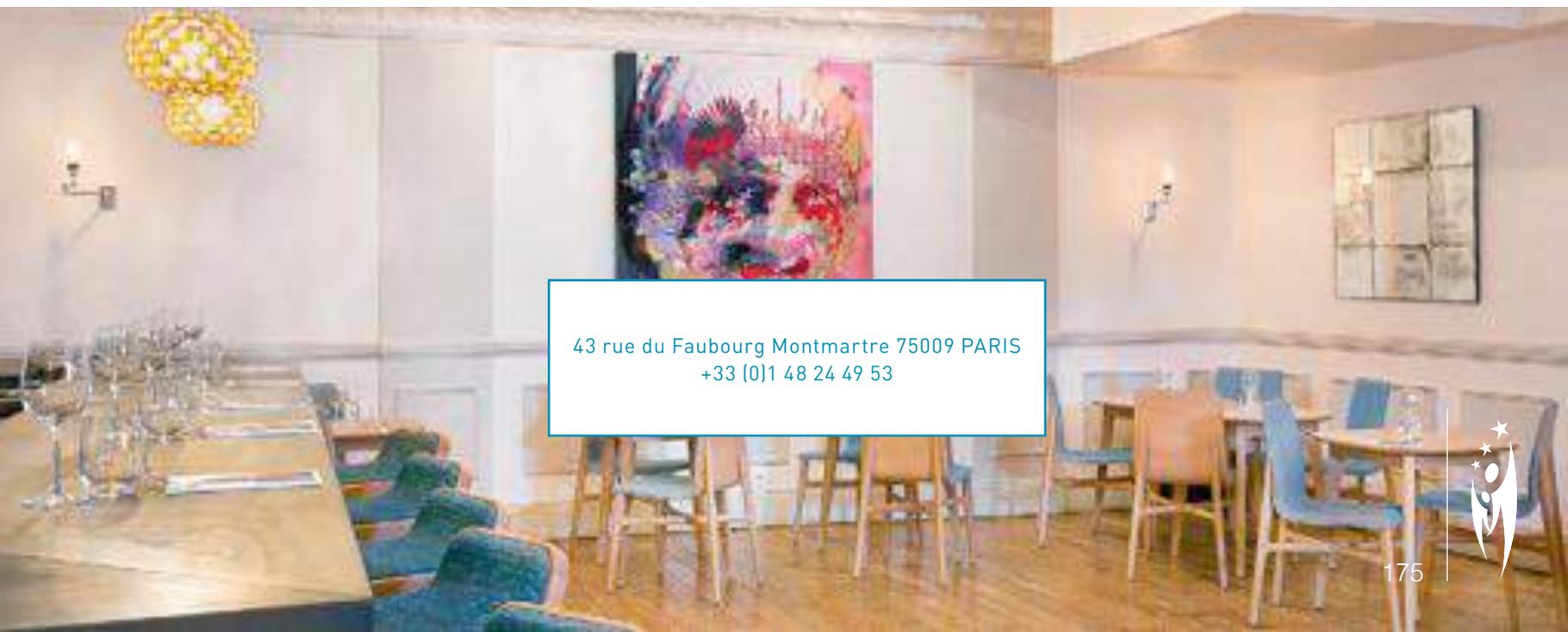
This 450m<sup>2</sup> apartment evolves as the night goes on.

Enjoy the shaded terrace, double dining room with its own cocktail bar and a bar overlooking the open kitchen where you can watch the chef at work.

And downstairs, you'll find a dance-hall, a colourful and warmly decorated bar, a cosy little smoking room and a karaoke stage...

## OPENING HOURS

Every day from 12 - 3pm and 7pm - 2am.



43 rue du Faubourg Montmartre 75009 PARIS  
+33 (0)1 48 24 49 53





# PAVILLON NOIR



CROSS MEDIA PRODUCTIONS



Depuis sa création fin 2014, une agence de production d'un nouveau format, *Pavillon Noir*, commence à agiter le monde de la communication. Un monde en perpétuelle révolution qui chamboule tous les schémas traditionnels de création et de production avec trois défis majeurs à relever pour ses acteurs. Les annonceurs qui tentent de pallier leurs coupes budgétaires en rationalisant leurs campagnes pour créer simultanément, et dans le même budget, le maximum de contenus cross-médias destinés à leurs différentes plateformes et médias. Les grands groupes conventionnels qui tentent d'assurer leur survie en internalisant l'intégralité de la chaîne de services à coup d'embauches, d'acquisitions et de restructurations frénétiques. Les jeunes agences pugnaces qui tentent d'émerger sur le marché en raflant de grands comptes avec des effectifs très réduits, issus du conseil ou du planning stratégique mais dénués d'expertises de production.

C'est pour répondre aux besoins concrets et immédiats de ces structures en pleine mutation que Ghislain de La Chaise fonde *Pavillon Noir*, la première agence de production véritablement dédiée au Cross-média et aux projets créatifs et expérientiels complexes. Réseau agile d'experts passionnés de la production, *Pavillon Noir* fédère les plus fines lames de la création, artistes, photographes, réalisateurs, plasticiens, autour de quatre pôles naturellement imbriqués : l'événementiel, l'audiovisuel, l'édition et le digital. *Pavillon Noir* se plonge dans l'univers des marques et accompagne ses partenaires tout au long de la chaîne, de la conception à la production en proposant un interlocuteur unique afin de garantir l'homogénéité et la qualité des contenus. De l'identité graphique au dossier de presse, du trade marketing au lancement de produits, du site web aux installations digitales interactives, des photos au film de marque, de la stratégie aux contenus social media.

Un large spectre de compétences intégrées et une fluidité d'exécution qui, déjà, séduisent un grand nombre d'agences réputées et d'annonceurs internationaux. Aux côtés de marques de luxe pointues comme Lalique ou La Compagnie Française de L'Orient et de La Chine, c'est au tour d'Adidas, de Vinci, de L'Union Européenne ou encore des Champagnes G.H. Mumm de confier à *Pavillon Noir* leurs contenus et événements.

Aujourd'hui, composée de 12 personnes et adossée à une pépinière de 25 mercenaires de talent, la start-up se tourne vers l'avenir. Leur réseau artistique et leur savoir-faire interpellent aussi en Europe, en Afrique du Nord et subsaharienne où ils opèrent désormais. Et entre deux opérations de marque, l'équipe trouve le temps de lancer ses propres productions dans le monde de l'entertainment à l'instar de leur Festival Rainforest à Fontainebleau qui se tient tous les mois de juillet. De jeunes Marins d'eau douce rapidement propulsés au statut de Corsaire d'haute mer reconnus par leurs confrères et le milieu de la Création.

