

MO

FASHION EYEWEAR



#88

HORIZON

TENDANCE | L'ESPRIT CASUAL | SEA, SAND & SUNGLASSES



POINT DE VUE

HORIZON

Ce sont les vacances, alors si vous en profitez pour reposer vos yeux ! Depuis 2017, Nikon Verres Optiques (BBGR) sensibilise les Français à l'importance de prendre soin de leurs yeux, un Vision Tour dans plusieurs villes qui, selon des thématiques, présente de manière ludique, pourquoi et comment il est important de ne pas négliger la vue. Cette année, le Vision Tour sensibilise à la fatigue visuelle au travail. « L'utilisation des écrans au quotidien, la lecture prolongée d'un document, une mauvaise posture de travail ou encore la luminosité ambiante sont autant de situations qui favorisent la fatigue visuelle », constate le verrier.

Les vacances arrivant, c'est peut-être le moment de se désintoxiquer des écrans envahissants, de se déconnecter, de se mettre en mode pause. C'est bon pour l'esprit, idéal contre le stress technologique, apaisant pour l'entourage et reposant pour les yeux.

En effet, ultra sollicités toute l'année, les yeux ont aussi droit à des congés bien mérités, en profitant d'une déconnexion des multiples écrans sur lesquels ils se fixent un peu trop : plus de quatre heures par jour en moyenne, une heure de plus qu'il y a dix ans...

Mettre la vision en mode farniente, ne signifie pas fermer les paupières, simplement regarder le monde, les gens, les choses sans le filtre des écrans... Et profiter d'être ailleurs, face à d'autres paysages, pour poser le regard sur la ligne d'horizon, et « tirer » les yeux le plus loin possible, une sorte de gymnastique salutaire, alors qu'ils sont trop souvent et trop longtemps condamnés à fixer les écrans sans distance.

Belles vacances déconnectées et rendez-vous en septembre, le regard reposé...

DOMINIQUE CUVILLIER

Directeur de la publication et de la rédaction

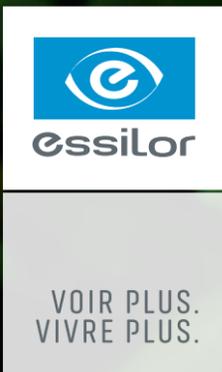
SOMMAIRE

88

COMPLÉMENT D'OBJETS
ON DÉCAPOTE !/
PORTRAIT DE PORTEUR(E)
ANNE-CHARLOTTE/
ICÔNE ELÉGANCE À ROULER —
ELÉGANCE À PORTER /
L'ŒIL DES MARQUES SALVATORE
FERRAGAMO (MARCHON EYEWEAR) —
LIGHTBIRD — BLACKFIN — SAFILENS —
MOREL **TENDANCE** / L'ESPRIT CASUAL/
TENDANCE /
SEA, SAND AND SUNGLASSES /
LA BEAUTÉ EN LIGNE PAR ECOCENTRIC
DIRECTION LES VACANCES/ **INTERVIEW**
SHOPPING PAR L'EXCEPTION CHARLOTTE
ET JULIETTE BIOTTEAU DE MONTLIMART/
LES CONSEILS DE L'OPTICIEN /
RELOOKING 2019
LE CARNET DE LIENS



BANANA MOON
californian eyewear



Transitions™

La lumière sous
contrôle™

**Avec vos verres à teinte
variable Transitions®,
adaptez-vous à toutes
les situations, avec style !**

**PARCE QU'ON PEUT ÊTRE À LA MODE
EN ÉTANT PROTÉGÉ !**

Pour être à l'aise quelles que soient vos activités extérieures ou devant vos écrans, il existe un verre Essilor® Transitions® fait pour vous.

Les verres à teinte variable Essilor® Transitions® adaptent leur teinte en fonction de l'intensité de la lumière, passant d'un verre transparent en intérieur à un verre foncé en extérieur. Ils vous protègent avec style de la lumière bleue nocive et des UV⁽¹⁾, même en voiture derrière votre pare-brise⁽²⁾ (uniquement Transitions® XTRActive®) !

(1) Indice de protection UV variant de 0 à 3 selon les teintes ; protection jusqu'à 25 % de la lumière bleu-violet nocive.

(2) Les performances photochromiques sont modifiées par la température, l'exposition aux UV et les matériaux des verres.

On décapote !

Dès que le soleil brille (enfin quand il se décide à percer les nuages...), rouler cheveux au vent est un plaisir intense. Pour un week-end à deux sur des routes de campagnes ou en ville, les belles décapotables s'imposent pour profiter des paysages et du ciel bleu.

