



Brown
Mono

Family Overview

Styles

Brown Mono Light
Brown Mono Light Italic
Brown Mono Regular
Brown Mono Italic

About the Font

LL Brown owes much to the work of both Edward Johnston and Arno Drescher. Their respective designs – Johnston Sans (1916) and Super Grotesk (1930) – were immensely influential geometric typefaces. The London underground commissioned Johnston Sans, and after having been promoted to a corporate typeface for London Transportation in 1933, the typeface managed to stay in use until today, thanks to numerous updates. Super Grotesk had not been initially successful, but after the Second World War, it enjoyed a new life, eventually becoming one of the fonts most widely used in the German Democratic Republic (GDR).

The feasibility of merging these two typefaces, as LL Brown does, points to a shared cultural heritage only partially overshadowed by the many political and economic antagonisms of the Cold War. The corporate font of Western Europe's finance capital ironically shared its modernist roots with a typeface prized across communist Germany. The recognition of such a historical coincidence can be attributed to Zurich based designers and editors Lehni/Trüb, who had originally commissioned Aurèle to fuse the two fonts in 2007.

Aurèle later developed the font independently over several years. He added a purist and technical flavour, which by then had become a signature of his designs. Most notable is the comparison to the Futura variant he drew in collaboration with NORM as a corporate typeface for Swiss watchmakers Omega.

The result was not only a retracing of the common roots of Johnston Sans and Super Grotesk, but a decidedly contemporary fusion – neo-neo-modernist – achieved in an age of a newly united Europe.

While working on refining his design, Aurèle let a number of colleagues such as Jon Hares, NORM, Jonas Voegeli, and Mark Owens/Oslo Edition test various versions of the font in print and online applications. When LL Brown was ready for release in 2011, it was a versatile toolbox: four weights, each with Italics, all optimised for use at very small sizes.

Eight years later, a medium and a black cut joined the original family, while LL Brown was also carried beyond the Latin script. Aurèle collaborated with Titus Nemeth, Ilya Ruderman, Panos Haratzopoulos and Daniel Grumer in exploring the possibilities and restrictions of adapting his neo-neo-modernist fondness for pure shapes to the Arabic, Cyrillic, Greek and Hebrew scripts. In each case, the collaborations led to a stunning six weights. Slanted cuts are now available in Cyrillic, Greek and Hebrew.

Scripts

Cyrillic кириллица
Greek Ελληνικά
Pan-European abc абв аβγ

Separate PDF

Brown
Brown **Graphic**
Brown Narrow
Brown Condensed

In progress.

In Progress..

Glyph Overview

Cyrillic
 А а Б б В в Г г Ѓ ѓ Г г Д д Е е Ё ё Ж ж
 З з И и Й й К к Ќ ќ Л л М м Н н О о П п
 Р р С с Т т У у Ў ў Ф ф Х х Ч ч Ц ц Ш ш
 Щ щ Ъ ъ Ы ы Ь ь Ъ њ S s E e Э э
 I i Ї ї J j Ħ ħ Ю ю Я я Ь ѣ Ъ ѣ F f K k
 Һ һ Y y Ƴ ƴ X x Ħ ħ Ө ө Ө ө

Cyrillic Alternates
 Д Л а б в г ж з у ў к л к л м н ц ш щ
 ъ ъ ю

Greek
 Α α Β β Γ γ Δ δ Ε ε Ζ ζ Η η Θ θ Ι ι Κ κ
 Λ λ Μ μ Ν ν Ξ ξ Ο ο Π π Ρ ρ Σ σ Τ τ
 Υ υ Φ φ Χ χ Ψ ψ Ω ω ς Ά ά Έ έ Ή ή Ί ί
 Ό ό Ύ ύ Ω ώ Ϊ ι ΰ Ÿ ŷ Ů ů

Punctuation
 (. , : ; ? ! ¿ ¡ …) [& @] { - - - }
 « » ‹ › „ “ ” ‚ ’ ’ ′ - / \ ' " # † ‡ * ●
 ¶ § © ® ℙ ™

Case Sensitive Forms
 () [] { } - - - ‹ › « » ‹ › ‹ › · ● @ i ¿

Currency, Mathematical Operators
 € \$ £ ¥ ¢ f ¢ ₣ ₧ € ¢ ₣ ₣ ₣ ₣ ₣ ₣ ₣ ₣ ₣ ₣ ₣ ₣
 0 0 + - x ÷ = ≠ ≈ ‹ › ≤ ≥ ± ~ ¬ ♦ ð Δ Π
 Σ Ω μ ± ∫ ∞ √ Λ - ^ ≡ | | : ℓ e ° - №

Superscripts, Subscripts, Fractions, Ordinals
 H 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 H 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 1 ¼ ½ ¾ 1 ° ²

Arrows
 ← → ↑ ↓ ↖ ↗ ↘ ↙ ↻ ↷ ↸ ↹

Circled Numbers
 ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲

Symbols
 ■ ■ ■ □ ■ □ ● ○ ▲ ► ▼ ◀ ◯ ☺ ☻ ☜ ✓ ✨ □ ♥ 🛡 ⚔

Numerators, Denominators
 1 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 - 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Superscripts, Subscripts
 H 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 H 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Layout Features

Case Sensitive Forms	[Secret] May–July «Hello» ¿Adónde?	[SECRET] MAY–JULY «HELLO» ¿ADÓNDE?
Standard Ligatures	fiscal fluency	fiscal fluency
Arbitrary Fractions	23 5/6 × 32 3/4 2 7/8 6 2/5 × 9 4/5 34 1/6 ÷ 7 1/7 90 2/3	23 ⁵ / ₆ × 32 ³ / ₄ 2 ⁷ / ₈ 6 ² / ₅ × 9 ⁴ / ₅ 34 ¹ / ₆ ÷ 7 ¹ / ₇ 90 ² / ₃
Superscript	North ¹ , East ²	North ¹ , East ²
Subscript	H ₂ O	H ₂ O
Ordinals	1 ^a 1 ^o	1 ^ª 1 ^º
Slashed zero	2020	2020

Stylistic Set 1: Alternate a	Armani	Armani
Stylistic Set 2: Alternate s	Fashion	Fafhion
Stylistic Set 3: Alternate 1	11 millions	11 millions
Stylistic Set 4: Alternate 2	24 carat	24 carat
Stylistic Set 5: Alternate 3	3042 €	3042 €
Stylistic Set 6: Alternate dashes	END—	END—
Stylistic Set 7: Alternate *	LVMH*	LVMH*
Stylistic Set 8: Alternate *	Keiring*	Keiring*
Stylistic Set 9: Alternate *	A-COLD-WALL*	A-COLD-WALL*
Stylistic Set 10: Alternate •	●Off-White	●Off-White
Stylistic Set 11: Alternate Arrows	←SALES→ ←sales→	←SALES→ ←sales→

