

N°35 - Septembre

Avenue Montaigne

— Paris —



Interview exclusive
Notre Grand Témoin

Kelly Rutherford

avenuemontaigneparis.com



DIOR

Avenue Montaigne
— Paris —

Sommaire N°35

4

Mot du
Président

6

Notre Grand Témoin :
Kelly Rutherford

12

Jean Patou, mythe
des Années folles

24

Boutiques à
découvrir

32

Grands Magasins,
la révolution du
commerce

40

Yves Saint Laurent
la parole aux fleurs

48

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 : ©Olivier Merlot

Avenue Montaigne, septembre 2024, imprimé en France -
september 2024, 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.

Mot du Président

Bye



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

Chère lectrice, cher lecteur,

Avec la merveilleuse aventure des Jeux Olympiques, Paris a eu rendez-vous avec le monde des amoureux des sports ! L'Avenue Montaigne et la rue François 1^{er} ont toujours attiré les défis et les créateurs venus de tous les continents. Avec sa position géographique exceptionnelle au cœur du 8^{ème} arrondissement de Paris, l'Avenue Montaigne fait le lien entre la Seine et les Champs Elysées, entre hier et aujourd'hui, entre la mode et la culture, entre la Parisienne et le French art de vivre.

Dans ce numéro de votre magazine nous aborderons sans nostalgie ces grands créateurs qui ont rêvé de l'Avenue Montaigne comme Jean Patou. Il fut parmi les premiers à travailler aux États-Unis où il a très tôt diffusé ses collections. Fasciné par l'énergie qui y imprégnait la société, il l'a transportée jusque dans les salons de sa maison de couture parisienne.

L'Amérique toujours, qui continue de fasciner le monde avec ses actrices comme la superbe Kelly Rutherford que l'on a notamment vue dans GOSSIP GIRL. Elle nous révèle au fil de son interview ses coups de cœur pour la vie à Paris. C'est avec plaisir que nous l'accueillons parmi nos grands témoins. Nous avons imaginé pour elle une journée de shopping hollywoodien dans notre Avenue avec la liste des plus récentes boutiques.

Paris est aussi la capitale incontournable de la création et du savoir-faire. Septembre ouvrira avec l'événement incontournable pour les amoureux du beau, du rare et de l'exceptionnel. Ce sont plus de 30 Maisons qui vous ouvriront les portes de leurs boutiques à la découverte de leurs trésors cachés du 12 au 15 septembre lors de notre Promenade pour un Objet d'Exception, Avenue Montaigne et rue François 1^{er}.

Puis, si le temps de la flânerie vous gagne encore, laissez-vous guider vers l'exposition consacrée à Yves Saint Laurent et aux fleurs. Dans son musée, sur la toute proche Avenue George V, cette balade est plus que de saison. La beauté insaisissable des fleurs est comme celle de l'été, fragile et éphémère, bientôt suivi de l'automne et son cortège éclatant de couleurs.

L'Avenue Montaigne et la rue François 1^{er} sont prêtes et nous aussi.

Alain Quillet

A word from the President

Bye

Dear Readers,

With the marvelous adventure of the Olympic Games, Paris had a date with the world of sports lovers! The Avenue Montaigne and Rue François 1^{er} have always attracted challenges and creators from all continents. With its exceptional geographic position in the heart of Paris's 8th arrondissement, the Avenue Montaigne is the link between the Seine River and the Champs Elysées, between yesterday and today, between fashion and culture, between the Parisian and French art de vivre.

In this issue of your magazine, we spotlight the great creators who have made the Avenue Montaigne what it is, such as Jean Patou. He was among the first to work with the United States where he showed his collections early on. Fascinated by the energy that characterized society there, he carried it into the salons of his Parisian couture house.

America continues to fascinate the world with its actresses such as the superb Kelly Rutherford, most notably seen in Melrose Place. In our interview with her, Kelly reveals her favorite facets of life in Paris. We are pleased to welcome her to our guest interview page. We have also mapped a day of shopping on our Avenue with a list of the most recent highlights worthy of a Hollywood star.

Paris is also the unequalled capital of creation and savoir-faire. September begins with an event that is a must for lovers of beauty, rarity, and exceptional items. From September 12th to 15th more than 30 prestigious boutiques of the Avenue Montaigne and Rue François 1^{er} will open their doors to reveal some of their hidden treasures in the framework of the Promenade Pour un Objet d'Exception (A Stroll for the Exceptional Object).

And for those still in the mood for strolling, we recommend an exhibition devoted to Yves Saint Laurent and flowers. Set in the designer's museum on nearby Avenue George V, this stroll is particularly timely. The elusive beauty of flowers is like that of summer, fragile and ephemeral, soon followed by autumn and its brilliant array of colors.

Avenue Montaigne and Rue François 1^{er} are ready, and so are we.

Alain Quillet

« J'adore flâner sur l'avenue Montaigne »

"I adore strolling along Avenue Montaigne"

Kelly Rutherford

Bye

Visage connu du petit écran grâce à ses rôles dans des séries cultes, l'actrice américaine, connaît les boutiques de l'avenue sur le bout des doigts...

A familiar face on the TV screen thanks to her roles in cult series, the American actress knows the Avenue's boutiques like the back of her hand...

Quels sont vos premiers souvenirs de Paris et de l'avenue Montaigne ?

Je connais Paris depuis que j'ai 17 ans. Je me souviens aussi du premier défilé auquel j'ai assisté, au Louvre, en 2007 : celui de Jean-Louis Scherrer. Mais vous savez, c'est vraiment l'une de mes destinations favorites, j'y viens très souvent. J'étais ici fin janvier 2024, pour la Fashion Week. J'ai assisté aux défilés haute couture chez Dior, Patou, Jean Paul Gaultier, Ashi Studio, etc.

What are your first memories of Paris and Avenue Montaigne?

I've known Paris since I was 17 years old. I remember the first fashion show I attended at the Louvre in 2007, which was that of Jean-Louis Scherrer. You know, this is really one of my favorite destinations, I come here often. I was last here in January 2024 for Fashion Week. I attended the haute couture shows of Dior, Patou, Jean Paul Gaultier, Ashi Studio, etc.

Notre Grand Témoin

Kelly Rutherford



© Kelly Rutherford / Instagram

Quels tournages avez-vous effectués dans la capitale ?

La série française diffusée l'année dernière sur Prime Video, Escort Boys, de Ruben Alves... Enfin, nous avons plutôt filmé en Camargue qu'à Paris ! En revanche, j'ai fait de mon côté des collaborations avec les marques Carel et Vanessa Sposi, qui m'y ont amenée ; et j'ai l'habitude de venir y séjourner régulièrement. Je monte d'autant plus souvent depuis le déménagement à Monaco de mes enfants et de mon ex-mari. Il faut dire que c'est plus proche que depuis les États-Unis !



Les lieux que vous aimez dans le quartier ?

J'adore m'installer à l'Avenue ou chez Gigi. Paris est une ville formidable pour faire du lèche-vitrines. J'adore flâner sur l'avenue Montaigne en écumant les boutiques de chaque côté du trottoir. J'aime l'avenue de bout en bout, avec toutes ses boutiques ! Et puis, il faut dire que le style parisien n'a pas d'équivalent. Rien qu'à marcher dans la rue, l'inspiration vient des passantes ! Les Parisiennes sont décidément très stylées ; en matière de style, elles savent tout s'approprier, et mettre leur patte dans ce qu'elles portent. Elles plient la moindre marque à leur propre singularité.



What are some of the places you like in the neighborhood?

I like going to Chez Gigi, as well as the restaurant L'Avenue. Paris is a fantastic city for window shopping. I adore strolling along Avenue Montaigne and taking in the boutiques on both sides of the street. I love this street from end to end, with all of its shops! Plus, I must say, Parisian style has no equivalent. Just walking down the street, you're inspired by the passersby. Parisians are so stylish; they know how to make everything their own, to put their mark on what they wear, to adapt any brand to their own personality.



What film shoots have you done in the capital?

The French series Escort Boys by Ruben Alves, aired last year on Prime Video, although it was filmed mostly in the Camargue rather than in Paris! I have also collaborated with the marks Carel and Vanessa Sposi, who have brought me here. I'm in the habit of visiting often and have come even more frequently since my children and ex-husband moved to Monaco. I must say that it's a lot closer than the States.



