

encore!

LE STYLE EN PLUS | DÉCEMBRE 2011

LOUNGE
10 TABLES
DES CIMES
SUISSES

CADEAUX
Sous le sapin,
des objets
qui durent

MYTHE
Porsche,
la reine
des bolides

Fêtes

Carat, carat à mon doigt,
qui est la plus belle, dis-moi?

Cette publication
ne peut être vendue
séparément

 Le Matin
Dimanche

N°5





« Une goutte de N°5, et rien d'autre »

CHANEL



STRESS BY
NAVYBOOT

NAVYBOOT PRESENTS STRESS AS ARNOLD VON WINKELRIED
IN A MODERN INTERPRETATION OF „THE BATTLE OF SEMPACH“



100

ANNIVERSARY
SWISS SINCE 1911

EBEL

THE ARCHITECTS OF TIME

©2011 Ebel - www.ebel.com - Ref 1216035-1216033



GUILLARD

HORLOGERS JOAILLIERS

LAUSANNE

1, PLACE DE LA PALUD
1003 LAUSANNE

5, AV. DE CHAILLY
1012 LAUSANNE

NEW EBEL BRASILIA



L'art de porter le smoking P. 24



Restaurants à attitude en altitude P. 46



Exquis vins mousseux romands P. 50

Fêtes | Décembre 2011

SUJETS

18 Table festive

Shopping: assiettes délicates à fleurs et oiseaux

20 Victoire de Castellane, la fée du bijou fastueux

La créatrice tutoie les roses, les grenouilles et les pierres précieuses

26 Envie de cadeaux éternels

Des objets à offrir et à aimer toujours

30 Chaussures qualité suisse

Le haut de gamme aux pieds des hommes

34 L'or, valeur à la hausse

En lingots, en bijoux ou en fard, voilà la matière de l'année

44 Parfums en flacons sublimes

Des senteurs cachées dans des verres soufflés - à collectionner d'urgence!

RUBRIQUES

8 Merveilles 12 Swiss made: saumon fumé 14 Trend: la beauté venue d'Asie 16 Saga: Porsche mythique 42 Design: les vases de François Berthoud 52 Voyage: île Maurice 54 Pour elle, pour lui: blanc d'hiver 58 Adresses 62 Ses goûts: Douglas Kennedy



Joyaux étincelants pour princesses modernes P. 36



EN UNE

Soutien-gorge **Eres**. Chemisier **D&G**. Menottes à cristaux **Swarovski**, Agent **Provocateur**. Bagues et boucles d'oreilles, collection Ruban Couture, **Chanel**. Bague collection Sortilège, **Cartier**. Collier collection Arabesque, **Van Cleef & Arpels**.

L'étrange douceur d'un homme en blanc

EN ÉTÉ, UN HOMME EN BLANC VOUS a tout de suite un petit air Eddy Barclay à St-Tropez. On cherche d'emblée la grosse chaîne en or autour du cou et on se demande s'il n'est pas, par hasard, un brin trop bronzé. Un peu vulgaire, un peu clinquant... Rien de tel en hiver.

Dans la brume ouattée des matins, un homme en blanc se détache en ton sur ton, mystérieux nomade réchappé du blizzard et de l'incertitude des jours. Longtemps, on a cru le blanc forcément assorti au bleu de la mer et aux ocres de la Toscane écrasée de soleil. Mais cette saison, cette couleur de lumière s'acclimate à l'hiver, que ce soit en tenue de soirée (voir pages 54 et 56) ou en cocons laineux, ambiance



Renata Libal, rédactrice en chef

ski de fond en Norvège. On la trouve même sur tous les gadgets électroniques, nouvelle modernité épurée. Pour les femmes, c'est facile. Leur garde-robe chute, depuis les libertés d'après-guerre, les couleurs, les matières, les folies. On a l'habitude de les voir caméléonner. Les vestiaires masculins sont plus compliqués, plus sensibles à la nuance. Mais là, bingo, le blanc d'hiver s'accorde merveilleusement à la virilité. Il y a là un côté ours polaire, mélange de force et de douceur. Et de fragilité aussi, avec cette couleur qui menace toujours de se faner. Comme personne ne peut s'assurer d'un Noël blanc, avec son sapin saupoudré de romantisme, on peut au moins se vêtir en immaculé, pour célébrer l'éclat et la pureté. De la douceur comme s'il en neigeait.

Magazine imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées.

Encore! Adresse: 33, Av. de la Gare, 1001 LAUSANNE encore@edipresse.ch, tél. 021349 52 00 **Direction éditoriale:** Eric Hoesli **Rédactrice en chef:** Renata Libal **Conception graphique:** Ariel Cepeda **Édition:** Héliène Bézat **Rédaction:** Semaja Fulpius, Anouk Schumacher **Directrice artistique:** Géraldine Dura **Responsable image:** Joëlle Kercan **Secrétariat:** Silvia de Francesco **Photolithographie:** Raymond Dubuis **Correction:** Jean-Paul Magnin, Francis Cattin **Ont participé à ce numéro:** Textes: Rachel Barbezat, Didier Bonvin, Katie Breen, Philippe Clément, Cristina d'Agostino, Laurent Delaloye, Sarah Jollien-Fardel, Elodie Maître-Arnaud, Bernard Pichon, Pierre Thomas, Sylvie Ulmann **Stylisme:** Julie Monot, Kim Dung Nguyen, Anouk Schumacher **Photo:** Anoush Abrar & Aimée Hoving, Daniela Droz, Catherine Gailloud, Caroline Smyrliadis. La rédaction décline toute responsabilité envers les manuscrits qui lui sont soumis. **Marketing:** Florence Ruffetta, Wanda Guerry **Publicité:** Suisse romande: Edipub SA, Av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. 021 349 50 50 - Fax 021 349 50 22, edipub.lausanne@edipresse.ch; Suisse alémanique: Edipub SA, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zurich, tél. 044 251.35 75 - Fax 044 251.35 38, edipub.zuerich@edipresse.ch, www.edipub.ch **Éditeur:** EDIPRESSE PUBLICATIONS SA, 33, Av. de la Gare, 1001 Lausanne **Directeur général:** Serge Reymond Indication des participations importantes selon article 322 CPS: ER Publishing SA, Terre et Nature SA, Ecran P&P SA, Jobup SA, Le Régional SA, Comfriends SA, Homegate SA **Impression:** FOT Imprimerie, Pusignan, Meyzieu. Tous droits réservés. En vertu des dispositions légales relatives aux droits d'auteur ainsi qu'à la loi contre la concurrence déloyale et sous réserve de l'approbation écrite de l'éditeur, sont notamment interdites toute réimpression, reproduction, copie de texte rédactionnel ou d'annonce ainsi que toute utilisation sur des supports optiques, électroniques ou tout autre support, qu'elles soient totales ou partielles, combinées ou non avec d'autres œuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.



La photographe Ellen von Unwerth.

PHOTO

Café en fête

C'est un peu l'histoire de l'arroseur arrosé. Sauf qu'ici, il s'agit de la version glam. Car les arroseurs, en l'occurrence, s'appellent Jean-Baptiste Mondino, David LaChapelle ou encore Ellen von Unwerth. Ces photographes, dont la réputation n'est plus à faire et qui ont shooté les plus grands, les plus tops, glissent de l'autre côté du miroir et posent à leur tour devant l'objectif. Pour célébrer le 20^e anniversaire de l'incontournable calendrier des cafés Lavazza (un calendrier iconique comme celui des pneus Pirelli ou des rugbymen Les Dieux du Stade), ils se sont mis en scène dans un cadre intime, créatif ou exubérant. L'idée étant de glisser la mythique «tazzetta» de



Le projet «Lavazza con te partiro» se décline aussi en un livre qui reprend les plus belles photos de ces dernières années.

café dans leur univers réel ou fantasmé. Douze photographes (un par mois) pour illustrer l'année 2012. Alors, au hasard, le choix du mois: un David LaChapelle en prince d'une jungle luxuriante ou une Annie Leibovitz à l'autoportrait hyperréaliste, dans un cadre chasse, pêche et tradition. Ellen von Unwerth (ci-dessus) s'est elle replongée dans la fraîcheur de ses 20 ans. D'après les statistiques effectuées par la marque, 17 milliards de tasses Lavazza seraient consommées par an dans le monde. De quoi rendre chaque gorgée très personnelle... Et vous, qui êtes-vous, le matin, en buvant votre espresso encore brûlant? *Semaja Fulpius*

L'ART À MOINS DE 1000 FRANCS

Entre deux mondes



PAR LAURENT DELALOYE, Collectionneur

L'artiste Né à Château-d'Ex en 1977, Michael Rampa vit et travaille à Lausanne,

plus précisément dans les ateliers très convoités de Bellevaux. Il crée toujours en solitaire mais confronte volontiers ses travaux en collectives, comme c'était encore le cas il y a peu de temps à l'Espace Arlaud, à Lausanne. Ce peintre avoue sans difficulté être autodidacte. C'est grâce à Balthus. Il lui avait dit: «Ne faites pas d'école, on n'y enseigne plus la peinture.» N'empêche qu'aujourd'hui il transmet sans relâche à des élèves sa belle maîtrise et ses connaissances acquises au fil du temps. Après trois ans d'incertitudes et de questionnements, il revient enfin sur le devant de la scène, avec beaucoup plus de conviction dans sa démarche.

L'œuvre Michael revient à la figuration, de l'huile sur grande toile. Autour d'un personnage, dessiné d'après modèle, il crée un paysage organique sorti, lui, de son imaginaire. Autrefois très coloré et figé pour créer un impact brutal, son travail est désormais plus calme, plus relationnel, plus «invitatif». Cette œuvre est une pièce importante car elle fait la jonction entre son travail ancien et l'actuel: «Les couleurs flashy, typiques de mon travail passé, cohabitent avec les espaces picturaux que j'explore aujourd'hui», explique-t-il.

L'actu Après l'Espace Arlaud, il expose ses travaux personnels (jusqu'au 8 décembre) à La Placette, rue Benjamin-Dumour 10, à Lausanne. Depuis le 29 novembre dernier, il est aussi l'heureux lauréat de la Bourse de la Fondation suisse Leenaards. Plus d'infos sur www.michaelrampa.com
Le prix 500 francs le dessin.

Sans titre (22,5 x 34 cm, 2010), dessin original à l'encre de Chine et aquarelle sur papier.



ARTS DE LA TABLE

Verre à caresser

Longtemps, la designer danoise Rikke Hagen a tenu son propre atelier de verrerie où elle fabriquait des pièces en séries limitées. Mais son approche du design – à la fois joyeuse et poétique – a fait tant d'émules qu'elle s'est résolue à collaborer plus régulièrement avec les grandes marques. C'est notamment le cas avec le spécialiste des arts de la table Normann Copenhague, pour qui elle vient de concevoir un verre à whisky avec un îlot comme un glaçon (59 fr. la paire). Il complète une collection commencée en 2004 par des verres à cognac en forme de toupie. L'inspiration? Elle vient des galets que la créatrice, une blonde sportive férue de grand air, aime à ramasser en bord de mer: «Jouer avec des galets dans sa main est un mouvement serein et méditatif, qui peut être résumé en un design fonctionnel et esthétique.» *R.L.*

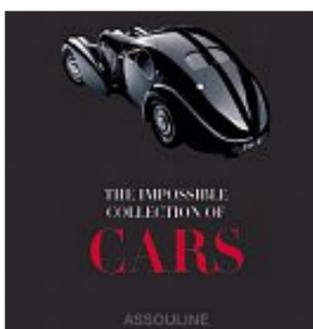


Ferrari 250 GTO, Italie, Ralph Lauren Collection.

BEAU LIVRE

Engins de rêve

Vrrrooooooum... L'obsession ultime de tout collectionneur, le désir de tout amateur de belles voitures: avoir devant soi les cent automobiles les plus exceptionnelles réalisées au cours du XX^e siècle. L'âge d'or de la glorification du quatre-roues, l'époque des empires Ford et des Cadillac Eldorado, des Ferrari 166, des Corvette et des Bentley... «The impossible collection of cars» est un livre d'art qui présente dans une édition luxueuse les portraits de ce qui s'est fait de mieux en matière de design vrombissant. Autant



Publié chez Assouline, en édition limitée.

dire un trésor de carrosseries, de lignes élégantes et de moteurs au ronronnement de tigre docile. Fermez les yeux, et imaginez: de la Blitz Benz datant de 1909 à la Porsche 993 Turbo année 1997, le choix est vaste. Et si là, dans la réalité, – comme le suggère le titre de l'ouvrage! – il est impossible de posséder tous ces spectaculaires engins, la fiction, elle, n'interdit pas le rêve... Surtout si son prix (environ 650 fr.) revient à s'offrir une petite pièce de rechange de l'une de ces voitures mythiques. S.F.

ESCAPADE

L'art au sous-sol

Les expériences Pommery se succèdent mais ne se ressemblent pas. Pour cette 9^e édition, la marque de champagne a de nouveau fait entrer l'art contemporain dans ses caves: une manière de présenter au public un parcours souterrain parsemé de pièces originales, voire incongrues, réalisées par des artistes internationaux. Cette année, la maison de Rheims s'intéresse à la relation esthétique que le son tisse avec son environnement, à travers une trentaine d'œuvres exposées dans un tronçon des 18 kilomètres que ses caves creusent sous la ville. Issu du «sound art», cette Fabrique Sonore explore les interactions physiques et visuelles du son. Avec, toujours, la même envie: «Sortir des sentiers battus, permettre à de jeunes artistes de s'exprimer, voir et écouter l'agitation de la création.» Installations musicales, orchestres mécaniques et machines résonnantes rempliront les couloirs voutés de leurs bruits, murmures, musiques et autres ondulations acoustiques. A noter: le gong hypnotique de Félicie d'Estienne d'Orves ou l'action filmée de Roman Signer. Deux commissaires de haut vol se partagent le concept de L'Expérience Pommery # 9: Claire Staebler, du Palais de Tokyo, et Charles Carcopino, directeur artistique de la maison des arts et de la culture de Créteil. Le bruit sans la fureur. S.F. Exposition sur RDV, info au +33 326 61 62 55 56.



Un lustre bavard de l'artiste gallois Cerith Wyn Evans.



DESIGN

Beaux boulons

Quand on pense boulons, clous ou vis, on ne pense pas couleur, forme, beauté. Et pourtant: le designer Patrik Vögtli vient de remporter le Rado Product Design Award avec sa collection de pièces et accessoires dévolus au vélo, une réussite esthétique et high-tech. S.F.



Le complexe Marina Bay Sands à Singapour.

ARCHI

Jardins inouïs

Nabuchodonosor II pourrait bien se retourner dans sa tombe. Face à l'extravagante passerelle qui domine désormais la marina de Singapour, les Jardins suspendus de Babylone – pourtant l'une des sept merveilles du monde antique – feraient sans doute figure de plates-bandes banlieusardes. La Cité du Lion en rugit de superbe. Reliant les sommets de trois gratte-ciel de 55 étages, c'est un hectare entier de végétation qui orne la plus longue piscine aérienne jamais construite: plus de 300 mètres. Dessous a été inauguré un complexe hôtelier de 2561



Du jamais vu sur un toit: une piscine de 146 mètres.

chambres, des théâtres, un casino géant et un musée en forme de lotus. Le tout aurait coûté près de 5 milliards de nos francs. Joutant le circuit de formule 1 et le Singapore Flyer – plus haute roue du monde – le Marina Bay Sands est jugé par certains comme un désastre écologique et écartèle les autochtones entre admiration et mauvaise conscience. Posté sur l'autre rive, le Merlion semble narguer le nouveau totem de la mégapole: ce chimérique emblème municipal est moitié lion, moitié poisson. Un symbole d'ambivalence? *Bernard Pichon*



GUIDE

Mémoire élégante

On est dandy ou on ne l'est pas... Le journaliste genevois Pierre Grosjean l'est incontestablement, avec son sens inné du beau et du trend. Il signe aujourd'hui (aux éditions LargeNetwork) un ouvrage de 160 pages qui explore, en un abécédaire élégant, les archives des enseignes Bongénie et Grieder. Ces dernières fournissent les coquets romands en belles marques vestimentaires depuis 120 ans et quatre générations de Brunshwig. *R.L.*



Temps poétisé

Il fait noir en Extrême-Orient, pendant que l'après-midi pointe en Suisse. Un regard sur la petite boule ronde et on se balade, d'ombre à lumière, sur les heures du monde. L'horloger de la Chaux-de-Fonds Greubel Forsey a créé un mécanisme GMT tridimensionnel, doté d'un globe qui tourne sur lui-même en vingt-quatre heures. Ce second fuseau horaire est une première. Prouesse technique et art de l'inventivité plein de poésie: un garde-monde? *S.F.*

S'éclairer à la bougie... de luxe

BEAU & VERT



PAR SYLVIE ULMANN

Parmi les petites phrases qui hérissent les bio addicts, on trouve: «On ne peut tout de même pas retourner vivre dans les cavernes et s'éclairer à la bougie!» Elle n'a pas son pareil pour clore définitivement toute discussion sur le tri des déchets ou l'autopartage, tout en forme de «compost or not compost?» Alors les cavernes, pas question, mais les bougies, c'est une autre histoire! Prenez la maison Cire Trudon. Depuis 1643, elle coule chandelles et cierges pour les plus grands du royaume de France. Elle a même illuminé la Marie-Antoinette de Sofia Coppola. Bref, depuis toujours, le



Les bougies Nazareth sont bios depuis le pot jusqu'à la mèche.

blason orné d'abeilles incarne le top au rayon chandelles. A l'époque, la cire provenait des meilleures ruches du royaume. Aujourd'hui, elle a été détrônée par une cire végétale à base de soja et de coprah; 100% naturelle, de la mèche (en pur coton) aux parfums, chaque bougie est garantie sans substances interdites par Greenpeace. Au rayon fragrances, j'ai un faible pour Mademoiselle de La Vallière, avec sa tête faite de bergamote, fleur d'oranger et galbanum et sa note de fond musquée. Mais pour Noël, je pourrais bien fondre pour Nazareth. Son pot pourpre abrite girofle, cannelle et orange sur un fond de musc, vanille et myrrhe. Une partie du bénéfice ira à Terre d'abeilles, association protégeant les espèces pollinisatrices. Sachant que ces petites merveilles brûlent près de soixante-cinq heures sans broncher de la flamme ni dégager de fumée, je suis prête à me remettre à la bougie!

Bougies Cire Trudon, 70 fr., boutique Charivari, rue d'Italie 8 à Genève ou à la boutique, 78, rue de Seine 75006 Paris, www.ciretrudon.com



PRODUIT

L'art de découper les filets dorsaux, partie la plus fine du saumon, a été enseigné au Zurichois Hans Gerd Kübel en 1978 par le Russe Israel Kaplan, descendant du dernier maître dans l'art de fumer le poisson.

ENTREPRISE

Au sein de la manufacture Balik d'Ebersol, trente personnes, formées pendant cinq ans au fumage à froid ou à la coupe manuelle, traitent près de 400 saumons par semaine.

GAGE

Un saumon à couronne et sceptre incarne le respect du savoir-faire artisanal russe. Pour la perfection, il faut en outre le terroir d'Ebersol et des poissons norvégiens.

Saumons hérités des tsars

C'EST DANS UNE FERME DU TOGGENBURG QUE SONT ÉLABORÉS LES SAUMONS FUMÉS BALIK, SELON UNE MÉTHODE ANCESTRALE RUSSE. UNE SPÉCIALITÉ À FAIRE SALIVER LES GOURMETS

BIENVENUE à la ferme d'Ebersol, une bâtisse vieille de 300 ans perchée à 920 mètres d'altitude dans un vallon des préalpes saint-galloises. Un paysage de carte postale typiquement suisse dans lequel on s'attendrait plutôt à découvrir des spécialités fromagères. Pourtant, c'est bien dans la manufacture occupant une partie du bâtiment que l'on produit l'un des saumons fumés les plus fins du monde. Balik? «Le meilleur morceau du poisson», en russe.