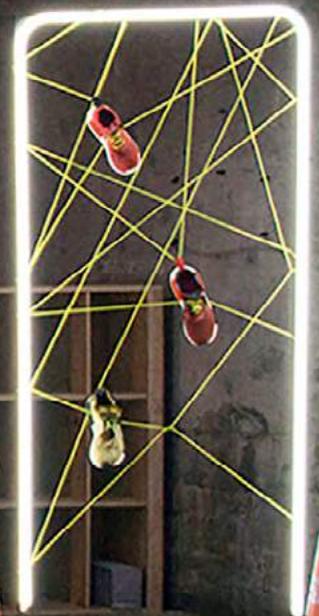
X MARKS THE SPOT !



ADIDAS ORIGINALS

NMD \_ PAR

21-24 MARS 2016



Since its inception late 2014, a production agency of a new format, *Pavillon Noir* (Black Flag), began to shake the world of communication. A world in perpetual revolution that messes up all the traditional patterns of creation and production with three major challenges to its players. Advertisers are trying to overcome their budget cuts by streamlining their campaigns to create simultaneously and in the same budget, the maximum cross-media content for their different platforms and media. The major conventional groups trying to ensure their survival by internalizing the entire chain of services through hiring, acquisitions and restructuring frantic. Young pugnacious agencies that are trying to emerge on the market by winning major accounts with very small numbers, from the Council or the strategic planning but devoid of production expertise.

It is to meet the real and immediate needs of these structures changing than Ghislain de La Chaise, founded *Pavillon Noir*, the first production agency truly dedicated to cross-media and complex creative and experiential projects. Agile network of experts passionate by production, *Pavillon Noir* unites the finest blades of creation, artists, photographers, filmmakers, visual artists, around four areas naturally nested: the event, broadcasting, publishing and digital. *Pavillon Noir* delves into the brand universe and supports its partners throughout the chain, from conception to production by providing a single contact to ensure consistency and quality of content. From graphic identity to the press kit, marketing trade to product launch, website interactive digital installations, photos, brand films, from strategy to social media content.

A wide spectrum of integrated skills and an execution flow which already seduced many reputable agencies and international advertisers. Alongside sophisticated luxury brands like, Lalique or the French Company of the Orient and China, it is the turn of Adidas, Vinci, and the European Union, Champagnes GH Mumm to entrust *Pavillon Noir* their content and events.

Today, composed of 12 people and backed by a nursery of 25 talented mercenaries, the startup is looking to the future. Their artistic network and their expertise also challenge in Europe, North Africa and Sub-Saharan where they now operate. And between two brand operations, the team found time to launch its own productions in the world of entertainment like their Rainforest Festival in Fontainebleau which is held every July. Young freshwater sailors quickly propelled to the status of high seas Corsaire recognized by their peers and the world of creation.

X MARKS THE SPOT!



28, rue Desportes 93400 Saint-Ouen  
pavillonnoir.com





An aerial photograph of a city at sunset. The sky is a mix of blue, orange, and pink. The city below is densely packed with buildings, and a prominent church with a tall spire is visible on the right side. The text « HOTELS » is overlaid in the center in a white, serif font, flanked by decorative symbols.

« HOTELS »



Abaca Corporate / Didier Delmas - Photography



Abaca Corporate / Didier Delmas - Photography



Abaca Corporate / Didier Delmas - Photography



Gilles Trillard - Photography

Entre l'élégante Place de la Concorde, les mythiques Champs-Élysées et le très chic Faubourg Saint Honoré, le Sofitel Paris le Faubourg incarne le Paris de la mode, de l'art et du luxe, au cœur de la capitale.

Le style haute couture règne dans les 147 chambres et suites au design signé Didier Gomez.

Véritable concept urbain créé par le célèbre Chef Yannick Alléno, le restaurant STAY Faubourg renouvelle l'esprit de la brasserie parisienne dans une vision chic et moderne.

Un jardin secret agrémenté de palmiers et de fontaines, des terrasses ensoleillées pour voir et être vu, une bibliothèque chaleureuse, un élégant lobby sous verrière, un espace fitness et spa font du Sofitel Paris le Faubourg un lieu de séjour idéal.

Venez déguster les cocktails inspirés de l'univers de la mode dans l'iconique Bar du Faubourg aux côtés des célébrités et des acteurs des dernières tendances.

Between the elegant Place de la Concorde, the mythical Champs-Élysées and the very smart Faubourg Saint-Honoré, Sofitel Paris le Faubourg embodies the Paris of fashion, art and luxury, right in the heart of the capital.

Haute-Couture style reigns in the 147 rooms and suites designed by Didier Gomez.

Real urban concept headed by the well-known Chef Yannick Alléno, the "Stay Faubourg" renews the spirit of the Parisian brasserie with style and modernity.

A secret garden with palm trees and fountains, sunny terraces to see and be seen, a cosy library, an elegant lobby under a glass-roof, a fitness center and spa make of the Sofitel Paris le Faubourg the ideal place to stay.

Come and try the cocktails inspired by the fashion universe at the iconic "Bar du Faubourg" and rub shoulders with celebrities and actors of the last trends.



Grégoire Bardette - Photography

Situé à proximité de la Grande Arche et des Champs-Élysées, ce véritable cocon urbain se trouve au cœur du premier quartier d'affaires européen.

Le Sofitel Paris La Défense au luxe résolument moderne, célèbre l'art contemporain, avec d'étonnantes oeuvres, dans un intérieur signé Jean-Philippe Nuel.

La modernité et la créativité de cet univers imprègnent les réunions et événements. Cet esprit d'innovation s'illustre également dans les cocktails du bar élégant et dans la cuisine inspirée au rythme des saisons du restaurant, à savourer sous une grande verrière lumineuse.

Vivez tout le raffinement parisien et le luxe d'un cinq étoiles, ancré dans le 21<sup>ème</sup> siècle.

Situated close to the Grande Arche and the Champs-Élysées, this urban cocoon is at the heart of Europe's leading business district.

The Sofitel Paris La Défense offers resolutely modern luxury and celebrates contemporary art through some surprising works in an interior designed by Jean-Philippe Nuel.

The hotel's modernity and creativity influence the atmosphere of meetings and events. The same spirit of innovation is also to be found in the cocktails in the elegant bar and in the inspired seasonal cuisine served in the restaurant beneath a large, airy glass roof.

Experience the Parisian refinement and luxury of a five-star hotel that has its roots firmly in the 21<sup>st</sup> Century.



# PARIS

## ARC DE TRIOMPHE



Situé idéalement près des Champs-Élysées, entre l'Arc de Triomphe et le Parc Monceau, la majestueuse façade haussmannienne du Sofitel Paris Arc de Triomphe cache des trésors de design contemporain. Signé par le Studio Putman, cet intérieur au chic typiquement parisien deviendra votre pied à terre au cœur de la capitale.

Cette adresse résolument parisienne vit au rythme de son restaurant Les Cocottes Arc de Triomphe, en collaboration avec le Chef Christian Constant qui y signe une cuisine authentique, généreuse et de saisonnalité.