© Kelly Rutherford / Instagram

Vous vous intéressez aussi à des marques françaises et parisiennes moins connues ?

Bien sûr, je les porte avec plaisir et je les fais connaître à toutes mes abonnées sur Instagram, comme Sézane, Rue de Verneuil, Salomé Rico, Michel Vivien ou Sœur. Je suis admirative de ce mélange de naturel et de sophistication, dont sont emblématiques certaines artistes ou intellectuelles comme Jeanne Moreau ou Simone de Beauvoir. Je crois qu'au fond de moi, j'ai quelque chose de très parisien !



Are you also interested in less well-known French and Parisian brands?

Of course, I wear them with pleasure and share them with all of my Instagram followers, brands including Sézane, Rue de Verneuil, Salomé Rico, Michel Vivien, and Sœur. I admire this blend of naturalness and sophistication which is so emblematic of certain artists and intellectuals such as Jeanne Moreau and Simone de Beauvoir. I think, down deep, there is something very Parisian about me!

« My Elevator Selfies »

BIOGRAPHIE

Née à Elizabethtown, dans le Kentucky, le 6 novembre 1968, l'actrice débute sa carrière télévisée à la toute fin des années 1980, en jouant dans plusieurs séries – notamment **Générations** en 1989 et **Homefront** en 1992. La célébrité vient en 1996, avec son rôle de Megan Lewis dans la série hollywoodienne **Melrose Place**, au succès mondial. Elle renoue ensuite avec le succès dans les années 2000 grâce à **Gossip Girl**, où elle interprète Lily Van Der Woodsen, la mère très stylée de Blake Lively. Depuis, elle mène surtout une carrière de fashionista en se prenant des selfies dans son ascenseur (« Elevator Selfies ») pour ses **deux millions de followers Instagram**, et est une habituée des défilés parisiens.



BIOGRAPHY

Born in Elizabethtown, Kentucky on November 6, 1968, Kelly Rutherford began her television career at the end of the 1980s with roles in several series, notably **Generations** in 1989 and **Homefront** in 1992. Fame came in 1996 thanks to her role as Megan Lewis in the hit Hollywood series **Melrose Place**. She came back into the limelight in the early 2000's with **Gossip Girl**, in which she played Lily Van Der Woodsen, the stylish mother of Blake Lively. Since then she has led a career as a fashionista taking selfies in her elevator ("Elevator Selfies") for her two million followers on Instagram, and she is a regular at the Parisian fashion shows.



© Kelly Rutherford / Instagram



MARGOT ROBBIE



CHANEL.COM

CHANEL

J12
UNE HISTOIRE DE SECONDES



SAGA

Jean Patou, mythe des Années folles

Jean Patou, myth of the Roaring Twenties

Bye

Disparu prématurément, à moins de 50 ans,
le couturier fut un innovateur dont l'empreinte
a longtemps persisté.

*The couturier who died prematurely at not even
50 years old, was an innovator whose mark
has long persisted.*

Un jeune homme entreprenant

Né en 1887, dans le X^e arrondissement, Jean Patou passe sa jeunesse dans l'Oise : son père y rachète une tannerie à Enencourt-Léage, qu'il spécialise dans le traitement des peaux de poisson pour la maroquinerie de luxe. Pour autant, c'est chez un oncle fourreur que le jeune Patou fait ses gammes ; l'une des premières maisons de couture qu'il lancera en 1912, Parry, possèdera d'ailleurs un département dédié au travail de cette matière. Patou illustre avec ténacité, d'une manière un peu différente de Gabrielle Chanel avec qui il entretient une perpétuelle concurrence, le mythe du self-made man. A l'instar de cette dernière, il est davantage un visionnaire qu'un technicien de la mode : lui qui ne coud ni ne dessine (contrairement à d'autres contemporains, Madeleine Vionnet par exemple) possède plutôt l'œil et le goût avisés : car le couturier, à la trajectoire fulgurante et à l'élégance légendaire, aura surtout marqué la postérité par sa pénétration de l'air du temps.



An enterprising young man

Born in 1887, in the 10th arrondissement of Paris, Jean Patou spent his youth in the Oise region, North of Paris, where his father bought a tannery in Enencourt-Leage, specializing in the treatment of fish skins for luxury leather goods. But it was with an uncle in the fur business that the young Patou learned his trade. In 1912, he launched one of his first couture houses, Parry, which included a department dedicated to fur creations. In a slightly different way than Gabrielle Chanel, his perpetual rival, Patou illustrated with tenacity the myth of the self-made man. Like Chanel, he was more of a visionary than a fashion technician. He neither designed nor stitched his creations (contrary to other of his contemporaries, such as Madeleine Vionnet), but he had a keen eye and infallible taste. This couturier, known for his meteoric rise and legendary elegance, would above all mark posterity with his deep understanding of the spirit of the times.



© Patou / Droits réservés



© Patou / Droits réservés

Parfum d'Orient

Le jeune Patou ouvre plusieurs maisons de couture au tournant des années 1910 – autant d'échecs commerciaux. Qu'à cela ne tienne, à la veille de 1914, Jean Patou & Cie est créée au 7 rue Saint-Florentin, à l'écart des quartiers généraux de la mode parisienne, alors au croisement des rues de la Paix et Saint-Honoré... Mais son créateur est réquisitionné pour la guerre avant même la présentation de sa première collection ! Capitaine de zouaves aux Dardanelles, il patiente jusqu'à son retour en 1919 pour le lancement véritable de sa firme. Son passage par l'armée n'est peut-être pas étranger à la veine exotique décelable dans une partie de sa production – notamment dans les robes du soir richement brodées. Le couturier y débute sa vaste collection de pièces textiles internationales, qui lui serviront plus tard de source d'inspiration pour ses propres créations. Patou rapporte notamment de ce séjour oriental des pièces brodées des Balkans – gilets, manteaux, etc.

The scent of the Orient

The young Patou opened several couture houses around 1910, all of which were commercial failures. Not to be discouraged, he created Jean Patou & Cie on the eve of 1914 at number 7 rue Saint-Florentin, a little off the beaten track of Parisian fashion at the intersection of Rue de la Paix and Rue Saint-Honoré. But he was called into military service for the war before he could present his first collection! Captain of a division of Zouaves in the Dardanelles, he would have to wait until his return home in 1919 for the true launch of his firm. His time in the army could explain the exotic note found in part of his collections, particularly in his richly embroidered evening gowns. It was during this time that the couturier began his vast collection of international textiles, later to be a source of inspiration for his creations. Notably, Patou brought back embroidered pieces – vests, coats, etc - from his sojourn in the Balkans.

La course aux nouveautés

Dans les années 1920, Patou dispute régulièrement à Chanel le lancement des nouveautés les plus marquantes, notamment le pyjama (il lui préférera d'abord le nom moins sonnant de robe-pantalon) – inspiré par les pantalons à pattes d'éléphant des marins et devenu l'uniforme obligé des garçonnnes des stations balnéaires – ou le rallongement des robes au-dessous des genoux, qu'amorcera la silhouette féminine en fin de décennie, vers 1928-1929. Avant Chanel, il s'intéresse aux nouveaux tissus du tisseur picard Rodier : Patou mettra à profit l'incomparable souplesse d'une maille en jersey de laine pour la confection de l'ancêtre de nos sweaters ; soupesons aujourd'hui la liberté de mouvement inédite que cette silhouette déstructurée permettait aux élégantes !



© Patou / Droits réservés

A race for innovation

In the 1920s, Patou regularly competed with Chanel for the launch of the most innovative new products, notably the pyjama (he initially preferred the less evocative name of trouser-dress), inspired by sailors' bell bottom trousers, the requisite uniform of tomboys at seaside resorts. He also initiated bringing hemlines to just below the knee that started gracing the feminine silhouette at the end of the decade, around 1928-29. He was interested in the fabrics of the Picardy weaver Rodier even before Chanel. Patou would take advantage of the incomparably supple texture of this new wool jersey knit to fashion the forerunner of our sweaters. Today, one can only imagine the newly found freedom of movement that these unstructured textiles allowed elegant women!