C'est en 1978 que Hans Gerd Kübel, acteur et metteur en scène du Schauspielhaus Zürich, acquiert la ferme pour en faire son lieu de villégiature et développe plusieurs idées pour financer sa restauration. Après avoir notamment vendu du foin, il songe à fumer les truites du Necker, qui coule à proximité. Il se tourne finalement vers le saumon, plus noble, à la faveur d'une rencontre avec Israel Kaplan, le petit-fils du dernier maître dans l'art de fumer le poisson à la cour du tsar de Russie. Si, jusqu'en 1917, on y fumait de l'esturgeon, la technique se révèle transposable au saumon. Israel Kaplan révèle ainsi à Hans Gerd Kübel les secrets de son aïeul pour découper les filets dorsaux – la partie la plus fine. Il l'aide également à construire un fumoir à la ferme d'Ebersol. «Kübel n'avait jamais imaginé donner à son affaire une grande dimension», raconte Peter Rebeiz, CEO de Caviar House & Prunier et propriétaire de

Balik depuis 1993. Il se souvient, amusé, de sa rencontre avec l'artiste: «Il est arrivé en Harley-Davidson avec son chien dans un side-car et son saumon dans une remorque.» Les deux hommes font rapidement affaire et écrivent ensemble les premières lignes de cette success story. «Les meilleures affaires ne naissent pas d'un business plan mais de la passion, surtout dans le secteur du luxe», affirme Peter Rebeiz. La marque a désormais acquis une solide notoriété chez les gourmets et les produits Balik sont distribués dans le monde entier.

Un savoir-faire devenu suisse

Sa place dans l'élite de la gastronomie n'a pas remis en cause l'authenticité de Balik. «La manufacture est artisanale, explique Mirjam Belz, responsable des relations publiques, nous ne traitons que 300 à 400 saumons par semaine.» Les poissons sont importés d'un élevage norvégien strictement contrôlé. «On ne fait aucun compromis sur la qualité», souligne-t-elle. Une trentaine de personnes sont employées à la ferme, des passionnés qui conservent les précieux secrets de fabrication. Le maître dans l'art de fumer est au service de Balik depuis plus de vingt-cinq ans. C'est lui qui allume le feu et retourne les saumons plusieurs fois au cours du fumage à froid. Il sait précisément à quel moment il faut arrêter le processus. La ferme compte quatre fours mécaniques en plus du fumoir originel construit par Hans Gerd Kübel et Israel Kaplan. Celui-ci n'est plus utilisé que deux fois par an pour fumer le Filet Tsar

Nikolaj N° 1, le joyau de la maison. A l'étagé, dans la «salle d'art», on découpe manuellement les filets. Pas moins de cinq ans de formation sont nécessaires pour manier le couteau avec une méticulosité toute helvétique, et lever les filets dorsaux au moelleux incomparable. Mais au-delà de la précision des gestes hérités des cuisines de la cour des Romanov, les qualités du saumon fumé Balik proviennent aussi, à l'instar des grands crus, des particularités du terroir d'Ebersol. «Nous avons essayé de produire nos saumons ailleurs mais ça ne fonctionne pas», avoue Peter Rebeiz. La teneur en minéraux de l'eau de la source qui coule sur le domaine et avec laquelle les saumons sont rincés jouerait un rôle essentiel. Tout comme les essences de bois utilisées et la façon dont les bûches sont mûries sur place au gré des amplitudes de températures de la région. «La fumée voyage différemment dans un four en fonction de l'altitude», explique également Mirjam Belz. Autant de coïncidences favorables que Hans Gerd Kübel était loin d'imaginer lorsqu'il s'est lancé dans l'aventure. Et une alchimie unique qui fait aussi toute la rareté du saumon Balik. «La production ne peut croître qu'à tout petits pas», explique Peter Rebeiz. Hors de question pour lui de vendre son âme au diable en se lançant dans une fabrication de masse! «La beauté du saumon Balik réside dans sa rareté et le plaisir qui entoure sa dégustation doit rester une chose un peu exceptionnelle qui se partage aussi avec des mots.» C'est sans peine qu'on le devine intarissable. ☉



Peter Rebeiz

Né au Danemark d'un père libanais, Peter Rebeiz est avant tout reconnu comme l'un des grands experts du caviar. Il a contracté la passion du saumon quand l'entreprise familiale Caviar House (qu'il dirige depuis ses vingt ans) a racheté Balik. Il dispose aujourd'hui également de son propre élevage d'esturgeons Prunier, près de Bordeaux. Un projet? Fumer de l'esturgeon comme autrefois en Russie.

BVLGARI



BVLGARI.COM

JASMIN NOIR

THE ESSENCE OF A JEWELLER

Liu Wen, vingt-trois ans, est le premier mannequin asiatique à bénéficier d'une réputation mondiale.



Beauté d'Asie

DEPUIS UNE SAISON, un air d'Extrême-Orient flotte au-dessus de nos têtes. De nouveaux visages sont apparus. Des silhouettes venues d'Asie foulent les catwalks des capitales européennes. De Paris à Milan, les marques de luxe réclament ces mannequins venus de loin et les agences chassent ces lianes originaires de Chine et de Corée. La mode donne le signal que l'avenir se joue là-bas. Certaines des filles sont devenues des icônes, comme Liu Wen, dont vous avez sûrement croisé le profil racé. Cette Chinoise a été la première Asiatique à poser pour Victoria's Secret, l'égérie de CK pour Calvin Klein, et incarne aujourd'hui Estée Lauder. Patrick Lemire, directeur booking à l'agence Marilyn à Paris, note

l'évolution: «Lancôme, qui communiquait autrefois sur une beauté caucasienne, n'hésite plus à mettre une Chinoise dans ses publicités.» La société Major Model Agency, à Milan, vient quant à elle d'ouvrir un bureau en Chine. La raison? Le développement des marchés asiatiques du luxe qui ne cesse de grimper: en 2010, LVMH y a tiré 35% de son chiffre d'affaires et Bernard Arnault a augmenté de 30% ses facturations en Asie. Passé l'aspect financier, la mutation qui s'opère est profonde. Un temps, les canons esthétiques occidentaux ont relégué ces physiques à des beautés exotiques. Demain, la peau safran et le cheveu de jais seront peut-être érigés en modèle. Et la Vénus de Milo se fera allonger l'œil! ☉

TEXTE SEMAJA FULPIUS



Attirant. *Alhambra Vintage*
Colliers, or jaune et onyx.

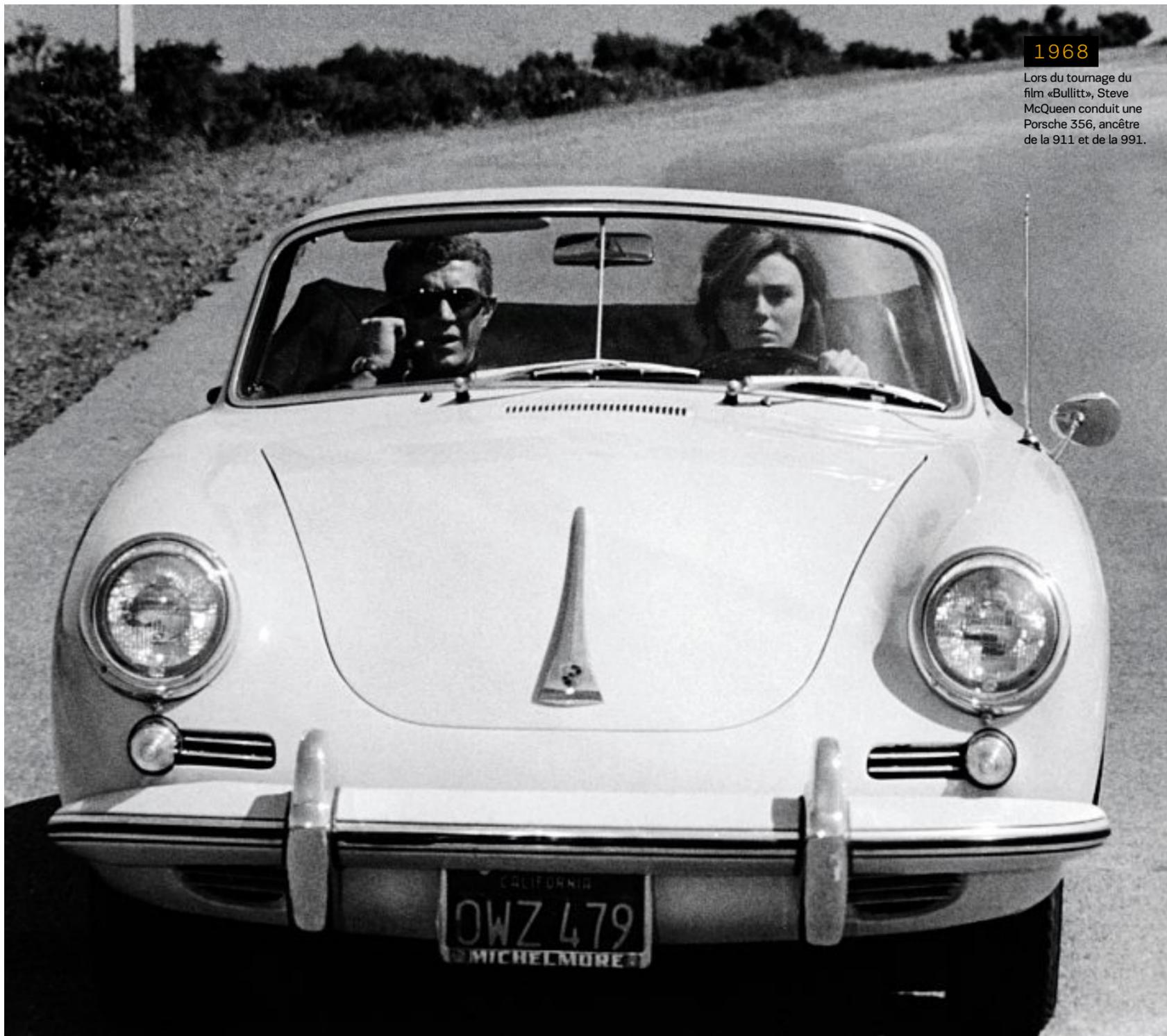
Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme depuis 1906



1968

Lors du tournage du film «Bullitt», Steve McQueen conduit une Porsche 356, ancêtre de la 911 et de la 991.



Indémoudable **Porsche**

LA DERNIÈRE VERSION DE LA PORSCHE 911, LA **991**, ARRIVE SUR LE MARCHÉ. UNE LIGNE SIMPLE ET CHIC, IDENTIFIABLE ENTRE MILLE, ET UNE TENUE DE ROUTE EXCEPTIONNELLE, DOUBLÉE, AU FIL DES ANS, D'UN CONFORT TRÈS CORRECT. PLUS QU'UNE VOITURE, ELLE A SU RESTER UN MYTHE

A QUOI TIENT le génie? Au hasard? A une inspiration fugace, soudaine? Au talent exceptionnel d'un visionnaire? Pourquoi certains objets ont-

ils cette faculté particulière de traverser les années sans prendre une ride, tandis que d'autres sombrent dans l'oubli?

Qui aurait ainsi pu prédire, en 1947, que les lignes tracées par Erwin Komenda allaient devenir un mythe? Que, de cette «Coccinelle aplatie» qu'était la Porsche 356, allait naître une icône dont les descendantes sillonnent encore les routes aujourd'hui? Pourtant, à l'instar de Coca-Cola ou de Mickey, la silhouette de la Porsche 911 – dont la dernière version arrive sur le marché maintenant – fait sans aucun doute possible partie de l'inconscient collectif du monde occidental. Et il suffit d'aller se promener dans les rues de Pékin, de Moscou, de Séoul, de Tokyo ou d'Abu Dhabi pour se convaincre que l'épidémie ne cesse de prendre de l'ampleur... Pas plus tard que le mois dernier, ils étaient ainsi des milliers, heureux propriétaires ou simples fans, à se masser autour du circuit californien

de Laguna Seca pour célébrer trois jours durant le mythe Porsche. Une allemande, reine au pays de la non moins légendaire Ford T? Voilà qui en dit long sur l'attrait magnétique que cette incroyable auto a toujours suscité.

Des toys que pour les boys?

L'occasion de mieux comprendre comment opère ce charme qui a su convaincre des acteurs, de James Dean à Steve McQueen ou David Duchovny, ou des pilotes de renom comme Derek Bell, Walter Röhrl ou le regretté Jo Siffert? Pas si simple... Si la plus grande part des amateurs étaient masculins – l'humoriste Florence Foresti ne dit-elle pas elle-même: «Ce que veulent les garçons? Un steak, des patates, et une Porsche!» – nombre d'Américaines de tous âges se pâmaient elles aussi devant ces allemandes qu'elles trouvaient «sooo cuute!» Et c'est peut-être dans cette adhésion universelle que réside le secret de ces lignes magiques: tracées par Erwin Komenda, pour la 356, puis retravaillées par le constructeur Reuter à partir des esquisses de Ferdinand Alexandre (le petit-fils du Docteur Ferdinand Porsche en personne) la 911 n'a jamais cessé d'être un modèle culte depuis sa sortie, en 1963.

Pourquoi? Parce qu'elles allient puissance et douceur, explosivité et souplesse. Un coup de génie! L'avant, avec ses deux phares ronds logés au bout de deux ailes proéminentes, lui donnent un air petit «humain». Comme deux yeux farceurs, posés de part et d'autre d'un capot arrondi, dont le pare-chocs se transforme, du même coup, en sourire. Tandis qu'à l'arrière, ses hanches larges et son train posé très bas sur la route lui confèrent cette image de force et de sportivité mêlée d'élégance qui est sa marque de fabrique.

Parfaite, équilibrée, la 911 a su trouver le compromis idéal: une ligne incroyablement sobre à laquelle le cockpit, en forme de goutte d'eau, donne une touche originale. Imitée, copiée, la Porsche n'a pourtant jamais été égalée. Mieux: alors que, dans les années 80, les stylistes voulaient la «rajeunir», les clients ont si vivement réagi que les Porsche 924 et 928 sont vite tombées dans l'oubli. Tandis que la 911, elle, renaissait de plus belle.

Un vrai casse-tête pour les designers de Zuffenhausen – le quartier de Stuttgart où se trouve la maison mère – obligés, à chaque fois, de réinventer la roue sans toucher à cette ligne devenue emblème de la marque. Un exercice de style périlleux qui permet,



UN MYTHE

1977 Alors que Porsche lance la 928 à moteur V8 pour tenter de conquérir le marché américain, la **911 Turbo** fait de la résistance et reçoit un moteur plus gros, de 300 chevaux.

1989 La 911 fait sa révolution technique: son célèbre **moteur six cylindres** est désormais refroidi par eau alors que, jusque-là, comme sur la Coccinelle, il était refroidi par air.

2006 Dans le dessin animé «Cars», de Pixar, Sally – l'amie du héros «Flash McQueen» – est une **Porsche Carrera**. Cécile de France lui prête sa voix pour la version française.

2011 La toute dernière version de la Porsche 911 – **la 991** pour les puristes! – a été présentée au Salon de l'automobile de Francfort, dont elle a été la reine.

Ce que veulent les garçons? **Un steak, des patates, une Porsche!**

à chaque refonte, d'éprouver leur talent d'équilibriste. Un petit coup de crayon sur le museau? D'accord, mais pas trop! Tout juste s'autorise-t-on un zeste de fantaisie dans le design des phares. L'adjonction d'un spoiler sur certains modèles? Passe encore pour les modèles «Turbo» ou «GT». Mais le client n'est jamais aussi satisfait que quand ledit spoiler... disparaît dans la ligne du capot, pour n'en ressortir que passée une certaine vitesse. On ne touche pas à la ligne d'une 911!

Une queen peu exigeante et green

Mais les qualités de l'icône ne se résument pas à une simple question d'esthétique. Si réussie soit-elle. La particularité de cette automobile hors normes est qu'elle peut aussi bien rugir sur un circuit de toute la hargne de son six cylindres que ronronner, en ville, dans un usage quotidien. De plus, alors qu'une belle italienne joue les divas et nécessite manucures et permanentes rapprochées, une Porsche se contente de simples services d'entretien, aussi espacés que pour une «vulgaire» VW Golf. Mieux, elle évolue, s'adapte aux tendances actuelles. Les nouveaux moteurs, plus puissants, sont aussi moins gourmands. Et bien moins polluants qu'avant, grâce à l'adoption des derniers progrès mécaniques en date. Dame! Quand on est une grande reine, on se doit de montrer l'exemple... Ça ne vous paraît pas assez «vert» encore? Une version hybride de la GT3 – la 911 «de course» – tourne déjà sur les circuits. Et les premiers résultats sont absolument saisissants!

Simple, efficace et – désormais – facile à conduire, elle regroupe toutes les qualités demandées à une voiture d'aujourd'hui. A part, peut-être, celle d'être familiale. Mais quand on aime, on accepte bien quelques sacrifices, sans pour autant renoncer à cette passion qui anime tous les possesseurs de Porsche. A l'image de cet habitant de l'Arizona, dont le porte-plaque de la Carrera 4 annonçait fièrement: «My other car... is a Porsche!»

PUBLICITE

On ira loin ensemble AVEC BCV PRIVATE BANKING



Grâce à son expertise reconnue dans la banque privée, la BCV concrétise vos ambitions pour l'avenir. Avec vous depuis 150 ans.

Ça crée des liens

www.bcv.ch/privatebanking





DE GAUCHE À DROITE ET DE HAUT EN BAS
 Assiette **Piphome**. Assiettes Métamorphoses,
Raynaud. Coupelle Pensées, Bernardaud.
 Assiette Eglantine, **Villeroy & Boch**.
 Assiette Aux oiseaux, **Bernardaud**. Tasse
 et sous-tasse **Piphome**. Petite assiette Aux
 oiseaux, **Bernardaud** sur assiette Le bestiaire,
Haviland. Coupelle et assiette Jardin
 Céleste, **Raynaud**. Assiette **Royal Stafford**.
 Tasse **Piphome**. Tapisserie **Designers Guild**.

Faune & flore

QUAND FLEURS, PAPILLONS ET OISEAUX S'INVITENT SUR NOTRE VAISSELLE, L'ART DE LA TABLE SE FAIT LUDIQUE ET POÉTIQUE. POUR NOS DÎNERS DE FÊTES, ASSIETTES, COUPELLES ET TASSES SE PARENT CETTE ANNÉE DE MOTIFS BUCOLIQUES, MÉTAMORPHOSANT AINSI LE FESTIN TRADITIONNEL EN PIQUE-NIQUE AU JARDIN...

Aura by SWAROVSKI

*Un parfum lumineux.
Des bijoux de maquillage scintillants.*



DISPONIBLES DANS UNE SÉLECTION DE PARFUMERIES,
GRANDS MAGASINS ET BOUTIQUES SWAROVSKI. swarovskibeauty.com



Issue d'une illustre lignée de politiciens et de personnalités du luxe, la créatrice française aspire à désemparager l'univers du bijou.