Votre bien être est au cœur de la conception. Ici, la salle de bain se transforme en une vaste « *salle de bien* ». Tandis que les chambres rappellent l'univers de l'appartement parisien : patère dans l'entrée, parquet clair typiquement haussmannien...

Une adresse orchestrée par les saveurs et le design.

Ideally situated close to the Champs-Élysées, between the Arc de Triomphe and the Parc Monceau, the Sofitel Paris Arc de Triomphe conceals treasures of contemporary design behind its majestic Haussmann façade. Designed by the Putman Studio, the typically "*Parisian chic*" interior will be your pied à terre in the heart of the capital.

This resolutely Parisian address lives to the rhythm of its "*Les Cocottes Arc de Triomphe*" restaurant, where the Chef Christian Constant offers an authentic, hearty and seasonal cuisine.

Your well-being is central to the design. Here, the bathroom has been turned into a large "*wellness room*", while the bedrooms are designed in the "*Paris apartment*" style: coat hook in the entrance, light-coloured, typically Haussmann parquet flooring, etc...

An address with a focus on flavour and design.



Derrière une majestueuse façade haussmannienne, incarnation de l'émerveillement que suscite le quartier de l'Opéra, retrouvez l'esprit artistique qui a toujours animé ces lieux. Le Scribe a toujours été le rendez-vous des esprits les plus brillants et des artistes français et du monde entier, parfois excentriques, pour un séjour, une fête, un verre ou un repas après le spectacle.

Sous une vaste verrière ouverte sur la cour ensoleillée de l'Hôtel, le Chef Sébastien Crison propose au restaurant « *Le Lumière* » une cuisine gastronomique, savoureuse et créative.

La maison de thé 1T. rue Scribe est un élégant boudoir bibliothèque idéal pour un tea-time chic ou un déjeuner asiatique à deux pas de l'Opéra et offre une sélection de thés rares.

Le Keiraō spa vous offre une bulle de sérénité : les soins express et les rituels précieux avec les produits Carita se déclinent au féminin et au masculin.

Découvrez un havre de paix au cœur de Paris.

Behind a majestic Haussmann facade, the embodiment of the awe that is inspired by the Opéra district, you'll discover the artistic spirit that has always existed on these premises.

The Scribe has always been the meeting-place of the finest and occasionally eccentric minds and artists from France and all over the world, for a visit, a celebration, a drink or a meal after the show.

In the "*Restaurant Le Lumière*", beneath a huge glass roof that opens on to the hotel's sunny courtyard, the Chef Sébastien Crison offers a delicious, creative gourmet cuisine. The "*1T. Rue Scribe*" tea house offers an elegant library atmosphere ideal for an afternoon tea with a selection of rare teas or an Asian-style lunch, all just a short walk from the "*Opéra*".

The Keiraō Spa offers you a bubble of tranquillity: express treatments and precious rituals for men and women, using Carita products.

Discover a peace haven in the heart of Paris.





## HOTEL BALTIMORE PARIS



Alban Danguy Des Déserts - Photography



Fabrice Rambert - Photography



Jacques Yves Guclia - Photography



Jean Luc Abrahim - Photography

Ce bâtiment haussmannien, typique du XIX<sup>e</sup> siècle, se situe dans l'élégant 16<sup>e</sup> arrondissement de Paris, à deux pas de la Tour Eiffel et des Champs-Élysées.

L'accueil intime de la réception et du salon bibliothèque invite les visiteurs au repos, en retrait du tumulte de la capitale, tandis que les chambres à l'atmosphère chaleureuse et au style épuré offrent une douceur de vivre dans un cadre résolument chic.

Le restaurant se distingue par son authenticité. Dans l'intimité d'une salle à manger privative, le Chef Jean-Philippe Perol invite à la découverte de ses compositions raffinées et gourmandes, reflétant l'art de recevoir parisien.

Le vin est à l'honneur avec le Maître Sommelier Jean-Luc Jamrozik, qui réalise des accords mets & vins délicieux, propices à l'évasion dans une bulle de douceur... Volupté des saveurs pour une expérience mémorable.

This Haussmann building, typical of the 19<sup>th</sup> Century, is in the elegant 16<sup>th</sup> arrondissement of Paris, a short walk from the Eiffel Tower and the Champs-Élysées.

The intimate welcome at reception and the lounge/library provide visitors with a restful atmosphere, far from the tumult of the capital, while the welcoming rooms, with their uncluttered style, offer easy living in a resolutely sophisticated setting.

The restaurant stands out for its authenticity. In the intimate atmosphere of a private dining room, the Chef Jean-Philippe Perol invites diners to discover his refined, delicious dishes that reflect the Parisian art of receiving.

Wine also has pride of place with Master Sommelier Jean-Luc Jamrozik, who offers delicious food and wine pairings to help diners drift away in a bubble of contentment... Exquisite flavours for a memorable experience.



Karl Hab - Photography

Cet unique hôtel 5 étoiles de l'est parisien se niche dans l'une des plus anciennes artères de Paris qui recèle d'artisans et a su conserver son charme d'antan, au coeur de Bastille et à proximité du Marais. Ancien atelier d'ébéniste qui deviendra ensuite une chocolaterie, la Maison Boutet célèbre son héritage industriel comme en témoigne sa superbe façade en céramiques.

Les terrasses des suites vous offrent une vue imprenable sur les toits de Paris, tandis que les deux suites d'exception signées par l'École Boule ainsi que les chambres vous offrent un décor au design contemporain. La piscine, le hammam, le sauna et le gommage gourmand aux huiles de cacao du Spa vous invitent à un pur instant de détente.

The only 5-star hotel in eastern Paris is on one of Paris' oldest thoroughfares, a home to craftsmen that has retained its former charm, in the heart of the Bastille district and close to the Marais. A former cabinet-maker's workshop that then became a chocolate factory, Maison Boutet celebrates its industrial heritage, as can be seen in its superb ceramic facade.

The suite terraces offer stunning views over the rooftops of Paris, while the two signature suites designed by the Ecole Boule and the rooms are decorated in a contemporary style. The swimming pool, steam room, sauna and body polisher with cocoa oils in the Spa await you for a truly relaxing experience.





Abea Corporate / Boris Zulfiani - Photography

Inauguré en 1929, Molitor a été pendant 60 ans la piscine la plus courue de Paris pour ses deux bassins et son ambiance avant-gardiste. En 2014, Molitor a réouvert dans le respect de son architecture des années 30 et de son héritage culturel et artistique, pour redevenir l'écrin d'un lieu surprenant à l'ouest du 16<sup>e</sup> arrondissement.

Avec vue sur le bassin, les chambres à la décoration sobre et épurée offrent une bulle de relaxation.

