

encore!

LE STYLE EN PLUS | DÉCEMBRE 2014

ÉGLISES
L'architecture
moderne repense
la spiritualité

INTERVIEW
PALOMA
PICASSO
SANS FARD

CADEAUX
24 idées pour
un Avent stylé

Fêtes

Diamants, brocards et
fils d'argent illuminent
la nuit avec éclat

CHANEL



#THEONETHATIWANT

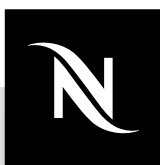






IMPERIALE

Chopard



Lauriane Gilliéron, Miss Suisse 2005.
Membre du Club Nespresso avec sa famille
depuis 1991.

*“Pendant que ma machine est en réparation,
j’en profite pour savourer mes Grands Crus préférés.”*

ASSISTANCE SERVICE MACHINE

CONFIEZ-NOUS VOTRE MACHINE ET RECEVEZ
SANS FRAIS* UNE MACHINE DE REMPLACEMENT
PENDANT LA DUREE DE REPARATION.

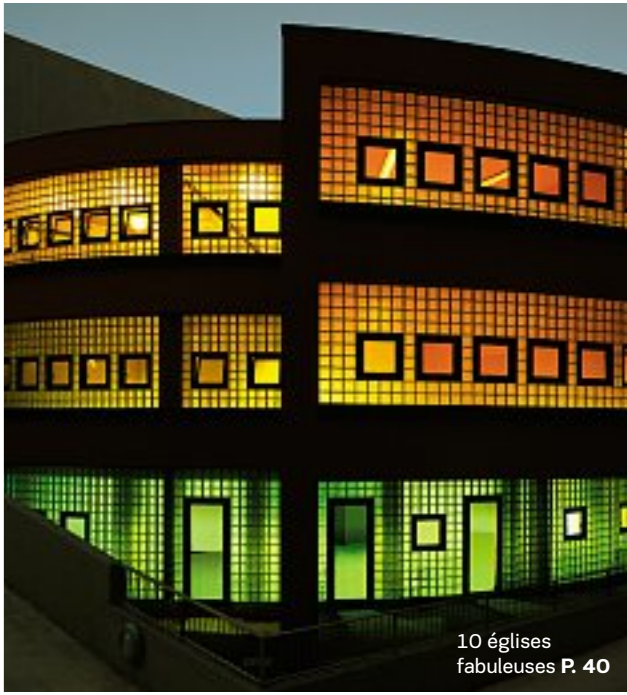
*Pour les machines sous garantie.

Devenez le visage de notre prochaine campagne
sur www.nespresso.com/betheface

NESPRESSO[®]
What else?



Paloma Picasso sans fard P. 24



10 églises fabuleuses P. 40



Le goût retrouvé des bolides P. 38

Fêtes | Décembre 2014

SUJETS

20 Mode: le nœud papillon

Quand le porter, comment le nouer, où le choisir

22 Les montres en nacre

Une élégance issue du fond des mers, en technologie très pointue

28 Tenues pour conte d'hiver

Brocards, brillances et lustre: de nuit, le gris brille

48 Vins en XXL

Les grands flacons sont festifs et conservent au mieux les grands crus

52 Maquillage mordoré

Comme des papillons de nuit, les visages se parent de brio subtil

RUBRIQUES

- 08 Merveilles 12 Swiss made: jouets Trauffer
- 14 Trend: sourire d'or 16 Shopping: clutches
- 18 Saga: chaussures 41 Le verre à Murano 46 Peggy Porchen, l'art du gâteau
- 50 Beauté: huiles de luxe 54 Elle et lui en pétrole
- 56 Fancy food 58 Les goûts de Giorgio Armani



Boules Meisenthal, Pfister, Globus, Manor. Idées cadeaux: escarpins, Alexander Wang, casque BeoPlay H6, Bang & Olufsen.



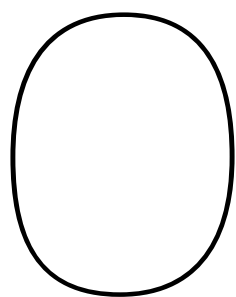
UNE

Lui: Chemise, Drykom. Veste, Salvatore Ferragamo. Nœud papillon, Yves.

Elle: Robe Zuhair Murad. Main droite: Bagues Lily, or blanc et pierres précieuses Vieri et Vive Elle, or blanc et diamants, Bucherer. Bracelet, Every Diamonds or blanc, diamants, Kurz. Vernis à ongles Christmas, Opi. Main gauche: Bagues Coup de foudre, or blanc, diamants, grenat ou péridot, Pomellato.

Photos: Yves Bachmann. **Stylisme:** Yvonne Wigger

Emotion fragile comme le verre



ON PEUT LES DISPOSER AILLEURS que sur les branches d'un sapin: dans une grande coupe à fruits, sur une table, dans un vase transparent. Mais à mon sens, dès décembre, il ne faut pas se priver de la grâce légère des boules de Noël. Je les aime

blanches ou argentées, pour le scintillement qui rappelle la neige – celle qui manque régulièrement dehors. Et pour ce côté solennel et pur, qui fait basculer la fête du côté plus contemplatif que ne font les décorations à bonnet rouge et autres rennes rigolards. Mais surtout, il faut que les boules soient de verre: comme le délicat modèle de Meisenthal (ci-dessus, avec le flocon) soufflé à la bouche. Cette sensation de fragilité, de bulle de



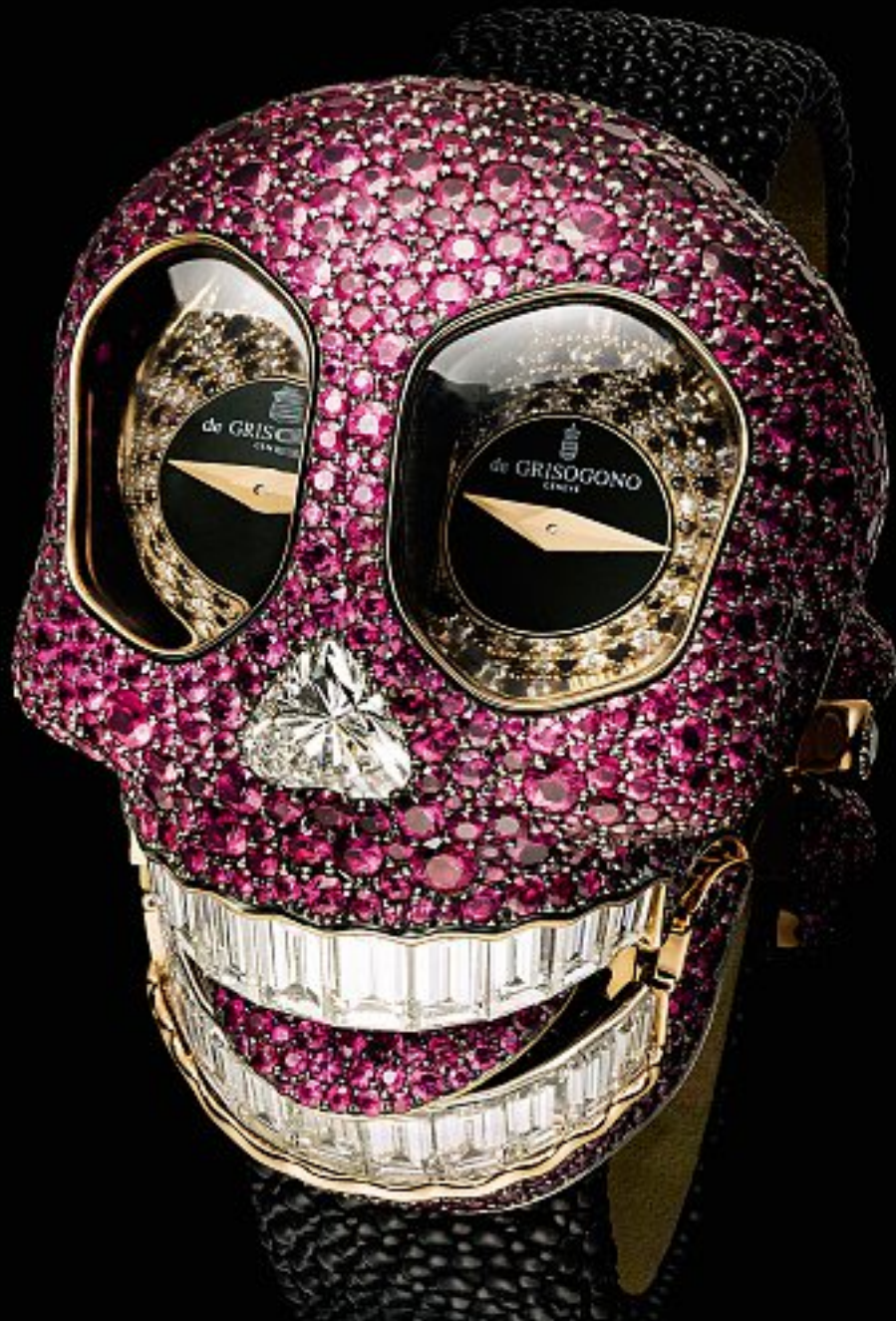
Renata Libal, rédactrice en chef

savon comme métaphore de la fugacité des jours, ne se ressent qu'avec le verre. Ce matériau chante quand il casse, tinte quand il se heurte, respire du souffle de son créateur. C'est de cette sensation délicate que j'ai envie de m'entourer quand une année bascule vers l'autre, que la ronde des rituels ramène les senteurs de cannelle et de bougie. Pas étonnant si les lieux de culte du monde occidental accordent une telle place au verre et à sa manière de filtrer la lumière, la réalité. Les églises (voir nos constructions contemporaines favorites en page 40) recourent aux vitraux, aux fenêtres, comme ouvertures méditatives. Et jusqu'aux objets du quotidien, comme les créations de Murano (lire en page 44) qui véhiculent ce message de la beauté qu'un rien peut toujours anéantir.