CHIC



1. Cabriolet Cabrio MINI (à partir de 25 000 €)
2. Sac 48 heures LONGCHAMP (643 €)
3. Sac à main Le Pliage Neo LONCHAMP (110 €)
4. Lunettes solaires SERENGETI (Bollé Brands) modèle 8777 Agata Blue Drivers Gradient

LUXE



1. Cabriolet E 300 Automatic MERCEDES-BENZ (à partir de 110 000 €)
2. Sac de voyages Overnight LOUIS VUITTON (1750 €)
3. Sac à dos Josh LOUIS VUITTON (1 320 €)
4. Lunettes solaires CUTLER AND GROSS modèle 1337-01-1

CITADINE



1. Cabriolet ForTwo EQ Brabus électrique SMART (à partir de 64 900 €)
2. Portefeuille Racer FOX (19,99 €)
3. Sac à dos 180 Backpack FOX (49,95 €)
4. Lunettes solaires VUARNET modèle VL181100071622-3

SPORT



1. Cabriolet Série 8 BMW (à partir de 107 700 €)
2. Sac de voyage 24H LE TANNEUR (350 €)
3. Sac à dos à rabat LE TANNEUR (399 €)
4. Lunettes solaires ADIDAS (Silhouette) modèle M-AD36-75-1500

Portrait de porteur

Pourquoi aimez-vous vos lunettes ?

Chaque mois, la parole est donnée à un porteur de lunettes. Il ou elle nous raconte en quelques mots, pourquoi il ou elle aime ses lunettes. Pour ce numéro d'été, Anne-Charlotte, installée en bord de mer, est à la fois rationnelle et engagée dans le choix de ses lunettes : « J'ai choisi cette paire de solaires de la marque Moken pour l'aspect éco-responsable, une démarche éthique qui me touche, le Made in France m'a bien plu également, ainsi que son design pour un prix très attractif. »

ANNE-CHARLOTTE



ELÉGANCE À PORTER

QUI EST-CE ?

Vuillet-Vega qui, depuis 175 ans, cultive un savoir-faire de lunetier dans la grande tradition à Morez, une qualité soulignée par le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant) que l'entreprise a reçu en 2006. Une marque de reconnaissance de l'Etat qui distingue les sociétés au savoir-faire d'excellence.

QUOI ?

La monture « Prestige » en acier inoxydable et cercles en monel (un alliage) avec une base galvanique recouvert d'un vernis noir, complétée par un essuyage minutieux au coton tige pour faire apparaître l'or rose sur les cercles et les tenons.

POUR QUI ?

Les femmes qui veulent porter des lunettes légères et distinguées.

COMBIEN ?

375 €, disponibles en d'autres couleurs.

POURQUOI ?

Parce que ces lunettes sont aériennes.

www.monopticien.com/marques/vuillet-vega



ELÉGANCE À ROULER

QUI EST-CE ?

FabricBike, une société espagnole spécialisée dans les vélos « fixies » (comprenez avec un pignon fixe). « Nos fixies sont conçus pour la vie quotidienne, éviter la circulation, monter, descendre, pédaler du travail à la maison, marcher jusqu'à la plage, découvrir des endroits cachés dans chaque ville... expliquent les créateurs de l'entreprise. Nous révolutionnons la mobilité dans la ville. A vous de choisir la destination. »

QUOI ?

Vélo « Fabric City » doté d'un châssis classique avec un moyeu interne Shimano Nexus 3 vitesses très facile d'utilisation, des freins Promax, une sonnette en aluminium Mid-Century, un porte-bagage ultra résistant en aluminium et une béquille.

POUR QUI ?

Des femmes qui veulent pédaler en toute facilité tout en restant élégantes.

COMBIEN ?

399 €, existe aussi en rose, bleu, jaune ou gris.

POURQUOI ?

Parce que cette bicyclette a un look rétro moderne.



<https://fabricbike.com>



L'OEIL

DES MARQUES

BLACKFIN EN PISTE POUR LE MODENA CENTO ONE...

Les lunettes en titane Blackfin, entièrement conçues et produites en Italie, font chauffer les moteurs du légendaire rallye Modena Cento Ore, la seule course en Italie et une des rares au monde où les pilotes doivent s'affronter à la fois sur circuits et sur routes fermées. Pour l'édition 2019, Blackfin sera partenaire officiel de la manifestation et fournira aux pilotes une paire de lunettes de soleil à utiliser pendant la course et les loisirs : la monture Ventura aux lignes contemporaines avec un double pont d'inspiration rétro, qui allie technicité et design, emblématique de l'ADN de la marque.