LA VICTOIRE DE CASTELLANE AIME BOUSCULER LES CODES DE LA JOAILLERIE ET LES RÉINVENTER SELON SES VISIONS ONIRIQUES

LA CRÉATRICE **VICTOIRE DE CASTELLANE** AIME BOUSCULER LES CODES DE LA JOAILLERIE ET LES RÉINVENTER SELON SES VISIONS ONIRIQUES

ELLE EST RIEUSE, JOYEUSE ET SPONTANÉE. Elle s'habille en noir, adore le chocolat, les robes d'Alaïa et les chaussures à plateforme. La voix chaleureuse et assurée, on dirait une jeune fille qui fait des blagues, sauf qu'elle a quatre enfants à la maison. Elle a été de toutes les fêtes, et même du grand bal dans le film «Marie-Antoinette», de Sofia Coppola. Son héroïne? Wonder Woman, et cela ne nous étonne pas. Car Victoire de Castellane, directrice artistique de Dior Joaillerie depuis 1998, est une Wonder Woman, une vraie. Elle a réussi à bousculer le milieu très conservateur du bijou précieux en recouvrant l'or et l'argent de laques colorées; en créant des objets énormes et des colliers à petits secrets; en inventant des plantes carnivores, des bagues comme des jardins et des roses qui vont au bal. En début d'année prochaine, un ouvrage paraît sur son travail, *Dior Joaillerie* (Editions Rizzoli, New York), qui explore, avec plus de 200 photos, son univers naïf et baroque. L'auteur, Michèle Houzé, est historienne du bijou, gemmologue et enseignante à la Haute Ecole d'art et de design à Genève. A l'en croire, Victoire de Castellane marque une vraie rupture dans la création joaillière: «Ce qui est nouveau dans ses bijoux, c'est qu'ils sont joyeux. Elle n'a pas honte d'inventer des contes de petite fille.»

Celle qui descend d'une vieille famille française compte parmi ses ancêtres des princes, des généraux et le célèbre dandy Boni de Castellane, figure légendaire de la Belle Epoque, immortalisé par Marcel Proust. Et comme si tout cela ne suffisait pas, elle a eu pour marraine Barbara Hutton, la riche Américaine aux sept maris, amie de sa grand-mère Sylvia Hennessy. Avec son parti pris d'humour et de baroque, Victoire de Castellane a desembourgeoisé la joaillerie, cassé les codes, et cela très tôt: dès l'âge de 12 ans, elle réalisait sa première bague après avoir fait fondre l'or de ses mé-

dailles religieuses. Des années plus tard, l'élégante iconoclaste a toujours la même «envie de bijoux» et défend bec et ongles la pièce unique, l'artisanat haut de gamme, l'exubérance et la poésie. Rien ne l'ennuie plus que les traditions qui n'ont pas été réenchantées par le pouvoir du rêve et de l'imagination. A quelques semaines de Noël, son agenda est très bousculé, mais nous avons pu tout de même nous entretenir avec elle de création, de luxe, d'héritage et d'inspiration familiaux, de John Galliano et... de joaillerie bien sûr!

Vous êtes connue pour vos bijoux énormes, pourquoi des pièces si spectaculaires?

Cela me renvoie à un sentiment très primaire: l'envie de posséder quelque chose de gros, de brillant, de coloré, qui fasse penser à un jouet. C'est le talisman, l'objet qui protège... «Tout ça pour moi!»: ce sont les mots qui me viennent quand je pense au gros bijou.

Pour votre dernière collection «Le Bal des Roses», vous avez créé douze pièces, dont sept bagues. Est-ce que c'est la pièce que vous préférez?

La bague est un bijou facile à porter: on peut en profiter soi-même sans être obligée de passer devant un miroir. Et puis la bague accompagne les gestes, c'est un bijou fascinant, très vivant, vous pouvez être vraiment obnubilé par une femme qui fait bouger sa main de droite à gauche avec sa bague...

Facile à porter peut-être, mais pour certains créateurs, la bague est le bijou le plus difficile à réaliser...

Rien n'est vraiment facile à réaliser quand vous exigez de la qualité! Il faut prendre son temps, trouver les bons matériaux, les pierres les plus pures et des gens capables de fabriquer de très belles pièces. Et puis il faut construire le bijou pour qu'il reste confortable. >>



BESTIAIRE

La **bague du Coffret de Victoire**, de Dior Joaillerie, associe tourmalines paraïbala, jade, aiguës-marines, saphirs oranges, or, grenats tsavorites et diamants. Les jeux de couleurs, de volumes et la nature nourrissent sans cesse le monde imaginaire de l'artiste.



Vous êtes connue pour votre jeunesse d'esprit, pourtant vous portez des responsabilités très importantes. Est-ce que vos enfants vous font garder une certaine fraîcheur?

Je ne suis pas certaine que ce soit eux qui contribuent à garder ma candeur et ma fraîcheur, au contraire! Avec des enfants, on se sent très responsable, on est tout le temps inquiet pour eux, même s'il faut leur faire confiance. Je trouve que quand on fait des enfants, ils ne vous quittent plus jamais dans la tête, c'est très prenant. Alors que le processus et l'impact de la création sur la personnalité sont différents: on ne se pose pas de questions, les choses arrivent toutes seules, avec le désir, la passion. On s'enrichit et on se ressource perpétuellement. Je ne sais pas faire autrement que d'avoir envie de bijoux, de création d'objets, c'est certainement ça qui entretient ce que vous appelez ma «jeunesse d'esprit».

Certains disent qu'on vit avec ses morts: est-ce que votre arrière-grand-oncle Boni de Castellane vous inspire?

On hérite toujours de sa famille, d'une manière inconsciente. Mais Boni de Castellane n'est pas quelqu'un à qui je pense régulièrement. Je ne l'ai pas connu, et puis, en tant que femme, je ne m'assimile pas à lui spontanément. On va dire qu'il y a un peu de son esprit qui plane, oui peut-être... Il avait beaucoup de désinvolture!

Une autre influence forte, d'un membre de votre famille?

Ma grand-mère paternelle, Sylvia Hennessy, a eu sur moi beaucoup d'influence. Je n'étais pas intime avec elle mais elle avait une personnalité extrêmement forte et incarnait à mes yeux une forme de féminité à laquelle je n'avais pas forcément pensé. Aujourd'hui, elle ressort et s'exprime dans mes bijoux: j'aime les objets qui font du bruit, très colorés. Mais dans l'absolu, je ne suis pas du tout nostalgique de mon passé ni en quête d'une quelconque influence familiale. J'essaie déjà de me trouver, d'être en harmonie avec moi-même. Je trouve plus intéressant de faire un travail psychanalytique sur soi, sur ce qui vous influence dans la vie, que de regarder constamment en arrière.

Quel rapport entretenez-vous avec les pierres précieuses?

Elles sont l'expression de ce que la nature peut fabriquer d'extraordinaire. L'homme a su les découvrir et les tailler. Et c'est l'association des deux qui en fait toute la valeur. Il faut également savoir mettre en lumière des pierres peu connues ou moins cotées sur le marché, les embellir en les associant pour créer la surprise.

Vous avez su voir toutes ces pierres aux noms étonnants, quelles sont vos favorites?

Je m'intéresse depuis des années aux pierres très colorées: les tourmalines de Paraiba d'un bleu lagon très particulier par exemple. L'opale me passionne aussi depuis que je suis enfant, c'est une pierre incroyablement magique...

Quel est le coloris qui vous inspire en ce moment?

Le vert! Mais les pierres de cette couleur sont rares. J'aime cette couleur d'une manière générale: dans la déco, dans les imprimés... Sur un balcon, l'autre jour, j'ai vu des plantes comprenant trois nuances de vert différentes, c'était très beau et très inspirant. Mais mon travail consiste à découvrir et faire connaître toutes sortes de couleurs, à les associer, à les faire jouer entre elles afin de créer des bijoux nouveaux, qui sortent des sentiers battus. Dans l'idéal, je ne devrais pas avoir de coloris préféré.

La haute joaillerie séduit les millionnaires des «BRIC» (Brésil, Russie, Inde, Chine). De nouvelles orientations pour vous?

Pas vraiment, je ne m'inspire pas des clients mais plutôt des histoires que je m'invente ou des identités de la maison Dior, que j'aime redévelopper autrement.

Les bijoux ont d'abord été une histoire d'hommes...

Effectivement: au début du XVII^e siècle, sous le règne de Louis XIII en France, ce sont les orfèvres-joyailliers du roi qui ont développé la joaillerie et surtout qui la portaient. Le cardinal de Mazarin l'a révélée, faisant monter des diamants extraordinaires en bijoux. C'était un trésor que les hommes promenaient sur eux, une parure presque guerrière qui disait: «C'est moi qui en ai le plus, c'est moi le plus fort!» Et puis, peu à peu, les bijoux ont constitué la dot des femmes et c'est cet aspect-là qui prédomine aujourd'hui: on peut les transporter, les vendre, les transmettre plus facilement que des tableaux. Ils sont les témoins du temps. En les portant, c'est un peu comme si nous étions éternels.

Traditionnellement, quand l'homme offre un bijou à une femme, il la marque de sa puissance, de son argent...

Le bijou reste encore un «objet investissement», donc de puissance: c'est le cas d'un diamant par exemple. Il arrive que la pierre offerte soit tellement forte sur le plan symbolique qu'elle «écrase» la femme qui la porte. L'appropriation devient alors difficile.

La réalisatrice Claire Denis disait qu'avec un bijou «la femme n'est jamais prisonnière du cadeau, elle devient la fiancée du pirate»...

C'est exactement ça! J'aime raconter des histoires, créer un univers onirique, voire fantastique, et faire entrer dans cette histoire la femme qui porte le bijou.

On a quelquefois dit que vous étiez l'alter ego de John Galliano au sein de la maison Dior. Vous sentez-vous un peu orpheline depuis son départ?

Je ne me suis jamais sentie l'alter ego de John Galliano. Nous travaillions tous les deux dans la même maison, mais dans des métiers très différents. Il avait le sens de la démesure et cela fait partie de l'esprit Dior: Christian Dior lui-même mettait des mètres de tissu incroyables, des broderies, une richesse inouïe dans certaines de ses créations haute couture. Pour revenir à John, lui et moi étions un peu comme frère et sœur professionnellement. Mais non, je ne me sens pas orpheline, car je ne travaillais pas directement avec lui.

Quelle est votre définition du luxe?

Le luxe n'est pas dédié au plus grand nombre. Quand je crée la plus petite bague du monde (coll. Mimioui), c'est parce que j'ai envie que toutes les femmes puissent s'offrir un diamant. Mais si je fais du «luxe», je conçois une pièce unique, rare, réservée à très peu d'élus. Le luxe est un rêve et doit le rester.

Christian Dior, grand artisan du rêve, disait: «J'ai toujours considéré mon métier comme une sorte de lutte contre tout ce que notre temps peut avoir de médiocre et de démoralisant.» Cette phrase vous semble-t-elle d'actualité?

Tout à fait! Dans la démarche de création, le moteur peut être de contribuer à un monde meilleur. Créer un bijou – qui est très matériel – est à mes yeux l'une des façons contemporaines de rester humain et de lutter contre la dématérialisation. ☺

DESSIN

À GAUCHE Lors de la réception du dessin, les ateliers de Dior Joaillerie réalisent une maquette en cire pour mettre en volume le collier **Bal de l'Opéra**, de la collection 2011 «Le Bal des Roses».

MONTAGE

À DROITE L'étape du montage des 90 éléments du collier **Précieuses Rose**: 6 roses et 20 feuilles, toutes différentes, répondent aux critères techniques et esthétiques souhaités par la créatrice.

Créer un bijou est ma manière de rester humaine



ELIE SAAB

LE PARFUM





Le célèbre agent 007, ici sous les traits de Daniel Craig, incarne l'élégance en smoking.

De l'usage du smoking

QUINTESSANCE DE L'ÉLÉGANCE, LE SMOKING EST À L'HOMME CE QUE LA ROBE DE SOIRÉE EST À LA FEMME ET N'EST PAS UNIQUEMENT RÉSERVÉ À JAMES BOND. IL A SES US ET COUTUMES. ET ON NE PLAISANTE PAS AVEC LUI!

POUR MIEUX faire connaissance avec lui et qu'un peu de culture (fût-elle mode) ne nuit à personne, retraçons brièvement les origines du smoking. A l'encontre des idées reçues, le smoking (le terme anglo-saxon – tuxedo aux Etats-Unis) n'est pas la tenue la plus habillée. Il arrive en second plan, derrière l'habit (la queue-de-pie), plus formel. Si, sur un carton d'invitation il est mentionné white tie, vous arborerez l'habit. Black tie, le smoking. Pour la petite histoire, c'est en 1860 que les tailleurs de Henry Poole & Co conçurent cet habit pour Edouard VII, alors prince de Galles. A partir de ce moment-là, les hommes prirent l'habitude de recevoir en queue-de-pie et de revêtir un smoking jaket quand ils se retirèrent dans le fumoir, afin de ne pas incommoder ces dames avec les odeurs de tabac. Deux écoles se confrontent parmi les connaisseurs distingués: ceux qui le décalent à loisir et ceux qui à l'instar d'Alexis Lafont, directeur artistique de la marque de souliers

Caulaincourt, n'apprécient pas un usage «corrompu»: «Je réserve le smoking à des occasions bien particulières, sans pour autant que ce soit attendu (c'est-à-dire que le Festival de Cannes n'est pas le seul endroit possible). Je n'aime pas dénaturer ce costume. Je milite pour sa réintroduction dans le vestiaire masculin.» Mauro de Luca, formidable conseiller au rayon hommes du BonGénie à Genève, précise: «Le smoking est une tenue formelle, que l'on porte pour des occasions particulières, uniquement le soir. Aujourd'hui, certains hommes osent s'approprier des touches par-ci par-là. Il ne faut pas confondre le port du smoking et l'effet de mode.» C'est Hedi Slimane, génial designer, en 2000, du premier opus Dior Homme, qui a désacralisé avec dextérité l'emblématique habit. Si vous croisez des hordes d'adolescents avec un slim, une veste de smoking ou ses accessoires révélateurs: chemise à plastron, gilet, large ceinture, souliers vernis, c'est grâce à ce créateur, fan de Pete Doherty. Le smoking est devenu cool lorsqu'il est associé à des fringues casual.

Un smoking dépareillé, pourquoi pas, mais selon des codes stricts!

En journée, il est possible de le désynchroniser en le portant par pièces détachées. Alexandre Boulet, raffiné dandy parisien explique: «Je suis pour le détournement mais dans un cadre strict. Par exemple, une veste de smoking avec de belles chaussures noires vernies, une chemise à col cassé sans nœud papillon surtout, avec un jean (bien coupé) et destroy!» Ce tour de force (c'en est un!) est l'apanage des fins connaisseurs de la garde-robe masculine.

Petit récapitulatif du b.a.-ba

Et les autres, les hommes qui ne manient pas le smoking sur le bout des doigts? Un petit tour d'horizon des fameuses pièces qui le composent? Accrochez-vous, c'est d'une précision horlogère. Noir pour la veste (croisée 6 boutons dont un seul se ferme ou 1 bouton seulement – col châle ou revers cranté) et le pantalon (une ganse de satin sur le côté, deux pour le white tie), la veste blanche s'il est pour une occasion en bord de mer. Certains, moins tatillons, élriront le bleu nuit ou marine. Les couleurs sont à laisser de côté: on n'imagine mal l'un de ses représentants – James Bond par exemple – en violet! Chemise blanche à plastron avec un col droit, sermonne Alexandre Boulet. «J'insiste sur ce point: le col cassé a été amené par les mauvaises séries américaines. Il est à réserver pour l'habit.» Les poignets avec boutons de manchettes d'une belle nacre blanche ou noire. Le nœud papillon. Capital, les chaussures vernies et sobres. Pour les puristes de chez puristes, des opera pumps – des mocassins vernis noirs avec un nœud de satin sur le coup de pied (qu'il est difficile de dénicher mais trouvables chez Brooks Brothers ou Ralph Lauren) ou une paire de Richelieu en aucun cas de Derby. Mouchoir en lin ou coton blanc pour la veste poche poitrine, sans excentricité pour le pliage – un léger trait blanc. La ceinture enfin, absente si la veste est croisée.

Vous l'aurez compris, on ne plaisante pas avec cette tenue. Si vous voulez faire le beau le soir du réveillon, les grands magasins regorgent de costumes en tout genre. Ils feront très bien la blague le temps d'un tour de piste. Mais ne vous aventurez pas sur des chemins de traverse lors d'un repas diplomatique black tie. Le smoking est l'apanage de la prestance, de l'élégance, aucun sacrilège ne peut être commis. Alors ne vous amusez pas à jouer au faux-gentleman sans en connaître les dogmes!

Et après tout ça, on veut nous faire croire qu'un homme c'est simple! ☺

Les six règles d'or

1. Choisir une coupe adaptée à votre morphologie; ce n'est pas parce que votre copain a de l'allure avec telle marque qu'elle vous siéra.
2. Déterminer avec précision pour quel usage.
3. Privilégier les belles matières, pas trop chaudes. De la laine fine (220 à 250 g), du cachemire peigné, du mohair, de la soie.
4. Des chaussettes en soie hautes et noires.
5. Le nœud papillon se noue soi-même, pas de pre-tied.
6. Im-pé-ra-tif! Tous vos accessoires doivent être noirs. Sinon, c'est la faute de goût assurée.

TEXTE SARAH JOLLIEN-FARDEL



Chloé

Chloé

EAU
DE
PARFUM

CADEAUX DE TOUJOURS

RAS-LE-BOL
DE L'ÉPHÉMÈRE!
POURQUOI NE PAS
PLACER, SOUS LE
SAPIN, DES OBJETS
À LÉGUER, FAISANT
AINSI DE L'OFFRANDE
UNE TRANSMISSION?



AL'ÈRE DE LA SURCONSOMMATION, les verbes «attendre» et «désirer» sont classés dans le vocabulaire périmé. Aujourd'hui, à portée de mains ou de clics sur un clavier, le vaste monde et sa pléthore d'indispensables superflus s'offrent sans manières. Au point que tant d'abondance finit par lasser. La quête de l'éphémère s'essouffle gentiment, mettant en lumière le besoin d'attachement à des valeurs fondamentales. Émerge alors une envie moderne et désuète à la fois: investir dans le pérenne, dans l'objet que l'on pourra un jour offrir à sa fille ou à son filleul, qui perdure en se bonifiant avec le temps... Au même titre que l'ADN, la notion de «patrimoine» fait le fondement de toutes les grandes marques de luxe. Belle ambition que de traverser le temps!

Le foulard en soie que votre grand-maman chérie arborait durant plusieurs décennies et qui, un jour, atterrit dans votre tiroir... N'a-t-il pas une valeur décuplée par les souvenirs nichés entre ses fils? La montre au poignet de votre père n'a-t-elle pas d'autant plus de prix qu'elle rappelle des pans d'enfance? Ces legs signent une étape, le passage à témoin d'une génération à l'autre, un gage

de continuation et de tendresse. Les cadeaux à valeur symbolique racontent des choses. Autant de résurgences murmurées par un sac, une écharpe, que seuls les initiés entendent à travers le cuir ou la douceur d'un cachemire. N'en doutez pas: si les objets sont taiseux, ils ne sont pas moins des conteurs fantastiques. Porteurs de messages d'amour, ils sont la démonstration visible des liens d'affection arachnéens mais tellement solides qui se tissent dans une famille ou dans les amitiés sincères au fil du temps.

Objets cultes, mais pas par hasard

Encore faut-il trouver des objets dignes d'endosser les sentiments qui leur sont confiés. Car forcément, les trésors durables vont de pair avec la qualité. Les maisons qui conçoivent des sacs, des bijoux, des objets suffisamment simples pour se rire des modes sont souvent, elles aussi, porteuses d'un héritage. Là, une entreprise familiale qui a su se réinventer. Ailleurs, une marque dont la tradition est empreinte de savoir-faire et d'amour de l'artisanat. C'est un peu cela, le fleuron du luxe: un mélange d'innovation et de tradition, dans le respect des matières. Parmi les objets cultes, nos envies de cadeaux favorites, pour elle comme pour lui. ●



Gants Causse

L'élégance du geste

Les gants allient élégance du geste et sensualité de la matière. Les ôter en pinçant délicatement le bout des doigts exprime une certaine idée du luxe. Pour ponctuer sans chichi une tenue hivernale... La maison Causse, gantier cent-cinquantenaire, fait tourner la dernière manufacture de Millau, en France. Trente artisans et 25 000 paires annuelles: les cuirs sont conçus pour «faire peau» sur la main. A partir d'une centaine de francs, les raisonnables choisiront une paire classique, tandis que les audacieuses hésiteront entre les coloris flamboyants et les détails extravagants. Karl Lagerfeld y commande ses mitaines et Kylie Minogue, Madonna ou Bernadette Chirac sont de fidèles clientes.

