

TWIN JET

12

SUCCESSSTORY
L'ÉPICURIEN
CITYBREAK
SPORT

2018 TWIN JET MAG N:12

*Ce magazine vous est offert
emportez le !*

This magazine is offered, take it home !

Aéroport international LIMOGES

*Fly all year long to the Limousin
region, heart of France!*

ALL YEAR

- London Stansted**
- Lyon**
- Manchester**
- Nottingham**
- Paris**

SPRING/SUMMER

- Ajaccio**
- Bastia**
- Birmingham**
- Bristol**
- Croatia**
- Faro**
- Leeds Bradford**
- London Gatwick**
- Madera**
- Malta**
- Montenegro**
- Nice**
- Perpignan**
- Southampton**



”Et voilà l'été !!

Summer's here!! ”

Celui-là, on l'aura tant attendu, qu'on a pas vu le printemps!

Pour nous projeter, au menu de notre Inflight toujours des évènements exceptionnels avec un retour dans le temps:

La version historique de l'épreuve Mancelle, qui au-delà de la dimension compétition permet de voir à nouveau rouler les bolides des 24h qui ont fait rêver certains d'entre nous pendant leur enfance!

Les voiles de Saint-Tropez qui au-delà de la dimension festive permettent de voir des chefs d'oeuvre de restauration des plus beaux voiliers classiques du monde...

Il nous reste à déguster un bon verre de rosé entre amis pour profiter de ces instants rares à partager et à faire partager à d'autres passionnés.

Au menu de notre quotidien, de nouvelles liaisons en partenariat avec HOP!, de nouveaux développements du réseau à annoncer durant cet été et plus encore, la suite au prochain épisode! Il me tarde déjà....

Toute l'équipe de Twinjet s'associe à moi pour remercier nos passagers, grâce à qui nous avons pu servir déjà près de 45 000 repas à des enfants au travers du Programme Alimentaire Mondial, plus de détails dans cette édition.

Bons vols sur nos lignes.



We were so impatient for Summer that we didn't even see Spring go by!

To get us into the Summer mood, as always, there's a raft of amazing events covered in our Inflight magazine – not to mention a blast from the past!

There's the heritage version of the famous Le Mans endurance race. Over and above the thrill of the competition, there's the chance to re-run our childhood dreams (at least for some of us) by seeing the classic racing cars of the 24 hours of Le Mans on the track again!

Then there's the voiles de Saint Tropez sailing event. On top of the festive atmosphere, why not enjoy watching the most beautiful classic yachts in the world sail majestically past – a real testament to the skill of those behind their restoration...

And what else is there left for us to do but savour a good rosé with friends – a great way to enjoy these kinds of special moments with others who share the same passions as us.

Also on the menu: new routes in partnership with HOP!, new developments in store for our network, to be announced later this Summer and that's not all, but you'll have to hold on until the next edition of Twinjet magazine to find out! I can hardly wait....

The entire Twinjet team would like to add their voices to mine in thanking our passengers, whose help has enabled us to serve almost 45,000 meals to children all over the world through the World Food Programme (more details in this edition of the Twinjet magazine).

Enjoy your flight with us, wherever you're going!

GUILLAUME COLLINOT
Directeur général



LE JARDIN DES ÎLES

ANTIBES - JUAN-LES-PINS

63 APPARTEMENTS NEUFS DU 2 AU 5 PIÈCES



UNE ADRESSE DE CHOIX POUR CONCRÉTISER VOTRE PROJET IMMOBILIER

2 PIÈCES

à partir de **225 000 € ***
Parking inclus

3 PIÈCES

à partir de **360 000 € ***
Parking inclus

4 PIÈCES

à partir de **510 000 € ***
Parking inclus

- A seulement 250 m de la plage
- En plein cœur d'Antibes/Juan-les-Pins
- Ambiance méditerranéenne avec jardin paysager
- Des prestations haut-de-gamme
- Balcons, terrasses ou jardins privés
- Caves et parkings privés en sous-sol

(0)970 82 35 35

APPEL NON SURTAXÉ

jardindesiles.edelis.com



EDELIS
IMMOBILIER NEUF

* Prix TTC, parking inclus, dans la limite des stocks disponibles. EDELIS - S.A.S au capital de 25 799 500 - RCS CRETEIL 338 434 152 - APE 4110A - Siège social : 40 Rue d'Arcueil, Bâtiment Miami, 94500 RUNGIS. Documents et informations non contractuels - Illustrations à caractère d'ambiance non contractuelles : ImageDoing. Crédit photos : Istock. 05/2018.  **EXPRIMER • RC AIX 89 B546.**

SOMMaire

Juin 2018 N: 12



4 - 7 ActuÉCO
*Le vin rosé français
à la conquête du monde*



8 - 13 CityBreak
*Marseille
Cap au sud*



14 - 18 LifeStyle
Summer look



20 - 25 Sport
*Le Mans Classic
Nostalgie express*

*Les Voiles de Saint-Tropez
Vent debout dans la baie...*



26 - 31 SuccessStory
*Fragonard
Un parfumeur
dans l'air du temps*



32 - 37 L'Épicurien
*Spécial montgolfières
Altitudes de croisière*

38 - 39 Twin JetNews

40 - 47 RéseauFlotte

Trimestriel - Juin 2018 - TWIN JET - 1070 Rue du Lieutenant Parayre - CS 30370 - 13799 Aix-en-Provence cedex 3 - Numéro de dépôt légal ISSN : 2430-9109.

COUVERTURE : © Istock

Directeur de publication et responsable de la rédaction : Sophie Manaut
Conception/Réalisation : EXPRIMER, 180 rue Louis Armand, Pôle d'Activités d'Aix-en-Provence, 13290 - Aix-en-Provence - Tél. : 04 42 975 975 - contact@agence-exprimer.com

Crédits photos : © Istock, © Antoine Pecatte, © Eric Cu villier, © L'Epuisette, © CIVP, © Philippe Bourget, © Uwe Schieferdecker - Rhone-Alpes Tourisme - ADT07, © Beaune Montgolfière, © Shutterstock, © Arc'Terx, © Anthony Leydet, © Kaptén & Son, © Ruff Cycles, © Yves Saint Laurent, © Matthieu Bonnevie, © ACO, © Stephanie Bezar, © Les Voiles de Saint-Tropez, © Gilles Martin-Raget, © Fragonard, © Stéphane Dupont

Rédaction : Philippe BOURGET, Claudine AYME, Aurélien GRANET
Traduction : Anglôphras e - Direction artistique : EXPRIMER - Impression : Caractère
Publicité support : Rodolphe Bayle - rbayle@alteor.com



Actu ECO

C'EST DE SAISON. AVEC L'ARRIVÉE DES BEAUX JOURS, LE VIN ROSÉ FAIT SON GRAND RETOUR SUR LES TABLES ET À L'HEURE DE L'APÉRITIF. CE GRAND CLASSIQUE DE L'ART DE VIVRE À LA FRANÇAISE MARQUE UN DÉVELOPPEMENT CONSIDÉRABLE À L'INTERNATIONAL. UN BON POINT POUR LE COMMERCE EXTÉRIEUR DE L'HEXAGONE.



IT'S THAT TIME OF YEAR AGAIN. WITH THE ARRIVAL OF WARMER WEATHER, ROSÉ WINE IS BACK WITH A VENGEANCE - BOTH ON OUR DINING TABLES AND AS AN APÉRITIF. THIS CLASSIC INGREDIENT OF THE FRENCH WAY OF LIFE IS CURRENTLY UNDERGOING SOMETHING OF A BOOM ABROAD. A REAL BOOST FOR FRANCE'S BALANCE OF TRADE.



Le vin rosé français à la conquête du monde

French rosé - taking the world by storm

**REPÈRES :
LE VIN ROSÉ
DANS LE MONDE*
ROSÉ WINE
ON THE GLOBAL
STAGE***

10,6%

**DE LA CONSOMMATION
DES VINS
OF ALL NON-SPARKLING WINE
CONSUMED**

**24,3
millions
D'HECTOLITRES CONSOMMÉS
HECTOLITRES CONSUMED**

**22,5
millions
D'HECTOLITRES PRODUITS
HECTOLITRES PRODUCED**

**9
millions
D'HECTOLITRES IMPORTÉS
IMPORTED BY COUNTRIES
AROUND THE WORLD**



Depuis quinze ans, la consommation mondiale croissante de vin rosé stimule une filière florissante. La tendance ne se dément pas (+32% entre 2003 et 2017) et atteint en 2017 un niveau record. En cause, l'engouement sans précédent des consommateurs européens et internationaux pour ces vins frais et aromatiques. Dans un contexte de consommation mondiale de vin relativement stable, l'attractivité du vin rosé fait le bonheur des viticulteurs français, et notamment des producteurs sous signe de qualité comme les Indications Géographiques Protégées (IGP) des Vins Méditerranéens ou les vins de l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) côtes de Provence, première appellation française de vins rosés. La France et les pays d'Europe du Nord voient leur consommation augmenter. L'émergence de nouveaux pays consommateurs (Suède, République Tchèque, Slovaquie, etc.) diversifie les marchés. Actuellement, seuls les pays du sud de l'Europe (Italie, Espagne, Portugal) réduisent leur consommation de vin rosé.

Over the last fifteen years, the increase in rosé wine consumption globally has contributed to the rude health of this sector. This seems to be a trend that's here to stay, with 32% growth between 2003 and 2017 and record sales in 2017. The driving force behind all this is unprecedented demand from both European and global consumers for these thirst-quenching, highly aromatic wines. Given that global wine consumption overall is relatively flat, the appeal of rosé wine is very much a plus for French winemakers, especially producers of quality wines like Méditerranée Protected Geographical Indication (PGI/IGP) and Côtes de Provence Protected Designation of Origin wines (PDO/AOP), the latter being the largest 'appellation' to apply to French rosé wines. Both France and Northern European countries are drinking more rosé wine and the emergence of new markets like Sweden, the Czech Republic and Slovakia has introduced a degree of diversity into the mix. Currently, only Southern European nations like Italy, Spain and Portugal are seeing a drop in rosé consumption.





LE TOP 10 DES PAYS CONSOmmATEURS DE ROSÉ

FRENCH ROSÉ – TAKING
THE WORLD BY STORM



DES GOÛTS ET DES COULEURS

Côté production, la France, l'Espagne, les Etats-Unis et l'Italie assurent près de 80% de la production mondiale. Des ressources naturelles, des cépages et des savoir-faire traditionnels différents donnent aux vins rosés leurs typicités respectives. L'émergence de nouveaux pays producteurs comme l'Afrique du Sud (5 % de la production mondiale), l'Argentine (2 %) ou le Chili (2 %) contribue à diversifier l'offre en vins rosés. À chacun sa stratégie commerciale. Ainsi, l'Espagne et l'Afrique du Sud sont bien positionnés sur les entrées de gamme. La France valorise davantage ses vins, avec une croissance régulière du segment vendu en bouteilles avec mention d'origine. Tandis que la Suisse, les Etats-Unis ou le Japon importent des vins plutôt haut de gamme, la France achète principalement en entrée de gamme, voire en vrac, 22% du volume total des vins importés dans le monde.

Les signes de
qualité participent
à la valorisation
des vins rosés français

Hallmarks of quality:
helping promote the image
of French rosé wines

LA FRANCE, 1^{ER} EXPORTATEUR EN VALEUR DE LA PLANÈTE ROSÉ

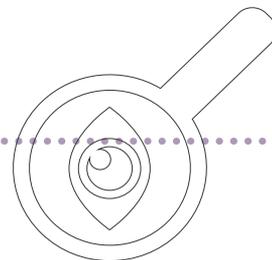
Premier producteur, premier consommateur, premier exportateur en valeur. La France fait du rosé une affaire de leadership national. Avec 16% des volumes de vins rosés vendus sur les marchés étrangers, la France se situe au 2^e rang des exportateurs mondiaux derrière l'Espagne (40%) et devant l'Italie (16%). Mais lorsqu'on considère la valeur de ces exportations, l'Hexagone prend la tête du classement avec 32% de la valeur des vins rosés exportés, devant l'Italie (21%), l'Espagne (15%) et les Etats-Unis (15%).

L'Occitanie, la Provence, le Val de Loire et la Vallée du Rhône sont les principales régions productrices. 45% des vins rosés français sont produits en AOP, 45% en IGP et 10% en Vins de France (SIG). L'exemple des Vins Méditerranéens est représentatif d'une évolution réussie pour une meilleure valorisation des vins. Cette famille d'IGP du Sud-Est de la France couvre 21 000 hectares de terroirs contrastés, de l'Ardèche à la Camargue. Elle a su accompagner la montée en gamme des anciens vins de pays et distribue aujourd'hui neuf dénominations IGP reconnues.

Occitanie, Provence, the Val de Loire and the Vallée du Rhône are the main French rosé-producing regions. 45% of French rosé wines bear the AOP label, 45% that of IGP/PGI and 10% are labelled 'Vins de France' (SIG). The creation of the Méditerranée PGI is a good example of a change that has helped promote the image of rosé wine as a quality product. This family of PGIs covers 21,000 hectares across an extremely diverse range of landscapes and soil types in France's south-east, from the Ardèche to the Camargue. The new PGI was successful in helping former Vins de Pays wines reposition themselves as a more upmarket product. There are a total of 9 recognized PGIs in this region.