SAFILENS PROPOSE DES NOUVELLES LENTILLES PERFORMANTES...



Le spécialiste des lentilles de contact, Safilens, a profité du premier salon européen de l'industrie des lentilles de contact à Manchester, organisé par la BCLA (British Contact Lens Association) pour dévoiler ses nouveaux produits. Les Fusion 1Day Vista qui se caractérisent par un design innovant et une nouvelle géométrie dotée d'une plus grande profondeur de champ, conçue pour réduire la fatigue oculaire généralement associée aux activités quotidiennes qui exacerbent la vision proximale, comme l'utilisation prolongée d'appareils numériques. Et sur le segment des lentilles à changements hebdomadaires, Safilens étend sa gamme Fusion 7Days disponible pour la myopie et l'hypermétropie, la presbytie avec lentilles afocales et l'astigmatisme avec le concept Sleekform design.

LIGHTBIRD PRÉSENTE UNE COLLECTION SOLAIRE LÉGÈRE...

La nouvelle marque LightBird, créée par Corrado Rosson, revendique le design, la créativité et l'innovation 100% Made in Italy. Pour compléter son offre actuelle, il dévoile ses premières solaires composées à partir d'une sélection de trois modèles issus de la collection optique. Cette ligne Light Matter Sun s'impose par une légèreté remarquable au porté, une esthétique contemporaine, des matières combinées et des couleurs raffinées : noir brillant et métal satiné Anthracite Light Off, bleu nuit assorti au bleu marine et chocolat avec métal satiné Light Brown.



MOREL REMPORTE LE COMMUNICATOR AWARD...

Et de deux pour le lunetier jurassien Morel ! Après avoir reçu le Trophée de la Communication pour sa nouvelle campagne globale de publicité, la marque française a remporté un Communicator Award d'Excellence. Chaque année, ces trophées récompensent les campagnes marketing et communication les plus créatives choisies par les membres de la prestigieuse académie AIVA (Academy of Interactive and Visual Arts). Une récompense flatteuse et de bon augure pour Morel qui va fêter ses 140 ans en 2020. (Photo : Matenia Chatzigeorgiou, communication manager et Amélie Morel, communication director, recevant leur prix).



SALVATORE FERRAGAMO LANCE UNE COLLECTION CAPSULE POUR HOMMES...

La marque italienne Salvatore Ferragamo a recruté quatre ambassadeurs invités à créer une collection de lunettes pour hommes (Marchon Eyewear) : le paysagiste Derek Castiglioni, le designer Francesco Meda, le photographe Guido Taroni et le décorateur Rodrigo Izquierdo ont mis en commun leur talent sous la houlette de Paul Andrew, directeur créatif de Salvatore Ferragamo. « Nous avons recherché des formes dans les archives des années 1950 et 1960, puis nous avons combiné des matériaux modernes avec l'emblème Gancini de la maison pour créer une ligne de produits qui incarnent les valeurs de l'excellence italienne à la fois intemporelle et contemporaine, décrit-il. Ces valeurs bien comprises par Derek, Francesco, Guido et Rodrigo : quatre brillants individus qui partagent un lien profond forgé par la culture italienne. » Une collection capsule soutenue par une communication digitale et des vidéos qui racontent le cheminement créatif de ces ambassadeurs.

L'ESPRIT

Si les Européens sont les virtuoses de l'élégance, les Américains sont les maîtres de la décontraction. Ils ont développé le prêt-à-porter de masse, promu le sportswear, initié le casualwear et son corollaire, le « Casual Friday »...