LL Brown Mono Light

4.5 Points

Helmstedt was founded by Emilie Helmstedt. The brand debuted with its first Oceania SS19 collection during Copenhagen Fashion Week in August 2018. The Helmstedt design favours a combination of quality, comfort and colours. Every print is hand-painted by Emilie Helmstedt in Copenhagen with highly visible brushstrokes in vibrant water and oil colours and manufactured on the finest fabrics. Speaking about Helmstedt, Emily says: "Helmstedt aim to be A BRAND THAT WISHES TO CREATE A NEW SPACE IN WHICH ART MEETS BOTH FASHION AND SUSTAINABILITY IN DIFFERENT OBJECTS. HELMSTEDT'S SIGNATURE IS MY HAND-PAINTED PRINTS AND MY

collections are immersed each season in a very different universe which I try to bring alive in every aspect of the design, from the clothes, the show, and the set design. I wish for Helmstedt to be both enlightening and aesthetically attractive". Helmstedt has worked extensively with fabrics that are conceived to reduce its environmental footprint. The brand has therefore changed its production to include organic cotton and ecological yarns made FROM RECYCLED COTTON AND POLYESTER. HELMSTEDT STRIVES TO ALWAYS MANUFACTURE GOOD QUALITY AND SUSTAINABLE CLOTHING, AND WHENEVER IT'S POSSIBLE HELMSTEDT SHIPS BY BOAT. THE SPANISH HOUSE

of prêt-à-porter and luxury leather goods, presents its new logo. Owned by the LVMH group, the brand incorporates this change of identity into its renewal process started a few months ago. This had already given rise to a new store design and the appointment of London based designer Jonathan A. as creative director. The new logo is signed by Michael Amzalag and Mathias Augustyniak of M/M Paris. This designer duo took inspiration from the work of GERMAN TYPOGRAPHER BERTHOLD WOLP TO RETHINK IDENTITY, WITH A NOD TO THE GERMAN ORIGINS OF THE FOUNDER OF LOEWE. THE BRAND IS PRESENTED ONLY BY ITS NAME. THE CITY AND BRAND CREATION'S

9 Points

Barcelona born and bred, Archie M. Alled-Martinez moved to London aged 19. Educated at Central Saint Martins from 2011, he graduated from the MA Fashion Knitwear program in 2018, was the recipient of the L'Oréal Professionnel scholarship 2018. He moved to Paris in August 2018 after winning the LVMH Graduate prize in 2018, worked at Givenchy until June 2019, followed by the launch of his first solo collection SS20, during Paris men's Fashion Week. Alled-Martinez is a knitwear label that reflects who Archie is as a designer. Combining knitwear, which is his technical field of expertise, and the references that shape HIS IDENTITY AS A DESIGNER. CREATING A VERY ESOTERIC PRODUCT, APPEALING TO AN AUDIENCE THAT UNDERSTANDS BOTH THE TECHNICAL ASPECT AND THE VISUAL AND CULTURAL REFERENCES, BUT AT THE SAME TIME, APPEALING TO AN

6 Points - Alternate 2 SS03

Priya Ahluwalia a obtenu son Master en prêt-à-porter homme à l'Université de Westminster en 2018. Ayant obtenu la reconnaissance du secteur suite à la publication de son livre, Sweet Lassi, et sa première collection Printemps/Été 2019, les collections d'Ahluwalia, présentées dans le cadre du programme British Fashion Council, figurent désormais parmi les plus attendues de la Fashion Week HOMME À LONDRES. POUR SA MARQUE ÉPONYME, «AHLUWALIA», PRIYA S'INSPIRE DE SON HÉRITAGE INDO-NIGÉRIAN, DE SON ANCRAGE LONDONIEN ET DE SON STYLE DE VIE. ELLE PART À LA RECHERCHE DE

pièces vintage et d'inventus pour leur redonner vie. Ahluwalia travaille avec des ateliers de confection qui valorisent le travail artisanal et encouragent la création de lieux de travail sécurisés, équitables et où le personnel bénéficie de formations. C'est le cas de Sewa Delhi, un atelier social de broderie qui travaille avec des femmes de zones rurales en Inde, leur offrant AINSI UN EMPLOI ADAPTÉ ET PAYÉ CONVENABLEMENT. SES COLLECTIONS SOUVENT EMPREINTES DE NOSTALGIE SONT CENTRÉES SUR LES COMMUNAUTÉS ET L'HISTOIRE. POUR LA COLLECTION AUTOMNE/HIVER 2020

7 Points

Charaf Tajer è uno stilista di origine parigina, di origine marocchina. È un direttore creativo e designer autodidatta, avendo iniziato e collaborato con marchi sin da giovane. Si va dal collettivo creativo francese Pain Au ChoKolat, al rinomato marchio di Pigalle, una collezione con Off White e consulenza a Supreme. Applicando un approccio imprenditoriale per raggiungere le sue passioni, Charaf ha avviato la sua agenzia creativa, insieme all'essere il direttore artistico dell'iconica sede di Parigi Le Pompon. Attraverso queste esperienze Charaf ha fondato nel 2018 il suo marchio di moda da SOGNO CASABLANCA: UN MARCHIO DI ABBIGLIAMENTO MASCHILE CHE UNISCE ELEGANZA E COMFORT E SI ISPIRA ALLA NATURA CHE INCONTRA L'ARCHITETTURA. CHARAF CREDE PROFONDAMENTE NELL'IDEALISMO: «VOGLIO DIFFONDERE BELLEZZA E FIDUCIA IN ME STESSO, ESPRIMERE CIÒ CHE È BELLO NEL

10.5 Points

Romina Cardillo est née à Buenos Aires en Argentine. La famille dans laquelle elle grandit est à la tête d'une entreprise de textile. Cardillo étudie le stylisme à l'Universidad Argentina de la Empresa (UADE). Elle lance en 2007 son projet de mode masculine dénommé «Grupo 134», première marque vegan en Argentine. Avec Grupo 134, Romina s'impose comme une référence dans le secteur de la mode durable. En 2014, Romina décide de lancer une nouvelle marque: Nous Etudions. Plus qu'une marque de mode, Nous Etudions veut ÊTRE UN SYMBOLE POUR UNE NOUVELLE GÉNÉRATION. DÉVELOPPEMENT DURABLE, VÊTEMENTS SANS GENRE ET VÉGANISME SONT AU CŒUR DE L'IDENTITÉ DE

LL Brown Mono Light

12 Points

Rei Kawakubo, née le 11 octobre 1942 à Tokyo, est une styliste japonaise, fondatrice de la marque Comme des Garçons et une personnalité influente et respectée du domaine de la mode. Elle est une des représentantes de l'Antifashion des années 1980 et conçoit des créations avec une approche intellectuelle, loin des critères traditionnels de la beauté, REMETTANT PERPÉTUELLEMENT EN QUESTION LES PRINCIPES ÉTABLIS. SES VÊTEMENTS ANDROGYNES AUX MONTAGES ÉTRANGES SONT SOUVENT PLEIN DE VOLUMES ET RÉFUTENT TOUTE

16 Points

A-Cold-Wall*, Bottega Veneta
Buscemi, Cartier, Cognac,
Christian Lacroix
Comme des Garçons, Diplomatico
Dolce & Gabbana
Fragment Design
Giorgio Arman, Golden Goose
Helmstedt
Hiroshi Fujiwara
JEAN-PAUL GAULTIER, KAUSHIK

20 Points

Moët & Chandon
Paccbet, Pommery, Play
Peter Do, Piaget
Piero d'Angelo, Pulbo,
P448, Rave Review, Rimowa,
Rick Owens, Raeburn
Rag & Bone, Rapha, Raawi
Red Wings Shoes
REFLECTIONS COPENHAGEN

30 Points

Supriya Lele
Starboard Cruise
Shu Uemura
Tyffany & Co,
Tag Heuer
VICTORIA'S SECRET

