



Que ce soit pour Chanel – qui a ouvert une boutique éphémère de 300 m² à cette occasion –, pour le joaillier Chopard – qui est à l’origine depuis treize ans des Palmes remises aux vainqueurs – ou pour Air France – qui diffuse lors de ses vols les films primés les années précédentes –, le Festival de Cannes, qui se tient jusqu’au 22 mai, est une formidable vitrine mondiale pour les marques. Au point qu’aujourd’hui, celles-ci n’hésitent plus à sortir des réalisations uniques, bijoux et vêtements, pour cet événement. Ainsi, Montblanc propose une parure haute joaillerie nommée Riviera (1.). Trois pièces comprenant un collier orné du diamant Montblanc, des boucles d’oreille et un bracelet pavés de diamants briolettes. Cette création a été spécialement conçue dans les ateliers de Paris. De son côté, pour se mettre au frais sous le soleil de la Croisette, le label Kookai lance une collection capsule intitulée Kookai Films et comprenant trois robes en cinq coloris : rouge vermillon, rose lipstick, jaune lemon, bleu méditerranéen (2.) et vert prairie. La coupe met, bien sûr, à l’honneur l’esprit French Riviera : taille marquée, dos nu, forme corolle. Des pochettes ton sur ton accompagnent chaque tenue. Que la plus belle gagne! **CH.P.** ■

LES AMATEURS DE BIJOUX EN ÉMAIL vont être comblés. L’orfèvre émailleur autrichien Frey Wille a ouvert une deuxième boutique à Bruxelles. C’est au numéro 6, place Louise, que peuvent être admirées ses dernières créations graphiques et colorées, entièrement réalisées à la main. **C.PL.** ■



MARQUER LES ESPRITS

Présentées lors du dernier salon du meuble de Milan, en avril dernier, les créations de Florian Hauswirth semblent avoir été mises à rude épreuve : les tapis de la collection Branding de Nudus ont été marqués au fer rouge, avec un outil similaire à celui utilisé par les éleveurs pour estampiller chevaux et bovins. D’autres ont en prime perdu leurs couleurs sous l’action d’un fer à repasser trop chaud. Après un tel traitement, on aura moins peur de leur faire subir l’usure du quotidien. **L.W.** ■



MARKET BAG

Ceci n’est pas un sac de supermarché. Mieux vaut signaler la chose, quand on regarde cet accessoire créé par le Belge Raf Simons, pour la maison Jil Sander. Cet été, les amatrices du style épuré de la griffe ne devront pas se prendre au sérieux pour se promener avec cet objet en soie, qui rappelle furieusement les sachets distribués par les épiceries. Cette touche amusante, qui se retrouve aussi dans un modèle en plastique transparent, n’est pas sans rappeler la Raindrop Besace – inspirée d’un sac-poubelle – ou le relooking du cabas Barbès, tous les deux signés Marc Jacobs pour Louis Vuitton. Un humour qui a un prix : plus de 500 euros quand même, pour ces créations rayées... **C.PL.** ■

Vivement le Weekend !



Retrouvez Baudouin Galler sur Pure-FM le mercredi à 14 h 15 dans la séquence Le king, c’est Baudouin ! de Plastic Planet, et également sur le site www.purefm.be dans la rubrique Podcast.

