Kraemer magazine

Signes de beauté

Numéro 10 | 2019/2020

COLLECTION AUTOMNE-HIVER 2019/2020

BLONDE

+

STYLE

L'HOMME NOUVEAU

L'homme 3.0 : soucieux de son image, connecté et narcissique

+

BEAUTÉ

ÉLOGE DE LA BLONDEUR

De tous temps, la blondeur a fait son effet.

Concours Go Creativ!

REINES DE LA TOUTE PUISSANCE

NOUVEAU GHD HELIOS™

ghd
good hair day

Découvrez le sèche-cheveux professionnel ghd
le plus léger & le plus rapide, pour
un contrôle absolu du coiffage.

LONGUE VIE AUX CHEVEUX SUBLIMES

good hair day = des cheveux sublimes

NOUVEAU MAJIREL. À VOUS DE JOUER !

NOUVEAU

Majirel

COLORATION
CRÈME DE BEAUTÉ

NOUS AVONS TOUT CHANGÉ, SAUF LA FORMULE ICONIQUE

Hautement concentrée en agents soins et Ionène G
Cheveux 45% plus doux après la coloration*
Couverture parfaite, résultat garanti

NOUVEAU COOL INFORCED

9 nouvelles nuances froides
Enrichies en pigments froids
Jusqu'à 6 semaines de neutralisation*

NOUVEAU PACK ÉCO-RESPONSABLE

Nouveau bouchon 100% recyclé
Tube 100% recyclable

*Test instrumental

L'ORÉAL SA au capital de 197 079 330, 40 Euros- Siège social : 14, rue Royale 75008 Paris - RCS Paris 632 012 100. Les droits d'utilisation de ces visuels sont acquis pour la période du 1er octobre 2019 au 31 décembre 2021.
Au-delà de cette date, ces visuels ne doivent plus être utilisés sous peine d'engager votre responsabilité en cas de poursuite par le(s) mannequin(s) et le(s) photographe(s) concernés.

REJOIGNEZ LA COMMUNAUTÉ L'ORÉAL PROFESSIONNEL
lorealprofessionnel.fr
#NOUVEAUMAJIREL
LOREALPROETMOI

Seulement par L'ORÉAL PROFESSIONNEL PARIS

N'AYEZ PLUS PEUR DE LA CHUTE
KÉRASTASE
PARIS
NOUVEAU
GENESIS
SOINS DOUBLE ACTION
ANTI-CHUTE CAPILLAIRE
TROUVEZ VOTRE SALON SUR : KERASTASE.FR
Photographie retouchée

L'Oréal SA au capital social de 112 324 48,80 euros - Paris 632 012 100 - Siège social situé 14 rue Royale 75008 Paris.

OURS
SOMMAIRE

Directeur de la publication et de la rédaction
Yannick Kraemer
yk@groupekraemer.com

Rédactrice en chef
Catherine Janin

Rédaction
Emmanuel Abela, Salomé Ernst, Catherine Janin, Stéphanie Œhler, Maud Poussin

Graphisme
Hugues François / brokism
hello@brokism.com

Photographes
Sarah Breitling, Estelle Hoffert, Steeve Josch, Fabrice Keusch, Lindaphotography

Impression
Ott imprimeurs
Parc d'activités « Les Pins »
67319 Wasselonne Cedex

Dépôt légal : Janvier 2020

ISSN : en cours

Retrouvez toutes nos actualités sur
www.groupekraemer.com
+ Rejoignez la page Facebook : Kraemer International
+ twitter.com/KraemerCoiffeur
+ Instagram/@kraemerinternational
+ Pinterest / @Kraemer Groupe
+ Youtube / @KraemerOfficiel

10 | 12 ACTUALITÉS
Inauguration de salons, Color Trophy à Shanghai, Séminaire en Suisse, Kraemer X Louis Vuitton, Maison de beauté, Fashion Week à Shanghai, Cérémonie annuelle chinoise, Lancement gamme Kraemer chez Watsons

14 | 19 ÉLOGE DE LA BLONDEUR
Retour historique sur la blondeur, symbole de jeunesse, richesse et beauté

20 | 27 BLONDE
Collection femme automne-hiver 2019-2020

28 | 36 GO CREATIV!
Retour sur la première édition du concours Go Creativ! organisé par le groupe Kraemer

38 | 40 ÉGÉRIES KRAEMER
Mademoiselle Soph et Kathia Martin font plus que représenter la marque Kraemer, elles conseillent les femmes

42 | 45 LA BEAUTÉ DE L'INSTANT
Deux temps pour la coiffure : l'instant et l'éternité.

46 | 47 NEW ICONS
Elles sont les figures inspirantes d'aujourd'hui : Billie Eilish, Charli XCX, Angèle, Emilia Clarke, Teddy Quinlivan

48 | 55 SUNRISE
Collection Femme printemps – été 2019

56 | 63 GOLD SEASON
Collection hommes automne-hiver 2019-2020

64 | 68 L'HOMME NOUVEAU
Avec Pharrell Williams, Chris Hemsworth, BTS, Vincent Cassel, Kit Harrington, Brad Pitt, Leonardo di Caprio

70 PRODUITS KRAEMER
Sélection affinée pour femmes et hommes

72 | 74 BEST OF DES COLLECTIONS

76 | 78 CARNET D'ADRESSES
Salons français et à l'international

PROFITEZ PLEINEMENT DE L'INSTANT PRÉSENT,
ON S'OCCUPE DE VOTRE AVENIR
Immoval,
vous accompagne en toute sérénité pour tous vos projets immobiliers depuis plus de 45 ans.
VENDRE | ACHETER | LOUER | GÉRER | SYNDIC & PLUS ENCORE
immoval.com
Faire confiance à l'expérience
Centre-ville | Neudorf | Contades
03 88 22 88 22
immoval

NOUVEAU
GAMME DENSIFIANTE
SHAMPOOING, POMMADE & SPRAY INSTANTANÉ

POUR DES CHEVEUX PLUS ÉPAIS & PLUS VOLUMINEUX, INSTANTANÉMENT

REDKEN BREWS
NYC GROOMING

La coiffure, notre humanité !

Il y a 10 ans, nous nous sommes lancés dans l'aventure éditoriale d'un magazine. Je peux vous l'avouer : c'était un vieux rêve, mais j'étais loin d'imaginer l'évolution possible d'un tel support. Nous avons débuté avec 32 pages qui nous semblaient déjà porter modestement un message. Nous sommes aujourd'hui à 84, avec des rubriques repensées en fonction de vos envies, mais aussi de ce que nous avons envie de vous dire : cela concerne les collections, comme piliers de la pensée esthétique et de l'action commune des collaborateurs du groupe, mais aussi les produits, les actualités et tout ce qui peut être mis en rapport avec la coiffure envisagée comme une vraie culture. D'où la présence d'articles à vocation plus historique ou artistique, parce que vous le savez comme moi : la coiffure se nourrit de son environnement, elle trouve sa voie là elle puise son inspiration.

Le magazine est à l'image de l'évolution du groupe ; il s'appuie sur la créativité des coiffeuses et coiffeurs et contribue à une émulation d'ensemble. En témoigne le concours Go Creativ!, dont on découvre les lauréats dans ce numéro. Aurions-nous pu imaginer une telle motivation des équipes à l'échelle planétaire ? Le nombre de participants – pas moins de 200 propositions et 800 photos réalisées –, coiffeuses et coiffeurs confirmés ou jeunes talents, tend à prouver l'intérêt qui a été manifesté à cette belle occasion-là. Plus qu'un intérêt, un élan passionné. Au final, qu'importe les résultats, là ce qui comptait c'était le profond désir des unes et des autres, cette envie sincère de montrer son savoir-faire, de jouer avec les codes, d'explorer des voies nouvelles, quitte à dessiner les contours de la coiffure de demain, avec des propositions s'inscrivant dans la tradition, d'autres plus avant-gardistes, toutes plus surprenantes les unes que les autres. Je ne peux que dire ma fierté au moment de découvrir de si prometteurs talents, de manière individuelle et bien sûr collective, avec l'implication des équipes des salons correspondants. Le rendez-vous est déjà pris pour une édition plus grande encore, l'année prochaine.

Avec émotion, je constate que l'édifice que j'ai cherché à bâtir il y a de cela plus de trente ans s'appuie sur des bases solides et saines, avec un vrai sens des valeurs partagées à l'échelle internationale. Si j'avais eu le moindre doute – et je n'ai aucun doute, croyez-moi ! – sur le sens profond qu'on peut attribuer à la coiffure, chacune des propositions me rappelle au souvenir d'un métier demeuré toujours aussi essentiel pour nous, avec vous. D'un métier participant à la plus profonde humanité de chacun.

Kraemer news

Par Salomé Ernst

1) Benjamin Stalter et l'équipe Kraemer Chine au Color Trophy 2) Inauguration salon Chongqing
3) Formation Collaborateurs Japonais au centre de formation L'Oreal à Paris 4) Show Kraemer à Shanghai

5) Show Kraemer à Chengdu 6) Inauguration à Chengdu en Chine 7) Fashion Week Shanghai 8) Rencontre entre les équipes des salons Kraemer Chine, Corée et Japon pour une formation spéciale Kraemer ASIE 9) Cérémonie annuelle Chinoise

CÉRÉMONIE ANNUELLE CHINOISE

En mars 2019 s'est tenue l'annuelle cérémonie chinoise, l'occasion de réunir les équipes Kraemer Asie : une rencontre fortement appréciée qui permet un brassage des cultures et de consolider l'entente entre les différents pays. Particularité de cette année, les équipes asiatiques se sont rassemblées à l'occasion d'une formation unique. Le Président Yannick Kraemer en a également profité pour inaugurer un nouveau salon à Shanghai. Un espace de 400 m² entièrement dédié à la coiffure et au relooking, dans un pays où la coiffure aborde un tournant décisif dans la sophistication et l'innovation.

COLOR TROPHY À SHANGHAI

En février 2019, notre coiffeur français Benjamin Stalter, accompagné d'une équipe de coiffeurs chinois, a participé au L'Oréal Color Trophy organisé par L'Oréal Professionnel à Shanghai. L'objectif de ce concours était de récompenser le meilleur coiffeur et de célébrer l'art de la coiffure.

SÉMINAIRE EN SUISSE

Comme chaque année, la marque réunit ses collaborateurs suisses pour évoquer avec eux les perspectives de développement du groupe en Suisse romande avec pour horizon l'ouverture de son huitième salon en janvier 2020. Les sujets évoqués concernaient, entre autres, la stratégie marketing et la communication pour le secteur.

LOUIS VUITTON X KRAEMER

Kraemer collabore depuis cette année avec le Groupe LVMH et la prestigieuse marque Française Louis Vuitton. Lors des défilés et lancement des nouvelles tendances, dans les différentes boutiques comme Paris, Monaco et Courchevel, nos équipes se déplacent préparer les mannequins. Un partenariat qui valorise la marque et participe à son rayonnement.

MAISON DE BEAUTÉ

Le groupe Kraemer innove avec l'ouverture d'un nouveau concept : La Maison de Beauté Kraemer. Des prestations sur mesures sont ainsi proposées : Soin du visage Carita par notre esthéticienne Dara, du lifting colombien et différents services autour du modelage du corps avec Badiaa et de la dermographie : tatouage des sourcils, reconstruction mammaire… avec Marie-Louise.
Prestation sur RDV au 03 90 23 86 61
27 rue des serruriers à Strasbourg.

FASHION WEEK À SHANGHAI

Les équipes Kraemer Chine ont œuvré en coulisse lors de la Fashion Week de Shanghai. La semaine de la mode est la période la plus propice à l'émergence des nouvelles tendances. Le groupe Kraemer est plus que jamais au service de la beauté et de l'art sous toutes ses formes.

Kraemer news

Par Salomé Ernst

10) Laura Wencker et son équipe au salon Kraemer Baden-Baden 11) Nathalie ROOS (Directrice Générale L'OREAL Professionnels), Kenneth CAMPBELL (APAC General Manager L'OREAL Professionnels) et Mark (Directeur Géneral L'OREAL Professionnel Chine) ont honoré de leur présence, lors d'un séminaire, les 750 coiffeurs Kraemer de la province de Guangzhou 12) Inauguration Salon Kraemer Guilin en Chine 12) Gamme Kraemer présente dans les boutiques Watsons.

NOUVEAUX SALONS

Le groupe Kraemer ne cesse de se développer. Parmi ses salons, il en compte un dans la plus grande ville du monde, Chongqing en Chine, une ville de la taille de l'Autriche. Mais aussi à Guilin (toujours en Chine). D'autres inaugurations sont à signaler à Vancouver, mais aussi à Nancy. L'ouverture de ces salons dans des villes et cultures différentes favorise l'échange non seulement des styles, mais aussi des pratiques. De quoi permettre au groupe de se réinventer et de proposer davantage de nouveautés à ses clients.

WATSONS

Le groupe KRAEMER a passé un cap : il vient de signer un contrat en Chine de distribution dans les 3800 points de vente du géant chinois Watsons, notoriété de Li Ka-shing. Ce contrat est la reconnaissance de la notoriété Kraemer » ; il engage la marque qui, fort de ses 70 salons, constitue aujourd'hui le premier groupe de salons de coiffure étranger en Chine.