Sac de voyage Kuoni N° 1

Le voyage en bandoulière

Il est des plus contemporains puisqu'il a été créé en octobre dernier. Cependant, on devine qu'il a l'allure de ces sacs qui vieillissent avec leur propriétaire. En le touchant, le humant, on pressent que son cuir de vachette Berenia ne sera que plus beau une fois patiné par l'usure des années. Kuoni s'est associé au teneur Thomas Erber (connu pour son «cabinet des curiosités» qui met en valeur des talents inédits) et Peter Nitz, cofondateur de la nouvelle marque de maroquinier suisse dédiée au luxe, Van Astyn. Pour susciter le désir, le «Kuoni N°1» a été produit en vingt exemplaires seulement, à 2250 fr. chacun, mais il n'est que le premier jalon d'une collection pour voyageurs exigeants.

Imperméable Burberry

L'esprit des tranchées

Il n'a pas d'âge, ou plutôt si, mais sa naissance est à l'opposé du glamour qui le caractérise: en 1856, l'Anglais Thomas Burberry souffre de rhumatismes. Ne trouvant aucune matière pour le protéger, à part le caoutchouc, il met au point l'imperméabilisation de la toile de coton. En 1880, il invente la gabardine, qui devient le trench-coat, passe dans des tranchées en 14-18, puis dans le film *Casablanca*, en 1942. Marlène Dietrich, Lauren Bacall, Sarah Jessica Parker, Kate Moss font de lui l'imper' le plus sexy du monde. Il habille un jean ou éveille les fantasmes sur un collant. Pour environ mille francs, cette increvable icône se choisit aux genoux et gris/beige si c'est le premier de votre garde-robe.

Bague Tiffany

Une amie pour la vie

Tiffany & Co, surnommé le roi du diamant, est de ces joailliers qui ponctuent les moments importants de l'existence. Souvenez-vous d'Holly Golightly rêvant devant les vitrines Tiffany's de la Cinquième Avenue... Mais oui, Haudrey Hepburn et son minois gracieux dans le célèbre film *Breakfast at Tiffany's!* C'était en 1961 et le monde découvrait à travers elle le luxe de cette maison fondée en 1837. Porter toute cette brillante histoire au doigt est possible dès 3450 fr. (pour le plus petit modèle ci-dessus; le plus gros est à 9950 fr.) De quoi chanter alors avec la divine blonde Marilyn Monroe qui, dans le film *Les hommes préfèrent les blondes*, avait déjà fait des diamants les meilleurs amis de la femme.

Montre Portugaise IWC

A l'heure du mythe

Si elle tire son histoire des illustres navigateurs aventuriers du XV^e siècle, la Portugaise Remontage Manuel (9250 fr.) navigue aux poignets des grands collectionneurs, depuis quelques lustres déjà. Créée par la marque de Schaffhouse IWC en 1939, sous l'impulsion de deux marchands portugais, la montre contraste avec la mode du moment, dévolue aux modèles miniatures style art déco. Ronde et volumineuse avec son mouvement digne d'une montre de poche, elle a été relancée en 1993 à l'occasion du 125^e anniversaire d'IWC et reste définitivement une légende. Avis aux amateurs, quasi rien n'a changé depuis septante ans, sauf un «60» rouge gravé sur le cercle des secondes. (C. D.)



Couteau Laguiole

La terre au creux de la main

Il ramène à la terre et aux racines... Le couteau pliable Laguiole (prononcé «Layole») est un standard des cadeaux masculins. La légende voudrait qu'il ne soit jamais offert sous peine de briser l'amitié ou l'amour. Pour conjurer le sort, il suffirait, en échange, d'une pièce de monnaie. Nous voilà rassurés! Si vos pas vous mènent en Aubrac, berceau du Laguiole, en France, vous trouverez parmi les revendeurs la coutellerie d'Honoré Durand, le seul artisan qui maîtrise de A à Z la fabrication du Laguiole à la main. Les premiers prix n'excèdent pas 100 fr. et vous aurez la garantie de ne pas acheter une contrefaçon.

Echarpe en cachemire

Loro Piana

La classe italienne

De petites chèvres qui gambadent en Mongolie intérieure, entre le désert de Gobi et la muraille de Chine, fournissent chaque année 150 à 200 g du poil le plus précieux du monde: le cachemire. Pour s'approvisionner à la source, Loro Piana organise des caravanes dans le désert avec une pancarte: «Achète cachemire vingt-quatre heures sur vingt-quatre!» Depuis 1924, ces artisans italiens se distinguent par la qualité de leurs étoffes et de leurs mailles (dès 420 fr. l'écharpe) et fournissent les plus grands couturiers et tailleurs. Ce n'est que depuis les années 90 que les particuliers achètent directement des modèles signés Loro Piana.

Chapeau Borsalino

La tête dans la légende

Son nom est devenu si populaire que l'on surnomme borsalino ces fameux chapeaux qui ressemblent à ceux arborés par Alain Delon et Jean-Paul Belmondo dans le film éponyme. A Alessandria, au sud de Turin, en 1857, Giuseppe Borsalino a réussi à conquérir le monde avec ses chapeaux en poil de lapin. Aujourd'hui, c'est un des rares chapeliers à fabriquer sa propre marque. Ces couvre-chefs en feutre et à la calotte creusée ont coiffé bon nombre d'élégants dont le mythique Humphrey Bogart, plus récemment le séduisant Johnny Deep ou d'autres personnages nettement moins recommandables! Envisager un peu plus de 200 fr. pour se couvrir la tête d'une légende.

Plume Caran d'Ache

L'amour des mots

Seule manufacture suisse d'instruments d'écriture, établie à Genève, Caran d'Ache ravive tous nos souvenirs d'enfance. Petits, nous usions les crayons de couleur, grands les plumes à bec. L'entreprise a été créée en 1915 par Arnold Schweizer. Le nom s'inspire du pseudonyme du dessinateur humoristique Emmanuel Poiré, qui signait «Karandash», version francisée du mot russe «crayon». Voici donc quatre générations que la marque sert de madeleine de Proust helvétique, rappelant les devoirs à l'école ou les contrats et les lettres d'amour. La récente collection en laque (dès 335 fr.) s'appelle d'ailleurs Léman, car elle décline les teintes d'un coucher de soleil sur le lac.

Sac Birkin d'Hermès

Un peu de Jane au bras

La maison Hermès incarne la transmission. Le sac Birkin a, contrairement au non moins célèbre sac Kelly, été créé pour celle dont il porte le nom: Jane Birkin. L'histoire se raconte bien: dans un avion entre Londres et Paris, dans les années 80, la chanteuse s'est trouvée assise sans le savoir à côté de Jean-Louis Dumas, président de Hermès. Son agenda de la même marque était si chargé que tout est tombé par terre. L'homme d'affaires lui a conseillé de mettre ses affaires dans des poches fermées et Jane lui aurait répondu: «Si seulement Hermès faisait des poches!» Il a alors conçu pour elle et dès 9100 fr. l'un des mythes de la haute maroquinerie.





Arturo Belli
Le luxe artisanal

Chez Arturo Belli, le sur-mesure est le maître mot. Le client choisit chaque détail de la chaussure, de la couleur à la peau – requin, vachette ou autres – jusqu'aux finitions les plus élaborées. La confection est entièrement réalisée par le bottier qui œuvre dans les ateliers genevois.

La Suisse à leur botte

QUEL ÉPERON A PIQUÉ LES SUISSES POUR QU'ILS SE LANCENT TOUS DANS LA CHAUSSURE DE LUXE? SI BALLY FAIT OFFICE DE MODÈLE, TROIS ENSEIGNES JOUENT DÉSORMAIS DANS LA COUR DES GRANDS. CHACUNE POSSÈDE SA STRATÉGIE MAIS REVENDIQUE UNE IDENTITÉ BIEN HELVÈTE

TEXTE SEMAJA FULPIUS

UN RICHELIEU, du cousu Goodyear, vachette ou requin... Ce jargon de la chaussure, autrefois prérogative des Anglais et des Italiens, fera dorénavant partie du vocabulaire choisi de la chaussure suisse. Récemment, plusieurs marques se sont spécialisées dans le haut de gamme. Elles ont en commun le goût de l'élégance, mais surtout une certaine idée du «Swiss made».

A Genève, le bottier de luxe Arturo Belli vient d'ouvrir. Sa signature? Une semelle rouge foncé marquée d'une croix. «Notre identité helvétique est très importante, car c'est d'abord à Genève qu'est né Arturo Belli en 1909 et c'est dans notre atelier de la vieille ville que nous fabriquons les chaussures avec des artisans», précise Tony Giglio, propriétaire de la marque. Celui-ci est convaincu qu'un pied peut trouver du (ré)confort dans une ligne raffinée. S'appuyant sur un savoir-faire de plus de trente ans, il a breveté un système qui visualise au millimètre près le contour et le volume du pied, permettant ainsi de fabriquer un soulier aux mensurations parfaites... A condition, bien sûr, d'y mettre le prix, entre 1700 fr. et 3700 fr. Comment justifier ces sommes quand on ne bénéficie pas d'une aura particulière ou d'une histoire prestigieuse? «Je crois au luxe de proximité, à la qualité et au travail bien fait», répond simplement Tony Giglio. Soit 250 opérations réalisées à la main pour travailler le cuir et fabriquer ces souliers de rêve.

A la conquête du monde

Dans un genre plus corporate, l'enseigne Navyboot s'est repositionnée sur le segment premium après vingt ans d'activité. Désormais, les boutiques s'installent à côté de celles de Louis Vuitton et d'Hermès. La mue stratégique a eu lieu: nouveau concept, design et collections de chaussures haut de gamme, dont une partie fabriquée dans les mêmes usines que le Parisien Louboutin. Cela, sans renier son identité. Au contraire! Adrian Josef Margelist, le directeur artistique, est originaire du Haut-Valais, et il tient aux racines helvètes de Navyboot. Il les a mises en avant dès la première campagne où pose le mannequin Julia Saner devant un paysage alpin renversé. Tout un symbole... Philippe Gaydoul, patron de l'enseigne, l'avait annoncé: «Nous passerons d'une suc-

cess story nationale à une marque suisse mondialement connue.» Du coup, quoi de mieux qu'un «Swiss label» pour l'image? «La Suisse et le luxe vont de pair dans la représentation qu'on en a à l'étranger. C'est une forme de garantie», analyse Xavier Comtesse, directeur romand de la Fondation Avenir Suisse, qui réfléchit aux enjeux socioéconomique du pays. Pas étonnant, donc, que la marque mette en avant son identité dans sa conquête des marchés asiatiques, où la Suisse est fort bien perçue. «Nous venons d'installer un bureau à Hong Kong pour notre extension sur la Chine. Actuellement, nous recherchons le bon emplacement pour notre lancement», précise Faris Momani, CEO de Navyboot.

Un nouvel acteur du luxe suisse

Cela dit, si la Chine reste insatiable en matière de produits de luxe avec une croissance de 29%, l'Europe connaît aussi une progression de 7%, selon les estimations du cabinet Bain & Co. La Suisse également. C'est le pari du chausseur lausanno-genevois Howell, qui accole à son nom la mention «Swiss shoes for men». Servais Micolo, propriétaire de la marque, justifie l'appellation: «Les chaussures sont fabriquées en Italie, mais elles sont conçues par des Suisses pour une clientèle locale, avec de vrais critères de qualité.» Après dix ans, Howell se porte bien. Sa ligne moderne (autour des 400 fr.) séduit les 25-35 ans. Et Servais Micolo de souligner: «Les hommes basent de plus en plus leurs achats sur des émotions. Les souliers en font partie.»

La Suisse, nouveau pays de la chaussure? On pourrait le croire. Aujourd'hui, le team créatif de Bally puise dans ses archives pour retrouver les origines de la marque. «A l'occasion de ses 160 ans, nous nous sommes réapproprié les tons whisky ou noirs de l'époque, des codes couleurs connus des grands-parents et que les petits-enfants peuvent retrouver», explique Michael Herz, directeur artistique de la marque. D'autre part, son logo en croix, nommé «rose suisse», et le style montagnard de la saison estampillent la marque de son origine. «La Suisse ne s'envisage donc plus uniquement comme le pays des montres et du chocolat, assure Xavier Comtesse. Les entrepreneurs d'aujourd'hui ont compris qu'ils pouvaient occuper de nouveaux terrains. L'horlogerie de luxe leur a ouvert la voie, ils peuvent bénéficier de sa réputation de qualité, de précision et de savoir-faire.»

La chaussure masculine haut de gamme



Howell
La touche de couleur

Le chausseur lausanno-genevois possède désormais trois lignes distinctes: classique, contemporaine et moderne. La marque propose aussi des lacets colorés du jaune au violet en passant par l'orange (voir ci-dessus) pour une touche d'audace dans tout ce cuir...



Bally
Le style en héritage

Ce modèle Richelieu en cuir de chevreau a été réalisé dans un ton whisky cher à la marque. La couleur reflète les premières chaussures créées par Bally au XIX^e siècle. Un classicisme revu aujourd'hui par le duo de créateurs à la tête de la mythique maison.



Navyboot
Le rétro twisté

Pour la collection automne-hiver, Adrian J. Margelist, le nouveau directeur artistique de la marque, a imaginé cette chaussure Oxford en vernis gris. Un style urbain chic avec une touche rétro pour ces souliers estampillés d'un symbole original: un artichaut.



THE CHRISTMAS BEAUTY FACTORY

1001 idées-cadeaux

Chez Marionnaud, vous trouverez le parfait cadeau pour vos proches. Rendez-vous dans votre parfumerie Marionnaud et laissez-vous inspirer par notre grand choix de produits!



Boss Bottled
Coffret (EdT Vapo 100 ml, Shower Gel 150 ml)

CHF 93.90

Or adoré

CONVOITÉ POUR SA PRÉCIOSITÉ, L'OR CRISTALLISE L'ESSENCE MÊME DU LUXE. UNE VALEUR REFUGE POUR UNE FIN D'ANNÉE SCINTILLANTE

SÉLECTION ET TEXTE ANOUK SCHUMACHER

DES PHARAONS aux orpailleurs de l'Ouest américain en passant par les peintres et les poètes, tous ont succombé aux charmes lumineux de l'or. Tour à tour symbole du divin, de la pérennité, de la puissance mais aussi de la cupidité ou de la folie humaine, le métal noble a revêtu tous les visages, excité toutes les passions. Est-ce bien étonnant pour cette matière qui nous viendrait des étoiles, fruit de fusions stellaires mystérieuses? Il a en tout cas traversé les siècles sans perdre son éclat, au cou de personnages les plus puissants ou sous forme de réserves dans les banques. Ces derniers mois, sa cote s'est mise à grimper de manière fulgurante, éternelle valeur refuge des marchés échaudés par les crises. Mais il serait dommage d'enfermer ce métal mythique dans les coffres d'une banque.

Un investissement esthétique

Une pièce de joaillerie représente un bel investissement – en plus de sa valeur esthétique et affective. Qui aime l'or serti le choisira accompagné de diamants, émeraudes, rubis ou saphirs. Les quatre fantastiques sont les seules pierres précieuses de placement. Tant qu'à thésauriser, autant le faire correctement! Mais la vraie bonne raison d'aimer l'or, en cette fin d'année, repose sur ses qualités esthétiques et poétiques. Alors que ces dernières années ont chéri l'or blanc et sa sobriété métallique, les variantes jaunes, et surtout roses, reviennent en force aujourd'hui. Une manière d'exorciser, par l'éclat solaire, les craintes d'une époque anxieuse? Les nuances de jaunes, chaleureuses et éternelles, viennent illuminer la peau de Karung, ailleurs un pan de soie – valeur refuge de la mode aussi. Même la très pure collection automne-hiver de Christophe Lemaire pour Hermès, dominée par des blancs chauds, laissait apparaître des détails dorés. En version horlogère, chaque battement d'aiguille fait résonner un âge d'or, passé mythique ou promesse future. Un luxe qui a un prix: la valeur actuelle du métal jaune sur le marché décourage certains horlogers de proposer des modèles entièrement façonnés dans ses 18 carats.

A chacun sa pépite

Mais faut-il vraiment que tout ce qui brille soit or? Le champagne, heureuse coïncidence en période de fêtes, partage avec ce métal ses reflets pétillants. Une chose est sûre – vrai ou suggéré – l'or trouvera sa place dans les papiers de soie et les rubans qui fleurissent à Noël. Un gentleman trouvera dans son paquet des boutons de manchettes, un nœud papillon (qui soit dit en passant fait incontestablement son grand retour), un stylo ou un coupe-cigare précieux. Et pour Madame? Les propositions sont infinies, de la minaudière aux escarpins. Sans oublier la mise en beauté: l'or festif se porte à même la peau, à la façon de l'amante de James Bond dans *Goldfinger*, les courbes généreuses entièrement recouvertes de peinture dorée. Mais on peut aussi jouer davantage la parcimonie: un fard à paupières, un blush moiré, de fines paillettes sur les ongles ou, plus subtil encore, rien qu'une goutte de parfum qui évoque tout le pouvoir séducteur du métal solaire au poignet.

Pas besoin donc d'être Crésus pour trouver sa pépite. Il n'empêche que c'est pile le bon moment d'acquérir une belle pièce. A l'instar de nos autres ressources naturelles, les réserves métallurgiques auront une fin et la rareté prochaine de l'or ne le rendra que plus désirable. Ces investissements esthétiques ont en outre l'avantage de pouvoir être fondus en cas de manque de liquidités. Et si vraiment aucun de ces biens matériels ne vous inspire, vous pouvez toujours miser sur un cœur d'or, un trésor qui ne se perd ni se vole. ☉

DE HAUT EN BAS ET DE GAUCHE À DROITE
J'adore, L'eau de toilette, **Christian Dior**.
Montre Polo en or rose 18 cts et diamants,
Piaget. Boutons de manchettes en or rose
18 cts, Marine Clou de Paris, pastille en
caoutchouc, **Breguet**. Fond de teint Skinleÿa,
Sisley. Palette teint et yeux Madre Perla,
Giorgio Armani. L'eau d'Issey pour Homme
Or Absolu, **Miyake Parfums**. Montre Brasilia
Mini en or jaune 18 cts, **Ebel**. Palette Teint
Passion, **Clarins**. Vernis à ongles 221. Or
divin, **Christian Dior**. Minaudière Monete,
en peau de Karung bronze, **Bulgari**. Montre
Hampton en or rose 18 cts, **Baume &
Mercier**. Cutter rond guilloché doré,
Davidoff. Gloss Lèvres Scintillantes 307
Sparkle d'or, **Chanel**. Stylo à bille Carlo
Collodi, Writers Edition, **Montblanc**.





100 ANS
POUR LA PEAU
POUR LA VIE

BRILLANCE DIAMANT SCINTILLANTE ET FIXATION PARFAITE POUR DES CHEVEUX SENSIBLEMENT BEAUX

La gamme de STYLING DIAMOND GLOSS NIVEA aux particules micro-fines de diamant procure à vos cheveux un scintillement séduisant et une fixation parfaite.



Soutien-gorge *Eres*, boléro
Philosophy di Alberta Ferretti.
Boucles d'oreilles Haute Joaillerie,
Chopard. Collier Camélia Brodé,
Chanel. Bagues Rose Dior Pré
Catelan et Gourmande Grenouille,
Dior Joaillerie. Bague Bohème
Dragon, *Alexandra Darier*.
Montre Elis Bangle, *Swarovski*.