La Baronne d'Almeida
Boa de fourrure de Patou et
chapeau de Reboux, 1932



© Patou / Droits réservés

L'apôtre du sportswear

Le sportswear est né, et son principal instigateur agit en fin stratège : dès 1925, il ouvre des succursales dans les principales destinations prisées par la haute société en villégiature (Biarritz, Deauville, Cannes), qui n'a plus besoin de passer par Paris pour acquérir les tenues nécessaires à ses nouveaux loisirs sportifs – golf, tennis, natation, etc. Parallèlement, le couturier inaugure au rez-de-chaussée du siège de sa maison un « Coin des sports », où – grande nouveauté dans le milieu de la couture – la cliente peut circuler librement, sans être prise en charge par une vendeuse. Enfin, en 1928, il se fait précurseur du prêt-à-porter avec la création de sa ligne « Sport & voyage », qui propose des modèles plus simples et moins coûteux : costumes de sport, robes de plage et de casino, ensembles d'après-midi et du soir, etc.

Apostle of sportswear

Sportswear was born, and its principal instigator was a clever strategist. From 1925 on, he opened boutiques in some of high society's most privileged vacation spots including Biarritz, Deauville, and Cannes. The chic set no longer needed to pass through Paris to outfit themselves for their new leisure activities of golf, tennis, swimming, etc. At the same time, the couturier inaugurated a « Coin des Sports » (Sportswear Corner) on the ground floor of his flagship store, where clients could circulate freely without being accompanied by a salesperson, a first in couture circles. Finally, in 1928, he pioneered ready-to-wear with the creation of his "Sport & Voyage" line, offering simpler, less expensive models: sporty suits, beach and casino dresses, afternoon and evening ensembles, etc.



© Patou / Droits réservés

Suzanne Lenglen
Jupe de soie blanche plissée
et cardigan sans manches

Couturier des stars

Le couturier habille les sportives elles-mêmes, dont la championne de tennis Suzanne Lenglen, pour laquelle il dessine le fameux uniforme : jupe de soie blanche plissée s'arrêtant aux genoux, portée avec un cardigan sans manches. Sa rivale états-unienne, la jeune Helen Wills, porte aussi du Patou : grâce à ce dernier, elle substitue le turban habituel des joueuses de tennis à la casquette à visière. Patou s'inspire de l'expérience : en décembre 1933, il présente au Ritz une collection de sports d'hiver, mise au point grâce aux conseils de skieuses professionnelles. En 1924, à la recherche d'une nouvelle silhouette en accord avec le mode de vie « moderne », le couturier effectue un voyage aux Etats-Unis. Il en ramène six mannequins, sélectionnées parmi 500 prétendantes pour la finesse de leur cheville et de leur bassin : la longiligne Lilian Farley, dite Dinarzade (du nom de la sœur de Shéhérazade dans les Mille et une nuits), fera ensuite carrière chez Poiret.

Couturier of the stars

The couturier outfitted sportswomen including the tennis champion Suzanne Lenglen, for whom he designed the famous uniform: a knee-length pleated white silk skirt, worn with a sleeveless cardigan. Lenglen's rival, the young American Helen Wills, also wore Patou, thanks to whom she swapped the habitual turban of tennis women for a visored cap. Patou was inspired by the experience; In December 1933, he presented at the Hotel Ritz a collection of winter sportswear conceived with the input of professional skiers. In 1924, in search of a new silhouette in line with the "modern" lifestyle, the couturier made a trip to the United States. He brought back six models chosen from 500 candidates for their slender ankles and hips, including the lanky Lilian Farley, nicknamed Dinarzade (after Shéhérazade's sister in the Arabian Nights) who would later pursue a career with Poiret.

**Collection de
Sports d'hiver**
Ritz, décembre 1935



© Patou / Droits réservés



© Patou / DR

« Maison champignon »

Ainsi est surnommée la maison Patou en 1926, dans l'ouvrage Histoire de l'industrie et du commerce en France. Si la marque connaît une croissance économique exponentielle dans les années 1920, c'est parce que son fondateur agit en entrepreneur aguerri, soucieux de diversification et d'expansion. Elle ne déroge pas à la tendance dominante du couturier-parfumeur : comme ses concurrents Poiret et de Chanel, le talent de Patou pour flairer l'air du temps s'illustre à chaque parfum, dont la publicité sanctionne autant de trouvailles marketing : l'Huile de Chaldée est le premier produit solaire mis sur le marché français en 1927, inaugurant la vogue du bronzage ; Le Sien est présenté en 1929 comme le premier parfum unisexe ; en 1935, le Normandie est offert aux passagers de première classe de la traversée inaugurale du paquebot.



© Patou / DR

« Maison champignon » (Mushroom House)

Such was the nickname of Patou's couture house in 1926 in the publication Histoire de l'industrie et du Commerce en France (The History of Industry and Commerce in France). The firm's exponential growth in the 1920's owed to its founder's sharp and practiced entrepreneurial skills, and his focus on diversification and expansion. He did not deviate from the trend of the couturier-perfumer. Similar to his competitors Poiret and Chanel, Patou had a talent for anticipating the zeitgeist, as seen in each new fragrance and the inventive marketing behind it. His Huile de Chaldée was the first sun-care product to be introduced on the French market in 1927, heralding the tanning craze. Le Sien was launched in 1929 as the first unisex fragrance, and in 1935, Normandie was offered to all first-class passengers on that famous ocean liner's maiden voyage.



© Patou / DR

Une silhouette globale

Patou est l'une des seules maisons de couture à ouvrir ses propres ateliers de parfumerie – à Saint-Ouen, dans des bâtiments construits en 1928 au 10 rue Mariton. Cette logique aboutit en 1932 à la création d'une filiale indépendante : Jean Patou parfumeur. Toutefois, le « Coin des riens » de la mai-

son de couture – pendant du « Coin des sports », également inauguré en 1924 et parfois considéré comme un jalon des futures segmentations de la marque – ne représente pas qu'une heureuse stratégie commerciale. Pour Patou, les nouvelles habitudes de la vie moderne, qui font des individus pressés, imposent une concentration de la création. Il revient au couturier de penser une silhouette globale et coordonnée, en permettant à sa cliente de ne plus courir du modiste au couturier, puis du couturier au maroquinier, et ainsi de suite. Et donc d'habiller cette dernière, « de la tête aux doigts de pieds », ainsi que le préconise encore aujourd'hui la maison.



© Patou / DR

From head to toe

Patou was one of the only couture houses of the time to open its own perfume workshops. They were located in Saint-Ouen in buildings constructed in 1928 at 10 rue Mariton. This led to the creation of an independent subsidiary in 1932: Jean Patou Parfumeur. The fashion house's "Coin des riens" (literally "the corner of little nothings"), the pendant of the "Coin des sports" (sportswear corner), inaugurated in 1924 and sometimes considered a benchmark in the future segmentations of the brand, was not just a successful business strategy.

For Patou, the new habits of modern life, with everyone always in a hurry, called for a concentration of creation. It was up to the couturier to create a globally coordinated look, saving the client the trouble of running from the hatmaker to the couturier, then from the couturier to the leather shop, etc.; thus to dress clients from "head to toe", which is still the mark's philosophy today.



© Patou / Droits réservés

Pionnier du logo

Patou est le premier à utiliser la griffe, en incluant son monogramme sur les vêtements qu'il dessine : brodé aux initiales JP dans un losange tenant lieu de logo avant l'heure, il vise à se prémunir de la contrefaçon lors des ventes aux acheteurs des grands magasins new-yorkais. De nos jours, Patou est aussi une des premières marques à utiliser le QR code sur ses produits, pour en informer la traçabilité. D'ailleurs, le couturier figurait à son époque parmi les rares à maîtriser l'amont de sa chaîne de fabrication : en 1927, il déplace ses ateliers au 45 rue Saint-Roch (mais garde le siège de la maison rue Saint-Florentin), où il établit sa société Tissage et Broderie France, pour fabriquer ses propres tissus. Sa maîtrise s'étend du tissage à la broderie, mais aussi à la fourrure et à la teinture, en passant par la couture proprement dite... Il existe même des dépôts de couleurs à son nom – bleu Patou, absinthe Patou, vert Nil Patou ou patounia !