BADEN-BADEN

Le groupe Kraemer a ouvert début décembre son premier salon en Allemagne à Baden-Baden. Laura Wencker a débuté au sein du groupe comme apprentie, elle est la double lauréate du concours Go Creativ!
Sa jeune équipe est à suivre sur les réseaux sociaux @kraemerbadenbaden

ultima STRASBOURG

PRÊT A PORTER/ CHAUSSURES / SACS
FEMME / HOMME

ULTIMA
3,4 ET 8 PETITE RUE
DE L'EGLISE
03 88 21 91 66

ULTIMA HOMME
16, RUE DE LA
MÉSANGE
03 88 64 88 67

ULTIMA BIS
34, RUE THOMANN
03 90 22 19 23

GUCCI,PRADA, VALENTINO, DIOR, GIVENCHY, CELINE, CHLOÉ, BALENCIAGA, FENDI, SAINT LAURENT, STELLA MC CARTNEY, DOLCE GABBANA, ISABEL MARANT, IRO, RED VALENTINO, KARL LAGERFELD, MONCLER, DSQUARED2, STONE ISLAND,MAISON KITSUNÉ, OFFICINE GENERAL, ACNE STUDIOS, CHIARA FERRAGNI, SERGIO ROSSI,GIANVITO ROSSI, JIMMY CHOO, TOD'S, HOGAN, STUART WEITZMAN, GIUSEPPE ZANOTTI, ASH, STRATEGIA, ROBERT CLERGERIE, ZANELLATO, UGG,

Éloge de la blondeur

Par Emmanuel Abela

De tous temps, la blondeur a fait son effet. Elle a attiré des générations d'hommes et de femmes au point de se voir revêtue d'une symbolique forte autour de la jeunesse, de la richesse et de la beauté.

Jean-Léon Gérôme, *Phryné devant l'aéropage*, huile sur toile, 1861, Kunsthalle de Hambourg

On aura à peu près tout dit sur les blondes, si ce n'est l'essentiel. À savoir la symbolique qu'on attache historiquement à la couleur de leurs cheveux. Tout naît d'un paradoxe : très peu de femmes le sont naturellement. Elles ne sont que 5% de la population mondiale – près de 20 % naissent blondes aux États-Unis, de même pour l'Europe, avec comme chacun sait une nette augmentation dans les pays nordiques. Or dans le sud, la proportion se réduit considérablement, et nombreux sont les pays où la blondeur est inexistante. Si l'on remonte à l'Antiquité, on imagine l'émoi en Grèce face à ce phénomène jugé rare, voire inexistant. Rien d'innocent au fait qu'Aphrodite, la déesse de l'Amour, se voit attribuer une coloration dorée dans les descriptions que font d'elles les auteurs grecs. La sculpture d'époque, dont on oublie qu'elle était souvent polychrome, en couleurs donc, la représente dans toute sa majesté : séduisante, étonnamment sensuelle, et surtout blonde. C'est le cas d'une œuvre perdue de l'illustre Praxitèle, représentant Aphrodite, debout, nue, portant la main droite devant son sexe et tenant de sa main gauche en vêtement. L'Aphrodite de Cnide est l'une des premières représentations de la nudité. Elle a bouleversé les populations de l'époque au point que beaucoup, d'après l'écrivain et naturaliste du Ier siècle Pline l'Ancien, « *ont fait le voyage à Cnide pour la voir* ». L'original est perdu, mais de nombreuses copies ont été réalisées, si bien que le modèle s'est répandu à travers toute l'Antiquité, suscitant une tendance à l'époque. Le modèle qui a servi pour cette Aphrodite nous est rapporté par la légende : elle n'était autre que la maîtresse du célèbre sculpteur, Phrynée, dont les frasques blondes nous sont relatées, au point que tardivement la peinture du XIXe met en scène cette figure historique de l'époque hellénistique devenue mythique. Ainsi, le peintre Jean-Léon Gérôme peint-il en 1861 ce moment où la jeune courtisane se retrouva en mauvaise posture : accusée devant l'Aéropage d'avoir profané des cérémonies religieuses, celle qui laissait derrière elle bon nombre d'homme ruinés fut traînée en justice ; devant l'intransigeance de ses juges, son défenseur et amant, le poète Hypéride, déchira sa robe pour dévoiler la nudité de son corps, argument décisif avec l'extrême blondeur de ses cheveux. Les juges éblouis abandonnèrent toute charge à son encontre.

Blondeur éternelle

Mais qu'associaient les Grecs à cette blondeur au-delà d'un simple attribut de séduction supplémentaire ? Ils lui trouvaient une forme d'exception qu'ils mettaient en relation avec un fantasme absolu : l'éternelle jeunesse. On le sait en effet, nombreux sont les bébés qui naissent avec cette blondeur première avant de la perdre au profit de cheveux plus sombres une fois que l'enfant grandit et atteint la puberté par la suite. Les hommes étaient naturellement attirés par cette qualité qu'ils situaient comme l'un des signes d'une jeunesse prolongée. Ils y voyaient, comme chez Aphrodite, Déesse de l'Amour mais aussi de la Fertilité, le gage d'un renouvellement de leur propre génération. La blondeur était garante pour eux d'une forme de perpétuation. Si bien que le critère est devenu au fil des millénaires une préférence esthétique et culturelle, alliant féminité et beauté. D'Aphrodite à Marilyn Monroe, un seul et même crédo : la blondeur éternelle.

L'archéologie aujourd'hui permet même de dire que cette fascination est antérieure à l'Antiquité grecque : des fouilles récentes ont mis au jour, dans le désert du Taklamakan, dans la région du Xinjiang en Chine, des momies qui remontent au XIXe avant J.-C., avec des cheveux d'une blondeur éclatante. Cette blondeur, on la retrouvait dans des régions comme le Turkestan, en Asie centrale, région alors chinoise, puis finalement en Grèce.

Tous les moyens étaient bons pour éclaircir les cheveux, dans un premier élan cosmétique étonnant : friction à la teinture de safran, peinture avec des poudres colorées, enduit d'onguents divers qu'on laissait sécher avant de brosser les cheveux, et d'autres procédés parfois moins enviables.

Malgré les fantasmes suscités, les critiques commencent à fuser et le mépris de certains hommes nous est rapporté : ils insistent sur la légèreté des attitudes blondes. Mais ils sont encore marginaux, et les Grecs restent majoritairement fascinés par les cheveux blonds : ils les adorent, les adulent, leur attribuent des signes de jeunesse disions-nous, mais aussi de richesse. Et ils y voient, contrairement aux premiers détracteurs, une forme de pureté. Dans son ouvrage *Les Blondes*, la journaliste et enseignante de japonais à l'Université de Cambridge Joanna Pitman nous explique que ce sentiment venait de l'association qu'on établissait entre blondeur, chevelure dorée et l'or. Elle cite Homère, qui nous rapporte le propos de Sapho en découvrant Aphrodite au moment du sac de Troie : *« Puisque l'or ne se peut corrompre, ses cheveux d'or symbolisent la pureté de celle qui est exempte de toute souillure, et que ni l'âge ni la mort ne peuvent atteindre. »*

Pourtant, avec l'avènement du Christianisme, une nouvelle suspicion s'installe : ça n'est pas tant la blondeur qui est dénoncée que les formes de séduction qu'on attache à la gente féminine apprêtée. La blondeur en fait partie, ainsi que la lon-

gueur des cheveux, à qui l'on attribue des capacités de « tentation » *plus fortes. Marie-Madeleine, dans le rapprochement qu'on faisait d'elle avec une autre blonde illustre,* l'*Ève* de la Genèse, se voyait réservée un sentiment particulier : en effet, purifiée du vice, elle ouvrait la voie à la Rédemption. Dans un mouvement paradoxal, sa blondeur signifiait tout à la fois son grand *péché passé mais aussi sa nouvelle virginité. Ce mouvement double est clairement apparent dans le célèbre Retable d'Issenheim* de Mathias Grünewald, conservé au Musée Unterlinden, à Colmar : la longue chevelure de Marie-Madeleine d'un blond-roux scintillant semble infinie ; elle se prolonge bien en-deçà de fesses que couvre une *épaisse* robe orangée au plissé fin, tout comme le reste du corps ; un voile transparent masque à peine la partie supérieure de son visage et ses yeux – signe d'un aveuglement passé. Les marques d'affliction que manifeste l'ancienne prostituée sont à la hauteur du regret d'avoir pêché et de la tristesse qu'engendre la mort misérable de son sauveur. Derrière elle, la Vierge est lourdement voilée. Mais dans l'iconographie religieuse, elle ne tarde pas à révéler elle aussi, en tant qu'antithèse de l'Ève pécheresse, une blondeur qui la situe immaculée.

Blondeur rebelle

Cette nouvelle blondeur s'explique en partie par la tendance qu'impose la Renaissance italienne. Qu'on se souvienne de la *Naissance de Vénus*, peint à la fin du XVe, soit 30 ans avant le Retable ; Sandro Botticelli y impose les critères esthétiques dont nous sommes aujourd'hui encore les modestes tributaires : des boucles blondes amples et ondoyantes si longues que Vénus arrive à les utiliser pour préserver – ultime réflexe de pudeur – son sexe de notre regard. Le peintre florentin s'inspire des femmes de son temps qui privilégient un teint pâle, laiteux et délicat, et un blond presque blanc, obtenu par décolorations successives. Le *« nec plus ultra »* de la beauté italienne, une *« profession de foi »* selon Joanna Pitman. Dès lors, la blondeur n'aura plus de limite : elle s'impose comme le canon même d'une forme ultime de beauté. Et ça ne serait faire injure aux brunes que de l'admettre ainsi. Certaines images très récentes de Beyoncé, avec une chevelure couleur miel, rendent hommage à cette forme-là d'un glamour éternel, parfois rebelle.

Malgré une brève résistance chez les maîtres d'Europe du nord au cours du XVIIe, Van Dyck ou Rembrandt qui favorisent le brun, le blond revient très vite en force avec l'avènement du néo-classicisme. Comme nous l'avons vu, la généralisation des thèmes mythologiques impose le retour à une blondeur rayonnante. Laquelle se maintient avec vigueur au moment de la naissance du cinéma. Qu'on se souvienne de nos premiers émois adolescents face à l'érotisation des scènes les plus emblématiques du premier *King Kong* – le seul, le vrai, celui de 1933 ! – ; l'offrande de la Belle au gorille roi livre à notre regard émerveillé la blonde Ann Darrow, interprétée par Fay Wray. C'est bien sa blondeur qui a attiré les indigènes au point de vouloir l'offrir en sacrifice, une blondeur rayonnante qui, au moment son effeuillage par Kong marque l'unité de son corps blanc à celui de sa chevelure étincelante. En cela, elle devient la marque d'une libération qui ne tardera pas à être suivie par toute une génération de comédiennes hollywoodiennes. Mais revenons un temps en arrière. Quelques deux années auparavant, une autre blonde avait provoqué une émotion particulière : celle qui interprète la jeune aveugle des *Lumières de la ville* de Charlie Chaplin en 1931 ; Virginia Cherrill compose un rôle virginal qui rompt avec la tendance blonde sulfureuse. La scène finale du film renvoie à la dimension proprement sacrale que Chaplin associe au miracle de cette aveugle qui désormais « voit » *ce qu'elle n'avait su voir jusqu'alors.*

On le constate, qu'elle soit délurée ou plus raisonnée, la blonde est désormais reine. Marlene Dietrich, Greta Garbo, Grace Kelly, modèle de la blondeur hitckockienne au même titre que Kim Novak ou Tippi Hedren, et bien sûr Marilyn – Ah Marilyn ! – conforment la suprématie blonde outre-Atlantique, relayée en cela par notre Brigitte Bardot nationale, fantasme planétaire absolu dans les années 60, Catherine Deneuve ou Monica Vitti. Cette dernière, égérie de Michelangelo Antonioni, alterne indifféremment et sans jamais perdre en éclat le blond dans *L'Avventura* (1960), le noir dans *La Notte* (1961), à nouveau le blond dans *L'Éclipse* (1962) et même le roux dans *Le Désert rouge* (1964).

Étrangement, le féminisme émergeant dans les années de contestation de la fin des années 60 n'a pas cherché à nier le primat de la blondeur. Bien au contraire, il y a vu la possibilité d'une nouvelle affirmation de soi, et même d'une profonde émancipation. À l'époque, le mannequin le plus célèbre n'est autre que

“Étrangement, le féminisme émergeant dans les années de contestation de la fin des années 60 n'a pas cherché à nier le primat de la blondeur.”