Casual

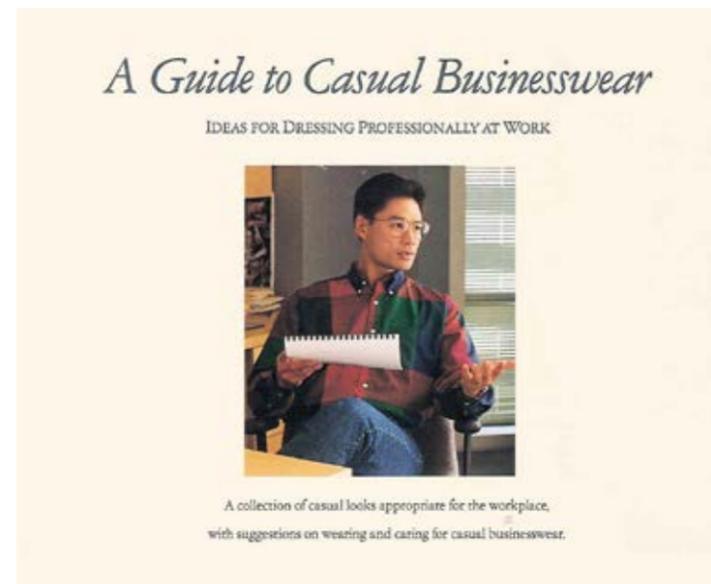
Casual



« A Guide to Casual Businesswear », qu'il adresse aux ressources humaines de milliers d'entreprises. Coup de génie marketing qui va démocratiser la décontraction dans le monde du travail aux codes vestimentaires souvent très réglementés. Le « Casual Friday » va se répandre dans le monde entier, jusqu'à se transformer en « Casual Every Day ». Une célébration planétaire qui répond au besoin de confort mais aussi de singularisation où l'uniformité ennuyeuse n'est plus de mise. Le dress code actuel est moins strict mais il en reste pas moins un dress code : aujourd'hui pour paraître cool, il faut porter un « urban jogger » (un jean jogging) ou un « yoga pant », un T-shirt ou un « hoody » (un sweat à capuche) et des sneakers ! Sans oublier des lunettes au style rétro moderne qui achèvent la panoplie de la « casual humanity » : nous vous proposons une sélection appropriée d'univers de marques résolument décontractés, définitivement casual.

L'histoire raconte qu'à Hawaï, Ethel Ching, un commerçant chinois, transforme un vieux stock de kimonos en chemises hawaïennes qui deviendront le symbole de la coolitude pour les touristes et les surfeurs. A la fin des années 50, les entreprises et les administrations autorisent même le port de cette chemise pendant les fortes chaleurs dans un cadre professionnel, et à partir de 1966, tous les vendredis, avant les week-ends, devenant un rite baptisé « Aloha Friday » qui s'impose petit à petit comme le « Casual Friday ».

En 1992, la société Dockers, créée par Levi's, donne un coup d'accélérateur au phénomène, avec son pantalon « khaki » ou « chino » en toile de coton beige. Pour le promouvoir, le service marketing de la marque publie un livre,



Photos : © Eloise Ambursley, D.R. Dockers/Levi's

«
**Casual
 Every
 Day**
 »



L'ESPRIT



Les deux faces de Brioni

Le tailleur romain, qui habille les hommes depuis 1945, a fait du chemin avec ses costumes sur mesure, son prêt-à-porter et ses accessoires. Dans le giron du groupe Kering depuis 2012, la marque s'est doucement « fashionisée » et se cherche une voie médiane entre classicisme et contemporanéité. Pour preuve, la dernière campagne publicitaire « Tailoring Legends » qui met en scène le magnétique Pierce Brosnan, infroissable James Bond, et le séduisant Armie Hammer, repéré dans Call me By Your Name de James Ivory.

Photos : © Brioni 2019

Casual

Casual



Carrera, l'avant-garde en tête

La marque aux bandes rouges et noires navigue entre les univers sportifs de haut niveau et le lifestyle contemporain. Née en 1956 et ralliée depuis 1996 au groupe Safilo, le numéro deux mondial des lunettes haut de gamme, Carrera n'hésite pas sortir des sentiers battus du design, pour affirmer son style aux lignes tendues, aux formes expérimentales qui ne manquent pas d'audace. Pour cet été, la collection The Color Blend revisite des modèles iconiques (comme ici avec les modèles Facer et Aviateur) qui déclinent des verres de couleurs très décontractées.

Photo : © Carrera 2019

L'ESPRIT



Casual

Le rétro cool de Lesca Lunetier

Installé dans un atelier à Paris, l'artisan-lunetier Joël Lesca a été témoin, entre les années 50 et 60, d'une révolution stylistique et créative dans le design, le mobilier, la mode, l'architecture... Aujourd'hui, ses deux fils, Matthieu et Bertrand ont repris les rênes de l'entreprise et perpétuent cette esthétique authentique inspirée du Mouvement moderne avec Le Corbusier en tête de pont. La marque Lesca Lunetier ne s'enferme pas dans la nostalgie d'une époque, elle est à cheval entre le 20ème et le 21ème siècle en assumant un style rétro cool.

