

Kraemer

signes de beauté

Numéro 7 | 2016

magazine

COLLECTION
HOMME

Gentleman

CARNET
DE TENDANCES

Ô BOUCLE !

+

ANIMAL,
ON EST MÂLE !

Coiffure

**PRODUITS
ET MARKETING**

Entretien
avec Nathalie Roos
de L'Oréal

+

CONSEILS
BEAUTÉ

NEWS

Collection
Printemps-été 2016

**LOVE
TRAIN**

Style

**HOMMAGE
À DAVID BOWIE**





KÉRASTASE
PARIS

BOUCLES
DISCIPLINÉES.
INDOMPTABLE
FÉMINITÉ.

NOUVEAU

DISCIPLINE
CURL IDÉAL

Les 1^{ers} soins galbe-en-mouvement*
pour les cheveux bouclés indisciplinés

Assure une définition parfaite.
Améliore l'élasticité de chaque fibre.
Crée un mouvement harmonieux de la boucle.

UNIQUEMENT DANS LES SALONS AGRÉÉS



Trouvez votre salon
kerastase.com

*coiffure sublime, tous les jours résultats basés sur la technologie tri-zone®. **par rapport à un lisseur chauffant à 230°C.
***une couleur 2x plus préservée par rapport à un lisseur chauffant à 230°C. †par rapport à des cheveux naturels.
the no compromise styler: ghd platinum®, le styler* sans compromis.



THE NO COMPROMISE STYLER

DÉCOUVREZ LE NOUVEAU
ghd platinum



ghd
good hair day, every day®

CHEVEUX RESPECTÉS

{TEMPÉRATURE OPTIMALE}

Le styler® ghd platinum® fonctionne à la température optimale, celle qui respecte les cheveux, de la racine à la pointe. Grâce à elle, la casse est réduite de plus de 50%**

TEMPÉRATURE IDEALE

{TECHNOLOGIE TRI-ZONE®}

Ses six capteurs intelligents délivrent une température parfaitement constante sur toute la surface des plaques. Ils aident à préserver la couleur*** et à coiffer en un seul passage.

COIFFURE MAITRISEE

{ARTICULATION UNIQUE}

Un coiffage sans compromis est synonyme d'une maîtrise parfaite. La nouvelle articulation unique vous offre un contrôle ultime lors du coiffage et vous permet de créer facilement tous les styles dont vous avez envie et d'obtenir 20% de brillance en plus†

Obtenez des résultats de coiffage spectaculaires sans compromettre la santé des cheveux de vos clientes**
Pour vivre l'expérience ghd platinum® en salon, contactez votre représentant exclusif ghd ou appelez le 04.78.35.46.10. #ghdplatinum

ghdhair.com

La vraie réparation
est celle qui dure*.



PRO|FIBER

PROFESSIONAL HAIR DAMAGE SCIENCE

EN SALON: UN PROTOCOLE DE SOIN PROFOND ET DURABLE.**
À DOMICILE: LA POSSIBILITÉ DE RÉACTIVER CE SOIN À L'INFINI*.**

- Diagnostic personnalisé, protocole sur-mesure en salon.
- Régénération instantanée*.
- Efficacité testée sur tous types de cheveux endommagés.

Technologie APTYL 100 : 15 ans de recherche, 15 brevets déposés.

Pour la 1^{ère} fois**, un soin est capable de se fixer durablement sur la fibre et ne sera pas éliminé mais réactivé aux shampooings suivants***.**



Cette révolution commence en salon.



L'ORÉAL
PROFESSIONNEL

PARIS

www.lorealprofessionnel.fr

— SUIVEZ-NOUS SUR —



#lorealpro #profiber

La somme de nos certitudes



Récemment, on m'a offert le livre d'Ito Naga, *Je sais*, dans lequel cet astrophysicien et poète japonais nous livre une collection de 469 certitudes sur le modèle du *Je me souviens* de Georges Perec. Au début, je trouvais cela presque présomptueux d'affirmer ainsi la somme de ce que l'on sait, et rapidement je me suis rendu compte qu'au-delà de ces affirmations, dont certaines très drôles, ce que nous disait l'auteur, c'est justement l'infini de ce qu'il ne sait pas.

Je trouve la démarche noble, je la trouve touchante. Elle rayonne à un moment où justement nous sommes en quête de certitudes. De manière bien sûr collective, mais aussi individuelle, dans la mesure où nous nous sommes tous sentis affectés par les événements récents. L'avenir nous dira ce qu'il en sera, mais une conscience est née : celle de notre adhésion commune à des valeurs de solidarité et de convivialité. Bien que celles-ci continuent d'être chahutées ici ou là par des esprits grégaires, ma conviction intime, appuyée sur de vraies certitudes, c'est que l'unité l'emporte sur toute autre forme de considération. Et que celle-ci se reconstitue pas à pas, dans la douleur parfois, mais avec l'assurance d'un bel ancrage et de traditions solidement installées.

Et la coiffure dans tout cela ? La question est légitime, tant nous semblons éloignés du propos. Et pourtant, personnellement, je ne fais aucune distinction. Une vraie certitude là aussi : comme tous les arts, la coiffure est porteuse d'humanité. Elle révèle la femme et l'homme dans ce qu'ils sont intimement. C'est pourquoi j'engage toutes les équipes du groupe Kraemer à faire preuve de leur pleine créativité pour libérer ce qu'il y a en chacun d'entre nous. À l'heure où l'on affirme le bien vivre à la française dans tous les domaines, la coiffure fait partie d'un tout : elle est génératrice de bien-être et de confiance en soi, et participe ainsi du bien commun au même titre que la mode, l'art, l'architecture, le graphisme, le design ou la gastronomie. En cela, elle est essentielle à nos vies.

Vous le constaterez dans ce numéro, la tendance s'inspire de tout ce qui fait le quotidien des collaborateurs du groupe : pour la femme, coupe graphique, espièglerie et esprit rebelle, avec une touche 70's, entre afro et disco. Bien sûr, il reste les indémodables, comme la boucle dont on retrace plus loin un bref historique. Et pour l'homme, la dimension très smart, empruntée aux vedettes de cinéma, qui fait qu'il s'assume enfin et varie les plaisirs selon l'humeur de l'instant. Gentle est le futur, la bienveillance le maître mot. Je vous invite à puiser à la source des collections, avec le cahier de tendances qui révèle toutes ces formes qui nous animent au quotidien, aussi bien moi-même que l'ensemble des collaborateurs du groupe. La création est un tout, elle papillonne de mille feux autour de nous, sans cesse. Mille intentions magiques, mille impulsions. Notre mérite ? Tenter de saisir cette création au vol, comme une évidence – c'est peut être cela, l'inspiration ! Et la restituer, pleine et entière, sans rien perdre de son rayonnement.

**Je vous souhaite une belle lecture,
Yannick Kraemer**

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

Rédactrice en chef
Catherine Janin

Rédaction
Emmanuel Abela, Catherine Janin,
Stéphanie Øehler, Maud Poussin

Graphisme
Hugues François

Photographes
Line Brusegan, Fabrice Keusch

Photo de couverture
Fabrice Keusch

Impression
Ott imprimeurs
Parc d'activités « Les Pins »
67319 Wasselonne Cedex
Dépôt légal : Mars 2016

ISSN : en cours

Retrouvez toutes
nos actualités sur
www.groupekraemer.com
+ Rejoignez le groupe Facebook : Kraemer
(Officiel)
+ twitter.com/KraemerCoiffeur
Application Kraemer Paris
disponible sur l'app Store

10 | 12 ACTUALITÉS
Les shows à travers le monde,
le mécénat auprès de l'OnR,
les Internationaux de tennis
de Strasbourg, l'arrivée
d'Alexia Osterstock

14 | 21 LOVE
Collection femme
Printemps-été 2016

22 | 27 GENTLEMEN
Collection homme

28 | 31 ANIMAL ON EST MÂLE
Les tendances masculines
au cinéma

**32 | 34 DAVID BOWIE,
L'ÉTERNEL PRÉSENT**
Hommage au géant de la pop

37 | 40 Ô BOUCLE
La boucle, un classique
indémodable

42 CONSEIL BEAUTÉ
La nouvelle ligne
pour coloristes Kraemer

44 | 47 NATHALIE ROOS
Entretien avec la nouvelle
directrice de la division produits
professionnels chez L'Oréal

48 | 49 LES GRANDES GIRLS
Entretien avec Caroline Lévy
et Kathia Teyssier

50 | 51 PARIS SNAPSHOTS
Instantanés de Charline Brusegan
à la Fashion Week Paris 2016

52 | 55 FREEFORM FREESTYLE
Carnet de tendances mode,
art, architecture et design

56 | 57 FREEJAZZ FREESOUL
Inspirations noires
de la collection Love Train

58 VINTAGE CLASSY
Le passé comme
source du présent

60 | 67 L'HIVER EN BOUCLE
Collection femme
Automne-hiver 2015

69 | 72 UN AUTRE MONDE
L'aventure de salons
franchisés en Chine, en France,
en Espagne et en Suisse

73 | 74 TUTORIEL
Le chignon

75 CONSEIL BEAUTÉ

**78 | 79 BEST OF
DES COLLECTIONS**

80 | 82 CARNET D'ADRESSES
Salons français et étrangers



|| GESTION | || TRANSACTION | || SYNDIC | || LOCATION



www.immoval.com

03 88 22 88 22

4 rue de l'Église - 67 000 STRASBOURG

Kraemer news

Par Stéphanie Oehler



L'ART SOUS TOUTES SES FORMES

Le groupe Kraemer a choisi d'être mécène d'un lieu culturel emblématique de Strasbourg, l'Opéra national du Rhin, une institution incontournable de la vie lyrique française et internationale. Lors de la première de *La Traviata* en décembre dernier, mis en scène par le délicat Vincent Boussard, le point d'orgue de la saison, les ouvreuses ont eu l'opportunité de se voir métamorphosées par notre équipe inspirée par la beauté du spectacle. Tout comme le public de l'opéra, sensible à l'émotion et au beau, les collaborateurs du groupe Kraemer s'appuient sur de profonds repères artistiques, musique bien sûr, mode, art et design, qui nourrissent sans cesse leurs créations. Un partenariat avec l'OnR qui engage le groupe un peu plus encore sur la voie de l'excellence !

BIENVENUE ALEXIA OST'HAIR STOCK !

Elle est jeune, elle est passionnée de coiffure, **Alexia Ost'Hair Stock** fait partie aujourd'hui de l'équipe du salon Kraemer à Paris. Un honneur pour le groupe d'accueillir cette championne de 26 ans qui aligne, à ce jour, pas moins de **40 victoires et 23 concours**. Toute l'équipe Kraemer l'encourage : go girl go !



LA BALLE AU BOND

Premier grand rendez-vous du tennis féminin sur terre battue, les Internationaux féminins de Strasbourg ont lieu au pied du Parlement Européen en présence de l'élite du tennis mondial. Au fil de ses 30 ans d'existence, le tournoi s'est forgé une belle notoriété comme le montre son riche palmarès où figurent notamment des noms aussi prestigieux que Steffi Graf, Jennifer Capriati ou encore Lindsay Davenport. L'édition 2015 a constitué une très belle édition avec pas moins de 10 joueuses figurant au Top 50 mondial. Comme chaque année, nos équipes se rassemblent afin d'apporter leur savoir-faire et un moment de bien-être aussi bien aux joueuses qu'aux spectatrices avisées. Une reconnaissance qui fait qu'aujourd'hui le groupe se distingue auprès des plus grands : Kraemer Paris, par exemple, coiffe désormais de grandes têtes du tennis comme par exemple la joueuse française Kristina Mladenovic, mais aussi l'immense Novak Djokovic *himself*.