Marilyn Monroe par Milton Green.
Cliché issu de la série Ballerine

Monica Vitti,
icône du cinéma italien
des années 60

“Aujourd’hui, la blondeur peut sembler contestée ; elle n’est plus unanime, mais fait mieux que résister. ”

la troublante Twiggy avec sa coloration immaculée, et les stars s’appellent Marianne Faithfull ou Anita Pallenberg, compagnes respectives de Mick Jagger et de Keith Richards. Elles vivent leurs cheveux blonds au vent, et s’affirment en toute liberté. C’est le moment *où les teintures*, dont le célèbre Préférence de L’Oréal qui annihile toute concurrence, permettent des changements fréquents chez les jeunes femmes. Désormais, elles se préoccupent d’elles sans chercher à savoir ce que les hommes en pensent. Qui dit libéralisation dit contre-feu réactif, et il est vrai que des modèles comme Farrah Fawcett, blonde langoureuse des séries 70’s à la mode, puis Pamela Anderson au cours de la décennie suivante, n’ont pas plaidé pour les blondes. Ces contre-modèles ultra-marketés ont causé bien des dommages à la cause de la blondeur et ont façonné l’image de la « blonde jolie mais décérébrée ». Certains font remonter cette image à la pauvre Jayne Mansfield dans les années 50 et 60, l’icône déchue qui avait été construite pour contrer le succès de Marilyn avait été spécialisée dans le rôle des « blondes idiotes ». *La jeune femme n’en parlait pas moins cinq langues* et pratiquait le piano et le violon classiques. Heureusement, la sémillante Debbie Harry, icône punk du groupe Blondie, vient apporter un démenti parfait à la fin des années 70. Même les garçons s’y mettent : Sting, Stewart Copeland et Andy Summers, les trois gaillards peroxydés du groupe The Police ont fait de la blondeur une marque de fabrique, même si celle-ci était accidentelle dans un premier temps, David Bowie leur emboite le pas à l’époque de *Let’s Dance* avec le succès que l’on sait…

Aujourd’hui, la blondeur peut sembler contest*ée* ; elle n’est plus unanime, mais fait mieux que résister. On n’efface pas ainsi les millénaires qui l’ont consacrée comme le critère premier de la beauté. Et s’il est loin d’être prouvé que les hommes préfèrent les blondes – l’écart statistique n’est que de quelques points, 44% pour les blondes contre 38 pour les brunes, et 18% pour les rousses –, la rareté effective des blondes naturelles, leur apparence plus jeune, et surtout les enjeux mercantiles de leur très forte présence médiatique, continuent de plaider en leur faveur. De plus, la blonde représente généralement une forme de stabilité : dans la représentation, elle est la mère, la femme mariée et parfois même la sainte, dans une opposition qui fait de la brune, la maîtresse ou l’aventurière – on se demande d’ailleurs quelle position est la plus enviable. Les stéréotypes font des ravages, et les blondes ne sont pas épargnées, mais à l’ère où la beauté est devenue une marchandise industrielle, généralement associée à l’occidentale, blanche, mince, jeune, aisée et donc blonde – merci *dear* Barbie ! –, la blondeur retrouve sa propre voie, s’émancipe des clichés et s’affirme dans sa pureté originelle étincelante ; elle le fait de manière ostensible et désinhibée, avec toutes ses variations, cuivrée, dorée, caramel, châtaigne, cendrée ou carrément platine. *À l’image de Taylor Swift,* nouvelle idole blonde, elle est loin d’avoir dit son dernier mot, et nous réserve bien des surprises *à l’échelle planétaire*.

Taylor Swift ressuscite
la blondeuravec une grande
décontraction

Brigitte Bardot
par Richard Avedon
en 1959

Collection
Automne-Hiver
2019

BLONDE

Monroe, Bardot ou Deneuve,
Poussières d'étoiles et éclats de lumière
Scintillent à l'horizon.

Boucles et ondulations,
Sagesse et émotion,
Sentiments partagés.

Nos amours blondes.

Glamour sublimé,
Élégance incarnée,
Lueurs d'éternité.

DIRECTEUR ARTISTIQUE
Yannick Kraemer

COIFFEURS
Pascale Sonzogni, Vilaysinh Constantin et Benjamin Stalter

MAKE UP
Pascale Sonzogni

STYLISME
Seasonstore by salomé

PHOTOGRAPHE
Fabrice Keusch

Go Creativ! Nouvelle Vague

Par Maud Poussin

Rien de tel qu'un concours à destination des collaborateurs pour favoriser la créativité et l'émulation au sein du groupe Kraemer : Go Creativ!

200 participants, 800 photos, le moins qu'on puisse dire c'est que la première édition du concours Go Creativ! a suscité l'intérêt des coiffeuses et coiffeurs des salons du groupe Kraemer, à l'International. On perçoit chez les lauréats, dans toutes les catégories en lice, « Hommes », « Femmes » et « Jeunes Talents », un goût prononcé pour une créativité démultipliée : le classique côtoie l'avant-garde, la tradition la modernité, et au final c'est la coiffure qui l'emporte !

Au sein du groupe, la créativité est un crédo ; chacun a la possibilité de pleinement l'exprimer en participant aux collections, au shooting ou tout simplement en la révélant au quotidien au service de la cliente. Les formations dispensées régulièrement invitent chacun à se situer dans un rapport d'émulation, y compris pour des collaborateurs confirmés. C'est pourquoi Yannick Kraemer a tenu à ce que ce concours soit rendu accessible à tous, quels que soient les âges, expériences et provenances géographiques.

Les différences s'affichent, même si la cohérence de la marque reste manifeste : les échanges de pratique incitent les uns et les autres à parfaire une vision et à se dépasser. Tout en cultivant l'identité commune, le potentiel se révèle avec un regard porté sur l'avenir. Ainsi, plus de 1500 coiffeuses et coiffeurs, répartis dans 200 salons répartis dans 12 pays du monde nous livrent une belle promesse : la mise en beauté, chaque jour, d'une clientèle toujours plus légitimement exigeante.

PASCALE SONZOGNI

LAURÉATE CATÉGORIE FEMMES
Salon Sion / Suisse

Cette coupe opère un mouvement double : elle révèle l'extrême douceur du sentiment tout en respectant l'intimité de la femme.

« Comme derrière chaque coupe, on trouve une histoire : le concours Go *Creativ! m'a donné envie d'aller au bout d'une démarche que je rêvais d'entreprendre. C'était l'occasion de gérer le shooting de A à Z, de la conception de la coupe à la photo réalisée. J'avais envie de m'éclater ! Je fais de la photo moi-même, mais là il me semblait nécessaire de m'attacher aux talents d'une mannequin professionnelle, histoire de donner sa pleine dimension à la tentative. Mais je ne me sentais pas du tout dans l'esprit concours. J'ai interrogé Yannick [Kraemer, ndlr] sur l'objectif Go Creativ! : avec ce concours, que cherche-t-on ?, lui demandais-je. Une photo ? La coiffure ? Il m'a répondu : « Une photo qui touche* ! » Je me suis dit : bingo, je tiens la photo qui touche.

Cette photo, c'est celle que j'ai faite avec Charlotte [la mannequin, ndlr]. Pour l'anecdote, j'ai eu de la chance : il m'a fallu changer de mannequin, la précédente s'étant décommandée deux jours avant le shooting et Charlotte correspondait parfaitement à mes envies de coupe.

Comme je m'adapte généralement au mannequin, je m'étais fixée sur le physique du premier mannequin pressenti : elle avait des yeux qui m'incitait à explorer une voie féérique, onirique. Quand nous avons dû changer pour Charlotte, j'ai renforcé l'idée de cette dimension poétique. Je ne voulais pas réaliser une photo de coiffure, mais plus m'orienter vers la photo qui reprenait les codes du parfum ou de la lingerie. À ma photographe, j'ai fourni les lumières en

Photo : lindaphoto.ch

Pascale Sonzogni
Lauréate catégorie Femmes
Salon Sion / Suisse

conséquence. Je sais que Yannick estimait que ça n'était pas assez éclairé, mais je lui ai répondu que c'était voulu : je cherchais quelque chose de suggéré.

Après au niveau de la coupe, les choses m'ont été facilitées par Charlotte, dont les cheveux arrivaient au-dessus de l'épaule, lissés avec un fer. Je pensais qu'elle avait les cheveux un peu raides, et j'ai été émerveillée quand je lui ai coupé les cheveux par la matière dont elle disposait : j'ai pu leur donner la longueur que je souhaitais. *Du coup, je suis partie sur des volumes tout en arrondis : toutes les dimensions de la coupe* [un carré boule soyeux, ndlr], *sont d'égales proportions. J'ai cherché l'harmonie complète, avec cette manière particulière d'ouvrir le visage sans rien dévoiler. Le choix s'est porté sur cette photo parce qu'on y trouvait ce regard un peu perdu, plein de sentiment et de retenue : ça correspondait complètement à mon idée du rêve. Et ce d'autant plus que moi-même, à ce moment-là, je vivais un rêve de gosse.*

Ce shooting m'a renvoyée à l'enfance, à ce moment où je jouais avec mes poupées et où je fantasmais déjà la possibilité d'exercer le métier de coiffeuse. Là, je faisais ce que je voulais, loin de toute contrainte, en m'épanouissant pleinement dans ma pratique. Là, avec une mannequin professionnelle comme Charlotte, je pouvais jouer comme je le voulais, même si elle-même estimait que ça la mûrissait énormément. Elle n'a que 19 ans. J'ai le sentiment que le mouvement libérateur que j'entamais par rapport aux contraintes de cet exercice d'une coupe suivie d'une séance photo l'a également libérée, elle. Aujourd'hui elle garde ses boucles naturelles. En plus de la consécration obtenue grâce à ce concours, le fait que ça ait pu révéler chez le modèle quelque chose qu'elle n'avait jamais vu d'elle-même, ça me rend très heureuse ! C'est le propre même de notre métier de coiffeuse. »

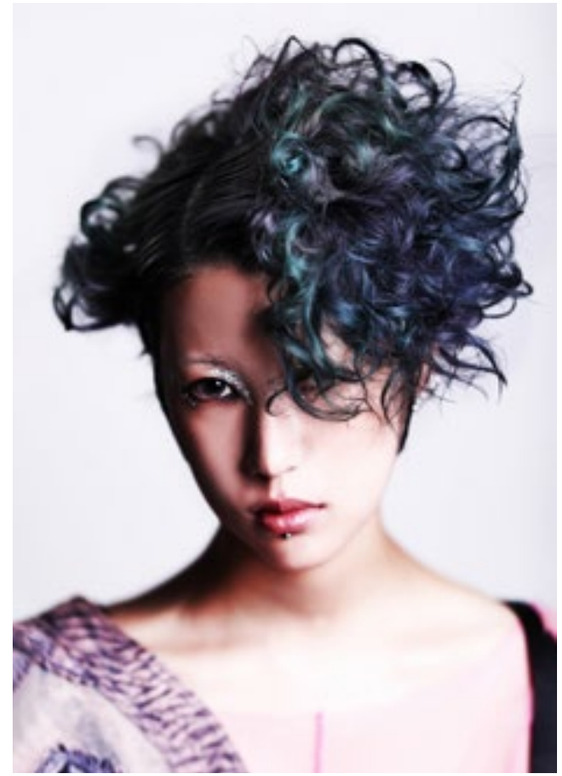
Pascale Sonzogni

« Je suis très honoré par ce prix. Cette joie que j'éprouve en ce moment, c'est surtout grâce aux conseils de mes mentors et au soutien de mon équipe. Mon œuvre exprime la palette de diversités que la couleur rend possible et une sensation de dynamisme. C'est un énorme cadeau que me fait la France ! »

Kuroiwa Osamu

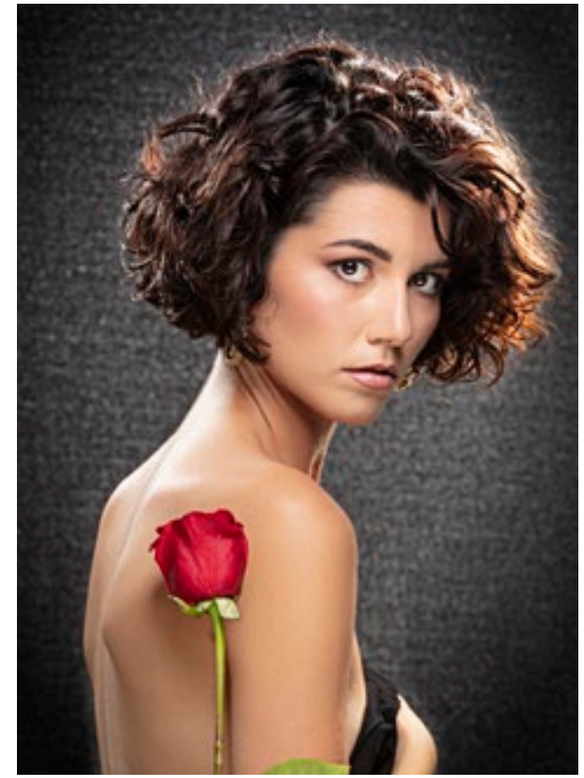
KUROIWA OSAMU
VICE-LAURÉATE CATÉGORIE FEMMES
Salon IMS Fukuoka / Japon

Dans le plus pur esprit manga, une coupe qui lorgne avec grâce et élégance vers un avenir radieux et merveilleusement coloré.



TOMOYO NAKAJIMA
3e CATÉGORIE FEMMES
Salon IMS Fukuoka / Japon

Esprit libre, la femme d'aujourd'hui est confrontée à la plus grande diversité : elle trouve sa voie et son propre style sans se laisser enfermer.



PIERRE ADAMCZEWSKI
4e CATÉGORIE FEMMES
Salon ALICANTE / Espagne

Étonnant mélange structuré-déstructuré dans ce carré court séduisant qui prolonge à merveille les formes subtiles du visage.

