

ESSENTIELLE

THIERRY BOUTEMY

L'homme à fleurs qui faisait le printemps

BEAUTÉ

Bons plans, shopping, astuces...

Vingt envies lumineuses

À CUBA
LE HAVANE,
DE A À Z

MODE
Cinq jeunes Belges et une Fashion Week parisienne

NOUVELLE ÈVE ?

LA CONDITION FÉMININE A ÉVOLUÉ, OUI... MAIS VERS QUOI ?

DIANE VON FURSTENBERG

"L'ÂGE, C'EST LA VIE !"

Copie destinée à francois.vanderveide@gmail.com

Copie destinée à francois.vanderveide@gmail.com

STYLE [NEWS]

SHOPPING

FLOWER POWER

CET ÉTÉ, ON MISE SUR LES FLEURS DE LA TÊTE AUX PIEDS. POUR UNE ALLURE TROPICALE, LES GROSSES FLEURS FONT LE JOLI BOUQUET.



Pull, Eric Bompard, 190 €



Délicieuse fragrance fleurie ! Osmenthus Blossom Cologne, Jo Malone, 100 ml, 92 €



Couronne, Sacha, 7,95 €



Défilé Marni



Top, Mexx Casual, 45,95 €



Sec, Marc by Marc Jacobs, 45 €



LES FRONTIÈRES POUR TOUT BIJOU

L'enracinement, le déracinement, la terre et ses frontières, voilà le thème d'inspiration de la créatrice de Just So. Depuis plus d'un an, Jasbir Sandhu, artiste d'origine singapourienne, rend hommage à tous les pays du monde. Comme une dentelle, les contours d'un pays sont découpés finement grâce à un laser spécial dans des matériaux précieux. Le pays d'où l'on vient, celui que l'on aime, celui que l'on rêve de découvrir fait ainsi corps à corps avec nous sous forme de colliers, broches, bracelets ou encore boutons de manchettes. En vente au Musée Magritte, www.justso.com

JUST CAMPAGNE, UNE PRÉCISION

Elles sont à deux pas l'une de l'autre, de quoi s'emmêler les pinceaux ! Mais la boutique Just Campagne dont nous vous parlions dans notre numéro de mars est bien située au 30 chaussée de Charleroi, et non chaussée de Waterloo. www.justcampagne.com

L'INTERVIEWÉ PIERRE-ARNAUD GRENADE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE PRINCESSE TAM.TAM

Pierre-Arnaud Grenade a rejoint le groupe en mai 2010 et préside la maison avec vision et décontraction. Deux adjectifs qui font le succès de la marque. **Un homme plongé dans l'univers des froufrous, c'est intéressant...** Effectivement, ça fait sourire. Mes amis trouvent que j'ai un métier vraiment passionnant ! (rires) Mais bosser pour Princesse tam.tam, ce n'est pas seulement parler froufrous. Ça va beaucoup plus loin que ça. On pense tout un univers féminin. On travaille comme une marque de mode. Et pour ce faire, je suis entouré d'une équipe essentiellement féminine. Je n'ai pas la vocation d'être "le" spécialiste du produit. **Quelle est la philosophie de Princesse tam.tam ?** "Par les femmes, pour les femmes". On ne conçoit pas la lingerie au travers des yeux d'un homme. Nous

souhaitons révéler l'audace de la femme, souligner une sensualité naturelle, lui offrir de la fantaisie et de la liberté... Princesse tam.tam œuvre, à sa manière, pour offrir aux femmes une indépendance et une spontanéité. Souvent, on constate que beaucoup de nos clientes y ont acheté leur premier soutien-gorge et qu'elles reviennent aussi pour leur fille. Nous sommes dans une féminité élégante. Nous nous inscrivons dans la vie des femmes au quotidien, dans ce qu'il a de joli. Nous ne sommes pas dans une lingerie d'exception. **Comment naît une collection ?** L'inspiration vient de partout, d'un voyage à Londres, au Maroc ou en Californie, d'une exposition d'art moderne ou d'une visite dans un magasin vintage. Nous nous projetons dans des thématiques. www.princessetamtam.com



Marie Hoceplé

140 BOUGIES !



L'inimitable 501 fête ses 140 ans. L'occasion de marquer le coup et d'introduire un non-dénim dans la collection. En vert, rouge, bleu ou beige, on pourra désormais porter le "jeans" fétiche de Kurt Cobain ou de Rihanna. Complètement transgénérationnel ! The 501 Non-dénim, 89,95 €, www.leviss.com