LL Brown Mono Light Italic

4.5 Points

Alors que l'accessoire Valentino Garavani Rockstud fête ses 10 ans, la maison italienne présente aujourd'hui son tout nouveau projet: Valentino Garavani Rockstud X. Si lors de son dernier défilé, Pierpaolo Piccioli avait initié sa volonté d'introduire la «redéfinition» au sein de l'univers Valentino, la maison italienne semble plus que déterminée à poursuivre sur cette voie. Au programme: la mise en lumière des valeurs d'identité, d'inclusion et de communauté DÉFENDUES PAR LA MAISON. L'IDÉE EST DE PERMETTRE À DES DESIGNERS DU MONDE ENTIER DE REPRENDRE LE CÉLÈBRE STUD, FIDÈLE À LA GRIFFE. IMAGINÉ D'APRÈS À LA CULTURE ITALIENNE, CE CLOU SIGNÉ VALENTINO est devenu le détail symbolique de la griffe italienne et apparaîtra sûrement à travers les collaborations qui rythmeront ce projet exclusif. Véritable toile blanche, le projet Valentino Garavani Rockstud X promet ainsi de redessiner les contours de la ligne d'accessoires, le tout en soulignant la nouvelle identité de la maison. Et si les nouveaux codes de la marque mêlent à la fois réalité, rêve, punk et couture, l'Open Lab Valentino ne s'ouvrira aux créateurs qu'à la SUITE D'UNE CONVERSATION ENTRE PIERPAOLO PICCIOLI ET LE DESIGNER BRITANNIQUE CRAIG GREEN. AFFAIRE À SUIVRE. CE WEEK-END, VALENTINO A PRÉSENTÉ POUR LA PREMIÈRE FOIS SA COLLECTION À MILAN, L'OCCASION

de mettre en lumière sa collaboration surprise avec Levi's. Liées par une éthique largement engagée, les deux griffes revisitent ici l'iconique 517 bootcut, décliné également pour hommes. Si le directeur artistique de la maison italienne entame cette saison sous le signe du renouveau, il met également un point d'honneur à redessiner l'éthique de la marque. Son fer de lance? La «resignification». En d'autres termes, Pierpaolo Piccioli redéfinit LES CONTOURS DE VALENTINO ET LUI ATTRIBUE DE NOUVEAUX SYMBOLES FLIRTANT AVEC UNE ATMOSPHÈRE PLUS ACTUELLE QUE JAMAIS. APRÈS ÊTRE APPARU COMME WORKWEAR, LE 517 EST RAPIDEMENT DEvenu L'UNIFORME DE

9 Points – Ligature fi

Pour John Galliano, peut-être l'un des meilleurs conteurs d'histoires de la mode, le grand saut dans l'univers du film semble se passer à merveille. En juillet, il était déjà à l'avant-garde du mouvement avec S.W.A.L.K, un film fascinant qui montrait la conception de la collection haute couture Maison Margiela Artisanal automne-hiver 2020, réalisé avec Nick Knight, et qui remplaçait son défilé physique lors de la Fashion Week de Paris. Cette saison, il revient avec la suite: S.W.A.L.K 2. La collection, qu'il définit comme étant mixte, étend la recherche artisanale au prêt-à-porter, et emmène ses PERSONNAGES DANS UN BUENOS AIRES FICTIF POUR UN TANGO ENDI-ABLÉ. EN RÉALITÉ, LE FILM A ÉTÉ RÉALISÉ EN TOSCANE, AVEC NICK KNIGHT ET DES MEMBRES DE L'ÉQUIPE DE MAISON MARGIELA, AU COURS DES DERNIERS JOURS. LE TEMPS D'UNE

6 Points

It's a fact. In addition to rethinking its economy and its means of production, the fashion industry was impacted by the Covid-19 pandemic, had to change its relationship to time. And in particular its agenda, punctuated each year by the many Fashion Weeks from all over the world. First concerned, the haute couture fashion week which should have taken place in Paris from July 6 TO 8, 2020. MAINTAINED, IT IS HOWEVER PRESENTED IN A COMPLETELY DIGITAL WAY, WITH FASHION HOUSES UNVEILING THEIR COLLECTIONS IN DIGITAL OR "PHYSICAL" FORMATS. "TO RESPECT SOCIAL

distancing rules. New means of dissemination that compete with innovation or are quite simply the opportunity to get back to basics. From Dior to Balmain via Chanel, here are the recent alternatives from the great actors of haute couture. How sad! The rain is there, but no risk for Brushing. Superstars and their bodyguard escorts, influencers in light dresses and 12-inch heels and EVEN FOREIGN CLIENTS, WHO WOULD NOT HAVE MISSED A DIOR SHOW FOR THE WORLD, HAVE STAYED AT HOME. GOODBYE FLASHES OF FLASHES AND MASS HYSTERIA, GOODBYE DOLLARS TOO. JUST A HANDFUL

7 Points

Fondée en 1854, la maison française réinvente sa toile iconique Monogram. C'est au travers d'un entrelacs de fleurs que l'on distingue la date emblématique «1854», symbole de la naissance de l'empire Louis Vuitton. Esquissé par Nicolas Ghesquière, directeur artistique des collections femme, ce jacquard est l'essence même de l'héritage de la griffe emblématique. Portée par la noblesse et le savoir-faire, Louis Vuitton revisite ici sa toile emblématique mêlant douceur et souvenirs d'antan. Cette nouvelle collection fait écho aux racines du temple de la haute couture et rend un vibrant HOMMAGE À SON FONDATEUR, GEORGES VUITTON EN CRÉANT UN BLASON NÉOGOTHIQUE FAISANT ÉCHO À LA DÉCORATION INTÉRIEURE DE LEUR FIEF ORIGINEL À ASNIÈRES. LE CHIFFRE «8» REPRÉSENTE AINSI LES CONTOURS D'UN PÉTALE DÉLICATEMENT INSCRIT DANS LE MOTIF ORIGINAL DE LA TOILE.

10.5 Points

Il naît à Tokyo d'une mère couturière; son père est mort durant la Seconde Guerre mondiale. Il obtient un diplôme en droit de Keiō University en 1966. Après avoir poursuivi ses études de droit, Yohji Yamamoto est l'un des très rares garçons à se rendre au Bunka Fashion College (en) à Tokyo, où il obtient un diplôme de fin d'études; il y est récompensé de deux prix dont l'un lui fait gagner un voyage à Paris. Dans la capitale, il tente de vendre, sans succès, ses dessins, puis rentre au Japon. Sa mère est COUTURIÈRE À SHINJUKU ET IL L'AIDE. IL CRÉE SA MARQUE, Y'S, EN 1972, ET SCULPTE SA RÉPUTATION AUTOUR DE SA RIGUEUR. QUELQUES ANNÉES

LL Brown Mono Light Italic

12 Points

Encouraged by Linda Loppa, head of the fashion department at the Antwerp Royal Academy at the time and now director of the prestigious italian fashion school Polimoda, Simons became a self-trained menswear designer and launched his Raf Simons label in 1995. His first collection was in Fall-Winter 1995, and featured two street models in a video presentation. FROM FALL-WINTER 1995 TO SPRING-SUMMER 1997, SIMONS' COLLECTIONS WERE SHOWN EITHER IN PRESENTATIONS OR VIDEOS. FALL-WINTER 1997 SAW HIS FIRST RUNWAY

20 Points

Emmanuelle Khanh,
Frame, Fred Perry, Fusalp
Helmut Lang
Homme Plissé, Ic! Berlin
Kaws, Kenneth Ize
Koché, Ksubi
Liu Jo, Lyly Erlandsson
Mackintosh 0002
MALIN: GOETZ, MANOKHI

16 Points

A Bathing Ape®, AAPE
Alexander Wang, Arc Tery
Ambush, A.P.C, Aznys,
Bang & Olufsen, Battenwear
Bao Bao Issey Miyake, Barbour,
Berluti, Blancpain
Carrera, Cerrutti 1881, Chaos
Charles Jeffrey Loverboy,
Discord Yohji Yamamoto, DKNY
ENGINEERED GARMENTS

