

# QUOI DE NEUF ?

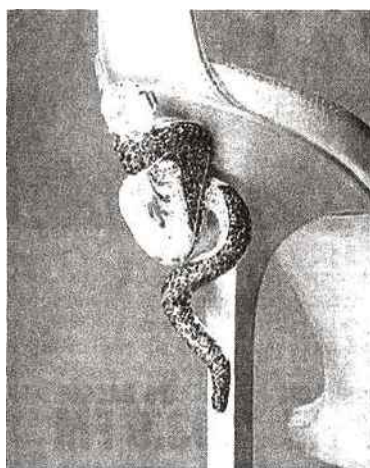
**EXPRESSO** Objets insolites, expositions originales, lieux nouveaux...  
Une sélection de bons plans et de bonnes adresses pour commencer la semaine en connaissance de cause.



Mario Testino

## LES FILLES DANS LE VENT DE VERSACE

Dans sa prochaine campagne, la griffe italienne livre sa vision très personnelle de la vraie vie : cinq mannequins à tomber raide photographiées dans un décor d'appartement bourgeois par Mario Testino, star parmi les stars. L'Anglaise la plus célèbre de la planète mode, Kate Moss, pose une fois encore, entourée d'un quatuor de filles tout aussi glamour, selon la tradition des girls bands des campagnes Versace. Forcément blondes comme Donatella, fatalement riches et cruellement belles, les cheveux dans le vent et la mousseline volatile, c'est l'attitude du printemps-été 2007.



## LES DIAMANTS SE FAUFILENT PARTOUT

Rien n'est trop beau pour les milliardaires. Après le téléphone-bijou Boucheron, réalisé avec Vertu et sur lequel était lové un serpent de diamants et de rubis, c'est au tour du chausseur Rene Caovilla d'accrocher au talon d'une sandale en satin un cobra pavé de brillants, de saphirs et de rubis, dont la tête en diamant ne fait pas moins de 7 carats.

Ainsi est né un des souliers les plus chers au monde, à 90 000 € (uniquement sur commande : [www.renecaovilla.com](http://www.renecaovilla.com)).

Autre curiosité du genre destinée à mettre un peu de brillant dans une penderie, le cintre que le professionnel Gohé a présenté au salon « The Millionaire » à Cannes. Entièrement réalisé à la main, il est incrusté d'autant de carats que le souhaite le client (à partir de 5 000 €. Tél. : 02 41 29 28 35).

Plus en vue, les lunettes Mont Blanc arborent sur chaque branche un diamant spécial à 43 facettes. Elles sont éditées en série limitée de 100 exemplaires (29 000 €. Tél. : 01 53 43 48 00).

Attention donc à ne pas les laisser traîner sur son bureau.

## ÉCHO DE LA MODE

Milla Jovovich fait coup double chez Mango.

L'actrice et mannequin d'origine ukrainienne reprendra son rôle d'égérie dans les campagnes de l'été 2007. La belle va aussi signer pour l'enseigne espagnole une minicollection Jovovich-Hawk, la marque qu'elle dessine avec son amie Carmen Hawk.

Soit dix robes inspirées des années 1960 et du style romantico-rock des deux jeunes femmes.

Elles arriveront en boutique en avril 2007.

Tél. : 01 53 30 82 72.

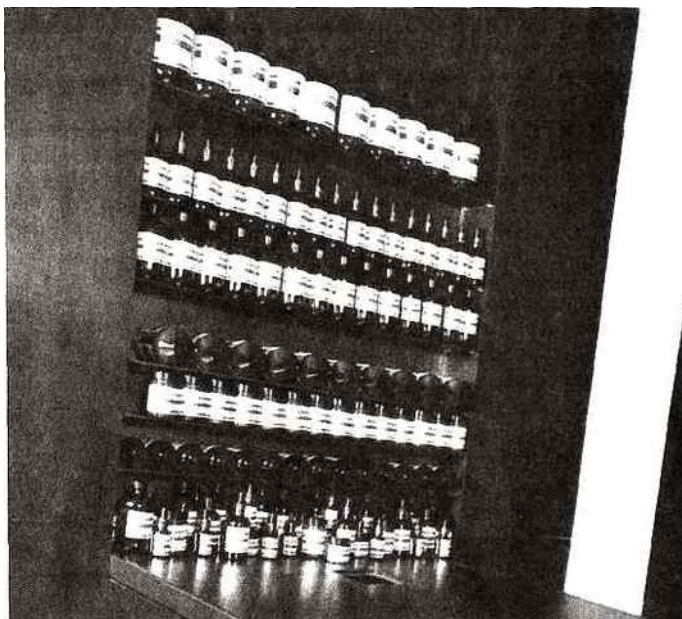
## NOUVEAUX LIEUX DE BEAUTÉ

**Aesop, entre bois et bio.** Jusqu'à aujourd'hui, on ne la trouvait que chez Colette. La marque de cosmétiques Aesop s'offre enfin une place de choix en plein cœur de Saint-Germain-des-Prés. Créée en 1987 par Dennis Paphitis, cette pionnière des produits naturels propose des formules complexes élaborées avec le meilleur des plantes.