Photos : Chapelle Notre-Dame-du-Haut-Ronchamp 1950-1955 Le Corbusier, chaise années 50 Robin Day. - D.R. - © Lesca Lunetier

L'ESPRIT götti

SWITZERLAND



Götti, minimal suisse

Sven Götti est un designer pointilleux : « Concevoir des lunettes me met au défi tant sur le plan esthétique que sur le plan de la précision mécanique », raconte-t-il. Une esthétique précise qui se traduit par un design minimaliste, une fabrication tirée au cordeau et un style informel, pour des montures confortables à porter tous les jours.

Photo : © Götti 2019

Casual



Le parisianisme de François Pinton

La Maison François Pinton (KNCO) est réputée dans l'histoire de la lunetterie pour son style parisien qui plaît dans le monde entier. En quoi se définit-il ? Un chic décontracté, l'art d'associer des formes tendances et des lignes intemporelles, la capacité à maîtriser les couleurs et une façon de paraître le plus naturel possible.

Photos : © François Pinton 2019

Elégance libre chez Morel

Lunetier de génération en génération, Morel va fêter ses 140 ans d'existence. Une longévité liée à la transmission d'un savoir-faire qui ne s'endort pas sur les lauriers, mais tresse l'avenir avec passion. L'aventure de Morel est associée à l'histoire de la lunetterie française dans le Haut-Jura et à son rayonnement planétaire. Habitée par un esprit de conquête depuis son origine, l'entreprise diffuse ses lunettes sur tous les continents et défend un savoir-faire stylistique « design in France » reconnu et apprécié par les amateurs de belles montures...

L'ESPRIT

Casual

Ce design se caractérise par un aller-retour permanent entre le passé et le futur, entre la tradition et la modernité, entre la rigueur technique et la créativité stimulante. Chez Morel, les créatifs marchent de concert avec les techniciens pour inspirer des lunettes qui « collent à l'époque » tout en répondant à une constante qui est une signature singulière : l'élégance libre. Un « je ne sais quoi » très français, décliné dans des collections complémentaires et diversifiées pour répondre à la singularité des porteurs de lunettes. Chacune de ces collections (1880, Öga, Lightec, Koali, Nomad) a son style propre, tout en revendiquant une esthétique universelle qui se remarque sans en faire trop.

Photos : © Morel

L'ESPRIT

Élégance libre chez Morel

Le « vintage glam' » selon Morel : la simplicité maîtrisée, sans nostalgie, où tout est dans les détails.

Photos : © Philipp Berndt - Morel



Casual



L'ESPRIT

Casual



Elégance libre chez Morel

Pour revendiquer son ancrage dans l'époque, Morel a changé son image sans changer son ADN : faire du beau, du fonctionnel, du portable, du style.

Photos : © Joanna Kosinska - Morel

L'ESPRIT



Oliver Peoples, la marque d'Hollywood

Née sur Sunset Boulevard, la marque Oliver Peoples (Luxottica) baigne dans la culture unique de la cité des anges, la Mecque du cinéma. Elle s'inspire du casual américain classique et très identifiable pour développer des collections de lunettes aux lignes authentiques et aux formes fondamentales, sans effet de style artificiel, juste décontracté.

Photos : © Oliver Peoples 2019



Moscot, la référence new-yorkaise

La cinquième génération des opticiens Moscot perpétue la tradition depuis 1915 en plein cœur de la grosse pomme et bien au-delà, dans un style qui rassure. Leurs montures en acétate à la qualité irréprochable sont devenues iconiques grâce à des clients historiques : Andy Warhol, James Dean, Arthur Miller, Truman Capote et tant d'autres. Moscot est toujours synonyme d'indémodable et de coolitude à l'américaine.

Photos : © Moscot 2019

Casual



L'ESPRIT



La fresh attitude de Ray-Ban

Dans sa dernière campagne « Proud to belong » (fier d'appartenir), Ray-Ban, marque d'origine américaine dans le périmètre du groupe Luxottica, continue de creuser son sillon de label le plus emblématique de l'univers lunetier. Porter des Ray-Ban, c'est en effet revendiquer « un sentiment d'appartenance, sans conformisme », c'est afficher un accessoire aussi évident et indispensable qu'une paire de sneakers, un T-shirt ou des jeans aujourd'hui.

Photos : © Ray-Ban 2019

Casual

Sea, sand & SUNGLASSES

Vacances riment souvent avec plages infinies, sable fin, mer stimulante, douceur du farniente... : nous avons tous en tête des images idylliques d'horizons lointains. Derrière des cartes postales évocatrices, nous déclinons quelques accessoires essentiels pour vivre des moments agréables en toute simplicité.