30 Points

Overcome,
Opening Ceremony
Salomon S/Lab
SO.YA, Smythson
U.P.W.W.
UNITED RIVERS

LL Brown Mono Light

58 Points
- Case Sensitive
Forms

	Ticket N°954		07/09/2020		
	Paris		14:29:54		
2x	PRADA Herringbone Jacket	(P/U)	2900.00	€	5800.00
1x	PRADA Loafers	(P/U)	750.00	€	750.00
3x	GR10K Double Face Polo	(P/U)	345.00	€	1035.00
1x	MARINA YEE Mrs Jones Overcoat	(P/U)	1890.00	€	1890.00
	SIRET: 627 197 427 52783 Service Compris		TOTAL TTC: INC. TVA 20 ⁰ / ₀ : TOTAL HT:		9475.00 1895.00 7580.00

LL Brown Mono Regular

4.5 Points

Il lance un concept store en 2009 à Chicago, «RSVP Gallery», mélange de boutique et de galerie exposant du design et de l'art. En 2011, Virgil Abloh est le directeur artistique de Watch the Throne, de Jay-Z/Kanye West, pour lequel il est nommé pour le Grammy Award de la meilleure pochette d'album. Virgil Abloh fonde le label streetwear Pyrex Vision à Chicago en décembre 2012 avant de l'arrêter après seulement une année. Il travaille également avec d'autres DJ pour produire des pièces pour la marque DE STREETWEAR BEEN TRILL. PARALLÈLEMENT, IL MÈNE SA PROPRE CARRIÈRE DE DJ. EN 2013 IL LANCE SA MARQUE DE MODE BASÉE À MILAN, OFF-WHITE, UNE EXTENSION DE SON

premier projet Pyrex Vision, qui propose des collections de vêtements pour hommes et femmes, inspirée de la rue et de la contre culture. La holding New Guards Group avec ses trois investisseurs italiens le soutiennent financièrement. Le lancement de sa marque est sujet à de nombreuses controverses puisqu'il a été accusé de plagiat: pour ses premiers modèles, le créateur rachète un stock de chemises rugby de Ralph Lauren et des sweat-shirt de la marque CHAMPION ET LES CUSTOMISE AVEC DES LOGOS DE SA MARQUE, CE QUI A SUSCITÉ DE VIVES RÉACTIONS. VOILÀ PLUS D'UNE DÉCENNIE QUE VIRGIL ABLUH EST SUIVI PAR M. BURKE; CE DERNIER NOMME ALORS LE CRÉATEUR

américain à la tête de la ligne pour homme de Louis Vuitton en 2018. La présence d'une personnalité noire chez LVMH reste significative. Pour certains, Virgil Abloh est, surtout là pour éviter «l'embourgeoisement» de la marque et «casser les codes» afin de capter une clientèle plus jeune de milléniaux. Il présente sa première collection le 21 juin dans les jardins du Palais-Royal. Cette même année, il s'associe avec Takashi Murakami pour concevoir une collection exposée à la GALERIE GAGOSIAN. SES DIVERSES ACTIVITÉS FONT QU'IL EST SURNOMMÉ PARFOIS PAR LA PRESSE COMME L'EMPEREUR DU COOL. EN QUELQUES MOIS, LES RÉSULTATS DE LOUIS VUITTON SONT UNE PERFORMANCE QUI

9 Points – Alternate a

Eclettiche e contemporanee, le creazioni della Maison fondata nel 1921 incarnano la quintessenza dell'artigianato italiano e rimangono impareggiabili per qualità, design creativo e attenzione ai dettagli. Gucci ha deciso di ridefinire il concetto di Lusso per il 21° secolo, un'ambizione perseguita congiuntamente dal 2015 dal Direttore Artistico, Alessandro Michele, e dal Presidente e CEO della Maison, Marco Bizzarri. Colorata, romantica, poetica e magica, la visione unica di Alessandro Michele ha ottenuto un immenso successo di critica creando un legame emotivo privilegiato con le nuove generazioni di clienti. DOPO IL CLAMOROSO ABBANDONO NEL 2004 DI TOM FORD E DOMENICO DE SOLE CHE CHIEDEVANO UNA VERA AUTONOMIA GESTIONALE MENTRE PPR ESIGEVA DA LORO UNA REDDITIVITÀ CHE MANCAVA, ALL'AMERICANA SUCCEDER-

6 Points

Gvasalia studied international economics for four years at Tbilisi State University and later attended the Royal Academy of Fine Arts in Antwerp, where he graduated with a Master's Degree in Fashion Design in 2006. In 2006, Gvasalia collaborated with W. V. Beirendonck on his men's collections. In 2009, Gvasalia joined Maison Margiela, where he was responsible for women's collections until 2013. IN 2013, HE WAS APPOINTED SENIOR DESIGNER OF WOMEN'S READY-TO-WEAR COLLECTIONS AT LOUIS VUITTON, INITIALLY UNDER MARC JACOBS AND BRIEFLY UNDER NICOLAS GHESQUIÈRE.

Together with his brother Guram, Gvasalia launched the brand Vetements in 2014, along with a small group of friends, displaying their work in small gay clubs in Paris. Gvasalia has said that his original purpose with the brand was to subvert the high fashion status quo. Vetements' first women's ready-to-wear collection was presented at Paris Fashion Week in 2014. In 2015, Gvasalia became THE CREATIVE DIRECTOR OF BALenciAGA, SUCCEEDING ALEXANDER WANG. IN 2019, GVASALIA LEFT VETEMENTS TO PURSUE NEW ARTISTIC VENTURES, HAVING ACCOMPLISHED HIS GOALS WITH THE COMPANY,

7 Points

Off-White (stylisé en OFF-WHITE c/o VIRGIL ABLOH) est une marque italienne de vêtements et d'accessoires de mode. Fondée par Virgil Abloh fin 2013 à Milan, elle s'inscrit dans la vague streetwear haut de gamme à l'instar de Vetements ou Balenciaga. La marque est présente internationalement et dispose de 24 magasins à travers le monde, ainsi que de stands à Barneys, Selfridges, Harrods et Le Bon Marché. Les vêtements de la marque sont fortement reconnaissables avec l'utilisation des guillemets, des rayures diagonales ou encore des mentions faisant référence à la fonction du produit SUR LE PRODUIT LUI-MÊME. LE LABEL A GAGNÉ EN INFLUENCE GRÂCE À, PAR EXEMPLE, DE NOMBREUX PARTENARIATS AVEC DE GROSSES MARQUES AU RAYONNEMENT INTERNATIONALES COMME NIKE, LEVI'S, IKEA OU ENCORE ÉVIAN. LA MARQUE EST CRÉÉE EN 2013, APRÈS QU'IL A MIS FIN AU LABEL

10.5 Points

Nourrie d'une lecture érudite de la culture et de l'histoire de la mode, la vision multiforme d'Alessandro Michele réussit le mélange du dandysme et de la Renaissance italienne, de l'esthétique gothique et de la punk attitude D.I.Y. Charisme, innovation, progrès SONT plus que jamais AU CŒUR DE Gucci propose une approche radicalement moderne de la mode. En septembre 2014, il occupe le rôle de directeur de la création de Richard Ginori, la marque Florentine de porcelaine acquise par Gucci en juin 2013. Pendant le défilé Hommes AUTOMNE/HIVER 2015-16, IL RÉVÈLE UNE NOUVELLE VISION DE LA MAISON GUCCI. CETTE VISION SE CONCRÉTISE AU COURS DU DÉFILÉ FEMME 2015-2016.

