

The history of the **Le vestiaire de Jeanne** brand is based on the creation of a girls' clothing brand and a blog. 18 year old Charlotte designed some items for her sister Jeanne, aged 6, and showcased them on a blog called Jeanne's wardrobe in 2005. Instant success: the clothes, inspired by Balenciaga and Raf Simons creations, have a simple, minimal mood. In addition to presenting the collection, the blog describes the tastes and preferences of the two sisters, and their own particular style. The clothes are to be distributed in Europe, The USA and Japan this winter.

La storia del marchio **Le vestiaire de Jeanne** è la storia di un brand di abiti da bambine e di un blog. Nel 2005 Charlotte, 18 anni, disegna alcuni capi per la sorella Jeanne di 6 anni e li mostra in un blog chiamato Il guardaroba di Jeanne. E' subito successo: i capi sono ispirati alle creazioni di Balenciaga e Raf Simons e hanno un mood semplice e minimale. Il blog, oltre a presentare la collezione, rivela gusti e preferenze delle due sorelle e definisce uno stile. Da questo inverno i capi saranno in vendita in Europa, Usa, Giappone



Les Invasions Ephémères presents a collection of maxi stickers with a poetic, very French taste, playing with the subtle boundary between illusion and reality. Baby deer, butterflies, cats and flowers decorate walls, mirrors and windows, inhabitants of an almost parallel world to our everyday one, where imagination and colour reign supreme. Sofia Antonovich and Pierre-Yves Toudic began producing the stickers in 2005, in line with a new French trend and passion for wallpaper and other mural decorations.

Les Invasions Ephémères propone una collezione di macro stickers di gusto poetico e molto francese che gioca intorno al sottile confine tra illusione e realtà. Piccoli bambini, farfalle, gatti, fiori si posano su muri, vetri, finestre e popolano un mondo quasi parallelo a quello quotidiano, dove la fantasia e il colore fanno da padroni. Sofia Antonovich and Pierre-Yves Toudic hanno iniziato la produzione degli stickers nel 2005, sull'onda di un trend che ha riportato sulla scena francese la passione per le carte da parati e i decori da muro.

Each collection is based on reinterpreted, printed and embroidered lace. The main garments are T-shirts, trousers and skirts, in shades of white, black, grey, gold and silver. The **Lignenoire** collection originates from the innovative idea of two young designers and revolves around these simple key points. All the items are exclusively produced in Italy and the predominant material is linen. Garment packaging, a distinctive element of Lignenoire products, is also based on accurate research.

Il punto di partenza di ogni collezione è il pizzo, rivisitato, stampato, ricamato. I capi sono soprattutto T-shirt, pantaloni, gonne. I colori sono il bianco, il nero, il grigio, l'oro, l'argento. La collezione **Lignenoire** nasce dalla innovativa idea di due giovani designer e si sviluppa intorno a questi semplici punti cardine. Tutti i capi sono prodotti esclusivamente in Italia e il materiale usato è spesso il lino. Anche il packaging con il quale sono messi in vendita capi è frutto di ricerca e costituisce un elemento distintivo di Lignenoire



Notsobig, the first children's concept store in Paris, founded and run by Arnaud Ravallec, was opened on the 1st June 2002. Contemporary and urban, the store gathers together leading, innovative brands dedicated to the world of the under tens: clothes, shoes, furniture, toys, perfumes and food in a context which investigates the universe of the very young from every angle. One year later, Notsobig began producing its own name products, using personally created prints, motifs and personages, radically removed from the mass production sector.

Notsobig, primo conceptstore da bambini di Parigi, fondato e diretto da Arnaud Ravallec, ha aperto il 1° giugno 2002. Contemporaneo e urbano, lo store riunisce i più importanti e innovativi marchi dedicati agli under ten: abiti, scarpe, mobili, giocattoli, profumi, cibo in un contenitore che indaga l'universo dei giovanissimi a 360°. Dal secondo anno di vita Notsobig ha iniziato a creare prodotti con un proprio marchio, con stampe, motivi e personaggi di ideazione personale, che si allontanano in maniera radicale dal mercato di massa

After graduating with a fashion design diploma from the prestigious Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, the young Aurore de Chaunaud worked as assistant designer in the atelier of Dice Kayek. She decided to move on and create her own brand for very young customers in 2006: resulting in **Marucho**, a collection for little girls from two to ten years who like to feel elegant and special on every occasion. Aurore has developed a tricot theme for next winter: merino wool for the day and fine cashmere clothes, capes and sweaters for the evening.

Dopo il diploma in fashion design alla prestigiosa scuola della Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, la giovane Aurore de Chaunaud lavora come assistente designer nell'atelier di Dice Kayek. Nel 2006 decide di creare un suo marchio e si rivolge a un pubblico giovanissimo: nasce **Marucho**, una collezione per bambine da due a dieci anniche desiderano essere speciali e eleganti in ogni occasione. Il prossimo inverno, Aurore ha sviluppato il tema tricot: il giorno lana merino, la sera prezioso cachemire per abiti, mantelle, maglie.