Du 15 au 23 mai
Strasbourg Tennis Club
www.internationaux-strasbourg.fr



Kraemer news

Par Stéphanie Oehler



IMAGES
HD en attente

Madrid Strasbourg Mexico

Le groupe a été l'invité d'honneur de plusieurs manifestations dans le monde entier. En quelques mois, l'équipe artistique du groupe Kraemer a présenté notre show « *Et Paris... Créa la femme* » aussi bien à Strasbourg, à Madrid qu'à Mexico, parfois même dans deux villes en même temps !

L'occasion de présenter la vision du groupe, les nouvelles tendances et ce qui fait sa singularité dans le monde de la coiffure.

HIGH
By Claire Campbell



Boutique HIGH • 22 Rue De la Mésange, Strasbourg - T 03 88 23 08 08

high-everydaycouture.com

**COLLECTION
PRINTEMPS-ÉTÉ
2016**

LOVE TRAIN

De toutes les destinations, celle que privilégie la femme : l'amour. Quelle que soit la facette qu'elle affiche d'elle à quai, l'amour encore. Ouvertement féminine, espiègle ou rebelle, l'amour toujours. Blond de bord de mer, coupe graphique très années 80, glamour géométrique ou fun tendance afro dans un juste dosage des volumes et des textures, toutes les formes font la femme. Elle se sent prête, rien ne lui fait manquer le train de l'amour.

—
Direction artistique
Yannick kraemer

Coiffeurs
Nicolas Tisler, Pascale Sonzogni,
Pierre Adamczewski

Maquillage
Pascale Sonzogni

Stylisme
Boutique froufrou,
Sion, Suisse

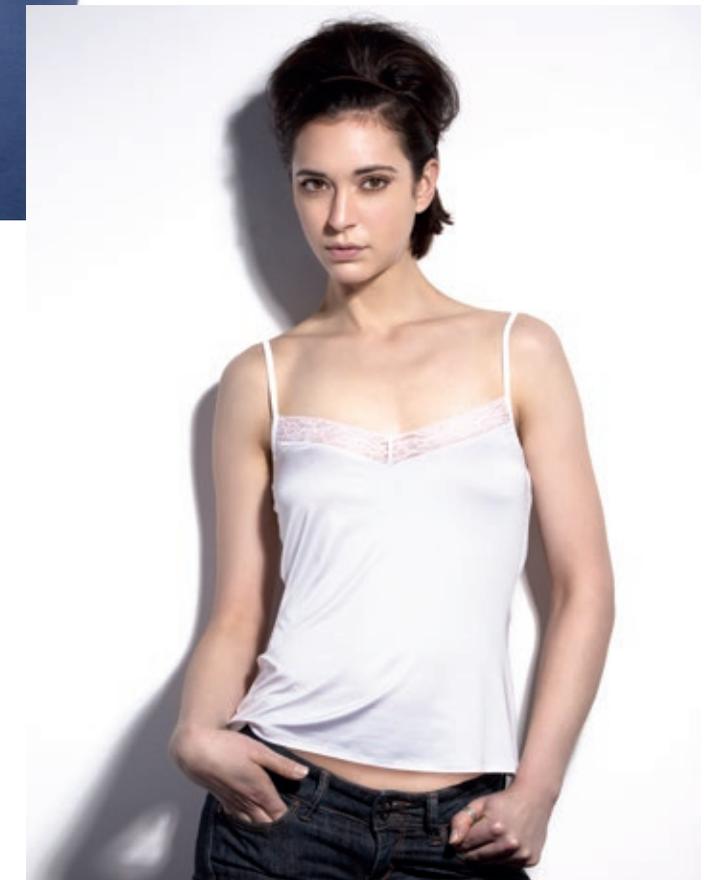
Photographe
fabrice keusch

—









**COLLECTION HOMME
PRINTEMPS-ÉTÉ
2016**

GENTLE MAN

Gentle est noblesse, gentle est tendance, gentle est classe.
Gentle est l'attitude juste, ouverte et bienveillante,
qui fait fi de l'égo pour se mettre à l'écoute des désirs de l'autre.
Gentle est respect, gentle est pur, gentle est futur.

**Man, soyons gentle.
Men, let's be gentle.
Gentlemen.**

Direction Artistique

Cédric Valentin

Maquillage

Eveno Emilie

Coiffure

Eric Speich, Cédric Valentin

Barbier

Cédric Valentin

Photographe

Yannick Von Grabowiecki

Stylisme magasin

Printemps Strasbourg

Modèles

Teddy, Geoffroy,
Julien, Pierrot







Animal on est mâle !

Par Maud Poussin

Depuis quelques années, l'homme, le vrai, est de retour. Pilosité maîtrisée, mais masculinité débridée, l'animalité s'affirme sans tabou. Qu'on se le dise, ça va faire mal !

Gaspard Ulliel

Lui, il a toujours été là, comme une évidence. Et pourtant c'est bien dans son interprétation d'Yves Saint Laurent qu'il a fini par nous troubler définitivement. L'ambiguïté qu'il calquait sur celle du célèbre couturier semble lui coller à la peau désormais. Et les filles – tout comme les garçons, forcément ! – ne peuvent que l'élever au rang d'icône. Encore bien discret parce que modeste, le joli Gaspard, mais bien présent !



Louis Garrel

Il ne veut pas passer pour un séducteur, et pourtant c'est un séducteur né. Louis Garrel puise dans la grande tradition du cinéma français pour réaffirmer quelque chose qui avait tendance à se lisser : le pouvoir des mots associé à l'élégance d'esprit. Ça marche très fort chez les jeunes intellectuelles, mais pas seulement. Ce jeune prodige sait très bien s'adapter, et se rendre sur des terrains encore inexplorés.

Pharell Williams

Pas facile de juger sa coiffure à celui-là ! Le trublion de la soul ne se déplace jamais sans son chapeau légendaire. Et pourtant, quand il l'enlève on lui découvre une grande sobriété avec une coupe courte qui souligne délicatement les traits de son visage. Pas si facétieux qu'il n'en a l'air, l'ami Pharell. Une manière peut-être pour lui de renouer avec une tradition qui remonte à ses influences jazz : exubérance de la musique, mais rigueur dans l'attitude. Et surtout, une grandeur d'âme.



Tahar Rahim

Lui, on va finir par nous l'envier beaucoup. Tahar Rahim n'est pas seulement un acteur déconcertant, c'est le charme incarné. Et même si on le soupçonne de prêter plus d'attention à son image qu'il n'y paraît, le naturel qu'il affiche est presque désarmant. Que nos séducteurs planétaires, américains et britanniques, se le disent : cette touche typiquement française risque bien de faire des ravages les temps prochains. Worldwide !



Leonardo DiCaprio

Qu'il est loin le gamin prêt à se sacrifier pour sa belle dans *Titanic* ! Leonardo DiCaprio est passé par toutes les phases, pas toujours les meilleures d'ailleurs, mais en moins de 20 ans, il a su s'imposer comme le merveilleux acteur qui s'annonçait dès le méconnu *Gilbert Grape* en 1993. Aujourd'hui, sa lutte pour le respect de l'environnement se manifeste aussi physiquement, avec un variable d'ajustement : sa barbe comme marqueur de tendances.

**Brad Pitt**

Serait-il le plus mignon de sa génération, un peu à l'image d'un Robert Redford pour les années 70 ? Certaines ne sont pas loin de le penser. Le quinquagénaire ne perd rien de sa superbe, et même s'il a connu quelques dérapages capillaires – souvenez-vous, son revival post-hippie il y a quelques mois de cela ! –, la raison n'est jamais bien loin. Brad reste Brad, juste sublime, pour le grand plaisir visuel de nous autres, les dames !

**Colin Farrell**

I'm waiting for my man chantait le Velvet Underground de manière subversive. Ça tombe bien, nous aussi, on l'attendait, et le voilà ! L'acteur irlandais Colin Farrell nous fait frémir avec sa mine de ne pas y toucher et sa fausse décontraction fin XIX^e : clean, mais prêt à en découdre tout de même !

**Johnny Depp**

Les mauvaises langues le disent sur le déclin. C'est surtout parce que les mauvaises langues ne lui pardonnent pas d'avoir quitté Vanessa Paradis. Mais comme toujours, les mauvaises langues ont tort : Johnny Depp est éternel. Il reste ce gentil garçon qui le poursuit depuis ses sublimes prestations dans *Edward aux Mains d'Argent* ou dans *Sleepy Hollow* de son ami Tim Burton. Pas toujours compris, mais d'une tendresse et d'un romantisme infinis.

George Clooney

Il a beau tenter de brouiller les pistes dans le dernier film des frères Coen, *Ave César*, dans lequel il campe un acteur hollywoodien spécialisé dans les péplums mais sur le déclin et alcoolique, George Clooney reste un classique indémodable. Sa coupe ne présente jamais de véritable surprise, mais la petite touche rock reste là. La classe ! Que demander de plus, n'est-ce pas



David Bowie

l'éternel présent

Par Emmanuel Abela



Au début de l'année, David Bowie nous a quittés. Chacun d'entre nous a été touché par une chanson ou une apparition de celui qui fut plus qu'une icône de la pop : une entité rayonnante, à jamais. Hommage.

La nouvelle est tombée comme ça, un lundi tôt le matin, le 11 janvier dernier, nous coupant les jambes au moment d'amorcer la semaine : David Bowie venait de mourir. La surprise ne venait pas tant de sa disparition – les signes avant-coureurs étaient là –, mais plus de l'unanimité qui a accompagné cette annonce. Lui qui avait fait sienne la prophétie d'Andy Warhol concernant le quart d'heure de célébrité de chacun avec son magnifique *Heroes* – « We could be heroes just for one day » – nous livrait par parcelles in-

fimes des éclats étincelants de sa propre célébrité faisant de chacun d'entre nous ses propres héros un jour entier. Nous étions tous "un" dans l'hommage vibrant qui se propageait de manière universelle, avec des instants d'émotion qu'on revivait avec la même intensité qu'au moment de la disparition d'Elvis Presley en 1976, John Lennon en 1980 ou de Michael Jackson en 2009.

La chose pouvait surprendre quand on sait que David Bowie a mis du temps, non pas à avoir du succès mais à s'imposer à l'échelle planétaire, comme une évidence

Le célèbre shooting signé Brian Duffy pour la pochette d'*Aladdin Sane* en 1973.

David Bowie, dans sa version très smart au festival de Cannes en 1978.

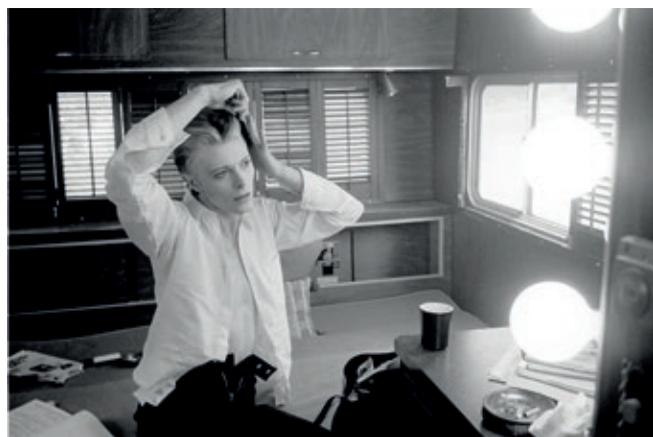


À la fin des années 70, David Bowie a soldé ses excès, mais malgré une image de gentil garçon, son esprit subversif reste entier.

pour tous. Sa carrière était très largement entamée avec un cycle magnifique complet quand en 1983 sous la houlette de l'ami Nile Rodgers, il publiait *Let's Dance*. Les années 70 étaient enterrées, une décennie qu'il a marqué profondément de son influence, laissant place à un semblant d'insouciance. Adieu Ziggy Stardust, adieu The Thin White Duke, adieu tous ces personnages avec lesquels il avançait masqué, changeant de look à l'envi, selon les saisons et les disques qu'il sortait alors à la pelle. Bonjour Mr David Bowie, ultime masque de David Jones, musicien et parolier de génie, pantomime émérite et acteur sensible, que plus rien n'éloignera de sa destinée, au firmament, tutoyant les étoiles.