12 Points

Cristóbal Balenciaga aprì la sua prima boutique a San Sebastián, in Spagna, nel 1917, e si espanse includendo filiali a Madrid e Barcellona. La famiglia reale spagnola e l'aristocrazia indossavano i suoi modelli, ma quando la guerra civile spagnola lo costrinse a chiudere i suoi negozi, Balenciaga si trasferì a Parigi. Balenciaga aprì la sua casa di moda parigina in Avenue George V nell'agosto del 1937 e la sua prima sfilata di moda presentò modelli fortemente influenzati dal Rinascimento Spagnolo. IL SUCCESSO DI

20 Points

Fake Alpha Vintage
Feng Chen Wang, Filson
First Aid To The Injured
G.H. Bass & Co.
Gianluca Capannolo
Iris Von Arnim, Incotex
Isaac Sellam Experience
Lacoste Live, Levi's
LES (ART)ISTS

16 Points

Ardbeg, Amir Slama
Abasi Rosborough, Amiri
Bvlgari, Baldinini
Bergfabel, Bergfabel
Coach, Carlo Moretti, Carvil
Children Of The Discordance
Dfs Group, Desa 1972
Dsquared2 Eyewear
Emanuel Ungaro, Endless Joy
EMANUELE BICOCCI

30 Points

Paco Rabanne
Peak Performance
Tubicci
Tudor, Ts(S)
Werkstatt: München
WOOLRICH

LL Brown Mono Regular, Italic

58 Points
- Alternate 2
SS04

Ticket N°16840
Paris

11/06/2020
12:56:42

4x LEMAIRE
Roundcollar

EUR/165.00
Unit

660.00

2x BOTTEGA VENETA
Almond Flats

EUR/860.00
Unit

1720.00

1x RICK OWENS
Bomber Jacket

EUR/1610.00
Unit

1610.00

2x MAISON MARGIELA
Perforated Skirt

EUR/1890.00
Unit

3780.00

C TVA: 20%

HT: 6216.00

TVA: 1554.00

TTC: 7770.00

4.5 Points

La Maison Margiela est fondée en 1988 par et sous le nom du couturier belge Martin Margiela. Ce dernier fait des études de haute couture à l'Académie Royale d'Anvers et bien qu'il termine celles-ci une année auparavant, en 1979, il est souvent associé par erreur aux membres du groupe de jeunes stylistes d'avant-garde des années 1980, diplômés de l'académie, les «Six d'Anvers». En 1984 Margiela s'installe à Paris pour devenir l'assistant styliste de Jean-Paul Gaultier, QUI APPRÉCIE BEAUCOUP LE TALENT DU JEUNE COUTURIER. IL JOUERA CE RÔLE JUSQU'EN 1987. EN 1988, MARGIELA LANCE UNE MARQUE SOUS SON PROPRE NOM, LA «MAISON MARTIN MARGIELA», EN COLLABORATION AVEC

la styliste Jenny Meirens. Travaillant dans un appartement parisien, ils ouvrent une première boutique dans un espace vide et sans distinction à Paris. Le premier défilé d'une collection femme de la Maison Martin Margiela, celle du printemps 1989, a lieu en 1988 au Café de la Gare à Paris. Cette première collection femme comportait ce que The Independent décrit comme «un tablier de boucher en cuir retravaillé de façon à en faire une robe de soirée séduisante» AINSI QUE PLUSIEURS VESTES TAILLÉES À PARTIR D'UNE VIELLE ROBE EN TULLE. DIX ANS PLUS TARD, EN 1998, LA MAISON PRÉSENTE SA PREMIÈRE COLLECTION HOMMES, LA «LIGNE 10». MARTIN MARGIELA,

défini comme un créateur «conceptuel», crée depuis le début des pièces uniques totalement artisanales, faites d'objets ou des vêtements récupérés. Il peut aussi jouer des échelles comme il l'a fait la collection des vêtements de poupée agrandis. Chaque saison des replicas sont proposés: vêtements chinés dans le monde entier, explicitement et intégralement reproduits à l'identique et vendus comme tels. Pendant huit saisons, jusqu'en 2004, Martin Margiela fut le styliste de la Maison Hermès. SOUS SA DIRECTION, LE PRÊT-A-PORTER A CONNU UNE CROISSANCE REMARQUABLE PLUS DE 20% CERTAINES ANNÉES. CETTE COLLABORATION, SURPRENANTE DE PREMIER ABORD, REPOSAIT, COMME

6 Points

In an ironic reference to his heavy-weight boxer's stature, Captain Woolf Barnato, nicknamed "Babe". In 1925, he acquired his first Bentley, a 3-litre. With this car he won numerous Brooklands races. Just a year later he acquired the Bentley business itself. The Bentley enterprise was always underfunded, but inspired by the 1924 Le Mans win by John Duff and Frank Clement, Barnato agreed to FINANCE BENTLEY'S BUSINESS. BARNATO HAD INCORPORATED BAROMANS LTD IN 1922, WHICH EXISTED AS HIS FINANCE AND INVESTMENT VEHICLE. VIA BAROMANS, BARNATO INITIALLY INVESTED IN EXCESS

of £100,000, saving the business and its workforce. A financial reorganisation of the original Bentley company was carried out and all existing creditors paid off for £75,000. Existing shares were devalued from £1 each to just 1 shilling, or 5% or their original value. Barnato held 149,500 of the new shares giving him control of the company and he became chairman. Barnato injected further CASH INTO THE BUSINESS: £35,000 SECURED BY DEBENTURE IN 1927; £40,000 IN 1928; £25,000 IN 1929. WITH RENEWED FINANCIAL INPUT, W. O. BENTLEY WAS ABLE TO DESIGN ANOTHER GENERATION OF

7 Points

Dopo aver studiato all'Accademia di Costume e di Moda di Roma, Alessandro Michele è entrato a far parte del marchio italiano Les Copains. A alla fine degli anni '90 lavora in Fendi sotto la direzione di Karl Lagerfeld e Silvia Venturini Fendi. Altoparlante nella pelletteria ha contribuito all'ottima performance della Casa. Nel 2002, Tom Ford gli ha affidato il design della pelletteria di Gucci, una casa che da allora non ha più lasciato. Nominato Designer Associato di Frida Giannini nel 2011, nel 2014 è diventato Direttore Artistico di Richard Ginori, famoso produttore di porcellane ITALIANO ACQUISITO DA GUCCI. IL 21 GENNAIO 2015, ALESSANDRO MICHELE È STATO NOMINATO DIRETTORE ARTISTICO DI GUCCI. È STATO NOMINATO INTERNATIONAL STYLIST OF THE YEAR 2015 DAGLI BRITISH DESIGN AWARDS METTENDO UN PUNTO D'ONORE ALL'AUTENTICITÀ E ALLA NARRAZIONE,

9 Points

Rolex présente quatre nouvelles déclinaisons en version Rolesor gris (combinaison d'acier Oystersteel et d'or gris 18 carat) de son Oyster Perpetual Datejust 31. Surmontée d'une lunette sertie de 46 diamants taille brillant, la première s'habille d'un cadran aubergine finition soleil, décoré d'un chiffre VI lui-même serti de diamants. Les trois déclinaisons arborent respectivement un cadran vert finition soleil, laqué blanc ou dark grey finition soleil et sont munies d'une lunette cannelée réalisée en or gris 18 ct. Les aiguilles et les index ou chiffres romains de ces quatre nouvelles déclinaisons sont eux AUSSI EN OR GRIS 18 CT. LES REFLETS DE LUMIÈRE SUR LES CORNES ET LES FLANCS DE CARRURE METTENT EN VALEUR LES FORMES RAFFINÉES DE LEUR BOÎTIER OYSTER DE 31 MM DE DIAMÈTRE. LE BRACELET SE DÉCLINE EN DEUX VERSIONS