« Merci encore pour le prix et la place accordée ! Je suis très heureux d'avoir été en contact avec de nombreuses personnes d'autres salons de la grande famille Kraemer au travers de ce concours, d'avoir concouru avec elles. Merci Yannick Kraemer, Kraemer International, Kaio Matsukawa et Kosho Matsumoto, de m'avoir offert cette opportunité. Grâce à vous tous, je suis retombé amoureux du métier de coiffeur. »

Fuminori Matsusita

ERIC SPEICH
LAURÉAT CATÉGORIE HOMMES
Salon Lingolsheim / France

Avec cette coupe très graphique, le mouvement courbe ascendant, assagi par un coiffage délicat, nous livre toute la conviction au masculin.

FUMINORI MATSUSITA
VICE-LAURÉAT CATÉGORIE HOMMES
Salon IMS Fukuoka / Japon

Une passerelle à travers le temps avec cette proposition quasi-surréelle. Au passage, un hommage discret au maître Salvador Dalí.

LOÏC KRAEMER
3e CATÉGORIE HOMMES / FRANCE
Salon Strasbourg / France

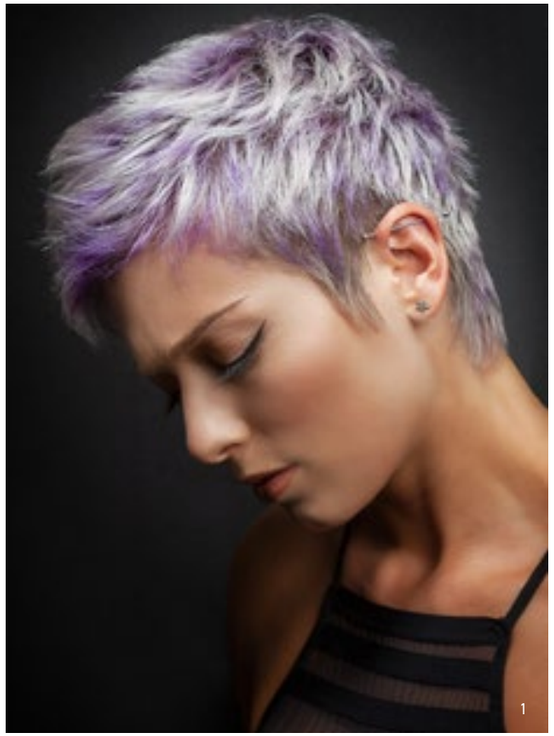
Une grande maîtrise dans cette variation très moderne de l'homme d'aujourd'hui : classieux et facétieux.

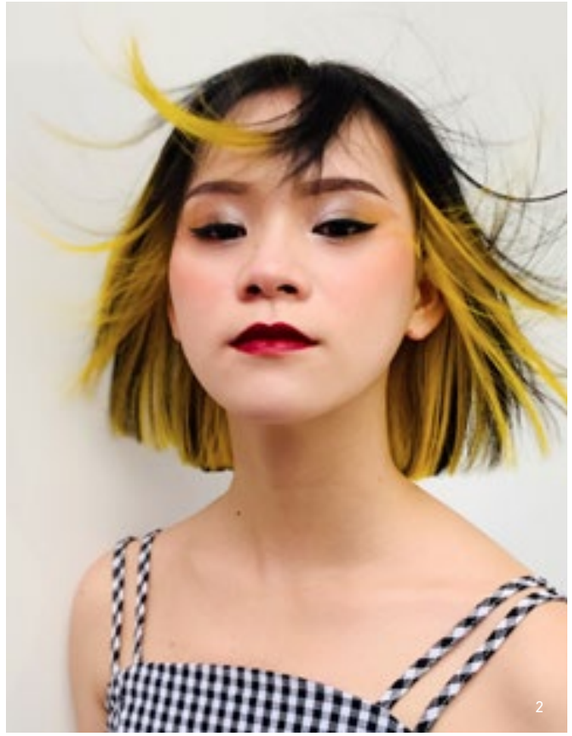
ANTHONY PESTY
4e CATÉGORIE HOMMES / SUISSE
Salon Genève / Suisse

L'homme au plus mâle, avec cette envie sans cesse de s'affirmer dans toute sa plus grande complexité.

LAURA WENCKER
LAURÉATE CATÉGORIE JEUNES TALENTS
+ Lauréate Prix des Internautes
Salon Baden-Baden / Allemagne

Une très grande modernité dans cet ondulé graphique : la féminité se joue des codes et nous subjugue par son audace.


1


2

3

PRISCILLA KRANITZ
VICE-LAURÉATE CATÉGORIE JEUNES TALENTS
Salon Mundolsheim / France

À l'aube des années 20, un petit coup d'œil dans le rétro avec cette coupe garçonne pleine de tendre mélancolie. (1)

SANWAR
3e CATÉGORIE JEUNES TALENTS
Salon Guangzhou / Chine

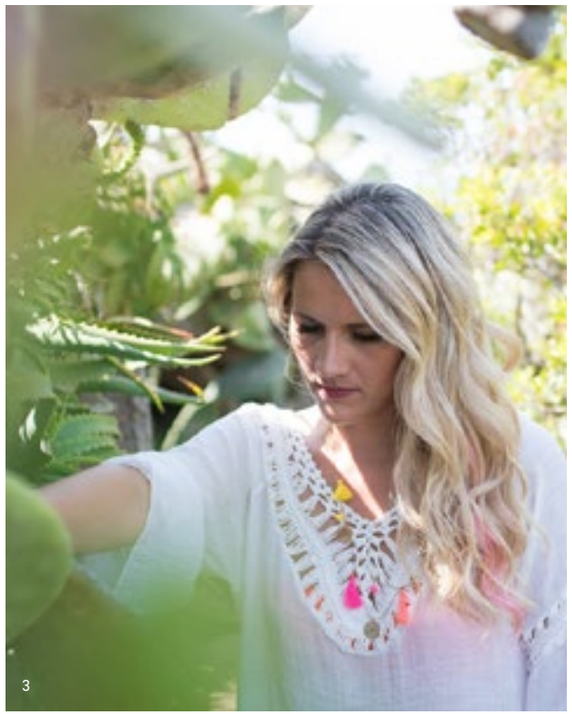
Univers pop mutin avec ce carré géométrique coloré : beaucoup de grâce dans cette proposition cajoleuse et rebelle. (2)

ALICIA MUNIER
4e CATÉGORIE JEUNES TALENTS
Salon Lingolsheim / France

Les tresses déstressent dans cette tentative hautement élaborée : une manière de revisiter la tradition pour accéder à une forme subtile de modernité. (3)

1

2


3

LYDIA NICOLAS
VICE-LAURÉATE CATÉGORIE PRIX DES INTERNAUTES
Salon Sélestat / France
L'espièglerie se joue ici des conventions : une touche mutine, une petite pointe d'insolence dans cette coupe souriante et éclatante. (1)

YUKO ISHIKAWA
3e CATÉGORIE PRIX DES INTERNAUTES
Salon IMS Fukuoka / Japon
Fluidité et évanescence des formes atteignent un sommet, avec cette coupe qui joue sur des effets subtils de transparence. (2)

LAURA EGELE
4e CATÉGORIE PRIX DES INTERNAUTES
Salon Obernai / France
Avec cette coupe, le glamour prend bien des détours pour se révéler dans cette approche très romantique, mélancolique et intemporelle. (3)

CroisiEurope
les croisières, c'est notre métier

DU CAMBODGE AU VIETNAM
LE MÉKONG
Des temples d'Angkor au delta du Mékong

CIRCUIT-CROISIÈRE DE 11 JOURS / 10 NUITS À PARTIR DE MARS 2020

PHNOM PENH - PALAIS ROYAL

TOUTES LES VISITES INCLUSES
Découverte de : Siem Reap, Phnom Penh, Hô-Chi-Minh Ville
Unique et inoubliable navigation sur le canal Chao Gao au Vietnam
Visite de 4 temples emblématiques d'Angkor : Banteay Srei, Angkor Wat, Ta Prohm, Angkor Thom
Rencontres avec les villageois et découverte de leur mode de vie : Koh Chen, My Tho,...
Possibilité d'extension de 4 à 7 jours au Vietnam

RENSEIGNEMENTS DANS VOTRE AGENCE DE VOYAGES HABITUELLE OU www.croisieurope.com

IM067100025 - Réf. 1H3/1R3 - Photos non contractuelles - Crédits photos : Live Studio , Shutterstock - CreaStudio 1912046.

Être femme

Par Maud Poussin

Égéries de la marque Kraemer, Mademoiselle Soph et Kathia Martin invitent les femmes à oser davantage.

MADEMOISELLE SOPH

Mannequin et conseillère en image

Sophie Dorn, alias Mademoiselle Soph, débute très tôt dans le mannequinat : à l'âge de 15 ans, elle commence à participer à des premiers défilés dans la région. Repérée par des agences, elle débute dans le métier, mais décide de partir à l'étranger pour des raisons familiales. Sa carrière, elle la met sur pause jusqu'à son retour en France il y a quelques années. « Au moment de reprendre ma carrière de mannequin, j'ai pu m'appuyer sur le carnet d'adresse que *je m'étais constitué avant de partir. J'ai eu beaucoup de chance : ça a repris très vite !* »

Cette superbe brune constate cependant que le métier de mannequin nécessite une totale disponibilité et qu'il lui faut trouver un équilibre et la possibilité de s'occuper de ses enfants. Une voie s'ouvre à elle : le conseil en image. « Je me suis rendue compte que j'ai toujours aimé faire cela et je me suis professionnalisée. » Les réseaux sociaux, et notamment Instagram sur lequel elle est très active, lui offrent une vraie visibilité. « Les réseaux sociaux constituent de nouvelles plateformes de communication, nous explique-t-elle. *Mon usage à la base était celui du simple partage. Mais les retours que j'ai reçus m'ont encouragée à aller plus loin que la simple mise en avant de mes looks.* »

Ceux qui la suivent régulièrement le savent : Mademoiselle Soph affiche un certain éclectisme dans ses choix, elle part d'une forme que l'on pourrait juger classique pour éclater les codes « avec ces *petites choses personnelles glanée dans [son] dressing.* » Il en résulte un univers bien à elle, avec une touche un peu rock et sa coupe de cheveux courte qui la distinguent d'emblée. Ce qui la démarque également c'est la générosité qu'elle place dans la relation qu'elle entretient à sa communauté : l'adresse est directe, le sourire éclatant. Cherche-t-elle à dégager une forme d'humanité dans un milieu parfois sévère ? « *J'ai appris* à poser *auprès des professionnels*, nous explique-t-elle, *mais en dehors de cela je suis une personne comme tout le monde, d'une nature très positive. Les gens qui me connaissent personnellement me retrouvent telle que je suis.* » Elle restitue cet état d'esprit d'ouverture avec un crédo : renforcer la confiance en soi. « Tout cela part d'un constat : certaines femmes peuvent se heurter à la question de l'âge ou des moyens. J'essaie de leur montrer que la vraie question *qui se pose est celle de la volonté. Au-delà des codes esthétiques, le soin qu'on apporte à une tenue peut changer le cours des choses, que ce soit d'un point de vue professionnel ou plus personnel.* » Pour cela, elle amène les personnes, à qui elle est amenée à prodiguer ses conseils, à sortir de leur zone de confort. Elle leur permet ainsi de se révéler à elles-mêmes, parfois malgré elles, « à prendre *les choses en main et oser* ! »

www.mademoisellesoph.fr

Photo : Estelle Hoffert

KATHIA MARTIN

Coach professionnelle & animatrice radio

Les Strasbourgeois connaissent bien sa voix : Kathia Martin est l'une des Grandes Girls, l'émission anciennement diffusée sur Judaïca, désormais programmée sur Top Music. Ils connaissent également son image parce qu'elle est depuis quelques années l'une des égéries du groupe Kraemer dont on peut voir s'afficher sa jolie frimousse rousse dans certaines images défilant en salon.