Cette unique adresse du « *vivre mieux* », est une sublime invitation à la détente : bassin d'été et bassin d'hiver chauffés toute l'année, salle de fitness, majestueux Spa by Clarins, salon de coiffure Shu Uemura et barbier...

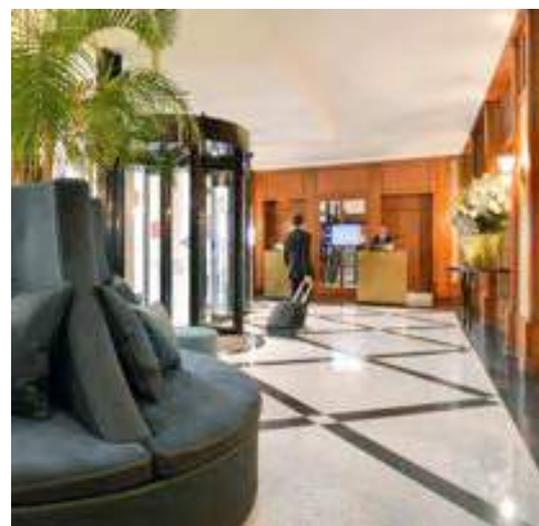
Le restaurant orchestré par le Chef Jean Baptiste Dutac et sa brigade propose une cuisine contemporaine et décomplexée qui bouscule les codes de la gastronomie française. Aux beaux jours, le toit terrasse offre une vue imprenable sur la Tour Eiffel.

Inaugurated in 1929 in the west of the 16<sup>th</sup> arrondissement, Molitor was, for 60 years, the most popular swimming baths in Paris, with its two pools and avant-garde atmosphere. In 2014, Molitor reopened, after a renovation that preserved the best of its heritage and architecture, to once again become the venue for meetings and artistic and cultural freedoms as in the 30s.

With a view over the pool, the rooms are decorated in a sober, uncluttered, relaxing style.

This unique place is a sublimely relaxing example of how to “*live better*”, with its summer pool and winter pool heated all year round, fitness room, magnificent Spa by Clarins, Shu Uemura hairdressing salon and barber...

The Chef Jean Baptiste Dutac and its brigade use their talent to break the mould of French gastronomy and invite you to discover their contemporary cuisine. In summer, the roof terrace offers a stunning view of the Eiffel Tower.



Abaca Corporate / Philippe Louzon - Photography

Situé au cœur des Grands Boulevards, l'hôtel s'inscrit dans un quartier qui fut dès le XVIII<sup>e</sup> siècle associé à l'identité urbaine foisonnante et animée avec ses théâtres, cabarets, salles de concerts, brasseries et ses passages couverts typiquement parisiens.

Rendant hommage aux arts décoratifs des années folles dans un immeuble typiquement parisien, la décoration préserve le patrimoine Belle Époque comme en témoignent l'ascenseur ou les vitraux dans l'escalier de marbre. L'hôte est accueilli dans une atmosphère feutrée et intime, propre aux appartements parisiens des années 30.

Au sein de l'hôtel, une imposante verrière à l'identique de celle des « passages » du quartier dévoile un espace surprenant avec son majestueux bar central en mosaïque pour y déguster les savoureuses créations d'un barman très inspiré dans une atmosphère hors du temps.

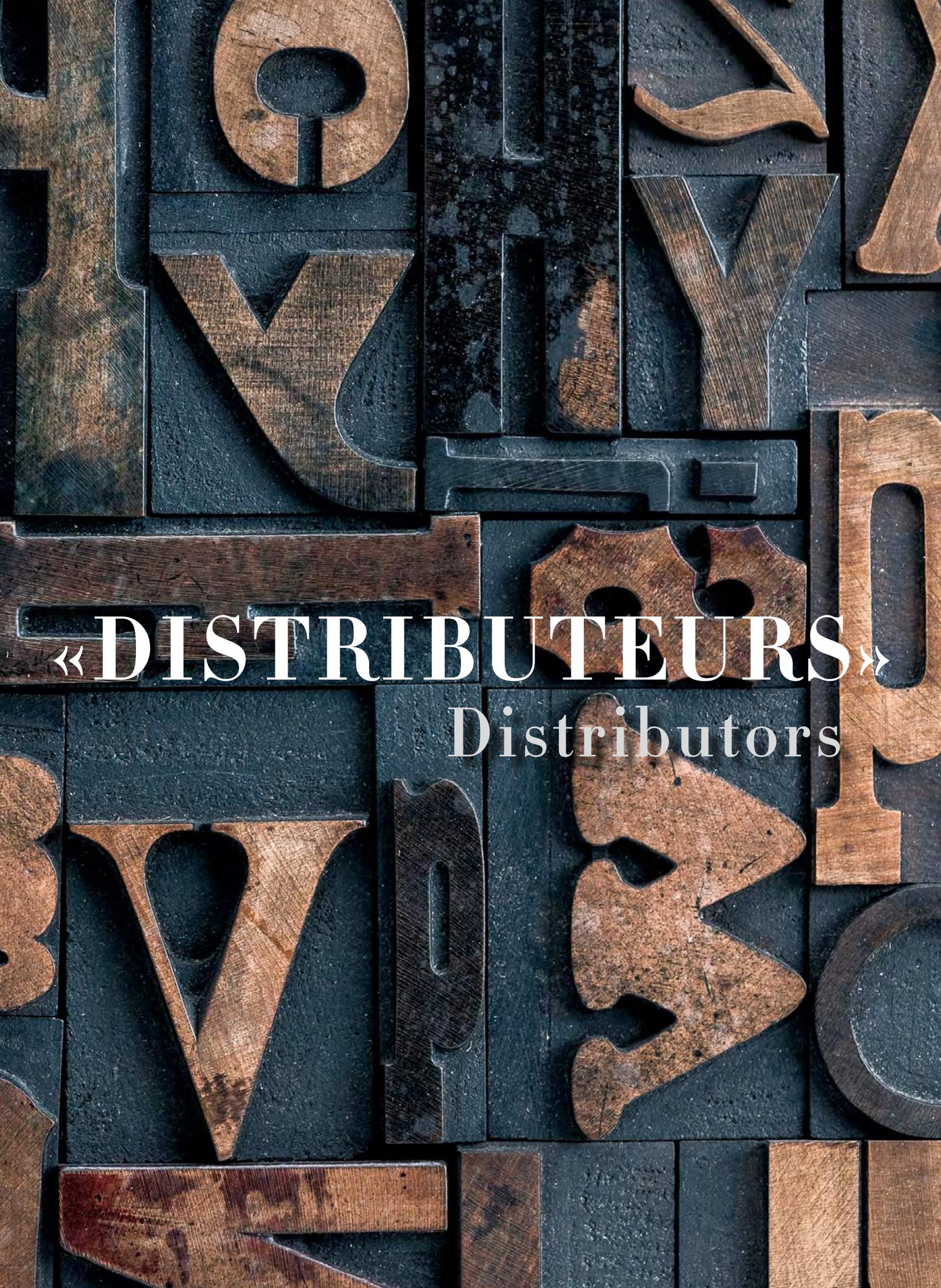
Situated at the heart of the "Grands Boulevards", the hotel forms part of a district which, from the 18th Century, was associated with lively, bustling city life with its theatres, cabarets, concert halls, brasseries and typically Parisian arcades.