Mixte
Papier issu de sources responsables
FSC® C007534
Magazine imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées.

encore! est un supplément du **Matin Dimanche** et de la **SonntagsZeitung**. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zurich. **Editeur:** Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne. **Directeur Division Tamedia Publications romandes:** Serge Reymond. **Rédaction en chef:** Renata Libal (responsable), Silvia Aeschbach (version allemande). **Edition:** Loyse Pahud. **Rédaction:** Sina Bauer, Semaja Fulpius, Katja Richard. **Mise en page:** Géraldine Dura (directrice artistique). **Image:** Sophie Perraudin. **Ont participé à ce numéro:** Textes: Rachel Barbezat, Mathilde Binetruy, Didier Bonvin, Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger, Olivia Goricanec, Emmanuel Grandjean, Steffi Hübner, Claudia Schmid, Renzo Strosio, Pierre Thomas, Tanja Ursleo. **Photos:** Yann André, Yves Bachmann, Christian Dietrich, Aimée Hoving & Philippe Palma, Flavio Leone/Annabelle. **Stylisme:** Yvonne Wigger. **Illustrations:** André Gottschalk. **Conception graphique:** Ariel Cepeda. **Production alémanique:** Ilaria Longo. **Traduction et adaptation:** Andréane Leclercq, Sylvie Ullmann. **Secrétariat:** Alessandra Ducret. **Photolithographie:** PhotoMedia. **Correction:** Philippe Borgeaud, Francis Cattin. **Impression:** Ziegler Druck AG, Winterthur. **Marketing:** Florence Ruffetta. **Responsable commercial:** Jean-Paul Schwindt. **Publicité:** Publicité Print Suisse romande, Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. 021 349 50 50 – Fax 021 349 50 22, publicite.lausanne@sr.tamedia.ch. **Publicité Print Suisse alémanique:** Mühlebachstrasse 43, 8032 Zurich, tél. 044 251.35 75 – Fax 044 251.35 38; Tamedia AG, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zurich, tél. 044 251.35 75, Fax 044 251.35 38, publicite.zuerich@sr.tamedia.ch, www.mytamedia.ch. **Indication des participations importantes selon article 322 CPS:** CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Editions Le Régional SA, homegate AG, LC Lausanne-cités SA, LS Distribution Suisse SA, Société de Publications Nouvelles SPN SA. 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 Crazy Skull serti de rubis est disponible (comme les versions en diamants) en série limitée de dix exemplaires.

HORLOGERIE

La mort vous va si bien

Les montres de haute joaillerie donnent rarement dans l'humour. Mais Fawaz Gruosi, fondateur et directeur artistique de la maison de Grisogono, balaie les idées reçues. Amateur de spectaculaire, il n'écoute, dit-il, «que la voix intérieure», et sa dernière extravagance irradie de panache rock'n'roll. Crazy Skull est une montre à tête de mort géante sertie de 890 diamants, blancs ou noirs, à choix. Ou alors la version rubis à 45 carats? Un mécanisme permet d'activer la mâchoire pleine de dents et l'effrontée tire la langue. Cette idée irrévérencieuse a compliqué le



Classic Fusion de Hublot et modèle RJ-Romain Jerome avec calvera pastel.

défi technique et joaillier, allongeant à un an l'élaboration de la pièce exceptionnelle. De Grisogono n'est pas le seul horloger à titiller le macabre. RJ-Romain Jerome vient de sortir quatre designs en acier PVD noir sur le thème de Dia de los Muertos, la fête des morts du calendrier mexicain. De son côté, Hublot propose deux versions Skull sur sa montre classic fusion: l'une très richement sertie, l'autre avec complication Tourbillon. Le crâne est un thème rebelle et philosophique. De Grisogono lui donne en prime une tournure très baroque. Même pas peur! *Tanja Ursoelo*

L'ART À MOINS DE 1000 FRANCS

La trace humaine



PAR LAURENT DELALOYE

Quel rapport entre la thèse sur l'«Auto-assemblage de Macrocycles et de Cages organométalliques» et la photo de ce

but de football à l'abandon? Le docteur en chimie qui a défendu cette thèse et l'auteur de ce document sont une seule et même personne. Le Lausannois Thomas Brasey (1980) se nourrit désormais de ses deux passions. On comprend mieux pourquoi il appréhende le média photographique à la manière quasi scientifique du documentaire. Pour ce travail de commande, le postulat était de faire une recherche artistique le long du Doubs, entre la France et la Suisse. Persuadé d'y trouver de réelles différences culturelles et naturelles entre les deux pays, il a été frappé par une région à part et très cohérente, étrangement dominée par une nature envahissante où l'être humain (ou du moins sa trace), est peu existant voire juste suggéré. Sur ce cliché, le but de foot paraît bien solitaire, comme menacé par l'environnement dans lequel il se confond. Et pourtant, on sent bien l'activité humaine puisque le champ a été fraîchement fauché. Un travail puissant digne d'un Matthieu Gafsou avec lequel il partage l'atelier au Flon.

L'actu: A exposé jusqu'en octobre à St-Ursanne dans le cadre de la collective «St-Ursanne Photographie» organisée par le Forum Transfrontalier. www.thomasbrasey.com

Le prix: 800 francs.

Sans titre 1/5 de la série «Démon et merveilles», 40 x 50 cm, tirage pigmentaire, 2014



PHOTOS: JEAN-DANIEL MEYER / THOMAS_BRASEY / SUISSE TOURISME/LES DIABLERETS/SEBASTIEN SCHAUB / DR. / ANDRÉ GOTTSCHALK



GASTRONOMIE

A manger des yeux

Notre caviar pur suisse a une raison de plus de s'appeler Oona - «unique, exceptionnel» en celtique. Car voici la première édition CaviArt, une sélection de 1000 boîtes habillées très design. L'emballage de carton comme la boîte intérieure ronde sont signés par deux stylistes de Thoun (pas très loin de la source d'eau chaude de Frutigen où nagent nos esturgeons sibériens), Evelyn Roth et Sabine Portenierles, duo connu sous le nom PortenierRoth. Comme Oona, leur production 100% made in Switzerland est réputée pour respecter l'environnement. Pour le packaging extérieur, elles ont repris un de leurs motifs en tricot noir et blanc. La boîte elle-même arbore les couleurs de leur collection actuelle. C.S.

Oona N°103 - traditionnel, www.oona-caviar.ch



En dévalant la pente en direction des **Diablerets**.

PLEIN-AIR

En luge, la nuit

Les esprits indépendants peuvent évidemment se lancer tout seuls et hisser leur luge à pied, de nuit, sur les pistes désertées. Quelle récompense ensuite de dévaler la pente dans le noir et l'air piquant, comme des lucioles en doudoune, éclairées à la lampe frontale. Maints restaurants d'altitude jouent d'ailleurs le jeu sur l'alpe et ouvrent certains soirs d'hiver, pour favoriser le cumul des plaisirs du palais, de la marche et de la glisse (Prabarón à Montana, la Marlenaz ou la Marmotte à Verbier). Mais il y a manière plus efficace de procéder et surtout d'accéder à des tracés plus longs. Pour fêter les 150 ans du tourisme de neige en Suisse, l'office du tourisme national lance cet hiver une grande opération nostalgie, qui va de la réédition d'affiches anciennes à la revalorisation des hôtels historiques, des courses de chevaux sur la neige et autres éclairages hivernaux dans des stations de ski mythiques, comme St-Moritz ou Davos. Une semaine dédiée aux

sports d'hiver d'antan est même prévue, du 2 au 7 février, dans les écoles de ski. A vos télémarks... La luge participe naturellement à cet élan vers la montagne à l'ancienne. Suisse Tourisme a ainsi répertorié les stations qui ouvrent leurs installations de nuit pour permettre aux lugeurs de gagner les altitudes ténébreuses. Ceux qui ont essayé jurent que le seul voyage en télésiège (comme aux Diablerets ou à Adelboden) vaut déjà sa montée d'adrénaline. A un moment où le ski seul ne suffit plus pour attirer les foules en station, l'argument de la luge nocturne peut faire pencher la balance. On note ainsi que Grindelwald propose une piste éclairée au pied de l'Eiger, Saas-Grund une piste de 11 kilomètres (éclairée aussi), tandis que Preda-Berggün, dans les Grisons, permet de glisser à gogo, puisqu'un train ramène inlassablement les fêrus sur leur pic de départ. *Renata Libal*