Elle représente la cliente Kraemer dans sa vie sociale et ses aspirations, mais Kathia est bien plus que cela : en tant que coach de métier pour des institutions – le Conseil de l'Europe, Würth ou Mars –, elle apporte toute son expertise pour accompagner les transformations que vit la cliente au quotidien. Pour cela, elle a réalisé des capsules vidéo à destination des salons Kraemer sur des thématiques aussi variées que la « motivation », la « rencontre » ou le « 50/50 » (50 % de pensée positive et 50 % de pensée négative). « Quand la cliente vient chez le coiffeur, elle passe un bon moment, nous expose-t-elle. *Elle vient se faire belle, mais c'est l'occasion pour elle de repartir avec l'une ou l'autre astuce pour la vie.* » Ces vidéos sont sous-titrées afin d'être lues dans l'instant d'attente qui précède le bac à shampooing ou durant le coiffage. Elles constituent un service en plus, des messages informatifs et ludiques personnels. « Quelques clés, nous précise Kathia, *pour se sentir encore mieux aussi bien dans sa tête que dans son corps.* »

Tout cela s'inscrit dans la continuité de ce que Kathia a toujours cherché à défendre : un engagement féministe qui passe aussi bien par la voix qu'elle porte via les Grandes Girls ou en tant que membre du collectif de coachs femmes NOOTOOT qui accompagne les transformations en entreprise en s'appuyant sur les valeurs féminines, que par cette fonction d'égérie. « Pour moi, le message est global : celui d'une femme active, engagée dans des causes qui font sens pour elle, bien dans sa peau et qui *parle aux autres femmes.* » Elle voit à l'ensemble de ses activités un dénominateur commun : « une énergie féminine, une force au féminin. Quand j'endosse mon rôle d'égérie, je ne me contente pas de donner une image, mais bien de porter ces valeurs positives qui nous invitent à oser, *assumer nos différences, changer et surtout à nous faire confiance avec au bout une finalité : faire en sorte que la vie que nous créons puisse nous rendre heureuses.* »

www.kat-com.fr

STRASBOURG
ultima

PRÊT A PORTER/ CHAUSSURES / SACS
FEMME / HOMME

ULTIMA
3,4 ET 8 PETITE RUE
DE L'EGLISE
03 88 21 91 66

ULTIMA HOMME
16, RUE DE LA
MÉSANGE
03 88 64 88 67

ULTIMA BIS
34, RUE THOMANN
03 90 22 19 23

GUCCI, PRADA,VALENTINO, DIOR, GIVENCHY, BALENCIAGA,
FENDI, ISABEL MARANT, DSQUARED2, STONE ISLAND, MAISON
KITSUNÉ, OFFICINE GENERAL, ACNE STUDIOS,MONCLER ,
GIUSEPPE ZANOTTI, TOD'S, HOGAN

La beauté de l'instant

Par Emmanuel Abela

La coiffure s'adapte à une nouvelle temporalité qui fait le lien entre délice de l'instant et l'éternité de la beauté.

“ L'avenir est la partie la plus sensible de l'instant». ”

Paul Valéry

La question du temps se pose aujourd'hui comme la chose centrale de nos vies. À force de nous répéter que « c'est de l'argent », on finit par lui courir après comme une fuite éperdue. Notre ultra-connexion nous donne un sentiment d'omnipotence et d'ubiquité – nous nous déplaçons à la vitesse de la lumière et multi-conversons avec une foultitude de personnes connues et inconnues – ; des liens, des relations se forment, dont certains non négligeables. Bref, nous existons dans la multiplicité, et c'est plutôt heureux.

Nous avons l'illusion de devenir les maîtres du temps, parce que nous gérons, en temps réel, tant de décisions : un coup de téléphone ici, un SMS là, un coup d'œil sur nos réseaux, un post en direct, un like, tout cela en « même temps ». Nulle réserve à cela – nous ne rejoindrons pas ici la cohorte des censeurs ! –, c'est l'époque qui le souhaite fortement, les jeunes générations, et parfois même les moins jeunes, sont programmées mentalement pour cela : elles vivent la simultanéité de l'action comme une évidence, et sans forcément perdre ni en lucidité ni en cohérence, même si certaines études nous alertent à ce propos.

Le monde s'en trouve rétréci, mais pourquoi nous montrerions nostalgiques d'un temps pas si lointain où un coup de téléphone à l'autre bout de la Terre nous semblait chose impossible, où les déplacements prenaient autant de temps que le séjour lui-même, où l'information se résumait à la gazette du matin ou aux informations télévisées. Aujourd'hui, tout nous semble merveilleusement accessible. La conséquence – et c'est le danger principal – est une certaine uniformisation de nos habitudes, tout comme la négation des spécificités ou de la richesse de chacun. Mais l'on sait aujourd'hui que cette accélération du temps favorise aussi l'émulation planétaire : un son électronique produit à la maison, dans un *basement* à Londres, à San Francisco ou à Séoul peut avoir une résonance dans le monde entier, donnant ainsi raison à la théorie de l'« effet papillon » telle qu'elle avait été énoncée de manière prémonitoire par le scientifique Edward Lorenz en 1972. Souvenons-nous, « *Le battement d'ailes d'un papillon au Brésil peut-il provoquer une tornade au Texas ?* » disait-il lors d'une conférence publique. On le sait aujourd'hui, la réponse est « oui ». Ce battement d'aile correspond à mille choses, le dessin d'un gamin dans sa chambre, un coup de pinceau sur une toile, le croquis de la voiture du futur, l'esquisse d'un nouveau quartier sur un plan, trois notes manuscrites dans un carnet Moleskine, la mise en boucle d'un beat en 128 battements par minute sur un logiciel de montage son ou un simple clic sur un PC : les répercussions sont infinies dans un monde globalisé, où l'instantanéité est reine.

Et la coiffure dans tout cela ? Elle garde ses codes, mais évolue avec son temps. Plus que jamais la femme d'aujourd'hui est libre ; elle révèle les différents aspects d'une personnalité complexe. Changeante, mouvante, émouvante, elle livre des parts d'elle-même au gré de ses envies. Elle aussi est ultra-connectée, elle se sent « concernée » par tout ce qui l'environne ; elle interprète la tendance, l'anticipe dans un mouvement incessant qui la place au centre des préoccupations. Elle s'expose et enrichit la mémoire de la mode avec ses posts réguliers. Lesquels constituent une base de données riche en enseignements sur les désirs qui la constituent : la personnalisation va dans le sens de l'immédiateté de la satisfaction du désir du moment, mais sa personnalité véritable, elle, s'appuie sur la somme de ces désirs satisfaits, comme si le puzzle se reconstituait à terme, et pas à pas. Il suffit de suivre certaines de nos amies sur Instagram pour le confirmer : la coupe du jour n'est pas celle du lendemain, et la variété des tentatives, plus que jamais, dit tout de son unité qui se décline à l'infini.

En entrant dans le salon, la femme d'aujourd'hui n'exprime plus une envie isolée, mais bien une multiplicité d'exigences – double, voire une triple envie implicite. Chacune de ses exigences contient sa part de contradictions – autant de contradictions à prendre en compte. Mais, avec sa soif de vitalité et son envie de renouvellement, elle reste en parfaite

« Une fois entrée dans le salon, la cliente vit une double temporalité, paradoxale : dans l'instant et sur la durée. »

cohérence avec un monde qui bouge sans cesse et épouse la réalité plurielle de son temps.

Une fois entrée dans le salon, la cliente vit une double temporalité, paradoxale : dans l'instant et sur la durée. En effet, elle se livre au regard de sa communauté en temps réel sur les réseaux sociaux – Instagram, nous en parlions précédemment –, mais elle se met en quête d'éternité, celle qu'on associe à la beauté. Elle le fait dans l'intimité pour son entourage immédiat, seul garant de ce qu'elle est fondamentalement. On le constate, une double temporalité : instant et durée. Et une double adresse : communauté plus ou moins éloignée et entourage immédiat.

Mais revenons à l'« instant », ce « point de la durée qui n'a lui-même aucune durée ». L'instant est fugace, or il contient une promesse d'avenir. Comme le dit l'écrivain Paul Valéry, « l'avenir est la partie la plus sensible de l'instant ». C'est cet avenir, et naturellement cette part de sensible contenu dans l'instant, que le coiffeur se doit de tutoyer, de toucher du bout du geste. Comment s'y prend-il pour s'adapter à cette double temporalité ? Pour cela, nul secret : il lui faut se projeter dans cette image doublement temporelle de sa cliente, dans un mouvement qui l'unit, le connecte littéralement à elle, et rien qu'à elle, avec la volonté de faire durer cet instant, indéfiniment.

Le sociologue David Le Breton disait que « face au monde, l'homme [et par conséquent la femme] *n'est jamais un œil, une oreille, une main, une bouche ou un nez, mais un regard, une écoute, un toucher, une gustation ou une olfaction.* »

Le coiffeur doit épouser la somme de ces sens pour accéder à l'unité de la personne. Le temps joue en sa faveur : l'écoute, le regard et le toucher qu'il saura invoquer entreront en résonance avec les sens de la personne, dans une situation quasi-fusionnelle non dénué de magie. Interrogez les clientes, elles vous le diront : tout cela commence dès le bac au moment du lavage. Ne serait-ce que le massage du cuir chevelu initial ouvre la porte à un monde de volupté… L'échange diagnostique qui suit n'en est que facilité, le processus est lancé.

Quelle que soit sa durée finale, l'ensemble de la prestation constitue ce que nous pourrions qualifier d'« instant de soi », autrement dit cette forme sublime d'un instant étiré à l'infini, sensible et sensuel, comme un long arrêt sur image, qui laisse libre court à une imagination démultipliée. Il est « pour soi » comme il est « pour chacun d'entre nous ». En cela, il concerne notre humanité tout entière, dans ce mouvement qui nous renvoie – bénéfice de ces temps étrangement solaires – à l'universel. Une manière d'aller à rebours du phénomène d'accélération constant, sans le nier pour autant, mais lui donnant un sens nouveau : une temporalité nouvelle, lumineuse et extensible à souhait, à mi-chemin entre pureté de l'instant et éternité.

New Icons

Par Maud Poussin

Actrices, musiciennes, mannequins et activistes, elles constituent une jeune génération consciente de sa capacité à bousculer les idées reçues.

BILLIE EILISH ↑
L'effrontée

Le phénomène est planétaire et que vous le vouliez ou non, alertés par vos enfants ou pas, vous avez tous fredonné la petite ligne de basse de son hit *Bad Guy*. Il faut dire qu'on n'a pas vu un tel esprit de créativité depuis longtemps : la môme, rendez-vous compte, n'a que 17 ans ! Elle multiplie les records de précocité et surtout elle ne doute de rien artistiquement, au point parfois de nous éprouver visuellement. Bref, on n'a pas fini de l'aimer beaucoup.

CHARLI XCX →
La déjantée

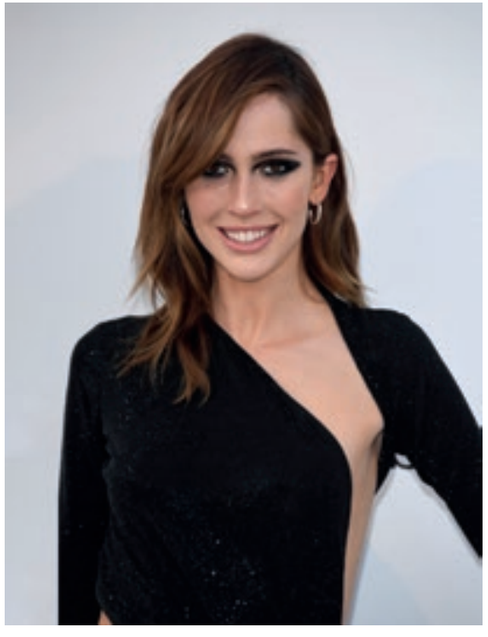
Avec elle, tout est dans l'excès. C'est même dit dans son nom plein de mystère. Et si elle joue de sa plastique généreuse, c'est aussi pour mieux nous prendre dans ses filets. Charlotte Aitchison – c'est son vrai nom – n'a pas son pareil quand il s'agit d'emballer son petit monde. Après, comment lui résister ? Elle sait y faire, la petite. Et puis finalement, pourquoi lui résister ? Sa pop est enlevée, la jeune femme est décidée, émancipée, elle a tout pour durer.

ANGÈLE ←
La sublime

Elle, c'est l'artiste belge devenue la petite fiancée des Français. En moins d'un an, Angèle a été vue partout, y compris sur la scène prestigieuse du Palais des Festivals à Cannes lors de la remise de la Palme d'Or. La jeune femme est enthousiaste et frondeuse. Avec elle, *« le spleen n'est plus à la mode »*, mais cela ne signifie pas pour autant qu'il ne faille plus se sentir concernés. Bien au contraire, avec elle, la prise de conscience est totale, elle est même salutaire.

TEDDY QUINLIVAN ↓
La fabuleuse

Repérée comme la mannequin de l'année par le magazine *Out*, l'américaine Teddy – Theodora pour les intimes ! – présente la particularité de s'être déclarée transgenre il y a quelques temps et d'avoir été l'une des figures de proue du mouvement quand le Président américain s'en est ouvertement pris à la communauté. Aujourd'hui, elle est l'un des modèles les plus en vue, elle fait le buzz partout où elle passe, avec grande élégance et une extrême intelligence.



EMILIA CLARKE ↑
La truculente

Ah Emilia, si vous n'avez pas suivi la série *Games of Thrones*, vous ne pouvez pas savoir ! Et pourtant elle est de loin la figure de l'année avec le final que l'on sait et dont il est inutile ici de spolier le dénouement pour les retardataires. Et puis, elle est rayonnante, drôle, à chacune de ses interventions télévisions : un rayon de soleil, un cœur, une bouffée d'air frais. Pas étonnant qu'Obama – trois têtes de plus que le bout de chou – ait gentiment succombé à son charme irrésistible.

Collection
Été 2019

SUN RISE

Que trouve-t-on de plus beau qu'un lever de soleil ?

La promesse de l'aube est de celles qu'on tente de tenir tout au long de la journée. Pour cela, il faut parfois se mettre à la hauteur de nos plus nobles ambitions.