Paying tribute to the decorative arts of the Roaring Twenties in a typically Parisian building, the decoration has retained the "Belle Époque" heritage with, for example, the lift and the stained glass windows on the marble staircase. Guests are welcomed in a muted, intimate atmosphere peculiar to Parisian apartments of the 30s.

Inside the hotel, an imposing glass roof like those in the district's arcades illuminates a surprising space with its majestic central bar decorated with mosaic tiles, where guests can savour delicious cocktails created by an inspired barman in a timeless atmosphere.







«DISTRIBUTEURS»

Distributors



Judith Beller - Photography



L'équipe

BEST OF PARIS

remercie chaleureusement ses complices de diffusion.

The Best Of Paris's team would like to warmly thank their diffusion partners.

ARTCURIAL

MAIRIE DE PARIS 



GROUPE ADP



PARIS AÉROPORT

**AIRFRANCE** 





# PALACES



PRINCE DE GALLES  
HOTEL  
PARIS

THE  
LUXURY  
COLLECTION



TRIANON PALACE  
VERSAILLES

A WALDORF ASTORIA HOTEL



## PUR'

Jean-François Rouquette

**CONTEMPORAIN** - Le restaurant Pur' s'ouvre en une vaste rotonde, péristyle moderne et inattendu dans un univers contemporain. L'entrain de la cuisine ouverte sur le restaurant, l'animation discrète du personnel font de ce lieu raffiné un théâtre du goût inédit.

**LE CHEF** - Après vingt ans passés dans des établissements aussi célèbres que le Taillevent, Le Crillon, La Cantine des Gourmets et plus récemment Les Muses, Jean-François Rouquette relève désormais un nouveau défi gastronomique.

**GASTRONOMIQUE** - Le restaurant Pur' propose un style de gastronomie innovant au cœur duquel simplicité devient synonyme de pureté et raffinement.

**CONTEMPORARY** - The Pur' restaurant opens into a vast rotunda, modern and unexpected peristyle in a contemporary world. The spirit of the open kitchen restaurant, the discreet entertainment staff make this refined place a theater of unique taste.

**THE CHEF** - After twenty years spent in institutions as famous as Taillevent, Le Crillon, La Cantine des Gourmets and more recently Les Muses, Jean-François Rouquette now raises a new gastronomic challenge.

**GOURMET** - The Pur' Restaurant offers an innovative culinary style at the heart of which simplicity becomes synonymous with purity and refinement.

PARK HYATT PARIS™

VENDÔME



# HOTELS



Castille  
PARIS

HYATT  
PARIS  
MADELEINE



L'HOTEL  
PARIS



THE WESTIN  
PARIS-VENDÔME

Le MERIDIEN  
ETOILE

pershinghall ★★★★★

*Saint James Paris*







# «REMERCIEMENTS»

Acknowledgements



«FLUCTUAT NEC  
MERGITUR»



Best Of Paris s'affirme et s'affine. Ce périple magnifique de richesse humaine, de rencontres, de surprises et de concrétisation est aujourd'hui plus que jamais inscrit dans la sève de notre belle capitale. Nous ne coulerons pas. Le monde libre ne cèdera pas devant la nuit de l'ignorance. Nos armes sont notre patrimoine vivant, notre savoir-faire, nos incroyables personnalités, et nous sommes très heureuses de continuer à les défendre à travers ce florilège sélectif de la « *crème de la crème* ». Et puis, car un chemin en ouvre d'autres, nous allons en faire de même pour les capitales internationales incontournables, en créant leur Best Of, et en soulignant qu'elles sont belles et sexy, tout comme Paris, à jamais insolentes. Les Sexy Cities.

Merci à ma superbe équipe d'amazones parisiennes, Sacha Lucas, mon associée infailible et ma soeur de coeur, et à Déborah D'Aietti, ma jeune écolière devenue grande si vite, avec tant de grâce et de volonté.

Merci à Pavillon Noir, à Ghislain de la Chaise qui a su s'investir sans compter, et Pierre-Antoine de Bouïard, dont l'indiscutable talent a su mettre en forme mes idées les plus inexplicables avec panache.

Merci à Ali Mahdavi, cher ami de grand talent, dont les images oniriques rythment et enrichissent l'ouvrage indiscutablement.

Merci à Yassine Yaze Mekhnache, rare artiste sans peur du renouvellement, cassant les acquis pour inventer la vie à travers une oeuvre toujours plus riche.

Merci à Christophe Balaesque de chez Arjowiggins dont le soutien intemporel est une forme d'architecture structurale.

Merci à Raphaël Enthoven, grand frère admiré, à qui nous devons des mots éclairés, et pour ma part une présence indéfectible.

Merci à Joelle Perrier, pour sa confiance renouvelée, dont l'œil éclairé et les précieux conseils font d'elle la marraine de cœur du Best Of Paris.

Merci à Gwladys Rabardy pour sa touche graphique finale sur ce Volume 3, femme debout, femme libre et de talent.

Merci à Corentin Quideau, Tsion Tsai'di, Jean Merhi, Emmanuel Noyon, Romain Petit, Catherine David...

Merci aux parisiens pour leur menton dressé vers le ciel qui finalement est leur force, bien droits dans leurs bottes.

Et pour finir, merci à ma douce, précieuse, et affirmée petite fille, Ava, qui m'apprend tous les jours à devenir meilleure, et dont l'humour et la joie de vivre sont un bonheur de chaque instant.

JUDITH BELLER

Best of Paris is growing bigger and stronger. This magnificent journey through the wealth of human endeavour, packed with new people, surprises and achievements, is now more than ever part of the lifeblood in our gorgeous city. As our motto says, we will not sink. The free world will not be swallowed by the darkness of ignorance. Our strength is our living heritage, our expertise and our incredible personalities, and we are proud to keep on defending them with this collection of the city's "crème de la crème". And because one path will always lead to another, we're going to do the same for the other iconic cities of the world and create a Best Of just for them. We'll showcase their dazzling, sexy personalities, just like Paris, and show you what sets them apart from everywhere else. We'll bring the Sexy Cities to you.

A big thank you to my team of Parisian Amazons, Sacha Lucas, my associate and soul sister, and to Déborah D'Aietti, the little schoolgirl who grew up so fast, and with so much grace and verve.

Thanks to Pavillon Noir, to Ghislain de la Chaise for his unwavering support, and Pierre-Antoine de Bouïard, whose effortless talent turned my most nebulous ideas into glorious reality.