A logo pioneer

Patou was the first to use a signature label including his monogram on the garments he designed. The initials JP embroidered in a lozenge were the precursor of a logo, initially intended to prevent counterfeits following sales to buyers of New York's large department stores. More recently, Patou was one of the first brands to use the QR code on its products, to ensure traceability. What's more, the couturier was one of the rare creators of his time to master the chain of production from the outset: in 1927, he moved his workshops to 45 Rue Saint-Roch (maintaining his headquarters on the Rue Saint Florentin), where he founded the Tissage et Broderie France company to manufacture his own fabrics. His expertise covered weaving and embroidery, but also fur and dyeing, as well as the actual couture itself. There are even colors registered in his name - bleu Patou, absinthe Patou, vert Nil Patou, and patounia!

Krach et renouveau

Si la maison connaît une ascension fulgurante du vivant de son créateur, elle vacille au krach de Wall Street – soit quelques années avant la mort de Jean Patou, qui surviendra en 1936 – du fait du retour de la majeure partie de sa clientèle aux Etats-Unis. Dans les années 1930, en pleine crise, sa stratégie de survie joue le contrepied. Patou parie sur un surcroît de luxe et lance le parfum Joy par un coup de marketing magistral, aidé par son acolyte Elsa Maxwell : la fragrance alliant roses et jasmins grasseis, élaborée par Henri Alméras, en faisait « le parfum le plus cher du monde » dont 250 flacons furent gracieusement offerts à ses meilleures clientes américaines ! L'anecdote sera retravaillée pour vanter la générosité de l'homme, quoique le but ait été de relever les ventes par le bouche-à-oreille de prestige. Cette prodigalité de Patou à l'égard de ses clientes vaut à la marque aujourd'hui de mettre en avant une valeur peu explorée par d'autres : celle de l'amitié.



Crash and rebirth

While the mark experienced an astounding ascension during most of the life of its creator, it wavered during the Wall Street crash a few years before Jean Patou died in 1936, due to the return of a major part of his clientele to the United States. In the 1930's in the midst of the Great Depression, his survival strategy took a surprising twist. Patou took a gamble on the aura of luxury and launched the perfume JOY through a masterful marketing coup with the help of his cohort Elsa Maxwell: The fragrance blending roses and jasmine from Grasse elaborated by Henri Alméras was "the world's most expensive perfume", 250 bottles of which were complimentary gifts to the trademark's best American clients! The anecdote was recast to extol the couturier's generosity, but the goal of the gesture was to spearhead sales by word-of-mouth among the privileged. Patou's generosity towards its customers allowed the brand to emphasize a value that few others have explored: friendship.



Jean Patou Publicité

© Patou / Droits réservés

Bohan, Lagerfeld, Lacroix...

A la mort de Jean, la firme se maintient malgré ses dettes grâce à la sœur du couturier, Madeleine, et au mari de cette dernière, Raymond Barbas. Elle accueille durant plusieurs décennies de jeunes créateurs qui y font leurs gammes – Marc Bohan, Karl Lagerfeld, Michel Goma, Angelo Tarlazzi, etc. Parmi eux, Christian Lacroix, entré dans la maison en 1981, en revivifie brillamment l'image, proposant une mode luxuriante et baroque qui tranche avec le goût général de la décennie. Son talent lui vaut un Dé d'Or en 1986 ; mais il quitte Patou dans la foulée pour ouvrir sa propre marque, grâce à l'appui de Bernard Arnault. La firme se restreint dès lors à sa section parfumerie à partir de 1987. Ironie du sort, c'est une nouvelle fois par l'entremise du groupe LVMH – qui la rachète en 2018 – que la maison Patou renaît aujourd'hui.

Bohan, Lagerfeld, Lacroix...

After Jean's death, the firm plagued with debts, managed to survive thanks to the designer's sister, Madeleine, and her husband, Raymond Barbas. For several decades the firm welcomed young designers who honed their skills here, including Marc Bohan, Karl Lagerfeld, Michel Goma, Angelo Tarlazzi, etc. Christian Lacroix, who joined the firm in 1981, brilliantly revitalized its image, proposing a luxuriant and baroque style that contrasted with the general tendency of the decade. His talent won him the prestigious "De d'Or" award in 1986, but he left Patou shortly after that to start his own couture house thanks to the support of Bernard Arnault. From 1987 on, the mark focused solely on its perfumery division. Ironically, it is thanks to LVMH (headed by Bernard Arnault), which acquired the mark in 2018, that the house of Patou is reborn today.

Le choix du recyclage

2019 marque le renouveau des collections vestimentaires, confiées à Guillaume Henry, dont le talent s'était particulièrement illustré chez Carven ces dernières années. Il incombe depuis au directeur artistique de redonner souffle au style Patou : une silhouette structurée, aux lignes simples (10% des tenues de chaque collection sont des « essentiels »), rythmée par la couleur et les accessoires, et garantissant un confort d'usage. La marque mise sur les matières faciles à porter : du coton ainsi que du polyester et de la laine recyclés sont utilisés à hauteur de 50% à chaque nouvelle collection. Fidèle à son créateur, l'esprit Patou réside dans l'allégeance à l'époque : c'est pourquoi, dans un souci très contemporain qui le cède désormais au bien-être animal, la maison a fait le choix notable de délaisser la fourrure (et le cuir), même si celle-ci a marqué son ADN...



The choice to recycle

The year 2019 marked the relaunch of the clothing collections, entrusted to Guillaume Henry, whose talent was particularly illustrated at Carven in recent years. In the role of Artistic Director, he is responsible for breathing new life into the Patou style: a structured silhouette, simple lines (10 percent of the garments in each collection are "essentials"), punctuated by color and accessories, and focusing on comfort. The brand favors easy-to-wear fabrics: Cotton, polyester, and recycled wool constitute 50 percent of the fabrics used in each new collection. True to its founder, the spirit of Patou resides in the brand's allegiance to the times. Thus motivated by the contemporary concern for animal well-being, Patou has chosen to eliminate fur and leather from all of its collections, even though these have been an element of its DNA.

Guillaume Henry
Directeur Artistique de
Jean Patou depuis 2019

© Patou / Kira Bunge



A-K-R-I-S-

www.akris.com | @akrisofficial



Boutiques à découvrir...

Boutiques to discover

Abye

L'Avenue Montaigne est un organisme vivant : de nouvelles boutiques s'y créent, d'anciennes se renouvellent...

Voici un aperçu de quelques récentes arrivées, en flânant depuis le rond-point des Champs-Élysées.

*

The Avenue Montaigne is a living entity: new boutiques are always being created and old ones renewed...

Here's a glimpse of some recent arrivals to be visited while strolling down the Avenue from the Rond-Point of the Champs-Élysées.



N° 58



Cette boutique de près de 300 m² a été ouverte en septembre 2022. Récemment fermée pour quelques jours de travaux, le service image de la marque en a réajusté le design intérieur : ont été ajoutés des miroirs, changé les rideaux (toile blanc crème). En bas, face à l'étagère aux contours arrondis, une table ronde en travertin présente un bouquet de tournesols et de la lecture, par exemple sur la photographe culte Vivian Maier.

A l'étage, on retrouve l'esprit vacances : plus de citronnier comme à l'entrée, mais les deux fauteuils aux lignes épurées qui entourent la table basse en verre et fer forgé, dans un blanc éclatant face à la large verrière, donneraient presque l'impression de se trouver sur la terrasse d'une villa méditerranéenne.

*

This boutique of nearly 300 square meters opened in September 2022. Recently closed for a few days of refurbishment, the brand readjusted its interior design, adding mirrors and changing curtains (creamy white canvas). Downstairs, opposite the shelving with rounded contours, a round travertine table boasts a bouquet of sunflowers and reading material, for example on the cult photographer Vivian Maier.

Upstairs there is still a vacation mood: no more lemon trees at the entrance, but two sleek armchairs around a glass and wrought-iron coffee table all in dazzling white against the large glass roof, giving the impression of being on the terrace of a Mediterranean villa.

Jacquemus

N° 39



Paco Rabanne

Cet espace en L, avec deux niches cubiques successives (dont l'une est dédiée aux cabines d'essayage), assume une allure très seventies : de la moquette rose et un long meuble en plexiglas orangé – trônant en longueur à l'entrée de la boutique. Sans compter l'omniprésence de surfaces métalliques : rideau argenté ondulant tout le long d'un mur, devant un portant où les vêtements sont accrochés en petit nombre, bien espacés ; meubles en inox, reluisant comme des miroirs, et courant à hauteur de mollet sur les pourtours des murs, où sont disposés les accessoires. Le souci esthétique a d'ailleurs été poussé jusqu'aux caméras de surveillance, dont l'objectif est tapi sous un motif découpé façon moucharabieh.



