



Louis Vuitton s'expose au Japon, Oakley fête ses cinquante ans, la nouvelle collection Chloé... L'Impératif Madame



Retour sur ce que la rédaction veut impérativement partager cette semaine.
Une exposition Louis Vuitton au Japon

Depuis le 13 avril, la ville d'Osaka, au Japon, vibre au rythme de l'Exposition universelle de 2025. En parallèle de cet événement qui se tiendra jusqu'au 13 octobre, Louis Vuitton, qui célèbre ses 170 ans, annonce l'ouverture de «Visionary Journeys», une exposition immersive présentée au Nakanoshima Museum of Art d'Osaka, institution culturelle ouverte il y a trois ans. «Un parcours universel en douze chapitres thématiques retraçant l'évolution de la Maison, mettant en lumière l'Art du Voyage, valeur chère à Louis Vuitton, ainsi que son savoir-faire à la fois traditionnel et novateur», précise un communiqué. Au programme : 138 malles à découvrir, des espaces immersifs, des documents d'archives exceptionnels, un décor sous forme de montgolfière... Un voyage de rêve en 12 salles et un événement unique : aucune exposition de cette ampleur n'avait été orchestrée par la maison de luxe depuis «Volez, Voguez, Voyagez» en 2015. **A.B.**

Du 15 juillet au 17 septembre 2025 au Nakanoshima Museum of Art d'Osaka, Japon. Les billets sont à réserver [ici](#).

Les lunettes anniversaire signées Oakley Passer la publicité

Cette année, la marque californienne adorée des sportifs du monde entier fête son cinquantième anniversaire. Pour l'occasion, une paire de lunettes de soleil en édition ultra-limitée a vu le jour : l'Ellipse 50th Anniversary. Cette dernière, dotée d'un design avant-gardiste, fusionne passé présent et futur avec des détails bien reconnaissables. Ses lignes courbées rappellent l'esthétique audacieuse des années 90, la tige dynamique s'inspire de la célèbre paire Radar EV, tandis que la forme du verre est résolument futuriste. Disponible dans une seule teinte, elle se dissocie des autres grâce à ses verres dorés et sa monture noire pailletée. «Au fil des évolutions, une chose demeure : notre ADN. Nous pensons qu'un produit Oakley doit rester reconnaissable entre tous, même sans son logo et l'Ellipse 50e Anniversaire en est l'incarnation la plus pure», déclare Nick Garfias, Vice-Président Design chez Oakley. **E.M.**

À retrouver sur oakley.com.

Chloé signe une nouvelle collection à l'allure affirmée



Nouvelle saison, nouvel élan : Chloé revient avec une collection automne-hiver qui conjugue héritage, allure et modernité tout en subtilité. La capsule navigue entre des influences cinématographiques et une esthétique photographique. Tout droit sorties d'un film d'Hitchcock comme *La Main au collet* ou *Fenêtre sur cour*, les pièces rendent hommage aux grandes heures des débuts de la mode new yorkaise. Leur force ? Une palette de couleurs naturelles et des coupes qui épousent la silhouette, des robes aux motifs et coupes structurés mais aussi des pièces plus imposantes comme un manteau en fourrure à la taille extra-large. Une histoire entre fantasme d'une époque révolue et modernité d'aujourd'hui. **V.H.F.**

À retrouver en boutique et sur le site de *chloe.com* à partir de mi-novembre.