ROSÉ WINES: A BIG - AND VERY DIVERSE - FAMILY

As far as rosé wine is concerned, France, Spain, the USA and Italy between them represent almost 80% of global production. Wide diversity in terms of soil and climate, grape varieties and long-established know-how and skills are reflected in the highly distinctive local character boasted by each rosé. The emergence of new rosé-producing countries like South Africa (5% of global production), Argentina (2%) and Chile (2%) has helped broaden the spectrum of rosé wines on the market. Each country has its own marketing strategy. For instance, Spain and South Africa have successfully focused on the lower end of the market. France, in contrast, is keen to emphasize quality, and has seen steady growth in sales of PGI and PDO wines in bottles. Whereas Switzerland, the USA and Japan generally import high-end wines, French consumers and businesses mostly buy entry-level wines, sometimes even buying in bulk. French imports of rosé make up 22% of global rosé imports.



REPÈRES :
LE VIN ROSÉ EN FRANCE
ROSÉ WINE IN FRANCE

PRODUCTION :

6,4
millions
D'HECTOLITRES
MILLION HECTOLITRES

28%
DE LA PRODUCTION MONDIALE
OF GLOBAL PRODUCTION

+ 46%
EN VOLUME ENTRE 2002 ET 2016
GROWTH IN TERMS OF VOLUME
PRODUCED BETWEEN 2002
AND 2016

CONSOMMATION :

35%
DE LA CONSOMMATION
MONDIALE
OF GLOBAL CONSUMPTION

15,7
litres
PAR HABITANT ET PAR AN
(POPULATION DE PLUS DE 15 ANS).
15.7 LITRES PER PERSON PER YEAR
(EXCLUDING THOSE UNDER 15
YEARS OF AGE).



L'AOC CÔTES DE PROVENCE BAT TOUS LES RECORDS À L'EXPORT

THE CÔTES DE PROVENCE AOC IS BEATING EXPORT RECORD AFTER EXPORT RECORD

Produite sur trois départements du Sud de la France – Bouches-du-Rhône, Var et Alpes-Maritimes – l'appellation d'origine contrôlée côtes de Provence représente plus de 100 millions de bouteilles en rosé, soit 34% des rosés français. Première appellation en vin rosé, elle est aussi la 4e AOC viticole de France en volume, toutes couleurs confondues. L'année 2017 a marqué une hausse record de 36% des volumes d'exportations et de 38% de la valeur des ventes à l'étranger, pour un chiffre d'affaires supérieur à 220 millions d'euros.

Produced in three départements in the south of France – Bouches-du-Rhône, Var and Alpes-Maritimes – the côtes de Provence appellation d'origine contrôlée accounts for over 100 million bottles of rosé, in other words, 34% of France's entire rosé production. It's the number one rosé wine appellation and the fourth largest AOC in France in terms of volume of wine produced (this includes white and red as well as rosé wines). In 2017, there was a record increase in exports by volume (36%) and exports by value (38%), representing sales of over 220 million euros.

FRANCE, THE LEADING EXPORTER BY VALUE IN THE REALM OF ROSÉ WINE

France, the leading exporter by value in the realm of Rosé wine. As the number one producer, consumer and exporter (by value) of rosé, France has turned rosé wine into a field in which it excels and a real source of national pride. Producing 16% (by volume) of all rosé wine sold abroad, France is ranked second in the global export stakes, behind Spain (40%) but just ahead of Italy (16%). However, if we look at exports by value rather than by volume, France is top of the class with 32% of rosé wine exports by value, beating Italy (21%), Spain (15%) and the USA (15%).

City Break

IT'S OUT WITH THE OLD CLICHÉS SURROUNDING MARSEILLE AND IN WITH A MORE FASHIONABLE, INTERNATIONALIST/COSMOPOLITAN VIBE. ADD TO THIS A NEW MEDITERRANEAN CHARM AND IT'S A WINNING COMBINATION FOR VISITORS TO THIS SOUTHERN CITY!

URBAN CHIC

LA CITÉ PHOCÉENNE
BOUSCULE SES CLICHÉS.
DEVENUE TENDANCE ET
PLUS INTERNATIONALE,
ELLE OFFRE AUX
VISITEURS UN CHARME
MÉDITERRANÉEN NEUF.
AND THE WINNER IS...
THE SOUTH !

Marseille

Cap au sud

Due south

LA VISISTE TOURS

Quartier Euroméditerranée

The Euroméditerranée business district

Un front de mer revisité

A new face-lift for an old sea-front

Depuis 1995, ce grand projet urbain transforme radicalement le littoral de la cathédrale La Major à la tour CMA-CGM. Tout bénéficie pour le city breaker !

Il s'agit de la plus grande opération de rénovation urbaine en Europe. Né en 1995 pour redynamiser Marseille, le projet s'est concrétisé en près de 25 ans par une gigantesque transformation d'une partie de la frange littorale. Sur les 480 hectares d'Euroméditerranée, le développement a été spectaculaire et du sud au nord, un véritable parcours architectural new look s'offre aux touristes.

Longtemps cernée par le trafic automobile, la cathédrale de la Major, au pied du quartier du Panier, dispose désormais d'une vaste esplanade piétonnisée. Vue grand angle sur Méditerranée assurée ! Ses soubassements (appelées les Voûtes) sont devenus des commerces de fooding et de déco contemporains. Au-delà de la longue rangée



LA VISISTE TOURS

Quartier Euroméditerranée

The Euroméditerranée business district

Un front de mer revisité

A new face-lift for an old sea-front

Depuis 1995, ce grand projet urbain transforme radicalement le littoral de la cathédrale La Major à la tour CMA-CGM. Tout bénéfice pour le city breaker !

Il s'agit de la plus grande opération de rénovation urbaine en Europe. En 1995 pour redynamiser Marseille, le projet s'est concrétisé en près de 25 ans par une gigantesque transformation d'une partie de la frange littorale. Sur les 480 hectares d'Euroméditerranée, le développement a été spectaculaire et du sud au nord, un véritable parcours architectural new look s'offre aux touristes. Longtemps cernée par le trafic automobile, la cathédrale de la Major, au pied du quartier du Panier, dispose désormais d'une vaste esplanade piétonnisée. Vue grand angle sur Méditerranée assurée ! Ses soubassements (appelées les Voûtes) sont devenus des commerces de fooding et de déco contemporains. Au-delà de la longue rangée d'immeubles haussmanniens réhabilitée, la place de la Joliette a trouvé une nouvelle vocation. Si elle fait toujours face à la gare maritime d'où partent les ferries vers la Corse, elle conduit aussi les passants au bâtiment des Docks (longue galerie commerciale) et au récent centre commercial Les Terrasses du Port, dont le corridor

extérieur, devenu lieu de déambulation, domine superbement le port. Il ne faut hésiter à pousser jusqu'aux 147 m de la tour CMA-CGM, œuvre de Zaha Hadid, symbole de l'activité maritime locale. En chemin, voici le nouveau « Petit Manhattan » marseillais : Le Silo, ancien hangar de stockage devenu salle de spectacles ; les Quais d'Arcenc, ensemble d'immeubles modernes où s'achève la tour La Marseillaise de Jean Nouvel (135 m) ; des buildings de logements ; un hôtel Marriott ; un futur Strip (rue urbaine « intérieure ») ; des restaurants et des concept-stores... Marseille se relooke !

Since 1995, this massive urban renewal project has brought radical change to Marseille's sea-front, from the Cathedral to the CMA-CGM tower. It's a win-win situation for the city breaker!

It's the biggest urban renewal scheme in Europe. First begun in 1995 with a view to injecting new life back into the city, in a little under 25 years the project has delivered enormous changes to this part of Marseille's coastal strip. The 480 hectare site that is Euroméditerranée has been the stage for some spectacular new buildings, with tourists flocking to enjoy a feast of daring new architecture along the site's north-south axis.

For many years virtually lost in a sea of traffic, Marseille Cathedral, located at the foot of the Panier district, now boasts its own enormous pedestrianized esplanade. Stunning views over the Mediterranean come as standard! Its arcaded lower levels (called 'les Voûtes') have been turned into high-end restaurants and



contemporary home decoration outlets. Past row upon row of renovated Haussmannian-style buildings, the place de la Joliette has found a new purpose. Although the square still faces the ferry terminal from where boats sail to Corsica, it also channels people to the extensive 'les Docks' shopping centre and the recently-constructed 'Les Terrasses du Port' mall. The latter has its own outdoor promenade, which, with superb views over the harbour, is a favourite place to stroll. It's definitely worthwhile continuing to the 147 metre-high CMA-CGM tower, designed by Zaha Hadid, which in many ways is the symbol of the city as a working port. Along the way, you'll see Marseille's new 'Little Manhattan': Le Silo, a former grain storage facility that's now a concert hall; les Quais d'Arcenc, a collection of modern buildings, including the as yet unfinished La Marseillaise tower by Jean Nouvel (135 metres high); apartment blocks; a Marriott hotel; a planned American-style Strip; restaurants and concept-stores... Marseille is getting a real make-over!

INFOS

#

euromediterranee.fr/marseille-tourisme.com/fileadmin/user_upload/circuits_FR2015.pdf
(itinéraire pédestre bleu).



L'HÔTEL HOTEL

Intercontinental

L'Hôtel-Dieu,
seigneur des nuits
phocéennes

The Hôtel-Dieu, master
of Marseille by night



Ouvert depuis cinq ans, l'ex hôpital est le fleuron de l'hôtellerie marseillaise. Ce gigantesque vaisseau dominant le Vieux-Port, aménagé dans une bâtisse du 18ème s., bluffe chaque jour un peu plus sa clientèle.

179 chambres, 15 suites, une large terrasse à vue époustouflante, 3 restaurants, un bar, un spa et fitness : n'en jetez plus, l'Intercontinental est sans conteste le joyau de l'hébergement marseillais. Longtemps les habitants ont vu dans cet ex-hôpital fermé du quartier du Panier un serpent de mer, soumis

à quantité de rumeurs sur son futur usage. L'image de Marseille s'améliorant, des investisseurs se sont finalement intéressés au magnifique bâtiment. Réhabilité du sol au plafond, il est devenu hôtel et ne désemplit plus désormais en saison.

Circulant dans les coursives à arcades de la bâtisse en forme de U, les clients se rendent au spa by Clarins, à la piscine couverte, au bar Capien pour un cocktail ou une collation, ou au restaurant l'Alcyone pour goûter la cuisine gastronomique et étoilée du chef Lionel Levy. Voire à l'espace conférences, tant le lieu mise sur les événements pour attirer la clientèle.

Mais surtout, surtout, les hôtes ont l'indiscutable avantage d'être en cœur de ville. Sitôt sorti de l'enceinte, tout Marseille se déploie aux pieds des visiteurs. Ou comment associer le luxe et l'aspect pratique lors d'un city break !

First opened five years ago, this former hospital has become the flagship of the Marseille hotel sector. To the amazement of its guests, this enormous establishment, housed in an 18th century building looming over the Vieux-Port just seems to keep on getting better!

179 bedrooms, 15 suites, a large terrace with breath-taking views, 3 restaurants, a bar, a spa and a gym: we get it - the Intercontinental is the undisputed jewel in the crown of the Marseille accommodation scene. This abandoned hospital in the Panier district was long viewed by the locals as something of a running sore. Rumours as to its fate constantly swirled around it. As Marseille's image improved, investors finally started to take an interest in this beautiful building. Restored from top to bottom, it was converted into a hotel and it's now extremely well-frequented, especially in the high season.