10.5 Points

Il nome ufficiale, Ferrari F70, viene svelato durante la presentazione del modello al Salone di Ginevra il 5 marzo 2013. La Ferrari è spinta da un motore V12 da 6,31 di cilindrata, che sviluppa 800 cavalli e dotata di un sistema elettrico di recupero dell'energia cinetica ispirato alla Formula 1, denominato «Hy-Kers», che gli conferisce una Potenza aggiuntiva di 163 CV che porta la potenza totale a 963 CV (949 CV, 81 CV). La coppia ha raggiunto i 900 Nm. Il rapporto peso/potenza è di 1,7 kg/CV, mentre il rapporto coppia/PESO È DI 542 NM/T. IL SUO CAMBIO È UN AUTOMATICO A 7 MARCE CON MODALITÀ SEQUENZIALE. GRAZIE ALL'USO INTENSIVO DI MATERIALI COMPO-

12 Points

After revisiting its Classic Fusion line for its 40th anniversary, Hublot announced that Samuel Ross, founder and designer of label A-COLD-WALL*, has joined the Swiss watch brand as an official ambassador. Ross who was the winner of the 2019 Hublot design prize, has also produced his first creation for Hublot to mark the announcement. Designed to celebrate THE WATCH BRAND'S 40TH ANNIVERSARY, HE'S TAKEN AN ARRAY OF MATERIALS TO CRAFT AN EXHIBITION CONCEPT TO MARK HUBLOT'S 40TH ANNIVERSARY, INCLUDING FURNITURE & FLAGS-

16 Points

Alexandra Llewellyn
All Blues, Ally Capellino
Andersen-Andersen
Backes & Strauss, Barrie
Billionaire Boys Club
Editions Milano, Eyepetizer
Ed Robert Judson
Ea7 Emporio Armani, Etq.
Jacques Marie Mage, Jil Sander
JUNYA WATANABE MAN

20 Points

Laura Lombardi,
Leret Leret, Lardini
Pyer Moss, Pace
Rains - Reigning Champ
Reinhard Plank
Victoria Beckham, Vitra
Vyner Articles
Wacko Maria
WALTER VAN BEIRENDONCK

30 Points

Xander Zhou,
Y-3 ADIDAS, Yeezy
Yoshiokubo
Yatay, Youth
Yves Salomon Army
YUIKI SHIMOJI

Weight and Size Variations

16 Points
Mono Regular
Mono Light It.

In 2004, Chrome Hearts & Yves Saint Laurent partnered and released limited and exclusive t-shirts.

In 2007, Chrome Hearts teamed up with Comme des Garçons, realizing a series of garments.

6 Points
Mono Light
Mono Regular

Ouverte le 20 mars 1997 par Colette Roussaux et sa fille Sarah Andelman, diplômée de l'École du Louvre et actuelle directrice artistique de la boutique, son concept est d'être le point de rencontre entre la mode, le parfum et le design, la musique, l'édition, la photo, la presse, la beauté et les hautes technologies. Son slogan, sans espace, est «Style, Design, Art, Food».

La boutique, de 700 m² est répartié sur trois niveaux et a été dessinée par l'architecte français Arnaud de Montigny. Au sous-sol, un bar à eaux est installé, proposant des eaux plates ou pétillantes, et jusqu'à 85 marques rares venant du monde entier. L'intérieur du point de vente change toutes les semaines, ainsi que les vitrines qui sont traitées comme les couvertures du magazine hebdomadaire. Elle emploie une centaine de personnes en 2012 dont

environ la moitié sur la surface de vente et certains de ses vendeurs sont reconnus, disposant de milliers d'abonnés sur Instagram. La boutique reçoit en moyenne un millier de visiteurs par jour et quatre fois plus durant les semaines de défilés.

Colette a été entièrement rénovée deux ans plus tard. Elle exploite en parallèle un site de vente en ligne. Régulièrement, la boutique s'associe avec des marques comme Chanel, à Paris, Gap, à New York, ou Comme des Garçons à Tokyo, pour créer des Pop up stores.

La boutique ouvre ses portes en mars 1997 sur l'emplacement d'une ancienne pharmacie. Le concept d'origine étant de trouver n'importe où dans le monde des produits jamais vus en France; au départ, les critiques jaillissent. Le magasin réalise en 2016 et 2017 un chiffre d'affaires estimé de 28 millions d'euros.

7 Points
Mono Light
Mono Light It.

Dover Street Market is a retailer that mainly sells high fashion products, but also features items from more urban, *streetwear* brands. The concept of Dover Street Market was largely based upon the *Kensington Market* that was the fashion hub for Britain for over 40 years. Taking from Kensington Market, Rei Kawakubo and Adrian Joffe sought to create a store that aimed to be a stockist for their own brand, *Comme des Garçons*, as well as other brands and designers that they saw fit to curate their store with. The aesthetic direction that Rei Kawakubo and Adrian Joffe was a very unorthodox approach compared to how usual high department stores looked like. With their particular direction in mind, Dover Street Market over the years has collaborated with the *Frieze Art Fair*, the Michael Hoppen Gallery, and the *Institute of Contemporary Arts (ICA)** to showcase work throughout the store. When asked to describe her store, "Beautiful chaos", is how once Rei Kawakubo characterized Dover Street Market. Dover Street Market has worked on a wide variety of collaborations from various *streetwear* and high fashion brands. Many collaborations are in celebration of milestones or to commemorate the opening of a new Dover Street Market store. Frequent collaborators include *Commes des Garçons*, *Gucci*, *Nike*, *Palace*, and *Stüssy*.

* The Institute of Contemporary Arts (ICA) is an artistic and cultural centre on The Mall in London, just off Trafalgar Square. Located within Nash House, part of Carlton House Terrace, near the Duke of York Steps. Stefan Kalmár became its director in 2016.

12 Points
Mono Italic
Mono Light

Suédois né d'une mère indienne et d'un père canadien, Ben Gorham a grandi à Toronto, New York et Stockholm.

Bien que diplômé de l'école des beaux-arts de Stockholm, une rencontre fortuite avec le parfumeur Pierre Wulff renforce son intérêt pour la création de parfums au détriment de la peinture. Ne disposant d'aucune formation en la matière Ben Gorham, alors âgé de 31 ans

Weight and Size Variations

4.5 Points
Mono Light
Mono Italic

You are, however, likely to be familiar with his brainchild, Byredo. The brand is, after all, largely responsible for the reason you may have coveted a designer candle or boutique perfume in the last decade. Since its launch as a fragrance brand in 2006, it has become a byword for independent cool, with multiple new categories – including handbags, eyewear, trainers, men's tailoring and, most recently, jewellery – taking it from modest to major player. Born in Sweden, he and his sister were raised by their Indian single mother. When he was 11, she took the family to Toronto where his first love was basketball. Interested in school only for the access it gave him to the sport, he trained for four or five hours a day and, encouraged by his mother, moved back to Europe after college to pursue basketball professionally. "She grew up in a garage in Mumbai with five brothers and was extremely poor", he says, "but somehow she related to my passion for basketball and her support was key".

"I remember looking at brand narratives and thinking they were old. Luxury, as an idea, was intimidating."