La collection printemps-été pour femmes Kraemer y contribue pleinement ; elle facilite le lâcher-prise avec des carrés mi-longs et des coiffés-décoiffés subtils ou des cheveux plus longs, légèrement ondulés, qui se posent délicatement sur le corps.

La fraîcheur du matin y trouve sa plus belle expression. Le réveil se fait en douceur, la journée se prépare. Assurément, elle sera belle et pleine de réussite.

DIRECTEUR ARTISTIQUE
Yannick Kraemer

MAKE UP
Lydie Ierace

PHOTOGRAPHE
Fabrice Keusch

COIFFEURS
Laura Wencker, Lydia Nicolas, Benjamin Stalter et Silviano Di Gisi

Collection
Automne-Hiver
2019

GOLD IS SEASON

L'homme vit un bel automne,
Plein d'une énergie renouvelée.

Avec des coupes structurées,
Volumes amples et longueur maîtrisée,
Il nous fait croire à une sagesse retrouvée.

Or l'homme garde sa part de déraison
Et une envie de vivre intacte :
D'or et de lumière.

Gold is the reason,
Gold Season

DIRECTEUR ARTISTIQUE
Cedric Valentin

COIFFEURS
Cedric Valentin
et Eric Speich

STYLISME
La loggia

PHOTOGRAPHE
Steeve Josch

L'homme nouveau

Il est né, l'homme 3.0 : soucieux de son image, connecté et narcissique.

Pharrell Williams
Le sobre

Dans un magazine de coiffure, c'est le faux-ami : coupe ultra-courte et couvre-chef ou bonnet, c'est selon. Mais Pharrell c'est décidément la classe absolue !

La mode masculine emboîte le pas à son équivalent féminin : à l'ère des réseaux, elle travaille davantage l'imaginaire et les matières. En coiffure, il en va de même : le classique côtoie l'avant-garde dans des allers-retours qui mettent en avant l'affirmation plastique de la coupe homme. Chacun, à sa manière, tente de mettre en valeur quelque chose qui dépasse le cadre du pur masculin pour s'aventurer sur des territoires nouveaux. La révolution des genres y prend sa part, mais au-delà de cela, c'est l'attention particulière que prête désormais l'homme à sa tenue et à ses cheveux depuis près de deux décennies qui invite les créateurs à davantage s'attacher à renouveler les formes. Certains codes demeurent, mais ils sont éprouvés avec une créativité renforcée : il s'agit de creuser un sillon, jusqu'alors resté timide dans ses engagements, et y aller plus profondément dans l'affirmation du style.

Chris Hemsworth ↑
Le classique

On ne peut pas dire que l'acteur australien renverse les codes : il s'inscrit dans la lignée des mâles, très mâles, et c'est tant mieux !

BTS ↑
La nouvelle vague

V, Suga, Jin, Jungkook, RM, Jimin, J-Hope mettent en émoi la planète entière ; ils fixent la tendance du moment.

Vincent Cassel ←
L'éternel

Depuis ses débuts, le beau garçon du cinéma français ne s'est jamais détourné de sa classe naturelle : de plus, avec les noces en août qu'il a célébrées avec la somptueuse Tina Kunakey, il vit une seconde jeunesse. On lui souhaite beaucoup de bonheur.

Kit Harrington ↑
L'incontournable

Depuis plus de huit ans, Le jeune homme est devenu la référence : il se joue des codes et cultive son personnage soft et smart, très Jon Snow, quoi ! Ne venez pas lui dire qu'il n'en sait rien.

Comme nous l'indique clairement les tendances du récent concours Go Creativ initié par les équipes du groupe Kraemer, la liberté créative emprunte des voies insoupçonnées : la poésie, gage de pérennité, est de mise dans un contexte qui, il y a quelques années, s'y serait refusé ; les couleurs sont là, l'esthétique se veut séduisante, des formes très graphiques s'invitent avec mesure et élégance.
L'homme nouveau 3.0 est né. Qu'il soit vintage, pop, mix and match, smart, hype, manga, néo-romantique, carrément purple ou qu'il cultive encore un peu le sens du dramatique à l'ancienne, il se révèle dans toute sa splendeur passée et à venir. En toute diversité, en toute virilité, sans occulter – enfin, dirions-nous ! – sa part de féminité, avec un goût de plus en plus prononcé pour la viralité narcissique sur Internet, dont il maîtrise désormais les codes comme son égale féminin.

Brad Pitt ↑
L'indémodable

Le temps n'a pas de prise sur lui. Brad reste une valeur sûre du masculin roi.

Leonardo di Caprio ←
Le sage

Il est peut-être l'irréprochable du cinéma hollywoodien, celui dont cherche la faille. L'ami Leo, non content d'être l'acteur que l'on sait, épouse les belles causes humanitaires et notamment celle de l'environnement. On soutient son engagement !

STRASBOURG - 22 Rue De La Mésange - T 03 88 23 08 08
CANNES - 19 Rue Des États-Unis - T 04 93 38 61 07
BORDEAUX - 20 Rue Vital Carles - T 05 56 44 85 06

high-everydaycouture.com

La beauté pour tous

La beauté ne devrait pas être un luxe, mais un droit pour tous. Avec la gamme Kraemer, à chacun son produit en fonction de ses besoins spécifiques. Sélection affinée pour les femmes et les hommes.

Par Salomé Ernst

La gamme de produits Kraemer a été pensée pour gagner en clarté et en simplicité, le but étant que les consommateurs repèrent facilement les produits destinés à tout type de cheveux. En prenant en compte les nécessaires exigences de notre époque, la marque souhaite que ses produits soient non seulement respectueux de l'environnement et des animaux, mais qu'ils garantissent une pleine efficacité à un prix abordable.

Le saviez-vous ?

+ Tous les produits Kraemer sont vegan et non testés sur les animaux. Il s'agit d'un réel engagement pour la marque.

+ Les produits Kraemer sont fabriqués en Europe, en Allemagne plus précisément.

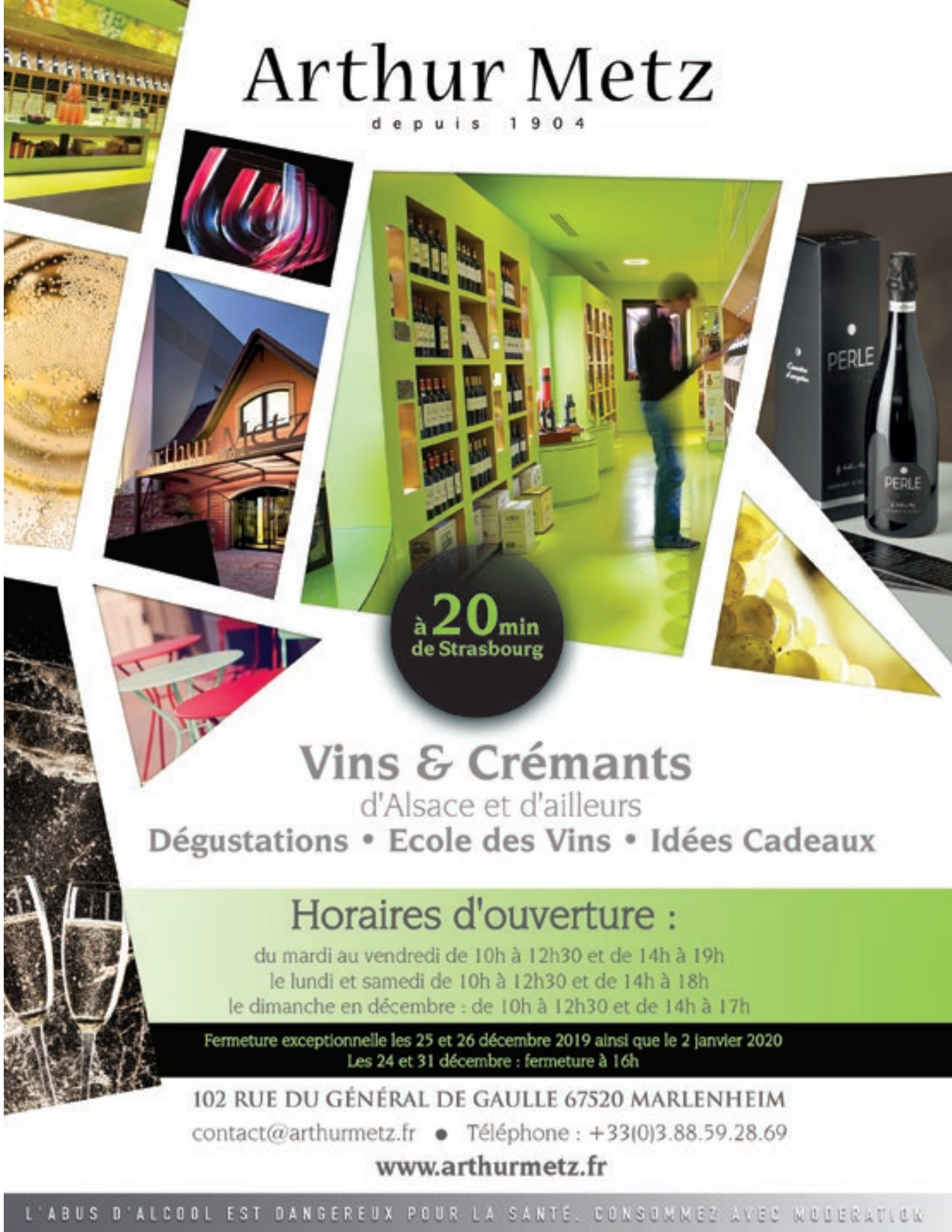
Elixir Oil
Répare en profondeur les cheveux abimés et secs. Son mélange de cinq huiles, jojoba, de kendi, d'argan, d'avocat et de noix de macadamia, garantit une brillance satinée et une forte hydratation. L'huile d'avocat stimule également la régénération des cellules et est utilisée pour prendre soin des peaux sèches, gercées et abimées. À utiliser après le shampooing sur cheveux humides sans besoin de rincer.

La gamme Botanic rafraichissante Homme
Les produits Kraemer s'adressent aussi à un public masculin. La gamme rafraichissante Homme permet, grâce à un nettoyage doux associé à une revitalisation du cuir chevelu, une amélioration de la circulation sanguine et donc de réduire la chute de cheveux. La gamme se compose d'un shampooing et d'une lotion tonique qui favorisent la croissance des cheveux. Les ingrédients principaux de cette gamme sont le menthol – connu pour ses propriétés apaisantes –, le gingko biobé améliorant la circulation sanguine et le panthéol aux propriétés anti-inflammatoires et anti-démangeaisons. Un cocktail qui adoucira le cuir chevelu tout en fortifiant les cheveux.

La gamme revitalisante
Spécialement conçue et réfléchie pour les cheveux abimés par les traitements tels que les colorations, l'utilisation de sèche-cheveux, lisseurs ou même un air trop sec, la gamme revitalisante soigne et entretient le cheveu. Un véritable rituel pour les cheveux colorés, la gamme se compose d'un shampooing, d'un lait et d'un masque. L'extrait de sucre de cassia présent dans les produits permet de combattre l'assèchement des cheveux et même de la peau.

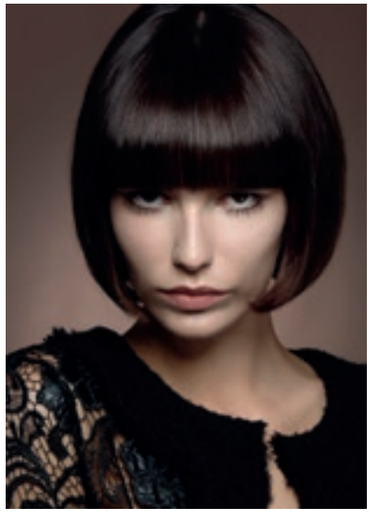
Spray démêlant protecteur
Ce produit aide à adoucir et hydrater la structure capillaire. Une fois le produit appliqué, les cheveux sont plus faciles à brosser, plus brillants. En plus de cela, il protège les cheveux de la chaleur et permet réaliser les coiffures les plus élaborées sans risquer d'abimer vos cheveux. Ce produit convient également aux enfants.