MySwitzerland.com, Webcode B25141 (à entrer sous: recherche)

HIGH-TECH

Et l'écran pivota



Il arrive que la télévision pense... Ou son écran tout au moins. Pour sa nouvelle collection, Bang & Olufsen propose un modèle ultraperformant, baptisé Avant. Après le lancement de Beovision 11, le dernier-né du fabricant danois spécialisé dans le high-tech est donc un téléviseur sensible à son environnement. L'écran, ultra-haute définition, recèle deux capteurs. Disposés à 360°, ils analysent les conditions d'éclairage et ajustent la qualité d'image en fonction de la luminosité et des couleurs de la pièce. Le must: lorsque le téléviseur s'allume, un panneau, équipé de huit haut-parleurs et huit amplificateurs intégrés, coulisse vers l'extérieur comme par magie. La télécommande entièrement repensée, au look très stylé, relève elle aussi de la prouesse technique. Et sinon? Deux tailles d'écran disponibles (55 ou 85 pouces) design et raffinés, qui s'adaptent à tous les types d'habitation grâce à un pied pivotant. Mais on n'en attend pas moins d'une marque aussi axée sur le style. A un premier prix de 8295 fr., l'objet plaira surtout aux puristes de l'image. *R.S*

COSMÉTIQUE

A deux c'est mieux



L'union faisant la force, la marque Estée Lauder a réuni deux élixirs ultrapuissants (355 euros...), conditionnés dans deux capsules séparées. Or pour l'extrait de truffe du Périgord (effet liftant), platine pour les pigments de perles grises des mers du Sud (effet éclat). *S.A.*

Serum Re-Nutriv Ultimate Diamond, Estée Lauder



Liz Taylor (avec sa montre joaillère Piaget) et Richard Burton sur leur yacht, en 1967.

LIVRE

Bijoux de stars

Les images, un peu floues, racontent un temps où chaque instant n'était pas immortalisé par un selfie, mais où l'on faisait la fête et aimait le beau sans restriction. L'horloger Yves Piaget (et ses yeux de braise) y apparaît en compagnie de Maurice Chevalier ou Liza Minnelli. Parfois les stars sont seules. Mais il y a toujours une montre d'or fluide sur un poignet, l'éclat des diamants sur un lobe. Le livre que la spécialiste parisienne de la mode, Florence Müller, consacre à la maison Piaget, fondée en 1874, est non seulement magnifique mais fondamentalement émouvant. Quel fabuleux destin que celui qui mène en quatre générations un laborieux horloger (Georges-Edouard) de La Côte-aux-Fées, dans le Jura, vers l'éclat (incarné par Yves) des plus grandes capitales, des plus grands noms. Ce triomphe international remonte aux années soixante

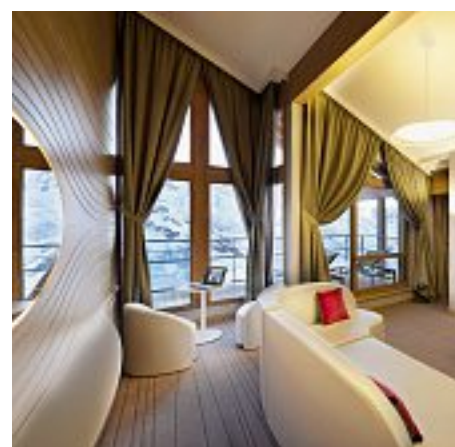
et aux soirées mémorables organisées par la marque. Florence Müller: «Yves Piaget s'est lié de sympathie avec une foule d'artistes, de célébrités. Il garde un vrai don pour le contact humain, mû par sa curiosité de l'autre. Il faut se souvenir que nous étions là bien avant l'ère du marketing.» Tous ces ambassadeurs spontanés ont fait rayonner l'incroyable savoir-faire de la maison, qui produit toutes ses pièces, mécanismes horlogers comme folies joaillières, à l'interne. D'ailleurs une devise était gravée sur les boîtes à outils des ouvriers: «Faire toujours mieux qu'il n'est nécessaire». Le livre historique explore les archives et montre à quel point la maison a su perpétuer les techniques les plus pointues. Une cohérence qui explique sans doute que le style – élégance, joie et préciosité – n'a pas pris une ride. *Renata Libal «Piaget», Ed. La Martinière, 328 p.*



PHOTO

BBL intime

Le Bèjart Ballet Lausanne est en plein processus de changement d'image, comme en attestent les affiches en ville. Dans la même veine, le jeune photographe Matthieu Gafsou a reçu carte blanche pour livrer son regard sur la troupe. Loin des envolées lyriques, les images qui en sont issues se lisent comme un hommage au travail inlassable et surtout à la douleur des danseurs. Témoin, ce chausson épuisé, qui raconte les longues heures d'effort. Ces photos seront visibles dans le programme du spectacle (Presbytère, à Lausanne, du 17 au 21 décembre) et quelques tirages seront mis en vente. *R.L.*



HÔTEL

L'antichalet

Loin des mazots façon Heidi, le tout récent Village Club Med de Val Thorens la joue grands espaces épurés, façon *ski palace* futuriste. Ce fleuron de l'offre enneigée (4 Tridents premium) plante son décor à l'architecture tout en transparence à 2300 mètres d'altitude. Destination à part entière, il ajoute moult plaisirs à ceux de la glisse: un spa Carita, un mur d'escalade, un chef étoilé et une cuisine savoyarde typique. La raclette? Une tuerie! *M.B.*

Dès 1330 euros la semaine, www.clubmed.ch

Le fruit de la musique

TOYS FOR BOYS



PAR DIDIER BONVIN

Difficile de se distinguer dans l'audio haut de gamme. Après plusieurs décennies d'innovations, toutes les

formes et les matériaux semblent avoir été explorés. Et pourtant. Le nouveau système d'Elipson pousse encore plus loin l'audace dans le design avec son arbre à son (*sound tree*). Une douzaine de haut-parleurs pendent du plafond, tels des fruits ou des boules de Noël. Ça tombe bien, c'est la saison. Chaque fruit cache un haut-parleur sphérique de 2,5 kilos



Sound Tree elipson: un système audio qui assume sa fonction décorative.

et d'une puissance de 30 watts. Ces *speakers* sont tous reliés au tronc central par un câble coloré, qui assume tant sa fonction de décoration que de transmission. Un énorme pied sphérique fait office de lourd caisson de basse d'un poids de 25 kilos. Avec un tel dispositif, le terme *surround sound* (son global) n'est pas usurpé. On n'est pas loin d'une révolution dans la sensation d'écoute. Contrairement aux autres systèmes de type *surround*, même sophistiqués, il est impossible de localiser la source du son, il remplit toute la pièce. Vous avez dit immersif? Avec un tel système, aussi peu orthodoxe, l'illusion de se trouver face à de la musique live est presque parfaite. Quant au look de l'installation, avec son rouge tape-à-l'œil, il faut assumer... A près de 23 000 fr., le *sound tree* a sa place dans un bar branché ou un loft de millionnaire – un peu moins dans un 2 pièces cuisine.



N 65° 19' 6.7" - W 137° 20' 14"

A PLUSIEURS JOURS DE MARCHÉ DE TOUTE PRESENCE HUMAINE

Imprégnée de l'esprit pionnier du Grand Nord, de l'épopée des chiens de traîneau dans les solitudes glacées, la TUDOR Heritage Ranger réinterprète un classique de la marque en faisant fusionner environnement sauvage et style sophistiqué. Expression de sa nature fonctionnelle, son bracelet tissu, ses finitions satinées et la sobriété de son cadran sont autant d'éléments qui ouvrent au citadin moderne une fenêtre sur un monde mythique dans un temps révolu. Un appel à l'aventure.

TUDOR HERITAGE RANGER

Mouvement mécanique à remontage automatique, étanche à 150 m, boîtier en acier 41 mm.
Visitez tudorwatch.com et découvrez-en plus.



TUDOR
WATCH YOUR STYLE



FABRICATION ARTISANALE

À GAUCHE Les vaches découpées attendent d'être polies.

À DROITE Trois étapes de la réalisation de la petite vache: la découpe à la scie circulaire, le passage à la ponceuse et la pose au pinceau des fameuses taches rouges. Lui manquent encore les yeux, les oreilles, les cornes et la queue.

AU CENTRE Le sapin, pièce centrale de la crèche de Noël (avec le boeuf)...

L'amour vache de la Suisse

LE PETIT BOVIN À TACHES ROUGES FAIT PARTIE DE NOTRE IMAGINAIRE COLLECTIF. À L'ORIGINE DE CETTE FIGURINE, LA FAMILLE TRAUFFER QUI TRAVAILLE LE BOIS DEPUIS SEPTANTE-CINQ ANS.

