

Intima

TOP
100
MEILLEURES
BOUTIQUES
DE FRANCE

FOCUS
PAYS
ISRAËL

ANNIVERSAIRE
Back in 1957

Enquête
internationale
**BEST
SELLERS**
MARQUES
ET PRODUITS

MODE
TENDANCES
A/H 17-18

 Ritex S.P.A.

LISE CHARMEL

**BUY THE PRINT COPY
NOW**

www.intima.fr/abonnements



TRAVAILLER DANS LA MODE

Des métiers de mode qui font rêver : styliste ou mannequin, acheteuse ou attachée de presse, designer ou journaliste, qu'elles officient chez Céline ou Louis Vuitton, au magazine Elle ou au grand magasin Le Printemps, chez & Other Stories ou chez Sézane, des Parisiennes nous font découvrir dans l'ouvrage « Inside Fashion – Elles travaillent dans la mode » un éventail de professions qui font rêver et les multiples itinéraires qui y conduisent. Formées aux métiers de la mode ou autodidactes, elles racontent leurs parcours

professionnels et révèlent des tempéraments créatifs et passionnés. Inspirées et inspirantes, ces personnalités qui témoignent de leur expérience ont été sélectionnées aussi bien côté style que côté déco. A la fin de chaque reportage, elles livrent leurs conseils d'expertes en partageant leurs carnets d'adresses avec les bonnes adresses shopping (boutiques mode, déco, chine) et les bons plans détente (restaurants, concepts store, galeries...) pour profiter de la vie avec talent et ingéniosité.

Inside Fashion – Angèle Rincheval Hernu et Karel Balas – Editions de La Martinière – 224 pages



MARQUE & LUXE

« Marque & Luxe » issu de la collection « Expliqué à mon Boss » est un livre de marketing aux allures de roman. Tel un produit de Luxe, il parle des Marques qu'il adule sans jamais les nommer. Le plaisir de les débusquer devient celui du lecteur. Ici, on joue, on rêve et on sourit beaucoup. Fondatrice de l'agence Epykomène en 2010, Audrey Kabla, l'auteure de cet ouvrage, accompagne les maisons du luxe et jeunes concepts à révéler et activer les trésors de leurs marques par le biais de création en stratégie émotionnelle, de projet marketing et de

formations internes. Avant de se lancer dans ce projet, Audrey a travaillé au sein de plusieurs maisons de couture, d'horlogerie, d'hôtellerie et dans divers services du Luxe. Dans ce livre, Audrey Kabla conte l'épopée amoureuse de Marque et de Luxe et, avec son concept décalé, elle dévoile les secrets du bien-être spirituel des amants « so chic ». Entre les perceptions et l'identité, le présent et le reste du temps, comment s'assurer que ces « cultes » de prestige nous comblent toujours plus ? c'est à ce quoi répond l'auteure qui, grâce à la philosophie Yuxa, qui applique les préceptes du yoga au marketing de luxe, identifiant les postures, méditations et les ouvertures des 7 chakras pour rejoindre le succès et la douceur de vivre dans le secteur du luxe. Artistes, penseurs et professionnels du Luxe, ce ne sont pas moins de 53 élus qui mettent ici en lumière leurs œuvres et exposent leurs savoirs dans un roman stratégique qui invite à lever le voile sur le brand management dans des yeux « millenials », plein d'amour et de zen'attitude.

Marques et Luxe – Audrey Kabla – Editions Kawa – 286 pages