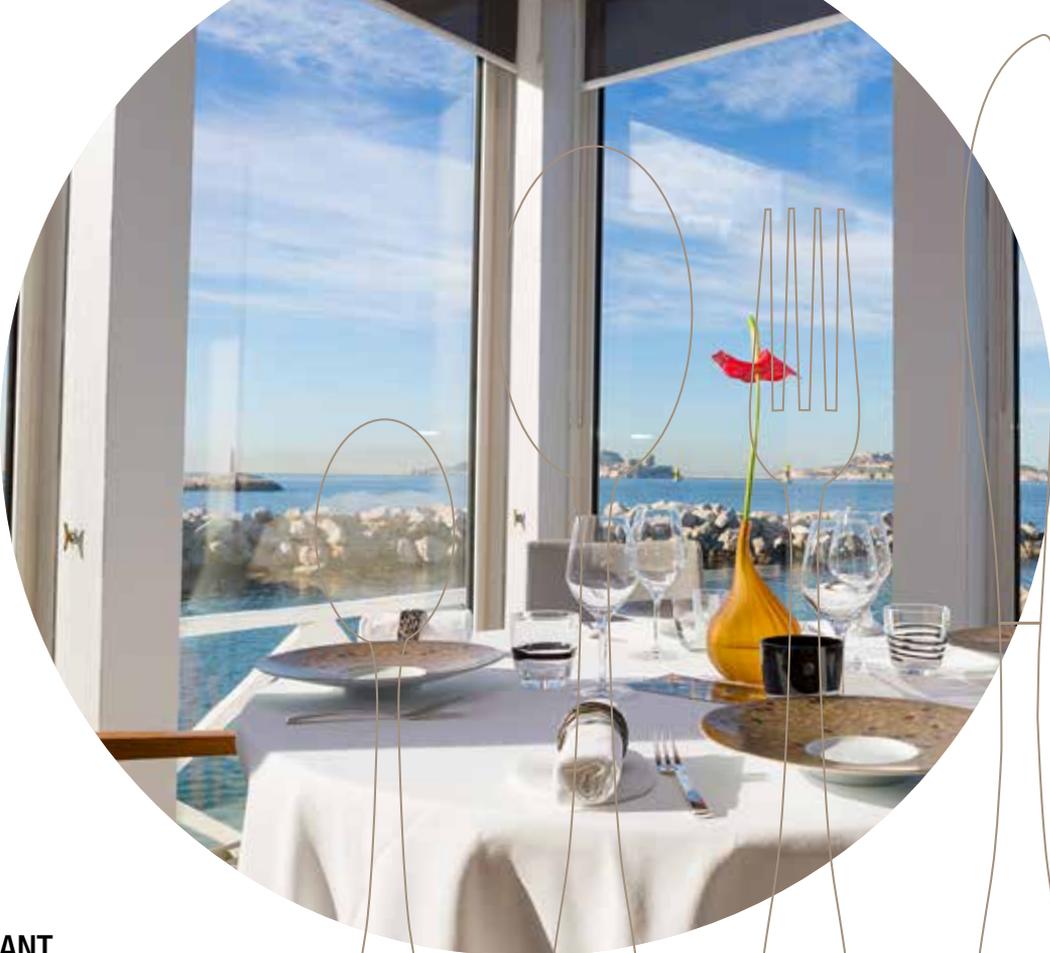
The U-shaped building's colonnaded passageways offer access to a spa by Clarins, a covered swimming pool, the Capien bar for a cocktail or a light meal and the l'Alcyone restaurant, where you can enjoy the gourmet (and Michelin-starred) cooking of chef Lionel Levy. Then there's the venue's conference facilities - after all, the hotel is betting heavily on the conference and special event markets to attract clients.

Above all, there's the unbeatable location, bang in the centre of town. No sooner has the visitor left the hotel than all of Marseille spreads out before them. There's simply no better way to combine luxury living and convenience on a city break!

INFOS



marseille.intercontinental.com



LE RESTAURANT RESTAURANT

L'Epuisette

toujours en forme

dependably delicious

Au Vallon des Auffes, micro-port de pêche serti en cœur de ville, cette adresse référence exalte les saveurs méditerranéennes et en premier lieu celles de la mer. Depuis 1999, le chef Guillaume Sourieu maîtrise son art.

D'abord un cadre, exceptionnel. Face à la Méditerranée, ce cabanon marseillais à larges baies vitrées est tellement marin que l'eau salée circule jusque sous la salle, visible depuis une vitre carrée opportunément encastrée dans le parquet du restaurant. Le décor est planté. Ici, le poisson est roi et Guillaume Sourieu, chef de l'Epuisette depuis bientôt 20 ans (ex de chez Bernard Loiseau et de Troisgros), a toujours misé sur la proximité, s'approvisionnant aux petits pêcheurs du vallon qui passent chaque jour sous ses fenêtres. Autrement ? Des légumes de saison, tous issus de producteurs locaux. Et un tour de main maîtrisée qui conduit le chef à réaliser la parfaite synthèse entre instinct et expérience, jusqu'à sublimer certains plats, comme son célèbre tajine de homard ou thon saku Rossini. Un repas à L'Epuisette est un voyage dans Mare Nostrum et ses rivages agricoles, une parenthèse enchantée. Le plus dur est de remonter du vallon, pour retrouver la dure réalité de l'agitation urbaine marseillaise...



In the Vallon des Auffes, a minuscule fishing port tucked away in the city centre, this highly-recommended eatery is a temple to Mediterranean cooking, especially seafood dishes. Chef Guillaume Sourieu has been producing culinary masterpieces here since 1999.

To start off with, the setting is stunning. Facing the Mediterranean and housed in a typical Marseille fisherman's cottage-style building with large picture windows, the sea



is a constant presence here. In fact, the tide comes in below the dining room, as you can see through a handily-sited section of glass floor. It couldn't be more appropriate, given that here, fish is king. Guillaume Sourieu, chef at l'Épuisette for almost 20 years (after having worked with Bernard Loiseau and at La Maison Troisgros), has always prioritized local producers, getting his supplies from small fishermen from the Vallon who drop into the restaurant every day. What about other kinds of produce? Well, he buys vegetables in season, always from local farmers. Ultimately, his skill is such that he can strike that perfect balance between instinct and experience that enables him to concoct outstandingly delicious dishes, such as his famous lobster tajine or his tuna saku Rossini. To eat at L'Épuisette is to take a journey upon the Mare Nostrum and through the rich farmland just inland - a short, but magical interlude. Then comes the hardest part - climbing back up the hill and back to reality in the shape of the hectic hustle and bustle of the city...



INFOS



Menus à 75 € (hors w-end et j. fériés), 98 € et 135 €.
Carte. Ouvert du mardi au samedi, le midi et le soir.
l-epuisette.fr

LA REINE DES SOUPES EST MARSEILLAISE



Qu'on se le dise : la reine des soupes est marseillaise. Non pas la soupe aux oignons, ni aux 5 légumes mais bien la fameuse bouillabaisse. Elle est l'une des emblèmes de la cité phocéenne. Son origine nous emmène en Grèce Antique à l'époque de la fondation de Massilia au VII^{ème} siècle avant JC. Plus qu'un simple ragout de poissons, la bouillabaisse est un plongeon culinaire dans l'histoire de la ville. D'abord historique puis gustatif et enfin culturel. Autrefois la soupe du pauvre réalisée à base de restes, elle est aujourd'hui l'un des mets les plus chers de Marseille. Depuis 1980 elle est régit par une charte qui protège les clients des restaurateurs peu scrupuleux. ”

Aurélien GRANET
 Chroniqueur pour Twin Jet Mag

Life
Style

SUMMER LOOK!

EN MODE URBAIN,
TREK OU MER, L'ÉTÉ
PERMET TOUTES
LES AUDACES.
C'EST L'OCCASION
DE TESTER DES
ÉQUIPEMENTS
INNOVANTS OU...
SIMPLEMENT DE SE
SENTIR BIEN DANS
SA PEAU.



La griffe Saint-Laurent

WHETHER YOU'RE IN THE CITY, THE WIDE OPEN SPACES OR BY THE SEA, SUMMER IS THE TIME TO CUT LOOSE WITH YOUR LOOK. IT'S ALSO THE OPPORTUNITY TO TRY OUT THE LATEST CUTTING-EDGE KIT OR EVEN JUST TO KICK BACK AND RELAX.

Mi-hautes en toile (70%) et cuir de veau à effet usé (30%), ces sneakers sont agrémentées d'une inscription « Saint-Laurent » cousue sur le côté extérieur et d'une discrète languette arrière embossée « Saint-Laurent ». Ces deux « naming » identifient les chaussures sans aucune ambiguïté... et garantissent un effet total look pour ceux qui aiment se montrer. Côté technique – qui est toujours un gage de qualité et de longévité pour la marque –, ces chaussures montantes couleur blanc cassé disposent d'un œillet renforcé sur le haut, d'une cheville matelassée et d'une solide semelle en caoutchouc. Petit détail qui compte, les paires sont usées à la main, ce qui confère à chacune un aspect unique et personnel. Pour ajouter une touche de glamour, leurs propriétaires pourront dire qu'elles ont été fabriquées en Italie. Ce qui passera pour une tentative d'épate n'est pourtant que la stricte vérité !

SNEAKER MI-HAUTE COURT SL/06 EN TISSU, SUÈDE ET CUIR BLANC GRISÉ, 595 €.
Prix indicatif



Sneakers « Court Classic »

'Court Classic' Sneakers

Love me,
love my sofa...

These mid-top sneakers made from canvas (70%) and worn-look calfskin (30%), sport 'Saint-Laurent' stitched into the side and a discreet pull tab similarly embossed: two details that ensure there's no doubt about the provenance of these shoes - and generate a guaranteed wow factor for those who love the limelight. From the design and manufacturing point of view, quality and durability, as always, come as standard with the YSL name. These medium-high off-white sneakers boast a reinforced top eyelet, cushioned ankles and a solid rubber sole. Sometimes it's the little details that count. These shoes are hand-distressed, meaning that every single one is unique. For extra reflected glamour, you can always let slip that they're made in Italy – who says you're trying to impress – it's the simple truth after all!



COURT SL/06 MEDIUM HIGH SNEAKERS IN CLOTH, SUEDE AND OFF-WHITE, 595 €.

Recommended Retail Price

INFOS #
ysl.com

Life
Style

SUMMER
LOOK!

Chopper électrique Le Ruffian Bombe vintage

Un look incroyablement rétro, on pense aux derbys conduits par des hommes corpulents qui aspiraient jadis des coureurs cyclistes dans leur sillage et des performances Prémium. Avec ce chopper électrique, on atteint allégrement les 25 km/h. Fait main, conçu et fabriqué en Allemagne, le Ruffian est doté d'un moteur Bosch Unit Performance CX avec 75 Nm de couple. Sa batterie au lithium Bosch Powerpack de 500 Wh garantit une excellente autonomie et nécessite seulement 3h30 de chargement. Autres atouts : des freins à disques hydrauliques ultras puissants ; une transmission Shimano à 8 vitesses ; un cadre en aluminium haut de gamme. Disponible en brun, noir ou gris, le Ruffian vous emmène sans "presque" aucun effort sur les pentes les plus raides et promet des balades en campagne tout sauf... incognito !

eBike THE RUFFIAN, 5 499 €.
Prix indicatif

INFOS #
ruff-cycles.com



The Ruffian eBike What vintage dreams are made of

Think of a combination of unashamedly retro looks, maybe inspired by old-style roadsters driven by overweight men that once upon a time left bicycle racers trailing in their wake and top-level performance. This electric bicycle can easily reach 25 km/h and is hand-assembled and German-designed and manufactured. The Ruffian is powered by a Bosch Performance CX drive unit delivering maximum torque of 75 Nm. Its 500 Wh Bosch Powerpack lithium battery offers excellent range and only takes 3 hours 30 minutes to charge. Other

advantages include extremely powerful hydraulic disc brakes, a Shimano 8-speed gear hub and a top of the range aluminium frame. Available in brown, black or grey, the Ruffian will take you up even the steepest slopes with "almost" no effort. It's also sure to turn heads when you take it out for a spin in the countryside!

eBike THE RUFFIAN, 5 499 €.
Recommended Retail Price

Sac à dos Arc'Teryx Bora AR 50 Trek zen

Dans le genre « haut de gamme et techno », il a peu d'équivalents. Avec ce sac à dos pour trekkeurs en montagne, la marque canadienne ArcTeryx promet aux conquérants de l'inutile – vous, nous, lorsque l'envie prend en vacances d'affronter les éléments pour tester ses limites – une aisance et une praticité hors du commun. D'une capacité de 50 litres, avec système d'hydratation, ceinture pectorale et dos parfaitement rembourré, ce sac en nylon hyper résistant, conçu pour des treks de 2 à 3 jours, est celui qui permettra grâce à sa légèreté (2,2 kg) et ses réglages précis de franchir l'ultime barre rocheuse pour atteindre le sommet ! Il va sans dire que toutes les poches, latérales, intérieures, extérieures... ont été pensées pour un usage idoine. Ah ! Nous allons oublier : le Bora AR 50 est garanti « étanchéité intégrale ».

Sac à dos Arc'Teryx Bora AR 50, En bleu ou noir. 470 €.

Prix indicatifs

INFOS #

campz.fr/arcteryx-bora-ar-50-sac-a-dos-bleu-noir-614872.html
Available in blue or black.



Arc'Teryx Bora AR 50 backpack No-sweat hiking

There can be few rivals to this premium/high-tech category product. Aimed at all those who love walking in the mountains, this rucksack is made by Canadian company ArcTeryx. It's for anyone who likes a challenge for the sake of a challenge, especially those who want to push themselves to the limits in their time off! Exceptionally comfortable and practical, it boasts a 50 litre capacity, is hydration bladder-compatible and both chest strap and hipbelt are generously padded to avoid back pain and chafing. This extremely tough nylon rucksack is designed for 2 to 3 day treks. With its incredible lightness (2.2 kg) and easily adjustable straps, it's the perfect partner on that final push to the summit! Naturally, every pocket (side, internal, external) has been designed with a specific purpose in mind. Last we forget, the Bora AR 50 is also guaranteed to be waterproof.

Arc'Teryx Bora AR 50 backpack, Available in blue or black. 470 €.
Recommended Retail Prices

Silver « Blue Steel » Kapten & Son Montre voyageuse...