TEXTE SEMAJA FULPIUS

POSÉE sur un coin de table à l'Office du tourisme de Brienz, la vachette vous regarde de ses yeux tranquilles. Elle doit être ancienne à en juger par sa patine et l'absence du logo Trauffer sous son ventre. Dans cette région réputée pour son artisanat du bois, la petite vache à taches rouges est un mythe qui s'est, depuis, étendu à tout le pays. Chaque petit Suisse l'a une fois tenue dans ses mains, chaque adulte peut la relier à un souvenir de son enfance où les animaux de sa ferme tenaient de grands conciliabules... Cette jolie figurine est fabriquée avec soin et amour depuis trois générations par la famille Trauffer à Hofstetten sur Brienz, dans l'Oberland bernois. Le petit jouet iconique, qu'on rencontre aussi bien dans une chambre d'enfant, sur un rayon de la bibliothèque d'une grand-mère ou dans la collection d'amoureux du design, ne pouvait naître qu'ici, au pied des pâturages, entre un lac émeraude et les contreforts du Rothorn.

Marc A. Trauffer est l'énergique patron de cette entreprise de 40 employés, fondée il y a septante-cinq ans par son grand-père, sculpteur sur bois. Depuis, la gamme de jouets s'est élargie à plus de 250 produits, dont un saint-bernard, un mouton à nez noir du Valais, des personnages, une ferme et même une crèche de Noël où le boeuf tient la vedette! Bien que né dans les grincements de scie circulaire, rien ne prédisposait ce jeune entrepreneur de 35 ans à reprendre la manufacture familiale.

«Adolescent, raconte-t-il, je n'étais pas particulièrement fier de dire que je venais de la campagne et que mon père taillait des vaches...» Il se lance d'abord dans la maçonnerie, fait sa vie à Berne, ensuite à Bâle. Puis un jour, à force de croiser dans les vitrines des villes ces petites bêtes en bois qu'il connaît si bien, il réalise le trésor qu'elles représentent. «On voyait partout ces vaches reconnaissables entre toutes, mais personne ne savait que c'était ma famille qui les fabriquait. Je me suis dit qu'il fallait faire connaître le nom Trauffer.» Il rejoint alors l'entreprise où travaillent son père et son oncle, «de grands professionnels, très compétents, avec un grand savoir-faire, mais ils n'avaient pas vraiment la fibre marketing».

Charme et label

La communication, Marc A. Trauffer en fera son affaire, lui qui sait partager sa passion de manière plus convaincante que s'il était sorti d'une business school. Sa vache, il veut la labeliser, «au même titre qu'un chocolat Toblerone ou qu'un couteau Victorinox». Dès 2001, il fait ses classes au sein de l'entreprise, passe par tous les postes de production et connaît vite par cœur les 24 étapes de fabrication qui donnent vie à ces animaux. Du tamponnage des formes sur plaquette de bois en passant par le sciage, le lissage des facettes, le polissage, la teinture et la peinture pour les finitions faites au pinceau, ainsi que l'implantation des petites oreilles en cuir dans les cavités, plus rien de ce processus artisanal ne lui échappe. Chaque pièce est légèrement différente, et c'est là que réside le charme. En 2008, à 29 ans, il rachète

l'entreprise, «une grosse responsabilité», mais il a des idées. Sa philosophie repose sur l'authenticité: le bois de tilleul, utilisé pour sa souplesse, est à 100% suisse et certifié FSC. Marc A. Trauffer sait que la clé de son succès est là: «Ce que les gens recherchent chez nous, c'est ce côté local, naturel, cette suissitude qui rend nos pièces uniques.» Un sacré atout face à la concurrence...

Père averti, le jeune entrepreneur comprend pourquoi ses petits animaux de bois continuent à plaire: «Après avoir joué avec des jeux électroniques qui clignotent, font du bruit et créent un certain stress, prendre une vache en bois dans les mains et dire «meuh», ça calme.» Il hérite son produit, heureux d'avoir fait prospérer l'entreprise en doublant sa taille, et se dit satisfait des 500 000 figurines produites par an. A l'export, sa vache fait désormais le tour du monde... Mais le développement ne représente pas un objectif absolu: ce patron n'est pas attiré par les sirènes de la croissance à tout prix. Il ne fait pas de vente en ligne, préférant garder ses relations avec ses distributeurs (plus de 500 en Suisse!): «Nous sommes un produit de niche, pas indispensable. Je suis donc reconnaissant que des points de vente veuillent nous représenter.» Sa vie, il l'apprécie telle qu'elle est, avec un trajet d'une minute à pied entre sa maison et son bureau. Son but est de bien implanter le label Trauffer Switzerland dans un horizon de dix ans. Au fond, Marc A. Trauffer a plus d'un point commun avec sa petite vache: les pieds bien ancrés dans le sol, des cornes pour foncer, et l'âme paisible de celui qui savoure la beauté unique du paysage qui s'étend devant lui. ☺



Marc A. Trauffer

Maçon de formation, le jeune patron de 36 ans, a pris la direction de Trauffer Jouets en bois SA en 2008. Il a créé le label Trauffer Switzerland qu'il appose depuis deux ans sous ses figurines en bois. Père de deux enfants, le Bernois a été nommé pour le Prix de l'entrepreneur 2011 lors du Swiss Economic Forum et, en 2013, son entreprise a obtenu le Sozial Stern de la ville de Thoun pour son engagement social.



TSARINA
CHRISTMAS COLLECTION 2014

Natasha Poly.

lorealparis.ch



COULEURS IMPÉRIALES,
REGARD MAJESTUEUX.
LA SPLENDEUR À SON APOGÉE.

FAITES UNE ENTRÉE SOMPTUEUSE : PAUPIÈRES PARÉES DE
PURE MAJESTÉ REHAUSSÉES DE CILS SCINTILLANTS SERTIS
DE PIERRES PRÉCIEUSES. EXQUIS, ÉLÉGANT, EXCEPTIONNEL.

PARCE QUE VOUS LE VALEZ BIEN.



L'ORÉAL
MAKEUP DESIGNER/PARIS



Sourire de luxe

DES DENTS parfaitement brossées? Une évidence. Alignées au cordeau? Il va sans dire! Soignées aux dentifrices protecteurs, blanchissants et antiplaques? Absolument! Après l'hygiène buccale et l'orthodontie, un pas supplémentaire est franchi dans le bichonnage de sa bouche: voici arriver la cosmétique dentaire et sa cohorte de produits de mise en beauté. Cette nouvelle niche haut de gamme propose crèmes et accessoires raffinés afin d'embellir nos dents, de les chouchouter, de les lustrer, de les entretenir de manière... somptueuse. La peau a ses houppettes, les dents auront leurs brosses de luxe. Telle la variante électrique Foreo à 219 fr., (Globus). Ou la manuelle de Swissdent Cosmetics (6 fr. 90) qui vient



Swiss Smile d'Or, un gel pailleté d'or pour un sourire qui brille.

de gagner un Red Dot Award, prix du meilleur design. Et pour accompagner le geste? Des conditionneurs, mousses, émulsions revitalisantes et autres gels aux huiles essentielles comme ceux de la marque suisse Experteeth, un label bio chic. Mais l'acteur le plus glamour du segment se nomme Swiss Smile, lancé par deux sœurs dentistes zurichoises, Haleh et Golnar Abivardi, qui ont obtenu le Prix Veuve Clicquot, en 2007, pour leur entreprise. «Nous voulons être le Dior des soins dentaires», dit son brand manager. D'ailleurs le Swiss Smile d'Or, un gel dentifrice qui contient 23.75 carats de paillettes, vient de sortir. Ses vertus stimuleraient le renouvellement cellulaire... Souriez, vos dents seront bientôt siglées! ●

TEXTE SEMAJA FULPIUS

LIFE IS ABOUT MOMENTS

CELEBRATING ELEGANCE SINCE 1830



PROMESSE
ACIER, 34 MM, QUARTZ
69 DIAMANTS
www.baume-et-mercier.com



BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830

GENÈVE Bucherer / Kurz / Bader / Air Watch Center / Clarence / La Maison de l'Horlogerie / O. Zbinden / Manor espace horloger
LAUSANNE Bucherer / Daniel de Guy FRIBOURG Grauwiller

Clic-clac clutch

ELLE CHANGE TOUT. VITE FERMÉE VITE OUVERTE, QU'ELLE SCINTILLE OU QU'ELLE CHATOIE, LA MINAUDIÈRE APPORTE UNE TOUCHE FESTIVE À LA SILHOUETTE.

SÉLECTION SINA BAUER



1. Cuir repoussé, **Christian Louboutin**, 1667 fr. 2. Two-Tone-Glitter doublé cuir, **Anya Hindmarch**, 565 fr. 3. Velours de cuir, **Yves Saint Laurent**, 1233 fr. 4. Cuir repoussé, **Gucci**, env. 1500 fr. 5. Cuir effet métal, **Clare V**, env. 315 fr. 6. Serpent, **B Flo**, env. 399 fr. 7. Cuir et velours de cuir, **Karl Lagerfeld**, env. 340 fr. 8. Cuir de veau, **Marni**, env. 1500 fr. 9. Cuir brodé, **Emilio Pucci**, env. 1700 fr. 10. Cuir effet métal, **Diane von Fürstenberg**, env. 215 fr.