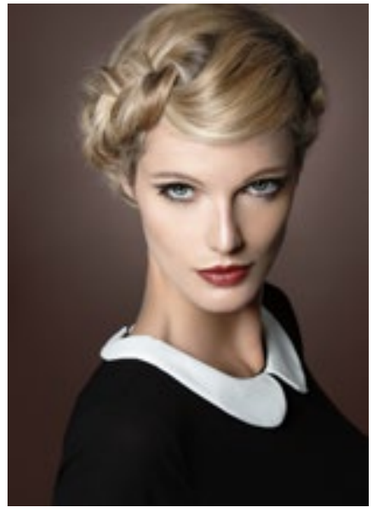
La Candy Crème Kraemer
Un produit unique. Un soin sans rinçage façon bombe chantilly. Il procure une forte hydratation pour les cheveux secs et abimés. Ce produit préserve également la couleur et démêle les cheveux sans coller. À base de protéine de blé, de protéine de riz, d'huile d'argan et d'acide hyaluronique qui améliore la structure des cheveux. La protéine de blé exerce un effet hydratant, réparateur et rajeunissant, ses bienfaits se font remarquer sur la peau comme sur les cheveux. Le résultat après utilisation de la Candy Crème : des cheveux embellis, plus lisses, plus doux et plus brillants.
Pour plus d'informations demandez conseil à votre coiffeur Kraemer

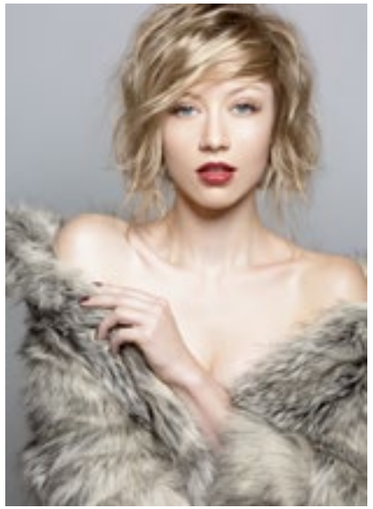


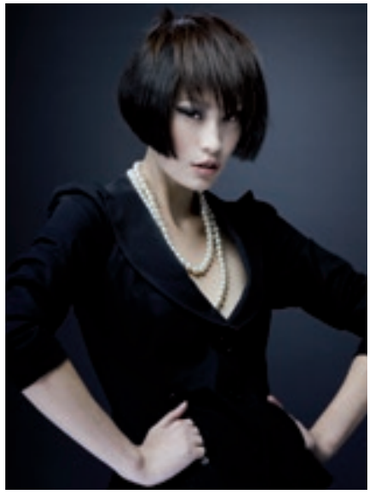
Best-of Collections

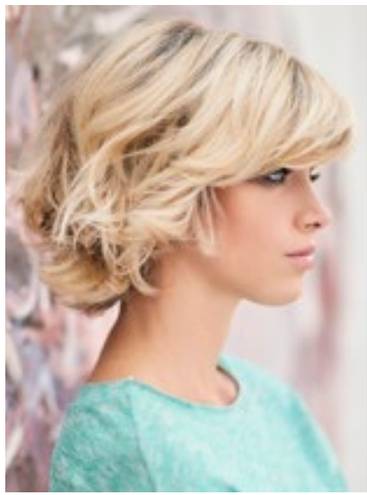
Les collections Kraemer sont l'expression collective de la créativité des collaborateurs du groupe. **A l'occasion des 10 ans du magazine, nous les redécouvrons : intemporelles.**

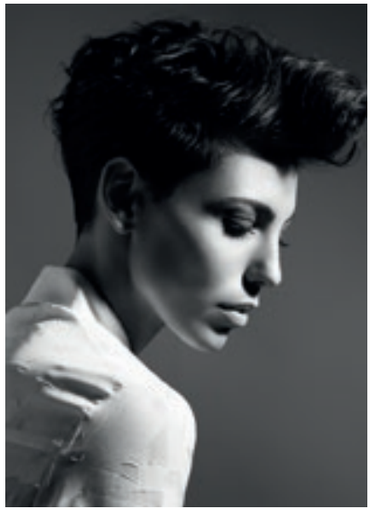












RESTAURANT

LA CASSEROLE

CÉDRIC KUSTER

LA CASSEROLE
VOTRE ÉCRIN POUR UNE PARENTHÈSE
DÉLICIEUSEMENT GOURMANDE...

24 RUE DES JUIFS - 67000 STRASBOURG
03 88 36 49 68 - INFO@LA-CASSEROLE.FR
WWW.LA-CASSEROLE.FR

© www.autrentedeux.com

Kraemer
Paris

KRAEMER

Paris
39 rue Cardinet,
17ème arrondissement
Tel : 01 47 64 48 45

Strasbourg
13, rue de la Mésange
Tel : 03 88 32 87 95

CC 24, Place des Halles, 1er étage
Tel : 03 88 22 50 18

40, rue des Jeu des Enfants
Tel : 03 88 22 79 79

93-95, Grand'Rue
Tel : 03 88 21 01 10

14, place Broglie
Tel : 03 88 32 94 32

25, rue du Fossé des Tanneurs
Tel : 03 88 32 46 40

CC Rivétoile, 3 Place Dauphine
Tel : 03 88 31 23 12

111, rue Boecklin
Tel : 03 88 31 61 20

21, Avenue de la Forêt Noire
Tel : 03 88 61 79 35

CC Auchan Hautepierre
Tel : 03 88 26 09 00

Ajaccio
9, rue du Maréchal Ornano
Tel : 04 95 25 14 06

Barr
19, Grand'Rue
Tel : 03 90 57 32 26

Bischheim
50, route de Bischwiller
Tel : 03 88 33 33 63

Bordeaux
39, cours pasteur
Tel : 05 56 92 63 64

Cannes
11, rue Victor Cousin
Tel : 04 93 99 45 33

Hôtel Martinez
73 boulevard de la Croisette
Tel : 04 92 98 74 90

Diemeringen
42, Grand' Rue
Tel : 03 88 00 40 32

Institut, 44, Grand' Rue
Tel : 03 88 01 27 16

Dijon
3, Boulevard de Sévigné
Tel : 03 80 30 64 64

Haguenau
120, Grand'rue
Tel : 03 88 86 85 14

La Wantzenau
24, rue des Héros
Tel : 03 88 37 08 29

Le Raincy
95, avenue de la Résistance
Tel : 01 43 81 02 85

Lingolsheim
60, rue du Maréchal Foch
Tel : 03 88 77 11 00

Lunéville
44, rue Banaudon
Tel : 03 83 74 43 76

Mundolsheim
CC Cora RN63
Tel : 03 88 19 95 89

Mutzig
50, rue du Maréchal Foch
Tel : 03 88 38 03 30

Nantes
11 bis rue Maréchal de Lettre de Tassigny
Tel : 09 53 26 17 65

Nancy
73 rue Saint Dizier
Tel : 09 81 62 27 97

Obernai
24, rue des Erables
Tel : 03 88 83 32 32

Sélestat
13, rue des Marchands
Tel : 03 88 82 85 94

Vendenheim
7, rue des Artisans
Tel : 03 88 20 12 02

KRAEMER LABELLISÉS

Strasbourg
181B, Route de la Wantzenau
Tel : 03 88 41 84 71

11, rue de Boston
Tel : 03 88 60 35 67

8, rue de Sélestat
Tel : 03 88 45 10 92

232, Route d'Oberhausbergen
Tel : 03 88 30 03 33

80, route de Mittelhausbergen
Tel : 03 88 12 21 89

44bis, Quai des Batelier
Tel : 03 88 52 08 79

Bennwhir
35, rue du général de Gaulle
Tel : 03 88 49 01 45

Boersch
14, Rue Monseigneur Médard Barth
Tel : 03 88 04 96 76

Chaumont
4, rue des Halles
Tel : 03 25 32 00 76

Colmar
42, rue du Nord
Tel : 03 89 23 32 06

Forbach
4, rue Sainte Croix
Tel : 03 27 88 14 14

Hatten
4, rue de Wissembourg
Tel : 03 88 80 01 09

Molsheim
16, rue des Etudiants
Tel : 03 88 38 20 69

Montpellier
23, rue St Guilhem
Tel : 04 67 55 04 50

Oberhausbergen
71, route de Saverne
Tel : 03 88 27 04 36

Obernai
70, rue du Général Gouraud
Tel : 03 88 95 44 33

Ostheim
2, rue de Jebsheim
Tel : 03 88 49 04 46

Ostwald
4, Allée René Cassin
Tel : 03 88 28 24 66

Saint-Médard-de-Guizières
61 bis, rue de la République
Tel : 05 57 40 27 75

Schiltigheim
103, route du Général de Gaulle
Tel : 03 88 33 07 74

KRAEMER À L'ÉTRANGER

> ALLEMAGNE

Hirschstraße 2, Baden-Baden
Tel : 00 49 (0) 7221-70 23 693

> CANADA

2127-3779 Sexmith, Road Richmond, Vancouver
Tel : 00 1 778-297-9927

> CHINE

Shanghaï
Shop L 383, L 3F, Xingye Taiguhui Mall N° 288, Shimen 1 Road, Jingan District
Tel : 00 86 (0) 21 6237 3372

Shop L288 Shimen Road, Jingan District, N°L3 Level, unit L383, Xingtai Tai Hui Mall
Tel : 00 86 (0) 21 5255 6013

Shop L226, unit 2, Shangai the Mixc, N°1799, Wuzhong Road, Minhang District
Tel : 00 86 (0) 21 6488 6505

N°357-358, L3, north, Gateway Hang Lung Plaza n°1 Hongqiao Road XUhui District
Tel : 00 86 (0) 21 3368 3581

B1-15, 16 metro plaza, no°1111 Zhaojia Bang Rd. Xuhui District
Tel : 00 86 (0) 21 5466 5900

Chengdu
Room B 132-8, 1 Floor of underground, Chengdu Yingtai Center N° 1199, Tianfu North Avenue, Gaoxin District
Tel : 00 86 (0) 28 611 3288

Changsha
Shop 16, L3, Capitalland,112 Chazishan Dong Orad, Yuelu District Changsha
Tel : 00 86 (0) 73 1855 302 29

Shop 035-037, A Floor, Guojin Street, Wuyi Square, Tianxin District, Changsha
Tel : 00 86 (0) 73 1855 30618

Chongqing
Shop 5051, 5F, Raffles City, Xiaxi Road, Yuzhong District, Chongqing
Tel : 00 86 (0) 23 6303 3336

Hangzhou
Shop L5-05 N° 239, Yanan Road, Shangcheng District, Hangzhou
Tel : 00 86 (0) 571 8199 6810

N°258 Yanan Road, Shangcheng District, Hangzhou
Tel : 00 86 (0) 20 8348 8840

2L, incity, Wuchang Dadao West Avenue, Yuhang District, Hangzhou, Zheijang
Tel : 00 86 (0) 57 1887 3567

Huizou
N°15, Central Garden, Jiangbel Huizou Central Place, Huicheng District, Huizhou
Tel : 00 86 (0) 75 2211 2222

Shop 0508, B1, Huamo Mall, N°7 Wenchang yi Road, Huicheng District, Huizhou
Tel : 00 86 (0) 75 2211 1899

Shengyang
Room 3003&3003, 1,3 F Shengyang, K 11 Art Mall, Nanshanhao Street, Heping District
Tel : 00 86 (0) 24 3156 5789

Liuzhou
Shop 245, L2, The Mixc, Liuzhou, Guangxi
Tel : 00 86 (0) 77 2299 2282

Haikou
Shop F8-009, 8F, Friend Sunny City, N°2, Jinlong Road, Longhua District
Tel : 00 86 (0) 898 6852 6263

Guangxi
Shop 04-06, 2F, Logan Century, Zhongjian Road, Qingxiu District, Liuzhou
Tel : 00 86 (0) 77 1566 6881

Shop 2001, 1F, BBG, N°10, Guangchang Road, Nanning
Tel : 00 86 (0) 77 2299 2252

Guillin
Shop 5306, S3, The mixc, N°1, Hongling Rod, Guilin, Guangxi
Tel : 00 86 (0) 77 3759 5558

Guangzhou
Room 408,N°5,IFC Shopping Mall Zhujiang New Town,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8419 1022

B211,K11 Art Mall,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 208758 9929

Shop 101, N° 11, Zishanda Street, Jiangnanxi Road
Tel : 00 86 (0) 20 3409 6116

Shop 103, Metono, Department Store,
Nonglinxia Road
Tel : 00 86 (0) 20 8350 9477

1st Dongnan Road, g/f jinfuxing plaza, 88 Xintang dadao zhong
Tel : 00 86(0) 20 8267 5591

Shop N°10, Denton Sunshine, N°2 Haian Road, Pearl River Metro
Tel : 00 86 (0) 20 8349 0502

Huifu lu shop, Guangzhou city huifu song lu 503-505
Tel : 00 86 (0) 20 8331 0031

Baiyun 909 Sanyuanli Dadao
Tel : 00 86 (0) 20 3630 8820

47 Jiangnanxi Road Qingzhu Street
Tel : 00 86 (0) 20 8443 4198

The one Shopping Mall,
180 jiangnandadao district B, 5F
Tel : 00 86 (0) 20 3425 7429

Grandbuy shop Nonglinxialu meidong shopping mall -1 B103
Tel : 00 86 (0) 20 8765 7109

Shop 344, 3F Aeon Mall, Baiyun District
Tel : 00 86 (0) 20 8359 1085

Yuexiu
Shop 502-503, LAPERLE, NO.367, Huanshidong Road,Yuexiu District,GuangZhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8331 3466

Shop 1505A, 1F, China Plaza,Jiaochang Xi Road,YueXiu District,Guang Zhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8365 3330

Room 107, NO.49, Shuiyin Road,Yuexiu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0)20 3830 6149

7F, Wangfujing, Nonglinxia Road,Yuexiu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8765 7109

World Trade Center Shop 103A, 1F, N° 371, Huangshidong Road
Tel : 00 86 (0) 20 8760 6299

Comi City Shop, Room W2A020, 2F of underground, N° 1, Jixiand Road
Tel : 00 86 (0) 20 83331 0031

Comic city yuexiu district, jixiang lu N °1, underground mall 2F shop 2A020 shop
Tel : 00 86 (0) 20 6268 1991