Le bleu perle profond de son cadran confère à cette montre une élégance rare. Intemporel, ce chronographe au boîtier en acier inoxydable couleur argent est doté d'un verre en saphir inrayable, d'un robuste bracelet au fermoir papillon et d'un mouvement à quartz issu de la marque suisse Ronda. Le style, très contemporain, s'équilibre parfaitement avec l'élégance des chiffres romains, complétés par les deux petits cadrans centraux supplémentaires. Bref, une montre trendy, vive, couleur été (bleue !) conçue pour les citoyens du monde voyageurs par cette marque allemande qui ne transige pas avec la qualité.



Silver 'Blue Steel' by Kapten & Son A watch for wanderers...

The deep blue hue of the face of this Kapten & Son design imbues it with a singular elegance. Comprising a stainless steel case in a stylish shade of silver, a crystal made from scratch-resistant sapphire glass, a robust watchstrap with a butterfly clasp and a quartz movement made by Swiss watchmakers Ronda, this really is a timeless timepiece. Its extremely modern look perfectly complements the simple stylishness of the Roman numerals upon the dial. Two central sub-dials add an extra 'je ne sais quoi'. In short, it's a fashionable watch that radiates energy and passion, ideal for the summer (think blue skies) and designed for citizens-cum-wanderers of the world by a German manufacturer who takes quality very seriously indeed.

Silver 'Blue Steel' by Kapten & Son, 269 €.
Recommended Retail Prices

INFOS #
kapten-son.com



Silver « Blue Steel » Kapten & Son, 269 €.
Prix indicatifs

Life
Style

MED C-ZIP Homme Beuchat Une « combi » cousue main

Entièrement en néoprène ultra souple Elaskin X 6.8 de 8 mm d'épaisseur sur le corps et de 7 mm sur les membres, cette combinaison de plongée offre une grande souplesse et un confort haut de gamme. Issue des derniers développements Beuchat en matière de patronage, elle propose des coutures d'assemblage recouvertes de PU liquide (colle). Le zip semi-étanche combiné au plastron intérieur en Elaskin 3 mm et au Liquid Seal assure une meilleure herméticité. Côté confort, la MED C-ZIP est équipée d'un zip frontal coude à coude pour s'habiller seul et éviter toute gêne au niveau du dos. La polaire intérieure, le manchon de visage 360° en une seule pièce, les renforts aux genoux en PU résistant double-couche ainsi que la cagoule avec encre photoluminescente garantissent ce qui constitue le trident de choc d'une combinaison réussie : aisance de mouvement, étanchéité et durabilité.



MED C-ZIP Homme Beuchat A partir de 319 €.

Prix indicatif



Beuchat MED C-ZIP man's wetsuit. From 319 €.

Recommended Retail Price.

Beuchat MED C-ZIP man's wetsuit Wetsuits sewn by hand

Made entirely out of ultra-stretchy Elaskin X 6.8 neoprene that's 8 mm thick at the torso and 7 mm on legs and arms, this diving suit is supremely flexible and offers the comfort you'd expect from a premium product. It's the fruit of the most recent research by Beuchat into wetsuit construction, using liquid polyurethane to seal the seams. The semi-dry zip combined with the Elaskin 3 mm inner shell and the Liquid Seal make for improved water-tightness. The MED C-ZIP has a front entry zip (left

shoulder to right shoulder) so you can dress and undress unaided. This design is also more comfortable and less restrictive around the back and spine. The warm inner lining, one-piece hooded design, knee areas reinforced with hard-wearing double-layered polyurethane and hood with luminous trim for extra visibility all combine to ensure that the three fundamental requirements of a good diving suit are met: ease of movement, water-tightness and resistance to wear.

INFOS #
beuchat-diving.com

TWIN JET MAGAZINE

Le magazine Inflight de la compagnie



Votre publicité sur cette page !

**4500 voyageurs/semaine + Hommes d'affaires à hauts revenus + Édition trimestrielle.
ACTU/ECO, CITY BREAK, L'ÉPICURIEN, LIFE STYLE, SPORT, SUCCESS STORY**

Offrez-vous un support média unique

Pour plus d'information contactez notre service publicité :

04 42 975 975

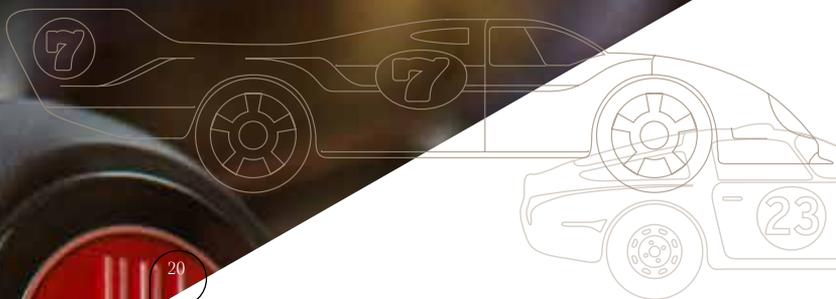
contact@agence-exprimer.com

Sport
Sport

LES 6, 7 ET 8 JUILLET, LE CIRCUIT DES 24H ACCUEILLE LA 9^{ÈME} ÉDITION DE CETTE ÉPREUVE QUI RÉUNIT PLUS DE 500 VOITURES DE COMPÉTITION DES ANNÉES 1920 À 1980. UN FORMIDABLE MOMENT DE FÊTE ET D'HISTOIRE SPORTIVE.

Nostalgie
Nostalgia in the fast-lane...

ON JULY 6TH, 7TH AND 8TH, THE HOME OF THE 24 HOURS OF LE MANS WILL HOST THE 9TH LE MANS CLASSIC RACE, WHICH BRINGS TOGETHER OVER 500 RACING CARS FROM THE 1920S TO 1981. SPORTING HERITAGE AND A FESTIVE ATMOSPHERE COMBINE TO CREATE SOMETHING INCREDIBLE.



Le Mans Classic

Le Mans Classic

express...



Que d'émotions en perspective ! Pour la 9ème fois, le mythique circuit du Mans rassemble début juillet le ban et l'arrière-ban des véhicules qui ont construit la légende des 24h. Une course biennale dont le principe est simple : mettre aux prises les modèles qui ont concouru autrefois par « tranches

d'époques ». Six plateaux sont ainsi au programme, opposant les véhicules des années 1923-1939, 1949-1956, 1957-1961, 1962-1965, 1966-1971 et 1972-1981. Tous s'affronteront sur la légendaire ligne droite des Hunaudières où certains modèles anciens, vaillants malgré l'âge, flirtent encore avec les 300 km/h.

Le départ des 4 premiers plateaux aura lieu en épi, comme il fut donné réellement de 1925 à 1969 : les coureurs s'élanceront à pied vers leur véhicule avant de se jager en piste.

Le nom des modèles rassemblés est une ode à l'histoire de la course automobile. Bentley, Bugatti, Delage, Delahaye, Morgan, Talbot, Aston Martin, Austin, Triumph et, plus près de nous, Chevrolet, Lancia, Maserati, Ferrari, Alpine, Chevron, Lola, BMW, Porsche, Jaguar... seront de la partie.



Get ready for racing pulses as well as racing cars! At the beginning of July, the cars that helped found the legend of the 24 hours of Le Mans come together again for the ninth time to do battle at the iconic racing circuit. The biennial event is based on a simple concept: to pit cars which have previously competed in the 24 hours of Le Mans (or similar cars of the same model) against each other. The competing cars are divided into six different classes by era, comprising vehicles from 1923-1939, 1949-1956, 1957-1961, 1962-1965, 1966-1971 and 1972-1981. All will face off on the legendary Mulsanne Straight, where some vehicles - despite their age - show their mettle by reaching speeds of up to 300 km/h. For the first four classes, a Le Mans-style start (cars lined up along the length of the pits and drivers running across the track to get into their vehicles) is used, just like in the 24 hours of Le Mans between 1925 and 1969.

The names of the models taking part reads like a tribute to the history of motor racing. Bentley, Bugatti, Delage, Delahaye, Morgan, Talbot, Aston Martin, Austin, Triumph and, for the younger amongst us, Chevrolet, Lancia, Maserati, Ferrari, Alpine, Chevron, Lola, BMW, Porsche and Jaguar... All present and correct.

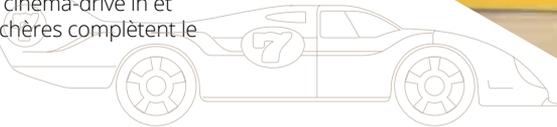
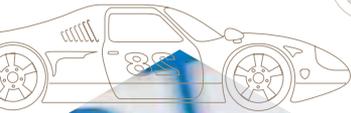


Sport Sport

L'engouement pour cette rétrospective se lit à travers la participation des pilotes, ex-stars du Mans ou de la F1. Présents cette année : Derek Bell, Henri Pescarolo, René Arnoux, Paul Belmondo, Jacques Laffite... Au total, près de 400 pilotes, encouragés par plus de 120 000 spectateurs.

D'autres courses sont au menu : les fameuses Group C qui ont enflammé les épreuves d'endurance au Mans jusqu'à la fin des années 80, avec leur pare-brise en bulle et leurs ailerons monumentaux, se retrouveront en lever de rideau. À suivre également : la Porsche Classic Race (la marque célèbre en 2018 les 70 ans de ses voitures de sport), le Jaguar Classic Challenge et la Global Endurance Legends.

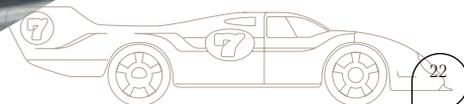
Exposition des marques, animations, village (exposants, constructeurs, boutiques...), cinéma-drive in et vente aux enchères complètent le programme.



The enthusiasm for this 'throw-back' event is demonstrated by the presence of ex-stars of the 24 hours of Le Mans and F1. This year, Derek Bell, Henri Pescarolo, René Arnoux, Paul Belmondo and Jacques Laffite will all be taking part, along with almost 400 other drivers, urged on by 120,000 spectators. Other races are on the menu. The famous Group C cars, which brought passion and fire aplenty to the World Endurance Championship event at Le Mans until the end of the 80s with their enclosed cockpits and massive rear wings will be first out of the blocks. After this comes the Porsche Classic Race (Porsche is celebrating 70 years of making sports cars), the Jaguar Classic Challenge and the

Global Endurance Legends. In addition, there'll be exhibitions revolving around various car models, special activities, the event village (exhibitors, manufacturers, shops...), a drive-in cinema and an auction.

INFOS # [llemansclassic.com](https://www.llemansclassic.com)



Les Voiles de Saint-Tropez

Les Voiles de Saint-Tropez



DU 29 SEPTEMBRE
AU 7 OCTOBRE, PRÈS
DE 4 000 RÉGATIERS
INTERNATIONAUX ET 300
VOILIERS CLASSIQUES ET
MODERNES S'AFFRONTENT
DANS LE GOLFE DE SAINT-
TROPEZ, UNE SEMAINE DE
SPECTACLE EN MER ET
D'ANIMATIONS À TERRE.

FROM 29TH SEPTEMBER
TO 7TH OCTOBER,
NEARLY 4,000 SAILORS
FROM AROUND THE
WORLD AND 300 YACHTS
OF BOTH CLASSIC AND
MODERN DESIGN WILL
VIE FOR SUPREMACY
IN THE BAY OF SAINT-
TROPEZ. A WEEK OF HIGH
DRAMA ON THE OCEAN
WAVES AND GREAT
ACTIVITIES BACK ON DRY
LAND AWAIT.

Vent debout
dans la baie...

Battling it out in the bay

Sport
Sport



Du soleil, de la dolce vita et de la compétition. Voilà les valeurs cardinales sous lesquelles se présente la nouvelle édition des Voiles de Saint-Tropez, épreuve qui associe des yachts classiques et des bateaux modernes, la marque de fabrique des « Voiles » depuis toujours.

Issu d'un pari fou au début des années 1980, celle qui était une « course de copains » nommée La Nioulargue est devenue ensuite « Les Voiles de Saint-Tropez » et rassemble désormais à l'automne le gratin de la voile et du yachting international.

Une flotte de bateaux magnifique investit le port de Saint-Tropez et la compétition se dispute généralement à guichets fermés. La réputation du port et du village est sans doute pour quelque chose dans cette notoriété. Durant l'épreuve, les deux sont transformés en espaces festifs ouverts au Tropicéziens et au public.

Côté courses, Les Voiles de Saint-Tropez sont le théâtre de la Coupe d'Automne du Yacht Club de France. Des dizaines de voiliers Classiques en provenance de Cannes lancent la sarabande des régates au début de la folle semaine. Leur arrivée toutes voiles dehors annonce les belles images sportives à venir. Puis vient la flotte éclectique des Modernes, les Wally, IRC et autres maxis...

Le public risque de croiser des grands noms sur les quais. Lionel Péan, Franck Cammas, Marc Pajot, Sir Lindsay Owen-Jones, entre autres,



étaient présents en 2017.

Le Trophée Rolex, lui, récompensera comme à son habitude des yachts d'exception, c'est-à-dire ce qui se fait de mieux dans la voile au monde. Le rendez-vous est pris pour la remise traditionnelle des trophées le dernier jour à la citadelle de Saint-Tropez.

