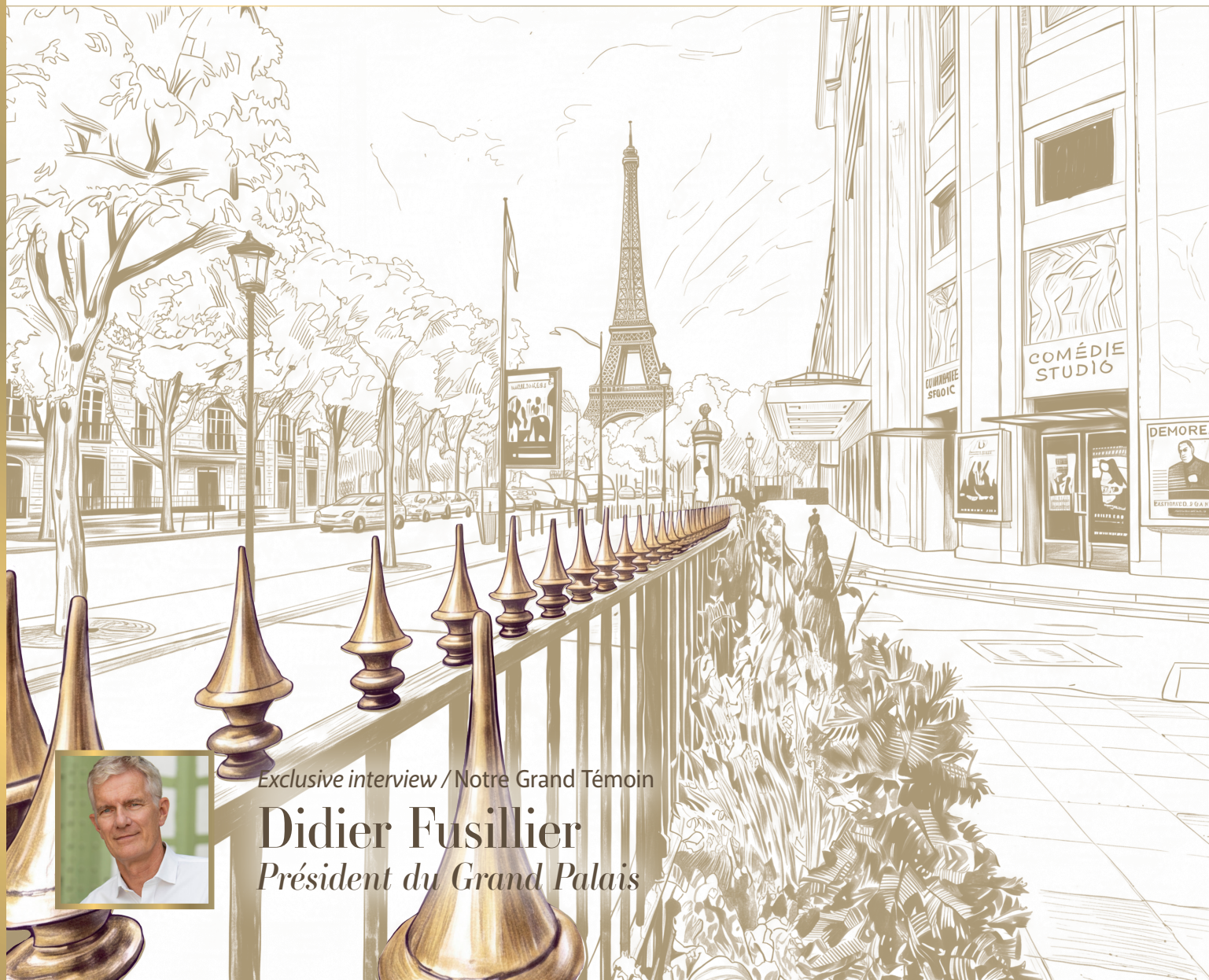


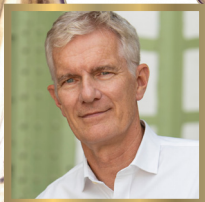
Avenue Montaigne

— Paris —



Exclusive interview / Notre Grand Témoin

Didier Fusillier
Président du Grand Palais





Avenue Montaigne
— Paris —

Sommaire N°39

6

Mot du Président
Alain Quillet

10

Notre Grand Témoin
Didier Fusillier

14

Les Vendanges Montaigne
font peau neuve

22

Moynat, le virtuose
du bagage

32

Dernières nouvelles
du shopping

40

Dolce & Gabbana,
l'appel de l'art

46

Les Journées particulières,
dans les coulisses du luxe

52

Aux Arts décoratifs,
4 décennies de mode

60

Informations
pratiques

Nos remerciements pour sa collaboration au **COMITÉ MONTAIGNE**
Our thanks to the COMITÉ MONTAIGNE for its collaboration

Art' Communication 9, Rue Anatole De La Forge, 75017 Paris
Tel. : 01 40 06 08 86 – Art.fab@orange.fr

avenuemontaigneparis.com

Fondatrice – Directrice de la publication,
Founder – Publication Director **Sabrina Douié**
Rédaction, editing and text **Rafael Pic**
Traduction, translation **Stephanie Curtis**
Conception graphique, graphic design **Olivier Merlot**
Couverture, cover : © Olivier Merlot

**Avenue Montaigne, septembre 2026, imprimé en France /
september 2026, Printed in France**

La reproduction, même partielle des textes, dessins et photographies
publiés dans le Guide AVENUE MONTAIGNE est totalement interdite
sans l'accord écrit de Art'Communication. Art'Communication se
réserve le droit de reproduction et traduction dans le monde entier.

*Reproduction, even partial, of texts, sketches and photographs published
in the Guide AVENUE MONTAIGNE is totally forbidden without
written permission from Art'Communication. Art'Communication
reserves all rights for reproduction and translation throughout the world.*

Diffusion sélective :
Distribution confidentielle auprès des abonnés du pack week-end des
Échos, au sein des chambres et suites de l'hôtel Plaza Athénée, ainsi que
dans les salons Air France de Paris-Charles de Gaulle et des salons Eurostar.



Mot du Président



Alain Quillet,
Président du Comité Montaigne
President of the Comité Montaigne

Chère lectrice, cher lecteur,

Dans le précédent numéro, ce magazine, qui relaie l'action du Comité Montaigne, réunissant les grandes maisons de l'avenue Montaigne et de la rue François-1^{er}, fêtait ses 20 ans. Le voilà désormais largement majeur et doté d'un nouvel élan, les yeux fixés sur l'anniversaire du demi-siècle ! A quoi ressemblera l'avenue Montaigne en 2055 ?

Tout d'abord, il est certain que l'événement emblématique du Comité Montaigne, les Vendanges, sera plus que jamais le rendez-vous de rentrée emblématique du glamour et du savoir-vivre à la française. D'autant plus après l'édition 2026 qui vient de se tenir, proposant aux invités de nos Maisons, en plus des habituelles dégustations de champagnes et grands crus, un tout nouveau concept de scénographie et d'environnement musical qui s'inscrira dans la durée.

Ensuite, l'avenue Montaigne et la rue François auront retrouvé leur caractère de promenade qui en faisait la singularité : dans cette perspective, le Comité Montaigne initie un projet de rénovation d'envergure qui permettra aux riverains, aux visiteurs et aux clients de nos Maisons, de bénéficier d'une expérience de visite apaisée grâce à de larges trottoirs restaurés ainsi que des circulations douces repensées. La végétalisation richement modernisée par touches élégantes viendra en contrepoint des actuels jardins emblématiques de notre avenue. Ce nouvel aménagement sera à la hauteur de l'excellence de nos Maisons et du rayonnement international de notre quartier.

On ne compte plus les événements à résonance mondiale qui passent par l'avenue ou ses environs, des Jeux olympiques au Tour de France, jusqu'à la messe colossale que le pape Léon XIV a programmée sur la place de la Concorde ce 26 septembre 2026. Et L'un des poumons culturels du pays, le Grand Palais, qui multiplie les records de fréquentation, se trouve à moins de 500 mètres. Son président, Didier Fusillier, qui partage avec nous les souvenirs de 40 ans de compagnonnage avec les lieux, est notre grand témoin : il nous confie combien le quartier et ses maisons historiques sont des partenaires essentiels de son institution.

Ce numéro n'est pas avare d'autres anniversaires : il se penche sur les 40 ans des collections de mode du musée des Arts décoratifs, un autre indicateur de l'incroyable vitalité parisienne. Il revient aussi sur les 15 ans des Journées particulières, un éclairage sur les maisons de la galaxie LVMH, dont l'une est le malletier Moynat, à l'histoire séculaire qui fait l'objet de notre saga.

L'histoire et le patrimoine n'empêchent pas de se renouveler, nous l'avons souligné plusieurs fois. Nous en avons un exemple concret avec la présentation des boutiques d'ouverture récente, la plupart sur la rue François-1^{er} qui redevient, au fil des ans, une destination à part entière des marques de luxe.

À quoi ressemblera l'avenue Montaigne en 2055 ? Il y a fort à penser qu'elle sera encore et toujours le point de référence du luxe et de la mode : deux instruments essentiels de la fascination et du soft power qu'exercent la France et sa capitale.

Alain Quillet

GUCCI



A word from the President

Dear Readers,

In our previous issue, this magazine, which covers the activities of the Comité Montaigne, bringing together the major fashion houses on Avenue Montaigne and Rue François-1^{er}, celebrated its 20th anniversary. With its coming of age and a fresh momentum, it now sets its sights on the future and its half-century anniversary! What will Avenue Montaigne look like in 2055?

Above all, there's little doubt that the Comité Montaigne's signature event, Les Vendanges, the biennial Harvest Festival, will remain, more than ever, the iconic kickoff of the fall season, celebrating French glamour and savoir-vivre. This was especially true for the 2026 edition, which took place recently, offering guests of our fashion houses the usual tastings of Champagnes and grands crus, plus, for the first time this year, an ambitious new concept with inventive staging and musical ambiance sure to be repeated in the future.

In addition, Avenue Montaigne and Rue François will once again assume the character of a promenade that has made them so unique; A major renovation project launched by the Comité Montaigne will allow residents, visitors, and customers of our fashion houses to enjoy a peaceful experience thanks to wide, restored sidewalks and redesigned pedestrian and bicycle paths. The landscaping, richly updated with elegant touches, will complement the small gardens that are already emblematic of our avenue. This new design will live up to the excellence of our fashion houses and the international prestige of our neighborhood.

Numerous world-renowned events take place on the Avenue and in its neighborhood, from the Olympic Games to the Tour de France, right up to Pope Leo XIV's mega Mass scheduled for the Place de la Concorde on September 26, 2026. One of France's cultural hubs, the Grand Palais—which continues to break attendance records—is located less than 500 meters away. Its president, Didier Fusillier, shares with us his memories of 40 years of partnership with the venue in his interview in this issue. He tells us just how much the neighborhood and its historic buildings are essential allies for his institution.

This issue celebrates its share of anniversaries: It gives a preview of the 40th anniversary of the fashion collections at the Musée des Arts Décoratifs, yet another sign of Paris's incredible vitality. It also looks back on 15 years of the "Journées Particulières," a spotlight on the marques within the LVMH universe, one of which is the luggage maker Moynat, whose centuries-old history is the subject of our magazine's « saga ».