Lunettes solaires RAY BAN (Luxottica) modèle Erika Classic (photo : Ethan Robertson)



Sea, sand &

S U N G L A S S E S

- 1. Lunettes solaires GUCCI (Kering Eyewear) modèle GG0437SA
- 2. Lunettes solaires LUNOR modèle A5 Sun 234M18SP
- 3. Lunettes solaires MAUI JIM modèle P543-07m



- 4. Crème solaire IPA 50 NIVEA (15 € les 50 ml)
- 5. Crème solaire visage NIVA (16 € les 50 ml)
- 6. Tongs imprimées GEMO (5,99 €)
- 7. Drap de plage Marine 1789CALA (75 €)



- 1. Lunettes solaires NEW BALANCE (L'Amy Group) modèle NB604704
- 2. Lunettes solaires BOLLE (Bollé Brands) modèle 12494 Ada
- 3. Lunettes solaires JULBO modèle Arise J5181120

- 4. Crème solaire Ambre solaire GARNIER (20,38 € les 200 ml)
- 5. Claquettes de plage UMBRO (6,95 €)



Sea, sand &

SUNGLASSES

- 4. Casquette Tyron ISABEL MARANT ETOILE (90 €)
- 5. Serviette de plage ronde Paloma Chic THE BEACH PEOPLE (120 €)
- 6. Tongs Slim Aubergine HAVAIANAS (14,80 €)



S U N -
G L A S S E S

Sea, sand &



- 1. Lunettes solaires NOVAK DJOKOVIC x LACOSTE (Marchon) modèle L604SND
- 2. Lunettes solaires BANANA MOON (Visioptis) modèle BM120 05
- 3. Lunettes solaires ELLE (Charmant) modèle EL14887

Photo : © Carrera 2019



- 4. Chapeaux de paille brodés MON PETIT BIKINI (25 € pièce)
- 5. Crème solaire toucher sec CLARINS (23,10 € les 50 ml)
- 6. Serviette de plage Orlando VANDYCK (29,95 €)
- 7. Tongs Slim Marine HAVAIANAS (27,90 €)

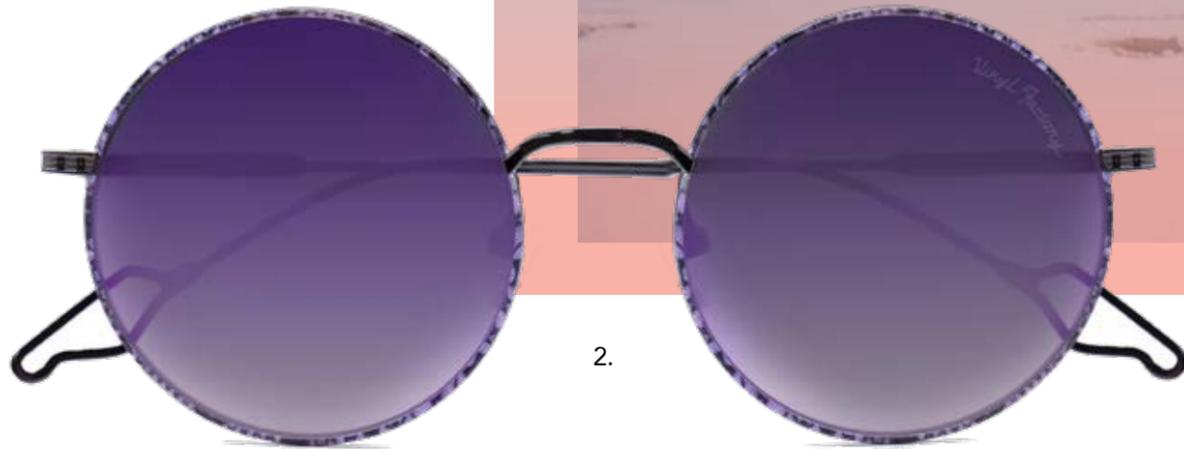


- 1. Lunettes solaires KALEOS EYEHUNTERS modèle 1453656-1
- 2. Lunettes solaires VOGUE EYEWEAR (Luxottica) modèle 0VO4118S
- 3. Lunettes solaires GUESS (Marcolin) modèle GU7607-32G

S U N G L A S S E S



- 4. Chaise de plage basse pliante GIFI (14,90 €)
- 5. Drap de plage Fouta KARIBAN (32,90 €)
- 6. Eau de protection Idéal Soleil VICHY (14,45 € les 200 ml)