Même si l'on n'est pas fan absolu de voile, profiter du Village (ouvert au public de 9h à 21h) avec ses stands exposants et ses animations musicales donne toujours le sentiment que l'été se poursuit !

INFOS #

lesvoilesdesaint-tropez.fr



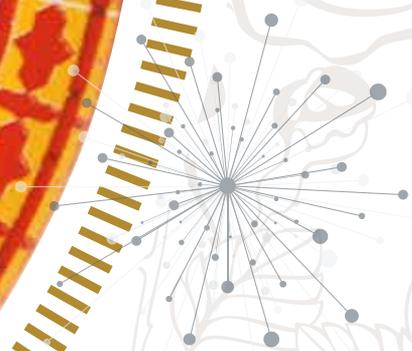
Sunshine, the dolce vita and competitive racing. These are the key ingredients of the new Voiles de Saint-Tropez, a race which brings together classic yacht designs and modern vessels – the hallmark of the 'Voiles' since its very beginning. It all started with a crazy bet in 1981. However, what began as a race between friends called 'La Nioulargue' subsequently became 'Les Voiles de Saint-Tropez', which now brings together the cream of the international competitive sailing set each autumn. A flotilla of simply magnificent vessels descends upon the port of Saint-Tropez and generally-speaking, the event is a sell-out. The reputation of the port and village undoubtedly contributes to the event's popularity.

During the races, harbour and village become the setting for fun and festivities that both locals and the general public can enjoy. Les Voiles de Saint-Tropez is also the stage for the Yacht Club de France's Coupe d'Automne. Dozens of Classic yachts from Cannes get the regattas off to a flying start at the beginning of what promises to be a hectic week. Their arrival with all sail set gives a foretaste of the stunning sporting spectacle to come. Hot on their heels is an eclectic mix of modern vessels, Wally Class boats, IRC class vessels and other maxi yachts... The public may also encounter some famous faces along the quays. Lionel Péan, Franck Cammas, Marc Pajot and Sir Lindsay Owen-Jones were

just some of those present in 2017. As usual, the Rolex Trophy is awarded to a different category of boat each year and is judged on the basis of their accumulated performance over the course of the four races held. Be sure not to miss the traditional prize-giving ceremony on the last day of the event at the citadel of Saint-Tropez! Even if sailing is something you can take or leave, do make the most of the event's Village (open to the public from 9am to 9pm). Between exhibitor stands and live music, you'll feel like summer is here to stay for a little while longer!



Success Story





Fragonard

Un parfumeur dans l'air du temps
The fashionably sweet smell of success

NÉ À GRASSE SUR LA CÔTE D'AZUR AU LENDEMAIN DE LA PREMIÈRE GUERRE MONDIALE, FRAGONARD PARFUMEUR EST AUJOURD'HUI UNE ENTREPRISE INDÉPENDANTE FLORISSANTE. SON SUCCÈS ASSOCIE FABRICATION DE PRODUITS DE LUXE ET MARKETING INNOVANT.

ESTABLISHED IN GRASSE ON FRENCH RIVIERA SHORTLY AFTER THE END OF WORLD WAR I, PERFUMERY FRAGONNARD IS NOW AN EXTREMELY SUCCESSFUL INDEPENDENT BUSINESS. THE SECRET OF THIS SUCCESS? - THE MARRIAGE OF LUXURY PRODUCTS AND HIGHLY-CREATIVE MARKETING STRATEGIES.



Avec un chiffre d'affaires de 52 millions d'euros en 2016, Fragonard poursuit son développement tout en perpétuant l'esprit maison sous la houlette d'une 4e génération de dirigeants représentée par Anne, Agnès et Françoise Costa. La clé de la réussite ? Fragonard est l'un des rares parfumeurs français à assurer à la fois la fabrication directe et la distribution de ses produits. Dans le secteur concurrentiel de la parfumerie, la maîtrise d'un circuit de distribution exclusif participe à la stratégie de l'entreprise : pratiquer des prix de vente accessibles au plus grand nombre sur une typologie de fragrances habituellement associées au créneau du luxe. Une solide organisation commerciale reflète cette volonté. Fragonard Parfumeur gère une vingtaine de boutiques et distribue également ses références en vente en ligne. Fait remarquable, les cinq musées de la société ne sont pas de simples faire-valoir de l'expérience du parfumeur. Sur la Côte d'Azur ou à Paris, toujours associés à une boutique, ils participent réellement au modèle économique de Fragonard, conciliant commerce et culture.



LE TALENT DES SŒURS COSTA : RÉVÉLER LES TENDANCES



Fidèles à l'héritage de leur père Jean-François Costa, Anne, Agnès et Françoise sont aujourd'hui à la tête de l'entreprise et mettent beaucoup d'elles-mêmes dans l'élaboration des nouvelles lignes Fragonard. Les collections et œuvres d'art, la littérature, les voyages inspirent leurs créations. Au-delà d'un sens aigu de l'esthétique, de leur propre culture et vécu personnel, les sœurs Costa témoignent d'une vraie capacité à ressentir l'air du temps. Ni conservatrices, ni avant-gardistes, les univers Fragonard expriment simplement les tendances du moment.



Fragonard continues to expand – although not at the expense of its heritage – under the leadership of the fourth generation of the Fragonard family to be at the company's helm, namely Anne, Agnès and Françoise Costa. In 2016 it boasted a turnover of some 52 million euros. We can attribute the firm's success to the fact that Fragonard is one of the few French perfumers that both makes and distributes its own products. In the tremendously competitive world of perfumes, adopting an exclusive distribution approach, together with the level of control over the process that this affords, represents a key plank in the company's sales strategy: to offer perfumes of a kind normally associated with the luxury sector at a price that's affordable for most consumers. This vision is backed up by a tried and tested sales organization structure. The Parfumerie Fragonard manages around twenty outlets and also sells its products online. What's more, the company's five museums aren't merely showcases for the perfumer's heritage and expertise. Whether on the French Riviera or in Paris, every museum also has its own shop, meaning that they play an active part in Fragonard's retail model, squaring the circle between the worlds of commerce and culture.



THE COSTA SISTERS' REAL GIFT: TREND-SPOTTING

Albeit staunch defenders of the legacy of their father, Jean-François Costa, the new leadership team of Anne, Agnès and Françoise have adopted a deeply personal approach to designing new product ranges. Their creations have been inspired by everything from art and literature to travel. In addition to a highly-attuned sense of the aesthetic and a deep awareness of and sensibility with regard to their own values, ideas, upbringing and the experience and knowledge gained over a lifetime, the Costa sisters demonstrate an uncanny ability to grasp the prevailing spirit of the times. Fragonard's perfumes cannot be labelled as either 'traditional' or 'avant-garde'. What they do excel at is simply expressing today's sometimes fleeting trends.



LE TALENT DE CRÉER DE NOUVEAUX UNIVERS

La force actuelle de Fragonard réside sans aucun doute dans son positionnement et son marketing produits original. Chaque création s'inscrit dans un véritable univers sensoriel qui se décline en fragrances, cosmétiques, parfums d'intérieur, accessoires de mode et de décoration. Le travail de conception de chaque thématique, de chaque ligne, de chaque nouvelle senteur est extrêmement soigné, fouillé et cohérent. Grâce à cette approche stylistique plutôt différenciante, la société poursuit sa conquête de nouvelles clientèles. La qualité des fabrications fidèle ensuite les nouveaux adeptes de la marque.

A TALENT FOR DEVELOPING ENTIRELY NEW PRODUCT LINES

Fragonard's strength lies without doubt in its positioning and its innovative approach to product marketing. Each new product belongs to a wider family, linked by a common sensory theme, which includes perfumes, aftershaves, cosmetics, home fragrances, fashion accessories and decorative items. The work that goes into designing each theme, product line and scent is painstaking and methodical. Thanks to this very distinctive approach to product development, the firm continues to win over new customer segments and the quality of the products in question ensures the continued loyalty of these new fans.

Ambiances Themes for 2018

Le catalogue Fragonard s'enrichit ainsi d'un ou deux thèmes nouveaux chaque année. Souvent inspiré des fleurs ou bien d'un pays, d'un récit, Fragonard raconte des mondes qui séduisent les consommateurs. Après l'iris et la pivoine, l'année 2018 se décline en senteurs florales de verveine. La ligne Verveine s'accompagne d'une autre gamme de produits conçue sur le thème du voyage en Perse. L'écriture du parfum grenade-pivoine, le dessin de broderie d'une robe persane comme le motif des packagings témoignent du soin extrême apporté à l'élaboration des ambiances de la marque.

One or two new themes are added to Fragonard's product range every year. These themes often take inspiration from flowers, a specific country or a story – Fragonard really knows how to weave a tale to fire buyers' imagination. After 'Iris' and 'Pivoine', 2018's signature fragrance will be verbena. Alongside Fragonard Verbena is a range of other products having the theme of Persian travels. The font and design of the packaging for their grenade-pivoine (pomegranate-peony) range, inspired by an embroidered detail on a Persian dress, is testament to the meticulous care lavished on creating each new theme.



L'empreinte du siècle des Lumières

The mark of the Age
of Enlightenment

Lorsque Eugène Fuchs baptise en 1926 sa parfumerie en hommage au peintre de Grasse Jean-Honoré Fragonard, il place délibérément son entreprise sous le signe du raffinement du siècle des Lumières. Cet illustre parrainage aura marqué d'une empreinte durable l'identité de l'entreprise puisque près d'un siècle plus tard, l'univers Fragonard revendique toujours son goût de l'esthétique et sa dimension culturelle. Le spectre joyeux et coloré des tableaux de Jean-Honoré Fragonard inspire encore les productions contemporaines de la maison grasseoise.

When Eugène Fuchs named his perfume company 'Fragonard' back in 1926 in tribute to the Grasse-born painter, Jean-Honoré Fragonard, it was in a very deliberate bid to associate the firm with the sophistication of the Age of Enlightenment. This illustrious connection has had a lasting impact upon the company's identity, as almost a hundred years on, Fragonard continues to draw inspiration from this period's love of the aesthetic and its influence on the arts. The joyous, vibrant memory of the paintings of Jean-Honoré Fragonard still has the power to kindle the creative spark behind the latest creations from this Grasse-based perfumer.



The Gourmet

L'Épicurien

Spécial montgolfières

Altitudes de croisière

THE COOL, STILL MORNING AIR. VISTAS THAT STRETCH OUT INTO THE FAR DISTANCE... WHETHER IN FRANCE OR THE FURTHEST-FLUNG CORNERS OF THE GLOBE, A HOT-AIR BALLOON FLIGHT OVER THE PLANET'S MOST BEAUTIFUL PLACES WILL ALWAYS MAKE FOR UNFORGETTABLE MEMORIES. IT'S TIME TO REDISCOVER WHAT REALLY MAKES THIS WORLD SUCH A SPECIAL PLACE...



L'AIR FRAIS DU MATIN. LE SILENCE DE L'AIR. LES PANORAMAS GRANDS ANGLES... QUE CE SOIT EN FRANCE OU AU BOUT DU MONDE, LE SURVOL EN BALLON DES PLUS BEAUX SITES NATURELS LAISSE TOUJOURS UN SOUVENIR MAGIQUE. COMME UNE REDÉCOUVERTE DES CHARMES PREMIERS DE LA TERRE...