History and heritage do not preclude renewal—as we have often repeated. Some concrete examples are highlighted in this issue, including the opening of several new shops, most of them on Rue François-1^{er}, which is once again becoming a destination in its own right for luxury brands.

What will Avenue Montaigne look like in 2055? There is every reason to believe that it will still be the epicenter of luxury and fashion—two essential elements of the fascination and soft power exerted by France and its capital.

Enjoy your read!

Alain Quillet



Didier Fusillier a marqué pendant près de 20 ans la politique culturelle lilloise en étant l'artificier de « Lille 2024 Capitale européenne de la culture » puis de « Lille3000 ». De 2015 à 2023, il a été président de La Villette. Il est depuis septembre 2023 le président de l'établissement public GrandPalaisRmn.

For nearly 20 years, Didier Fusillier piloted Lille's cultural policy. He was the driving force behind "Lille 2024 European Capital of Culture" and then "Lille 3000." From 2015 to 2023, he served as president of La Villette. Since September 2023, he has been president of the public institution GrandPalaisRmn.



Notre Grand Témoin

Didier Fusillier

Bye

Le président du Grand Palais a fait de l'institution, rouverte en 2024 après de longs travaux, une ruche ouverte sur le monde et sur son quartier.

Since the reopening of the Grand Palais in 2024 after a lengthy renovation, this institution's President, Didier Fusillier, has made it a beehive of activity open to the world and its neighborhood.

Quel est votre premier souvenir de l'avenue Montaigne ?

Je la fréquente depuis longtemps ! Quand j'étais enfant et que j'habitais à Rennes, ma grand-mère m'amenait à Paris pendant les vacances de Pâques. Nous allions voir des expositions, visiter des monuments, assister à des concerts... Je me souviens avoir été émerveillé par le théâtre des Champs-Élysées. À l'époque, pour moi, un théâtre était forcément très XIX^e siècle, très Napoléon III, et celui-là était différent, grandiose mais moderne ! Je me souviens aussi être allé très jeune chez Francis, un lieu mythique avec la tour Eiffel en fond de scène...

L'Avenue Montaigne a-t-elle pour vous une atmosphère particulière ?

Elle a un aspect fascinant avec sa beauté, sa largeur, ses vitrines, ses boutiques – même si on n'ose pas toujours en pousser la porte –, ses illuminations à Noël. Elle correspond assez bien à la définition de la flânerie par Julien Gracq : on peut s'y perdre dans des lieux que l'on connaît. Si l'on se retourne au milieu de l'avenue, on ne reconnaît pas forcément où l'on est. Je me souviens avoir ressenti cela en sortant

à 22 heures d'émissions à Europe 1 chez Frédéric Taddéi ou du Plaza Athénée, où Patrick Jouin avait créé le nouveau décor du restaurant d'Alain Ducasse. Par exemple en passant devant Artcurial, quand les camions déchargeaient les voitures de course qui allaient passer aux enchères. On entendait rugir les Ferrari dans la nuit – c'était une ambiance tout à fait particulière !



What is your oldest memory of the Avenue Montaigne?

I remember a performance of *The Marriage of Heaven and Hell* by the Roland Petit company in 1985 at the Théâtre des Champs-Élysées when Zizi Jeanmaire appeared against a stage backdrop by Keith Haring. I was not yet involved in the world of culture, since I was preparing to become a lawyer. But I was acquainted with Art Zoyd, creators of the music, a group that worked in a contemporary and expressionistic style, and which was from Maubeuge, my region. I have a dazzling memory of this moment. I returned frequently to the Théâtre des Champs-Élysées, whether for the ballets of Angelin Preljocaj or,

more recently, Sasha Waltz. I would also associate this world with that of the Théâtre du Rond-Point, a venue for experimental theater where I remember seeing Jean-Louis Barrault and Madeleine Renaud having lunch at the restaurant... which is still there.

Does the Avenue Montaigne have a special atmosphere for you?

It has a fascinating charm with its beauty, its width, its storefronts, its boutiques—even if you don't always dare to step inside—and also with its dazzling Christmas lights. It fits Julien Gracq's definition of "strolling" quite well. You can lose yourself there in places you know. If you turn around in the middle of the avenue, you don't necessarily recognize where you are. I remember feeling that way when I'd leave the studios of Europe 1 at 10 p.m. after recording shows with Frédéric Taddéi or at the Plaza Athénée, where Patrick Jouin had designed the new decor for Alain Ducasse's restaurant. Or, for example, walking past Artcurial, when trucks were unloading the race cars that were being put up for auction. You could hear the Ferraris roaring in the night—it was a truly unique atmosphere!



« Sous la jupe du Grand Palais »

Y êtes-vous retourné ensuite dans le cadre de vos projets ?

En 2007, nous avons montré au Tripostal à Lille une sélection de la collection de François Pinault, en collaboration avec Jean-Jacques Aillagon et Caroline Bourgeois, sous le titre « Passage du temps », à peu près au moment où ouvrait Palazzo Grassi à Venise. C'était la première fois qu'on découvrait la plupart des œuvres. Je suis venu à plusieurs reprises au siège d'Artémis, rue François-1^{er}, pour discuter des prêts et des conditions techniques. J'ai également travaillé avec LVMH, qui avait apporté son soutien à la métropole de Lille pour participer à des Expositions universelles, notamment à Shanghai en 2010 et à Milan en 2015.

Au Grand Palais, vous collaborez avec d'autres grands noms du luxe et de la mode.

J'apprécie beaucoup le travail avec ces grandes maisons qui apportent leur soutien par du mécénat, du sponsoring mais aussi par le biais d'événements. La façon dont elles impulsent des tendances et font rayonner leur créativité auprès d'un large public est inspirante. Au Grand Palais, il y a évidemment Chanel, qui a apporté un mécénat de 25 millions d'euros et qui est le sponsor du « Grand Palais d'été » avec Accor. Son rôle dépasse l'aspect strictement financier : les défilés de Karl Lagerfeld étaient des événement

At the Grand Palais, you collaborate with other major names in luxury and fashion.

I very much appreciate working with these leading houses, which support us through philanthropy, sponsorship, and events. The way they set trends and showcase their creativity to a wide public is inspiring. At the Grand Palais, there's obviously Chanel, which has made a 25-million-euro donation and is the sponsor of the "Grand Palais d'Été" along with Accor. Its role is more than strictly financial. Karl Lagerfeld's fashion shows were spectacular events—and Matthieu Blazy has taken up the torch. Chanel's four annual fashion shows attract a different audience, with youth adopting the venue. Other notable events include the Saut Hermès annual jumping competition and the highly successful Dolce & Gabbana exhibition, held shortly after the Olympic Games. We have strengthened our ties with the Comité Colbert, of which we have been a member for a year: The second edition of "Deux mains du luxe," aimed at young people seeking training and a future, was held at the Grand Palais in 2025.

Josepha Madoki



Quel est l'esprit du Grand Palais que vous présidez ?

Le Grand Palais n'est pas un objet posé ici par hasard. C'est comme un phare, une pierre angulaire, un lieu de célébration qui, avec ses 70 000 m², est plus grand que le château de Versailles. Avec une caractéristique particulière qui est pour moi un avantage énorme : il est totalement vide, sans collection, sans même une chaise ! Il doit donc constamment se réinventer... Après la fin des travaux en 2024, nous avons voulu en faire un lieu ouvert. Avant, il fallait un billet, une invitation pour entrer. Aujourd'hui, nous avons 7000 m² d'espaces accessibles à tous, avec des boutiques, des restaurants, des librairies. Alors qu'il était autrefois fermé pendant trois mois, de mi-juin à mi-septembre, nous avons lancé « Grand Palais d'été » en 2025. La fréquentation de la 2^e édition, du 5 juin au 18 juillet 2026, a progressé de 40%. Nous avons reçu plus de 47 000 spectateurs pour les spectacles et n'avons pas fermé malgré la canicule, grâce à la dalle rafraîchissante. « On se retrouve au Grand Palais » : c'est une chose nouvelle que de voir les gens s'y donner rendez-vous !

Les projets à venir ?

Nous allons évidemment maintenir la dynamique. Au printemps dernier, nous avons eu jusqu'à six expositions en même temps, dont Matisse, qui a atteint près de 570 000 entrées. Cet automne, outre la grande rétrospective « Cézanne et nous » sur l'influence du peintre, coproduite avec le Centre Pompidou et le musée d'Orsay, nous avons l'étonnante exposition « Girls » provenant du musée de la Mode d'Anvers, ainsi que celle consacrée à la photographe japonaise Mika Ninagawa. Mais également le rapper Oli, qui dans l'esprit du musée imaginaire de Malraux, va occuper en décembre la grande galerie avec un choix d'œuvres. Et pour le sommet international de l'Espace, les 9 et 10 septembre, nous avons une fusée grandeur nature. Une façon de nous ratta-



Tiago Rodrigues et NTGent, No Yogurt for the dead

cher à nos origines : dans les années 1900-1910, grâce à ses dimensions hors normes, le Grand Palais accueillait un salon de la montgolfière !



What is the spirit of the Grand Palais, over which you preside?

The Grand Palais isn't just an object placed here by chance. It's like a beacon, a cornerstone, a place of celebration that, with its 70,000 square meters, is larger than the Palace of Versailles. It has one distinctive feature that I see as a huge advantage: it is completely empty—no permanent collection, not even a single chair! This means it must constantly reinvent itself. After the renovation was completed in 2024, we wanted to make it an open space. In the past, one needed a ticket or an invitation to enter. Today, 7,000 square meters of the space are accessible to everyone, with shops, restaurants, and bookstores. Previously, it was closed for three months; In 2025, we launched "Grand Palais d'Été" from mid-June to mid-September. Attendance for the second edition, from June 5 to July 18, 2026, increased by 40 percent. We welcomed more than 47,000 spectators to the performances and remained open despite the heat

wave, thanks to the cooling floor. "Let's meet at the Grand Palais": it's a whole new experience to see people making plans to meet here!

What projects are lined up for the future?

We will, of course, maintain the current dynamic. This past Spring we had up to six exhibitions running at the same time, including Matisse, which attracted close to 570,000 visitors. This Fall, in addition to "Cézanne et Nous", an important retrospective on the influence of the painter, co-produced by the Centre Pompidou and the Musée d'Orsay, we will welcome a surprising exhibition, "Girls", from the Musée de la Mode d'Anvers (the Antwerp Museum of Fashion), as well as one devoted to the Japanese photographer Mika Ninagawa. We will also feature the French rapper Oli, who, in the spirit of Malraux's "imaginary museum", will take over the Grand Gallery in December with a selection of his works. And for the International Space Summit from September 9 to 10, we will exhibit a life-size rocket, a way of reconnecting with our roots: In the 1900s and 1910s, thanks to its extraordinary dimensions, the Grand Palais hosted an exhibition of hot-air balloons!



LES VENDANGES MONTAIGNE FONT PEAU NEUVE

A New Look for Les Vendanges Montaigne

Quatre décennies après sa naissance, l'événement phare du mois de septembre se réinvente.

by

Four decades after its inception, the leading event of Paris's Fall season is reinventing itself.

