



YOOX.COM is the Italian fashion-addicts' favourite destination. The secret of this success can be attributed to the kaleidoscopic selection of unique and luxurious products, carefully chosen. Even better, YOOX.COM proposes, from now on, limited edition creations by talented fashion designers exclusively for YOOX.COM.

Quoi de neuf ?

42

lundi 3 octobre 2005 LE FIGARO

# Vuitton sous l'emprise des diamants jonquille

**ZAPPING**

Le célèbre malletier lance, et c'est une première, une parure de haute joaillerie. A suivre, un concentré d'infos expresso pour commencer la semaine en connaissance de cause.

**128 petits cailloux...** (1). Après avoir lancé en 2004 sa première ligne de bijoux, le malletier passe à la vitesse supérieure avec une parure de haute joaillerie « Emprise Champs-Elysées », qui sera présentée le 12 octobre à Paris, lors de la réouverture de la boutique phare de la maison, sur les Champs-Elysées. Au total, 128 diamants jonquille illuminent un bracelet, un collier, une bague et une paire de boucles d'oreilles. Le bracelet, avec deux papillons fleurs serlés de diamants blancs et ambrés, sont posés sur l'attache d'un poignet souligné d'un rail de brillants cognac et d'une pampille de perle dorée (160 000 €). Pièce unique, le sautoir flirte avec le style années 30 : cascade de pampilles de diamants blancs et jonquille, perle gold emprisonnée dans une dentelle d'or blanc et de brillants, fleurs monogrammées et scintillantes (320 000 €). Pièce unique également, le bracelet mêle la souplesse et rigidité. Plus simple, la bague (36 000 €) et les boucles d'oreilles (75 000 €), toujours en diamants blancs, jonquilles, et perles seront fabriquées chacune à deux exemplaires. Un premier pas vers une vraie collection de haute joaillerie ?

**Tsumori sur VPC** (2). Nuages et gouttes de pluie imprimés sur un poncho de laine, chouette brodée sur une tunique décolletée, patchwork de liberty... Voici la nouvelle combinaison mode 2006 de la créatrice japonaise Tsumori Chisato. Vraie star dans son pays, Chisato propose depuis six ans dans sa boutique parisienne une vision stylée et ultra-poétique des vêtements d'aujourd'hui. Son talent est également réclamé par les marques : en 2003, elle a remixé un maillot de bain papillon pour Etam; cet été, elle a customisé deux tenues de Spring Court. Le bruit court qu'elle aurait été contactée par La Redoute pour faire figurer neuf de ses modèles - dont sa ballerine à pois rouges de l'été - dans le catalogue. 20, rue Barquette, Paris III<sup>e</sup>. Tél. 01.42.78.18.88.

**Les créateurs jouent les « curators »** (3). Dans un rôle de commissaire d'expos (« curator », en anglais), Hedi Slimane propose ce mois-ci sa vision de Robert Mapplethorpe à travers une série d'images. Le directeur artistique de Dior Homme a fait une sélection dans l'œuvre monumentale du photographe américain. Inti-

tulé « Robert Mapplethorpe curated by Hedi Slimane », l'exposition sera accueillie du 13 octobre au 19 novembre par la galerie Thaddaeus Ropac, à Paris. Christian Lacroix n'est pas en reste. Il a choisi plus de 200 costumes de scène, maquettes et décors, du XVIII<sup>e</sup> siècle à nos jours, et les a mis en scène à la Bibliothèque nationale à Paris (25 octobre au 15 février).

**Le champagne prend l'air** (4). Le passage en carafe n'est pas réservé aux seuls vins rouges millésimés. Le champagne gagne, lui aussi, à prendre un peu l'air. Le producteur Michel Drappier a donc créé, en collaboration avec la Cristallerie Royale de Champagne, une carafe longue, haute et arrondie, conçue pour concentrer les arômes de ses vins sans perdre leur effervescence. Et pour trôner à table ou se glisser dans un seau à champagne, ce bel objet est vendu avec un précieux support en bois de frêne. Compter 79 €. Commande au 03.25.27.40.15.

**Cosméto graphique** (5). « L'ange » signale les après-shampoings, « le dog » les shampoings, « le papillon » les sprays, etc. Pour habiller sa nouvelle gamme de soins pour les cheveux « Hip Hair », Rachel Savin, fondatrice de la marque ultranature HIP a fait appel à Geneviève Gauckler, artiste à qui l'on doit déjà les petits personnages noirs élastiques exposés chez Colette, mais aussi certaines pochettes de disques pour Björk, Brigitte Fontaine... Pour « Hip Hair », la graphiste a inventé des « mascottes ». Ses habillages ont tellement plu au MoMA, que le musée new-yorkais les a mis en vente sur son corner consacré aux plus beaux objets de la vie quotidienne. Chez Colette, 213, rue Saint-Honoré, Paris-1<sup>er</sup>.

**Shopping en ligne** (6). Le site italien Yoox.com, coqueluche des fashionistas, attire chaque mois plus de 2,5 millions de visiteurs et plus de 1 500 commandes. Depuis sa création en 2000, plus de 1,5 million d'accessoires, vêtements, livres ont été vendus. Le secret d'une telle réussite ? Une sélection kaléidoscopique de pièces uniques, très luxe et très pointues. D'un clic, on navigue donc d'une paire de Stiletto McQueen à une veste Marni, en passant par un top Stella McCartney ou un pull Burberry, uniquement en vente sur le site. Jamais en boutique. Mieux, Yoox propose désormais des pièces originales en série limitée, réalisées en exclusivité pour le site par des créateurs. Ne pas oublier de guetter, autour du 15 novembre, la mise en vente d'un choix serré spécial « cadeaux de Noël ». Must-have garantis. [www.yoox.com](http://www.yoox.com)