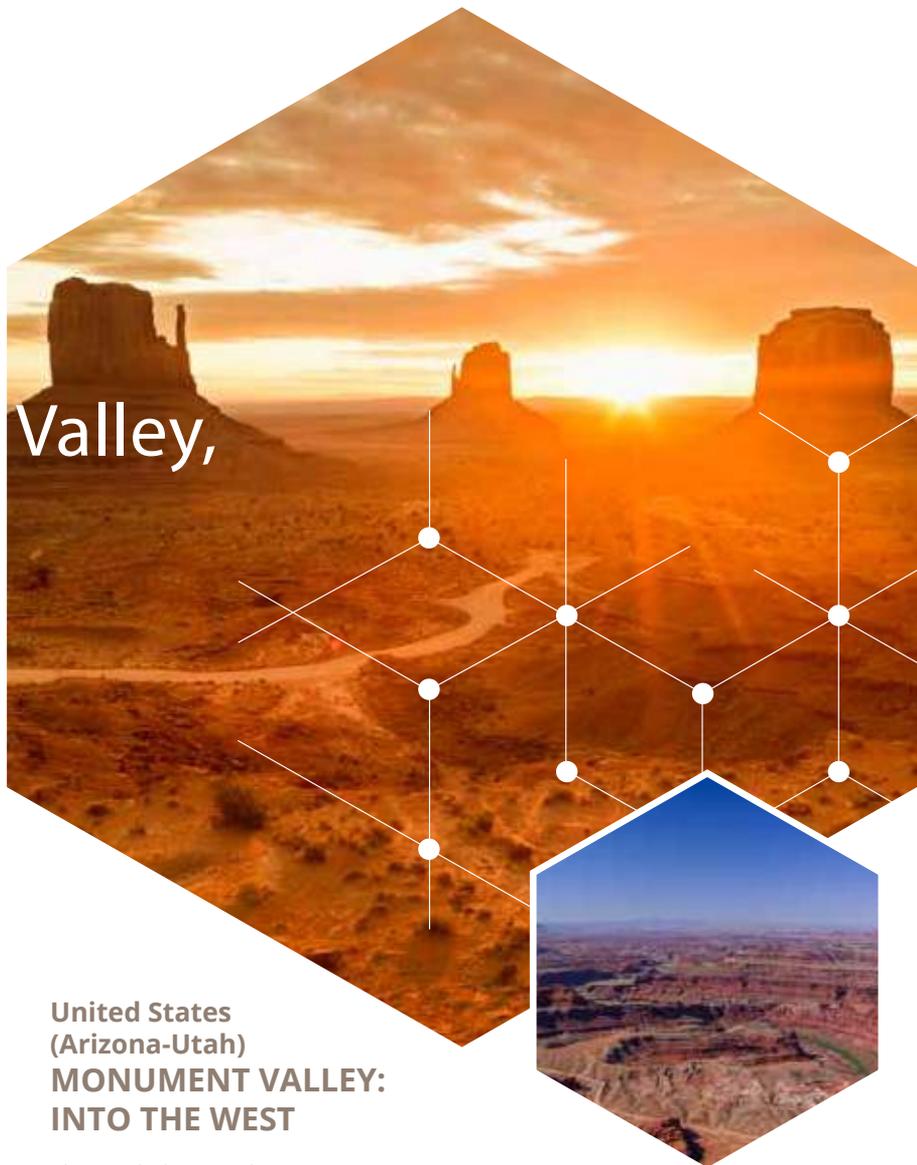


Focus on hot-air ballooning
Cruising altitude

Etats-Unis (Arizona-Utah)

Monument Valley, 360° ouest

C'est avec le Grand Canyon la carte postale de l'Ouest américain. Entre Arizona et Utah, le chef d'œuvre de la nature sont ces formations géologiques à l'allure de gros piliers (les mesas), plantées dans l'immensité du plateau du Colorado. Ces îlots de grès brun-rouge, dont les westerns ont construit l'image, se trouvent sur le territoire des Indiens Navajos, qui nomment l'endroit Tsé Bii' Ndzisgaii, la « vallée des rocs ». Et elle peut être survolée en ballon ! Après une nuit sur le site et un réveil matinal, cap sur le cœur du parc en compagnie d'un guide Navajo. Les lumières rasantes du matin sont sublimes, mais que dire une fois embarqué dans la nacelle ! Le lent survol des monolithes gréseux, le ciel d'un bleu inouï, l'immensité du plateau à la végétation sèche... : le spectacle est extraordinaire. Le vol dure environ une heure, selon les conditions météo. Il est suivi d'un petit-déjeuner et de la visite en 4 x 4 de formations gréseuses spectaculaires. **Une expérience inoubliable.**



United States (Arizona-Utah) **MONUMENT VALLEY: INTO THE WEST**

Along with the Grand Canyon, Monument Valley is the quintessential image of the American West. Located between Arizona and Utah, this natural masterpiece is composed of geological formations in the shape of massive pillars of rock (mesas) scattered across the vastness of the Colorado plateau. These isolated outcrops of reddish-brown sandstone, made famous by the Westerns, are found on the Navajo Nation Reservation. In the Navajo language, Monument Valley is called Tsé Bii' Ndzisgaii, the 'valley of the rocks'. What's more, it's possible to fly over it all in a hot-air balloon! You'll overnight on-site, followed

by an early start as you set off for the heart of the park accompanied by a Navajo guide. The dim, early morning light creates a glorious scene, but it'll be nothing compared to the sight to greet you when you climb into the gondola and lift off! The slow flight over the sandstone buttes, a blue sky of extraordinary clarity, the huge expanse of the plateau dotted with some sparse vegetation: it's simply a magnificent spectacle. The flight lasts around an hour, depending on weather conditions and is followed by breakfast and a 4x4 tour of these wonderful sandstone formations. **Absolutely unforgettable!**

INFOS #

425 US \$
par personne, avec
la compagnie Hot Air
Balloons.

monumentvalleyballoon.com

425 USD per person, flying
with the Monument Valley
Hot Air Balloon Company



Tanzania THE SERENGETI FROM A BIRD'S EYE VIEW

Maybe you'd have preferred a full night's sleep in a safari lodge in the middle of the savannah, to be roused gently from your slumbers, breakfast awaiting you on the table? However, sometimes you need to be a little bit more daring in order to experience pleasures that are truly out of the ordinary! We're talking about heading out into the darkness of an African night (it's only just 5am) in a 4x4 that takes you through the bush to the Maasai Kopjes launch site for a flight over the Serengeti – which also borders Kenya. The trip is something of a short night-time safari during which you may be lucky enough to see some nocturnal creatures... As the sun rises, the hot-air balloon swells with air before lifting off in the gentle dawn light. A blast on the propane burner takes the balloon higher, opening up vistas of vast plains, dotted with low trees and inhabited by gnus, zebras and Thomson's gazelles. A slow descent brings the balloon down to acacia tree-height... After an hour-long flight that's steered this way and that by the wind, the balloon touches down in the park. It's time for a reward: a Champagne breakfast – don't worry, you've earned it. Available through Safaris à la Carte, a travel agency (branches in Nantes, Paris, Lyon, Marseille and Geneva) specializing in safari trips.

Tanzanie

Serengeti, au plus haut des yeux

C'est avec le Grand Canyon la carte postale de l'Ouest américain. Entre Arizona et Utah, le chef d'œuvre de la nature sont ces formations géologiques à l'allure de gros piliers (les mesas), plantées dans l'immensité du plateau du Colorado. Ces îlots de grès brun-rouge, dont les westerns ont construit l'image, se trouvent sur le territoire des Indiens Navajos, qui nomment l'endroit Tse Bii' Ndzisgaii, la « vallée des rocs ». Et elle peut être survolée en ballon ! Après une nuit sur le site et un réveil matinal, cap sur le cœur du parc en compagnie d'un guide Navajo. Les lumières rasantes du matin sont sublimes, mais que dire une fois embarqué dans la nacelle ! Le lent survol des monolithes gréseux, le ciel d'un bleu inouï, l'immensité du plateau à la végétation sèche... : le spectacle est extraordinaire. Le vol dure environ une heure, selon les conditions météo. Il est suivi d'un petit-déjeuner et de la visite en 4 x 4 de formations gréseuses spectaculaires. Une expérience inoubliable. Avec **Safaris à la Carte, agences de voyages (à Nantes, Paris, Lyon, Marseille et Genève) spécialisées en destinations safaris.**



INFOS #

Vol en ballon
à partir de 520 €.

safaris-a-la-carte.com

Hot-air balloon
flights from 520

LE PLAISIR DE S'ENVOYER EN L'AIR EN TOUTE QUIÉTUDE

« Nul ne pourra dire le contraire : quel délice de s'envoyer en l'air en toute quiétude à bord d'une montgolfière. La montée en altitude est vertigineuse. Une fois passée la peur du vide, nos sens sont en extase. Notre regard s'émerveille devant les délices de Dame Nature. Jamais contemplation n'a été aussi vertigineuse. Portée par les vents,

une ballade en montgolfière est une expérience unique qu'il faut goûter au moins une fois dans sa vie. Calme, paisible, loin des bruits dont nous sommes coutumiers, la douceur et la plénitude d'un vol silencieux éveillent nos sens pour un voyage exquis fait de multiples plaisirs. Testez et vous en redemanderez. »

Aurélien GRANET
Chroniqueur pour Twin Jet Mag



France (Bourgogne)

Le vignoble vu du ciel

Il y a ceux qui empruntent la D974 pour « faire » la Route des Vins, entre Beaune et Dijon. Et ceux qui prennent de la hauteur pour survoler ce terroir mythique, dont sont issus des vins cultissimes, à l'image du Romanée Conti. Depuis Beaune ou Dijon, au bon vouloir des alizés bourguignons, la balade en montgolfière dévoile non seulement

l'architecture complexe de la mosaïque des parcelles, mais aussi la beauté des villages bourguignons, pierres dorées et toits de tuiles conquérantes posés en plaine ou à l'amorce du coteau. Marsannay-la-Côte, Gevrey-Chambertin, le célèbre château de Clos Vougeot, Vosne-Romanée, Nuits-Saint-Georges... entre ces communes bénies des Dieux, les rangs rectilignes verdifs à l'été et roussis à l'automne témoignent d'un savoir viticole séculaire. Pas question d'atterrir sur les rangs de pinots noirs, au

risque de subir les foudres des producteurs ! Le prestataire connaît la musique et le vol se termine en douceur, en terrain sûr. **Ne reste plus qu'à se rendre dans la cave du domaine repéré en l'air pour doubler le plaisir du vol de celui de boire un grand cru !**



INFOS #

**Vol découverte,
240 € par personne, avec
Beaune Montgolfière**

beaune-montgolfiere.fr

**Taster flight, 240 € per
person, with Beaune
Montgolfière.**

France (Burgundy) VIEWS OVER VINES

Some people take the D974 road to 'tick off' the Route des Vins between Beaune and Dijon. Others set their sights higher, flying over this iconic landscape, home to some of the world's most sought-after wines, such as the Domaine de la Romanée Conti's vintages. Starting from Beaune or Dijon, depending on the whims of the wind, this hot-air balloon trip lays bare the complex jigsaw of vineyard plots and the beauty of the local villages in gold-hued stone, proudly topped with tile roofs, scattered over the plain or the foothills. Nestling between Marsannay-la-Côte, Gevrey-Chambertin, the famous château of Clos Vougeot, Vosne-Romanée and Nuits-Saint-Georges – all truly blessed by nature's bounty - lie a series of straight lines, green in summer and golden-red in the autumn, that represent centuries of winegrowing expertise. Don't worry - we won't risk arousing the ire of the vineyard owners by landing anywhere near the pinot noir! The pilot is an old hand and the flight finishes with a gentle landing on a well-chosen spot. All that's left is to head for the cellars of the estate first spotted from the air – an ideal opportunity to add to the pleasure of the flight, the enjoyment of savouring wines of the finest vintage!

France (Ardèche)

Au berceau de la montgolfière

Annonay à vu naître la montgolfière. C'est ici, en 1783, que Joseph et Etienne de Montgolfier ont fait décoller pour la première fois un aérostat, suscitant la stupeur – voire l'effroi ! – des habitants. 235 ans plus tard, un descendant de la famille, Roland de Montgolfier, organise chaque année en juin L'Art de l'Envol, la grande fête annuelle de la montgolfière, avec vols découverte à la clef. Le reste du temps, d'autres se chargent d'organiser les survols. C'est ainsi que depuis le parc Déomas, à Annonay, les nacelles en osier décollent pour un voyage gracieux au-dessus du Haut-Vivarais. La France rurale en panoramique ! Voici la Deûme, rivière entourée de sa canopée, survolée au ras des cimes, témoin d'une vieille activité de tannerie et de papeterie. Passée la ville, la campagne de chaume, accompagnée de l'ombre portée de la montgolfière sur les versants, irradie. Puis c'est la vallée boisée de la Cance, autre ancienne rivière de tanneurs et son pont suspendu. De quoi se réconcilier avec la campagne française, au sommet de sa forme estivale !



France (Ardèche) THE CRADLE OF THE HOT-AIR BALLOON

Annonay is where the hot-air balloon was first invented. It was here, back in 1783, that Joseph and Etienne de Montgolfier managed to achieve lift-off in a balloon for the first time, much to the amazement and even the terror of the locals. 235 years later, a descendant of the family, Roland de Montgolfier, organizes an event every June, L'Art de l'Envol, the major annual celebration of all things hot-air balloon-related, including the chance to try out a flight for the first time. At other times of year, other operators organize trips. Taster

flights leave from the Parc Déomas in Annonay, from where you'll begin your supremely elegant journey high above the Haut-Vivarais, carried in an authentic wicker basket over countryside that stretches as far as the eye can see! From your vantage point above the hilltops, you'll see the la Deûme river, with its canopy of green, symbol of an industrial heritage that included tanning and paper-making. Once past the town, it's farmland, complete with fields of corn, and the shadow of the balloon slipping along the hillsides that dominates the scene. Next comes the wooded Cance valley, another river once used by tanners, crossed by a suspension bridge. It's enough to make you fall in love again with the French landscape, which, admittedly, does look its loveliest in summer!

INFOS

**Vols toute l'année
avec Montgolfières & Cie,
selon la météo. À partir
de 180 € par personne.
montgolfieres-cie.com.**

**Egalement Les Montgolfières
d'Annonay, l'association de
Roland de Montgolfier.
lesmontgolfieresdannonay.fr**

INFOS

**Flights are
organized all year round
by Montgolfières & Cie,
depending on weather conditions.
From 180 € per person.
montgolfieres-cie.com.**

**There's also Les Montgolfières
d'Annonay, a charitable body
run by Roland de Montgolfier.
lesmontgolfieresdannonay.fr**





TWIN JET
NEWS

12

Inauguration de la ligne Brive/ Lyon avec HOP ! opérée par **TWIN JET**

Opening of the new scheduled flight Brive/Lyon
with HOP ! operated by TWIN JET

A partir du 14 mai 2018, la compagnie aérienne HOP !, filiale régionale d'Air France, propose trois vols par semaine entre l'aéroport de Brive-Vallée de la Dordogne et sa base de Lyon-Saint Exupéry.