This L-shaped space, with two successive cubic niches (one dedicated to fitting rooms), has a decidedly 1970's look with rose-hued carpeting and a long orange Plexiglas counter perched lengthwise at the boutique's entrance. Not to mention the omnipresence of metallic surfaces: a silver curtain undulating all along one wall, in front of which there is a rack presenting a small number of well-spaced clothing. Stainless steel furnishings reflect like mirrors and run calf-high around the walls, where accessories are arranged. This attention to aesthetics shows even in the security cameras, whose lenses are hidden behind a lace-like moucharabieh motif.

Martin Margiela



N° 33

La boutique, voisine de Max Mara et du futur grand vaisseau d'Yves Saint Laurent, se trouve dans un bel édifice Art déco des années 1930, dû aux époux Bodecher et inscrit à l'inventaire des monuments historiques. Elle est morcelée en plusieurs espaces aux superficies diversifiées ; atmosphère enveloppante et douce, due à l'emploi généralisé du travertin venu d'Italie – utilisé en grands panneaux, jusque dans la cage d'escalier menant à l'étage. Cette impression de douceur est accentuée par l'éclairage indirect (petites ampoules situées dans les nombreuses niches alvéolaires et irrégulières du plafond), ainsi que par des sculptures en plâtre à l'allure molle, des cubes qui semblent comme rembourrés...

The boutique, neighboring that of Max Mara and the future flagship of Yves Saint Laurent, is located in a beautiful Art Deco building of the 1930's, attributed to the Bodecher couple and listed on the register of historic monuments. It is divided into several spaces of different dimensions, creating a soft, inviting atmosphere, due to the widespread use of Italian travertine on large panels, even in the staircase leading to the upper floor. This enveloping ambiance is accentuated by indirect lighting (small bulbs located in the ceiling's many irregular, honeycombed niches), as well as by plaster sculptures giving the impression of being padded.

N°



© Brunello Cucinelli / DR

Brunello Cucinelli

1416

Ouverte en septembre 2020 dans un immeuble construit au milieu des années 1960, c'est une vaste boutique de près de 500 m², dans des tons de blanc, beige et noir. Des objets chinés chez des antiquaires de l'île-sur-la-Sorgue parsèment cette épure de contrastes baroques : une porte en bois sculpté d'un bas-relief fleuri est encastrée dans une cloison ; sur une étagère, un petit miroir à la peinture bleue délavée ; trois grands mortiers en granit, à oreilles, gardent l'entrée. Un espace central, servant de cafeteria, est délimité au sol par de la pierre de Bourgogne, ainsi que par un muret de carrés de verre aux tailles et granulométries variables, derrière le comptoir, dans les teintes chères au champion du cachemire.

Opened in September 2020 in a building constructed in the mid-1960s, this is a vast boutique of nearly 500 square meters in tones of white, beige, and black. Objects collected from antique dealers of the Ile sur-la-Sorgue punctuate the purity with baroque contrasts.

A wooden door sculpted in floral bas-relief is set into a wall, a small painted mirror in faded blue adorns a shelf, and three large granite mortars flank the entrance. A central area dedicated to coffee is outlined by Burgundy stone on the floor, as well as a low wall of glass squares of varying sizes behind the counter in the tones so dear to this champion of cashmere.



© Burberry / DR

Burberry

N°
1719

Cette boutique, ouverte le 26 février 2024, est tout entière inspirée du logo fétiche de la marque, le célèbre EKD (Equestrian Knight Design). Les deux étages de ce très grand espace de 690 m² égrènent autant d'allusions au cheval et au bouclier : le point focal réside sans doute au sol, dont une superbe mosaïque – en tessons blancs, noirs et verts d'un marbre Verde Alpi – a été réalisée à la main sur la dalle de béton. Le mobilier, de fabrication également artisanale, mêle des influences nationales en s'inspirant de deux courants britanniques de la seconde moitié du XX^e siècle : l'art abstrait des années 1960, et le courant de design londonien Creative Salvage des années 1980.

This boutique, which opened on February 26, 2024, is completely inspired by the trademark's fetish logo, the famous EKD (Equestrian Knight Design). The two floors of this vast 690 square meter space are filled with illusions of the horse and the shield. The focal point is undoubtedly the floor, with its superb mosaic in white, black, and green Verde Alpi marble, handcrafted and set into a concrete slab. The furnishings, also handcrafted, combine national influences from two British trends of the second half of the 20th century, the abstract art of the 1960's and London's "Creative Salvage" design movement of the 1980's.



DIOR



Les Grands Magasins Dufayel
Affiche de 1895-1900

Grands magasins, la révolution du commerce

Department stores, the commercial revolution

By

Nés au milieu du XIX^e siècle, ils ont transformé notre façon de faire les courses... Le musée des Arts décoratifs décortique le succès durable du Bon Marché et de ses concurrents.

Born in the mid-19th century, they transformed the way we shop. The Musée des Arts décoratifs (Museum of Decorative Arts) in Paris explores the lasting success of the Bon Marché department store and its competitors.

Le génie Boucicaut

Les rayons femme et enfant ? Les soldes ? La vente par correspondance ? Autant de nouveautés lancées à partir du milieu du XIX^e siècle par un nouveau concept, le grand magasin, qui colonise les plus beaux emplacements de la capitale. Le Bon Marché, les Galeries Lafayette, la Samaritaine, le Printemps : autant d'enseignes qui ont allègrement dépassé le siècle de vie et qui restent des repères incontournables du Paris actuel. Le pionnier est un self-made-man parti de très bas mais plein d'inventivité : Aristide Boucicaut (1810-1877), né en Normandie, a commencé comme chapelier puis marchand ambulant de bonneterie avant de gravir les échelons de la fortune et d'inaugurer en 1852 Au Bon Marché, le temple de la mode de la rive gauche.



Robe aux roses
Aux trois Quartiers,
Félix Robe,
1908-1910



À La Place Clichy 1900
Georges Grellet (1869-1959).
Lithographie



Au Louvre, escarpins
1900-1905, satin de soie et cuir



Coiffeuse, vers 1921
Maurice Dufrène (1876-1955),
Coiffeuse de la chambre à coucher de
Monsieur et Madame Pierre Levasseur.
Bois, bronze et nacre



Grands magasins du Printemps 1908
Catalogue commercial, printemps-été.



Aux Buttes Chaumont, 1888
Jules Jean Chéret (1836-1932).Affiche, lithographie



La Belle Jardinière
Costume de marin, vers 1910

Vive les soldes !

En plein Second Empire, alors que se développent les forges, les usines et le chemin de fer, il révolutionne le commerce de détail. Il met notamment au point le système des soldes, à cadence saisonnière, portant sur le linge, les gants ou les tenues d'été. Intelligemment relayé auprès de sa clientèle, ce calendrier permet de réduire les périodes creuses et de relancer l'appétit d'achat. Ses catalogues luxueusement illustrés sont diffusés dans toute la France – même à l'étranger – et permettent d'acheter de loin : en matière de commerce à distance, les licornes d'internet n'ont rien inventé ! Pas étonnant que Zola s'en soit inspiré pour rédiger Au bonheur des dames, qui immortalise ces grands paquebots – on doit aussi citer la Belle Jardinière, les Trois Quartiers ou les Grand Magasins du Louvre.

Long live sales!

At the height of the Second Empire, during the development of foundries, factories, and railways, Boucicaut revolutionized retailing. He perfected the system of seasonal sales, particularly for linens, gloves, and summer clothing. These events, cleverly communicated to his clientele, helped to boost slack periods and stimulate customers' appetite for buying. His luxuriously illustrated catalogs were distributed throughout France and even abroad, making it possible to buy from afar. When it comes to remote selling, the aces of e-commerce haven't invented anything! It's not surprising that Zola was inspired by this success story to write his novel Au bonheur des dames, immortalizing these great ships of retailing, including also La Belle Jardinière, Les Trois Quartiers, and Les Grand Magasins du Louvre.



© Les Arts Décoratifs / Jean Tholance



© Les Arts Décoratifs / Jean Tholance



« Aux Buttes Chaumont », 1888
Jules Jean Chéret, Affiche, lithographie couleur

Au Louvre, 1922
Leonetto Capiello (1875-1942), Affiche, lithographie.