It was, however, not to be. While he assumed that he would be able to stay in Sweden indefinitely, given his Swedish birth, "technicalities" with his immigration process took three years to iron out, by which point his sports contracts had dried up. At 25, feeling unable to return to Canada, he found himself getting up at 4.30am to work long hours on construction sites.

"I left being all: I'm going to do this and This is going to happen," he recalls, "and so I stayed in Sweden with some level of shame or defeat. It was one of the low points of my life – all these dreams came crashing down with the realisation that not only was who I thought I was irrelevant, but who I thought I was going to be was also irrelevant", he says, his imposing 6ft 5 in frame somehow surprising for someone so mild-mannered and

softly spoken. Pivotaly, he continues in his gentle Canadian tones, "from that low came immense drive" and he discovered an interest in art. It was "an echo" that stemmed from his college days – when he chopped and changed his courses from business to political science to interior design to architecture. He put his head down and graduated with a degree in fine art from Stockholm Art School shortly after.

"I was Ben the basketball player who was really talented, popular and confident and then I was just Ben. It was a personal crisis."

With art and fashion natural bedfellows, it's not a stretch to see how he developed his interest in style over this period, but it would be the art of fragrance that would first pique his interest after a chance encounter with the perfumer Pierre Wulff in 2004. Sometime later, with investors and advisers on board, a business plan drawn up and "a dotcom" bought, Byredo was

18 Points
Mono Italic
Mono Regular

Aldo Gucci was the chairman of Gucci from 1953 to 1986. He was the eldest son of Guccio Gucci who founded the company bearing the family name in 1921.

6 Points
Mono Light It.
Mono Italic

"When I was a girl", Miuccia Prada confided to Vogue's Sarah Mower in 2004, "I always wanted to be different, and before the others". It is a desire that has guided Prada's life at the creative helm of a multibillion-dollar global brand, one shaped by her protean talents and instincts and by her ability to reimagine what the future of fashion might look like. And so today's announcement that Raf Simons, innovative menswear designer, alum of Jil Sander, Christian Dior, and Calvin Klein, would be joining Prada as co-creative director, with the two famously opinionated personalities working together to reimagine the brand for the 2020s, seems like a masterstroke of innovative thinking. The move is also a vote of confidence in the power of the creative imagination at a time when the bottom line dominates much of an industry obsessed with exponential growth and number crunching.

"What matters for me is ideas, and the aesthetics are totally secondary", Prada has declared, but those aesthetics have changed the way men and

women have wanted to present themselves in the last three decades, and in Simons she has found an accomplished collaborator Flemish cool to her Italian warmth, pragmatist to her gut-feeling fantasist, to challenge and inspire.

Although the two design talents have very different backgrounds they share a passion for art, a delight in subversive appropriations of historical dress, and a techno-friendly embrace of the present and future.

Simons has, of course, also worked with Prada and her husband, the company's volcanic CEO Patrizio Bertelli, before they hired him as creative director for Jil Sander in 2005 when they controlled the brand, and there has been crossover in their respective design teams.

Raf Simons was born in the town of Neerpelt in rural Belgium, "a village between cows and sheep" as he once told Vogue. His mother was a cleaning lady, his father a night watchman in the Belgian army, but his education in

12 Points
Mono Regular
Mono Light It.

Tom Ford, fashion designer and movie maker declared during last fashion week
"When I am on my deathbed, I don't think I will be thinking about a nice pair of shoes I had or my beautiful house. I am going to be thinking about an evening I spent with somebody when I was twenty where I felt that I was just absolutely connected to them". He recently confided about his vision of fashion: "We live in a material world. I'm not saying that beautiful things don't enhance our lives.

100 Points
Latin

Luxurious

Cyrillic
– Russian

Роскошный

Greek

Πολυτελής

LL Brown Mono – Script Options

7 Points
Regular
– Cyrillic

Он родился в Фукусиме, Япония, в 1961 году, затем поступил в колледж моды Бунка в Токио, который окончил в 1984 году. В это время он начал свое ученичество в Comme des Garçons в качестве изготовителя моделей.

В 1987 году он был назначен главным дизайнером трикотажной линии Tricot, а затем перешел к дизайну линии Comme Des Garçons Homme.

Начиная с 1992 года, он работал под своим именем в составе Comme des Garçons, дебютировав в этом же году в зале Токийской станции Ryogoku, открыв собственную линию под названием Comme Des Garçons «Junya Watanabe Comme Des Garçons» в 1993 и в том же году начал показ женской одежды

в Париже. Он дебютировал с мужской линией в 2000 году. В сезоне осень, зима 2000-2001 он представил свою коллекцию «Технокультура», представляющую собой смесь ремесленных форм и инновационных экспериментальных тканей.

Одна из туфель Converse, созданных Джунья Ватанабе. В 2007 году Ватанабе получил от Converse лицензию на разработку серии обуви All-Star. Другие совместные проекты включают Levi's, Hervier Productions, Seil Marschall, Carhartt, Nike, Merz b. Schwanen, The North Face, ArkAir и т.д. В 2012 году Ватанабе разработал игрушечный автомобиль с дистанционным управлением The Hornet для корпорации Tamiya и выпустил

7 Points
Regular
– Greek

Γεννημένος στη Φουκουσίμα της Ιαπωνίας το 1961, πήγε στο Bunka Fashion College στο Τόκιο, αποφοιτώντας το 1984. Εκείνη τη στιγμή ξεκίνησε τη μαθητεία του στο Comme des Garçons ως σχεδιαστής μοτίβων.

Το 1987, προήχθη σε επικεφαλής σχεδιαστής της σειράς πλεκτών Tricot και στη συνέχεια προώρησε στο σχεδιασμό για τη γραμμή Comme Des Garçons Homme.

Ξεκινώντας το 1992, έχει εργαστεί με το δικό του όνομα ως μέρος του Comme des Garçons, ξεκινώντας το πρώτο του στην παράσταση του σταθμού Ryogoku του Τόκιο την ίδια χρονιά, ξεκινώντας τη δική του γραμμή με το όνομα Comme Des Garçons «Junya Watanabe Comme Des

Garçons» το 1993 και άρχισε να δείχνει τα γυναικεία του ρούχα στο Παρίσι την ίδια χρονιά. Ξεκίνησε μια σειρά ανδρών το 2000. Κατά τη διάρκεια της σεζόν Φθινόπωρο / Χειμώνας 2000-2001, παρουσίασε τη συλλογή του «Τεχνο-κουλτούρα», μια ποικιλία από χειροτεχνικά σχήματα και καινοτόμα, πειραματικά υφάσματα.