HOP ! a choisi TWIN JET pour opérer cette liaison dans le cadre des accords commerciaux et de la complémentarité existants entre les deux compagnies aériennes.

A cette occasion, l'aéroport de Corrèze a organisé un water salute, le traditionnel arrosage de l'avion pour saluer le premier vol de la nouvelle ligne Brive/Lyon.

Ces liaisons sont assurées tous les lundis, mercredis, et vendredis, avec une durée de vol de 60 minutes.

Cette ligne donne accès à de nombreuses correspondances à travers le hub HOP/Air France de Lyon.



Since the 14th May 2018, the airline HOP !, regional subsidiary of Air France, proposes 3 flights per week between the airport of Brive Vallé de la Dordogne and Lyon Saint Exupéry.

Hop ! chose Twin Jet to operate this scheduled flight due to their existing commercial agreements.

On this occasion, the Brive airport had organised a water salute, the

traditional airplane water spray to greet the first flight between the two airports.

These connections are provided every Monday, Wednesday, and Friday, with a flight duration of 60 minutes.

This scheduled flight gives access to many corresponding flights through the HOP/Air France hub in Lyon.

JOURS

Lu - Me - Ve
Mon - Wed - Fri

BRIVE > LYON

Départ / Departure	Arrivée Arrival
13:20	14:20

LYON > BRIVE

Départ / Departure	Arrivée Arrival
09:55	10:55

Programme Alimentaire Mondial

Créé en 1961, le PAM est une agence des Nations-Unies en première ligne dans la lutte contre la faim dans le monde. Le PAM répond constamment aux urgences et fournit de la nourriture aux plus démunis et sous-alimentés grâce à un important maillage humain et un réseau logistique innovant. Le PAM œuvre également pour améliorer la sécurité alimentaire sur le long terme et permettre aux populations de construire un avenir durable. Le PAM est financé grâce aux dons.

Created in 1961, WFP is working for a world where every man, woman and child has permanent access to enough food to maintain a healthy and active life. In order to do so, they work closely with their two Rome-based sister organizations, the Food and Agriculture Organization of the United Nations and the International Fund for Agricultural Development – and also with governments and NGOs partners. WFP is part of the UN system. The agency is entirely funded by voluntary donations.



Le PAM est la plus grande agence humanitaire qui lutte contre la faim dans le monde.

WFP is the biggest humanitarian agency fighting hunger worldwide.

Le PAM en chiffres :

WFP in numbers:

80
MILLIONS
DE PERSONNES NOURRIES
MILLION PEOPLE FED

80
PAYS BÉNÉFICIAIRES
COUNTRIES HELPED

14 000
PERSONNES
TRAVAILLENT
POUR LE PAM DONT
90% SUR LE TERRAIN
STAFF WORLDWIDE OF WHOM OVER
90 PERCENT ARE BASED IN THE
COUNTRIES WHERE THE AGENCY
PROVIDES ASSISTANCE

5 000 **CAMIONS**
TRUCKS
20 **BATEAUX**
SHIPS
70 **AVIONS**
PLANES
UTILISÉS CHAQUE JOUR
POUR LIVRER
DE LA NOURRITURE
ON THE MOVE
TO DELIVER FOOD

1 an
= 12.6 MILLIARDS
DE RATIONS
DISTRIBUÉES
1 YEAR = 12.6 BILLION
RATIONS DISTRIBUTED

en 2016
LE PAM A RÉCOLTÉ
5.9 MILLIARDS US\$
DE DONS
IN 2016 WFP RAISED US\$ 5.9 BILLION
FUNDED ENTIRELY BY VOLUNTARY
DONATIONS

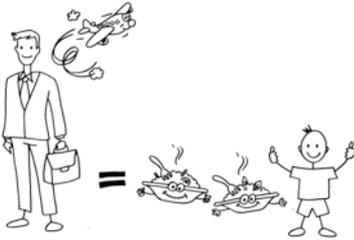


Associions nos efforts pour un meilleur monde, c'est si simple !

Let's bring our efforts together for a better world, it's so easy!

Nous avons donc décidé d'apporter notre soutien au Programme Alimentaire Mondial avec lequel nous partageons les mêmes valeurs : l'éthique et l'excellence sont au cœur de nos actions.

UN BILLET D'AVION = DEUX REPAS POUR UN ENFANT



Notre action est simple :

Pour chaque billet d'avion vendu, nous offrons au PAM deux repas afin de nourrir un enfant dans le besoin.

Grâce à notre engagement avec le PAM, nos clients voyagent de manière solidaire et participent avec le PAM à la lutte contre la faim dans le monde.

Objectif ? Nous espérons offrir 200 000 repas par an grâce à nos 100 000 passagers annuels.

Pourquoi TWIN JET a choisi cette action ?

Nous avons donc décidé d'apporter notre soutien au Programme Alimentaire Mondial qui apporte les garanties totales que nous recherchions en terme d'éthique et d'efficacité.

L'aide aux plus pauvres, et particulièrement aux enfants, doit être déployée en dehors des cas d'urgences humanitaires. Elle nécessite des actions de fond concrètes et lisibles, auxquelles chacun peut contribuer au quotidien.

De l'accès à l'eau, à la nourriture en passant par l'éducation, il existe de multiples terrains pour subvenir aux besoins des enfants.

Aider les enfants dans le besoin est la clef de voute afin de construire l'avenir des populations. Il s'agit de créer les conditions à un meilleur avenir sur le plan économique et social ainsi qu'en matière de prévention des conflits.

Ainsi, l'aide aux enfants est pour nous un des axes prioritaires. Parce qu'ils sont simplement des enfants, nous souhaitons leur donner de l'espoir et surtout un avenir.

Et il y a 1000 autres raisons ...

Si vous aussi vous désirez soutenir le PAM, vous pouvez faire un don sur le site web www.wfp.org ou téléchargez l'application Share The Meal en utilisant le QR code ci-dessous.

If you would also like to support WFP, you can make a donation on the WFP website www.wfp.org or download the app Share The Meal by using the QR code below.

Rejoignez-nous !
 Visitez le site et téléchargez l'appli



Why did TWIN JET chose this action ?

We have decided to give our support to the World Food Programme which brings the perfect performances that we were looking for in terms of ethics and effectiveness.

Helping the most in need, especially children, has to be done outside humanitarian emergency cases. It requires concrete and readable background actions, which everyone can contribute to on a daily basis.

Acces to water, food and also education, there are multiples grounds to support children needs.

Helping children in need is the keystone to construct populations' future. It is about creating the best conditions for a better futur on an economical and a social aspect and also to prevent conflicts.

Helping children for us is a primary axis. As they are only children, we wish to give them hope but most importantly a future.

And there are 1000 other reasons...



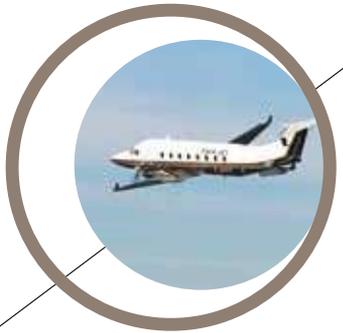
INFOS #
wfp.org

Partagez votre repas en 1 clic avec l'appli



**PLUS QU'UNE IDÉE, UN CONCEPT
QUI MARCHE DEPUIS DEUX ANS !**
MORE THAN AN IDEA, A CONCEPT THAT
HAS BEEN WORKING FOR TWO YEARS SO FAR!

Get Lucky



Nous avons cherché un moyen pour « renvoyer l'ascenseur » à nos clients en leur donnant l'opportunité de pouvoir mettre en avant gratuitement leur produit, leur marque ou leur savoir-faire sur notre *in flight magazine*. Pour cela, nous avons créé « Get Lucky », une opération qui consiste à tirer au sort des entreprises parmi nos clients pour leur offrir de la publicité dans notre journal de bord. L'aide inter-entreprise existe bel et bien sur le papier mais elle ne se traduit que très rarement par des actions concrètes, car il ne faut pas que vouloir, il faut aussi le faire...

Ainsi, sur nos inflight magazine depuis le 1^{er} janvier 2016, quatre entreprises sont tirées au sort parmi nos passagers, et nous leur donnons un espace pour communiquer, **sans frais !** Il est vrai que cela ne touche que 16 entreprises par an à notre échelle, mais si nous sommes 1000 entreprises à le faire, 16000 entreprises clientes communiqueront gratuitement...

Get lucky est tellement simple à produire, que nous n'avons plus d'excuse pour ne pas nous tendre la main ! C'est ce que nous pensons... Pour préciser le concept, nous avons créé des Get Lucky Winners (les clients tirés au sort qui bénéficient de la publicité gratuite) et les Get Lucky Members, les entreprises qui ont décidé d'appliquer ce concept à leurs propres clients.

La Bohème RESTAURANT
Chez Emilien

Cuisine du terroir
23 bd André Bouis
83920 La Motte
04 94 70 54 22

sat La compétence au service du BTP et de l'industrie

SAT FRANCE, SOCIETE BASEE A YUTZ (57), RECONNUE SUR TOUT LE TERRITOIRE NATIONAL : désamiantage, travaux spéciaux, décontamination, déconstruction en milieux hostiles.

UNE EQUIPE COMPETENTE d'une centaine de salariés intervenant sur tous types de chantiers du BTP et de l'industrie.

TRAITEMENT DES MATIERES DANGEREUSES dont l'amiante, le plomb, les fibres céramiques réfractaires.

Gestion de changiers de grande envergure : Tour Maine Montparnasse, Radio France, Centrales thermiques EDF...

NUCLEAIRE : décontamination mécanique et chimique, démantèlement d'installations, gestion de déchets radiologiques. Centrales nucléaires EDF, sites du Commissariat à l'énergie atomique (CEA), ORANO...

CERTIFICATIONS :

- CEPRI
- EXGON CERTIFIED
- MASE
- EXGON CERTIFIED

AMIANTE : Certification Qualibat 1552 (retrait de l'amiante)

NUCLEAIRE : CEFRI : activités sous rayonnements ionisants en installations nucléaires

AUTRES : Autorisation d'établissement au Grand Duché du Luxembourg n°114511/A CEA domaines 3-1, 3-2, 3-3, 3-4 ISO 9001 : 2008 - ISO 14001 : 2004 - ISO 18001 MASE / UIC EDF UTO

SAT FRANCE
6 rue Clément Ader - 57970 YUTZ
T. 03 82 82 34 00 - F. 03 82 82 62 06
Mail : satfrance@sat-france.fr

VOUS VOYAGEZ RÉGULIÈREMENT ? VOUS PRIVILÉGIEZ LES RÉDUCTIONS, LA FLEXIBILITÉ ET LES AVANTAGES ?

La compagnie TWIN JET met à votre disposition deux cartes d'abonnement qui donnent droit à de nombreux avantages :

CARTE D'ABONNEMENT « RÉSEAU »

Les vols concernés

- Ensemble du réseau TWIN JET

Vos avantages

- La carte est amortie entre 3 et 4 allers-retours selon les destinations !
- Jusqu'à 25 % de réduction sur le plein tarif sur tous les vols de nos lignes régulières
- Votre client est prioritaire en liste d'attente, à la réservation et à l'aéroport
- Les billets sont modifiables et remboursables sans frais
- Cumul de 500 Miles par trajet sur votre carte Flying Blue

Tarif

- 450 € TTC

Validité

- 1 an dès la souscription

CARTE D'ABONNEMENT « LIGNE »

Les vols concernés

- Pau – Marseille
- Limoges – Paris Orly
- Lyon – Stuttgart
- Marseille – Milan
- Toulouse – Friedrichshafen

Vos avantages

- Utilisable dès la souscription et amortie dès le 1^{er} voyage !
- Jusqu'à 25 % de réduction sur le plein tarif sur la ligne régulière
- Votre client est prioritaire en liste d'attente, à la réservation et à l'aéroport
- Les billets sont modifiables et remboursables sans frais
- Cumul de 500 Miles par trajet sur votre carte Flying Blue

Tarif

- 45 € TTC

Validité

- 1 an dès la souscription

PAGES TWIN JET : GGAIR T7 / HELPDESK : 0892 707 737 (0.34€/MIN).



PROGRAMME FLYINGBLUE

À chaque fois que vous réservez un vol éligible avec TWIN JET, Air France KLM ou l'un de nos partenaires aériens, Flying Blue vous fait gagner des Miles. L'ensemble de ces Miles est utilisable sur le réseau de toutes les compagnies partenaires du programme Flying Blue. L'adhésion au programme Flying Blue est entièrement gratuite et vous bénéficiez de nombreux avantages. Il vous suffit de mentionner votre numéro d'adhérent à chaque fois que vous réservez un vol ou que vous utilisez les services de l'un de nos partenaires.