Galleries Lafayette, 1920.
Jean-Gabriel Domergue (1889-1962).
Emprunt national.

La preuve par l'affiche

Les clients – surtout les clientes – peuvent passer des heures à admirer, comparer, toucher... L'aura de ces temples de la consommation est alimentée par le talent des étalagistes qui conçoivent des vitrines aguichantes et des dispositifs ingénieux pour montrer des échantillons de tissus ou de papiers peints. Les grands affichistes et illustrateurs sont également de la partie : Jules Chéret, plus tard René Péan, Jean-Gabriel Domergue ou Léonard Capiello dessinent des réclames aguichantes, éclatantes de couleurs, avec des silhouettes qui symbolisent le chic parisien. Les progrès de la lithographie et de l'imprimerie permettent des formats encore jamais connus et une très grande qualité de reproduction. Et le mobilier urbain sait accompagner cette révolution avec des emplacements dédiés, parfois de forme originale comme les colonnes Morris...

The art of posters

Clients could spend hours admiring, comparing, touching. The aura of these temples of consumerism was enhanced by the talent of window dressers who conceived enticing displays and ingenious methods of exhibiting fabric samples, wallpaper, and other goods. Great poster artists and illustrators including Jules Chéret, and later René Péan, Jean-Gabriel Domergue, and Léonard Capiello designed seductive, colorful ads with silhouettes symbolizing the chic Parisian. Advances in lithography and printing made unprecedented formats and quality reproduction possible. At the same time, new urban furnishing kept pace with this revolution, resulting in original forms such as Paris's circular Morris advertising columns in dedicated locations often near these new temples of temptation.

1925, Paris centre du monde

L'apogée des grands magasins est incarnée par l'Exposition internationale de 1925, dite des arts décoratifs et industriels modernes, qui signe le triomphe de l'Art déco, dans un Paris qui vibre au rythme de Joséphine Baker et communie avec les formes de Tamara de Lempicka et de Paul Poiret. Chaque grand magasin, ou presque, dispose d'un pavillon à son nom au Champ de Mars pour montrer ses lignes de mobilier, d'arts de la table ou de décoration d'intérieur. En quelque 700 œuvres – chevaux de bois et poupées de porcelaine, corsets et canotiers, coiffeuses et malles, ombrelles et tenues de marin – le musée des Arts décoratifs parcourt cette grande aventure qui est d'une certaine façon celle de la modernité – et qui marque les débuts de la société de consommation.

© Les Arts Décoratifs / Christophe Dallery



Au Bon Marché, vers 1890
Corset. Coutil baleiné, broderie d'application et ruban de soie.

© Les Arts Décoratifs / Christophe Dallery



Au Bon Marché, 1910-1919
Sac à main. Taffetas de soie façonné, imprimé sur chaîne, métal doré et satin de soie.



Cheval tricycle 1880-1900
Anonyme, France, Fer, bois et cuir.

© Les Arts Décoratifs / Christophe Dallery



Poupée Bébé Jumeau, vers 1900
Émile Jumeau (1842-1901).
Biscuit de porcelaine dure, composition, mélange de pâte de papier et pâte de bois, tissu.

© Les Arts Décoratifs / Jean Tholance



1925, Paris, center of the world

The heyday of the great department stores is embodied by the 1925 International Exhibition of Modern Decorative and Industrial Arts, signaling the zenith of Art Deco in a Paris that swung to the rhythm of Joséphine Baker in unison with the creations of Tamara de Lempicka and Paul Poiret. Nearly every department store had its pavilion on the Champ de Mars exhibiting lines of furnishing, table arts, and interior decoration. At the Musée des Arts Décoratifs (MAD) some 700 pieces – including wooden horses, porcelain dolls, corsets and boaters, trunks and vanity tables, parasols, and sailor suits illustrate this grand adventure which is essentially that of modernity and the beginning of our society of consumerism.



« La naissance des grands magasins. Mode, design, jouets, publicité, 1852-1925 »
au musée des Arts décoratifs, jusqu'au 13 octobre 2024.

madparis.fr

Un deuxième volet, « La saga des grands magasins. De 1850 à nos jours », se tiendra à la Cité de l'architecture et du patrimoine, du 6 novembre 2024 au 6 avril 2025.

citedelarchitecture.fr



"The Birth of Department Stores. Fashion, Design, Toys, Advertising, 1852-1925" at the Musée des Arts Décoratifs, until October 13, 2024.

madparis.fr/en

A second exhibition, "The Saga of Department Stores. From 1850 to the Present Day", will be held at the Cité de l'architecture et du Patrimoine, from November 6, 2024, to April 6, 2025.

citedelarchitecture.fr/en



LE RELAIS PLAZA

Depuis 1936, Le Relais Plaza est une brasserie emblématique et un lieu incontournable, empreint d'élégance parisienne. Le Chef Jean Imbert et ses équipes vous invitent à savourer l'art de la gastronomie française avec des recettes inspirées de sa grand-mère qu'il a apprises dès le plus jeune âge.

Since 1936, Le Relais Plaza has been an iconic brasserie and a must-visit venue, imbued with Parisian elegance. Chef Jean Imbert's invitation, is one to savour French gastronomy, inspired by his grandmother's recipes which he learnt from a young age.



DORCHESTER COLLECTION

25, avenue Montaigne - 75008, Paris

*Les Fleurs
d'Yves
Saint
Laurent*

EXPOSITION
20.09.24
04.05.25



Musée YVES SAINT LAURENT Paris 5 av. Marceau, Paris 75016 www.museeyslparis.com

Robe du soir portée par Pattie Boyd - Collection haute couture automne-hiver 1969
Photographie de David Bailey, parue dans Vogue (Grande-Bretagne)

EXPO

Yves Saint Laurent, la parole aux fleurs

Yves Saint Laurent, the language of flowers

Bye

Une exposition du musée Yves Saint Laurent Paris
décrypte les liens passionnés du couturier
avec l'univers floral.

*An exhibition at the Yves Saint Laurent Paris
museum reveals the passionate attachment
the couturier had to the world of flowers.*

© Yves Saint Laurent © David Bailey

Au nom du lys

Sa fleur préférée ? Le lys... Un choix qui lui convient à merveille au plan symbolique : c'est l'anagramme de ses initiales ! Mais Yves Saint Laurent vivait tellement entouré de fleurs, dans ses appartements, dans ses jardins et même sur ses défilés (où elles étaient souvent présentes en toile de fond) que bien d'autres figurent dans son panthéon personnel, partagé avec son compagnon Pierre Bergé. On pourrait citer la rose, le muguet (qui était le favori de son mentor Christian Dior) ou encore les bougainvilliers qui poussaient à profusion dans leur demeure de Marrakech. Ce goût de toute une vie a été nourri - et renforcé au gré des lectures sans cesse renouvelées - par la passion vouée à Marcel Proust et à sa Recherche du temps perdu.



© Yves Saint Laurent © Droits réservés

1972
Robe du soir portée par Ève.
Collection haute couture printemps-été.



© Yves Saint Laurent © Sarah Braeck

1972
Robe du soir, organdi de soie et broderie.
Collection haute couture printemps-été.



1976
Croquis de femme portant une coiffe en fleurs.
Crayons de couleur sur papier.



© Pierre Bouliat

Marrakech, 1976
Yves Saint Laurent dans le jardin de Dar es Saada.



In the name of the Lily

His favorite flower? The Lily... A choice that fitted him perfectly on a symbolic level: The French word for lily is Lys, the anagram of the couturier's famous initials! Yves Saint Laurent lived totally surrounded by flowers, in his apartments, gardens, and even in his runway shows where flowers were often present as a backdrop. So many other blooms figured in his personal pantheon, shared with his partner, Pierre Bergé. We could also cite the rose, the lily of the valley (so dear to his mentor, Christian Dior), and the bougainvilleas that grew in profusion in their residence in Marrakech. This lifelong affinity was nourished and reinforced throughout the years by constant reading, fueled by a passion for Marcel Proust and his Recherche Du Temps Perdu (translated in English as In Search of Lost Time).



© Pierre Bouliat

Paris, 1961
Yves Saint Laurent pendant la
préparation de sa première collection,
11 rue Jean-Goujon, Paris.