ANGEL

BEWARE OF ANGELS



Thierry Mugler

GEORGIA MAY JAGGER
DISCOVER YOUR FRAGRANCE
AT MUGLER.COM



1970

La mannequin Twiggy dans ses richelieus signés George Cleverley, fabriqués exprès pour elle.

Pompe androgyne

ELLE S'APPELLE RICHELIEU, OU DERBY, OU BROGUE. PLATE ET MASCULINE, APRÈS LES COURS ROYALES, LES CLUBS DE BRIDGE ET LES GREENS, ELLE A CONQUIS LES PODIUMS FÉMININS. CET HIVER, LA VOILÀ EN OR.

TEXTE OLIVIA GORICANEC

PRÉSENTE sur les podiums depuis quelques années, la tendance chaussures plates s'affirme. Côté femmes, les stars des collections printemps-été étaient les mules, les baskets et les sandales. Et cet automne, dans les défilés de Stella McCartney, The Row, Victoria Beckham et Proenza Schouler, les souliers masculins classiques tenaient le haut du pavé. Dans cette catégorie entrent aussi bien le derby que la chaussure à boucle, la bottine chelsea, le mocassin, ou encore le richelieu. Ce dernier, un soulier pour homme orné d'un motif à trous, existe depuis un siècle. Peu importe le modèle de

base car n'importe quelle chaussure peut être ainsi décorée. Mais le plus souvent, ce motif apparaît sur un richelieu ou un derby. A l'origine, contrairement à aujourd'hui, les trous n'avaient pas uniquement une fonction décorative. Ils avaient une véritable utilité sur ces pompes que l'on appelle «brogues» en anglais. Un mot utilisé depuis le XVII^e siècle qui vient du gaélique écossais «bròg» et de l'irlandais «bróg» signifiant «chaussure». A l'époque, les paysans et les bergers qui vivaient dans les collines d'Ecosse et d'Irlande perçaient leurs chaussures pour permettre à l'eau qui y stagnait de s'écouler. Les trous servaient donc à les faire sécher plus rapidement. Ensuite, les chausseurs des nobles écossais et irlandais,

qui trouvaient cette technique bien utile, s'en sont emparé. Petit à petit et jusqu'au début du XIX^e siècle, les «brogues» sont devenus de plus en plus portables en société comme à la cour. En intégrant le vestiaire de la haute noblesse, cette chaussure a subi d'importants changements: on l'a taillée dans un cuir toujours plus souple et fin, son allure s'est faite de plus en plus élégante. De plus, les trous n'ont plus été percés sur toutes les couches, mais uniquement sur la dernière, à titre décoratif.

Un signe distinctif

Cette chaussure a eu beau faire partie intégrante du vestiaire masculin classique depuis le début du XIX^e siècle, elle n'a été à



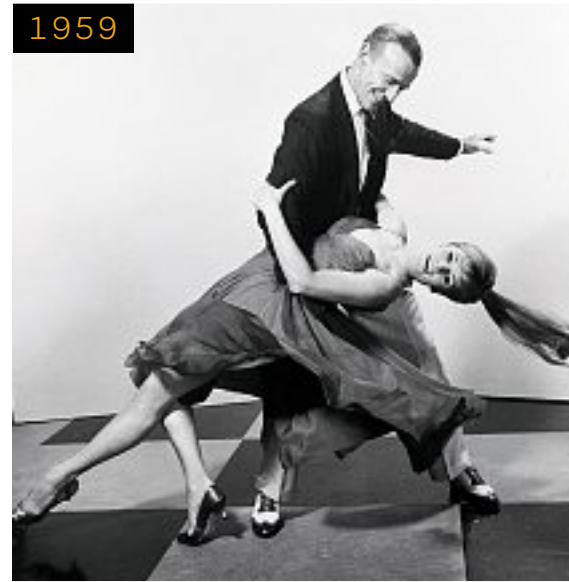
1664



1906



1930



1959

AUX ORIGINES

1664 Aux pieds de Tartuffe, la créature de Molière: les *molières*. Comme des richelieus, mais à bout carré.

1906 Trois générations de rois d'Angleterre en un cliché... Au centre George V et ses chaussures lacées, type derbys.

1930 Les brogues ont de célèbres adeptes féminines, telle la comédienne Katharine Hepburn.

la mode que quelques décennies plus tard. Grâce à leur savoir-faire en la matière, les maîtres cordonniers des ateliers de Londres (Northampton), Paris, Munich, Vienne et Budapest sont devenus célèbres dans le monde entier. John Lobb (qui appartient depuis 1976 au groupe Hermès), Crockett & Jones, Ludwig Reiter, Church's Shoes (aux mains du groupe Prada depuis 1999) et Edward Green font partie des marques les plus connues pour leurs souliers cousus main. On reconnaît le modèle à la manière dont il est façonné mais surtout à sa fermeture: lacets, boucles ou mocassins. Dans la famille des lacés, les richelieus se distinguent par une facture directe dans l'empeigne. Ce sont les chaussures masculines les plus formelles. Avec leur laçage ouvert, les derbys sont moins élégants. Basses, les chaussures à boucle ferment, comme

européennes, le style jazz régnait et influençait aussi le public. Une chaussure noire et blanche, souvent un richelieu bicolore à bout droit, fut pour commencer la préférée des musiciens et des danseurs. Les stars de Hollywood l'ont adoptée, puis les dandys et les gangsters. D'Al Capone à Gene Kelly en passant par Fred Astaire ou Louis Armstrong, tout le monde a porté ce fameux soulier noir et blanc. Entre les années 1930 et 1980, la mode des «brogues» s'est déployée, et cette fois jusque chez les femmes. On compte parmi ses adeptes des vedettes comme Marlene Dietrich, Katharine Hepburn, Twiggy ou Annie Lennox, des icônes au style particulièrement affirmé, c'est le moins que l'on puisse dire.

Un signe distinctif

Aujourd'hui, le soulier plat lacé a sa pionnière, l'animatrice de télévision anglaise Alexa Chung. Depuis des années, elle démontre que les richelieus et autres chaussures masculines ne vont pas uniquement aux hommes, mais qu'ils peuvent être portés au féminin, se mariant à merveille avec de petites robes rétro. «Ces dernières années, les jeunes femmes en réclament de plus en plus», affirme Christine Schuler, spécialiste de la pompe cousue main. Elle a ouvert sa boutique Brogues and more à Zurich il y a vingt ans.

La chaussure à bout fleuri a par ailleurs reçu un joli coup de pouce de la part des grandes marques lorsque Prada a présenté dans sa collection printemps-été 2011 des richelieus à semelles plateau colorées ou en corde. Il n'en a pas fallu davantage pour que ce soulier monopolise le devant de la scène. Et depuis, même Christian Louboutin, roi de l'escarpin vertigineux, s'est mis à créer des modèles plats d'inspiration masculine pour les femmes - c'est dire! ☺

Les stars de Hollywood l'ont adoptée puis les dandys et les gangsters

leur nom le laisse deviner, au moyen d'une ou de deux boucles métalliques. Quant aux mocassins, ils sont dépourvus de ces accessoires.

Si l'on revient aux souliers des bergers d'antan, généralement en cuir de veau ou de cheval, on note que tous ne se ressemblent pas. Il existe plusieurs variantes de richelieus. Lorsqu'ils ont le bout droit, les spécialistes parlent de «molières» en français, alors qu'en version originale, on dira «half» ou «semi-brogues». Les autres membres de cette famille sont dotés de ce que l'on appelle un «bout golf». Celui-ci doit son nom au fait qu'au début du XX^e siècle, en Angleterre et aux Etats-Unis, on utilisait surtout sur les greens ces souliers de style plutôt sportif. Ce modèle doit sa notoriété au prince de Galles, qui l'avait adopté pour jouer au golf, mais il en portait volontiers une variante plus élégante lors d'événements mondains. Cela a suffi à lancer une tendance...

Pour les filles

Dans les années 1920, aux Etats-Unis, un nouveau style musical a débarqué, empruntant aux traditions européenne et africaine: le jazz! Il s'appropriait à conquérir le monde, imprimant sa marque même dans les divertissements de masse et la culture populaire. De New York aux capitales de la mode



2013

2014



2015



1969



LES DÉBUTS MODERNES

1959 Les fameux richelieus bicolores chaussés par Fred Astaire. Une mode est lancée.

1969 Un duo *so chic* et chaussé très classe: le prince Charles et son tuteur Denis Marrian au Collège Trinity à Cambridge.

2013 Alexa Chung, animatrice de télévision anglaise et lanceuse de tendance, adore les chaussures masculines.

2014 Modèle archétypique doré, avec la rosette et les faux trous Dolce & Gabbana.

2015 Au printemps prochain, retour de la richelieu bicolore (Stella McCartney) avec son laçage emblématique directement sur l'empeigne.



Nœuds dans le coup

STROMAE ET LES HIPSTERS ONT REMIS LE NŒUD AU COU. TOUT SAVOIR SUR CET ACCESSOIRE RÉTRO SI COOL.