Une longue histoire

En 1985, elles s'étaient tout de suite imposées comme l'un des rendez-vous mondains de la rentrée : les Vendanges Montaigne associaient les maisons du quartier avec un vin, un champagne, un cru, aussi bien de France que de géographies plus exotiques – jusqu'en Amérique du Sud –, pour une soirée festive et très courue. D'abord annuelles, puis biennales à partir de 2013, elles se sont succédé avec régularité, toujours en septembre... même si le changement climatique a avancé les vendanges dans les vignobles, qui débutent maintenant pour la plupart en août. Pour l'édition du 17 septembre 2026, la recette qui a fait le succès des précédentes est conservée, avec une nouvelle ambition, réunissant une soixantaine de participants, entre griffes de la mode et du luxe et champions de la dive bouteille.



A Long History

In 1985, it immediately established itself as the social event of what Parisians call the « rentrée » - their fall season: Les Vendanges Montaigne, the Avenue's Harvest Festival associates the prestigious boutiques of the neighborhood with a wine, a Champagne, or a special cru from France as well as from more exotic geographies as far away as South America, for a festive and very much-anticipated evening. Originally held annually, then biennially from 2013 on, the gathering has always taken place in September, even though, due to climate change, grape harvests in many French vineyards now begin in August. For the September 17th, 2026 edition, the successful formula of previous years will continue, but with a new ambition: to bring together around 60 participants from leaders in fashion and luxury to champions of the world of fine wine.

SAVE THE DATE

17
09
26

LES VENDANGES
Montaigne-François 1^{er}



Les derniers feux de l'été

En ce jeudi encore estival – même si l'automne est officiellement déjà commencé – l'avenue Montaigne et la rue François 1^{er} deviennent une scène artistique à ciel ouvert. Les ingrédients ? Des façades qui s'illuminent, des vitrines qui s'animent, et un parcours musical inédit qui accompagne la promenade. Les visiteurs, qui ont reçu chacun un carton embossé de feuilles de vigne – dans notre quotidien où le virtuel est omniprésent, le réel a plus de charme que jamais – sont attentifs aux horaires ! Car des tableaux artistiques se déploient à heures fixes tout au long de la soirée, mettant à chaque fois en scène l'univers d'une maison. Sans temps mort : entre deux tableaux, un quintette de cuivres accompagne les invités d'une étape à l'autre.



The Last Glow of Summer

On this Thursday evening, with the scent of summer, even if Fall has officially begun – the Avenue Montaigne and Rue François 1^{er} become an artful open-air stage. The ingredients? Elegantly illuminated facades, animated storefronts, and a unique musical itinerary to accompany the stroll. Visitors, each of whom will have received a invitation card embossed with vine motifs—in our daily lives where the virtual is omnipresent, the real has more charm than ever—are particularly attentive to the time, since artistic tableaux unfold at set times throughout the evening, each one showcasing the world of a different fashion house. There's no downtime: between scenes, a brass quintet accompanies guests from one point to the next.



Tableaux Vivants

From 7:30 p.m to 10:00 p.m., a joyful procession pauses long enough for a degustation set to notes orchestrated by Rose Music, the group that conceived the illuminations, original sound installations, and artistic performances to set off the venue’s remarkable architecture. The experience begins at the Théâtre des Champs-Élysées with the pure, lingering note of a piano solo. A common thread then unwinds, a spectacular carousel that brings the facades to life, window shows like so many living tableaux, each with its own unique atmosphere, color, and emotion. There’s something for everyone, from opera to electronic to gospel, including the harmonious resonance of a string ensemble.

Heavenly Pairings

As instruments and voices fill the air, wines and Champagnes fill glasses and flutes. The fine bubbles that have made France famous are present in all of their diversity: Malard at Barbara Bui, Pommery at Cartier and Ferragamo, Deutz at Henry Jacques, Perrier-Jouët at Jimmy Choo, Drappier at Courrèges, Billecart-Salmon at Rabanne, Diamant Vranken at the Théâtre des Champs-Élysées, and Roederer at Bottega Veneta. But there are also grand crus such as those from Artémis Domaines at Balenciaga, Ca’ del Bosco at Gucci, Bodega Numantha at Loewe, and Il Borro Toscana at Ferragamo. And to ensure that this celebration of elegance and culture concludes with a bang, a spectacular finale blends light, music, and architecture in a single show. We’re already looking forward to the next edition!

Tableaux vivants

De 19h30 à 22h, c’est ainsi un joyeux pèlerinage qui fait halte pour ces dégustations mises en scène sous la baguette de Rose Music, collectif qui a conçu illuminations, créations sonores originales et performances artistiques pour mettre en valeur l’architecture remarquable des lieux. L’expérience débute au théâtre des Champs-Élysées, avec la note pure et suspendue d’un piano solo. Se tisse ensuite un fil conducteur, carrousel spectaculaire qui fait vivre les façades : de véritables window shows comme autant de tableaux vivants, avec, à chaque fois, une ambiance, une couleur, une émotion personnalisées. Tous les goûts sont satisfaits, de l’art lyrique à la musique l’électronique, jusqu’au gospel, en passant par la vibration d’un ensemble à cordes.

Mariages d’amour

Pendant que les instruments et les voix donnent leur pleine mesure, vins et champagnes emplissent verres et coupes. Les petites bulles qui ont fait la renommée de la France sont présentes dans toute leur diversité : Malard chez Barbara Bui, Pommery chez Cartier et Ferragamo, Deutz chez Henry Jacques, Perrier-Jouët chez Jimmy Choo, Drappier chez Courrèges, Billecart-Salmon chez Rabanne, Diamant Vranken au théâtre des Champs-Élysées, Roederer chez Bottega Veneta. Mais aussi de grands crus comme ceux d’Artémis Domaines chez Baenciaga, Ca’ del Bosco chez Gucci, Bodega Numantha chez Loewe, Il Borro Toscana chez Ferragamo. Et pour que concentré d’élégance et de culture se conclue en feu d’artifice, un final spectaculaire fond lumière, musique et architecture en un unique show. On attend déjà la prochaine édition !



© Reportage Vendanges Montaigne 2025 - Arnaud Puumier

CHANEL

Dans la plus grande force réside la douceur

Inspirée des voiliers de compétition, la J12 a été conçue pour dépasser les horizons. Sept fois plus résistante que l'acier, sa céramique est sans égal face aux abrasions du temps. Pourtant sa plus grande force réside dans sa douceur : polie à la poudre de diamant, elle est aussi lisse que la soie au contact de la peau. Associé au mouvement Manufacture Calibre 12.1, ce matériau d'exception incarne tout le savoir-faire et la technologie de pointe de l'Horlogerie CHANEL. Une douceur invincible qui ne fait qu'un avec celle ou celui qui la porte.

J 12



Moynat, le virtuose du bagage

Moynat,
the Virtuoso of Luggage



■ Première boutique Moynat, ouverte en 1869 - © Moynat

Approchant de son bicentenaire,
le malletier Moynat illustre
la perpétuation des savoir-faire
français.

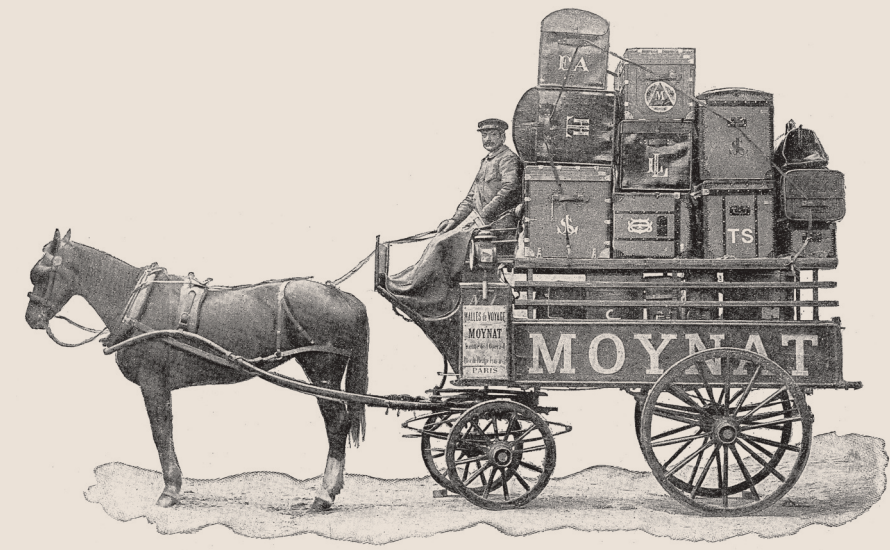
As it

*approaches its bicentennial,
the luggage maker Moynat
exemplifies the enduring legacy
of French craftsmanship.*

Malletier, un métier d'avenir en 1849

C'est en 1849 que l'activité de la maison débute à Paris, au 13 rue Capron (18^e arrondissement), lancée par les Coulembier, des malletiers-layetiers-emballeurs. Très ancien métier, le layetier figure dans les répertoires du Moyen Age : il comptera 150 maîtres à Paris au XVIII^e siècle et bénéficiera des édits de Turgot en 1776, assurant la liberté d'entreprendre et la fin des corporations. Sous le patronage de saint Fiacre, il consistait en la fabrication de petits coffres, dont les cages à oiseau, les boîtes à archives, voire les sourisères, les pupitres d'écoliers et même les... cercueils, comme le rappelle Alfred Franklin dans son Dictionnaire historique des métiers de Paris. Avec le développement des voyages, en ce siècle des chemins de fer (la première gare parisienne, celle de Saint-Lazare, ouvre en 1837), le besoin de bagages croît de manière exponentielle : les Coulembier sont dans un secteur porteur !

■ Manufacture Moynat - Rue Coysevox en 1909 - © Moynat



■ Charrette de livraison Moynat - © Moynat

** Trunk Maker: A Profession with a Future in 1849*

The company began operations in Paris in 1849 at 13 Rue Capron (18th arrondissement), founded by the Coulembier family, who were trunk makers, basket weavers, and packers. A very ancient trade, that of the layetier is mentioned in medieval records: There were 150 master layetiers in Paris during the 18th century, and the trade benefited from Turgot's edicts of 1776, which guaranteed freedom of enterprise and marked the end of the guild system. Under the patronage of Saint Fiacre, the trade included the manufacture of small chests, including birdcages, archive boxes, mousetraps, school desks, and even... coffins, as Alfred Franklin notes in his Dictionnaire historique des métiers de Paris (Historical Dictionary of Parisian Trades). With the rise of travel in this period of railroads (the first Parisian train station, Saint-Lazare, opened in 1837), the demand for luggage grew exponentially: The Coulembiers were in a booming industry!



■ Pauline Moynat - © Moynat

* *Feminine Intuition*

A decisive qualitative and quantitative leap forward for the company was due to a young woman, Pauline Moynat, who would lend her name to the company (even though the Coulembier family would remain at the reins for more than one hundred years, until well into the second half of the twentieth century). Born in Thonon-les-Bains in the Haute-Savoie region of France in 1837, Pauline came to Paris at an early age, where she quickly learned her trade. Married to a layetier herself, blessed with an exceptional talent for sales, she foresaw the emergence of a new, very mobile clientele, and joined forces with the Coulembier family to open a large store on the Avenue de l'Opéra in 1869 (she was then 32 years old). Displayed over several hundred square meters in this vast shop were countless wicker trunks covered with waterproof canvas and hat boxes perfect for taking on the express train to Deauville, and above all, the “English Trunk”, launched in 1873 with a revolutionary material, the gutta-percha, a light and waterproof cousin of rubber.