Thanks to Ali Mahdavi, a dear and exceptionally talented friend of mine, whose dreamlike images flow through this collection and enrich it immeasurably.

Thanks to Yassine Yaze Mekhnache, a rare artist with no fear of the new and unknown, breaking barriers to reinvent life through an ever-growing body of work.

Thanks to Christophe Balaesque from Arjowiggins; your unending support has been a rock for me, keeping me together.

Thanks to Raphaël Enthoven, my much-admired big brother, for your enlightened words and unwavering presence by my side.

Thanks to Joelle Perrier for still having faith in me; thanks to your keen eye and precious advice, you have been a veritable godmother to Best Of Paris.

Thanks to Gwladys Rabardy, a strong, free, talented woman, for your final graphical flourishes in Volume 3.

Thanks to Corentin Quideau, Tsion Tsai'di, Jean Merhi, Emmanuel Noyon, Romain Petit...

Thanks to all the Parisians out there for keeping your chin up and boots fastened, carrying on regardless.

And finally, a big thank you to my beautiful, precious and much-loved daughter Ava. Every day, you teach me to take another step forward, and your humour and joyfulness are an unending source of happiness for me.



# Nice Colors Paris



Nice Colors Paris est le spécialiste de l'impression grand format et haut de gamme pour les espaces commerciaux et l'événementiel.

Installé depuis 10 ans à Paris dans le 18<sup>e</sup> arrondissement, dans l'ancienne zone industrielle des imprimeurs, « Nice » est maintenant l'un des leaders de l'impression numérique grand format en Île de France. Notre expertise : le visuel pour le point de vente et l'événement. Nos engagements : qualité, réactivité, le travail en équipe, respect de l'environnement.

Nos clients sont principalement des chaînes de magasins prestigieuses et internationales, ainsi que des acteurs de l'événementiel haut de gamme. Au fil des années, les grandes marques nous ont également fait confiance pour la décoration et la signalétique de leurs locaux.

Grâce à son partenariat avec AGFA, Nice Colors Paris détient aujourd'hui un parc machines parmi les plus performants du marché. Ce partenariat nous permet d'être toujours à la pointe de la recherche de qualité et de vitesse d'impression. Mais l'entreprise s'appuie avant tout sur une équipe soudée de 20 personnes passionnées d'image et de photographie.

Nice Colors Paris is the specialist for large format printing and high-end commercial spaces and events.

Installed for 10 years in Paris in the 18<sup>th</sup> arrondissement in the former industrial area of printers, "Nice" is now one of the leaders of large format digital printing in Ile de France.

Our expertise: the visual to the point of sale and the event. Our commitments: quality, responsiveness, teamwork, respect for the environment.

Our customers are mostly chained prestigious international shops, as well as players in the high-end event. Over the years, major brands have also trust us for decoration and signage from their premises.

Through its partnership with AGFA, Nice Colors Paris now has a fleet of machines among the best in the market. This partnership allows us to be always at the forefront of research quality and printing speed. But the company is based primarily on a strong team of 20 people passionate about pictures and photography.

189 rue d'Aubervilliers  
CAP 18-Allée A- Bâtiment 18 75018 PARIS  
+ 33 (0)1 42 09 59 75  
[www.nice-colors.com](http://www.nice-colors.com)



## Jean Merhi

PHOTOGRAPHE

[www.jeanmerhisaliba.com](http://www.jeanmerhisaliba.com)

Jean Merhi exerce la photo et la vidéo depuis son adolescence pour témoigner de la guerre civile que traversait son pays d'origine, le Liban. Il quitte Beyrouth pour s'installer à Paris où il pratique la photo comme portraitiste et reporter. Instigateur du mois de la photo au Liban en collaboration avec la Maison Européenne de la Photographie, dont il est la mémoire vive, il enchaîne depuis les expositions et les projets sociaux culturels.

Jean Merhi exercises photography and video since his adolescence to witness the civil war that crossed his country, Lebanon. He left Beirut and moved to Paris where he practices as a portrait photo and reporter. Instigator of the "Mois de la Photo" in Lebanon, in collaboration with the European House of Photography, which of his is the living memory, he since has been chaining exhibitions and cultural social projects. From print to digital: up to a vibrant communication, due to a mere and contemporary vision.



## Ali Mahdavi

[www.ali-mahdavi.com](http://www.ali-mahdavi.com)



Fred Rambaud - Photography

## Gwladys Rabardy

DIRECTRICE ARTISTIQUE

[www.gwladysrabardy.com](http://www.gwladysrabardy.com)



# INDEX

## PÊCHÉ n°1

### « HUMEURS » Spirits

#### CULTURE

p.42-43 ARTCURIAL  
7 rond-point des Champs-Élysées 75008 Paris  
+33 (0)1 42 99 20 20  
www.artcurial.com

p.44-45 AÉROPORT DE PARIS ORLY  
94390 Orly  
www.parisaeroport.fr

p.46-47 EMMANUEL NOYON  
www.emmanuel-noyon.pixpa.com

p.48-49 CARPENTERS WORKSHOP GALLERY  
54 rue de la Verrerie 75004 Paris  
+33 (0)1 42 78 80 92  
www.carpentersworkshopgallery.com  
paris@carpentersworkshopgallery.com

p.50-51 SILENCIO CLUB  
142, rue Montmartre 75002 Paris  
+33 (0)1 40 13 12 33  
www.silencio-club.com  
membership@silencio-club.com

p.52-53 ANTOINE VIDAL  
vidal.virb.com  
vidal.sculpture@gmail.com

#### PATRIMOINE / Heritage

p.56-57 PALAIS GALLIERA  
Musée de la Mode de la Ville de Paris  
10 avenue Pierre 1er de Serbie  
75116 Paris  
+33 (0)1 56 52 86 00  
www.galliera.paris.fr

p.58-59 MELLERIO DITS MELLER  
9 Rue de la Paix 75002 Paris  
+33 (0)1 42 61 57 53  
www.mellerio.fr  
contact@mellerio.fr

p.60-61 MAISON EUROPÉENNE  
DE LA PHOTOGRAPHIE  
5/7 Rue de Fourcy 75004 Paris  
+33 (0)1 44 78 75 00  
www.mep-fr.org

p.62-63 MUSÉE DES ARTS ET MÉTIERS  
60 rue Réaumur 75003 Paris  
+33 (0)1 53 01 82 00  
www.arts-et-metiers.net