TETXE EMMANUEL GRANDJEAN

SELON LA MODE, l'Anglais Beau Brummel, père du dandysme du XIX^e siècle, serait à l'origine de l'invention du nœud papillon. Inspiré par un costume de scène de Madame Butterfly en 1904. Le nœud papillon serait donc à peu près centenaire. Et le jubilaire, en ce moment, est plutôt vert. Longtemps il a fait le grand écart, cantonné au rôle d'accessoire loufoque (c'est l'attribut des clowns et de Groucho Marx) mais aussi d'une certaine idée de l'élégance moderne (Winston Churchill ne sortait jamais sans lui). Les grands architectes tels Le Corbusier et Walter Gropius en étaient fans. Le fringant aïeul est revenu dans le circuit du chic au détour des années 2000 grâce à Alber Elbaz (chez Lanvin) et à Alexis Mabille (chez lui-même). En 2010, Stromae l'adoptait. Le chanteur belge prouve alors qu'on peut raconter toutes les ivresses du monde en Jaccard wax et nœud fantaisie. La Belgique justement, l'autre pays du nœud papillon: Elio Di Rupo, ex-premier ministre de l'Etat, a passé trois ans à faire défiler son effarante collection devant les caméras de télévision.

Touche modeuse

Dans la droite ligne du succès du mobilier vintage et de la série *Mad Men*, ce retour du rétro doit beaucoup à notre époque qui réenchante le temps d'avant. Le nœud papillon, c'est du feel good accessoire, la petite touche modeuse qui – contrairement à la cravate, symbole de la bureaucratie qui étrangle –

n'est entachée d'aucune mauvaise réputation. Remis au goût du jour par les hipsters et toute une jeunesse néo-quelque chose (dandy, preppy) qui le trouve mignon et cool, son port s'est démocratisé. Il nécessite néanmoins un certain respect des codes, dont celui de l'enrouler autour d'un col de chemise, voire à l'extrême limite d'un polo.

Satin, soie, maille ou tissu, tout dépend de l'effet papillon désiré

Se pose alors la question du nœud tout fait vendu dans le commerce. La réponse est non. Comme pour la cravate, la manière de lacer son nœud dit beaucoup de celui qui l'arbore. Il est son signe de reconnaissance, son ADN stylistique. Alors oui, un nœud papillon ça se mérite, même s'il n'y a pas trente-six façons de se l'attacher. Pas de windsor, ni de double windsor: le nœud papillon c'est un tour de main unique. Un nœud magique.

Cela dit, le nœud pap' reste malgré tout un accessoire de style raffiné très à l'aise en

soirée, son biotope primitif. En journée, c'est une alternative sympathique à la cravate en pleine fashion éclipse. Mais cette originalité peut passer pour un excès de coquetterie, le détail snob pour se faire remarquer. Au travail, il faut être certain de pouvoir l'assumer. Car le nœud cristallise son propriétaire. Portez-le deux jours de suite et vous serez «Le gars au nœud pap' du troisième». A vie.

Reste aussi à bien le choisir. On l'a dit, le nœud papillon a souffert de son utilisation burlesque. Le naturel revenant au galop, il peut très vite ressortir du ridicule où il se faisait oublier. Choisissez-le selon votre morphologie, ni trop petit et surtout pas trop grand, histoire d'éviter l'effet comique.

Les rappels, mais pas trop

Malgré son gabarit, Alber Elbaz les préfère gigantesques. Mais c'est sa marque de fabrique. De la même manière que la cravate se coordonne à l'habillement, le nœud papillon doit aussi adapter sa couleur et son motif aux vêtements avec lesquels il sera porté. En jouant les rappels, mais pas trop. Evitez par exemple la version à gros pois: trop cirque, trop voyant. Pour la matière, c'est vous qui voyez: en satin, en soie, en maille, en tissu, tout dépend de l'effet papillon désiré. Si les grandes enseignes donnent dans le nœud (H&M, Zara), les modèles les plus excentriques se trouvent encore sur internet. Le fabricant français Cinabre en produit de nonchalants «made in France»: des nœuds un peu mous qui se nouent dans des tissus pied-de-poule ou Liberty. Et ça, c'est la classe. ☺



VARIATION PAPILLONS

EN GRAND
Nœud ajustable, modèle Rayures Tennis **Cinabre**, mi-laine mi-soie, avec griffe personnalisable.

CI-DESSUS
Nœud à pois, soie et satin, **Lanvin**. Nœud rouge foncé en taffetas, **Alexis Mabille**.

La nouvelle EBEL WAVE,
présentée en or jaune 18 carats
et acier bicolore.
Version femme avec diamants.

EBEL.COM



EBEL

LE BRACELET VAGUE RÉINTERPRÉTÉ.
INDÉNIABLEMENT EBEL.

Comme des coquillages

LES CADRANS DE NACRE SE MULTIPLIENT SUR LES MONTRES RAFFINÉES. UNE PRÉCIOSITÉ VENUE DU FOND DES TEMPS, ALLIÉE À UNE HORLOGERIE ULTRATECHNOLOGIQUE.

SÉLECTION MATHILDE BINETRUY PHOTO YANN ANDRÉ



ENCORE! | FÊTES 2014

DE GAUCHE À DROITE, DE HAUT EN BAS

Cat's Eye Day & Night Girard-Perregaux
Mouvement mécanique à remontage automatique GP03300-0090, 35,44 x 30,44 mm
Fonctions: Heures, minutes, cadran secondes, indicateur jour/nuit
Cadran: Nacre grise **Prix:** 32 300 fr.

Rendez-Vous Night & Day Calendar Jaeger-LeCoultre
Mouvement mécanique à remontage automatique 898A, ø 29 mm

Fonctions: Heures, minutes, petit seconde, indicateur jour/nuit
Cadran: Nacre. **Prix:** 44 700 fr.

Stirrup Petite Link, Ralph Lauren
Mouvement manufacture quartz RL057, 23,30 x 27 mm
Fonctions: Heures, minutes
Cadran: Nacre blanche polie
Prix: 2210 fr.

Tonda Metropolitaine Parmigiani Fleurier
Mouvement mécanique à remontage automatique PF310, ø 23,9 mm

Fonctions: Heures, minutes, cadran secondes, indicateur date
Cadran: Nacre blanche
Prix: 11 700 fr.

T-Touch Lady Solar, Tissot
Mouvement quartz solaire avec indicateur de charge de l'accumulateur, 39,5 x 38 mm
Fonctions: Altimètre, météo, boussole, chronomètre, double fuseau horaire, etc.
Cadran: Nacre blanche **Prix:** 895 fr.

Chiffre Rouge CO3, Dior
Mouvement mécanique à remontage

automatique, calibre Elite 691 par Zenith, ø 38 mm
Fonctions: Heures, minutes, grande date, phase de lune, cadran secondes
Cadran: Nacre gris métallisé
Edition limitée de 100 pièces
Prix: 8700 fr.

Lucea, Bulgari
Mouvement mécanique à remontage automatique, calibre B77, ø 33 mm
Fonctions: Heures, minutes, secondes, guichet de date
Cadran: Nacre blanche **Prix:** 9950 fr.

Women Heure Décentrée Seconde Rétrograde, Blancpain
Mouvement mécanique à remontage automatique 2663SR, ø 26,2 mm
Fonctions: Heures, minutes, indication de secondes rétrograde 30 secondes
Cadran: Nacre bleue **Prix:** 30 800 fr.

Marine Chronographe 8827 Breguet
Mouvement mécanique à remontage automatique 550, ø 34,6 mm
Fonctions: Heures, minutes, cadran secondes, guichet de date, chronographe
Cadran: nacre blanche **Prix:** 19 000 fr.

INTRODUCING THE NEW FRAGRANCE

LOVE STORY Chloé





BEAUTE SANS FARD

L'ART A ACCUEILLI PALOMA PICASSO AU BERCEAU. ELLE A PRÉFÉRÉ LA CRÉATION D'OBJETS. À LAUSANNE OÙ ELLE RÉSIDE, ELLE DESSINE DES BIJOUX.

TEXTE SILVIA AESCHBACH

RENCONTRER PALOMA PICASSO, c'est un peu comme passer un examen – à voir les consignes de son agence de presse new-yorkaise. Les règles sont strictes: interdiction de l'interroger sur son illustre père et hors de question de l'appeler «madame Picasso» en public! Cette directive semble relativement superflue puisque c'est à Lausanne, où elle vit avec son second époux, le médecin Eric Thévenet, que nous rencontrons la créatrice de bijoux de 64 ans. Cinq minutes avant l'heure, une silhouette frêle et délicate, vêtue exclusivement en noir et blanc, arrive sur la pointe des pieds au bar d'un hôtel cinq étoiles. Paloma Picasso est à peine reconnaissable: la sévère Blanche-Neige de jadis aux lèvres toujours vermeilles est à peine maquillée. Et son visage naturel la fait paraître plus jeune qu'il y a vingt ans.

Mais... Et votre rouge à lèvres?