Loyalty

TRAVELLING OFTEN ? YOU PREFER REDUCTIONS, FLEXIBILITY AND ADVANTAGES ?

TWIN JET airline puts at your disposal 2 loyalty cards which give you many advantages :

LOYALTY CARD « NETWORK »

Flights concerned

- All TWIN JET's flights

Your advantages

- Profitable after 3 or 4 flights (depending on destination)
- Up to 25% reduction on full fare tickets on all our scheduled flights
- Your client has priority on the waiting list, during reservation and at the airport.
- No extra cost when ticket is modified and fully refundable
- Cumulate 500 Miles per flight on your FlyingBlue loyalty card

Price

- 450 € incl. Taxes

Validity

- 1 year after subscription

LOYALTY CARD « LINE »

Flights concerned

- Pau – Marseille
- Limoges – Paris Orly
- Lyon – Stuttgart
- Marseille – Milan
- Toulouse – Friedrichshafen

Your advantages

- Can be used from the time of registration and pays for itself starting from the 1st trip!
- Discount of up to 25% off full fares on the regular line.
- Your client has priority on the waiting list, during reservation and at the airport.
- No extra cost when ticket is modified and fully refundable.
- Cumulate 500 Miles per flight on your FlyingBlue loyalty card

Price

- 45 € incl. Taxes

Validity

- 1 year after subscription

PAGES TWIN JET: GGAIR T7 / HELPDESK: 0892 707 737 (0.34€/MIN).



FLYINGBLUE PROGRAM

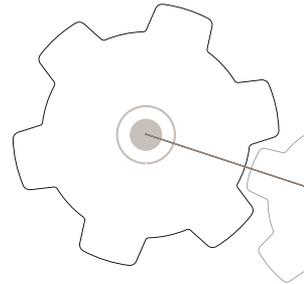
Every time you book an eligible flight with TWIN JET, Air France KLM or any of our partners, FlyingBlue makes you earn Miles. These Miles are usable on all airline networks which are FlyingBlue partners. The membership is totally free of charge and benefits many advantages. You simply need to give your membership number before you book a flight or use a service with one of our partners.

Le Réseau



1^{ÈRE} COMPAGNIE INDÉPENDANTE FRANÇAISE SPÉCIALISTE DES DESSERTES RÉGIONALES

Depuis sa création en 2001, la compagnie TWIN JET connaît une croissance soutenue et maîtrisée qui l'inscrit désormais comme une compagnie de référence dans le ciel français. Présente dans les villes de tailles moyennes desservant les grandes agglomérations, opérant des liaisons directes régulières ou « à la carte », la compagnie est notamment devenue le partenaire essentiel des grandes entreprises pour leurs déplacements d'affaires dont elle maîtrise les exigences (ponctualité, fréquence, réservation on-line, programme de fidélisation, **FLYINGBLUE**).



1ST FRENCH INDEPENDENT AIRLINE SPECIALIZED IN REGIONAL DESTINATIONS

Since its creation in 2001, TWIN JET airline knows a sustained and mastered growth which lists it as a leading airline in the French skies. Present in medium-sized cities travelling to big agglomerations, operating direct flights or "à la carte", the airline has become an essential partner for big enterprises and their business flights (punctuality, flights frequency, on-line booking, loyalty program and **FLYINGBLUE**).

BEECHCRAFT

1900 D



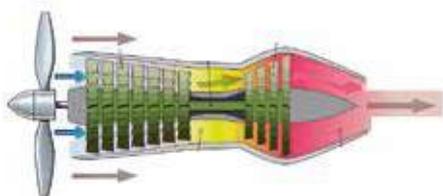
VOTRE AVION, UNE TECHNOLOGIE MODERNE ET D'AVENIR

Adaptés aux transports régionaux, les avions turbopropulseurs sont des appareils équipés de technologies modernes et performantes.

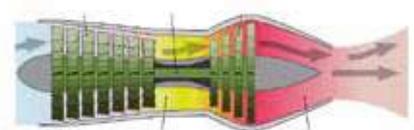
YOUR PLANE, A MODERN AND PROSPECT TECHNOLOGY

Adapted to regional flights, turboprop aircrafts are equipped with modern and performant technology.

AVION TURBOPROPULSEUR ET AVION À REACTEURS, UNE TECHNOLOGIE SIMILAIRE TURBOPROP AIRCRAFTS AND JET PLANES, A SIMILAR TECHNOLOGY



TURBOPROPULSEUR



RÉACTEUR

Un avion turbopropulseur comprend les mêmes éléments qu'un avion à réacteurs, et son fonctionnement en est proche.

La différence se trouve dans l'exploitation de la poussée obtenue par la combustion des gaz. Lorsque le réacteur ne récupère qu'une partie de l'énergie à l'aide d'une turbine, votre avion turbopropulseur récupère par la même méthode le plus d'énergie possible, qui transformée en force de rotation vers l'hélice, donne un bien meilleur rendement qu'un réacteur classique.

A turboprop aircraft has the same elements than a jet plane and its functioning is very similar.

The difference is in the use of the thrust obtained by gas combustion. When the jet retrieves only a part of the energy with one turbine, your turboprop aircraft retrieves with the same method the most energy possible, which is transformed in rotating force to the propeller, giving a much better output than a classic turbine.

UN ESPACE D'INNOVATION SANS ÉQUIVALENT POUR LES MARQUES

UN SUPPORT MÉDIA
VISIBLE
ET PERCEPTIBLE



Présent sur

5 AÉROPORTS INTERNATIONAUX

(Paris, Milan, Stuttgart,
Zürich et Friedrichshafen)

ainsi que sur les

4 PREMIERS AÉROPORTS RÉGIONAUX

(Nice, Lyon,
Marseille, Toulouse)

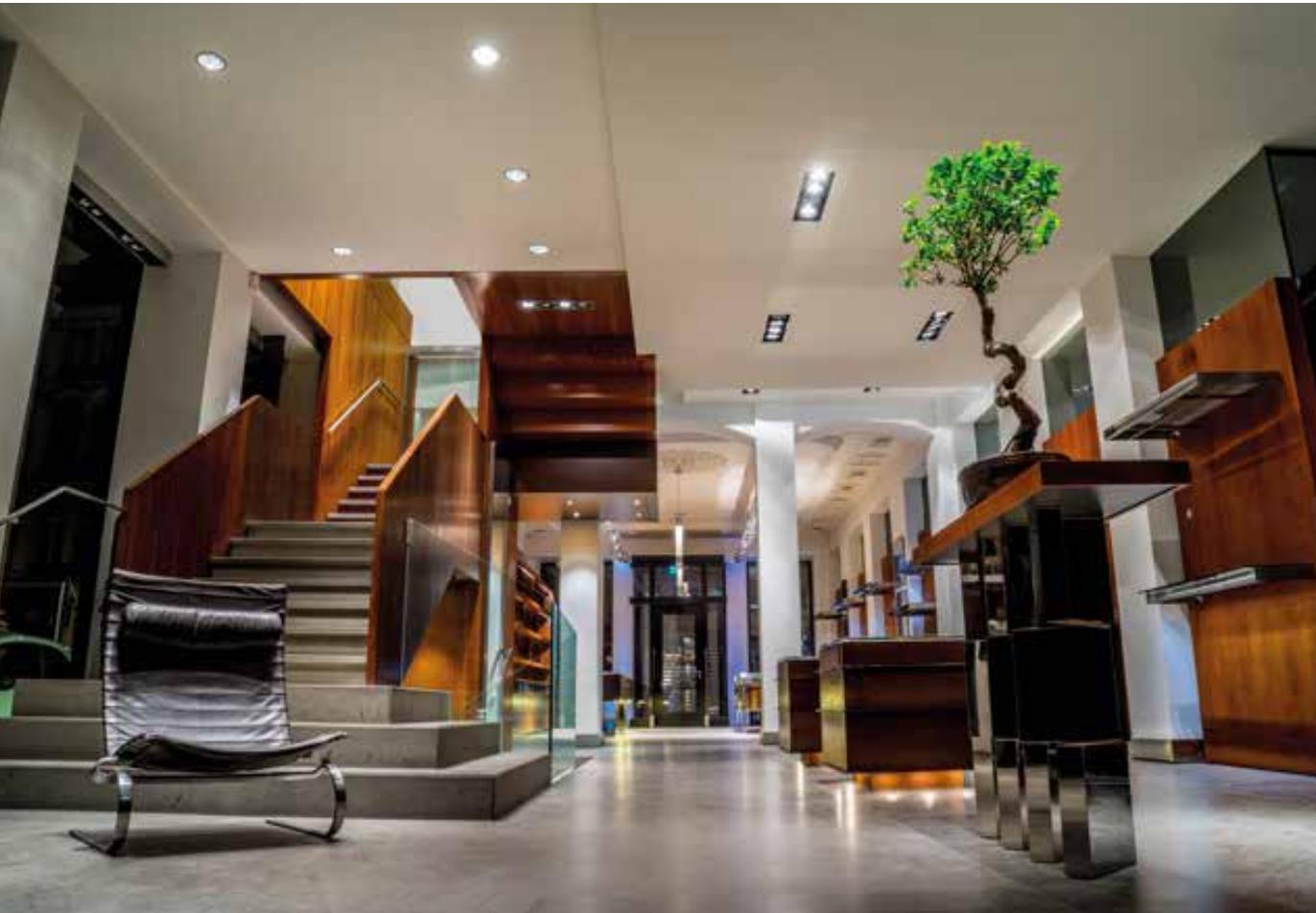


Offrez-vous un support média unique

Pour plus d'information veuillez contacter notre service publicité :
04 42 90 12 14 ou s.manaut@twinjet.net

GRAPHITI

HOMME - FEMME



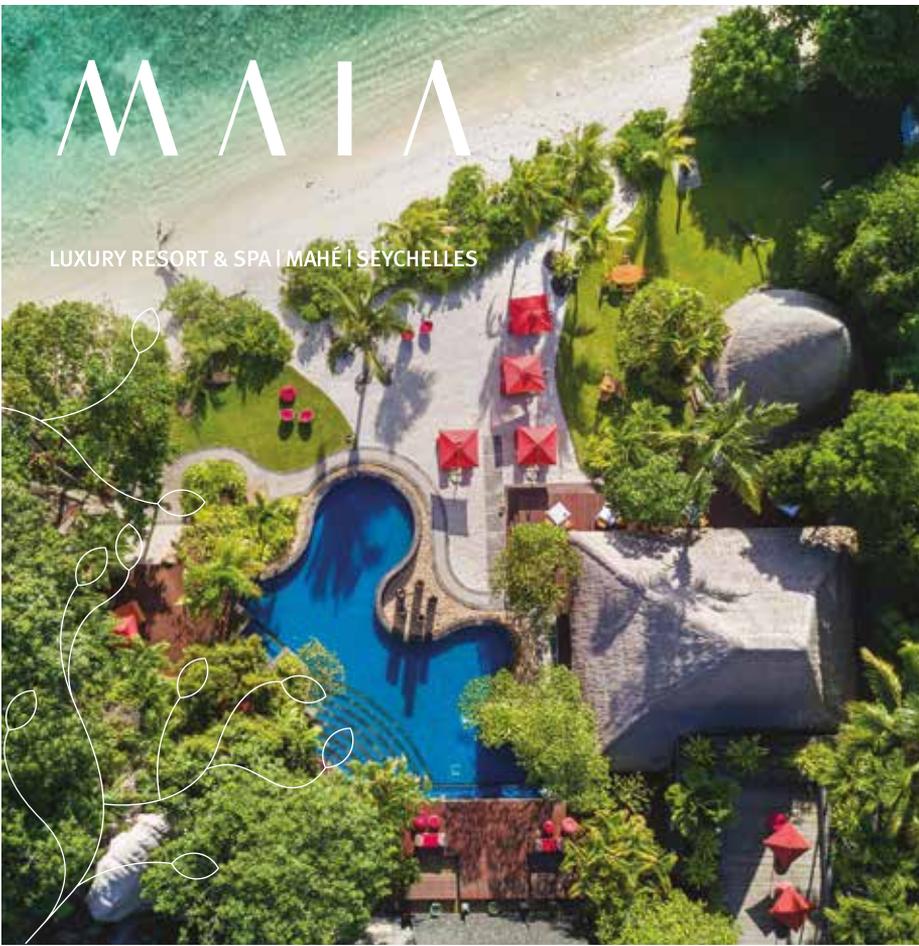
MADE TO MESURE - LUXURY CLOTHES

32 Rue Edouard Herriot - 69002 Lyon

Tel : 04 78 39 42 94

WWW.GRAPHITI.FR





BEYOND RELAXATION

Allow your senses to be seduced when you step into the secluded luxury of Maia. Where your every whim is attended to and your every desire fulfilled. Where our culinary skills, exclusive accommodation and personal service will massage your every sense. Discover bliss and beyond.

Anse Louis Mahé Seychelles
Tel: +248 4 390 000 Fax: +248 4 355 476
maia.reservations@tsogosun.com



EST. 1928

THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD®