## PÊCHÉ n°2

### « NARCISSE » Narcissus

#### BEAUTÉ / Beauty

p.68 KEN CLUB  
100 avenue du Président Kennedy 75016 Paris  
+33 (0)1 46 47 41 41  
www.kenclub.com

p.69 KLAY  
4bis rue Saint-Sauveur 75002 Paris  
+33 (0)1 40 26 00 00  
www.klay.fr

p.70-71 PARFUMS CARON- Alès Groupe  
90 rue du Faubourg Saint-Honoré  
75008 Paris  
+33 (0)1 42 68 25 72  
www.parfumscaron.com  
cevrard@alesgroupe.com

p.72-73 CLINIQUE DES CHAMPS-ÉLYSÉES  
1 Avenue Franklin Delano Roosevelt  
75008 Paris  
+33 (0)1 53 77 25 88  
www.crpce.com

p.74-75 TRÈS CONFIDENTIEL  
44-45 Galerie Montpensier  
Jardins du Palais Royal 75001 Paris  
+33 (0)1 42 97 43 98

#### CADEAUX / Gifts

p.78-79 PACÔMA PARIS  
+33 (0)1 44 78 85 65  
8 rue La Fayette 75009 Paris  
www.pacomaparis.com  
contact@pacomaparis.com

p.80-81 MAISON TAMBOITE PARIS  
20 rue Saint Nicolas 75012 Paris  
+33 (0)1 40 21 94 18  
www.maisontamboite.com  
contact@maisontamboite.com

p.82-83 MONTRES MODERNES  
COLLECTION  
9 rue Marbeuf 75008 Paris  
+33 (0)1 40 70 90 10  
www.montres-modernes.com

## PÊCHÉ n°3

### « GOURMANDISES » Savoriness

#### BONNE CHÈRE / Pleasure Food

p.88-89 PALAIS ROYAL TRAITEUR  
142 rue Montmartre 75002 Paris  
+33 (0)1 43 80 88 09  
www.palaisroyal-traiteur.paris  
contact@palaisroyal-traiteur.paris

p.90-91 LE PATIO OPÉRA  
5 rue Meyerbeer 75009 Paris  
+33 (0)1 40 98 00 92  
www.lepatio-opera.com

#### DOUCEURS / Delicacies

p.94-95 SÉBASTIEN GAUDARD  
La Pâtisserie- Salon de Thé des Tuileries  
1 rue des Pyramides 75001 Paris  
+33 (0)1 71 18 24 70  
www.sebastiengaudard.com

p.96-97 DISTILLERIE DE PARIS  
Nicolas Julhès  
54 rue du Faubourg Saint Denis 75010 Paris  
+33 (0)1 44 83 96 30  
www.distilleriedeparis.com  
nicolas@distillerie.paris

## PÊCHÉ n°4

### « ENVIES » Desires

#### DESIGN

p.102-103 PIERRE YOVANOVITCH  
6 rue Beauregard 75002 Paris  
+33 (0)1 42 66 33 98  
www.pierreyovanovitch.com  
yova@pierreyovanovitch.com

p.104-105 NATHALIE ZIEGLER PASQUA  
www.nathalieziegler.com  
info@nathalieziegler.com

p.106-107 LAURENT MINOT  
31, rue de Lisbonne 75008 Paris  
+33 (0)1 45 63 37 19  
www.laurent-minot.com  
laurent@minotdplg.fr

p.108-109 KATINKA  
joy.de-rohan-chabot@wanadoo.fr

#### TALENTS

p.112-113 PHELIPPEAU TAPISSIER  
3 rue Labie 75017 Paris  
+33 (0)1 45 74 19 75  
www.phelippeautapissier.com  
contact@phelippeautapissier.com

p.114-115 GMT  
12 rue Jacques Anquetil  
95140 Garges-Les-Gonnesse  
+33 (0)1 30 11 19 69  
www.entgmt.fr  
gmt@entgmt.com

p.116-117 LE DANTEC  
19, rue du Fer à Cheval Z.I. 95200 Sarcelles  
+33 (0)1 39 92 24 98  
www.ledantec.fr

p.118-119 ROUSSEL STORES  
177 boulevard Haussmann 75008 Paris  
+33 (0)1 43 59 33 14  
www.roussestores.fr  
service.client@roussestores.com

## « BEST OF PARIS »

p.20-21/ p.34-35 MAIRIE DE PARIS  
9 place de l'Hôtel de Ville 75196 Paris Cedex 04  
+33 (0)1 42 76 40 40  
www.paris.fr

p.30-31 GROUPE ADP  
Aéroport Paris Roissy-Charles de Gaulle  
95700 Roissy-en-France  
+33 (0)1 70 36 39 50  
www.parisaeroport.fr/homepage-groupe

p.32-33 ATOUT FRANCE  
79-81 rue de Clichy 75009 Paris  
+33 (0)1 42 96 70 00  
www.atout-france.fr  
www.mooc-accueil.fr  
legal@atout-france.fr

p.36-37 ICCARRE  
www.association-iccarre.org  
bureau@ecolerichardcross.fr

## PÊCHÉ n°5

### « ECONOMIES » Economy

#### BUSINESS

p.124-125 ARTHUR ET FRANCK-ELIE BENZAQUEN  
KEN GROUP  
www.kenclub.com  
www.klay.fr

p.126-127 ARJOWIGGINS  
www.arjowigginscreativepapers.com

p.128-129 PALAIS ROYAL TRAITEUR  
142 rue Montmartre 75002 Paris  
+33 (0)1 43 80 88 09  
www.palaisroyal-traiteur.paris  
contact@palaisroyal-traiteur.paris

#### SERVICE

p.132-133 LUXAVIATION FRANCE  
Aéroport de Paris- Le Bourget  
3 rue de Londres F  
93350 Le Bourget, CS 5049  
+33 (0)1 48 35 90 90  
www.luxaviation.com  
charter.france@luxaviation.com

p.134-135 O&P CONCIERGE  
102 avenue des Champs-Élysées  
75008 Paris  
+33 (0)6 99 71 60 62  
www.oandpconcierge.com  
patrick@oandpconcierge.com

## PÊCHÉ n°6

### « LUXURIANCE »

#### COUTURE

p.140-141 JEAN PAUL GAULTIER  
325 rue Saint-Martin  
75003 Paris  
+33 (0)1 72 75 83 00  
www.jeanpaulgaultier.com

p.142-143 JULIE DE LIBRAN  
Sonia Rykiel  
175 boulevard Saint Germain 75006 Paris  
+33 (0)1 49 54 60 00  
www.soniarykiel.com

p.144-145 ANTOINE KRUK  
www.antoine-kruk.com  
antoinekruk@orange.fr

p.146-147 PARAFFECTION-CHANEL  
16 rue Duphot 75001 Paris  
www.chanel.com

#### VOLUPTÉ / Voluptuousness

p.150 J.L COQUET  
7 rue Royale 75008 Paris  
+33 (0)1 53 05 12 20  
www.jlcoquet.com  
boutiqueroyale@jlcoquet.com

p.151 JAUNE DE CHROME  
7 rue Royale 75008 Paris  
+33 (0)1 42 94 00 09  
www.jaunedechrome.com

p.152-153 MAISON D. PORTHAULT  
9 avenue Franklin D. Roosevelt  
75008 Paris  
+33 (0)1 84 17 27 37  
www.dporthault.fr

p.154-155 CAVIAR ULTRÉIA  
8, Place Vendôme 75001 Paris  
+33 (0)1 42 60 55 17  
www.caviar-ultreia.com

p.156-157 T.T.TRUNKS  
29 avenue Matignon / 116 rue du Faubourg  
Saint-Honoré 75008 Paris  
+33 (0)1 45 74 04 31  
www.tttrunks.com  
contact@tttrunks.com