ELLE ÉTAIT UNE FOIS

LES PRINCESSES MODERNES CHERCHENT DANS
LES GRIMOIRES ET LES COFFRETS À BIJOUX
LES SECRETS DE L'AMOUR. JEUX DANGEREUX

PHOTOS ANOUSH ABRAR & AIMÉE HOVING (FIGURES) ET SÉBASTIEN SECCHI (NATURES MORTES)



XLIII

Fais comme la Coupe qui, chaque matin,
 pour humer la Rosée divine, lève son calice!
 Fais comme elle, jusqu'au jour où le Ciel te rejettera
 à la Terre, comme une Coupe vide!

XLIV

Pour quelques heures de Grâce
 le corps onduleux de l'aimée,
 que la Terre te reprenne dans ses bras
 et se dissoudre en une dernière étreinte!

Livre Rubáiyat d'Omar Kháyyám, début du XX^e siècle. Bague Cypris Cabinet de Curiosités, **Boucheron**. Bague Clous et bague Empreinte, collection Emprise, **Louis Vuitton**. Collier Chats, Animal World, **Chopard**. Bracelet Haute Joaillerie, **Adler**.





Soutien-gorge **Agent Provocateur**,
masque **Yoba**. Bracelet Haute
Joallerie et bague serpent Animal
World, **Chopard**. Bague Limelight,
Piaget. Collier Belvédère,
Van Cleef & Arpels. Boucles
d'oreilles Possession, **Piaget**.

Bustier de jour *Bustier & Co*,
pochette en satin damassée brodée
Bulgari. Boucles d'oreilles Red Car-
pet, *Chopard*. Collier *Christopher*
Graber. Bracelets et bagues (à cinq
rangs et à rang simple) Perlée, *Van*
Cleef & Arpels. Bague Bulgari Bul-
gari et bracelet Tubogas, *Bulgari*.
Bague noire Limelight, *Piaget*.



Sautoir Possession, **Piaget**.
Sautoir et collier Monete, **Bulgari**.
Collier Haute Joaillerie, **Adler**.
Bague Possession, **Piaget**.
Bague B.zero 1, **Bulgari**.
Bague Evasion, collection
Croisière, **RIVES Genève**.

TOUTES LES ADRESSES PP. 58-59.
STYLISME: KIM DUNG NGUYEN@STYLE-
COUNCIL.CH (FIGURES), ANOUK SCHMACHER
ET JOËLLE KERCAN (NATURES MORTES).
MANNEQUIN: MARGARITA@WORLD IN MOTION.
MAQUILLEUR: FRANCIS ASES, COIFFEUR:
OLIVIER SCHAWALER, PHOTOGRAPHIE
(NATURES MORTES); SÉBASTIEN SECCHI,
IMAGIE, ASSISTANT: CORENTIN MOSSIÈRE.

Le dessin s'amuse en 3D

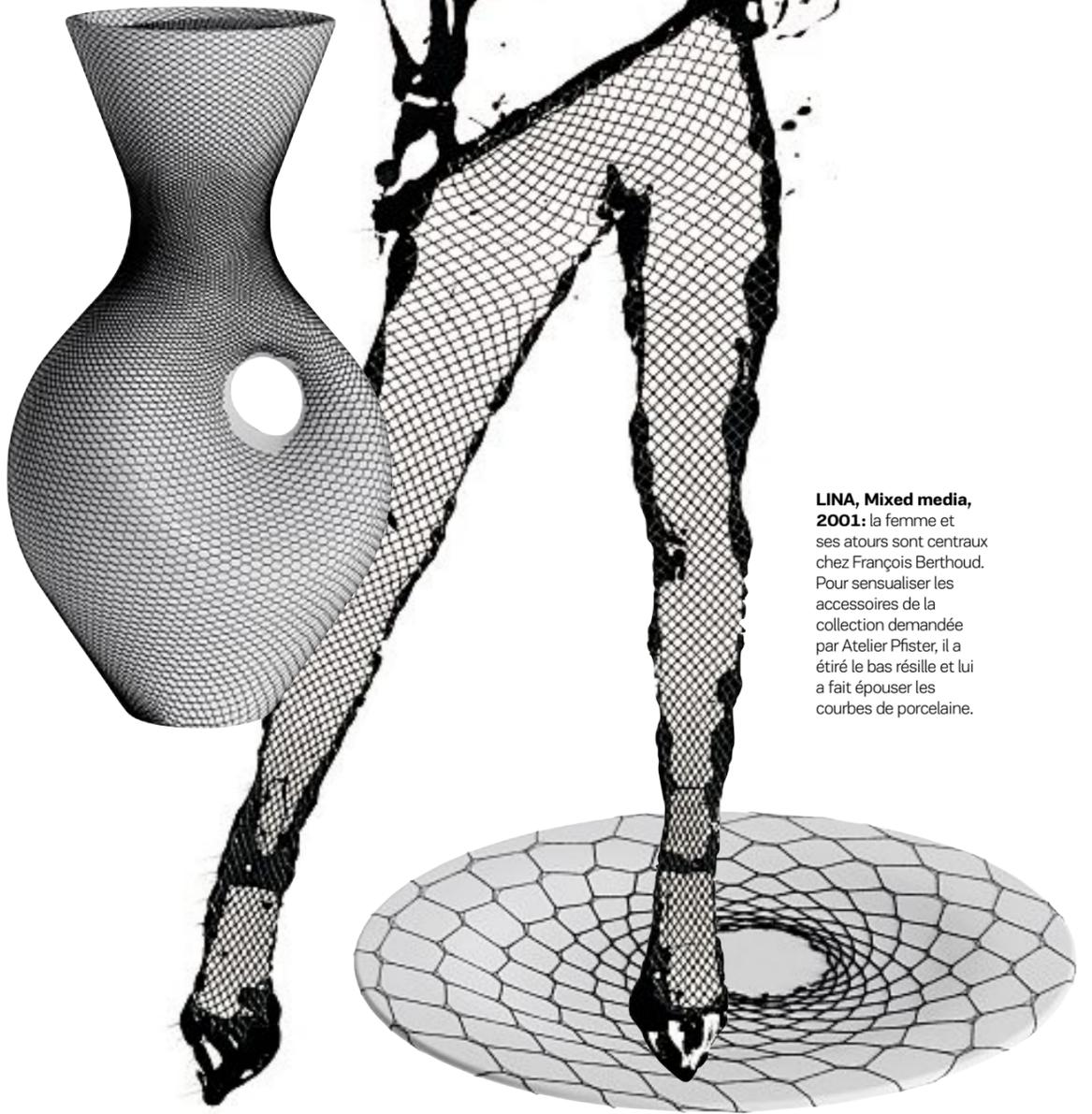
L'ILLUSTRATEUR FRANÇOIS BERTHOUD, FAMEUX POUR SES CROQUIS DE MODE ET LES TRAITS SUBTILS AVEC LESQUELS IL ÉVOQUE LE MONDE DU LUXE, CRÉE CETTE FOIS-CI DE DRÔLES DE VASES. ON VA ENFIN POUVOIR CARESSER SES ŒUVRES

AU COMMENCEMENT, il y a un bas. Un bas résille que l'on étire non pas sur la jambe d'une femme désirée, mais sur un vase aux hanches bien rondes, par exemple. Ou sur une assiette. Ou sur une boîte, peut-être? Attablé au bar de l'Hôtel Baur-au-Lac, à Zurich, l'artiste François Berthoud lance un bras généreux aux alentours: «Depuis que je travaille sur ce thème de la résille qui s'étire et se métamorphose, je cherche spontanément le prochain objet à enrober!» Bon, quand même pas l'immense bouquet automnal qui trône au centre de la pièce... Pour le moment, dix objets décoratifs sont issus de cette source d'inspiration, édités par Atelier Pfister, cette collection artistique que le géant de l'ameublement dédie, pour la deuxième année consécutive, à la création suisse.

La résille sublimée

A priori, le nom du dessinateur neuchâtelois François Berthoud ne s'impose pas quand on parle d'objets. Réputé de Milan à New York, en passant par Paris et Tokyo, pour ses dessins de mode qui allient élégance et humour caustique, il a toujours travaillé à plat. Pour les magazines de mode les plus fameux ou pour les campagnes de publicité des grandes enseignes du luxe. Tout récemment, il a encore dessiné la jeune demoiselle délurée qui figure sur l'emballage du dernier parfum Prada, Candy. Et il crée actuellement une grande fresque murale, appelée à orner le bâtiment où sera installée la future boutique du joaillier Tiffany, dans le quartier de SoHo, à Manhattan. Voilà le genre du bonhomme: une passion pour le travail d'artisan, qui se coltine sa planche à dessin, son calque, son poinçon, sa plaque de linoléum – avant de confier tout ce labeur manuel à la magie du digital. Le Musée du design de Zurich a d'ailleurs salué ce travail l'été dernier par une grande exposition et un film sur sa technique, mariage de richesse artisanale et d'efficacité high-tech. Plus de cent travaux, magnifiques de subtilité, intemporels dans ce trait viril mais ô combien sensible, dans ces teintes qui explorent les nuances du désir. Tous en deux dimensions.

Alors d'où sortent ces vases, tout à coup? François Berthoud hausse les épaules en riant: «Quand j'ai été approché par Pfister, j'ai accepté sans hésiter: j'aime l'idée que mes pièces puissent être vendues à des sommes accessibles et j'avais envie de travailler avec mon ami de longue date, le designer Alfredo Haerberli, responsable de la collection 2011.» Pas question de s'improviser designer et de se mettre à dessiner des chaises. L'artiste travaille sur le projet de résille qu'il avait déjà exploré dans le cadre d'une œuvre demandée par les cognacs Hennessy. Pour passer en 3D, Alfredo Haerberli élabore des moules de vases et le dessinateur les couvre de la trame fragile



LINA, Mixed media, 2001: la femme et ses atours sont centraux chez François Berthoud. Pour sensualiser les accessoires de la collection demandée par Atelier Pfister, il a étiré le bas résille et lui a fait épouser les courbes de porcelaine.

du bas, l'étirant, la triturant jusqu'à obtenir un réseau de traits fins et aléatoires. «Tous ces motifs minuscules, ces étoiles qui jaillissent aux croisements des fils sont extraordinaires de délicatesse», commente-t-il. De premiers prototypes voient le jour, mettant en majesté la résille captive dans du vernis, sensible au doigt qui la caresse...

Itinéraire d'un talent du Locle

Et voilà Pfister qui se retrouve avec du fil (de soie) à retordre: ce truc-là est impossible à fabriquer en série. On opte donc pour une résille imprimée, mais là encore, pas simple de réaliser une trame sans aucune jointure visible. Pour l'heure, les prototypes finaux sont en voie de finition dans une usine de porcelaine au Portugal, la seule qui ait su relever le défi. Du coup, la collection, initialement prévue pour Noël, sera en boutique fin février. Et non, il n'y a pas de liste d'attente comme chez Colette!

Né au Locle en 1961, François Berthoud est parti dès qu'il a pu, «sans hésiter dix secondes». Les grandes capitales, via, d'abord, Lausanne et son école d'arts graphiques.

Depuis quatre ans, c'est à Zurich qu'il s'est installé: une ville qu'il affectionne pour son cosmopolitisme («même pas besoin de parler suisse allemand!») et le rapport étroit que ses habitants entretiennent avec la culture. Il a investi, dans le Kreis 9, un grand loft de 300 m², qui allie atelier et logement. «Et mon grand luxe, rit-il: ma moto Ducati que je peux monter chez moi en ascenseur!» Dans tout ce cosmopolitisme, la collection de vases et assiettes s'appelle portant «La Côte-aux-Fées». L'artiste balaie toute présomption de nostalgie en arguant que c'est là un exercice imposé de Pfister, qui demande des noms en référence aux lieux des origines. «Et je n'allais pas appeler ma collection Le Cerneux-Péquignot tout de même!» N'empêche, outre le fait que le nom sonne avec la magie voulue, l'allusion aux racines n'est pas vaine: «Une bonne part de ma culture professionnelle valorise le bel objet, réalisé à la main, raconte-t-il. Avec labeur, peut-être, mais avec cette fierté de la belle pièce qui n'existait pas avant qu'on la fabrique.» L'aura-t-on deviné? Grand-papa était horloger, comme de bien entendu! ☺



François Berthoud

L'illustrateur de mode neuchâtelois avait jusqu'à présent mis tout son talent au service de marques de luxe et de prestigieux magazines tels que *Vogue*, *Vanity Fair* ou *The New York Times*. Avec le défi créatif que la maison Pfister lui a confié en 2011, il offre au grand public suisse sa vision artistique des objets du quotidien.



De véritables œuvres d'art, signés Lalique.

Le génie dans la bouteille

DU CRISTAL CISELÉ COMME UN DIAMANT, UN FIL D'OR POUR SCELLER L'ACCÈS À UN TRÉSOR OLFACTIF: LE FLACON DE PARFUM ENIVRE PARFOIS LES SENS AUTANT QUE LE JUS QU'IL ABRITE

TEXTE ANOUK SCHUMACHER

LES MÉLANGES SUTILES qui composent un parfum ont le pouvoir d'évoquer des mondes, de faire naître des personnalités olfactives. Ces essences s'incarnent aussi dans les flacons précieux qui les habillent. Entre artisanat et industrie, l'univers du flaconnage rencontre parfois le chemin de l'art. Vraiment? On déchant vite en parcourant les rayons des grands distributeurs: les bouteilles se ressemblent derrière leurs appâts superficiels et il semble que l'idée de faire correspondre contenant et contenu ait disparu. Certains flacons contemporains réservent tout de même de vraies surprises sensorielles: le toucher du cuir Hermès sur le bouchon de son nouveau Santal Massoïa par exemple. Des trésors sont également nés cette année sous la forme d'éditions limitées. La Femme bleue, d'Armani Privé, éditée à seulement 1000 exemplaires, dont le corps de verre aux angles adoucis emprunte au bleu nocturne ses pouvoirs d'évocations. L'édition limitée de la classique Colonia Aqua di Parma: autour du flacon art déco original, le designer et architecte Luca Sacchetti a conçu des géométries noires glissant sur le liquide doré à mesure qu'on le tourne. Enfin, pour le lancement de Dahlia noir, Ricardo Tisci, directeur de collection chez Givenchy, a demandé au designer Fabien Baron des lignes pures et classiques mais un bouchon acéré comme une dague permettant de déposer une goutte de parfum dans le creux du cou. Parions que cette édition réalisée par la Cristallerie Baccarat déchaînera les passions des collectionneurs. Les maisons de vente aux enchères ne s'y sont pas trompées, les ventes spécialisées remportent un vif succès et les cotes dépassent parfois plusieurs dizaines de milliers de francs. Designers renommés et finitions (polissage, taille, satinage au sable ou bouchage à l'émeri) exécutées à la main sont les recettes de cet engouement.

Un art du siècle passé

L'essentiel du flaconnage en parfumerie est aujourd'hui assuré par des maisons françaises de tradition comme Saint-Gobin et Pochet ou Bormioli Rocco en Italie. C'est durant les premières années du siècle dernier que flacon a connu son heure de gloire. Son développement découle de l'industrialisation de la parfumerie, suite à la découverte des molécules de synthèse. Le XX^e siècle voit aussi l'entrée des couturiers dans un monde jusque-là réservé aux parfumeurs. Paul Poiret est le premier à proposer un parfum en marge de ses vêtements avec la gamme des Parfums de Rosine. Suivront Chanel, Lanvin... Artistes, décorateurs et architectes comme Louis Süe ou Georges Chevalier créent des flacons qui suivent les modes; le flaconnage doit représenter l'image d'une maison aussi bien que la fragrance qu'il contient. Les meilleures manufactures sont mandatées pour réaliser ces écrans précieux. René Lalique dessine ainsi de nombreuses bouteilles pour le parfumeur Coty, comme Complice. Son fils, Marc, signe les inoubliables colombes de l'Air du Temps, de Nina Ricci. Une collaboration qui perdure pour les flacons de luxe de la maison. Les verreries Brosse réalisent le N°5 de Chanel ou les boules Arpèges de Lanvin, Baccarat des bouteilles pour Caron ou un flacon en forme d'éléphant pour Kismet de Lubin. Peintres et sculpteurs se frottent aussi à l'art du flaconnage. Fernand Léger dessine Cantilène pour Revillon, Salvador Dali l'inoubliable Roy Soleil pour la couturière Elsa

Schiaparelli. En 1921, Marcel Duchamp fait définitivement basculer le flacon de parfum du côté de l'art, recyclant une bouteille de Rigaud en ready-made assisté unique qu'il nomme avec ironie Belle Haleine, Eau de Voilette. Mais dans l'industrie, les flacons suivent les modes et les lancements se succèdent à un rythme effréné, diluant inexorablement le génie créatif. Alors ou trouver aujourd'hui des flacons aussi raffinés que ceux de la grande époque de Joy de Patou?

Niche discrète pour haute parfumerie

Surprise, en poussant la porte de la parfumerie Théodora. De Molinard aux Editions de parfum Frédéric Malle, chaque maison déclina sa bouteille à l'identique. «Mes clients recherchent avant tout des matières premières d'exception. Les seules demandes que je reçois pour le flaconnage concernent les vaporisateurs de voyage», explique Sophie Bianchi, qui propose le meilleur de la haute parfumerie depuis six ans à Genève. Le flacon s'efface au profit du jus. Bienvenue dans le luxe pérenne! Une sobriété qui n'est pas sans rappeler la démarche de Chanel en 1921. Comme écrivain pour N°5, elle avait voulu des angles nets et une étiquette noire et blanche, reprenant les codes de la maison. Rien de trop pour ce flacon exposé dès 1959 au MoMa. La parfumerie très haut de gamme compte aussi des flacons extraordinaires, uniques même, mais en marge du réseau de distribution. La toute jeune maison française Art&Sens propose un service totalement personnalisé pour une clientèle internationale privilégiée. «Chaque client peut puiser dans une mallette conçue spécialement pour le projet les essences les plus précieuses et des matériaux d'exception afin de créer sur mesure un parfum mais aussi son flacon, explique Aymeric Wuidart, directeur associé. Nous travaillons avec les meilleurs spécialistes de tous les domaines, que ce soit des nez renommés ou des artisans spécialisés, la Cristallerie Saint-Louis par exemple.» Des flacons recouverts de peaux rares, de joaillerie ou dessinés par un ami artiste, tout est possible dans le monde de ces «sculpteurs de parfum» qui renouvellent la tradition du parfum comme expérience de tous les sens. ☉



EXPO

Le Musée de Belleïve de Zurich propose de plonger au cœur de l'imagerie du parfum, du IV^e siècle à nos jours. Le flacon le plus spectaculaire? Selon Sabine Flaschberger, curatrice de l'exposition, celui du parfum Sleeping, d'Elsa Schiaparelli, datant de 1938, pour sa forme en bougeoir surréaliste. Parfum, Verpackte Verführung, du 2 déc. 2011 au 9 avr. 2012.

Les collectors 2011

Armani/Privé La Femme bleue, édition limitée à 1000 exemplaires, incarne le parfum que souhaitait Giorgio Armani pour sa collection.
Acqua Di Parma Colonia Designer Edition, a été imaginé par Luca Scacchetti, figure de proue du design et de l'architecture italienne contemporaine.
Givenchy Le flacon de Dahlia noir, édition limitée à 200 exemplaires, a été conçu par la maison de haute cristallerie française Baccarat.





Au relais de Colombire, la vue fait partie de la déco. De nuit aussi: lumières comme à Noël.

10

TABLES HAUT PERCHÉES

MANGER EN MONTAGNE
RELÈVE DE PLUS EN PLUS DE
L'EXPÉRIENCE LOUNGE: DÉCO
ET MENUS SOIGNÉS, AU TOP

TEXTE SYLVIE ULMANN



1 Le Relais de Colombire, Crans-Montana

L'ambiance Cette cabane, tout en béton brut, se veut l'interprétation contemporaine de la pierre sèche des constructions anciennes du hameau. Par beau temps, on profite de la terrasse et on admire le Weisshorn, la pointe du Cervin et la Dent Blanche qui resplendent en face. Si l'air est plus frais, on se replie à l'intérieur sans perdre une miette du paysage derrière les grandes fenêtres.