En a-t-il fallu des simulacres, des looks, des coupes improbables avant de s'accomplir pleinement ? Ça a commencé par une tentative mod au cœur des 60's, avant d'adopter le look post-hippie, androgyne et bouclettes – la fameuse pochette à la robe de *The Man Who Sold the World* en 1971 – et enfin le glam rock qu'il n'a pas

seulement initié, mais qu'il survole de tout son éclat dès 1972. On se souvient de la coupe qu'il arbore sur *Aladdin Sane*, relevée sur le dessus, longue dans la nuque, mais aussi des sublimes tenues de scène dessinées par Freddie Burretti ou Kansai Yamamoto – incroyable *Tokyo Pop* en 1973, en forme de disque vinyle ! On peut s'avouer plus sensibles au revival 30's de l'époque berlinoise, après sa courte parenthèse américaine : tenue de scène blanche très smart, le *Nautical Costume* signé Natasha Korniloff en 1978, coupe courte, avec de la longueur sur le dessus et la raie sur le côté. Une approche assagie qui cachait une autre forme de subversion plus sourde, mais pas moins dévastatrice. On le sait rétrospectivement, contrairement à ce qui est dit ici ou là, David Bowie n'était pas seulement pionnier, c'était un magnifique analyseur de tendances, un recycleur sans être pour autant un pillier. À la fin des années 70, il sentait que le punk qu'il avait inspiré avait cette capacité dévastatrice de tout remettre en question. Lui n'en avait cure, il était déjà



De tout temps, David Bowie a soigné son image comme ici en loge, avant en concert en 1975.

ailleurs, et avec son acolyte, l'ex-Roxy Music Brian Eno, il dessinait les contours d'une musique nouvelle, vibrante, synthétique et avant-gardiste. Il ouvrait la voie à la new wave rayonnante, de Joy Division aux Nouveaux Romantiques et à tous ceux qui ne trouvaient pas leur place dans les codes établis par la génération précédente. C'est peut-être cela le message de Bowie relayé avec justesse par ceux qui témoignaient en son nom lors de ce funeste Monday : un message d'émancipation, de liberté et de créativité absolue. Mais revenons à 1983, au moment où il inonde les radios de singles à succès, *Let's Dance*, puis *China Girl* – une reprise d'un morceau qu'il avait composé avec son ami Iggy Pop – ou *Modern Love*, le succès qui en découle est vertigineux, y compris pour lui-même. Bien sûr, l'immédiateté du son apparaît comme une évidence, comme si du chaos exploré dans tous ses recoins était née une forme immédiate avec son lot de bijoux pop inespérés. C'est surtout la première occasion pour David Bowie d'affirmer sa totale indépendance : personne n'a de prise sur lui que ça soit dans l'underground mais aussi en pleine lumière ; il reste maître de son destin à un moment où les mass-médias tentent de l'en déposséder. C'est ce qui l'anime, avec des bonheurs inégaux certes, jusqu'à la fin de sa carrière. Au point d'orchestrer



David Bowie en 1996, et ses yeux magnifiques comme la marque d'un artiste complexe.

les conditions de sa propre disparition avec la publication le 8 janvier, le jour de son anniversaire, de son dernier album, le magnifique *Blackstar*. Soit deux jours seulement avant sa mort, ce qui a valu à la presse anglaise de doubler les couvertures, une pour la sortie mondiale de son disque, l'autre pour sa disparition. Aujourd'hui, en parcourant toutes ses images,

tout s'annule, les modes, les tendances, les tentatives vestimentaires, capillaires, les provocations, les affirmations, les moments de fulgurance : ni passé ni futur, David Bowie continue de se vivre à l'éternel présent.

DIOR
PRADA
MIU MIU
SAINT LAURENT PARIS
VALENTINO
GIVENCHY
CÉLINE
DOLCE GABBANA
FENDI
BALENCIAGA
DSQUARED2
ISABEL MARANT
IRO
MONCLER
GIUSEPPE ZANOTTI
JIMMY CHOO
GIANVITO ROSSI
SERGIO ROSSI
TOD'S
HOGAN
CHURCH'S
STUART WEITZMAN
UGG
ZANELLATO



BOUTIQUES
ultima

PRÊT À PORTER / CHAUSSURES / ACCESSOIRES
HOMMES & FEMMES

Ultima

3, 4 et 8 petite rue de l'Église
67000 Strasbourg
03 88 21 91 66

Ultima bis

34, rue Thomann
67000 Strasbourg
03 90 22 19 23

www.ultima-mode.com

PUB



Ô boucle !

Par Catherine Janin

Rita Hayworth, ou le glamour incarné dans *Gilda* de Charles Vidor en 1946.

La boucle est loin d'être bouclée. Au gré des tendances, elle réapparaît avec toujours autant de vitalité. Petit passage en revue d'un classique indémodable de la coiffure qui n'a pas dit son dernier mot.

Marilyn Monroe, l'icône star au sommet de sa gloire : incomparable !



Les boucles sont si étroitement liées à la chevelure qu'elles ont fini par se confondre avec elle. Au XIX^e, Baudelaire ne s'y trompe guère quand il introduit ainsi son poème *La Chevelure* dans la section *Spleen et Idéal des Fleurs du mal* en 1857 :

Ô toison, moutonnant
jusque sur l'encolure !
Ô boucles ! Ô parfum chargé
de nonchaloir !
*Extase ! Pour peupler ce soir
l'alcôve obscure
Des souvenirs dormant
dans cette chevelure,
Je la veux agiter dans l'air
comme un mouchoir !*

Ici comme ailleurs, les boucles désignent les cheveux, dont elles sont indissociables dans l'esprit des gens depuis l'aube des temps – n'attribue-t-on pas aux assyriens la création du fer à friser ? Autre exemple, *Boucles d'Or* – parfois au singulier, *Boucle d'Or* – est bien le nom qu'on donne en se basant simplement sur la couleur de ses cheveux à cette petite fille blonde dans le conte folklorique écossais du même nom, généralement attribué aux frères Grimm. La boucle pour le cheveu, comme une évidence même.

Or, l'histoire de la chevelure nous renseigne : les boucles, bien qu'omniprésentes de tout temps, ne sont qu'une possibilité parmi d'autres pour les coiffures des femmes. Le début du XX^e a même tenté de rompre avec des siècles de tradition bouclée, en revenant au lisse, et même à pire que cela : la coupe garçon. L'émancipation de la femme passait par la négation de ce qui était considéré alors comme la forme la plus pure de toute féminité :

la boucle justement. La boucle, comme force de séduction ; la boucle, comme l'amorce du péché – sublime Marie-Madeleine dans le *Retable d'Issenheim* de Grünewald, à contempler indéfiniment au Musée Unterlinden, à Colmar ! – ; bref, la boucle, comme le fruit du désir... Pendant un temps, vade retro la boucle, au placard : à la Belle Époque, elle est malmenée, voire niée, elle n'est plus le signe de la modernité. Dans un mouvement inverse, elle devient même le motif de l'androgynie dans la magnifique évocation que fait Thomas Mann du jeune Tadzio dans *La Mort à Venise* en 1912 : « Les ciseaux n'avaient jamais touché sa splendide chevelure dont les boucles, comme celles du tireur d'épine, coulaient sur le front, les oreilles et plus bas encore sur la nuque ». Une description magnifiée dans la version filmée qu'en a proposée Luchino Visconti au début des années 70. Mais c'était sans compter le cinéma américain, qui faisait largement fi de ces con-

siderations garçonnnes très européennes de l'entre-deux-guerres pour se ré-attacher pleinement au glamour, quitte à imposer de nouveaux codes. Dans les années 30, la star hollywoodienne devient la référence en matière de coiffure, et la tendance est nettement à la boucle comme on peut le constater dans certaines photographies d'époque : le carré court à la Jeanne Darc qui a fait le succès de Louise Brooks à la fin de la décennie précédente chez Pabst cède le pas sous les coups de boutoir ondulés signés par les grands coiffeurs de studio à destination de Greta Garbo dans une version intermédiaire, puis de Marlène Dietrich. L'actrice allemande devenant au passage l'archétype de la femme fatale, blonde et bouclée, auquel seuls résistent les contre-modèles subtilement ondulés et bruns de la sublime Paulette Goddard dans *Les Temps modernes* de Chaplin ou la troublante Maureen O'Sullivan dans la série des films de Tarzan avec Johnny Weissmuller. Une tendance nettement



relayée en France, qui doit répondre à des critères à la fois esthétique – on naît femme, c'est bien pour le rester ! – et pratique. Même pendant l'occupation, la boucle se maintient avec une coiffure qui relève les cheveux en masse ondulée et bouclée, laissés longs sur la nuque. En ces temps d'austérité, cette coupe qui fut à la mode pendant toute la guerre constitue selon certains historiens un défi patriotique en dépit de la vogue des grands chapeaux et autres turbans popularisés pour cacher des chevelures devenues moins sophistiquées. Après guerre, la boucle revient en force avec Rita Hayworth, et au moment où les jeunes gens s'emparent du pouvoir de la mode, les modèles outre-Atlantique viennent une fois encore confirmer la tendance. Dans *Sept Ans de Réflexion*, l'image de Marilyn Monroe à sa fenêtre, un sèche-cheveu à la main, fait fantasmer des générations entières de jeune gens : le mythe d'une blondeur juvénile associée à l'entretien de boucles soyeuses est dé-

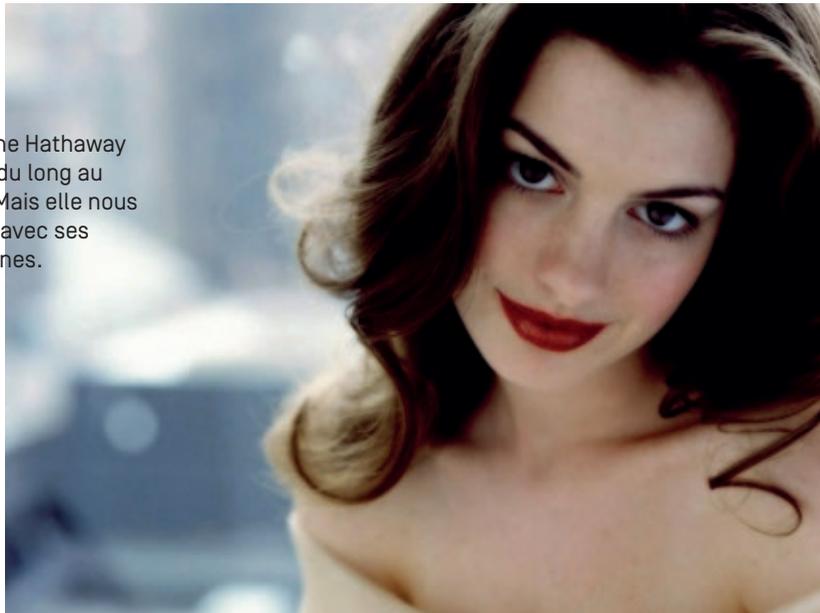
finitivement ancré dans la mémoire collective. Dans cette scène culte, érotisée à la limite de l'impudeur, l'actrice incarne définitivement un profond sentiment de liberté, lequel anticipe l'émancipation des générations suivantes, tout en exprimant la plus grande modernité esthétique ; elle le fait ici, avec le même aplomb que dans la scène demeurée célèbre de la bouche de métro. Dans un même mouvement ascendant, les robes se soulèvent tout autant que les cheveux dans le vent, à moins que ça ne soit le contraire : les cheveux d'abord, les robes ensuite. Depuis, la boucle, bien que bousculée parfois ou carrément reléguée, a gardé toute sa place aux côtés des cheveux lisses, frisés ou crépés, elle effectue son retour très régulièrement sur le devant de la scène. Les années 70 ont connu leur lot de permanentes, y compris pour les hommes. Après, ce n'est pas faire injure à Robert Plant de Led Zeppelin que d'affirmer que la mode de ses ravissantes bouclettes