(Elle rit.) J'ai tiré un trait dessus lorsque je me suis rendu compte que je paraissais plus vieille que mon âge... Un jour que je voyageais, sans m'être maquillée, en Concorde, l'hôtesse m'a accueillie ainsi: «Nous sommes ravis que vous voyagiez avec nous. Nous avons eu votre mère à bord il y a peu de temps.» De qui parlait-elle donc? Ma mère et ma belle-mère ne voyagent guère... C'était de moi! Je me suis souvenue que la dernière fois que j'avais pris ce vol j'étais très maquillée. C'est là que j'ai compris qu'il était temps de passer à autre chose.

Votre look sévère était légendaire dans les années 1980... Cherchiez-vous à dissimuler votre timidité?

En partie. J'étais comme l'une de ces kabukis, ces femmes japonaises au visage blanc, aux cheveux noirs et aux lèvres rouges. J'arrivais à faire en sorte que les gens ne s'approchent pas trop de moi.

Et en privé, vous portiez des jeans et des T-shirts?

Non, non, c'était mon style de l'époque, un maquillage intense, des tenues expressives. Un juste reflet de ma personnalité. J'ai porté du rouge à lèvres rouge tous les jours pendant vingt-cinq ans. Quand j'ai arrêté, j'ai entendu quelqu'un dans la rue qui disait: «Regarde, c'est Paloma Picasso.» Et l'autre lui a rétorqué: «Pas possible, elle n'a pas de rouge à lèvres!»

Vous vivez la plupart du temps à Lausanne. Qu'est-ce qui vous plaît particulièrement ici?

J'aime le lac. Hier encore, nous sommes sortis en bateau. C'est merveilleux de vivre ici. J'apprécie l'ouverture des gens, le fait de pouvoir me déplacer librement. Je trouve que les Suisses sont «down to earth» (*les pieds sur terre*). En revanche, quand il fait froid et mauvais temps, nous partons à Marrakech. Ce que j'aime là-bas, c'est la lumière, superbe, et mon jardin. Et il est aussi toujours agréable pour moi de passer quelques jours à New York, où vit ma mère qui a 93 ans et qui peint encore (*la Française Françoise Gilot*). J'aime l'effervescence, mais il n'y a qu'à Lausanne que je peux vraiment me détendre et travailler. C'est chez moi, tout simplement.

Vous travaillez depuis plus de trente ans comme créatrice de bijoux pour Tiffany & Co. et vous avez réalisé plus de 46 collections. Votre plus grande source d'inspiration?

J'en ai beaucoup: la nature, les jardins surtout, les villes. J'aime toutes les formes rondes, souples. Le linéaire, le strict, très peu pour moi!

Pourquoi cette prédilection pour les formes rondes?

Elles sont agréables, rassurantes. Il suffit de penser à mon prénom Paloma, la colombe avec ses formes rondes... Mon père savait bien pourquoi il me donnait ce nom. Je ne suis pas quelqu'un de revêche, même si, avant, je renvoyais cette image. J'étais extrêmement timide, et si je n'avais pas eu cet aspect sévère, les gens n'auraient fait qu'une bouchée de moi.

Etes-vous encore timide?

D'une certaine façon, oui. Bien sûr, j'ai beaucoup plus d'expérience. Il y a certaines choses qu'on apprend à surmonter.

Vous avez déclaré un jour qu'enfant vous aimiez les bijoux...

Oui, c'est vrai, et c'est amusant, parce que j'étais une petite diablesse à l'époque. Je portais des pantalons et des chemises, et puis des petits bracelets et des bagues. Une combinaison très inhabituelle.

Quand avez-vous porté des bijoux pour la première fois?

J'avais 13 ans et j'ai découvert des colliers de perles au marché aux puces. Je les portais en cachette. C'était mon secret, mon plaisir.

Enfant, vous passiez tous vos étés chez votre père, dans le sud de la France. Quels souvenirs en gardez-vous?

Les gens ont beau trouver ça exceptionnel d'avoir un père aussi célèbre, pour moi, c'était simplement mon père. Bien sûr, enfant déjà, je savais à quel point il était célèbre. C'était quelqu'un de très facile à vivre, il ne se préoccupait par exemple pas du tout des notes que j'obtenais à l'école. Ça lui était complètement égal. Dans ce contexte, c'était moi l'adulte parce que j'y faisais attention! J'ai passé beaucoup de temps avec lui à dessiner, et puisque j'étais une enfant très calme, il m'autorisait à rester près de lui quand il peignait.

Que ressentez-vous aujourd'hui lorsque vous voyez des tableaux de votre père?

J'essaie de voir son œuvre comme celle de l'artiste Pablo Picasso. C'est ma façon de lui témoigner du respect. C'est mon père, mais c'est aussi le plus grand artiste du XX^e siècle. Bien sûr, les sensations sont très différentes lorsque je me reconnais ou reconnais ma mère ou un autre membre de la famille dans l'un de ses tableaux (*elle sourit d'un air rêveur*).

Vous n'avez jamais eu envie de devenir peintre vous-même?

Je dessinais beaucoup quand j'étais petite. A 14 ans, j'ai décidé que je ne dessinerais plus jamais. J'avais une peur bleue de devenir peintre et d'être sans cesse comparée à mon père. Je n'ai plus touché un crayon pendant des années. Je ne m'y suis remise que lorsque j'ai commencé à créer des bijoux.



Vous considérez-vous vous-même comme une artiste?

Non, c'est un qualificatif trop lourd à porter. Je préfère dire que je travaille dans la création. Sur mon passeport est inscrit «créatrice».

Comment est née votre collaboration avec Tiffany & Co?

Avant, j'exposais mes bijoux dans des galeries d'art, mais je n'appréciais pas trop cela. Un jour, je suis allée chez Tiffany à New York, j'aimais l'aménagement de leur boutique avec des articles pour femmes présentés dans un style très masculin. J'ai demandé un rendez-vous. Et j'ai appris qu'un contrat venait de se conclure avec Elsa Peretti et qu'ils ne pouvaient pas engager deux créatrices à la fois. Des années plus tard, j'ai tout de même obtenu le poste grâce à John Loring, qui venait d'être nommé directeur de la création.

Votre première expérience de créatrice était un hasard...

A 20 ans, je n'avais pas la moindre idée de ce que je voulais faire de ma vie. Suivre des études d'architecture éventuellement, mais j'étais trop mauvaise en mathématiques. Quelqu'un m'a proposé de participer à la création de décors. Je suis allée au marché aux puces de Paris où j'ai trouvé de vieux bikinis avec de faux diamants, portés autrefois par les danseuses des Folies-Bergère. J'ai associé les pierres à du velours noir et c'est ainsi qu'est né un collier noir mentionné ensuite par *Paris Match*. Une de mes amies m'a alors conseillé d'entrer dans une école de design. A quoi j'ai répondu: «Excellente idée, si un article affirme que je suis créatrice de bijoux, il est grand temps que j'apprenne comment faire!»

Avez-vous une cliente précise en tête lorsque vous concevez vos bijoux?

Je crée uniquement des pièces qui me plaisent personnellement et qui ne ressemblent pas à ce que j'ai déjà.

Vous avez créé des costumes. De là à devenir styliste, la distance était mince. Pourquoi ne pas l'avoir franchie?

J'aime les choses qui durent, qui ne changent pas à chaque saison. La bague que je porte, par exemple (*elle montre une lourde bague en or parée de différentes pierres précieuses*), provient de l'une de mes premières collections. J'aime aussi l'idée que les bijoux nous rendent plus sûrs de nous, plus forts. Et puis, j'avais des amies créatrices de mode et je voyais le rythme de vie infernal qu'elles menaient.

Vous vivez et travaillez avec votre époux, qui gère le côté commercial de votre entreprise. Cette proximité ne vous pose pas de problème?

C'est une solution qui ne convient pas à tout le monde, mais entre nous ça marche très bien, parce que nous nous respectons. Il est très organisé, et moi je suis plutôt... «hou! hou!» (*elle agite les mains d'un air théâtral*). Et il m'encourage à explorer de nouvelles pistes.

Pour vous, est-ce facile de créer?

Pas toujours. Parfois, j'ai des idées et je sais exactement le résultat auquel je veux parvenir. Parfois, il me faut plus de temps. Mon mari m'aide. Un jour, il m'a dit: «Pourquoi ne créerais-tu pas quelque chose en lien avec ta ville préférée, Venise?»

D'où vous vient votre passion pour Venise?

Entre Venise et moi, c'est une grande histoire d'amour. J'y suis allée pour la première fois avec ma mère quand j'étais adolescente et suis aussitôt tombée sous le charme. C'est univers unique, fait d'eau, de lumières et de couleurs. Cette ville me fait rêver.

Comment vous présenteriez-vous à un étranger? Qu'auriez-vous envie de mettre en avant?

Je dirais peut-être que je crée des objets pour qu'on perçoive ce que je suis, et pas seulement pour mon nom de famille. Je me définis par ma créativité, que je veux aussi transmettre. C'est aussi pour ça que je crée des bijoux et non des sculptures. Ils sont beaucoup plus personnels et me permettent de partager quelque chose avec des personnes que je n'ai jamais rencontrées.

Est-ce que vous aimez croiser des femmes qui portent vos bijoux?