La philosophie Angela Masciulli Bernasconi, qui a repris l'endroit au début de l'été, mise à fond sur la cuisine d'autrefois, des plats goûteux et consistants, toujours épicés d'une touche d'originalité. Le risotto se parfume de lard et la fondue, évidemment râpée maison, doit sa saveur à un mélange spécial.

Goûter absolument La polenta, déclinée en trilogie.

Le prix De 5 à 48 fr., à la carte.

Y aller En hiver, l'endroit se mérite et s'atteint à la force du mollet: on y monte à raquettes ou à peau de phoque, on y descend à skis. Luges sur réservation.

Au Hameau de Colombire, près d'Aminona, tél. 079 220 35 94, www.colombire.ch

2 Le Cristal, Verbier

L'ambiance Chalet version design: certes, les abat-jours ou quelques sièges sont en peau de vache, les autres sont recouverts de daim. Mais sur les murs, dont certains sont rouge orangé, des photos noir et blanc hypersobres viennent calmer le jeu. Par beau temps, profitez de la terrasse et du sublime panorama – après tout, vous êtes à 2200 mètres d'altitude!

La philosophie De la cuisine traditionnelle de montagne, mais avec un plus. Eric Jan, le chef, a entre autres œuvré dans deux Relais & Châteaux du village, le Chalet d'Adrien et le Rosalp. Ne zappez surtout pas la carte des desserts, car il s'est adjoint les services d'un chef pâtissier!

Goûter absolument Le pot-au-feu à l'os à moelle côté salé, la boule de neige au rayon desserts.

Le prix A la carte.

Y aller Avec la télécabine pour les Ruinettes. Vérifiez l'heure de la dernière benne si vous comptez l'emprunter pour descendre. Ou faites comme les mordus du ski, qui rentrent aux flambeaux.

A Verbier, tél. 027 771 42 44.

3 Le Café du Théâtre, Zermatt

L'ambiance Déjantée, comme il se doit dans les créations du fameux architecte et artiste Hans Julen. A l'étage de l'hôtel Backstage, frais ouvert au cœur de la station, le restaurant joue la carte «Belle Epoque», revisitée par l'esprit iconoclaste. Julen a d'ailleurs suspendu l'incroyable lustre de cristal, emblème du festival Unplugged (en avril), au centre de la pièce.

La philosophie Le café s'intègre à un ensemble délirant: hôtel aux chambres arty, salle de cinéma pour des soirées film & dîner, boîte de nuit, boutique design et spa déclinent la thématique de la création du monde. Emotions fortes à tous les étages.

Goûter absolument Pour le moment, petite restauration seulement. Mais on prévoit des soirées à thème, comme les dîners expérimentaux proposés par le jeune chef René Schudel, qui anime l'émission de télévision «Funky Kitchen Club» en Suisse alémanique.

Le prix Pas encore fixé.

Y aller A pied depuis la gare de Zermatt.

Backstage Hotel Vernissage, Hoffmattstrasse 4, à Zermatt, tél. 027 966 69 70, www.backstagehotel.chw



4 Guarda Val, Lenzerheide-Sporz

L'ambiance Rénové en 2008 en même temps que l'hôtel, il a rouvert en 2009 mais a conservé toute sa patine – certaines parties du complexe ont 3 siècles! Ce restaurant a beau être tout de bois vêtu, sa déco, toute en sobriété, lui confère une élégance subtile. Ici aussi, réservez au moins une nuit sur place, cela vous donnera l'occasion de profiter du divin petit-déjeuner et des deux autres restaurants. La terrasse vous offre une vue splendide sur la vallée tandis qu'au Crap Naros, également ouvert sur l'extérieur, vous dégusterez une cuisine plus simple.

La philosophie Aux fourneaux, le chef Karl-Heinz Schuhmair – 16 points au Gault & Millau – interprète les grands classiques valaisans tout en osant quelques incursions plus exotiques. Exquis!

Goûter absolument Le plateau de fromages.

Le prix 115 fr. pour le menu à 3 plats, 125 pour celui à 4, 155 pour celui à 5 et 175 pour celui à 6.

Y aller 20 minutes de voiture depuis Coire, ou avec le car postal pour Lenzerheide.

Maiensässhotel Guarda Val, Voa Sporz, à Lenzerheide, tél. 081 385 85 85, www.guardaval.ch

5 Cabane des Violettes, Crans-Montana

L'ambiance Plus authentique, on meurt: c'est une vraie cabane du Club alpin. Avis aux amateurs!

La philosophie Aux fourneaux, Franck Reynaud, de l'Hostellerie du Pas de l'Ours (17 au Gault & Millau, tout de même), qui travaille les produits du terroir valaisan dans un même souci de qualité. Résultat, des plats traditionnels mais au top – mélange de fromages spécial pour les fondues, myrtilles dans les saucisses. Des mets sur mesure sont proposés aux enfants.

Goûter absolument La polenta gratinée, sorte de galette de farine de maïs, est un plat qui a longtemps constitué le pain quotidien de nos ancêtres mais que nous avons eu tendance à oublier de nos jours.

Le prix De 10 à 37 fr., à la carte.

Y aller A skis, vous pouvez vous y rendre depuis le domaine skiable de Crans-Montana. A pied, vous êtes à deux minutes du sommet de la télécabine des Violettes. A skis de randonnée ou à raquettes à neige, vous la rejoindrez en 2 h 30 depuis la station ou en 2 h depuis le départ de la télécabine.

Rue du Pas-de-l'Ours 41, à Crans-Montana, tél. 027 481 39 19, www.cabanesdesviolettes.ch

6 Uto-Kulm, Uetliberg, Zurich

L'ambiance Panoramique. Le resto et l'hôtel dominent la ville du haut de leurs 871 mètres d'altitude. Par beau temps, la vue sur les toits et le lac est à tomber. Profitez-en pour réserver l'une des neuf suites pour la nuit. Les plus belles sont la Skyline et la Tower, d'où vous pourrez admirer les lumières de Zurich sans quitter votre baignoire. Les amoureux de la nature préféreront la Residenz, avec ses grandes baies vitrées orientées côté montagne.

La philosophie La cuisine est de saison. A l'heure où nous bouclons cette édition, la chasse est reine et le carpaccio de cerf fumé nous fait de l'œil. A la carte, on vous propose toujours un vaste choix d'assiettes végétariennes bonnes et originales.

Goûter absolument La mousse aux deux Toblerones, en croisant les doigts pour qu'elle figure toujours à la carte! Prévoyez un petit tour à pied pour digérer.

Le prix Menu à 79 fr. (5 plats). Si vous préférez commander à la carte, les plats vont de 26 à 79 fr.

Y aller De la gare de Zurich, la ligne n° 10 du S-Bahn (S10) vous y emmène en seulement 20 minutes. Uetliberg, à Zurich, tél. 044 457 66 66, www.utokulm.ch



7 Chez Vrony, Findeln, Zermatt

L'ambiance Vintage. Dans les années 20, les grands-parents de Vrony, la patronne, servaient déjà des plats dans ce qui n'était alors qu'une simple cabane de montagne perchée à 2100 mètres d'altitude dans le hameau de Findeln, au-dessus de Zermatt.

Ses parents en ont fait un restaurant dans les années 60, qu'elle a repris en 1995. Sur la terrasse on admire la vue sur le Cervin, blotti sous une peau de mouton.

La philosophie Locavore, mais au top. La viande séchée et le fromage sont faits sur place. Point de scampis, mais des saveurs de l'Italie, toute proche. Et une note de 13 sur 20 au Gault & Millau.

Goûter absolument Le «Vrony Burger», fait maison et servi sur une planchette en bois entre deux tranches de pain, délicatement toastées.

Le prix De 5 à 48 fr., à la carte.

Y aller En hiver, le repas se mérite et s'atteint à la force du mollet: on y monte à raquettes ou à peaux de phoque, on y descend à skis depuis Aminona.

Au hameau de Findeln, à Zermatt, tél. 027 967 25 52, www.chezvrony.ch

8 Le Grenier d'Adrien, Verbier

L'ambiance Perché à 2200 mètres, le Grenier joue le clin d'œil rétro. Son décor n'a pas changé depuis qu'Adrien de Turckheim, à qui l'hôtel doit son nom, y a été accueilli en 1903. Les plats se préparent toujours sur le même vieux fourneau et dans les mêmes chaudrons de cuivre.

La philosophie Sa cuisine est traditionnelle, mais stylée et ne s'interdit pas quelques incursions exotiques. Vous y mangerez donc aussi bien de la raclette qu'une salade mexicaine ou des cuisses de grenouille... Derrière ces assiettes comme derrière la carte du fameux Chalet d'Adrien, au village, une seule et même toque, celle du chef Marco Bassi.

Goûter absolument Les mets au fromage. La raclette vient de Bagnes, la fondue, de la laiterie de Bruson et se pare de truffes, et le gruyère se déguste. On ne vous dit que ça...

Le prix De 22 à 35 fr., menu ou carte de 50 à 65 fr.

Y aller En télécabine, depuis les pistes.

Chemin des Creux, à Verbier, tél. 027 771 62 00, www.chalet-adrien.com

9 Ofenhorn, Binn

L'ambiance Ressourçante! Selon certains géobiologues, le Binntal bénéficierait d'une énergie particulière qui n'aurait pas son pareil pour nous retaper intérieurement. Les plus sceptiques noteront simplement que cette vallée est hyperprotégée, donc particulièrement calme. Pour en profiter au maximum, n'hésitez pas à réserver une nuit dans l'hôtel historique, situé juste au-dessus du restaurant.

La philosophie La cuisine est traditionnelle valaisanne, ce qui ne dépare pas dans ces murs datant de 1883 – beaucoup de pièces sont d'ailleurs encore d'époque. Le menu se colore volontiers de spécialités du Piémont, tout proche.

Goûter absolument Ce que vous voudrez, mais accompagné de vin – les patrons prennent tout spécialement soin de leur cave. On vous recommande le fameux vin rouge du pays: le Cornalin.

Le prix 39 fr. en demi-pension (4 plats).

Y aller Prendre l'autoroute A9 puis suivre Brigue, Naters, Ernen et enfin Binn.

Uf em Acher, à Binn, tél. 027 971 45 45, www.ofenhorn.ch



En altitude, **l'ambiance 100% cosy** entraîne une clientèle avisée et gourmande jusqu'aux sommets du confort

Une chaise à poils pour transposer l'atmosphère cimes blanches jusqu'en plaine: un fauteuil enneigé.



En plaine, sous la grisaille, c'est le côté cosy des restaurants de montagne qui nous manque. Le feu dans la cheminée et les peaux de vache, de mouton, sous lesquelles on se blottit pour siroter un chocolat chaud en regardant la buée sortir de sa bouche. La maison Cassina, éditrice de meubles, en connaît un rayon en matière de détente – on lui doit notamment la chaise longue «LC4» signée Le Corbusier, qu'elle n'avait pas hésité à vêtir d'une peau de vache, justement. Elle vient de livrer une version totalement cocooning de sa «Tre Pezzi Armchair», un summum de confort créé par Franco Albini en 1959, entièrement rhabillée d'agneau blanc de Mongolie. Une manière d'adapter la tendance «peau de bête» au milieu urbain. Seule ombre au tableau: une fois que l'on s'y est lové, impossible d'en sortir! Mais ce sera tout de même nécessaire pour aller la payer, car elle n'existe qu'à cent exemplaires! **Tre Pezzi Wool», Franco Albini pour Cassina, environ 6800 fr.**

10 Wasserngrat, Gstaad

L'ambiance Montagnarde! Installé dans l'ancienne arrivée du télésiège – un bâtiment tout en bois – l'endroit mise sur une atmosphère à la fois rustique et cosy. On peut s'y arrêter pour une pause dans sa journée de ski, mais on peut également le réserver pour une soirée privée. Expérience féérique garantie!

La philosophie Jouer la carte locale, sans hésiter à l'épicer d'une touche d'exotisme – les plats y sont souvent relevés d'une note eurasienne. Et pour celles et ceux qui tiennent à la tradition, fondues et croûtes au fromage figurent évidemment aussi au menu.

Goûter absolument L'émincé et ses röstis, un incontournable de la cuisine locale, pour se mettre d'emblée dans l'ambiance montagne.

Le prix De 10 à 45 fr., à la carte.

Y aller Le nouveau télésiège ultramoderne à quatre places du Wasserngrat vous emmène au sommet en six minutes seulement. Ne faites surtout pas marche arrière s'il neige ou s'il fait froid, il est équipé de bulles de protection qui vous isolent des intempéries.

Wasserngrat, à Gstaad, tél. 033 744 96 22, www.wasserngrat.ch

«Avec des gants en caoutchouc, je ne sentirais rien», constate Adriana Foresta, qui vient de désinfecter ses mains pour se mettre au travail. Avec ses collègues, Adriana a déjà préparé un nombre incalculable d'amaretti traditionnels. Tous les jeudis, les quatre femmes se retrouvent dans la boulangerie pour y confectionner les biscuits aux amandes italiens à la mode savoyarde. Ici, pas de travail à la chaîne. Seule la minutie du travail artisanal compte. «C'est la raison pour laquelle vous ne trouverez jamais deux amaretti Sélection identiques», explique Adriana en formant habilement un autre biscuit.



MIGROS Sélection



MIGROS

M comme Meilleur.

Belles bulles d'ici

LES VINS MOUSSEUX DES CAVES ROMANDES ONT PLUS QUÉ JAMAIS LA COTE. BUVEURS SNOBS S'ABSTENIR!

TEXTE PIERRE THOMAS

LES CHAMPAGNES SONT SA PASSION. «La région, au Nord de la France, était climatiquement préétablie et elle a réussi à faire le vin le plus connu au monde.» Le Vaudois Daniel Marendaz ne manque jamais de tirer son chapeau au savoir-faire des Champenois. Cet agriculteur, vinificateur autodidacte, a plongé dans les bulles il y a trente ans. Il est resté chez lui, à Mathod, au cœur de la plaine de l'Orbe, dans une région qui ressemble à la Champagne qu'il décrit. La renommée en moins. Ici, les vignes ont gelé en 1956. Le canton de Vaud a interdit d'en replanter pendant un quart de siècle. En 1983, Daniel Marendaz a recommencé. Dans quelques mois, il portera la surface de son domaine à 12 hectares, dont un tiers sert à élaborer des vins mousseux. Opiniâtre, il a mis ses connaissances, acquises lors d'un stage en Champagne, au service des vignerons-encaveurs romands. Il vient d'agrandir ses installations, pour «manipuler» jusqu'à 60 000 bouteilles par an. Les vignerons lui apportent leurs vins pour la refermentation



Le mousseux suisse romand s'élabore selon la méthode champenoise.

PUBLICITE

Perfetto!



DTP number: B001

Une passion toute particulière!

Au moment de Noël, rien de mieux que de gâter ses sens! Grâce au modèle Intelia Class de Philips Saeco, il devient facile de faire une pause et de déguster: la machine à café vous apporte un morceau d'Italie à la maison. Préparez votre espresso, votre café ou votre cappuccino à votre goût. Simplement d'une seule touche grâce au broyeur en céramique et au système performant de préparation de la mousse de lait.

philips.ch/saeco

PHILIPS
Saeco

sense and simplicity

individuelle en bouteille et la prise de mousse. Sa fille, Valérie, 20 ans, est en stage chez les frères Cruchon, à Echichens (VD). Lesquels Cruchon misent depuis plusieurs années sur le moussoux. Pour Raoul, l'œnologue, c'est un vrai défi. Ce «concept total» commence à la vigne, avec des cépages choisis. Comme du côté de Reims, il fait confiance au chardonnay et au pinot noir, mais n'exclut pas le pinot blanc à l'avenir. Le Vaudois s'est équipé d'un pressoir champenois, où la tête et les queues de la vendange sont éliminées. Le vin passe huit mois dans des barriques de 500 litres, pour respirer. Il ne fait pas sa deuxième fermentation, la malolactique, pour garder de la vivacité. Ensuite, a lieu la prise de mousse. Depuis 2008, Raoul Cruchon met en bouteilles lui-même et gère son stock «sur lattes». Le dégorgage, soit l'élimination des lies du vin qui refermente, est effectué chez Daniel Marendaz.

Une carte locale à jouer

L'élaboration d'un vin mousseux en méthode traditionnelle – un euphémisme pour «champenoise», réservée à la seule région française d'origine – nécessite du temps. «J'aime garder mes vins deux à trois ans sur lattes. Plus le vin mûrit, plus les arômes se développent. Mais ils ne sont pas du goût de tout le monde, constate Daniel Marendaz. En Suisse, nos productions de base montent en degré d'alcool rapidement.» C'est aussi ce phénomène, lié au réchauffement climatique, qui rend aujourd'hui des vignobles plus au nord, comme en Angleterre, très attractifs. A Cartigny, l'autre «manipulateur» (entendez celui qui élabore le moussoux) de Suisse romande, le Genevois Xavier Chevally, voit dans cette maturité des raisins un «facteur intéressant, avec des arômes plus mûrs, pour des produits moins acides, plus faciles d'accès». Car les amateurs de vins élaborés sur l'acidité ne sont pas si nombreux...

La Suisse romande a donc une belle carte à jouer avec des cépages locaux. Un gewurztraminer (comme celui de Bertrand Favre, seul médaillé d'or à Genève au printemps dernier), une amigne (chez Romain Papilloud, à Vétroz) ou un païen-heida (à Visperterminen, à la Sankt-Jodernkellerei), voire une petite arvine, donnent des produits «bien de chez nous». Xavier Chevally, qui «champagnise» près de 100 000 bouteilles, réparties à hauteur de 1500 à 3000 unités chez des dizaines d'encaveurs romands, trouve «un avantage» à cette diversité. «La palette d'arômes s'ouvre: il y en a pour tous les goûts!»

Notre choix de quatre vins mousseux romands



Cuvée Prestige Brut Louis Thiébaud

Un pur chardonnay, 100% neuchâtelois. A décroché une médaille d'or au concours Chardonnay du Monde 2011 et à la Sélection cantonale de Neuchâtel 2011. Citron et miel en harmonie à l'attaque, avec des notes de levure et de brioche en fin de bouche. Un joli «blanc de blancs» d'apéritif, issu d'une maison experte en moussoux. 23 fr. 80, 6000 bouteilles AOC Neuchâtel www.thiebaud.ch



Etoile de Miolan Bertrand Favre, Choulex

Manipulé par Xavier Chevally, le seul effervescent médaillé d'or à la Sélection de Genève 2011. Bertrand Favre, qui cultive son gewurztraminer en biodynamie (agriculture autonome et diversifiée), vient de passer au nouveau millésime. Aromatique et doux à la fois (moins de 15 g de sucre), il convient aux apéritifs et aux desserts peu sucrés. 19 fr., 1800 bouteilles AOC Genève www.vinsdegeneve.ch



Brut blanc millésimé 2008 Henri Cruchon

Raoul Cruchon a développé un grand savoir-faire pour cet assemblage de chardonnay et de pinot noir, moitié-moitié, pressés doucement, puis vinifiés en fût de 500 litres. Dégorgage chez le vigneron Daniel Marendaz. Très vineux, avec une bonne acidité, vif et ample, il se déguste à l'apéritif ou à table, sur du saumon fumé ou des poissons. 25 fr., 8000 bouteilles AOC Morges La Côte www.henricruchon.ch



Brut Collection F Les Fils de Charles Favre

En 2009, pour fêter les 50 ans de la «Dame de Sion» – un pur fendant! – la Maison Favre avait mis sur le marché un moussoux. Elle le relance cet hiver, paré d'un tout nouvel habit. Pur chardonnay récolté sur les hauts de Savièse et manipulé par Xavier Chevally, il est sec, vif et légèrement citronné. Idéal pour l'apéritif et plus si affinités. 25 fr., 6000 bouteilles AOC Valais www.favre-vins.ch

PUBLICITE



Pour un joyeux Noël: la carte cadeau.