Beyoncé joue avec ses longs cheveux autant qu'avec les codes : en passant de la coupe afro à de belles boucles, elle donne du sens à son élégance naturelle.

blondes a rapidement fait long feu ! On se souvient à ce propos avec amusement de la scène de la permanente dans *Un Éléphant ça trompe énormément* d'Yves Robert et de la tentative malheureuse de Jean Rochefort qui se termine par un lissage forcé au robinet. L'époque était incontestablement à la boucle, il suffit de regarder les polaroids familiaux pour s'amuser du fait que toute femme tentait l'aventure, y compris hasardeuse, d'une chevelure très bouclée. Un mouvement confirmé par l'usage domestique des outils généralement réservés aux coiffeurs. Depuis, libérée de certains excès, l'ondulation se veut mesurée ; elle se faufile, se fraie discrètement un chemin vers la clairière, réapparaissant ici ou là, avec la vigueur de l'expérience. Comme les belles choses, elle ne dure qu'un temps, mais même si elle est sérieusement balotée au début des années 80 au profit de lignes plus graphiques, elle n'hésite pas à réapparaître à l'envi, au gré des inspirations des créateurs et bien sûr de certains de leurs modèles. C'est sans doute en cela que la boucle, forte de son histoire, présente désormais la garantie de durer comme un indémodable entre classicisme et modernité. Et ce, pour l'éternité.



L'actrice Anne Hathaway a tout osé : du long au très court ! Mais elle nous fait craquer avec ses boucles câlines.



Moi Tarzan, aurai-je succombé à tes charmes, toi Jane, sans ces boucles soyeuses le long de ta nuque ? Pas sûr...

PUB

Jetta, Anniek et Nichole
pour Redken, 5th Avenue



REDKEN

5 T H A V E N U E N Y C



COIFFE-MOI ET BOUCLE-LA!

NEW Curvaceous est une gamme sur-mesure pour des boucles parfaites, des ondulations légères aux boucles très serrées. Prenez le contrôle sur vos cheveux! Choisissez votre shampooing selon votre préférence...du No poo au plus moussant! Appliquez ensuite le primer puis passez au styling avec le produit le plus adapté à votre type de boucles.

Avec Curvaceous, vos cheveux y trouveront forcément leur compte!



Vous aussi, rejoignez la #CurlRebellion



Portrait
Nathalie Roos
L'Oréal

Portrait
Nathalie Roos
L'Oréal



RADIO STAR

PAR MAUD POUSSIN
PHOTOS ESTELLE OFFERT

L'émission a débuté il y a de cela près de 3 ans. Comment les choses se sont-elles mises en place ?

Kathia Teyssier : Il y a trois ans, Axel Benamran qui faisait Le Grand Journal sur Radio Judaïca a voulu changer de format et créer une nouvelle émission. Elle en avait déjà parlé à Caroline Levy, et comme on venait de faire connaissance, elle m'a proposé de les rejoindre toutes les deux. Moi, j'avais fait beaucoup de télévision mais jamais de radio. On s'est lancé dans un brainstorming spontané : quel format ? on parle de quoi ? on s'appelle comment ? Chacune a apporté sa touche personnelle. Comme je venais de la comm', j'estimais qu'il fallait marketer la chose et travailler sur l'idée d'un logo à partir du nom que nous avions trouvé : les Grandes Girls.

Dans votre émission, vous accueillez un certain nombre de personnalités.

K.T. : Nous activons nos réseaux communs. Je connais beaucoup de personnalités. Du coup, nous avons eu Patrick Bruel, Gad Elmaleh, Raphaël Mezrahi, Smaïn... Par le biais du magazine *Zut !*, Caroline nous obtient

des opportunités de manière très complémentaire. C'était le cas récemment avec Omar Sy, à l'occasion de la tournée de promo de *Chocolat*. Mais comme c'est un pote depuis quinze ans, nous avons pu obtenir les conditions d'un joli son. Les gens ont du plaisir à venir nous voir. Le ton est décalé, frais, on aborde les choses de manière décontractée. L'objectif au final, c'est qu'on passe un bon moment ensemble.

Toi-même, tu viens de la télé. Comment as-tu appréhendé le média radio ?

K.T. : Il est vrai que je venais de l'image, il me fallait prendre confiance en ma voix. Personne ne se reconnaît jamais. Et puis, c'était nouveau pour moi : je me retrouvais dans un studio sans savoir à qui je m'adressais ; tu ne sais pas non plus dans quelle condition les gens t'écoutent, chez eux, en voiture ou dans un magasin. Comme tu n'as pas l'image, tu n'as pas le regard. Tout est basé sur le mot. Ton seul impact, c'est le mot ! Et éventuellement le sourire parce qu'il s'entend à l'antenne. Pour moi, c'était un peu perturbant au départ parce qu'il me fallait me concentrer sur d'autres

La jolie rousse, égérie du groupe Kraemer, Kathia Teyssier, est la gérante de Kat, une entreprise spécialisée dans le coaching, l'événementiel et l'accompagnement stratégique en communication. La belle brune, Caroline Lévy, travaille au développement commercial de la revue *Zut !* au sein de Chicmedias. Toutes deux forment les Grandes Girls, sur Radio Judaïca. Rencontre animée !

aspects, mais rapidement j'ai ressenti une autre forme de liberté dans la manière de faire passer les messages.

La tonalité est globalement girly...

K.T. : Oui, il s'agit d'une émission girly... [Caroline Lévy débarque avec un léger de retard de 5 mn. Kathia l'accueille comme il se doit, ndlr]

Caroline Lévy : Bonjour ! [avec un grand sourire]

K.T. : Alors, toi, t'as pas d'excuse ! Tu n'as pas de môme à déposer, pas de voiture à garer. Moi, je me suis fait insulter par un mec parce que je me suis garée à l'arrache. [rises]

C.L. : Tu vois, ça te donne des pistes sur la tonalité de l'émission. Mais c'est comme ça tout le temps !

Avec Kathia, nous évoquons la touche girly...

K.T. : Oui, girly sans pour autant que ça soit lénifiant. L'angle d'attaque, c'est la vision, la perception de la femme par rapport à des sujets d'actualité. Un point de vue, celui de femmes qu'on espère de caractère, des femmes indépendantes, des femmes qui ont envie de s'exprimer pleinement. Pour moi, ça se rapproche

plus du format féminin que véritablement de l'esprit girly au sens où on l'entend généralement...

C.L. : Depuis la rentrée, nous ne sommes plus que deux [Axel Benamran a souhaité faire une pause, ndlr], mais nous continuons de bénéficier de la notoriété que nous avons construite avec Axel durant les deux premières saisons. Pour autant, la ligne ne change pas : ce parti pris très féminin est maintenu. La seule différence, c'est que la dimension politique qu'apportait Axel en interviewant des élus est mise entre parenthèses jusqu'à son éventuel retour. On pourrait dire que du fait de cette absence des politiques, nous avons rééquilibré le tout. De la triple articulation politique, tendances et communication, nous privilégions désormais les deux derniers aspects. Mais du fait de nos parcours à Kathia et moi-même, nous gardons une grande cohérence dans le champ de nos activités. Après, ce recentrage peut donner le sentiment d'une touche de légèreté renforcée. À vous voir ensemble, on suppose de belles joutes verbales à l'antenne...
C.L. : Oui, comme tu peux le constater, ça chambre pas mal.

« Ton seul impact, c'est le mot ! Et éventuellement le sourire parce qu'il s'entend à l'antenne. »



K.T. : Absolument, avec des rôles clairement attribués.
C.L. : Moi, elle me fait passer pour la gamine, alors que l'écart n'est que de 6 ans entre les deux. Mais elle insiste sur le fait que je devrais être dégagée de toute responsabilité parce que je suis une femme sans enfant. Elle, elle joue pleinement son rôle de maman – un temps maman célibataire –, et ça provoque des joutes verbales assez amusantes.
K.T. : Oui, depuis je me suis casée ! [rises]
C.L. : Effectivement ! [rises]

Mais elle conserve cette approche sans filtre.

On assiste à l'antenne à la confrontation amicale de vrais personnages.

K.T. : De vrais personnages sans doute, mais avec une approche qui reste honnête, loin de tout conflit d'ego. On s'adresse à nos auditeurs comme on s'adresse à nos amis, en toute transparence. Il n'y a ni artifice ni état d'âme.

C.L. : Le média radio favorise cela. Comme toutes les filles, nous faisons attention à notre

image, mais là nous nous sentons totalement libérées de la contrainte de l'image justement. Ça facilite sans doute la transparence. Après, ceux qui nous connaissent : dans la vie, nous sommes l'une et l'autre sans filtre également. [rises]

Les Grandes Girls, le mardi sur Radio Judaïca Strasbourg 102.9 à 17h. En podcast sur www.radiojudaicastrasbourg.fr

Paris Snapshots

PAR
LINE BRUSEGAN

ELLE VIENT DE SIGNER
LE SITE KRAEMER. EN
GRANDE AMATRICE DE
MODE, LINE BRUSEGAN DE
L'AGENCE TIMELINE STUDIO
PARCOURT LE MONDE.
INSTANTANÉS PARISIENS
LORS DE L'ÉDITION 2016 DE
LA FASHION WEEK.

À 22 ans, la blogueuse
Kristina Bazan, ambassadrice
de la marque de cosmétiques
L'Oréal Paris, se livre à un
show down in the street.



À quel titre vous êtes-vous rendue à la Fashion Week 16 à Paris ?

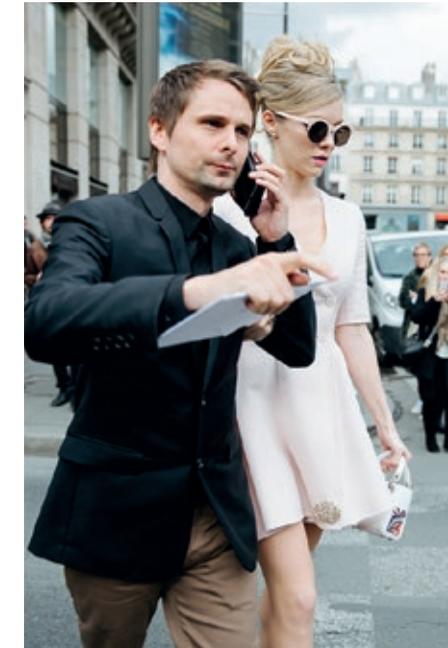
Je m'y suis rendue pour vivre
une nouvelle expérience
photo. Pour moi, la street
photographie est l'exercice
le plus difficile et le plus
riche en émotions. Saisir
l'instant unique, être là
au bon moment, faire face
à l'imprévu, voilà ce que
j'aime !