■ Malle anglaise Moynat d'époque en toile de gutta-percha (1873) - © Moynat



■ Publicité 1911 / Les bagages avec arrimages brevetés - © Moynat



■ Maison de vente, 5, Place du Théâtre-Français - © Moynat

Intuition féminine

Le saut qualitatif et quantitatif est le fait d'un femme, Pauline Moynat, qui donnera d'ailleurs son nom à la maison (même si la famille Coulembier restera aux commandes pendant plus de cent ans, jusqu'à la seconde moitié du XX^e siècle). Originaire de Thonon-les-Bains, en Haute-Savoie, où elle est née en 1837, elle « monte » très jeune à Paris où elle fait vite ses armes. Mariée elle-même à un layetier, vendeuse d'exception, pressentant l'apparition d'une nouvelle clientèle très mobile, elle s'associe aux Coulembier pour ouvrir le grand magasin de l'avenue de l'Opéra, en 1869 (elle a alors 32 ans). Sur plusieurs centaines de mètres carrés, ils y proposent des malles en osier recouvertes de toile imperméable et des cartons à chapeau, à emporter dans l'express pour Deauville, et surtout, la Malle anglaise, lancée en 1873, avec un matériau révolutionnaire, la gutta-percha, légère et étanche, une cousine du caoutchouc.

Du côté de l'Opéra... avant l'Opéra

Le vaisseau amiral se trouve au 1, avenue de l'Opéra, où il est ouvert en 1869, à l'angle de la place du Théâtre-Français (aujourd'hui place André-Malraux). À l'étage se trouve le Grand Restaurant Delpuech, un rendez-vous réputé avec son cabinet de lecture et son salon de correspondance, qui prétend être le seul à Paris « à offrir une bouteille de vin par repas ». L'adresse est d'autant plus prestigieuse que c'est l'une des plus récentes créations de l'urbanisme parisien. Voulue dès 1854 par Napoléon III et le baron Haussmann, l'avenue n'en est alors qu'à ses débuts : les deux extrémités sont prêtes en 1867 mais il faudra attendre encore une décennie pour qu'elle soit entièrement achevée. L'Opéra de Charles Garnier, qui lui laissera son nom (elle était initialement intitulée avenue Napoléon), ne sera d'ailleurs inauguré que le 5 janvier 1875.

* *On the Avenue of the Opera... Before the Opera*

The company's flagship store was located at 1 Avenue de l'Opéra, where it opened in 1869 at the corner of the Théâtre-Français (today Place André-Malraux). Just upstairs was the Grand Restaurant Delpuech, a gathering place famous for its reading room and correspondence lounge, which claimed to be the only restaurant in Paris to “offer a bottle of wine with every meal”. The street address was all the more prestigious since it was one of the most recent creations of the new Parisian urban planning. Laid out as early as 1854 by Napoleon III and Baron Haussmann, the avenue was still in its infancy at the time. Both ends were ready in 1867, but it would take another decade for the avenue to be fully completed. Charles Garnier's Opera House, for which the avenue is now named (it was originally baptized Avenue Napoléon), was not inaugurated until January 5, 1875.

Une usine modèle

Si les voyageurs et diplomates peuvent appeler au numéro de téléphone « Central 38.74 » ou envoyer un télégramme à Moynamal-Paris, beaucoup viennent choisir directement à la boutique leur « malle d’arrière » ou leur « malle limousine ». Quant aux ateliers, ils se sont vite délocalisés tant la production est en progression continue. D’abord au 13 rue Capron, où les livraisons se faisaient encore en charrettes tirées par des chevaux, ils sont ensuite installés en 1907 au 15 rue Coysevox, toujours dans le 18^e arrondissement. Dessiné par l’architecte Paul Gaté (installé rue de Bellechasse et auteur de plusieurs villas pour la station balnéaire du Touquet-Paris Plage), cet immeuble industriel en brique, métal et verre, de cinq niveaux se veut une « fabrique modèle », qui accueillera jusqu’à 250 ouvriers ! Le bâtiment, bien transformé mais qui a gardé son portail d’origine, est toujours visible à la même adresse.

A Model Factory

Travelers and diplomats could place their orders by calling the telephone number “Central 38.74” or sending a telegram to Moynamal-Paris. Still, many preferred to come directly to the boutique to select their “malle d’arrière”(rear-end trunk) or their “malle limousine” (limousine trunk). Due to the steady growth of demand and production, the workshops were soon relocated, first to 13 Rue Capron, where deliveries were still made by horse-drawn carts, then in 1907, to 15 Rue Coysevox, still in the 18th arrondissement. Designed by architect Paul Gaté (whose studio was on Rue de Bellechasse and who designed several villas for the seaside resort of Le Touquet-Paris-Plage), this five-story industrial building of brick, metal, and glass was intended to be a “model factory” capable of accommodating up to 250 workers! The building, though extensively renovated, has retained its original entrance and can still be seen at the same address.



■ Monogramme Moynat et initiales - © Moynat

Brevets à foison

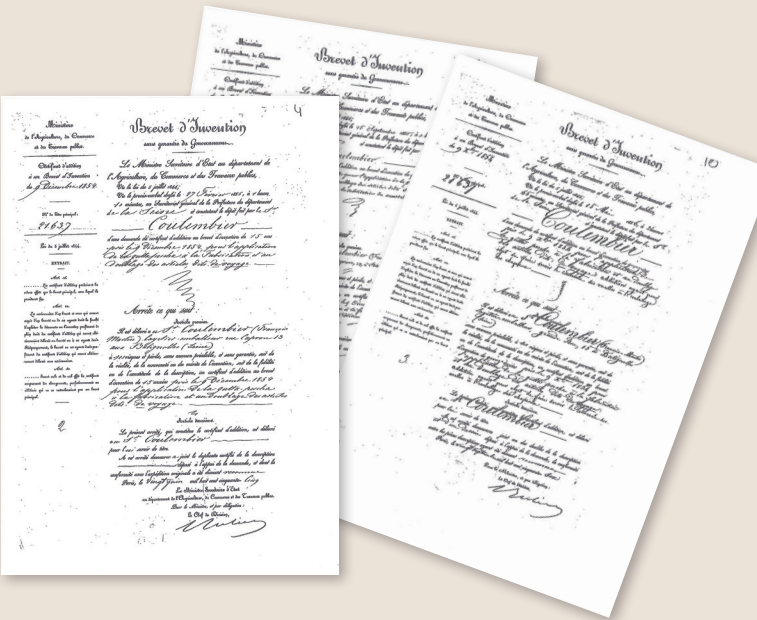
Moynat se fait remarquer en 1905 par son monogramme M, dessiné par le peintre et designer Henri Rapin, peint à la main sur les toiles. Mais pour exister face à une concurrence sévère (que l’on pense à Louis Vuitton, à Goyard, à Bernard, au Départ et à d’autres malletiers français de l’époque), la maison ne se fonde pas que sur des qualités esthétiques. Elle se doit d’innover. Ses créations fourmillent d’inventions et d’améliorations significatives, dans des matériaux solides, rares ou raffinés, combinant solidité, durabilité, sûreté de la serrure. Des angles fibrés aux coins en cuivre, des équerres renforçant les arêtes aux bandeaux de métal émaillé, des verrous à levier jusqu’aux enveloppes-capots reprenant le numéro d’immatriculation, ses articles de voyage ne laissent rien au hasard.

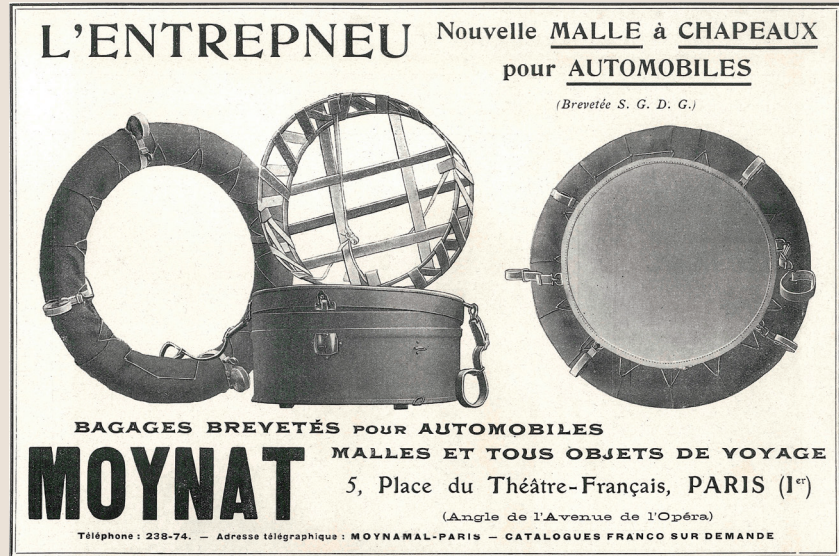


■ Serrure des malles Moynat - © Moynat

* Patents Galore

Moynat made a name for itself in 1905 with its “M” monogram, hand-painted onto the canvas of its trunks by painter-designer Henri Rapin. But to survive fierce competition (notably Louis Vuitton, Goyard, Bernard, Le Départ, and other French luggage makers of the time), the house could not rely simply on aesthetic qualities. It had to innovate. Its creations were brimming with inventions and significant improvements, crafted from sturdy, rare, and refined materials that combined strength and durability, and were secured with reliable locks. From fiber-reinforced edges and copper corners, to metal brackets reinforcing the edges and enameled metal bands, and from lever locks to protective covers bearing the registration number, nothing about its products was left to chance.





Publicité 1906 / Les boîtes à chapeaux adaptables à la forme du pneu de secours - © Moynat

Vive l'auto !

Le succès de Moynat doit beaucoup à son flair : la maison a compris, dès le début du XX^e siècle, alors que les technologies sont encore balbutiantes et que la législation sur la vitesse est parfois draconienne (certaines villes imposent comme vitesse maximale celle d'un cheval au pas), que l'automobile allait devenir le moyen de transport du futur. Elle conçoit des systèmes d'arrimage spécifiques, pour la malle Limousine, à la forme galbée, conçue en 1902, qui s'adapte à la forme du pneu de secours, ou pour la mallette de marchepied pour les chapeaux. Elle invente des produits encore plus spécialisés comme le coffre repose-pied ou la malle à pneumatique, dont le couvercle circulaire peut se transformer en cuvette de toilette ! Le succès est au rendez-vous lors des rendez-vous internationaux, comme à l'Exposition universelle de Bruxelles de 1910, où Moynat se distingue dans une section spéciale consacrée au voyage et au camping.



Publicité 1927 / Valises par glissement latéral - © Moynat

* Long Live the Automobile!

Moynat's success can be largely credited to its flair. From the beginning of the 20th century, when technology was still in its early stages and legislation regarding speed limits was often draconian (in certain cities, the maximum speed limit was that of a walking horse), the company already understood that the automobile was the future of transport. It conceived specialized storage systems, such as the curved "Limousine" trunk, created in 1902, which adapted to the form of the spare tire compartment, or another trunk for hats to fit on the running board. Other more specialized items included the footrest trunk or the tire trunk with a circular lid that could be transformed into a washbasin! Success was confirmed at international events such as the 1910 Brussels World's Fair, during which Moynat stood out in a special display dedicated to travel and camping.