Ένα από τα σχεδιασμένα παπούτσια Conya της Junya Watanabe. Το 2007, η Watanabe έλαβε άδεια από την Converse να σχεδιάσει μια σειρά παπουτσιών All-Star. Άλλες συνεργασίες περιλαμβάνουν τους Levi's, Hervier Productions, Seil Marschall, Carhartt, Nike, Merz b. Schwanen, The North Face, ArkAir κ.λπ. Το 2012, ο Watanabe σχεδίασε το αυτοκίνητο παιχνιδιών τηλεχειριστηρίου

9 Points
Light It.
– Cyrillic
Alternate
DE

В 1970-х сборник «Освобождение» вызвал скандал; Впоследствии несколько других парадов отдают дань уважения художникам, таким как Матисс или Ван Гог, к его далеким источникам вдохновения, таким как Россия с коллекцией «Русские опера-балеты» или Азия, коллекция, символизируемая парфюмом Orium. Он также знает злоупотребление алкоголем, наркотиками, лекарствами, своих «ложных друзей». В течение следующего десятилетия он снова представил коллекцию «Пикассо» как отсылку к искусству. За эти годы компания выросла благодаря успеху парфюмерии, косметики и аксессуаров. Тогда кутюрье было награждено Оскаром за моду. В конце 1990-х, устав от создания прет-а-порте, он сконцентрировался на высокой моде, окончательно отказавшись от нее в 2002 году. Он умиротворил со своим партнером Пьером Берже в 2008 году, за несколько дней до своей смерти. Вечно окруженный и вдохновленный женщинами, от

9 Points
Light It.
– Greek

Στη δεκαετία του 1970, η συλλογή «Απελευθέρωση» προκάλεσε σκάνδαλο. Στη συνέχεια, αρκετές άλλες παρελάσεις αποτίουν φόρο τιμής σε ζωγράφους, όπως ο Matisse ή ο Van Gogh, για τις μακρινές του εμπνεύσεις, όπως η Ρωσία με τη συλλογή «Opera-Ballets-Russes» ή την Ασία, μια συλλογή που συμβολίζεται με το άρωμα Orium. Γνωρίζει επίσης τις υπερβολές του αλκοόλ, τα ναρκωτικά, τα φάρμακα, τους «ψεύτικους φίλους» του. Την επόμενη δεκαετία, παρουσίασε για άλλη μια φορά τη συλλογή «Πικάσο» μια αναφορά στην τέχνη. Κατά τη διάρκεια αυτών των ετών, η εταιρεία αναπτύχθηκε μέσα από την επιτυχία των αρωμάτων, των καλλυντικών και των αξεσουάρ. Στη συνέχεια, ο ραντεβού κέρδισε Όσκαρ για τη μόδα Στα τέλη της δεκαετίας του 1990, κουρασμένος να σχεδιάζει έτοιμο για ένδυση, επικεντρώθηκε στην υψηλή ραπτική, εγκαταλείποντας τελικά το 2002. Ειρηνίστηκε με τον σύντροφό του Pierre Bergé το 2008, λίγες μέρες πριν από

LL Brown Mono – Script Options

12 Points
Italic
– Cyrillic
Alternate
ZHE

Ив Сен-Лоран решает вместе с Пьером Берже, с которым он познакомился в 1958 году, создать собственный дом моды благодаря финансовой поддержке американского миллиардера Дж. Мака Робинсона. В 1961 году двое мужчин также обратились к графическому дизайнеру Кассандре с просьбой создать логотип бренда. Первая коллекция была представлена 29 января 1962 года по адресу 30 bis rue Spontini в Париже; они останутся там на двенадцать лет, в течение которых Ив Сен-Лоран будет

16 Points
Light
– Cyrillic
Alternate a

С 1977 по 1980 год учился в Королевской академии изящных искусств в Антверпене. В 1982 году он основал бренд под собственным именем Walter Van Beirendonck. В 1985 году он, в свою очередь, преподавал в Королевской академии изящных искусств в Антверпене. Во время международной выставки

12 Points
Italic
– Greek

Ο Yves Saint Laurent αποφασίζει, σε συνεργασία με τον Pierre Bergé, τον οποίο συνάντησε το 1958, να δημιουργήσει το δικό του σπίτι μόδας, χάρη στην οικονομική υποστήριξη του αμερικανού δισεκατομμυριούχου J. Mack Robinson. Οι δύο άνδρες κάλεσαν επίσης τον γραφίστα Cassandre το 1961 να δημιουργήσουν το λογότυπο της μάρκας. Η πρώτη συλλογή παρουσιάστηκε στις 29 Ιανουαρίου 1962, στο 30 bis rue Spontini στο Παρίσι. Θα μείνουν εκεί για δώδεκα χρόνια, κατά τη διάρκεια του οποίου ο Yves Saint Lau-

16 Points
Light
– Greek

Από το 1977 έως το 1980, σπούδασε στη Βασιλική Ακαδημία Καλών Τεχνών στην Αμβέρσα. Το 1982, ξεκίνησε τη μάρκα με το δικό του όνομα Walter Van Beirendonck. Το 1985, με τη σειρά του δίδαξε στη Βασιλική Ακαδημία Καλών Τεχνών στην Αμβέρσα. Κατά τη διάρκεια της διεθνούς έκθεσης στο Tsukuba

Technical Information

Latin	Afrikaans	Jola-Fonyi	Romansh
	Albanian	Kabuverdianu	Rombo
	Asturian	Kabyle	Rundi
	Asu	Kalaallisut	Rwa
	Basque	Kalenjin	Samburu
	Bemba	Kamba	Sango
	Bena	Kikuyu	Sangu
	Breton	Kinyarwanda	Scottish Gaelic
	Catalan	Koyra Chiini	Sena
	Chiga	Koyraboro Senni	Serbian
	Colognian	Lakota	Shambala
	Cornish	Langi	Shona
	Croatian	Latvian	Slovak
	Czech	Lithuanian	Slovenian
	Danish	Lower Sorbian	Soga
	Dutch	Luo	Somali
	Embu	Luxembourgish	Spanish
	English	Luyia	Swahili
	Esperanto	Machame	Swedish
	Estonian	Makhuwa-Meetto	Swiss German
	Faroese	Makonde	Tachelhit
	Filipino	Malagasy	Taita
	Finnish	Maltese	Tasawaq
	French	Manx	Teso
	Friulian	Meru	Tongan
	Galician	Morisyen	Turkish
	Ganda	North Ndebele	Upper Sorbian
	German	Northern Sami	Uzbek
	Gusii	Norwegian Bokmål	Volapük
	Hawaiian	Norwegian Nynorsk	Vunjo
	Hungarian	Nyankole	Walser
	Icelandic	Oromo	Welsh
	Igbo	Polish	Western Frisian
	Inari Sami	Portuguese	Yoruba
	Indonesian	Prussian	Zarma
Irish	Quechua	Zulu	
Italian	Romanian		

Greek Greek

Cyrillic	Belarusian	Chechen	Russian
	Bosnian	Kazakh	Serbian
	Bulgarian	Macedonian	Ukrainian
	Buriat	Mongolian	Uzbek

Open Type Features	aalt	Access All Alternates	sinf	Scientific Inferiors
	afrc	Alternative Fractions	ss01	Stylistic Set 01
	case	Case-Sensitive Forms	ss02	Stylistic Set 02
	ccmp	Glyph Composition / Decomposition	ss03	Stylistic Set 03
			ss04	Stylistic Set 04
	dnom	Denominators	ss05	Stylistic Set 05
	frac	Fractions	ss06	Stylistic Set 06
	hist	Historical Forms	ss07	Stylistic Set 07
	liga	Standard Ligatures	ss08	Stylistic Set 08
	lnum	Lining Figures	ss09	Stylistic Set 09
	nalt	Alternate Annotation Forms	ss10	Stylistic Set 10
	numr	Numerators	ss11	Stylistic Set 11
	onum	Oldstyle Figures	subs	Subscript
	ordn	Ordinals	sup	Superscript
ornm	Ornaments	tnum	Tabular Figures	
pnum	Proportional Figures	zero	Slashed Zero	
salt	Stylistic Alternates			

Codepage Please refer to the Technical Document

Copyright

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written consent of the publisher. This publication and the information herein is furnished AS IS, is subject to change without notice, and should not be construed as a commitment by Lineto GmbH.

Lineto GmbH assumes no responsibility for any errors or inaccuracies, makes no warranty of any kind (express, implied or statutory) with respect to this publication, and expressly disclaims any and all warranties of merchantability, fitness for particular purposes and non-infringement of third party rights. Brand or product names, used in this publication, are the trademarks or registered trademarks of their respective holders.