Un sentiment général concernant l'ambiance de l'événement ?

Malgré le froid [rire], Paris
reste une ville pleine de
féerie et surtout le centre
névralgique de la mode.
Mannequins, icônes,
journalistes, tendanceurs,
influenceurs, tout y était pour
faire des rues de Paris un vrai
défilé !

Qu'est-ce qui vous a été révélée lors de ce séjour à la FW16 en ce qui concerne les tendances du moment ?

Les créateurs ont imaginé un
été 2016 avec des matières
futuristes, des formes les
unes plus surprenantes que
les autres, un été nomade et
rêveur. Vous l'aurez compris,
cet été on peut tout oser, ou
presque...



Matthew Bellamy se fraie un chemin
parmi les fans.

Un mot sur la photo d'Iris Apfel, icône s'il en est ?

Pour l'anecdote, je me suis
retrouvée au milieu d'une
centaine de photographes
nez à nez avec Iris. Je n'ai
pas hésité une seconde,
j'ai déclenché. J'aime ce
que dégage cette photo,
l'expression, le sentiment
d'une rencontre inattendue,
brutale et surprenante.



Iris Apfel se moque des conventions,
elle incarne le style.

Freedom Freestyle

PAR
MAUD POUSSIN

POUR UN COIFFEUR,
UNE COLLECTION SE
NOURRIT DE TOUT : MODE
BIEN SÛR, MAIS AUSSI ART,
ARCHITECTURE, PEINTURE,
DESIGN ET MUSIQUE.
LA PREUVE EN IMAGES
AVEC CE CARNET DE
TENDANCE QUI MAGNIFIE
LA CRÉATIVITÉ SOUS
TOUTES SES FORMES.



Marimekko,
coll. printemps-été
2016

Cabinet Safdie Architectes,
projet Chaotianmen à
Chongquin



Prabal Gurung
for Target
Lookbook 2016



Jacquemus,
coll. hiver 2014

Marc Newson,
Wooden Chair, 1992



Lou Doillon
pour Maje



Big Game,
Clé usb Pen



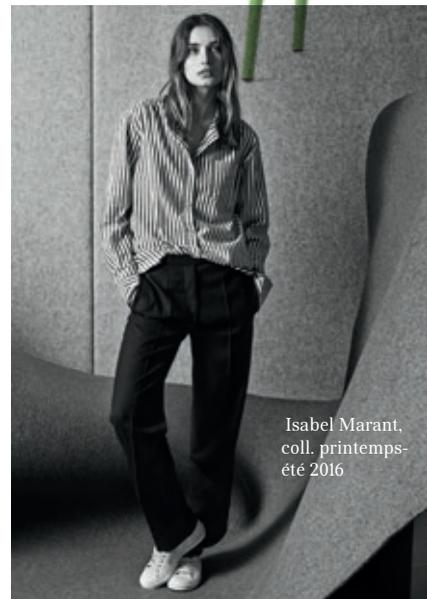
Gerhard Richter,
Abstraktes Bild,
1992 courtesy
Frieder Burda
Museum



Gerhard Richter,
Betty, 1988



Erwan & Ronan Bouroullec
Design, Chaise Végétale,
2008

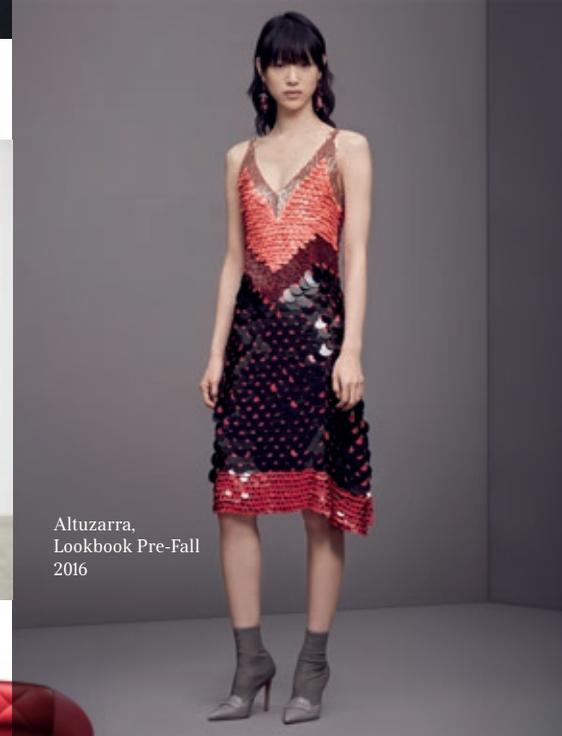


Isabel Marant,
coll. printemps-
été 2016



Isabel Marant,
lookbook été 2016

Marimekko,
coll. printemps-été 2016



Altuzarra,
Lookbook Pre-Fall
2016



Jawbone,
capteur d'activité UP3, 2011

Natasha Zinko,
lookbook été 2016



Frank Gehry, Fondation Louis Vuitton,
Paris, 2015



Parrot, ArDrone
2.0 Elite, 2015



Prabal Gurung for Target,
Lookbook 2016

Erwan & Ronan Bouroullec Design,
Canapé Droit Quilt, 2009



Carolina Herrera,
Lookbook Pre-Fall 2016

Freejazz Freesoul

PAR
MAUD POUSSIN

DERRIÈRE LES BOUCLES
D'INSPIRATION AFRO DE
LA COLLECTION LOVE TRAIN
BY KRAEMER, UN SON SIGNÉ
THE O'JAYS EN 1972. UN
RETOUR EN IMAGES SUR
NOS INSPIRATIONS NOIRES SI
NOIRES POUR NOUS LIBÉRER
NOS ESPRITS !

Olivier Rousteing
pour Balmain,
Lookbook 2015-2016



Miles Davis
(et Juliette Gréco)



Pam Grier

John Coltrane



Donna Summer



Marvin Gaye



James Brown



Stevie Wonder
(8 Motown friend)



Michael Jackson
& Diana Ross



Olivier Rousteing & Rhianna



Vintage and Classy

PETIT CHAPEAU INTRODUCTIF
TIAE OMNIST OMMOLUP
TATQUIS TIORIO VEL
IMENDANIS MολουPTAQUE ET
QUI TEM FACEPED IGNIHICTEM
FACERUM QUI OMMOLUPTIAS
AD UNT, APICIEN DITATEN
DISSEQU ATIUNTI.ELIQUIS ET
QUASSIM HIL MILITAM HARCIIIS
ET AUT ESTIUR ANT ASIMUS.
INTUR AD EATEM QUID
UT MAGNIMIL IUNTO QUE
VEL ESSE AS EOS DOLUT
INVENDUNTURE VOLLAB

FORGIARINI

CARRELAGE
SANITAIRE
MEUBLES DE BAIN
PIERRE NATURELLE
PARQUETS
PORTES
TERRASSES BOIS
SCIERIE



FORGIARINI
matériaux d'intérieurs

CARRELAGE
SANITAIRE
MEUBLES DE BAIN
PIERRE NATURELLE
EXTÉRIEURS



STRASBOURG
PORTE NORD
CENTRE ALSACE
KOGENHEIM
MULHOUSE
ILE NAPOLEON

forgiarini.net



FORGIARINI
matériaux bois

PARQUETS
DRESSINGS
PORTES
TERRASSES BOIS
SCIERIE

**MADE IN
ELSASS**
produits fabriqués
en Alsace



Collection
Automne-Hiver

L'hiver en boucle

Placée haut sur la nuque dégagée ou retombant en cascade sur l'épaule dénudée, l'ondulation comme une délicate indiscretion. Avec des volumes adaptés à son style, la femme glamour s'inscrit dans son époque et retourne à l'essence d'elle-même : ce qu'elle est, ce qu'elle n'a jamais cessé d'être. Espiègle certes, mais volontaire ; en quête constante de vie, impulsive et totalement irrésistible.

*Libre et naturelle,
la boucle la révèle dans ses choix.*

*La boucle, expression de liberté.
La boucle, gage de séduction.
La boucle, manifeste de l'instant.*

*La vie en boucle,
un éternel recommencement.*

—
DIRECTION ARTISTIQUE
Yannick Kraemer

PHOTOGRAPHIE
Fabrice Keusch

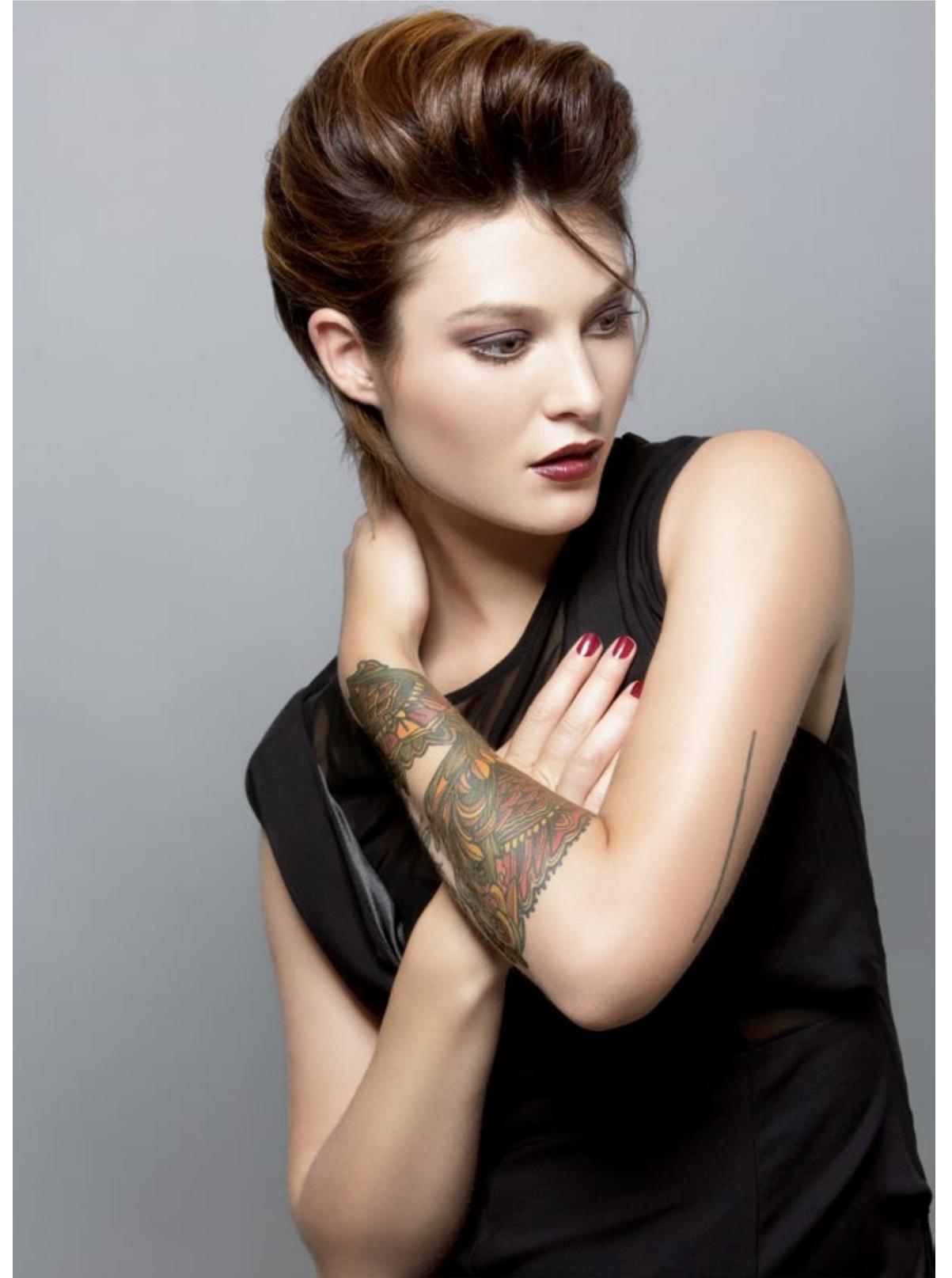
COIFFURE
**Pascale Sonzogni,
Pierre Adamczewski
et Eric Speich**

MAQUILLAGE
Pascale Sonzogni

STYLISME
**Boutique
« Signe du Temps »**

—









Un autre monde

PAR
MAUD POUSSIN

LES FRANCHISES S'APPUIENT SUR LE RAYONNEMENT DU GROUPE KRAEMER EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER POUR DÉVELOPPER LEUR CLIENTÈLE. IMAGE DE MARQUE HAUT DE GAMME, LUXE À LA FRANÇAISE ET ÉCHANGES DE PRATIQUES CONSTITUENT AUTANT DE CLÉS DU SUCCÈS. RENCONTRES WORLDWIDE...