© André Ostier/Association des Amis d'André Ostier

Bal des Têtes, 1957



© Fondation Pierre Bergé — Yves Saint Laurent

Croquis pour le Bal des Têtes, 1957
Croquis de coiffes et d'éléments de décors réalisé pour le Bal des Têtes, donné par le baron Alexis de Rédé à l'Hôtel Lambert à Paris, le 23 juin 1957, Gouache et encre sur papier, 50 x 65 cm

Baptême du feu au Bal des têtes

Cette sensibilité florale (et olfactive) se lit dans l'exposition par l'intermédiaire d'une trentaine de silhouettes qui scandent les grands moments de la carrière du couturier. En juin 1957, alors qu'il n'a que 21 ans, Yves Saint Laurent contribue au fameux Bal des têtes, organisé dans le somptueux hôtel Lambert, propriété des Rothschild sur l'île Saint-Louis, par le baron Alexis de Rédé et Lilia Ralli, deux grandes personnalités de la « café society ». Les couvre-chefs baroques et exubérants y sont inspirés de l'univers végétal. L'année suivante, c'est en l'honneur de son patron Christian Dior, brutalement décédé en octobre aux thermes de Montecatini en Toscane, qu'il dessine la collection « Trapèze », où il disperse des brins de muguet sur la garniture des chapeaux.

Baptism by fire at the Bal des Têtes

This floral (and olfactory) sensibility is revealed in the exhibition featuring around 30 silhouettes punctuating the great moments of the couturier's career. In June 1957, when he was just 21 years old, Yves Saint Laurent collaborated on the famous Bal des Têtes organized in the sumptuous Hôtel Lambert, property of the Rothschild family on the île Saint-Louis, and hosted by the Baron Alexis de Rédé and Lilia Ralli, two prominent figures of "café-society". The baroque and extravagant hats were inspired by the world of plants. The following year, in honor of his mentor and boss, Christian Dior, who had died suddenly in October at the thermal baths of Montecatini in Tuscany, the young Saint Laurent designed the "Trapèze" collection including hats trimmed with sprigs of lily of the valley.

Hommage à Dior

Le maître lui-même n'avait-il pas été un exemple à suivre, notamment avec ses collections « Corolle », dont les lignes sinueuses symbolisaient la femme ? L'hommage est transparent, dès que le tout jeune homme est nommé à la tête de la maison Christian Dior, au lendemain du décès du fondateur, et se poursuivra durant toute sa carrière. On le décèle notamment en 1990, dans les créations en taffetas pleines d'iris ou dans la robe Watteau, également nommée « hommage à Marcel Proust », aux imprimés floraux. La robe de mariée à l'enseigne de la rose, portée par Laetitia Casta pour clôturer le défilé, est restée dans les mémoires. En 2001, pour sa dernière collection, Yves Saint Laurent se servira encore du muguet pour magnifier une blouse en organdi...



1990
Robe Watteau, dite « hommage à Marcel Proust », portée par Ann-Fiona Scollay.
Collection haute couture printemps-été.



1991
Robe de mariée portée par Laetitia Casta.
Collection haute couture printemps-été.



1991
Robe du soir portée par Cindy McDermott.
Collection haute couture printemps-été.



1996
Robe du soir portée par Inga Savits.
Collection haute couture printemps-été.



1999
Robe portée par Carole Naville.
Collection haute couture printemps-été.



2001
Ensemble porté par Amy.
Collection haute couture printemps-été.

* A Tribute to Dior

Dior was an example to follow, notably for his "Corolle" collections with their sinuous lines symbolizing womanhood. The tribute was evident, from the moment the young designer was named head of the house of Christian Dior the day after the death of its founder. The master's influence continued throughout Saint Laurent's career. In 1990, for example, it was seen in the iris-filled taffeta creations and the floral-print Watteau gown, also named "homage to Marcel Proust". The rose motif wedding gown, worn by Laetitia Casta at the striking finale of the runway show, is still remembered today. In 2001, for his last collection, Yves Saint Laurent again used the lily of the valley to grace an organdy blouse.



2001
Blouse, organdi de soie et broderie.
Collection haute couture printemps-été.

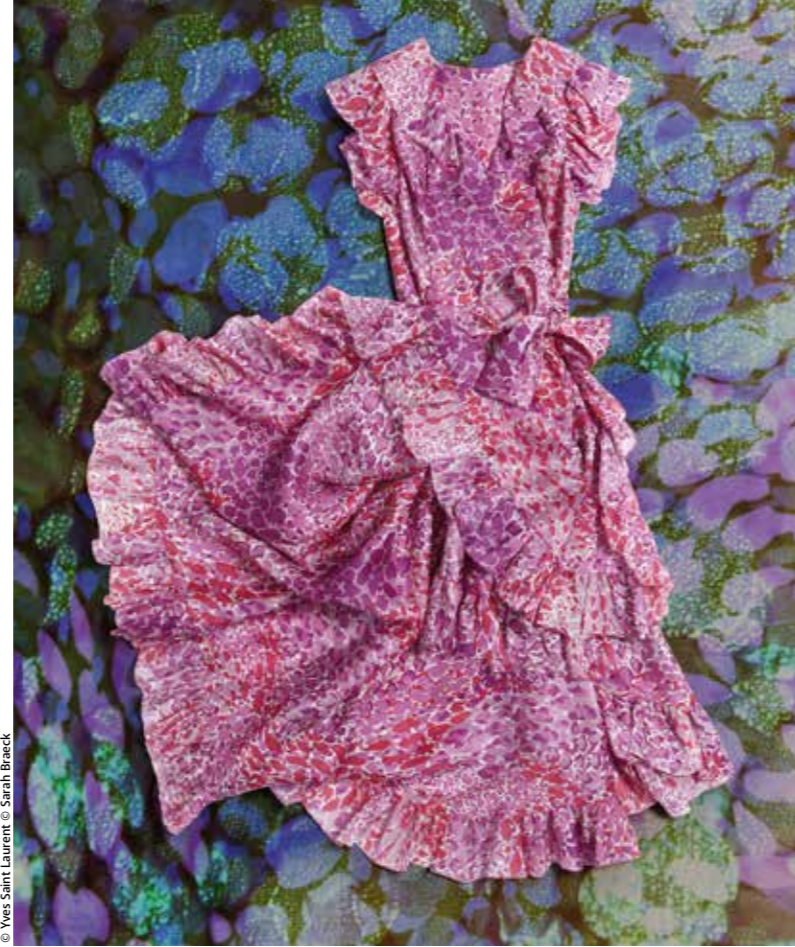


2001
Blouse, organdi de soie et broderie.
Collection haute couture printemps-été.

1988
Manchettes - Collection haute couture automne-hiver.

Proust en musique de fond

Les modèles sont exposés dans une scénographie que les commissaires, Elsa Janssen, directrice du musée, en compagnie d'Olivier Saillard et Gaël Mamine, ont voulu particulièrement réceptive aux rapports avec la littérature. Les citations de Proust accompagnent en permanence les dessins et accessoires mis en valeur sur des lutrins. Ce sont ainsi près de cinq décennies qui sont passées en revue, de 1957, année de la révélation au grand public, à 1962, année cruciale qui le voit lancer sa maison avec Pierre Bergé, après s'être relevé d'une dépression nerveuse... jusqu'au tomber de rideau de 2001. Pour ses adieux, il revient à son cher Bonnard (actuellement mis à l'honneur avec Matisse à la Fondation Maeght de Saint-Paul de Vence) dont l'inspiration l'aide à magnifier une robe en organza de satin de soie.



© Yves Saint Laurent © Sarah Braeck

2001

Robe, dite « hommage à Pierre Bonnard », organza de satin de soie.
Collection haute couture printemps-été

Proust as background music

The models are exhibited in a scenography that the curators, Elsa Janssen, Museum Director, together with Olivier Saillard and Gaël Mamine, wanted to be particularly in harmony with the designer's penchant for literature. Quotations from Proust accompany the sketches and accessories displayed on the lecterns. Nearly five decades are revisited here, from 1957 when his work was first discovered by the general public, to 1962, the pivotal year when he and Pierre Bergé launched the couture house, following Saint Laurent's recovery from a nervous breakdown, and right up until the final curtain call in 2001. For his farewell, he returned to his beloved Bonnard (currently honored alongside Matisse at the Fondation Maeght in Saint-Paul de Vence) whose inspiration helped him to glorify a dress in silk satin organza.