Shop 416, N°332, Sunny Walk, Huanshi East Road, Yuexiu District, Guangzhou
Tel : 00 86 (0) 20 8306 4984

Tianhe
Shop 5A021-22,5F,Grand View,Tianhe Road,Tianhe District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3806 0499

Guangzhou IFC Shop, Room 60, 1 of underground, N° 5 Zhujiang West Road
Tel : 00 86 (0) 20 8419 1022

Happy Valley Shopping Center, Room 312-1,3F, N° 36 Machang Road
Tel : 00 86 (0) 20 8852 5751

Tianhebei Shop, Room 302A, N° 460, Tianhe North Road,
Tel : 00 86 (0) 20 3881 0898

Longkouxi Shop, Room 3 N°36 Longsheng street, Longkou West Road,
Tel : 00 86 (0) 20 8759 0049

Fashion Tianhe Plaza Shop, Room 065,1 – West 1 of underground, southdoor of the sports center, N° 299, Tianhe Road
Tel : 00 86 (0) 3826 9909

Tianhe 4063 Tianhebei Road
Tel : 00 86 (0) 20 3886 0732

Room 301,NO.232,Tianhe Road,Tianhe District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0)20 3899 2322

Conrad Hotel 6/F No.222 Xingmin Road Pearl River New Town, Tianhe District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3705 6578

Room 108,NO.50,Tiyuxi RD.Tianhe District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8569 4560

NO.402,4F,Grandbuy,Tianhe Road,Tianhe District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8928 6202

Shop 203a, L2, GT Land-spring Plaza N°2, Huacheng avenue, Tianhe District
Tel : 00 86 (0) 20 8565 6593

Shop 5B031, 5F, Tee Mall, Tianhe District
Tel : 00 86 (0) 20 8359 1085

Liwan
Room 328,3F, Metropolitan Plaza, NO.8 Huangsha Avenue.Liwan District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0)20 8124 0942

Shop 101,1F, Heye Plaza, NO.486 Kangwang Zhong Road.Liwan District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8173 7339

Xihua Shop, 1 of N° 548, Xihua Road, Huangzhou
Tel : 00 86 (0) 20 8106 3315

Shop B1- 0062, Hengbao Plaza, 133 Baohua Road, Liwan District
Tel : 00 86 (0) 20 8177 7961

Haizhu
1F,NO.545,Bingjiang Dong Road, Haizhu District ,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3425 7429

wRoom C201,NO.123,Shangdu Road,Haizhu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3414 6006

No.47,Jiangnan West Road,Haizhu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8443 4198

Room 508A,5F,District B,NO.180-182,Jiangnan Dadao,Haizhu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8419 5989

Room 201,NO 97,Jiangyan Road Haizhu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 8963 6340

Shop 101,No.11,Zishan Dajie,Jiangnanxi Road,Haizhu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3409 6116

Shop S36-S37,L2F,Rock Square,NO.106-108,Gongye Dadao,Haizhu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3195 2847

Shop 3027-3029 L3, Pazhou Poly Plaza N°2, Panlong new street, Haizhu District
Tel : 00 86 (0) 20 3195 0565

Panyu
Shop 15,2F,Chateau Star River Hotel,NO.1,Panyu Dadao Bei,Panyu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3479 0641

Shop 07,2F,NO.383,u-city,North of Panyu Dadao,Panyu District, Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3919 3442

wRoom W1026,1F,NO.393,Hanxi East Avenue,Nancun,Panyu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 2293 8886

Shop C8,1F,Star River Haiyi Penisula,NO.480,Shaxi Dadao,Nancun Town,Panyu District,Guangzhou
Tel : 00 86 (0) 20 3114 1880

Luoxl Shop, N° 1-41 Aoyuanbuilding, The Guangzhou Olympic Garden, Nuopu Street
Tel : 00 86 (0) 20 3452 1826

Shop 414, 4F, Tee Mal, N°366, Hanxi Dadao East Avenue, Panyu District
Tel : 00 86 (0) 20 8359 1085

Huadu
Room 4118,4F,Central One,Ziwei Road.,Xinhua Street,Huadu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3692 8686

Shop 21,Y1,building 1,NO.32,Xinhua Street,Fenghuang Bei Road,Huadu District,Guangzhou
Tel : 00 86 (0) 20 3696 0429

Shop 106,NO.35,Baihe RD,Xinhua Street.Huadu District,Guangzhou.
Tel : 00 86 (0) 20 3696 0429

World Trade Center Bulding
Room 2302, North Tower, 371 Huanshidong Road
Tel : 00 86 (0) 20 3761 0283

Shop 21,Y1, Building 1, N°32, Xinhua Street, Fenghuang Bel Road, Huadu District
Tel : 00 86 (0) 20 3696 3438

Zengcheng
Shop 146, Fengyanyan 2 Street, Fenghuangcheng, Guangyuandong road
Tel : 00 86 (0) 20 8245 1311

Zhongshan
Vip Room, Rm 5019, Block B Zhonghua International Center 33 Zhingshan 3rd road
Tel : 00 86 (0) 20 8348 8840

Foshan
Room 3026,3F,Jinshazhou Wanda,Middle section of Jianshe Avenue,Nanhai District,Foshan
Tel : 00 86 (0) 757 8592 9502

Shop 3-02,3F,Jinshazhou Grandbuy,Liguang Road,Nanhai District,Foshan.
Tel : 00 86 (0) 757 8937 9098

Shunde Baifu, 21-23, Baifulou, Fengshandong Road, Dailang, Shunde District
Tel : 00 86 (0) 57 2223 2022

Shop A32-A33, Mingmenhaoyuan, Dailangdong Road, Shunde District
Tel : 00 86 (0) 57 2228 9133

Foshan Creative Hub, Shop Foshan City, Changcheng Jihuasi Road
Tel : 00 86 (0) 57 8278 7227

Foshan city Shunde Daliang 29 Xinguizhong Eoad Junyu Garden
Tel : 00 86 (0) 57 9733 2228

Zuhai
Shop 32, Aoyuan Plaza, N°237 Meijie Road Xiangzhou District
Tel : 00 86 (0) 75 6860 8020

Shop F1- 008, 1F, MO Mall , N°2095, Gongbei Yingbin Nan Road Xiangzhou District
Tel : 00 86 (0) 75 6333 3486

Shop 10, n°22-23, Yifu Xincun, Weiji Road, Gongbei, Xiangzhou district
Tel : 00 86 (0) 75 6881 8498

Sichuan
Shop 502,5F, Wealth city , Jinan Dadao, Guangan District Sichuan
Tel : 00 86 (0) 82 6818 1897

Siège Kraemer Chine
Room 313-314, 3F Times Square N°28 of Tianhe Bei Road Tianhe District Guangzhou
Tel : 00 86 (0) 20 8359 1085

> CORÉE

Séoul
Kraemer Eiffel, Parkrio Sang-Ga A, 501 – ho, 5e étage, 20-6, Sincheon-Dong, Sonpa-Gu
Tel : 00 82 (0) 2 421 1856

9e étage, Jamsil Lotte grand magasin, Jamsil-Dong, Dongpa-gu,
Tel : 00 82 (0) 70 7012 9444

Parkrio Sang-Ga B 306– ho 3ème étage, 20-6, Sincheon-Dong, Songpa-Gu
Tel : 00 82 (0) 2 422 0980

Siège Kraemer Corée
Songpa
138-Songpa Seoul
Korea
Tel : 00 82 (0) 2 421 1856

> JAPON

Fukuoka
IMS Building 7F, 1-7-11 Tenjin, Chuo-ku Fukuoka 810-0001 Fukuoka
Tel : 00 81 (0) 92 734 77 33

Fukuoka ten, Fukuoka shi, chuo-ku, Tenjin 2-4-29
Tel : 00 81 (0) 9 2718 2533

Yakuin ten, Fukuoka shi chuo-ku, yakuin 1-7-3
Tel : 00 81 (0) 9 2734 7733

Kokura
802-0007 Fukuoka-ken, Kita-Kyushu-shi Kokura Kita-ku Senbamachi 123 Shiko'S2 3F
Tel : 00 81 (0) 93 512 77 88

Tokyo
177-0044 Tokyo-to, Nerima-ku Kamishakujii 2-chome 25-6
Tel : 00 81 (0) 33 594 38 57

Mito ten, Mito shi, Akatsuka 1-1
Tel : 00 81 (0) 2 9309 1231

Aeon Mall Tsukuba, Tsukuba shi inaoka 66-1
Tel : 00 81 (0) 029 896 61 83

Kami Shakujii-ten, nerima-ku, Shakujii Machi 3-19-12
Tel : 00 81 (0) 035 923 6476

Shajujii-koen ten, Nerima-Ku Shakujii machi 3-19-12-2F
Tel : 00 81 (0) 120 7964 76

1F, 6-49-2 Higashioizumi, Neri ma-ku, Tokyo 178-0063 Tokyo
Tel : 0081 (0)33 978 67 28

Sapporo
3 jo ten, Asahikawa-shi, 3 jo, 3 chome
Tel : 00 81 (0) 1 6623 7946

Midorigaoka ten, Asahikawa-shi, 3 jo, 3 chome
Tel : 00 81 (0) 1 6665 7022

KitaKyushu
Com city 2F, 3-15-3 Kurosaki, Yawanati-ku, Kitakyushu City
Tel : 00 81 (0) 9 2752 7788

Kunamoto
Portobello ten, Oita Saiki, Uchimachi 6-8
Tel : 00 81 (0) 9 7222 8481

Siège Kraemer Japon
IMS Building 7F, 1-7-11 Tenjin, Chuo-ku Fukuoka 810-0001 Fukuoka
Tel : 00 81 (0) 92 734 77 33

> ESPAGNE

Alicante
3, Carrer Pintor Agrasot
Tel : 00 34(0) 965 204 048

Badajoz
15, Calle Jacinta Garcia Hernandez
Tel : 00 34(0) 640 747 341

Murcia
11, Avenida Ronda Norte
Tel : 0034 (0) 968 299 693

Oviedo
39, Calle Asturias
Tel : 0034 (0) 984 044 553

Toledo
2, Calle Gilbratar Espanol - Torrijos
Tel : 0034 (0) 925 764 143

Valencia
4, Calle Grabador Selma
Tel : 0034 (0) 963 711 649

Avenida de Francia S/N, CC El Corte Ingles
Tel : 0034 (0) 963 303 792

Siège Kraemer espagne
Av. Grecia, 51, 30840 Alhama de Murcia, Murcia, Espagne
Tel : 0034 (0) 968 89 11 00

> MAROC

Marrakech
50, Avenue Mohamed 6
Tel : 00 212 (0) 524 448 324

> SUISSE

Crans Montana
23 rue Centrale
Tel : 0041 (0)27 481 35 80

Genève
2, rue Sigismond-Thalberg
Tel : 0041 (0) 227 311 230

Lausanne
6, Avenue de Rumine
Tel : 00 41 (0) 213 126 467

Monthey
33, avenue du crochetan
Tel : 00 41 (0) 244 717 370

Renens
4 place de la gare
Tel : 00 41 (0) 21 634 3528

Sion
5, Espace des Remparts
Tel : 0041 (0) 273 225 454

Vevey
28, rue du Lac
Tel : 00 41 (0) 219 222 121

Fribourg
10 avenue de la gare
Tel : 00 41 (0) 263 220 404

> THAÏLANDE

Bangkok
27, Metha Wattama SUKHUMVIT Soi 19, Wattama Klongtoey nuea
Tel : 00 86 (0) 987 3958
00 86 (0) 377 1994

> TURQUIE

Istanbul
Tesvikiyecaddesi ihlamur yolu sokak N°1 daire, Nisantasi
Tel : 00 90 (0) 212 249 4554

ACADÉMIES KRAEMER

> FRANCE
27, rue des Serruriers
67000 Strasbourg
Tel : 03 88 32 92 21

> CHINE
Room 313-314, 3F Times Square N°28 of Tianhe Bei Road Tianhe District Guangzhou
Tel : 00 86 (0) 20 8359 1085

> ESPAGNE
11, avenida Tonda Norte, Murcia
Tel : 0034 (0) 968 299 693

MAISON DE BEAUTÉ

> FRANCE

Strasbourg
27, rue des Serruriers
Tel: 03 90 23 86 61

Vendenheim
7 rue des artisans
Tel : 03 88 20 12 02

Diemeringen
44 grand'rue
Tel : 03 88 00 40 32

> SUISSE

Crans Montana
28 route du Pas-de-l'ours
Tel : 0041 (0)27 525 37 37

> ESPAGNE

Alicante
3 carrer Pintor Agrasot
Tel : 00 34 (0) 965 204 048

SIÈGE GROUPE KRAEMER

4, rue de la Mésange
67000 Strasbourg
03 88 32 92 21
www.groupekraemer.com

FORGIARINI

CARRELAGE | PARQUETS | SANITAIRE | MEUBLES DE BAIN | MATÉRIAUX D'EXTÉRIEUR

Strasbourg Porte Nord
VENDENHEIM

Strasbourg Porte Nord
LAMPERTHEIM

Centre Alsace
KOGENHEIM

forgiarini.net

CHAUMET
PARIS

EDOUARD®
GENTON

Strasbourg - Mulhouse - Cap Ferret