- 1. Lunettes solaires EMPORIO ARMANI (Luxottica) modèle EA 2086 301076
- 2. Lunettes solaires VINYL FACTORY (Angel Eyes) modèle Peterson
- 3. Lunettes solaires ELEVENPARIS (Opal) modèle EPMS008C20

S U N - S E S
G L A S S E S



1. Lunettes solaires ESPRIT (Charmant) modèle ET39090-535
2. Lunettes solaires en bois SHELTER modèle Gloria
3. Lunettes solaires STELLA MC CARTNEY (Kering Eyewear) modèle SC0195S

Photo : Fre Sonneveld

S G U L N A - S S E S

DIRECTION LES VACANCES

Les grandes migrations estivales vont commencer vers la plage, la campagne, la montagne, à chacun sa destination... Dans les valises, n'oubliez pas de glisser la sélection bienfaisante d'Ecocentric, le site spécialisé dénichéur de marques pointues et de produits naturels, bio et éthiques, triés sur le volet.



VERNIS SERENO DE KURE BAZAAR

La couleur de l'été : Sereno est un doux mélange entre mer et lavande pour une ambiance méditerranéenne chic.

LES + PRODUITS

Vernis à 95% naturel.

16 €

A C H E T E R



DÉMAQUILLANT THE CLEANSER DE KJAER WEIS

Pour une expérience unique lors du nettoyage de la peau, voici un soin démaquillant d'exception à la texture gel-baume délicieusement douce pour la peau.

LES + PRODUITS

Flacon rechargeable comme tous les produits de la marque.

86 €

A C H E T E R



MASQUE GLOW DE SUSANNE KAUFMANN

Secret d'une peau parfaite, ce soin booster qui redonne de l'éclat aux peaux fatiguées, stimule la production de collagène et lisse le grain de peau.

LES + PRODUITS

Certifié vegan.

69 €

A C H E T E R



CRÈME SOLAIRE HELLO SUNSHINE DE PAI

Ce soin solaire répond à toutes les attentes : écran 100% naturel et sans nanoparticules, sans effet blanchissant, sans matière synthétique, sans filtre chimique et non gras sur la peau.

LES + PRODUITS

Protège aussi de la lumière bleue.

32 €

A C H E T E R



COFFRET TRIO RESURFAÇANT DE TATA HARPER

Idéal pour les vacances, ce coffret rassemble les soins essentiels de la marque Tata Harper pour un teint lumineux et glowy !

LES + PRODUITS

En édition limitée.

70 €

A C H E T E R



BLUSH LOST ANGEL DE RMS BEAUTY

Ce nouveau blush en poudre a une texture poudre rapide, simple à appliquer, et formulé pour une tenue longue durée.

LES + PRODUITS

Formule non desséchante à l'huile de buriti.

34 €

A C H E T E R

CHARLOTTE & JULIETTE BIOTTEAU DE MONTLIMART

VOTRE HISTOIRE ?

Nous sommes deux sœurs, passionnées de beaux vêtements ! Nous avons envie de créer une marque masculine qui puisse allier style et durabilité, fantaisie et qualité. La marque Montlimart vient de Saint-Pierre-Montlimart, notre village d'enfance. Tissus européens d'exceptions certifiés, matières recyclées, coton bio, lin : nous produisons tous nos modèles à moins de 2 000 kilomètres avec une belle sélection de Made in France, nous pensons qu'il est possible d'être stylé et élégant avec une vision durable ! Pour chaque commande passée, nous parrainons 100 abeilles, ce qui nous permet d'ouvrir des ruches avec un apiculteur nantais et de partager avec nos clients du miel bio et local !

VOTRE STYLE ?

Cool, chic et responsable avec toujours un détail pour chasser l'ennui : une broderie, un motif, une couleur, un col. La mode est positive et doit être le prolongement de votre personnalité : vous pouvez être drôle et responsable, optimiste et concerné !

VOTRE VISION DE L'HOMME ?

Un homme de conviction qui ne se prend pas trop la tête pour autant. Libre, passionné, amateur de belles matières et concerné par le monde qui l'entoure. Les hommes n'ont plus à choisir entre style et raison : une chemise à motifs ne doit pas cacher une production lointaine et un pull responsable n'est pas forcément marron et grattant.



T-shirt La Mer en coton, coupe ajustée, manches courtes et col rond, liserés bleu marine sur les bords et poche poitrine à motif brodé vagues. Tissu certifié OEKO-TEX.

45 € : J'achète !