Nicolas Tisler

Salon Paris | France

Qu'est-ce qui vous a séduit dans le concept du groupe Kraemer au point d'ouvrir un salon Kraemer à Paris ? J'étais aux États-Unis jusqu'à l'année dernière. J'étais à la direction artistique d'un salon de coiffure pour un groupe français et je suis rentré

sur Paris pour des raisons personnelles. Avec Yannick Kraemer, nous nous étions déjà rencontrés, j'aimais bien son concept général avec un beau service haut de gamme. Lorsque je suis rentré, je suis allé voir L'Oréal, je leur ai fait part de mon incertitude quant à rester en France ou à repartir aux États-Unis. Ils m'ont proposé certaines choses, j'ai rencontré tous les groupes français, mais chez L'Oréal on m'a avisé du fait que Yannick cherchait à se développer à Paris. Ils estimaient à juste titre que ça pouvait être un beau projet commun. Nous nous sommes donc revus avec Yannick, nous avons très rapidement décidé de racheter le salon déjà existant à Paris. Cela fait trois mois que l'on a ouvert, mais on veut développer d'autres salons dans la capitale, ce qui constitue un projet assez ambitieux.

Dans le concept tel qu'il est formalisé, la notion de créativité est valorisée tout comme la liberté qu'on laisse à la personne de gérer la décoration de son salon, de participer à des collections comme celle-ci...

C'est tout à fait ça ! J'ai été coiffeur de studio pendant 15 ans, ensuite j'ai eu un salon parisien où j'ai créé mes collections, ce sont donc des choses que j'avais faites avant pour moi et que j'ai retrouvées chez Yannick. Nous sommes des coiffeurs bien sûr, mais nous sommes avant tout des artistes. C'est en cela que l'on peut évoluer à merveille au sein du groupe. De plus, avec Yannick, nous avons beaucoup de points communs, nous aimons les belles choses. Et puis, nous aimons l'Asie aussi ! *[rires]*

Aujourd'hui, vous êtes présent pour la collection, peut-on avoir un mot sur la tendance du moment ?

Là, nous explorons trois tendances : une "nude" avec des coiffures très naturelles, mais qui sont très prenantes en temps, une version smoking qui fait "soir" tout en gardant la dimension "nude", avec une frange très graphique et une troisième version qui va être plus "disco" dans l'esprit glamour avec des coiffures volumineuses et des maquillages colorés. Les robes seront dans le même esprit.



De manière générale, qu'est-ce qui vous nourrit visuellement ?

Moi je suis un instinctif, c'est-à-dire que je vais m'inspirer de plein de choses : ça peut être les magazines de mode par exemple, dont j'ai l'expérience par le biais des défilés et des shootings que j'ai pu faire par le passé. C'est assez complexe pour moi d'expliquer comment je procède. Je me fixe une ligne de conduite, mais je travaille beaucoup au feeling et ça ne me réussit pas trop mal. Si je réfléchis trop c'est moins bien. Un simple exemple, celui de la mariée : l'essai est toujours mieux que le jour du mariage. Heureusement, il n'y a que moi qui le sais... *[sourire]*

Comment est reçue la marque à Paris ?

La marque est très bien reçue. Elle reste méconnue à Paris pour l'instant, on travaille à la faire connaître et la faire briller. Je sais qu'on va y arriver, je n'ai aucun doute là-dessus !

39, rue Cardinet
17^e arrondissement
01 47 64 48 45

Evelyne Rochette

Salon Vevey | Suisse

Vous êtes passée sous franchise Kraemer. Pourquoi avoir opté d'intégrer ainsi le groupe ?

J'ai évolué pendant 7 ans sous une autre enseigne, mais je n'ai pas souhaité renouveler la franchise. Pendant la période d'un an qui coïncidait avec la clause de non concurrence, j'ai maintenu le positionnement d'un salon haut de gamme. C'est à ce moment-là qu'on a m'a signalé la marque Kraemer. Après m'être renseignée, j'ai décidé de contacter Yannick Kraemer. D'emblée, j'ai ressenti un bon feeling : j'ai rencontré une personne très humaine qui a pris le temps de me connaître. Dès sa visite dans mon salon, il a estimé qu'il fallait le placer sous l'enseigne Kraemer Prestige. Comme je recherchais du haut de gamme et une marque flexible, j'ai estimé que l'entente était bonne. De plus, comme je pratique la coloration végétale, je me suis rendu compte que ça ne posait aucun souci particulier : la technique du groupe est très proche de la technique que je pratiquais moi-même. La franchise me laissait donc libre d'évoluer avec ma pratique habituelle. C'est un plus par rapport à des marques qui tentent de tout régenter. Là, j'avais la garantie que je pouvais offrir à mes clients ce qu'ils aimaient chez moi. Yannick, lui était d'accord, nous allions donc dans la même direction...



Le concept Kraemer vous permet de garder votre touche personnelle, et d'aménager votre salon comme bon vous semble... L'identité des salons Kraemer, c'est le lustre ! J'ai laissé mon salon tel qu'il était sauf que j'ai rajouté un lustre. *[rires]*

Parlez-nous de votre évolution sous l'enseigne Kraemer...

Je n'ai pas choisi cette marque pour qu'elle m'apporte quelque chose, mais plutôt pour avoir un soutien au niveau de la formation, du marketing, etc. Je trouve qu'ils sont très professionnels au sein du groupe, le peu de moins que j'ai travaillé avec eux. *[Evelyne a ouvert son premier salon en janvier 2016, ndlr]* Nous allons réouvrir le salon de Fribourg puisque nous modifions tout en ce moment et pour la Fashion Week, je peux leur demander plein de choses. C'est très agréable de sentir qu'ils sont là.

A Vevey, la marque est-elle connue ?

Très peu de personnes, ici, connaissent la marque Kraemer, mais avec la réputation de mon salon et du fait qu'on ne change pas notre technique de coupes, les clients restent fidèles. Ça me donnera la possibilité de faire connaître la marque.

Vous évoquez la coloration végétale, pouvez-vous nous en parler ?

La coloration végétale c'est l'absence de produits chimiques. Des plantes et de l'eau chaude qui donnent une palette de couleurs extraordinaires, ça n'est vraiment que du naturel. Il me tenait à cœur de continuer et c'eût été dommage de rompre avec quelque chose que j'avais bien développé. C'est ma touche personnelle, il est très appréciable de garder cette liberté.

28, rue du Lac
00 41 [0] 21 922 21 21



Pierre Adamczewski
Salon Alicante | Espagne

« *Nous voulions être pionniers d'un pays qui n'était pas encore bien exploité, c'était vraiment notre intention.* »

Peut-on revenir sur la relation qui vous lie à Yannick Kraemer. Comment les choses se sont-elles mises en place ?
Notre histoire est une amitié d'une trentaine d'années et nous avons les mêmes profils. L'idée de se lancer dans une aventure à l'étranger avec une franchise dynamique et qualitative nous séduisait beaucoup. Nous voulions être pionniers d'un pays qui n'était pas encore bien exploité, c'était vraiment notre intention.

Êtes-vous parti en Espagne exprès pour cela ?
Je suis parti de Nantes en Espagne sans parler un mot d'espagnol. Nous avons reçu notre première cliente sans dire un mot [rires]. L'Espagne est en train de se développer à une grande vitesse, mais au début, près de 50 % de notre clientèle était composée de femmes russes,

de 25 % de francophones et seulement d'un quart d'autres nationalités.

Qu'est-ce qui vous a séduit dans la marque Kraemer ?
Je la présente comme une marque haut de gamme, jeune, dynamique, avec une relation humaine qui me séduit et une belle interactivité puisque Yannick est déjà venu plusieurs fois sur Alicante. De notre côté, nous nous développons avec professionnalisme. Récemment, nous avons recruté un 6^e collaborateur pour notre salon de 170 m². Un très bel outil.

Le fait que Yannick Kraemer favorise la créativité au sein du groupe, était-ce un argument supplémentaire ?
Oui, le groupe Kraemer constitue une opportunité commune : on s'y sent bien, on s'y sent vivant. De son côté, je pense que Yannick peut compter sur de bons soldats pour développer un pays nouveau. Dans l'Espagne

d'aujourd'hui où le haut de gamme n'est pas encore si développé, ça reste un choix ambitieux. Un beau défi à relever.

Quelle est la stratégie de développement à terme ?
Sur Nantes, nous avons déjà 52 collaborateurs. Nous allons donc déjà renforcer le vaisseau amiral pour asseoir cette belle machine. De manière générale, ça n'est qu'une fois le ton donné, que nous pensons développement.

Vous êtes aujourd'hui là pour la nouvelle collection printemps-été [Love Train, ndlr]. Pouvez-vous nous en dire plus sur la nouvelle tendance.
On le sait, la femme est multi facettes. Là, on s'attache à mettre en valeur l'une de ces facettes : une jolie blonde très naturelle, façon bord de mer, avec une coupe graphique qui révèle le caractère féminin de manière espiègle. Je décline également un côté afro et géométrique, histoire de jouer avec les différents aspects de sa personnalité.

3 carrer Pintor Agrasot
00 34[0] 96 52 04 048



Gary Chan
Salon Guangzhou | Chine

En quoi la marque Kraemer favorise-t-elle le développement de la coiffure en Chine ?
L'atout du concept Kraemer par rapport aux autres groupes internationaux, c'est sa capacité à fédérer différents univers esthétiques sous une même enseigne, sans pour autant perdre l'identité du groupe. En nous développant en Chine, nous avons remarqué que si le groupe s'était uniquement appuyé sur son savoir-faire et des codes communs, sans laisser de marge de manœuvre, ça n'aurait pas fonctionné. En plus de 10 ans, le groupe est passé à un total de près de 45 salons en Chine, ça révèle sa capacité à dépasser les différences culturelles et à s'y adapter.

C'est donc bien la liberté qui participe de la stratégie globale ?
Quand vous avez une franchise, vous fixez des règles pour le franchisé qui les adopte. Avec le concept Kraemer, les choses fonctionnent à l'inverse : Yannick Kraemer prône quelque chose de l'ordre de l'anticonformisme ; il s'oppose à des formes standardisées. Comme d'autres coiffeurs, je

me sens pleinement artiste. La finesse, c'est de développer un concept fédérateur qui laisse sa place à la création. La marque est la représentation d'un monde, à destination de la clientèle, et je trouve que l'idée de permettre à chacun d'exprimer son univers propre est une idée extraordinaire.