Une femme à la tête de Marni

Après un mois sans direction artistique à la suite du départ de Francesco Risso, la maison Marni a annoncé, le 15 juillet, l'arrivée de Meryll Rogge à la tête des collections. Formée chez Marc Jacobs et Dries Van Noten, la créatrice belge a été récompensée le 30 juin dernier du prestigieux grand prix de l'ANDAM, à Paris, pour son travail autour des mailles et du layering. «Un talent créatif exceptionnel et une femme inspirante, dont la vision et l'expertise joueront un rôle clé dans le façonnement de l'avenir de cette formidable marque», a souligné Stefano Rosso, PDG de Marni, dans un communiqué. «Assumer un rôle défini par des directeurs créatifs aussi visionnaires est à la fois une leçon d'humilité et une source d'inspiration», a de son côté confié la styliste, qui se dit «honorée» d'atteindre ce poste dans sa carrière. La date de son premier défilé sera annoncée prochainement. **A.B.**

La maison Mapoésie souffle ses 15 bougies Passer la publicité

La marque Mapoésie fête ses 15 ans. Elsa Poux, créatrice parisienne, imagine en 2015 une marque spécialisée dans les pièces design à l'identité visuelle forte, comme des tapis, coussins, et du linge de maison. Au fur et à mesure, la marque s'étend vers d'autres secteurs d'activité comme le prêt-à-porter et les accessoires et se réinvente à travers des collections empreintes d'une identité colorée. À l'occasion de cette célébration, la maison conçoit une nouvelle collection anniversaire en reprenant les motifs emblématiques de la marque et en les déclinant sur une série de produits. Les différentes lignes témoignent d'un savoir-faire artisanal, de matières de qualité, le tout fabriqué en France. **V.H.F.**

À retrouver en boutique et sur le site *mapoesie.fr*.

Kapten & Son réinvente le voyage

L'été est là et l'appel du départ en vacances se fait déjà sentir. À cette occasion, Kapten & Son conçoit une collection estivale adaptée aux grands départs. Les nouvelles valises «Heathrow» sont ainsi imaginées pour allier innovation et praticité. Plusieurs capsules sont créées en fonction de la destination choisie. Entre voyages longue durée et escapade le temps d'un week-end, les produits s'adaptent aux besoins de chacun. Les valises «Essentials suitcase» aux couleurs pastel sont solides et détiennent des compartiments de rangement adéquats pour gagner de la place. Les sacs et accessoires de voyage, eux, font partie de la capsule «Ibiza», entièrement fabriqués en coton et lin. L'essentiel, finalement, pour y transporter nos meilleurs souvenirs d'été.

V.H.F.

À retrouver sur *kapten-son.com*.

L'été de Celio Be camaïeu à Saint-Tropez

Celio Be Camaïeu s'inspire de l'univers de la French Riviera et lance cette saison un vestiaire estival mixte en s'associant à la ville de Saint-Tropez. Au programme : des pièces aux coupes pensées pour tout le monde, caractérisé par des jupes et robes longues ainsi que des shorts en coton façon caleçon, la tendance du moment. La



collection propose également des incontournables plus intemporels comme un lot de tee-shirts à col rond aux imprimés minimalistes, ou des pantalons et chemises en lin. Les couleurs dominantes comme le jaune et le bleu vif offrent de lumière et profondeur à la capsule, à l'image de ces merveilleux couchers de soleil qui illuminent chaque été le vieux port de Saint-Tropez. **V.H.F.**

Passer la publicité

À retrouver sur [celio.com](#).

Loulou de Saison ouvre une deuxième boutique

Loulou de Saison vient de prendre ses quartiers rue des Saints-Pères, à Paris, avec une nouvelle boutique de 75 mètres carrés, pensée comme une continuité naturelle de l'univers de la marque. Lignes nettes, murs à la chaux et couleurs pures forment la ligne directrice et offrent un espace épuré et design. Loulou de Saison affirme ici sa manière d'habiter le luxe : un lieu où chaque pièce est mise en valeur, notamment grâce à la neutralité du décor qui les entoure. L'élégance ici ne se proclame pas, elle s'immisce dans le soin donné aux matières, entre autres détails. À cette occasion, en guise d'attention particulière, une sélection de crèmes glacées et sorbets du glacier Angiolo sera offerte à chaque personne se rendant en boutique tous les après-midi, du 7 au 19 juillet inclus. **E.M.**

À retrouver au 62 rue des Saints-Pères, 75007 Paris.