Tour de malles Limousine à la forme galbée conçues dès 1902 - © Moynat

Moynat, toujours dans le vent

Si l'on trouve aujourd'hui chez les antiquaires des exemplaires qui ont plus d'un siècle et qui se négocient à des prix élevés, preuve de la qualité de ses produits, la maison poursuit son histoire originale. Restée aux mains de la famille Coulembier jusqu'au milieu des années 1970 (la boutique de l'avenue de l'Opéra étant restée en activité jusqu'à cette date), elle est entrée dans l'univers LVMH en 2010. Présente avec 28 boutiques dans 12 pays différents, notamment en Asie, et évidemment à Paris, au 348 rue Saint-Honoré, tout près du siège historique, elle a renouvelé sa gamme, proposant toute une ligne de produits qui évoquent son patrimoine. C'est le cas pour les différents modèles du sac Gabrielle, inspirés de la malle Limousine, ou pour la collection M, qui reprend l'emblématique toile monogrammée M, en teintes modernes ou dans le coloris brun d'origine.



* Moynat, Forever Fashionable

Moynat models of more than a century old can still be found at antique dealers for very high prices, proof of the quality of the products. Still, the trademark continues to carry on its original legacy. It remained in the Coulembier family until the middle of the 1970s (the boutique on the Avenue de l'Opéra was still operational until then), before joining the LVMH group in 2010. With 28 boutiques in 12 countries, including Asia and, of course, Paris at 348 rue Saint-Honoré, very near its historic headquarters, the mark has revamped its collection, proposing a line of products evoking its heritage. New creations include various models of the Gabrielle bag, inspired by the original Limousine Trunk, and the M collection, which now proposes the iconic M-monogrammed canvas in modern shades as well as the original brown color.



DOLCE & GABBANA

FINE JEWELRY

Dernières nouvelles du shopping

The Latest Shopping News

by

Quelle est l'actualité des nouvelles boutiques sur
l'avenue Montaigne et la rue François-1^{er} ?
Suivez le guide...

*What's new for the boutiques on the Avenue
Montaigne and the Rue François-1^{er} ?
Read on...*

L'arrivée d'un grand nom :
Van Cleef & Arpels

L'aura de l'avenue Montaigne attire sans cesse de nouvelles marques. Ces dernières années, Jacquemus, Paco Rabanne, Burberry ou Martin Margiela se sont ainsi offert pignon sur rue – ou ont changé d'adresse. Parmi les plus récents arrivants figure le célèbre bijoutier de la place Vendôme, Van Cleef & Arpels, installé en juin 2026, au 18-20 rue François-1^{er}. Il aura fallu attendre 120 ans après sa création pour qu'il saute le pas et arrive dans cet autre quartier du luxe... Derrière la façade classée, un immense lustre en cristal de Murano accueille les visiteurs dans un espace de quelque 160 m², aux détails raffinés, des moulures Art déco jusqu'aux grands paysages peints à la main sur étoffe de soie verte et agrémentés à la feuille d'or.

* **Van Cleef & Arpels:**
the Arrival of a Great Name

The allure of Avenue Montaigne continues to attract new marques. In recent years, Jacquemus, Paco Rabanne, Burberry, and Martin Margiela have all opened stores here—or have changed their address. One of the most recent arrivals is Van Cleef & Arpels, the famous Place Vendôme jeweler which opened its boutique in June 2026 at 18–20 Rue François-1^{er}. One hundred and twenty years after its founding, the brand has taken the leap to expand into this other luxury district. Behind the classified façade, a massive Murano crystal chandelier welcomes visitors into a space of more than 160 square meters, featuring refined details such as Art Deco moldings and large hand-painted landscapes on green silk embellished with gold leaf.

Jovadi, un artisan du bijou

C'est le 4 mars, avant même l'arrivée du printemps, au 32 avenue George-V, que la toute première boutique de la maison Jovadi a fait son ouverture officielle à Paris. Créée par Ella Peters (qui conçoit les collections), ce n'est pas sans raison que la marque a choisi de s'implanter dans la capitale française : la ville étant le berceau des grands joailliers, Jovadi compte s'inscrire dans cette tradition d'excellence. Le petit espace de 35m², aménagé par le cabinet d'architectes italien Arredaesse, a d'ailleurs été pensé comme un écrin, où la sobriété des tons beige & or et du décor mettent en valeur les gemmes nobles serties sur or 18 carats. Le sertissage pratiqué à la main par les maîtres joailliers de la maison se destine à des créations sur-mesure, ainsi qu'à des pièces limitées ou exclusives — un salon VIP sert à la présentation des pièces les plus rares. Le raffinement artisanal revendiqué par la fondatrice s'associe à un accompagnement confidentiel de la cliente.



* Jovadi, a Fine-Jewelry Artisan

On March 4, even before the arrival of spring, Jovadi's very first boutique officially opened its doors in Paris at 32 Avenue George-V. Founded by Ella Peters (designer of the collections), the company chose to launch in the French capital for good reason: in this city considered the cradle of great jewelers, Jovadi aims to carry on a tradition of excellence. The small 35-square-meter space, designed by the Italian architectural firm Arredaesse, was conceived as a showcase, where an understated décor of beige and gold tones frames the precious gemstones set in 18-karat gold. The hand-set stones by the house's master jewelers are used for custom-made creations, as well as limited-edition or exclusive pieces—a VIP lounge is dedicated to displaying the rarest pieces. The artisanal refinement so essential to the founder is paired with personalized, confidential service for each client.



James Perse, enfin la France

Après une trentaine de boutiques aux États-Unis et une soixantaine dans le monde, la marque californienne concrétise le rêve d'une assemblée parisienne. À nouveau, l'architecte mexicain Manuel Cervantes avait en charge la direction artistique du lieu, qui transfère toute la décontraction de la Côte Ouest au n° 26 de la rue François-1^{er} : l'épure règne au sein des 650m² de ces anciens locaux d'Europe 1, répartis sur trois étages, où de nombreuses pièces chinées aux puces de Saint-Ouen côtoient les planches de surf. La maison, lancée au début des années 1990 avec une gamme de casquettes de base-ball, est connue pour l'excellence de ses matières : t-shirts de coton, cachemires italiens — visibles au rez-de-chaussée, avec les collaborations exclusives. Le sous-sol est consacré à une sélection de marques invitées (Free City, Local Authority). L'endroit inclut encore un jardin privatif, qui a accueilli un concert privé pour sa soirée de préouverture, le 5 juin.

* James Perse, Finally in France!

With around 30 boutiques in the United States and some 60 around the world, the Californian label is realizing its dream of a Parisian address. The Mexican architect Manuel Cervantes was once again entrusted with the artistic direction of the space, bringing all the laid-back vibe of the West Coast to 26 Rue François-1^{er}. Minimalism reigns in the 650-square-meter space, former offices of Europe 1, spread over three floors where numerous items gleaned at Paris's famous Saint-Ouen flea market share the space with surfboards. The trademark, launched in the early 1990s with a line of baseball caps, is known for the quality of its fabrics: Cotton T-shirts and Italian cashmere are displayed on the ground floor along with exclusive collaborations. The lower level is dedicated to a selection of guest brands (Free City, Local Authority). The space also includes an exclusive garden which hosted a private concert for the pre-opening party on June 5th.



Veronica Beard, la 50^e à Paris

L'ouverture le 4 juin d'une boutique Veronica Beard, à l'emplacement d'un ancien Givenchy Homme, au 56, rue François-1^{er}, marque un anniversaire : c'est la 50^e du groupe, qui en comptait 44 aux États-Unis, 2 à Londres, 3 au Canada... mais aucune en France. Les deux belles-sœurs au nom (deux Veronica mariées à deux frères Beard) se sont occupées de la décoration, à l'atmosphère enveloppante. Les tons poudrés des murs et du sol sont rehaussés de quelques pointes de doré. Une grande variété d'objets chinés partout en France - lavis ou peintures encadrées aux murs, vases anthropomorphes, table en rotin et mosaïque, poufs de velours, piédestal en marbre ou d'onyx — voisinent avec du mobilier de chez Fortuny, dont un lustre de facture Art déco. Il est temps d'aller essayer la pièce qui a fait la réputation de la maison : la Dicky's jacket, une veste-tailleur avec plastron zippé interchangeable (à taille unique), qui ajoute une touche casual à la formalité d'un costume de business woman.

* Veronica Beard's 50th Boutique Opens in Paris

The opening on June 4th of a Veronica Beard boutique at 56 rue François-1^{er}, in a space formerly occupied by Givenchy Homme, marks a milestone: it is the group's 50th shop, added to 44 in the United States, two in London and three in Canada... but until now, none in France. The two sisters-in-law, both named Veronica, each married to one of two Beard brothers, oversaw the interior design, creating a cozy, truly enveloping atmosphere. The powdery tones of the walls and floor are accented with touches of gold. A wide variety of objects collected from all around France, including framed lavis ink washes and paintings on the walls, anthropomorphic vases, a rattan-and-mosaic table, velvet ottomans, and marble and onyx pedestals, sit alongside furniture from Fortuny, including an Art Deco-style chandelier. It's time to try on the piece that made the brand famous: the Dicky's jacket, a tailored jacket with an interchangeable zippered front panel (one-size-fits-all), which adds a casual touch to the formality of a businesswoman's suit.



Francis Kurkdjian, la preuve par trois

La boutique que la maison Francis Kurkdjian, fondée en 2009 et intégrée à la galaxie LVMH depuis 2017, a ouverte au 24 rue François 1^{er} à la fin de l'année 2024, est la troisième du maître parfumeur. Elle fait suite à celles de la rue d'Alger (depuis 2009) et de la rue des Blancs-Manteaux (depuis 2014). Empreint de classicisme et se voulant d'une élégance intemporelle, l'espace marie la pierre de Paris, le béton cannelé, le marbre à la chaleur du bois et de l'or en feuille. Outre l'univers olfactif qu'ils présentent, les amateurs peuvent y bénéficier de services particuliers, comme la personnalisation du flacon de parfum.

* Francis Kurkdjian: The Magic of Number Three

The maison Francis Kurkdjian, founded in 2009 and brought into the LVMH group in 2017, opened at 24 rue François 1^{er} in late 2024, marking the master perfumer's third boutique. It follows the stores on Rue d'Alger (since 2009) and Rue des Blancs-Manteaux (since 2014). With its classic décor designed to convey timeless elegance, the space mixes Parisian stone, fluted concrete, and marble with the warmth of wood and gold leaf. In addition to the olfactory experience so prized by perfume enthusiasts, customers can enjoy special services here, such as the customization of their perfume bottles.



Dolce & Gabbana, l'appel de l'art

Dolce & Gabbana, the Call of the Art

La rencontre de deux personnalités différentes mais complémentaires, le Sicilien Domenico Dolce et le Milanais Stefano Gabbana, a marqué le début d'un parcours dans le panorama international de la mode.

ABE

The meeting of two different yet complementary personalities, the Sicilian Domenico Dolce and the Milanese Stefano Gabbana, marked the beginning of a journey in the international fashion landscape.