Qu'est-ce qui distingue un salon Kraemer d'un autre salon en Chine ?
Dans les salons en Chine, nous avons toujours voulu accentuer l'image haut de gamme et luxe du groupe. Nous avons adapté les techniques françaises aux besoins asiatiques pour proposer à nos clients la « touche française » dont ils sont très friands.

On suppose des échanges de pratiques fréquents, un avantage pour tout le monde...
Les premiers groupes à s'être

installés en Chine, il y a de cela plus d'une vingtaine d'années, étaient anglais. Ils ont considérablement modifié le marché. Les coiffeurs chinois ont été influencés par le style anglais qui est très carré et géométrique, alors que le style français, c'est l'affirmation du naturel. Mais le marché a vite évolué. Aussi bien les coiffeurs que les clients ont changé leur vision des choses tout en affirmant de réels points de vue sur leur façon d'appréhender les tendances. Les coiffeurs reçoivent une formation à l'interne ; celle-ci est essentielle pour les outiller. Ça prend du temps, il faut travailler, mais c'est payant. Depuis le développement du groupe en Chine, chaque année sont organisés des échanges techniques interculturels. J'ai pu en bénéficier récemment lors d'un voyage en France. Croyez-moi, c'est valorisant !



« La vie, c'est cela, la rencontre permanente, la découverte. Bref, je me sens accompli aussi bien en tant que coiffeur qu'artiste. »

Ces échanges permettent aux coiffeurs asiatiques de s'imprégner des techniques de coupe française et de les confronter aux techniques asiatiques existantes. Il est ainsi possible d'adapter les différentes techniques aux critères de beauté chinois, mais ça marche dans les deux sens : les Français repartent eux aussi avec la richesse de nouvelles pratiques qui les amèneront à changer la vision de leurs concitoyens européens.

Est-ce un plus d'évoluer sous une marque française ?

Depuis le début, nous avons joué la carte de l'international et utilisé l'image française pour nos salons comme un positionnement de luxe. Nos clients savent pourquoi ils viennent chez nous et ressortent toujours comblés.

Aux jeunes Chinois qui se disent qu'il n'y a pas d'avenir dans la coiffure, que leur répondez-vous ?

Je leur réponds : regardez-moi ! Je m'éclate dans ce que je fais. J'ai la liberté de créer et de peser sur ma propre destinée. De plus, je peux cultiver de vraies valeurs, celles qui me lient à l'histoire de la Chine, mais aussi à l'environnement. Aujourd'hui, le glamour que je cherche à cultiver me renvoie aux fondements même de l'être humain, dans sa relation aux autres mais aussi à la nature. Avec le groupe Kraemer, j'ai le sentiment de retourner aux fondamentaux, la tradition dans ce qu'elle présente de plus enrichissant, tout en

gardant un regard ouvert sur le monde et une vraie modernité. Passé et présent ne sont pas incompatibles, l'un nourrit l'autre sans cesse, tout comme la ville échange de manière intime avec la campagne. La vie, c'est cela, la rencontre permanente, la découverte. Bref, je me sens accompli aussi bien en tant que coiffeur qu'artiste, avec des perspectives de développement personnel constant. Il me semble qu'il est bon de savoir d'où l'on vient pour mieux se créer un avenir.

Shop 2-3,
5F la Perle Plaza No 367
Huan Shi Dong Road
00 86 (0) 20 8331 3466

L'Opéra à votre table !

DÎNERS SUR SCÈNE

30, 31 mars et 1^{er} avril 2017
19h15 - Strasbourg, Opéra

Réservations dès maintenant

fidelio
association pour le développement
de l'Opéra national du Rhin

**opéra national
du rhin** opéra d'Europe

Renseignements et Réservations : fidelio@onr.fr / 03 68 98 75 34 fidelio.onr.fr

operanationaldurhin.eu

Conseil Beauté

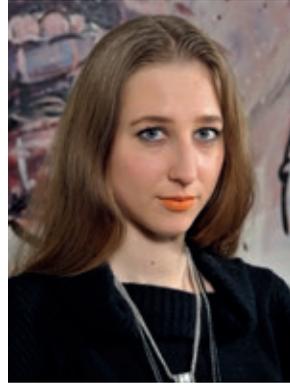
Conseil Beauté

Conseil Coiffure

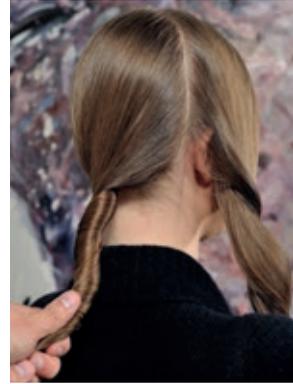
LE CHIGNON

Le chignon rechigne, il se dérobe à vous. Nulle inquiétude, voilà deux méthodes simples afin de le maîtriser aisément.

PAR BENJAMIN STALTER



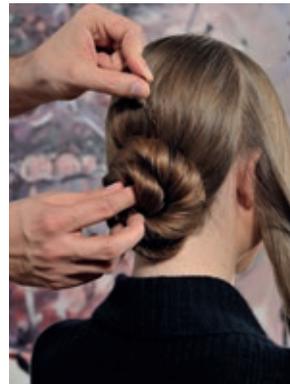
- Réalisez une séparation sur le côté de votre choix
- Isolez le côté proprement
- Appliquez le voile brillant sur le reste de la chevelure



- Réalisez une queue de cheval et torsadez jusqu'à la pointe



- Enroulez autour de la base afin de réaliser le chignon



- Attachez à l'aide de plusieurs neigeuses.



- Prenez la mèche qui a été isolée et séparez-la en trois branches



- Appliquez la cire mate si vous souhaitez un côté plus flou



- Séparez vos branches si vous souhaitez une tresse plus large
- Enroulez-la autour de votre chignon



Accessoires utilisés pour la coiffure



- Réalisez une queue de cheval sur le haut de la tête



- Séparez votre queue en 2 parties égales



- Appliquez de l'élixir Oil pour une coiffure plus nette



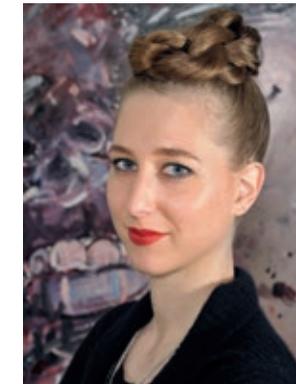
- Nouez les deux branches jusqu'à la pointe



- Serrez bien après chaque nœud vers la base de votre chignon



- Terminez en fixant votre chignon à l'aide de plusieurs neigeuses



Accessoires utilisés pour la coiffure



Astuce coiffure pour recouvrir la raie du milieu

- Dans un premier temps utilisez le voile rafraichissant afin de texturiser et rafraichir vos cheveux
- Réalisez une tresse africaine au-dessus de la tête à l'endroit que vous souhaitez recouvrir.

Best-of Collections

Les collections Kraemer sont l'expression de la créativité des collaborateurs du groupe. Pour une femme belle, sensuelle, essentielle.