Pour faire plaisir à coup sûr, offrez une carte cadeau Coop! Il vous suffit de définir sa valeur et de l'offrir à la personne de votre choix, qui pourra ainsi acheter ce qui lui plaira. La carte cadeau Coop est en vente dans tous les magasins Coop.

coop

Pour moi et pour toi.



Niché sur la côte est de l'île, le site paradisiaque de Belle Mare.



Le Touessrok est une figure de proue des hôtels cinq étoiles dans le monde.



Les piscines du Long Beach longent des plages naturelles.

Mon séjour dans une carte postale

POUR SE FAIRE UN BRONZAGE HORS SAISON ET OUBLIER LE FROID HIVERNAL, L'ÎLE MAURICE PROPOSE UN REFUGE PRÉSERVÉ DU TOURISME DE MASSE. CAP SUR UN HAVRE LUXE & STYLE

Jour 1

Mais où sont les dodos?

Après onze heures de vol direct depuis Genève – ça fait quand même une trotte! – débarquement dans le petit aéroport international de l'île Maurice. Le soleil tape fort, pas le temps de s'attarder sur le tarmac, direction le bus navette pour une inspection du Long Beach, dernier-né des hôtels de luxe. Sur la route sinueuse, des champs verdoyants de canne à sucre s'étendent à perte de vue et des noms de bleds aussi chantants que l'accent créole égayent le paysage: le «Bois aux Amourettes», le «Trou aux Biches» ou la «Pointe aux Piments». Pas un dodo à l'horizon! La mascotte de l'île a été dévorée et décimée il y a bien longtemps par les premiers colons hollandais trop voraces. Après une bonne heure de route, c'est l'arrivée au Long Beach, au design à la fois massif et sobre face à l'océan. L'accueil se fait cocktail à la main, sur une grande étendue de gazon coupée au millimètre. Pour un peu, on croirait fouler un green de golf. Pas étonnant, puisque cet hôtel se destine aux sportifs, avec un practice de golf justement, un mur de grimpe, trois courts de tennis, un fitness de deux étages, un terrain de football, un autre de volleyball, du tir à l'arc et un jogging track. Ouf! Rien que de voir tous ces terrains qui s'étendent derrière l'hôtel, ça épuise! En fin de journée, des buffets sont installés sur la plage pour servir et cuisiner, sous votre nez, des mets absolument succulents: homards, coquilles Saint-Jacques, oursins... Mais toujours pas de dodo à déguster!

Jour 2

Le Bazar aphrodisiaque

Retour sur la route pour découvrir la capitale: Port Louis. 1,2 million d'habitants et un calme nonchalant, décontracté, très communicatif, les rues sont pleines sans que l'on se bouscule. Le Bazar est le point fort à ne pas manquer: des allées de produits frais où le parfum piquant de piment se mêle aux senteurs de fruits et d'herbes. Un herboriste y vend différentes tisanes de santé pour soigner tous les maux de la terre, à en juger par la richesse de son étal. Il y a même du thé aphrodisiaque! Le vendeur se fait fort sympathique, mais non, c'est très gentil, je n'ai pas besoin de tisane, même aphrodisiaque!

Jour 3

Trek et moustiques

En plus de préserver le calme de leur paradis, les Mauriciens tiennent à protéger la nature. La réserve naturelle de la Ferney Valley en témoigne. L'enjeu: cette forêt montagneuse aux plantes endémiques et exotiques aurait dû être rasée pour faire place à une autoroute et un tunnel. Les habitants se sont battus pour préserver cette nature. La visite se fait logiquement à pied, mais attention à se sprayer d'anti-moustiques sur chaque centimètre de peau au préalable. Dans la jungle, la guide décline les plantes et leurs vertus. Tel tronc, une fois gratté, dégage ses senteurs de clou de girofle, telle feuille cassée et frottée sur la peau soigne les piqûres d'insectes, ces graines bleues de palmier auraient des effets aphrodisiaques. Encore!? Décidément, l'île regorge de surprises!

Jour 4

Lecture sur la plage

Une Romande amoureuse de l'île a publié, l'été dernier, un roman qui raconte chaque recoin de nature, chaque odeur qui flotte dans les plantations. Quel meilleur endroit pour le lire!? Je m'allonge sur la chaise longue ultradesign et je plonge dans *Ce que racontent les cannes à sucre* (Editions Plaisir de Lire), de Annick Mahaim. Une aventure qui mène une jeune scénariste déprimée dans les troubles de l'époque coloniale. Sang, larmes et sueur. Mais retour au présent dans l'eau transparente sur sable blanc...

Jour 5

L'hôtel des Beckham

Pour le dernier jour, je visite Touessrok, l'hôtel le plus prestigieux de l'île, si ce n'est de l'Océan Indien, et membre du Leading Hotels of the World. Stores en

palissandre de Madagascar, meubles d'osier couleur chocolat, tissus de couleurs vives et murs de chaux blancs, on se croirait dans un palais des Mille et une Nuit, les piscines en plus. Wow! Parmi les clients stars, l'hôtel compte la famille du célèbre footballeur anglais David Beckham. Avis aux amateurs, il faut compter 12000 euros la nuit en haute saison pour la villa VIP, mais bon, il faut souligner que le prix comprend un chef de cuisine, une nounou et des majordomes, tous disponibles vingt-quatre heures sur vingt-quatre. Le Touessrok a même son île privée flanquée de hamacs. Le dimanche, on y sert un brunch royal sur des tables en bois, les pieds enfouis dans le sable chaud. Finalement, ce n'est pas si mal de ne pas être riche: au moins, il n'y a pas la tentation de dévorer le sublime buffet. Et le sable blanc suffit amplement pour se fixer le moral sur grand beau avant de retrouver le stratus romand. ☺

Les incontournables

Gastronomie indienne au Safran:

Le meilleur indien de l'île, super élégant, avec une note contemporaine, sous l'impulsion du chef Ramesh Bundi. www.letouessrokresort.com

Balade éco à Ferney Valley: Une réserve naturelle préservée par les ONG et des espèces menacées comme les énormes chauves-souris mauriciennes.

Bazar de Port Louis: Toutes les saveurs et les parfums, en un seul marché.

Sea Spa de l'hôtel Long Beach:

Une relaxation totale selon des thématiques géographiques telles que l'Orient, la Polynésie ou l'Amazonie. www.longbeachmauritius.com

Île privée de l'hôtel Touessrok:

Rivale de l'île aux Cerfs, l'îlot s'appelle Mangénie et accepte les non-résidents au restaurant Crusoé.

Merci à l'Office du tourisme de l'île Maurice pour son accueil.

Etoile des neiges...

POUR ILLUMINER LES FÊTES, ROBES, ACCESSOIRES
ET BIJOUX SE PARENT DE PURETÉ. UNE AMBIANCE
IMMACULÉE QUI INVITE A LA NUIT BLANCHE

STYLISME ANOUK SCHUMACHER



1



2



3



4



5



6



7

ÉCLAT DE BLANC

1. Robe en crêpe, **Alexander McQueen**, 3140 fr. sur www.net-a-porter.com.
2. Broche Etoile du Nord en or blanc 18 carats, sertie de diamants, pierres de lune, opales et nacre, **Chanel**, prix sur demande.
3. Boule de Noël avec plumes, **Glasi Hergiswil**, 13 fr. 50.
4. Montre à secret Kalla Haute Couture à pampilles en or blanc 18 carats et diamants, **Vacheron Constantin**, prix sur demande.
5. Pochette en cuir **Dolce & Gabbana**, prix sur demande.
6. L'Eau Vanessa Bruno, **Biotherm**, 100 ml, 79 fr. (prix conseillé).
7. Escarpins Aimée à paillettes champagne, **Jimmy Choo**, 735 fr.

...et homme des glaces

LA BLANCHEUR SE DÉCLINE AUSSI AU MASCULIN:
EN TOTAL LOOK OU EN DÉTAILS, LA NON COULEUR
ASSUME UNE ÉLÉGANCE INTEMPORELLE

STYLISME ANOUK SCHUMACHER



PANOPLIE ÉLÉGANTE

1. Montre Seamaster Planet Ocean, Omega, 5600 fr. **2.** Complet Richard James, veste 720 fr. et pantalon 315 fr., sur www.mrporter.com. **3.** Flûte Snowstar en verre soufflé à la bouche, Globus, 15 fr. 90. **4.** Echarpe en pure laine vierge, Globus, 49 fr. 90. **5.** Ornement de Noël, Globus, 6 fr. 90. **6.** Bottines en cuir kaki, Navyboot, 429 fr.

QUESTIONS DE STYLE



PAR SARAH
JOLLIEN-FARDELE

Elle est Romande et sa passion consiste à capter les tendances. La **blogueuse de mode** partage ses découvertes.

Adressez vos questions à encore@edipresse.ch

Sur elle

J'ai vu passer des jupes-culottes! Ça revient? Comment la porter? Juliette, Montreux

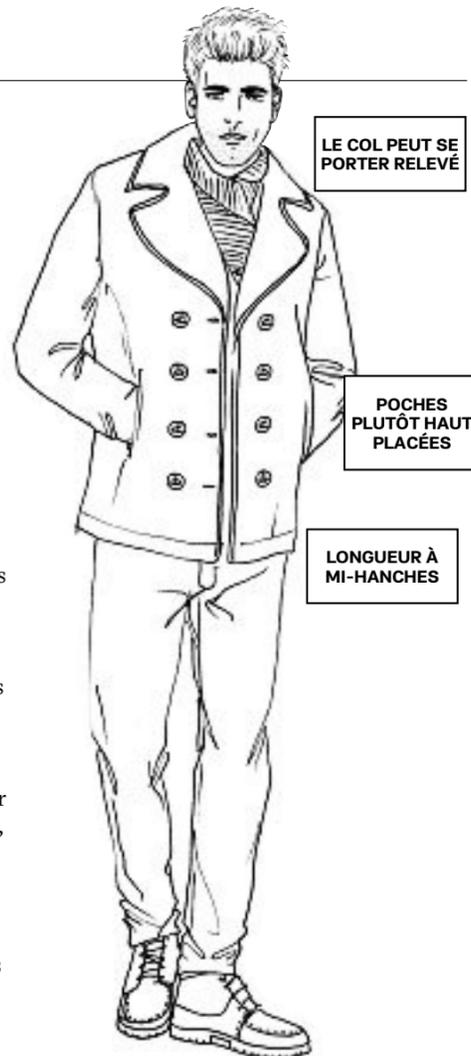
Nous devons sa réhabilitation à la directrice artistique de Gucci, Frida Giannini. Fourrure colorée + capeline + lunettes oversize + sac dadame, ça vous pose l'ambiance! Elle était séduisante en défilé grâce aux accessoires avec lesquels elle s'était acoquinée. Si elle étoffe les minçolettes et masque les rondeurs des pulpeuses, cet hybride mi-jupe mi-bermuda ne peut s'accommoder d'approximation. Le haut doit être étriqué pour contrebalancer son ampleur. Chemise à col lavallière ou blouse en soie fermée pour flirter avec le trend néo bourgeois. Essentiel aussi: des bottes hautes à la tige rigide, très années 70. Talons obligatoires pour ne pas faire Marie-Chantal ou, pire, bouffon. A moins de chercher un emploi chez Knie!



Sur lui

Je n'aime pas les manteaux. Je suis sportif, alors l'hiver je porte toujours une veste de ski. Que dois-je acheter pour plaire aux filles et avoir chaud? Paul, Villars

Un caban, pardi! Il est indispensable dans une garde-robe masculine. Ni trop chic, ni trop sport, ni métrosexuel (ça tombe bien: le retour du vrai mâle c'est maintenant!). Il vous donnera l'allure de ces hommes à la fois cools, virils et élégants (vous imaginez, tout ça grâce à un vêtement!) qu'étaient James Dean, Robert Redford, Paul Newman ou encore Steve McQueen. Le caban, c'est tout un style: grand col relevé, coudes à 90° lorsque les mains sont enfoncées dans les poches, bleu marine indémodable. Il ne doit être ni trop long ni trop court sur les hanches. Double boutonnage, trois boutons s'il est français, quatre s'il est américain (chez Schott par exemple). Et si vraiment aucune fille ne se retourne sur vous, envoyez-nous votre téléphone on arrangera ça!



PUBLICITÉ

CONTACT: +41 (0) 44 857 80 00 | SWISS@THOMASSABO.COM



Thomas Sabo

STERLING SILVER

WWW.THOMASSABO.COM

ADRESSES

- ADLER** www.adler.ch
AGENT PROVOCATEUR GENÈVE, rue du Purgatoire 1, 022 311 02 44. www.agentprovocateur.com
ALEXANDRA DARIER GENÈVE, rue Guillaume-Farel, 022 310 88 02. www.alexandradarier.com
ACQUA DI PARMA Tous les points de vente sur www.acquadiparma.it
ARTURO BELLI GENÈVE, rue de la Cité 19, 022 310 65 18. www.arturobelli.ch
ART&SENS Pour toute information, envoyer un e-mail à contact@artesens.fr
ATELIER PFISTER Disponible dans toutes les succursales Pfister. Liste des points de vente sur www.pfister.ch
BALIK RAUCHEREI IM TOGGENBURG AG MOGELSBERG, Im Moos. Commandes possibles par téléphone au 0800 837 560 ou sur la boutique en ligne www.balik.com
BALLY CRANS-MONTANA, rue du Pardo 6, 027 480 48 70 - GENÈVE, rue du Rhône 80-82, 022 310 22 87 - LAUSANNE, pl. St-François 9, 021 312 31 95. www.bally.com
BAUME ET MERCIER www.baume-et-mercier.com
BERNADAUD GENÈVE, Touzeau, rue du Rhône 65, 022 312 36 66 - MONTREUX, Touzeau, av. du Casino 28, 021 966 30 10. www.bernadaud.fr
BORSALINO GENÈVE, Coup de Chapeau, rue de la Cité 6ter, 022 310 87 10 - LAUSANNE, Coup de Chapeau, pl. Benjamin-Constant 1, 021 311 54 05 - GENÈVE, LAUSANNE, ZURICH, BÂLE, Bon Génie. www.borsalino.com
BOUCHERON www.boucheron.com
BREGUET www.breguet.com
BULGARI www.bulgari.com
BURBERRY CRANS-MONTANA, Attitude, Imm. Xirès II, 027 480 34 25 - GENÈVE, rue Céard 8, 022 311 34 25. Burberry, rue Céard 8, 022 311 34 25 - LAUSANNE, Olivier & François Ausoni, pl. St-François 5, 021 312 94 12. La Griffe Ausoni, pl. St-François 7, 021 321 81 81. Annabelle Élégance SA, rue de Bourg 24, 021 312 41 16 - MONTREUX, Attitude, Grand-Rue 83, 021 963 92 24 - SION, Attitude, rue de Conthey 9, 027 322 88 40 - VEVEY, Boutique 6° Sens, rue du Lac 30, 021 921 70 04. www.burberry.com
BUSTIER & CO. LAUSANNE, ch. des Sorbiers 4, 021 729 65 78. www.bustier.ch
CARAN D'ACHE Liste des points de vente agréés sur www.carandache.ch
CARTIER www.cartier.com
CASSINA Informations au 0039 3 62 37 21. www.cassina.com
CAUSSE GENÈVE, Charivari, rue d'Italie 8, 022 310 31 75 - LAUSANNE, Charivari, rue de la Paix 4, 021 312 92 14. www.causse-gantier.fr
CHANEL www.chanel.com
CHOPARD www.chopard.com
CHRISTOPHE GRABER ST-MORITZ, via Maistra, 081 834 90 00 - ZURICH, Fraumünsterstrasse 27, 043 344 88 33. www.christophegraber.com
DAVIDOFF GENÈVE, rue de Rive 2, 022 310 90 41. Liste des autres points de vente sur www.davidoff.com
DESIGNERS GUILD LAUSANNE, Reichenbach SA, av. de Fraisse 3, 021 614 35 35 - MORGES/TOLOCHENAZ, Reichenbach SA, rte de Genève 10, 021 804 50 00. Autres point de vente en Suisse sur www.designersguild.com.
DIOR JOAILLERIE www.dior.com
DOLCE & GABBANA CRANS-MONTANA, Julia & Co., imm. Rex, 027 481 74 77 -



NOUVEAU

35,5 cm (14")

- Son processeur Intel® Core™ i3 de 2e génération vous permet de tout faire.
- Ultra fin, il n'encombre pas tout l'espace dans votre environnement.
- L'ordinateur portable Inspiron série Z vous permet de vous connecter à tous vos appareils, où que vous soyez.

Optez pour la légèreté. Evidemment.

Inspiron™ 14z Inclus 2e génération de Processeur Intel® Core™ i3-2330M

A partir de 599 .-

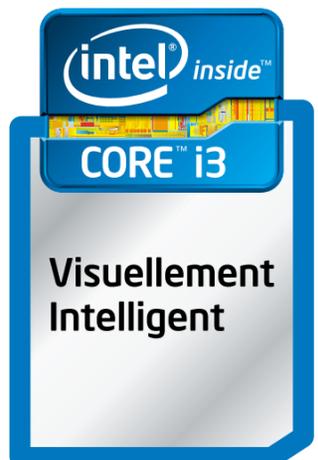
More You sur le site Dell.ch/deals ou au 0 848 335 564

Jours ouvrables: Lu-Ve 9:00-18:00

Pour votre nouveau PC, choisissez le processeur Intel® Core™ i3 de 2e génération. Les performances visuellement intelligentes commencent ici.

McAfee™ - PROTÉGEZ VOS BIENS LES PLUS PRÉCIEUX.

Dell SA, Route de l'Aéroport 29, C.P. 216, 1215 Genève 15. Tous les prix s'entendent en CHF, frais de transport, TAR et TVA 8% inclus. Microsoft, Windows, Windows Vista et le logo Windows Vista sont des marques déposées ou des marques commerciales de Microsoft Corporation aux Etats-Unis et dans d'autres pays. Inspiron™ et Studio desktop PC et Inspiron™ et Studio notebooks sont installés avec Microsoft® Office Starter 2010, si pas spécifié autrement. Sous réserve de modifications techniques, de fautes et d'erreurs d'impression. Celeron, Celeron Inside, Core Inside, Intel, Logo Intel, Intel Atom, Intel Atom Inside, Intel Core, Intel Inside, Logo Intel Inside, Intel vPro, Itanium, Itanium Inside, Pentium, Pentium Inside, vPro Inside, Xeon, et Xeon Inside sont des marques de commerce d'Intel Corporation aux Etats-Unis et dans d'autres pays. Les graveurs de DVD+/-RW pourraient ne pas être compatibles avec certains médias. Les autres noms et désignations peuvent être revendiqués comme marques par des tiers. Les logiciels OEM de Microsoft® sont préinstallés et optimisés par Dell™. Le bénéfice de la technologie Hyper Threading (HT) requiert un ordinateur doté d'un processeur Intel® qui la gère, un jeu de composants et un BIOS qui l'exploitent ainsi qu'un système d'exploitation optimisé pour elle. Les performances peuvent varier en fonction du matériel et des logiciels utilisés. Le processeur Intel® Core™ i5-750 pour PC de bureau ne gère pas la technologie HT. Pour obtenir plus de détails et savoir quels processeurs Intel gèrent la technologie HT, rendez-vous sur www.intel.com/info/hyperthreading. Les offres promotionnelles sont limitées à hauteur de 5 systèmes maximum par client. En matière de disques durs, 1Go équivaut à 1 milliard d'octets, mais la capacité utile peut varier légèrement selon le logiciel utilisé. Le temps de réaction indiqué est approximatif et peut varier en cas de circonstances particulières. Il dépend notamment de l'approvisionnement de pièces de rechange. La technologie Intel® Turbo Boost n'est disponible que sur les processeurs Intel® Core™ i7 et Intel® Core™ i5. Le bénéfice de la technologie Intel® Turbo Boost suppose que la plate-forme embarque un processeur qui en est doté. Les performances obtenues dépendent de la configuration notamment matérielle et logicielle du système. Pour savoir si tel est le cas d'une configuration donnée, interrogez son constructeur. Consultez www.intel.com/technology/turboboost/ à ce sujet. Le bénéfice de la technologie Hyper-Threading (HT) requiert un ordinateur doté d'un processeur Intel® qui la gère, un jeu de composants et un BIOS qui l'exploitent ainsi qu'un système d'exploitation optimisé pour elle. Les performances peuvent varier en fonction du matériel et des logiciels utilisés. Le processeur Intel® Core™ i5-750 pour PC de bureau ne gère pas la technologie HT. Pour obtenir plus de détails et savoir quels processeurs Intel gèrent la technologie HT, rendez-vous sur www.intel.com/info/hyperthreading.