Un univers **reconnaissable** * **A Recognizable Universe**

Plus de quarante ans après avoir présenté leur premier défilé, Domenico Dolce et Stefano Gabbana restent les seuls propriétaires de leur marque et continuent d'en superviser la direction artistique. La Sicile est pour eux non seulement une source d'inspiration, mais aussi le lieu où tout commence. La lumière de la Méditerranée, les traditions locales, le patrimoine artistique, l'architecture baroque et la richesse culturelle de l'île ont, au fil des ans, façonné un univers créatif reconnaissable. À travers la Sicile, la marque raconte une histoire plus large de l'Italie : un pays marqué par l'histoire, l'artisanat, le folklore et un sens de la beauté profondément ancré. Dans leur univers esthétique, sensualité, tradition vestimentaire et influences artistiques coexistent au sein d'un langage créatif inspiré par le charme intemporel des grandes divas du cinéma italien, symboles de force et de confiance en soi.

More than forty years after they presented their first runway show, Domenico Dolce and Stefano Gabbana remain the sole owners of the brand and continue to oversee its creative direction. Sicily is for them not only a source of inspiration, but the place where everything begins. The light of the Mediterranean, local traditions, artistic heritage, Baroque architecture and the island's rich cultural layers have, over the years, shaped a recognizable creative universe. Through Sicily, the brand tells a broader story of Italy: a country defined by history, craftsmanship, folklore and a deeply rooted sense of beauty. In their aesthetic universe, sensuality, sartorial tradition and artistic influences coexist within a creative language inspired by the timeless allure of great Italian screen divas, symbols of strength and self-awareness.



Défilé Dolce & Gabbana prêt-à-porter
automne-hiver 2026-2027.
© Launchmetrics

Un nouveau **Grand Tour**

Tout au long de son histoire, Dolce&Gabbana a tissé des liens étroits avec les mondes du spectacle, de la musique, du cinéma et des arts, dépassant les frontières de la mode. Parmi les personnalités qui ont façonné son univers, on retrouve Marpessa Hennink, Sophia Loren, Anna Magnani, Madonna et Monica Bellucci. En 2012, Dolce&Gabbana a lancé « Alta Moda », qui symbolise sa vision créative : des pièces entièrement réalisées à la main, conçues comme de véritables œuvres d'art. Au cœur de ce projet se trouve une réinterprétation contemporaine du Grand Tour, ce voyage qui, entre le XVIII^e et le XIX^e siècle, a conduit des artistes, des intellectuels et des aristocrates européens à découvrir les merveilles de l'Italie. De Taormine à Venise, de Naples à Alberobello, Dolce&Gabbana a sillonné le pays, rendant hommage aux artisans locaux.



Moka induction petit Bialetti Dolce&Gabbana
© Valentin Abad



Montre Rainbow Monochrome
en or jaune 18 carats et citrines
© Dolce&Gabbana



Collier Eleganza en or blanc 18 carats,
améthystes, péridots et saphirs
© Dolce&Gabbana



Sac à main My Sicily taille
moyenne en cuir de veau
© Dolce&Gabbana



Sac à main Dolce, en bois peint
© Dolce&Gabbana

* A New **Grand Tour**

Throughout its history, Dolce&Gabbana has cultivated a deep connection with the worlds of entertainment, music, cinema and the arts, going beyond the boundaries of fashion. Among the figures who shaped its imagery are Marpessa Hennink, Sophia Loren, Anna Magnani, Madonna and Monica Bellucci. In 2012, Dolce&Gabbana launched Alta Moda that symbolizes its creative vision: entirely handcrafted pieces conceived as true works of art. At the heart of the project lies a contemporary reinterpretation of the Grand Tour, the journey that, between the eighteenth and nineteenth centuries, led European artists, intellectuals and aristocrats to discover the wonders of Italy. From Taormina to Venice, from Naples to Alberobello, Dolce&Gabbana has travelled across the country, paying tribute to local artisans.

Fatto a Mano



L'artisanat au premier plan

« *Fatto a Mano* » (fait main) est l'un des piliers de l'identité de Dolce&Gabbana. Depuis ses débuts, la marque considère l'artisanat non pas simplement comme un ensemble de techniques et de savoir-faire, mais comme une expression culturelle capable de préserver des histoires, des traditions et des identités régionales. À travers un dialogue avec des ateliers et des maîtres artisans de toute l'Italie, Dolce&Gabbana souhaite contribuer à la sauvegarde et à la promotion d'un savoir-faire transmis de génération en génération. La marque entend également encourager l'innovation, en permettant aux métiers d'art et au savoir-faire artisanal d'évoluer et de trouver de nouvelles formes d'expression dans le monde contemporain, en alliant patrimoine et créativité, tradition et expérimentation, dans un contexte de plus en plus industrialisé et standardisé.

© Dolce&Gabbana

* *Craftsmanship at the Forefront*

Fatto a Mano (Handmade) is one of the cornerstones of Dolce&Gabbana's identity. From the beginning, the brand has regarded craftsmanship not simply as a collection of techniques and skills, but as a cultural expression capable of preserving stories, traditions and regional identities. Through a dialogue with workshops, ateliers and master artisans across Italy, Dolce & Gabbana wants to help safeguard and promote expertise passed down from generation to generation. It also wants to foster innovation, enabling crafts and artisanal knowledge to evolve and find new forms of expression in the contemporary world, by bringing together heritage and creativity, tradition and experimentation, in an increasingly industrialized and standardized landscape.



LE RELAIS PLAZA FÊTE SES 90 ANS

Depuis 90 ans, le Relais Plaza incarne l'élégance parisienne, où l'art de la brasserie se vit avec la même passion, hier, aujourd'hui et demain.

For 90 years, le Relais Plaza has embodied Parisian elegance, where the brasserie spirit is celebrated with the same passion; yesterday, today, and indeed tomorrow.



Louis Vuitton
Vénétie • Italie

Journées particulières, dans les coulisses du luxe

by

Journées Particulières, Behind
the Scenes of Luxury

© Christophe Coëron - Gastronomie

Lancées en 2014, les Journées particulières, qui font découvrir de l'intérieur l'univers des maisons LVMH, tiennent leur 6^e édition cet automne.

Launched in 2014, les Journées Particulières, a rendez-vous conceived to offer a backstage look into the world of LVMH's brands, will hold its sixth edition this Fall.



Tiffany • New York

46 participants

« *Savoir Faire Rêver* » est le mot d'ordre de cette nouvelle édition qui fait suite à celles de 2011, 2013, 2016, 2018 et 2022. Sous un titre clin d'œil au film d'Ettore Scola, l'idée est de faire découvrir les coulisses des métiers du luxe et de l'artisanat d'exception. Sur les quelques 75 maisons du groupe LVMH, près des deux tiers, soit 46, participent aux trois journées du programme. La fréquentation de 2022, plus de 200 000 visiteurs, sera menacée. Au total, 65 lieux différents seront ouverts au public, dans 11 pays différents (comprenant la Suisse, le Brésil, les États-Unis ou l'Italie), dont 23 totalement inédits et 10 à des horaires inaccoutumés, notamment le soir. Visites guidées ou dégustations, rencontres ou masterclasses : les formats sont variés et adaptés à chaque structure.



46 Participants

« *Savoir Faire Rêver* » (*Dream Makers*) is the watchword for this new edition, the follow-up to those of 2011, 2013, 2016, 2018, and 2022. Its title, a reference to Ettore Scola's film, invites guests to discover the backstage of professions in the luxury field and their exceptional craftsmanship. Out of some 75 marques in the LVMH group, nearly two-thirds, or a total of 46, will be participating in the three-day program. The attendance record of 2022 – nearly 200,000 visitors – is likely to be surpassed this year. A total of 65 venues in 11 different countries (including Switzerland, Brazil, the United States, and Italy) will be open to the public. Twenty-three of them will be open for the very first time, and 10 will propose unusual opening hours, particularly in the evenings. From guided tours and tastings to presentations and masterclasses, the formats are varied and tailored to each venue.



Dior • France



Chandon • Californie



Celine • Italie



Ruinart • Reims

© Ruinart D.R.



Jardin d'acclimatation Paris

© Sylvain Bachélot



© JAS HENNESSY & CO - Julia Hass

Hennessy • Cognac



© Moët & Chandon

Moët & Chandon • Epernay



© LVMH - D.R.

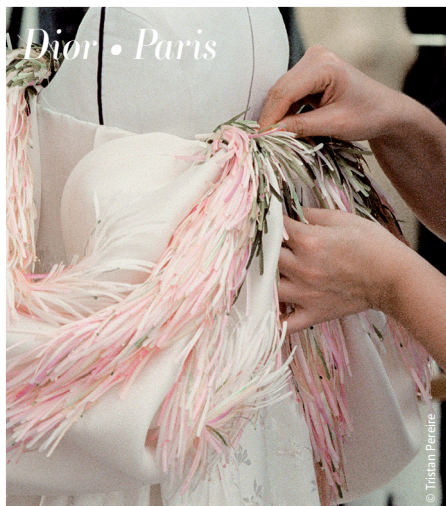
Pôle média LVMH • Paris

Un tour du monde

Les plus bourlingueurs pourront mettre les voiles vers l'Afrique du Sud (pour l'hôtel Mount Nelson de la chaîne Belmond), le Brésil (la boutique Sephora de São Paulo) ou encore la Chine (les vignobles de Ningxia, liés à Chandon). D'autres choisiront une Europe plus proche, de l'atelier de maroquinerie Casa Loewe à Madrid au Centre d'excellence du tricot Loro Piana à Ghemme (Piémont, Italie). D'autres enfin redécouvriront l'inépuisable réservoir de la province française, où l'on trouve un bon échantillon des 280 métiers et des 320 virtuoses recensés dans le groupe. C'est le cas dans les nombreux vignobles, à l'atelier de tonnellerie Hennessy à Cognac, au caveau de Moët & Chandon, au projet de vitiforestierie de Ruinart à Taissy (Marne) ou à l'herbier personnel de Christian Dior au château de Montauroux (Var).

* A World Tour

The most adventuresome travelers can set sail for South Africa (with a visit to the Mount Nelson Hotel, part of the Belmond chain), to Brazil (for the Sephora store in São Paulo), or China (the Ningxia vineyards, affiliated with Chandon). Others can opt for destinations closer to home in Europe, from the Casa Loewe leather goods workshop in Madrid to the Loro Piana knitwear center of excellence in Ghemme (Piedmont, Italy). Still others will rediscover the inexhaustible wealth of the French provinces, where one can find a wide sampling of the 280 crafts and 320 master artisans counted within the group. This is the case, for example, in many vineyards, at the Hennessy cooperage workshop in Cognac, in the Moët & Chandon cellar, at Ruinart's vitiforestry project in Taissy (Marne), and at Christian Dior's personal herbarium at the Château de Montauroux (Var).