## PÊCHÉ n°7

### « OISIVETÉ » Leisure

#### ART DE VIVRE / Lifestyle

p.162-163 STÉPHANE CHAPELLE  
29 rue de Richelieu 75001 PARIS  
+33 (0)1 42 60 65 66  
www.stephane-chapelle.fr  
boutique@stephane-chapelle.fr

p.164-165 ATELIER BETTENFELD ROSENBLUM  
2 rue Titon 75011 Paris  
+33 (0)1 43 79 93 47  
www.abrparis.com  
contact@abrparis.com

p.166-167 LES NOUVEAUX BROCANTEURS  
23 boulevard de Ménilmontant 75011 Paris  
+33 (0)6 62 75 64 85  
www.lesnouveauxbrocanteurs.paris  
contact@lnb.paris

p.168-169 IMPRIMERIE DES DEUX-PONTS  
22 rue de Marignan 75008 Paris  
+33 (0)1 45 63 43 15  
www.deux-ponts.fr

#### CRÉPUSCULE / Twilight

p.174 L'ATELIER DES ARTISTES  
4, rue Rampon, 75011 Paris  
+33(0)1 47 00 55 71  
www.atelierdesartistes.net

p.175 LA DÉMESURE  
43 rue du Faubourg Montmartre 75009 Paris  
+33 (0)1 48 24 49 53

p.176-177 PAVILLON NOIR  
28 rue Desportes 93400 Saint-Ouen  
www.pavillonnoir.com  
contact@pavillonnoir.com

## « HOTELS »

p.178-p.187 ACCOR HOTELS LUXE- SOFITEL- M GALLERY  
110 avenue de France 75013 Paris  
www.accorhotels.com

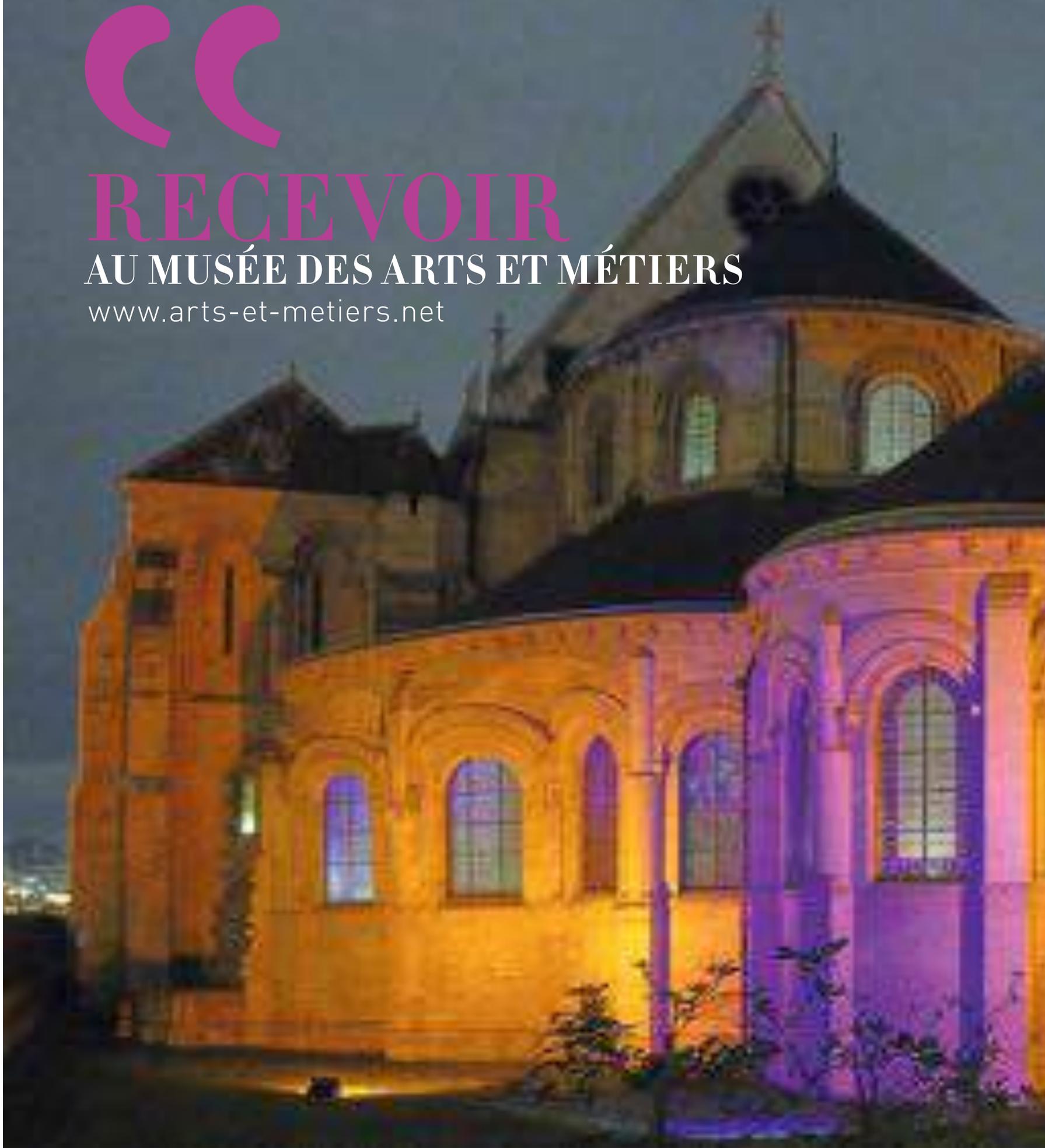
BEST OF  
PARIS



# RECEVOIR

## AU MUSÉE DES ARTS ET MÉTIERS

[www.arts-et-metiers.net](http://www.arts-et-metiers.net)



---

Le Musée des arts et métiers dispose d'espaces prestigieux pour accueillir vos événements d'entreprise au cœur de Paris. Une équipe est à votre disposition pour imaginer ensemble un moment unique.

---



60 rue Réaumur 75003 Paris  
+33 (0)1 53 01 82 00

The Musée des arts et métiers has prestigious spaces  
to host your corporate events in the heart of Paris.  
A team at your disposal to imagine together a unique moment.