L'APPLI QUI BUZZ



PAR **DIDIER BONVIN**

Journaliste **spécialisé Web et techno**, il repère chaque mois une application à télécharger d'urgence.

Le frigo qui tweet

Samsung pense à ceux qui rêvent d'envoyer des tweets tout en se servant une bière. Le géant coréen de l'électronique, en passe de dépasser Apple sur le terrain des smartphones, sort une nouvelle innovation que personne n'attendait vraiment: un frigidaire équipé d'un écran tactile bourré d'applications, le «Touchscreen Applified Refrigerator».

Samsung possédait déjà son propre App Store en ligne, une idée piquée à feu Steve Jobs, disponible sur les smartphones et les téléviseurs dits «intelligents». Et voilà que les applications font leur apparition sur les vénérables frigos. Pour quelles utilisations? Eh bien au cas où on a perdu son smartphone, on peut y vérifier la météo tout en se sortant une pizza surgelée, laisser des notes pour sa famille – le post-it c'est totalement has been – ou choisir des recettes sur le Web, car les livres de cuisine, c'est également dépassé! L'écran tactile minuscule permet en outre de regarder son album photo: très pratique d'installer toute sa famille devant son frigo pour montrer ses clichés de vacances! Enfin, il y a Facebook, et là, l'appli s'avère carrément indispensable. Depuis le temps que l'on rêvait de mettre à jour son profil depuis son frigo: «Hey! Je me sers du saucisson! LOL!». Au fait, c'est vraiment bon pour les aliments de se faire bombarder de WiFi à longueur de journée? Cette appli n'est pour l'instant disponible qu'aux US, pour env. 3200 fr., mais si on la récalme à cor et à cri, on l'aura peut-être un jour en Suisse!



Un frigo plein à craquer... d'applications!

022 310 86 46 – LAUSANNE, rue Caroline 2, 021 311 85 45. www.howell.ch
IWC www.iwccom
JIMMY CHOO BERNE, CHAVANNES-DE-BOGIS, GENÈVE, LAUSANNE, ZÜRICH, Bongénie. www.jimmychoo.com
KUONI Le modèle «Kuoni N°1» n'est disponible qu'à Zurich chez Kuoni Concierge, Bellevueplatz 5, 058 702 65 55, ou à Paris chez Colette, rue Saint-Honoré 213, 0033 1 55 35 33 90. Tous les autres points de vente de la marque sont sur le site www.kuoni.ch
LAGUIOLE Informations et commandes par téléphone au 0033 5 65 51 50 14 ou sur www.layole.com
LORO PIANA GENÈVE, rue du Rhône 80-82, 022 3111 80 82. www.loropiana.com
LOUIS VUITTON CRANS-MONTANA, rue du Prado, 027 481 82 12 – GENÈVE, rue de Rhône 33, 022 311 02 32 – LAUSANNE, rue de Bourg 30, 021 312 76 60. www.louisvuitton.com
MONTBLANC www.montblanc.com
NAVYBOOT CAROUGE, Bagatt, centre commercial La Praille, 022 301 66 75 – CHAVANNES-DE-BOGIS, Bagatt, Chavannes Centre, 022 960 06 83 – CRISSIER, Bagatt, centre commercial MMM Crissier, 021 634 15 85 – FRIBOURG, Fribourg Centre, 026 341 90 07 – LAUSANNE, Divarese, rue de Bourg 12, 021 323 10 76. Navyboot-Shop, rue Saint-François 12, 021 329 07 47. Aussi en vente chez Globus ou www.navyboot.ch
NORMANN COPENHAGEN BIENNE, Alabama, rue Centrale 39, 032 325 39 39. E-store sur www.normann-copenhagen.com
OMEGA www.omegawatches.com
PHILOSOPHY DI ALBERTA FERRETTI ZÜRICH, Bongénie. www.albertaferretti.com
PIAGET www.piaget.com
PIP HOME En vente chez Manor. www.pipstudio.com
RALPH LAUREN GENÈVE, Anita Smaga, rue du Rhône 51, 022 310 26 55. Carioca, rue Louis-Duchosal 6, 022 736 93 43 – LAUSANNE, Annabelle Élégance SA, rue de Bourg 24, 021 312 41 16 – VILLARS-SUR-OLLON, Biscoto, rue Centrale, 024 495 18 14 – GENÈVE, LAUSANNE, Bongénie et Globus. www.polo.com
RAYNAUD GENÈVE Touzeau, rue du Rhône 65, 022 312 36 66 – MONTREUX, Touzeau, av. du Casino 28, 021 966 30 10. Autres points de vente en Suisse sur www.raynaud.fr
ROYAL STAFFORD CAROUGE, Boutique Schilliger, centre commercial de La Praille, 022 301 24 10 – GENÈVE, Boutique Schilliger, av. Krieg 1, 022 840 46 97 – LAUSANNE, Boutique Schilliger, rue de la Madeleine 9, 021 351 54 40. www.royalstafford.co.uk
RIVES GENÈVE GENÈVE, rue Etienne-Dumont, 022 731 76 50. www.rivesgeneve.com
SERGIO ROSSI GENÈVE, Sergio Rossi, rue du Rhône 35, 022 310 86 15 – LAUSANNE, La Griffe Ausoni, pl. St-François 7, 021 321 81 81 – MONTREUX, La Griffe Ausoni, Grand-Rue 20, 021 963 84 94 – VILLARS-SUR-OLLON, La Griffe Ausoni, rue Centrale, 024 495 22 61. www.sergiorossi.com
SWAROVSKI www.swarovski.com
THEODORA HAUTE PARFUMERIE GENÈVE, Grand-Rue 38, 022 310 38 75. www.parfumerietheodora.ch
TIFFANY & CO. www.tiffany.com
VACHERON CONSTANTIN www.vacheron-constantin.com
VAN CLEEF & ARPELS www.vancleef-arpels.com
VILLEROY ET BOCH En vente chez Globus et Manor. www.villeroiy-boch.com
YOBA www.yobaparis.com
Remerciements
 A la Librairie-Galerie de l'Univers, rue Centrale 5, 1003 Lausanne, 021 312 85 42, pour le prêt du livre, ainsi qu'à Christophe Turrian, antiquités-brocantes, boulevard de Grancy 10, 1006 Lausanne, 021 617 33 56, pour les objets de la série mode et joaillerie.
 Merci également à Reichenbach SA à Lausanne, avenue de Fraise 3, 021 614 35 35, pour le prêt de la tapisserie qui figure en page 18 avec notre sélection d'assiettes décoratives.



Corset **Agent Provocateur**. Casquette et sac **Louis Vuitton**. Bague Teckel, collection Animal World et collier **Chopard**. Bague et bracelet maillon Panthère, **Cartier**. Bague collection Possession, **Piaget**.

(Suite adresses)

FRIBOURG, Davide Mode, bd de Pérolles 16, 026 322 25 07 – GENÈVE, Drake Store, rue Ami-Lévrier 9 (femmes), 022 731 87 32, et rue des Alpes 13, 022 732 24 42. Anita Smaga, rue du Rhône 49-51, 022 310 26 55 – LAUSANNE, Drake Store, rue de Bourg 22, 021 320 08 20. La Griffe Ausoni, pl. St-François 7, 021 321 81 81. Scorpion, rue de la Madeleine 18, 021 312 17 62 – MONTREUX, La Griffe Ausoni, Grand-Rue 20, 021 963 84 94; L'Empire, Grand-Rue 66, 021 963 24 94 – BERNE, GENÈVE, LAUSANNE, ZÜRICH, LUCERNE, Bongénie. www.dolcegabbanait
D&G CRANS-MONTANA, Julia & Co., imm. Rex, 027 481 74 77 – FRIBOURG, Davide Mode, bd de Pérolles 16, 026 322 25 07 – GENÈVE, Drake Store, rue Ami-Lévrier 9 (femmes), 022 731 87 32, et rue des Alpes 13, 022 732 24 42. Anita Smaga, rue du Rhône 49-51, 022 310 26 55 – LAUSANNE, Drake Store, rue de Bourg 22, 021 320 08 20. La Griffe Ausoni, pl. St-François 7, 021 321 81 81. Scorpion, rue de la Madeleine 18, 021 312 17 62 – MONTREUX, La Griffe Ausoni, Grand-Rue 20, 021 963 84 94. L'Empire, Grand-Rue 66, 021 963 24 94 – BERNE, GENÈVE, LAUSANNE, ZÜRICH, LUCERNE, Bongénie. www.dolcegabbanait
EBEL www.ebel.com
ERES GENÈVE, rue d'Italie 8, 022 810 33 20 – BÂLE, GENÈVE, LAUSANNE, ZÜRICH, Bongénie. www.eres.fr
GIORGIO ARMANI BEAUTY La Femme Bleue est en vente chez Globus. www.giorgioarmanibeauty.com
GIVENCHY Tous les points de vente sur www.givenchyconversations.com
GLASI HERGISWIL En vente chez Globus et Bongénie. www.glasi.ch
GREUBEL FORSEY www.greubelforsey.com
HAVILAND GENÈVE Touzeau, rue du Rhône 65, 022 312 36 66 – MONTREUX, Touzeau, av. du Casino 28, 021 966 30 10. Autres points de vente en Suisse sur www.haviland.fr
HERMÈS CRANS-MONTANA, rue du Prado, 027 481 03 03 – GENÈVE, rue du Rhône 43, 022 819 07 19 – LAUSANNE, rue de la Paix 1, 021 312 33 22. www.hermes.com
HOWELL GENÈVE, rue de la Rôtisserie 2,

PUBLICITE



Martinique

CARAÏBES FRANÇAISES

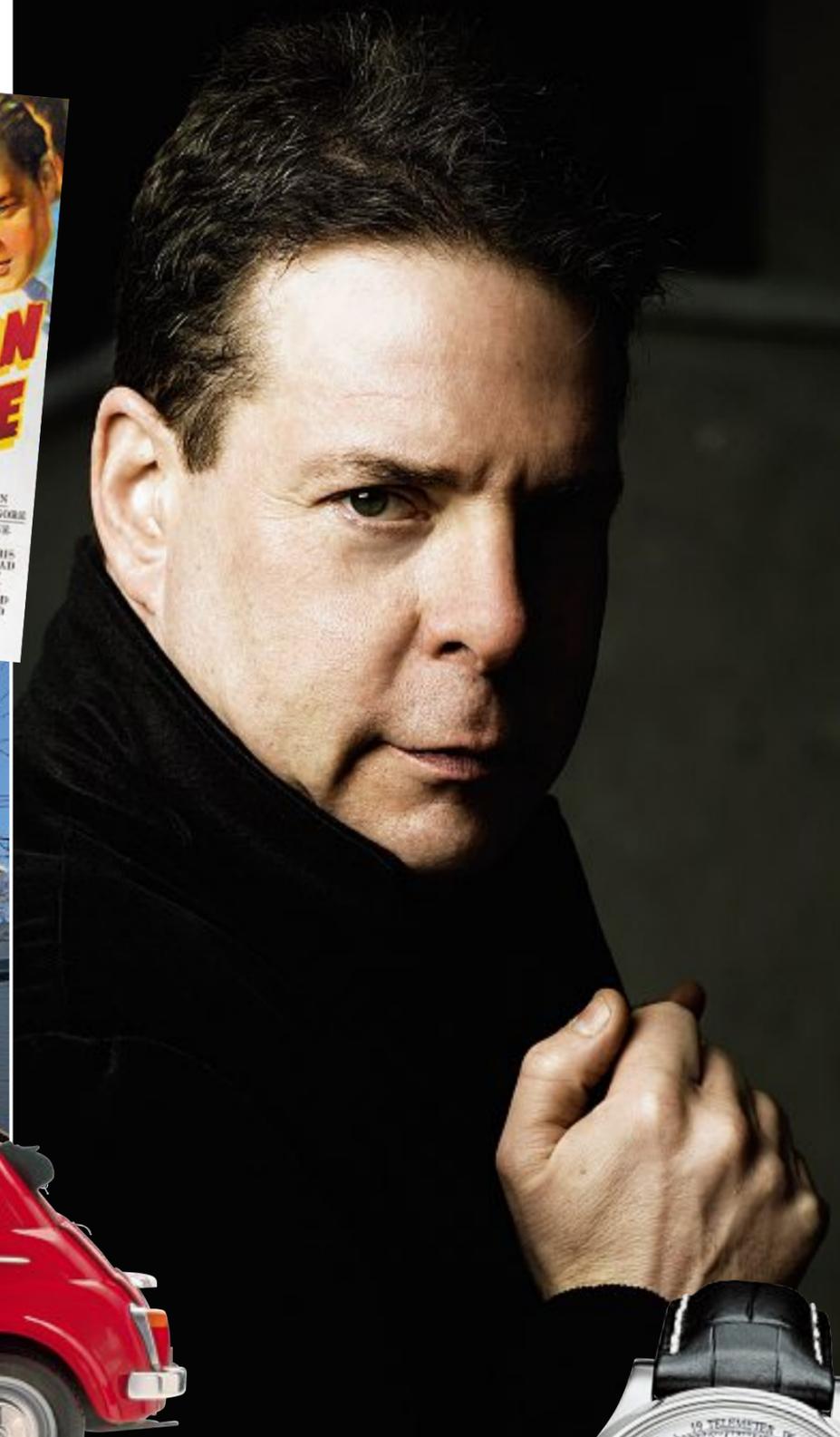
plus qu'une île, un "art de vivre" à la française

Gravir le volcan de la Montagne Pelée, admirer le rocher du diamant depuis une plage paradisiaque... goûter un cocktail de nature et d'authenticité en Martinique. L'île aux fleurs se prête à toutes les fantaisies. Un monde enchanteur aux portes de la Suisse.

Découvrez toutes nos idées de séjours sur www.martiniquetourisme.ch



La Martinique
 FLEUR DES CARAÏBES
www.martiniquetourisme.com



Douglas Kennedy

L'ÉCRIVAIN EST UN HOMME ÉLÉGANT. SA PLUME LE CONFIRME, NATURELLEMENT, MAIS HORS ÉCRITURE AUSSI, IL FAIT PREUVE D'UN SENS RARE DE L'EXIGENCE

TEXTE SEMAJA FULPIUS



MIEUX QU'UN RÊVE, mieux qu'un roman, une vraie rencontre, en tête-à-tête, avec Douglas Kennedy. Dans la voiture qui le mène à l'aéroport (dernière escale pour interview), il se dit heureux du succès remporté par son dernier roman, *Ces instants-là* (Ed. Belfond), qui ne cesse de s'arracher dans les librairies depuis sa parution en octobre. L'œuvre, entre histoire, philosophie et déchirement amoureux, le place au rang des auteurs qui, s'ils plaisent au grand public, n'acceptent aucune concession artistique. Cet art inné pour choisir le mot juste, le lieu ou l'objet parfaitement adaptés, se retrouve dans la vie de l'écrivain. Car ce cosmopolite enragé est avant tout un homme de goût, sans ostentation, un écrivain sensible avec les pieds sur terre. Et qui ne manque pas de panache.

Vous signez beaucoup d'autographes. Quelle plume utilisez-vous?
Aujourd'hui, j'ai avec moi un **stylo Mont-Blanc (1)**. Mais je collectionne les belles

plumes. Admirez celle-ci (une verte marbrée), je l'ai trouvée en Italie, c'est une merveille!

Dans *La femme du V^e*, le protagoniste écume les salles de cinéma de manière obsessionnelle. Quel est votre film culte?
Citizen Kane (2), sans hésiter. C'est un chef-d'œuvre absolu. Je suis un grand cinéophile, j'ai mon abonnement à la cinémathèque française, et je me précipite sur le *Pariscope* pour voir quelles sont les dernières sorties.

Où Douglas Kennedy se réfugie-t-il lorsqu'il a besoin d'échapper au monde et de se ressourcer?

Dans ma **maison du Maine (3)**, au bord de la mer. C'est dans cet endroit tranquille que je m'isole et que je me coupe du reste du monde, sauf de mes enfants, bien sûr, pour lesquels je reste toujours atteignable et disponible.

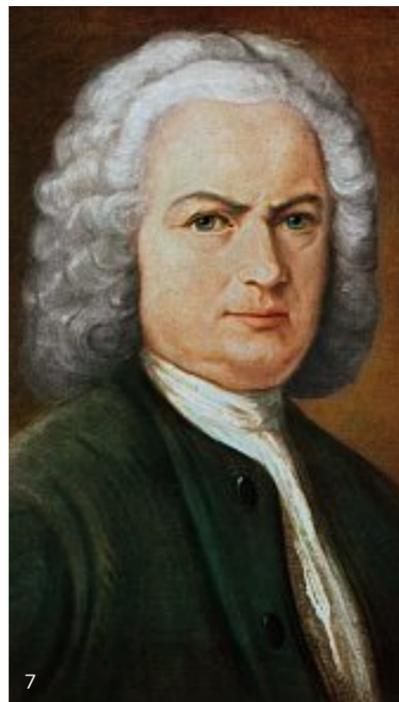
Les bolides à la *Gatsby*, c'est votre truc?
Absolument pas! Les voitures ne m'intéressent pas. Je roule dans une **Fiat 500 (4)**, ce qui n'est pas forcément une preuve de simplicité.

Même s'il m'est difficile de l'admettre, j'ai un côté un peu bobo...

Vous vivez une partie de l'année à Paris. Quelle est votre «cantine» lorsque vous êtes dans la Ville Lumière?
L'Hôtel du Nord (5), quai de Jemmapes 102, dans le X^e arrondissement. C'est à deux pas de chez moi, je suis souvent fourré là-bas: ce n'est pas trop chic, juste ce qu'il faut. J'y vais pour travailler comme pour manger.

Chauvinisme oblige, quelle est la montre que vous portez au poignet?
(Il lève sa manche.) Une montre suisse, bien entendu! Une **Capeland (6)**, de Baume & Mercier. Pas mal, hein? (Sourire.)

Quelle est la musique que vous écoutez, lorsque vous êtes en panne d'inspiration?
Les **Variations de Goldberg, de Bach (7)**. Je les écoute avant l'aube ou au milieu de la nuit, j'y retrouve toutes les émotions. La musique est très importante pour moi: du jazz au classique, mon panel est vaste. ☺





Collection Menottes dinh van



dinh van
J O A I L L I E R

dinhvan.com

BOUTIQUE DINH VAN À GENÈVE : 11, rue Neuve du Molard

CRANS-MONTANA : Crans Prestige - Route du Prado, 9 - **LAUSANNE** : Junod - Place St François, 8

MONTHÉY : Langel - Rue Coppet, 1 - **NEUCHÂTEL** : Michaud - Place Pury, 1-3 - **VEVEY** : Lionel Meylan - Place du Marché, 4

VILLARS-SUR-OLLON : Chronométrie Kaenel - Rue Centrale - **YVERDON-LES-BAINS** : Gillet - Place Pestalozzi, 5



En vente exclusivement dans les magasins Louis Vuitton. Tél. 022 311 02 32 louisvuitton.com

LOUIS VUITTON