Dior • Paris

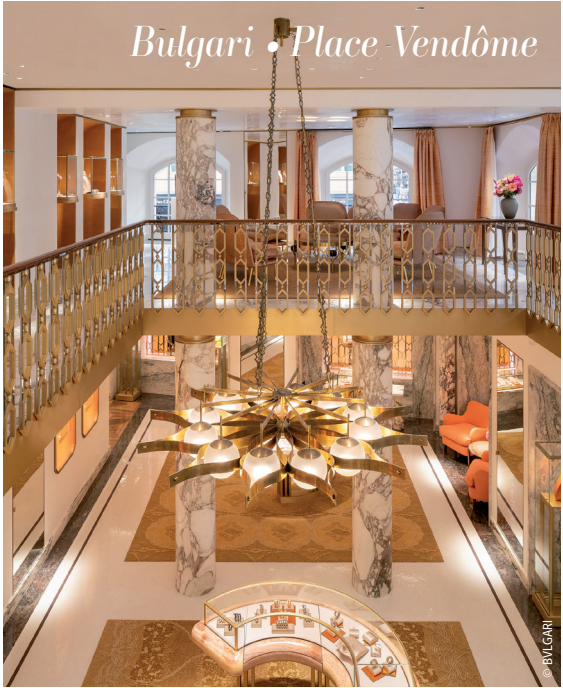
© Tiziana Peregrini

Découvertes en cascade

Paris est évidemment en bonne place dans ce dispositif, qui se veut aussi une invitation à faire naître des vocations – chez les jeunes ou les personnes en reconversion. Outre des entrées facilitées ou hors horaires habituels à la Fondation Louis Vuitton pour l'exposition consacrée au grand collectionneur Gustave Fayet, au Jardin d'Acclimatation (de nuit) ou à la Samaritaine (à l'aube), ce sera l'occasion de découvrir des lieux que l'on associe moins facilement à l'univers LVMH comme la rédaction du Parisien et des Echos, boulevard de Grenelle, avec le bel escalier contemporain d'Ora Ito, ou les archives de Paris Match à Levallois-Perret. Au Bon Marché, on pourra avoir un éclairage inédit sur le spectacle Babel de Mourad Merzouki, qui magnifie l'architecture du grand magasin.

* A Multitude of Discoveries

Paris is, of course, well represented in this initiative, which also aims to inspire new vocations among young people seeking employment or those changing career paths. In addition to special access or off-hours visits such as to the Louis Vuitton Foundation for the exhibition dedicated to the great collector Gustave Fayet, or to the Jardin d'Acclimatation at night and a dawn visit to La Samaritaine, the program offers the opportunity to discover places not readily associated with the LVMH universe, such as the newsrooms of Le Parisien and Les Echos, on the Boulevard de Grenelle featuring Ora Ito's beautiful contemporary staircase, or the archives of Paris Match in Levallois-Perret. At the Bon Marché, spectators gain a unique perspective on Mourad Merzouki's theatrical production Babel, which showcases the architecture of this department store.



Rendez-vous dans les hôtels particuliers

Les grands noms de la mode et de la joaillerie cachent leurs secrets parfois séculaires au cœur d'hôtels particuliers. C'est le cas pour Berluti, dont les souliers sont faits sur mesure au 33 rue Marbeuf (8^e), pour Kenzo au 18 rue Vivienne (2^e), pour Celine, qui ouvre ses ateliers de coupe dans l'hôtel Colbert de Torcy (16 rue Vivienne), pour Louis Vuitton avec l'atelier des prototypes au 34 rue du Louvre (1^{er}), où s'inventent les collections de demain, ainsi qu'avec l'atelier d'Asnières, berceau de l'aventure du malletier (17, rue de la Comète).

Place Vendôme, on pourra faire coup triple avec Chaumet, Bulgari et Repossi (respectivement aux numéros 12, 23 et 6). Le parfum sera à l'honneur, notamment avec Francis Kurkdjian dans son nouveau siège (35 boulevard des Capucines, 2^e) et avec Guerlain, qui présentera les gestes des « dames de table » dans la boutique historique du 68 Champs-Élysées et autorisera un rare regard sur la Réserve des sublimes (3 rue Boucher, 1^{er}), impressionnante mémoire olfactive de la maison.

* A Peek Inside **Parisian Mansions**

The great names in fashion and fine jewelry often hide their secrets in the heart of hotels particuliers, the beautiful historic mansions of the French capital. This is the case for Berluti, whose famous footwear is made to measure at 33 Rue Marbeuf (8^{ème} arrondissement), for Kenzo at 18 Rue Vivienne (2^{ème} arrondissement), as well as for Celine, which will open its cutting workshops in the Hotel Colbert de Torcy (16 rue Vivienne), and for Louis Vuitton with its prototype workshop at 34 rue de Louvre (1st arrondissement), where the collections of tomorrow are conceived, and not to be missed, the LV workshop in Asnières, birthplace of the trunk-maker's saga (17 rue de la Comète).

At the Place Vendôme, visitors can enjoy a triple treat with visits to three great names: Chaumet, Bulgari, and Repossi (at numbers 12, 23, and 6, respectively). Perfume will be the focus of a visit to Francis Kurkdjian's new headquarters, 35 Boulevard des Capucines, (2nd arrondissement), as well as to another great name in fragrance, Guerlain, which will showcase the rituals of the "dames de table" at its historic boutique at 68 Champs-Élysées and will also offer a rare glimpse into the Réserve des Sublimes (3 Rue Boucher, 1st arrondissement), the marque's impressive olfactory archive.



Aux Arts décoratifs, 4 décennies de mode



Four Decades of Fashion at
the Decorative Arts Museum

Jean-Marie Périer — Photographie de l'équipe de conservation à
l'occasion de la réouverture du musée de la Mode et du Textile 1997
© Les Arts Décoratifs / Jean-Marie Périer

Des coulisses des ateliers aux modèles
emblématiques des grandes griffes,
les Arts décoratifs fêtent le 40^e
anniversaire du musée des Arts
de la mode.

Abye

*From behind the scenes of bustling
workshops to the iconic creations of
great designers, the Decorative
Arts Museum is celebrating the
40th anniversary of its Museum of
Fashion Arts.*



Julio Donoso — Photographie d'un mannequin vêtu d'une robe Christian Dior par Marc Bohan,
devant le tailleur Bar à l'occasion de l'exposition « Hommage à Christian Dior – 1947-1957 »
au musée des Arts décoratifs, 1987 © Getty Images

Retour vers 1986

On n'a pas tous les jours 40 ans ! Pour fêter la naissance en 1986 du musée des Arts de la mode en son sein, rue de Rivoli, tout près du Louvre, le musée des Arts décoratifs fait un bilan de quatre décennies d'expositions autour de la mode... et de tous les savoir-faire qu'elle convoque. L'institution n'avait certes pas attendu cette date pour collectionner puisque son fonds, initié avec les dépôts de l'Union centrale des arts décoratifs, était déjà fort riche au XIX^e siècle. Mais les dons effectués après-guerre par l'UFAC (Union française des arts du costume, créée en 1948), unis à la volonté politique incarnée par Jack Lang, ministre de la Culture, et Pierre Bergé, compagnon d'Yves Saint Laurent et stratège de la société, furent l'étincelle à l'origine de ce nouveau musée, inauguré avec « Moments de mode », le 1^{er} février 1986, sous le commissariat d'Edmonde Charles-Roux.



Zoom Back to 1986

It's not every day that one turns 40! To celebrate the birth of the Museum of Fashion Arts within its walls, rue de Rivoli, just a stone's throw from the Louvre, Paris's Decorative Arts Museum looks back on four decades of exhibitions dedicated to fashion and all of the craftsmanship that it evokes. The institution's collection began well before this date, starting with deposits from the Union Centrale des Arts Décoratifs, already quite extensive in the 19th century. But the postwar donations from the UFAC (Union Française des Arts du Costume, created in 1948), combined with the initiatives of Jack Lang, French Minister of Culture, and Pierre Bergé, Yves Saint Laurent's partner and strategist, were the sparks that gave rise to this new museum, opened February 1, 1986 with the exhibition "Moments de mode," curated by Edmonde Charles-Roux.

Toutes les époques

« *Quasiment tous les objets exposés proviennent de nos collections de mode*, explique la commissaire Sophie Lemahieu, qui a travaillé avec Bénédicte Gady, la directrice du musée, puisque l'objectif était de fêter notre anniversaire ! Elles comptent aujourd'hui quelque 80 000 pièces et continuent de s'enrichir régulièrement. Nous continuons à recevoir des propositions de dons. » C'est ainsi qu'est récemment entrée dans le fonds une pièce rare, un vêtement populaire en coton écru de la fin du XVIII^e siècle, utilisé pour la chasse, bien plus difficile à trouver que les habits de l'aristocratie en soie brodée ! « *Nous sommes aussi très orientés vers la création contemporaine, notamment par l'intermédiaire de notre partenariat avec l'ANDAM (Association nationale des arts de la mode). Chaque lauréat nous donne un look ou un accessoire. Le premier en 1998 était... Martin Margiela tandis qu'un créateur distingué beaucoup plus récemment, Alain Paul (prix spécial 2024), a défilé dans le musée.* »



Roger Vivier — Escarpin en satin brodé de paillettes et perles, 1963
© Les Arts Décoratifs / Jean Tholance



Roger Vivier — Escarpin en twill de soie, broderie Rêbé d'application de perles, de tubes et fils métalliques au point lancé, 1968
© Les Arts Décoratifs / Jean Tholance



Spanning Time Periods

“Virtually all of the pieces on display come from our own fashion collections,” explains curator Sophie Lemahieu, who teamed with Bénédicte Gady, the museum’s director, on this exhibit, “since the goal was to celebrate our anniversary! Our collections now number some 80,000 pieces and continue to grow. We regularly receive offers of donations.” This is how a rare piece recently entered the collection: a late 18th-century garment made of unbleached cotton, popular for hunting, the type of item that is much harder to find than the embroidered silk garments of the aristocracy! “We’re also very focused on contemporary design, particularly through our partnership with ANDAM (Association Nationale des Arts de la Mode). Each year’s winner donates a creation or an accessory to our collection. The first laureate, in 1998, was Martin Margiela, while a much more recent winner, Alain Paul (2024 Special Prize), held a fashion show at the museum.”

40 ans, 40 silhouettes

L’un des clous de l’exposition est la section sur les 40 silhouettes, qui emplit la nef, dans une architecture poétique de papier. Chacune résume une exposition marquante. « Nous en avons monté plus de 70 sur ces 40 années, il n’était donc pas possible de consacrer une silhouette à chacune, nous avons choisi celles qui ont fait date par leur sujet, comme les grandes monographies, par leur thématique plus sociologique (comme « La mécanique des dessous ») ou par leur scénographie – nous avons par exemple beaucoup travaillé avec le monde du théâtre. » Parmi les stars mises en avant figurent évidemment Christian Dior (en 1987 et 2017), Schiaparelli (en 2004 et 2022), Balenciaga (en 2006), Valentino (en 2008) mais aussi Dries van Noten (en 2014), qui vient d’ouvrir sa fondation à Venise, Thierry Mugler (en 2022) ou Iris Van Herpen (en 2023), la championne des nouveaux matériaux.



40 Years, 40 Silhouettes

One of the highlights of the exhibition is the section featuring 40 silhouettes, which are displayed throughout the main hall within a poetic paper installation. Each one represents a landmark exhibition. “We’ve mounted more than 70 exhibitions over these 40 years, so it wasn’t possible to dedicate a silhouette to each one. We chose those that stood out for their subject matter, such as major monographic exhibitions, for their sociological themes such as *La mécanique des dessous* (the mechanics of lingerie), or for their scenography, for example, when we’ve worked extensively with the world of theater.” Among the stars featured are, of course, Christian Dior (in 1987 and 2017), Schiaparelli (in 2004 and 2022), Balenciaga (in 2006), Valentino (in 2008), as well as Dries van Noten (in 2014), who has just opened his foundation in Venice, Thierry Mugler (in 2022), and Iris Van Herpen (in 2023), the champion of new materials.



