

weekend

LE VIF
L'EXPRESS

Botswana,
l'Afrique idyllique

Des soupes bio
pour réveiller
nos papilles

Kate Winslet
« Il ne faut avoir
peur de rien »

« Paris »
shooté par
Cédric Klapisch

Baby

En poussette avec Henrik Vibskov

Les nouvelles poussettes de la marque néerlandaise Quinny sont à croquer ! La collection design est signée Henrik Vibskov, célèbre musicien, réalisateur et

créateur de mode danois. C'est une édition limitée qui comprend 18 produits aux imprimés originaux et très colorés. Une ligne qui repose sur un conte de fées moderne inventé par Henrik Vibskov lui-même et qui nous emmène dans une vaste forêt avec des personnages hauts en couleur qui ne sont pas les bienvenus en ville. Ils forment alors un groupe, chantent et finissent par devenir des stars internationales. Une belle histoire que Vibskov a transposée sur trois imprimés déjantés qui reviennent dans toute la collection. Des poussettes qui deviennent ainsi de véritables petits bijoux et qui ne manqueront pas de séduire toutes les mamans. **D.S.** ●

Internet : www.quinnydesign.com

Anniversaire

Hello Kitty a 35 ans

L'adorable petit chaton nippon rose bonbon à la frimousse mimi né en 1974 fête cette année son 35^e anniversaire ! L'occasion pour son papa japonais, Sanrio, de lancer un nouveau motif « nœuds papillons en cinq coloris ». On trouvera ainsi le rouge, le rose, le jaune, le vert et le mauve, des couleurs qui sont censées porter les valeurs d'amitié, de douceur, de générosité, d'espoir et de gentillesse. Hello Kitty, connu aux quatre coins du monde, est vendu dans pas moins de 70 pays, il se décline en une multitude d'articles et reste toujours le personnage fétiche de la gent féminine. **D.S.** ●

Internet : www.sanrio.com



Lunettes

Microsillon vintage

>>

EFFLUVE
D'HAMBURGER

Envie d'un parfum original ? Burger King a la solution ! La chaîne de restaurant lance aux Etats-Unis son propre parfum aux effluves... de viande grillée. Une nouvelle fragrance plutôt surprenante, baptisée Flame, laquelle s'adresse uniquement aux messieurs qui apprécient les odeurs de viande bien sûr. **D.S.** ●

Internet : www.firemeetsdesire.com

J'aurais pas dû bazarder mon mange-disque. Mais qui pouvait deviner que Ray-Ban allait avoir l'idée de ressortir ses lunettes Clubmaster et de frapper un grand coup ? Dans le dossier de presse, un ovni en vinyle, rond, percé en son centre, avec un sillon qui, s'il était griffé, ferait scratch scratch, bref, un 45-tours tout ce qu'il y a plus de 45-tours que les gens prévoyants glisseront illicito dans leur mange-disque pour twister sur *You don't own me*, vieux truc chanté par Lesley Gore au bon vieux temps du rock 'n' roll, en 1963. Mais comme on est en 2009 et que Ray-Ban est passé par là, ce sont les filles vintage et londoniennes de Ipso Facto qui chantent *Oh-h-h-h don't tell me what to say*. Elles prêtent leurs voix et leurs frimousses à frange à la nouvelle identité de ces lunettes très fifties pourtant dessinées en 1986 mais remasterisées pour l'occasion, en rouge, vert, blanc ou marron, là où il n'y avait que du noir et de l'écaillé, il y a vingt-trois ans. D'autres artistes s'y collent, les Black Kids qui s'offrent une version synthé-pop de *Egyptian Shumba* ou White Williams de *I Hear a New World*, et tous de poser gentiment et dûment lunettés devant l'objectif de Dean Chalkley pour les besoins de la campagne de pub hautement vintage. En ces temps de trouille pré-apocalyptique, une petite incursion back to the past, quand la guerre (la Seconde) était finie et que les golden sixties s'annonçaient plus golden encore que les fifties, c'est toujours ça de pris à l'ennemi. **A.F.M.** ●