© Yves Saint Laurent © Droits réservés

2001

Robe, dite « hommage à Pierre Bonnard », portée par Lieke Smets.
Collection haute couture printemps-été.



© Sam Falls

Sam Falls, 2019

Serpentine, Lakeshore, Overnight. Pigment on canvas.
Courtesy Sam Falls et Galerie Eva Presenhuber, Zurich / Vienna.

Sam Falls, des fleurs aussi

L'exposition joue d'un dialogue original avec les créations de Sam Falls, artiste américain né en 1984 et basé dans la vallée de l'Hudson, que l'on a récemment pu voir au Kunstverein de Francfort (2019) ou au MoCA de Cleveland (2023). Diplômé du Reed College et de l'International Center for Photography-Bard, il pratique un pèlerinage personnel : saisir sur toile, mais aussi sur tissu ou sur céramique, les fleurs qu'il rencontre dans ses pérégrinations à travers le monde. Il le fait en mêlant divers médiums, dont l'impression directe ou la photographie. L'une de ses œuvres, Serpentine, Lakeshore, Overnight, réalisée en 2023 dans le Sud de la France, au cœur d'une nature généreuse, fait revivre l'exaltation chromatique des peintres fauves. Une exaltation qui a poursuivi Yves Saint Laurent pendant toute son existence...

Sam Falls, flowers again

The exhibition includes an original dialogue with the creations of Sam Falls, an American artist born in 1984 and based in the Hudson Valley, whose work has been shown recently at the Frankfurter Kunstverein (2019), and at Cleveland's MoCa (2023). A graduate of Reed College and the International Center for Photography-Bard, Fall presents here a personal pilgrimage, capturing on canvas, but also on fabric and ceramic, the flowers found in his travels around the world. He does this by combining different media, including direct printing and photography. One of his works, "Serpentine, Lakeshore, Overnight," created in 2023 in the South of France, in the heart of a bountiful natural environment, revives the chromatic exaltation of the Fauve painters: an exaltation that accompanied Yves Saint Laurent throughout his life.



© Photo: Jarrit Aust

Sam Falls, 2022

Exhaustion (1) - Pigment sur soie 214 x 127 x 3 cm / 84 1/4 x 50 x 1 1/8 in FALLS 56918. © Sam Falls, Galerie Eva Presenhuber, Zurich / Vienne,

« Les fleurs d'Yves Saint Laurent »

au musée Yves Saint Laurent
5, avenue Marceau, Paris,
du 20 septembre 2024
au 4 mai 2025.

—
at the Musée Yves Saint Laurent,
5, avenue Marceau, Paris,
from September 20, 2024
to May 4, 2025.

—
museeyslparis.com

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

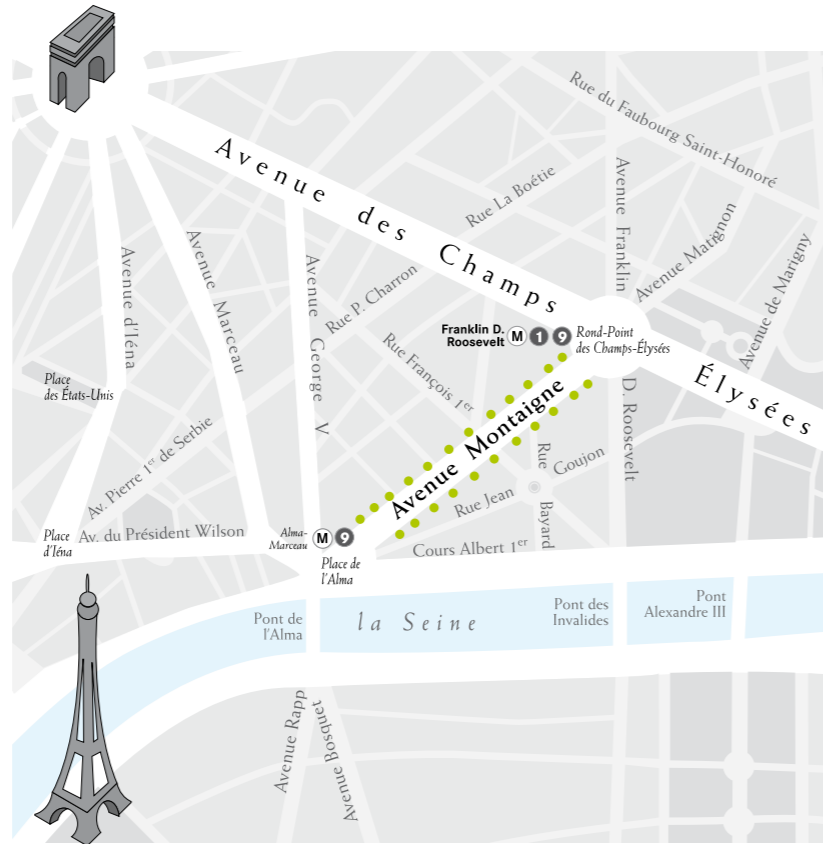
Du lundi au samedi de 10h à 19h.

Dimanche et les jours fériés de 11h à 19h.

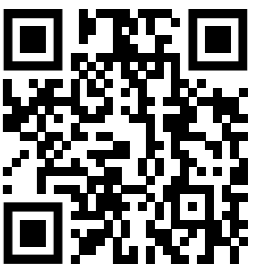
Monday to Saturday from 10am to 7pm.

Sunday and Holidays from 11am to 7pm.

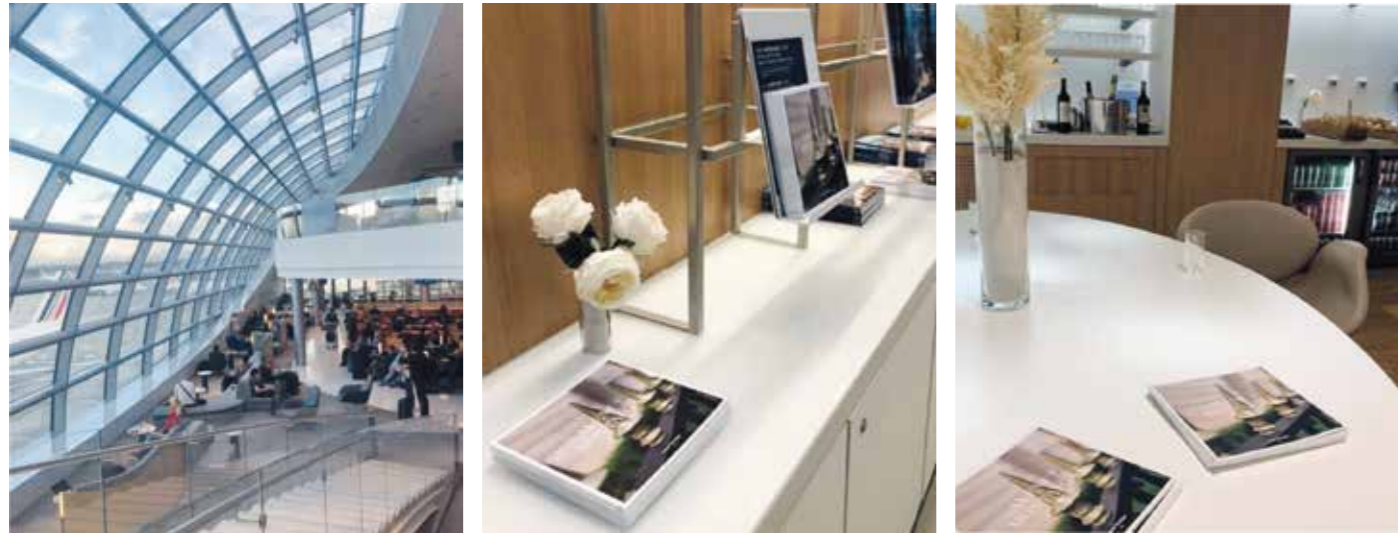
www.parisinfo.com



Carte interactive
Interactive map



Salon Roissy Air France



www.avenuemontaigneparis.com
SE RÉINVENTE !

Flashez pour découvrir
Scan to discover



Eurostar Business Premier Lounge - Paris/Londres



Le site référence de l'Avenue se réinvente !

Flashez le code pour découvrir les news, les adresses, l'histoire, tous nos guides... et une sélection exclusive de produits sur notre e-Shop !

www.avenuemontaigneparis.com



louisvuitton.com

LOUIS VUITTON