KRAEMER

Paris

39, rue Cardinet
17^e arrondissement
01.47.64.48.45

Strasbourg

25, rue des Serruriers
03.88.23.04.91

13, rue de la Mésange
03.88.32.87.95

Centre Commercial
Place des Halles, 1^{er} étage
03.88.22.50.18

40, rue des Jeu des Enfants
03.88.22.79.79

93-95, Grand'Rue
03.88.21.01.10

14, place Broglie
03.88.32.94.32

25, rue du Fossé des Tanneurs
03.88.32.46.40

CC Rivetoile
3, place Dauphine
03.88.312.312

3, boulevard Leblois
03.88.60.60.00

111, rue Boecklin
03.88.31.61.20

9, rue Sleidan
03.88.61.79.35

202, avenue de Colmar
03.88.39.16.51

8, rue Sébastopol
03.8823.01.02

CC Auchan Hautepierre
03.88.26.09.00

Ajaccio

9, rue du Maréchal Ornano
04.95.25.14.06

Asnières sur Seine

136, Avenue Henri Barbusse
01.47.93.78.42

Barr

19, Grand'Rue
03.90.57.32.26

Bischheim

50, route de Bischwiller
03.88.33.33.63

Diemeringen

42, Grand' Rue
03.88.00.40.32

44, Grand' Rue
03.88.01.27.16

Dijon

3, Boulevard de Sévigné
03.80.30.64.64

Fresnay-sur-Sarthe

15, rue du docteur Riand
02.43.97.23.10

Haguenau

120, Grand' rue
06.52.25.20.56

Illkirch

146, route de Lyon
03.88.66.11.58

La Wantzenau

24, rue des Héros
03.88.37.08.29

Le Raincy

95, avenue de la Résistance
01.43.81.02.85

Lingolsheim

60, rue du Maréchal Foch
03.88.77.11.00

Lunéville

44, rue Banaudon
03.83.74.43.76

Mulhouse

CC Porte Jeune
1, Boulevard de L'Europe
03.89.360.360

19, rue Henriette
03.89.46.60.60

Mundolsheim

CC Cora RN63
03.88.19.95.89

Mutzig

50, rue du Maréchal Foch
03.88.38.03.30

Obernai

22-24, rue des érables
03.88.32.92.21

Ostwald

2, allée René Cassin
03.88.30.39.39

Sélestat

13, rue des marchands
06.03.80.01.15

Vendenheim

7, rue des Artisans
03.88.201.202

ACADÉMIES KRAEMER

France

27, rue des serruriers
67000 Strasbourg
03.88.32.92.21

Chine

No 60 Taojin Road, Guagzhou,
P. R. China 510000
00 86 (0) 87 63 93 03

Espagne

Calle asturias 39, 33001 Oviedo
0) 0034) 98 40 44 553

KRAEMER LABELLISÉS

Strasbourg

5, place des Halles
03.88.22.05.99

15, avenue Jean Jaurès
03.88.84.86.38

181B, Route de la Wantzenau
03.88.41.84.71

11, rue de Boston
03.88.60.35.67

146, route de Polygone
03.88.36.48.54

8, rue de Sélestat
03.88.45.10.92

100, route du Polygone
03.88.84.56.03

232 route d'Oberhausbergen
03.88.30.03.33

80, route de Mittelhausbergen
03.88.12.21.89

48, rue de Zurich
03.88.36.00.36

44 Bis Quai des Bateliers
03.88.52.08.79

Boersch

14, rue Monseigneur Médard Barth
03.88.04.96.76

Caen

69, rue de l'oratoire
Tel : 02 31 85 29 93

Chaumont

4, rue des halles
03.25.32.00.76

Colmar

42, rue nord
03.89.23.32.06

Forbach

4 rue Sainte Croix
03.27.88.14.14

Haguenau

Rue Branly
03.88.93.86.00

Hatten

4, rue de Wissembourg
03.88.80.01.09

Molsheim

16, rue des Etudiants
03.88.38.20.69

Montpellier

23, rue St Guilhem
04.67.55.04.50

Oberhausbergen

71, route de Saverne
03.88.27.04.36

Obernai

70 rue du Général Gouraud
03.88.95.44.33

Ostwald

4, Allée René Cassin
03.88.28.24.66

Saint Médard De Guizieres

61 bis, rue de la République
05.57.40.27.75

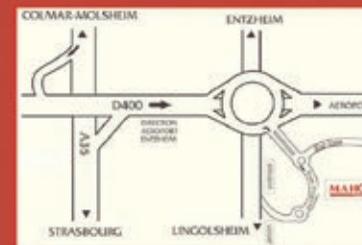
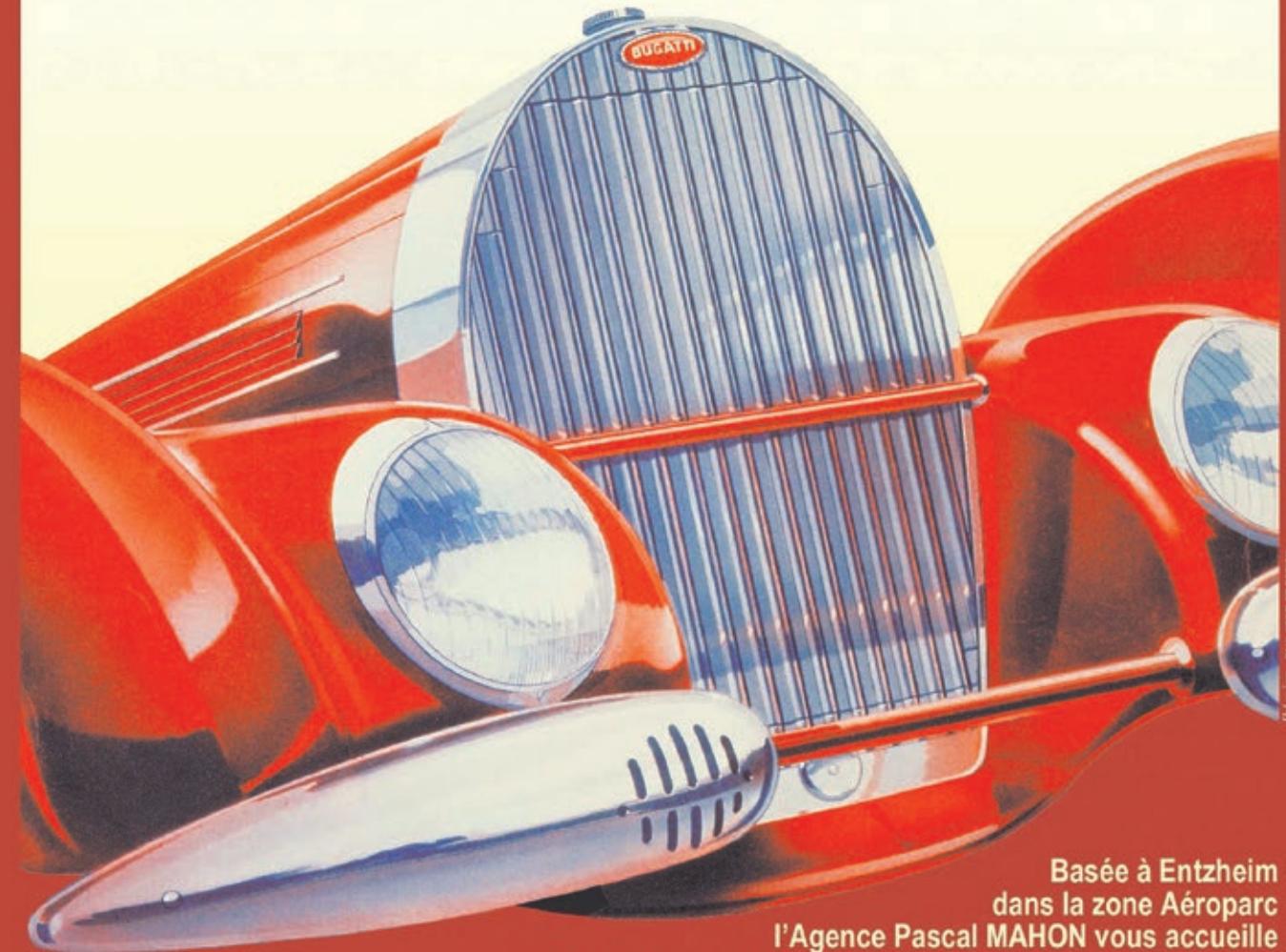
Schiltigheim

103, route du Général de Gaulle
03.88.33.07.74

MAHON

ASSURANCES

Pascal MAHON et son équipe vous apportent des conseils personnalisés en matière d'assurances auto, habitation, santé, retraite et assurance vie.



Basée à Entzheim
dans la zone Aéroparc
l'Agence Pascal MAHON vous accueille
du lundi au vendredi, de 9h00 à 12h30 et de 14h00 à 17h00
Parking assuré

Facile d'accès : autoroute A35, sortie Entzheim - Parc d'Activité

Agence Pascal MAHON
Le Mermoz - 2, rue Pégase - 67960 ENTZHEIM
Tél. 03 88 95 51 01 - Fax 03 88 95 57 84
E.mail : pmahon@agence.generalifr

KRAEMER À L'ÉTRANGER

→ CANADA

2127-3779 Sexmith
Road Richmond
Vancouver
778-297-9927

→ CHINE

Guangzhou

Shop 2-3, 5F la Perle Plaza
No 367, Huan Shi Dong Road
00 86 (0) 20 8331 3466
Shop 1, 7/F, Friendships Store
No 369, Vip Room, Huanshi Dong
00 86 (0) 20 8349 0502

Shop 101, No 11, Zishanda Street
Jiangnanxi Road
00 86 (0) 20 3409 6116

Shop 103, Metono, Département
Store, Nonglinxia Road
00 86 (0) 20 8350 9477

1st dongnan road, g/f jinfluxing plaza,
88 xintang dadao zhong
00 86(0) 20 8267 5591

Shop N°10, Denton Sunshine
N°2 Hai'an Road, Pearl River Metro
00 86 (0) 20 8349 0502

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

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

47 Jiangnanxi Road Qingzhu Street :
00 86 (0) 20 84443 4198

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

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

Haizhu

Haizhubandao, 1F, No 545
Bin Jiang Dong Road
00 86 (0) 20 3425 7429

721 Binjiangdong Road
00 86 (0) 20 8419 1022

Shop N°D03 Minghui City
2F Dynasty Plaza, N°123 Shang
du Road Guangzhou city
00 86 (0) 20 3425 7429

Haizu city (icon mall), haizhu district,
jiangnandadao zhong 180-182 area
B, 5th floor 508A
00 86 (0) 8412 5989

Haizhu 123 Shangdu Road
Wangchao Plaza Minghui Mall 2F
00 86 (0) 20 3414 6006

Tianhe

Zhu Jiang New Town, Shop 101, G/F,
No 2 Huali Road
00 86 (0) 20 3826 3718

OneLink Walk, Shop 3,3 /F,
Tianhe Road
00 86 (0) 20 3899 2322

Section 1, Room 108
50 Tiyuxi Road
00 86 (0) 20 8569 4560

Shop 302A, 1F, Voka Street
Tianhe Road, Tianhe District
00 86 (0) 20 3881 0898

3rd n°36 longsheng street
longkouxu road, tianhe District
00 86 (0) 20 8759 0049

Grand View Mall 5th floor
A021-22 Tianhe District
00 86 (0) 20 3806 0499

Fashion Tianhe Shop, Fashion Tianhe
Plaza Guangzhou city, tianhe lu 299, B1
West street shop 065
00 86 (0) 3826 9909

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

Yuexiu

Shop 103A, 1F, World Trade Center,
NO 371, Huangshidong Road
00 86 (0) 20 8760 6299

Zhonghua Plaza, Shop 1505, G/F,
No 33 Zhongshansan Road
00 86 (0) 20 8365 3330

Yuexiu district, huifudong lu 503
00 86 (0) 20 83331 0031

Comic city yuexiu district, jixiang
lu n°1, underground mall 2F shop
w2A020 shop : 00 86 (0) 6268 1991

Panyu

Château star River Hôtel, Shop 15, 2F
00 86 (0) 20 3479 0641

New city Plaza, Olympic Garden
Shop, 81-82 G/F Luoxi New Town
1826 3452 20 (0) 86 00

7th 2/f outlet square, haiyin
youyicheng, 383 panyu dadao bei
00 86 (0) 20 3919 3442

Panyu Wanda Mall Shop, Panyu
Nancun Town, HanxidadaoDong
00 86 (0) 20 3806 0499

Star river haiyi peninsula shop,
Panyu dadaobei 480 c8 Shop
commercial street
00 86 (0) 20 3114 1880

Huadu

Room2302, North Tower
world, Trade Centre Building
371 Huanshidong Road, GZ
00 86 (0) 20 3761 0283

Huado Agile, Agile Phase II
Shop 21, Fenghuangbei Road
00 86 (0) 20 3692 8686

106th block 5, 35 bauhe road, xinhua
street, huadu District, GZ
0086 (0) 20 3696 0429

Shop A1, South Tower, Liwan Building
Gongyuanqian Road, Xinhua Street:
0086 (0) 20 8681 7868

Liwan

Hengbao Plaza, Shop 3063-3069,
B1/F, 133 Baohua Road
00 86 (0) 20 8124 0942

Shop n°101, Heye Plaza, N°486
KangwangZhong Road
Guangzhou city
00 86 (0) 20 8124 0492

Metropolitan Plaza Shop
Huangsha Dadao
00 86 (0) 20 8124 0942

Liwan 548 Xihua Road
00 86 (0) 20 8106 3315

Foshan

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

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

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

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

Zengcheng

Shop 146, Fengyanyan 2 Street
Fenghuangcheng
Guangyuandong Road
00 86 (0) 20 8245 1311

Zhongshan

Vip Room, Rm 5019, Block
B Zhonghua International Center
33 zhongshan 3rd Road
00 86 (0) 20 8370 3760

→ ESPAGNE

Alicante

3 carrer Pintor Agrasot
00 34(0) 96 52 04 048

Almeria

Calle Rueda Lopez 17
0034 (0) 950 27 50 41

Murcia

Avenida Ronda Norte, N°11
0034 (0) 968 299 693

Oviedo

Calle asturias 39
0034 (0) 98 40 44 553

Valence

Calle Grabador Selma 4
46001 Valencia

→ MAROC

Marrakech

50, Avenue Mohamed 6
00 212 (0) 52 444 83 24

→ SUISSE

Sion

5, Espace des Rempart
0041 (0) 27 322 54 54

Lausanne

6 Avenue de rumine
00 41 (0) 21 312 64 67

Vevey

28 rue du lac
00 41 (0) 21 922 21 21

Fribourg

10 avenue de la gare
00 41 (0) 26 322 04 04

Villars-Sur-Glâne

1b, Route du Petit- Moncor
00 41 (0) 26 321 11 71

→ THAÏLANDE

Bangkok

4,6 O.P Garden 2103-2104
Chareonklung Road
Chareonklung soi 36, Bangrak
00 66 (0) 22 38 64 14

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

→ TURQUIE

Istanbul

Tugai yolu çadesi no/20 Maltepe
00 90 (0) 5424 93 27 28

Siège Groupe Kraemer

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



INTERNATIONAUX DE STRASBOURG

ÉVÈNEMENT ÉCO-RESPONSABLE 2016 **30** ans



CAROLINE
WOZNIACKI

LE TENNIS MONDIAL AU FÉMININ

13 > 21 MAI

BILLETTERIE EN LIGNE

WWW.INTERNATIONAUX-STRASBOURG.FR

OU PAR TÉLÉPHONE

09 70 25 20 39



ACCÈS TRAM E | ARRÊT PARLEMENT EUROPÉEN
TENNIS CLUB DE STRASBOURG



FACEBOOK **INTERNATIONAUX DE TENNIS DE STRASBOURG**



TWITTER **@WTA_STRASBOURG**



LE NOUVEL ÉCRIN
DE L'ÉLÉGANCE



PRINTEMPS

PRINTEMPS STRASBOURG, 1-5 RUE DE LA HAUTE MONTÉE - 67000 STRASBOURG - TÉL. 03 69 71 40 75 - PRINTEMPS.COM