Chanel par Karl Lagerfeld — Robe en tulle et organza de soie brodés, de cannetille et jaserons or et de beuvants, haute couture printemps-été 1996
© Les Arts Décoratifs / Christophe Dellièvre



Schiaparelli par Daniel Roseberry — Robe courte en crêpe de laine et satin duchesse, fleurs en taffetas peint et brodé Collection « Matador couture » Paris, haute couture automne-hiver 2021-2022
© Les Arts Décoratifs / Christophe Dellièvre

Ananas et organdi de soie

La transversalité est un mot d'ordre et l'exposition, qui a pu puiser dans les autres collections des Arts décoratifs (au total plus d'un million d'items !) pour en tirer des dessins, des revues, des photographies. Elle joue aussi du recul, juxtaposant par exemple deux regards sur les années 1980, l'un porté à chaud dès 1989, l'autre avec du recul, en 2022 ! Ces spectaculaires télescopes permettent de rapprocher une robe à taille très haute de l'Empire avec son motif ananas, qui faisait alors fureur dans la bonne société, une robe bustier en organdi de soie de Jean Dessès des années 1950 et les costumes dessinés par Jean Paul Gaultier pour la chorégraphe Régine Chopinot, qui en a fait don au musée... Elle s'intéresse aussi aux revues comme le Jardin des modes ou Harper's Bazaar, deux titres légendaires, ainsi qu'aux affiches et aux accessoires comme ces escarpins en twill de soie de Roger Vivier.



Pineapples and Silk Organdy

Interdisciplinarity is the watchword for this exhibition, which has drawn on other collections of the Musée des Arts Décoratifs (totaling over a million items!) to display drawings, magazines, and photographs. It also plays with hindsight, juxtaposing, for example, two viewpoints on the 1980s: one captured in the heat of the moment in 1989, the other with the benefit of reflection in 2022! These spectacular juxtapositions bring together an Empire-style dress with a very high waist and a pineapple pattern, all the rage in high society at the time, a 1950s silk organdy strapless dress by Jean Dessès, and the costumes designed by Jean Paul Gaultier for choreographer Régine Chopinot, which she donated to the museum. The exhibition also explores magazines such as *Le Jardin des modes* and *Harper's Bazaar*, two legendary publications, as well as posters and accessories such as Roger Vivier's silk-twill pumps.



Jean Dessès — Robe bustier en organdi de soie Paris, haute couture, vers 1950-1955
© Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

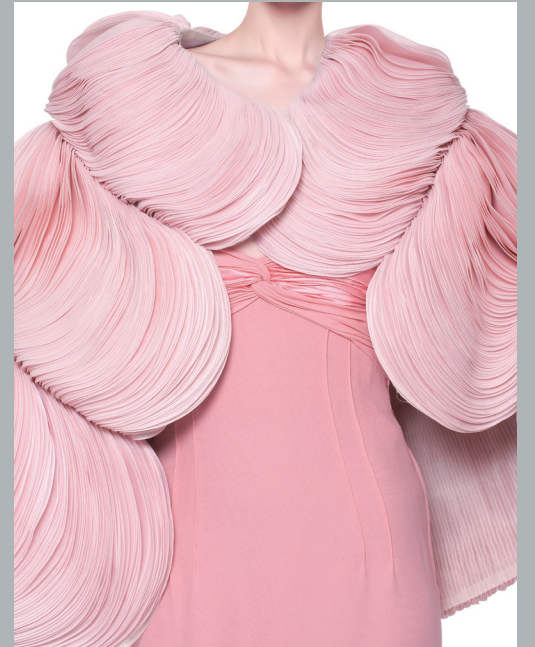
Les défis de la conservation

Le parcours donne l'occasion de découvrir les coulisses de la création, du dessin au patron, jusqu'à la réalisation. On voit ainsi l'émouvant mannequin de bois à taille réduite sur lequel Madeleine Vionnet a conçu certains modèles emblématiques des années 1920 et 1930. Le savoir-faire des artisans d'art est en bonne place avec des objets mystérieux comme ces métiers à plisser de la maison Lognon, qui ressemblent à des éventails ou des accordéons. Une section passionnante est consacrée aux problématiques de la conservation, dont aucune époque n'est exempte. « Nous devons protéger les textiles de la lumière, qui entraîne une décoloration, précise Sophie Lemahieu, mais également des insectes kérotophages comme les mites. Certains modèles doivent avoir des cintres spéciaux, adaptés à leur forme, ou être conservés à plat, comme ces robes des années 1920, dont l'abondante broderie pèse lourd et déformerait l'habit suspendu. Ces interrogations touchent des créations plus récentes : nous ne savons pas comment vont se dégrader les pièces en vinyle utilisée par Courrèges dans les années 1970... » Une mission au long cours !



The Challenges of Conservation

The exhibit also offers a behind-the-scenes glimpse of the creative process, from the initial sketch to pattern-making to production. Visitors see the charming miniature wooden mannequin on which Madeleine Vionnet designed some of her iconic models from the 1920s and 1930s. The savoir-faire of skilled artisans takes center stage here with mysterious objects including pleating machines from the Lognon company, resembling fans or accordions. A particularly fascinating section is devoted to the problems of conservation, which confront every period. "We need to protect textiles from light, which causes discoloration," explains Sophie Lemahieu, "but also from keratophagous insects such as moths. Some creations require special hangers, tailored to their shape; others need to be stored flat, such as some 1920s dresses, whose abundant embroidery is heavy and could distort the garment if hung. These concerns also apply to more recent creations: for example, we don't know how the vinyl pieces used by Courrèges in the 1970s will hold up to the passage of time." A long-term mission!



LOOK!
40 ans de mode au musée

**Musée des Arts décoratifs,
du 30 septembre 2026
au 4 avril 2027**

"Look. 40 Years of Fashion at the Museum,"
Musée des Arts Décoratifs,
September 30, 2026, through April 4, 2027

107, rue de Rivoli, 75001 Paris

www.madparis.fr



27

PLAZA

TAXI

Informations pratiques

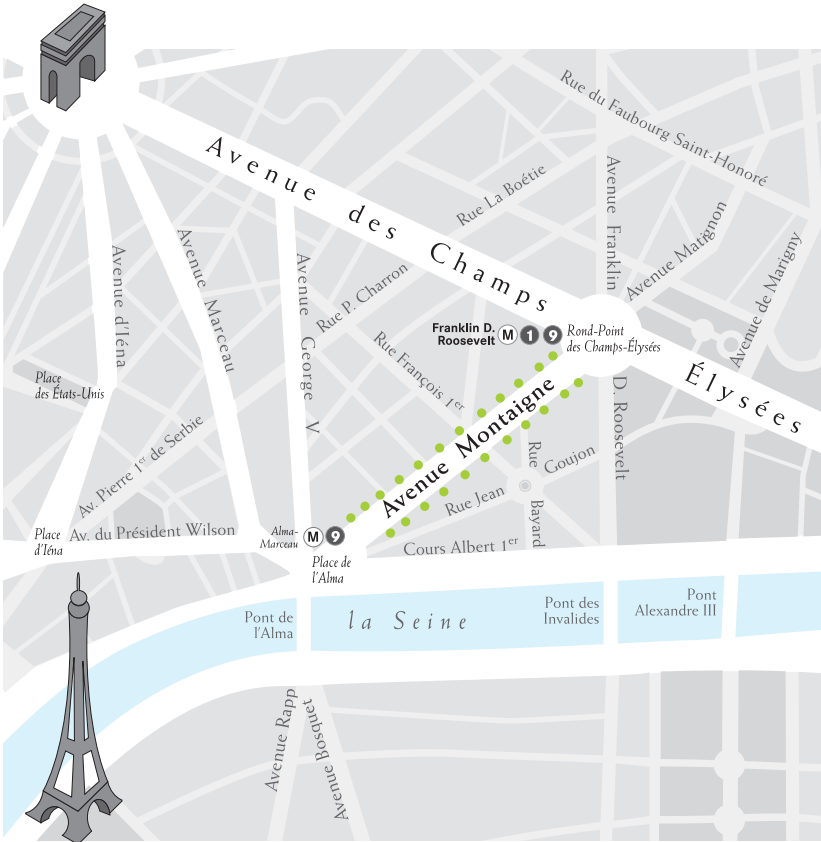
Practical information

Transports publics
Public transport
STATIONS DE MÉTRO/METRO STATIONS :
Alma-Marceau (ligne 9, Line 9) et Franklin-D. Roosevelt
(lignes 1 et 9, Lines 1 and 9)
RER C : Pont de l'Alma
BUS : 28, 32, 42, 49, 52, 63, 72, 73, 80, 83, 92
www.ratp.fr

Trajet depuis l'aéroport de Roissy Charles de Gaulle
From Roissy Charles de Gaulle airport
RER B ou D jusqu'à Châtelet-Les Halles puis ligne 1
du métro jusqu'à Franklin-D. Roosevelt ou bus Air France
jusqu'à Place de l'Étoile.
RER B or D to Châtelet-Les Halles metro, then take metro
line 1 to Franklin-D. Roosevelt or take the Air France Bus
to Place de l'Étoile.

Trajet depuis l'aéroport d'Orly
From Orly airport
RER B jusqu'à Châtelet-Les Halles puis ligne 1
du métro jusqu'à Franklin-D. Roosevelt
ou bus Air France jusqu'aux Invalides.
RER B to Châtelet-Les Halles metro, then take metro line 1
to Franklin-D. Roosevelt or take the Air France Bus to Invalides.
www.aeroportsdeparis.fr

Office de tourisme de Paris
Paris tourist office
25 rue des Pyramides – 75001 Paris – Tél. : 0892 68 3000
STATIONS DE MÉTRO/METRO STATIONS : Pyramides
Du lundi au samedi de 10h à 19h.
Dimanche et les jours fériés de 11h à 19h.
Monday to Saturday from 10am to 7pm.
Sunday and Holidays from 11am to 7pm.
www.parisinfo.com



Salons Air France de Paris Charles De Gaulle



Une brochure qui rencontre un réel succès auprès des voyageurs, selon le personnel des salons et constate par lequipe lors des tournées hebdomadaires. Les voyageurs se servant pendant le reassort. Ces brochures bénéficient d’une mise en valeur soignée au sein des salons : leur présentation, à la fois en piles et en face visible, optimise leur accessibilité tout en faisant la part belle à la couverture, contribuant ainsi à renforcer l’attractivité et l’impact auprès des voyageurs.



Eurostar Business Premier Lounge - Paris/Londres

www.avenuemontaigneparis.com

Le **site référence avenue Montaigne** se développe et s’enrichit



Scannez le QR code et découvrez **l’actualité des grandes Maisons** de l’avenue Montaigne. Dès la rentrée 2026, une **nouvelle vitrine d’artistes et de créateurs** que nous parrainons. Vous y retrouverez aussi **tous les Guides** que nous avons publiés et toutes les adresses à connaître. Et, **à ne pas manquer**, une sélection exclusive d’**articles iconiques** sur notre galerie en ligne !

www.avenuemontaigneparis.com



louisvuitton.com

LOUIS VUITTON