Sélectionnés avec soin, les huiles essentielles et les extraits botaniques sont au cœur des lignes pour le visage, le corps et les cheveux.

Minimalistes, les packagings affichent des étiquettes qui expliquent avec humour la vocation de chaque produit. Une approche holistique de la beauté à découvrir entre pierre et bois sombre, dans un espace aux lignes épurées conçu par l'architecte Jean-François Bourdet.

20, rue Bonaparte, 75006 Paris. Tél. : 01 44 41 02 19.



**Jickie Leray, la star de l'anti-âge.** Les actrices s'arrachent ses produits depuis déjà quinze ans, mais son adresse restait réservée aux initiées. Jickie Leray ouvre enfin sa boutique et met ses trente-cinq ans d'expertise au service de tous. À deux pas de l'avenue Montaigne, dans un décor blanc pur, elle propose une ligne de soins uniques, censés redonner jeunesse et éclat à toutes les peaux. Ses produits concentrent nombre d'actifs reconnus et s'appliquent durant vingt-huit jours, pour coller au cycle de la nature. Au programme : désintoxiquer, restructurer et nourrir l'épiderme. Les impatientes en quête de résultat immédiat offriront à leur peau un soin en cabine, réalisé avec des techniques spécifiques mises au point par Jickie Leray.

3, rue de la Renaissance, 75008 Paris. Tél. : 01 40 70 15 05.

## DE VILLE EN VILLE



F. Bouchon et P. Delort/Le Figaro

Paris, Tokyo, New York, Buenos Aires, Istanbul...

Le magazine anglais *Wallpaper* lance, en partenariat avec l'éditeur Phaidon, vingt City Guides modernes, informés et richement illustrés dans un format « pocket » ultrapratique. Au printemps 2007, quarante autres capitales étofferont cette collection de petites bibles du voyage (8,95 € pièce) dans lesquelles la qualité a été privilégiée par rapport à la quantité dans le choix des adresses. En cette fin d'année, l'édition 2007 du *City Guide Louis Vuitton* fait également office de parfait cadeau à un nomade pressé qui veut avoir en main toutes les clés chics d'une capitale, à peine descendu de l'avion. Trente-deux villes européennes sont rassemblées dans les neuf petits fascicules vendus dans un coffret unique à 68 €.



Karl Lagerfeld

## DIANE, DE PARIS À BIARRITZ

Anna, Vanessa et maintenant Diane. Qu'elles se nomment Mouglaïs, Paradis ou Kruger, les Chanel girls ont plus d'un tour dans leurs sacs. Pour Paris-Biarritz, dernière-née des lignes de cuir matelassé de la maison de la rue Cambon, la comédienne allemande Diane Kruger rejoint donc l'écurie des égéries. En 1915, Coco ouvrait une de ses premières boutiques à Biarritz. Clin d'œil au style de vie affranchi et trépidant de la couturière, les nouveaux sacs Chanel s'adressent à celles qui ne s'arrêtent jamais. Mais il faudra patienter jusqu'en mars 2007 pour adopter cet esprit casual chic.

## CARREAUX CULTES



L'opticien anglais Oliver Goldsmith a eu le privilège de voir ses montures se poser sur le nez des plus grandes stars. D'Audrey Hepburn, avec ses mythiques lunettes blanches, à Peter Sellers et ses carreaux cerclés de noir, en passant par Olivia Newton John, Ursula Andress, Grace de Monaco ou, plus récemment, Rania de Jordanie, ses créations au design affirmé ont tout pour encourager les « people » à se cacher derrière des lunettes noires, pour mieux être vus. Pour se la jouer star, il fallait néanmoins aller chercher sa monture en Grande-Bretagne ou aux États-Unis. Aujourd'hui, la marque Oliver Goldsmith a octroyé à la boutique parisienne [JLC] Opticien Lunetier le privilège d'être la seule à vendre ses créations en France.

Tél. : 01 45 48 58 10. [www.olivergoldsmith.com](http://www.olivergoldsmith.com)