« La mode est positive et doit être le prolongement de votre personnalité »



M
O
N
T
L
I
M
A
R
T

M O N T L I M A R T

Pantalon Cent-Dix en toile sergé coton stretch, coupe slim, cinq poches, passants au niveau de la taille, fermeture zippée avec bouton métallique argenté, rivets métalliques, jacron cuir velours marine, surpiqûres taupe.

105 € : J'achète !



Sneakers Montjean en cuir lisse, doublure textile, semelle intérieure cuir, semelle extérieure caoutchouc, tige cuir finition velours, doublure toile oxford bleu ciel en coton, lacets en coton blancs, logo brodé sur la languette et talon intérieur.

155 € : J'achète !



Espadrille Montleo en coton canvas, semelle en caoutchouc et corde avec surpiqûre, bout rapporté en cuir contrasté, logo brodé ton sur ton, doublure toile oxford bleu ciel en coton, semelle intérieure en cuir. **70€ : J'achète !**

M O N T L I M A R T



Mocassin Montmoc en cuir lisse, empiècement tressé en velours sur l'empeigne, logo brodé sur la face intérieure de la chaussure, semelle extérieure à picots en caoutchouc, semelle intérieure blanche en cuir amovible, doublure en toile oxford bleu ciel en coton.

115 € : J'achète !



T-shirt Bon Air en jersey de coton chiné, manches longues, coupe droite et col « Montlimart », poche plaquée poitrine et ourlet fendu régulier à la base.

70 € : J'achète !

Polo Avenir en piqué de coton, manches courtes, col trois boutons, finitions tricot au col et aux manches, rayures verticales dorées et grises, fente extérieure renforcée, coupe ajustée.

75 € : J'achète !



Relooking 2019



Relooking

monopticien.com ●●●●
1^{ER} RÉSEAU D'OPTICIENS INDÉPENDANTS

Devenu un rituel attendu, le concours « Gagnez une journée de relooking à Paris » avec monopticien.com, le premier réseau d'opticiens indépendants, a attiré plus de 800 participantes et participants, une gageure pour le jury de professionnels ! Après des échanges de points de vue et des débats, Elodie a remporté l'édition 2019 : « A la recherche d'un style qui la fasse se sentir belle », selon ses propos, elle a séduit par sa fraîcheur et son sourire.

Guidée et accompagnée toute la journée par Stéphanie, conseil en style, très à l'écoute, à qui elle a confié ses envies et ses désirs, Elodie a apprécié cet autre regard sur soi, les conseils avisés et justes. Colorimétrie, morphologie, style vestimentaire, choix d'un dressing, coiffure, maquillage, Stéphanie a tout passé en revue pour garantir une « métamorphose » équilibrée qui ne dénature pas la personnalité de la lauréate.

Porteuse de lunettes et soucieuse de l'importance de cet accessoire sur le visage, Elodie a rencontré Stéphane, du magasin Optique Saint Honoré. Cet opticien indépendant a su renforcer l'attrait de son regard, tout en apportant une plus grande dimension style à ses lunettes qui doivent se remarquer sans être omniprésentes ! « J'ai vécu une expérience complète avec tous ces professionnels dont les recommandations ont été très pertinentes et bienveillantes », a souligné Elodie très contente du résultat. Ajoutant tout sourire : « C'était une très belle journée relooking, pleine d'émotions ! »

Film vidéo et photos : Pierre Disch

MO

F A S H I O N E Y E W E A R

Le carnet de liens

Où trouver les marques
présentes dans ce numéro ?

COMPLÉMENT D'OBJETS

On décapote !

CHIC

<https://www.mini.fr>

<https://www.longchamp.com>

LUXE

<https://www.mercedes-benz.fr>

<https://fr.louisvuitton.com>

CITADINE

<https://www.smart.com>

<https://foxracing.fr>

SPORT

<https://www.bmw.fr>

<https://www.letanneur.com>

TENDANCE

Sea, sand and sunglasses

www.amazon.com (Nivea)

www.gemo.fr

www.1789cala.fr

www.amazon.fr (Garnier)

www.action.com (Umbro)

www.janedeboy.com (Isabel Marant)

www.brazilianbikinishop.com (The Beach people)

www.flopstore.fr (Havaianas)

www.monpetitbikini.com

www.sephora.fr (Clarins)

www.bedlinnenfashion.com (Vandyck)

www.flopstore.fr (Havaianas)

www.gifi.fr

www.go-sport.com 5kariban)

www.pharmashopi.com (Vichy)