Bien sûr! Il y a quelques années, j'ai vu une dame me faire de grands signes dans un restaurant de New York. J'étais un peu perplexe parce que je ne la connaissais pas, puis j'ai remarqué qu'elle portait des boucles d'oreilles que j'avais créées. A ce moment précis, je me suis sentie liée à elle.

Vous avez créé diverses séries d'accessoires: parfums, porcelaine, lunettes de soleil, etc. Pourquoi vous consacrer désormais exclusivement à la création de bijoux?

Lorsque j'ai rencontré Eric mon mari, il m'a dit: «Réfléchis à ce qui est réellement important pour toi, ce pour quoi tu veux investir toute ton énergie.» C'était mon ex-mari qui gérait la collection d'accessoires, nous avons donc décidé d'y mettre fin. Aujourd'hui, je suis beaucoup plus concentrée dans mon travail.

Nous ne porterons donc plus d'accessoires de votre main?

Peut-être que je referai des lunettes de soleil. J'adore et j'en porte tout le temps. Vous savez, les timides aiment les grosses lunettes.

Avez-vous un secret beauté, outre le fait que vous vous maquillez peu?

Je suis en harmonie avec moi-même, j'aime ce que je fais, et je mène une vie très privilégiée.

Un nouveau parfum?

Créer un nouveau parfum chaque année m'ennuie. ☹

J'aime les choses qui durent, qui ne changent pas à chaque saison

UNE VIE À FACETTES

EN HAUT
Paloma avec son père, Pablo Picasso, à Golfe-Juan (près de Juan-les-Pins) vers 1950.

Avec Marisa Berenson et Loulou de la Falaise lors de la présentation de la collection d'Yves Saint Laurent en 1971.

EN BAS
Dans les années 1980, elle promeut elle-même ses parfums, sous l'objectif de Richard Avedon.

Dans sa maison de Marrakech, où elle fut le froid lausannois (2008).

BIJOUX
La bague Sugar Stacks créée pour Tiffany & Co. En or rose 18 cts et saphirs roses.

Collier de la collection Olive Leaf, et son dessin d'inspiration par Paloma Picasso (à Marrakech).

MUSEUM® CLASSIC LE CADRAN LÉGENDAIRE
AVEC DÉTAILS TON SUR TON.
BOÎTE EN ACIER INOXYDABLE POLI,
BRACELET EN CUIR NOIR.
MOVADO.COM



SWISS MOVADO MADE

MOVADO

SWISS HERITAGE | MODERN DESIGN



REFLETS MÉTAL

BRILLANCES, ÉCLAIRS ET
MIROITEMENTS: EN VERSION
SOIR, LE GRIS EST LE HÉROS
DES CONTES D'HIVER.

PHOTOS YVES BACHMANN
STYLISME YVONNE WIGGER

PAGE DE GAUCHE

LUI Chemise, pantalon, veste et cravate de soie, **Prada**.
ELLE Jupe et top, **Boss**. Manteau, **Isabel Marant**.
Bracelet Orb (argent massif), **Studio Mason**.

PAGE DE DROITE

LUI Chemise et veste, **ZZegna**.
ELLE Robe de soie, **Barbara Bui**.
Veste, **Thakoon**.
Collants, **Fogal**.
Bottines, **Hermès**.
Boucle d'oreilles Begin (palladium), **Swarovski**.
Bague Rhomben (argent), **En Soie**.





PAGE DE GAUCHE
Lui Chemise, **Drykorn**.
Blazer, **Bottega Veneta**. Manteau,
Paul Smith. Montre
L.U.C XPS Poinçon
de Genève (platine,
bracelet fait main
en cuir d'alligator),
Chopard. Bracelet,
Studio Mason.

PAGE DE DROITE
ELLE Robe de soirée,
Dolce & Gabbana.
Manteau de brocard,
Miu Miu. Sandalettes
de corde, **Bottega Veneta**. Bracelet
(or rouge, 1 diamant),
Hermès. Bague T
collection (or rose),
Tiffany.

PAGE DE GAUCHE
ELLE Robe à franges, **Stella McCartney**.
 Chaussures, **Tabitha Simmons**. Boucle d'oreilles, coll. Vive Elle (or blanc, diamants) **Bucherer**. Bague coll. Everyday Diamonds (or blanc, diamants), **Kurz**. Montre Tonda Metropolitaine (boîtier et bracelet en acier, cadran en nacre avec diamants), **Parmigiani**. Bracelet coll. Everyday Diamonds (or blanc, diamants), **Kurz**.

PAGE DE DROITE
LUI Pantalon et veste, **Salvatore Ferragamo**.
 Chemise, **Hugo Boss**.
ELLE Robe, **Bottega Veneta**. Foulard de soie, **Talbot Runhof**.
 Ceinture, **Neri Firenze**.
 Clutch en cuir, **Zilla**.
 Bracelet (or rouge, 1 diamant), **Hermès**.
 Bague T collection (or rose), **Tiffany**.

ASSISTANT PHOTO
 SIMON HABEGGER
 COIFFEUSE/MAQUILLEUSE
 LENA FLEISCHER @STYLE COUNCIL.
 ELLE UTILISE LES PRODUITS
 KEVIN MURPHY MODEL FILLE SARAH
 SEEWER @WOMEN PARIS MODEL
 HOMME SÉBASTIEN ANDRIEU
 @SUCCESS DIRECTION
 ARTISTIQUE GÉRALDINE DURA
 PRODUCTION SOPHIE PERRAUDIN
 CASTING CORINNE PITON
 MERCI AU RESTAURANT DIE WAID
 À ZÜRICH, WWW.DIEWAID.CH





ALLUMER LE SAPIN

EN VINGT-QUATRE BOULES, COMME UN CALENDRIER DE L'AVANT, NOS IDÉES DE CADEAUX POUR QUE LE SAPIN SOIT BEAU ET QUE LA TABLE SCINTILLE. MATIN OU SOIR? LES DEUX.

PHOTOS & STYLISME **AIMÉE HOVING** ET **PHILIPPE PALMA**

SÉLECTION CADEAUX **RACHEL BARBEZAT** ILLUSTRATIONS **ALAIN BOULDOUYRE**



Matin de Noël

**IDÉES CADEAUX
DESSINÉES SUR LES BOULES,
DU GAUCHE À DROITE
ET DE HAUT EN BAS**

Table Kangourou de Mathieu Matégot, éditeur **Gubi**, 430 fr.
Théière porcelaine chinoise, **Shanghai Tang**, 180 fr.
Chevalière Margot en argent et améthyste, **Dinh Van**, 780 fr.
Chaise «About A Chair» de Hee Welling pour **Hay**, 265 fr. **Appareil photo** numérique Socialmatic, avec écran LCD et mémoire 4 Go, **Polaroid**, env. 360 fr. **Basket** Pure Boost City Blur, **Adidas**, 155 fr.
Doudoune homme sans manches bleu marine, **Lacoste**, 149 fr.
 Lunettes de sport Tycane Pro Outdoor (deux tailles, cinq couleurs), **Adidas**, 279 fr. **Sac à dos** de ville

en toile et empiècements de cuir, fait main, **HMQG**, 179 fr. **Vélo** de randonnée Devon de Luxe, **Raleigh Bikes**, env. 600 fr. **Eau de parfum** KNOT pour femme, **Bottega Veneta**, 145 fr. les 50 ml.
Montre Ebel Wave pour femme, 58 diamants, boîtier acier, or jaune 18 cts, **Ebel**, 3450 fr. **Boules de Noël** blanches **Globus**; boîte **F. Jahnle + Cie SA**

**ACCESSOIRES DE TABLE,
DE GAUCHE À DROITE
ET DE HAUT EN BAS**
Tasse espresso, **Kahla** (Globus). **Cuillères à café**, à gauche, **Sola** (Manor), à droite **Manor**. **Fourchette** à gâteau, **WMF** (Manor). **Verre à vin**, **Globus**. **Paille** en papier (dans le verre), **Kikkerland** (Manor). **Carafe** Allégorie, **Villeroy & Boch** (Manor).

Tartineur argenté, **Raynaud** (Aux Arts du Feu). **Beurrier** chien, **Pfister**. **Serviette** et rond de serviette étoile, **Pfister**. **Nappe** «lin métallique», **Dominique Kieffer** (Ploum). **Peau de mouton blanc**, **Manor**. **Plat** à deux étages, **Dibbern** (Globus). **Biscuits** de Noël, **Laura Moser Pastry & Cake Design**. **Oiseau** de Noël, **Globus**. **Théière** **Dibbern**, Globus. **Passe-thé**, **Ploum**. **Assiette**, **Jars** (Manor). **Assiette**, **Villeroy & Boch** (Manor). **Salière et poivrier** cristal et argent, **Greggio** (Aux Arts du Feu). **Coupelle** en verre, **Pfister**. **Plateau** en porcelaine, **Globus**. **Confiture**, **Wilkin & Sons Ltd**, **Delicatessa** (Globus). **Cuillère** à moka, **Sola** (Globus). **Tasse et sous-tasse** express Grand Hôtel, **Manor**. **Cuillère à moka** cubiste, **Manor**. **Pipe**, coll. privée.





Soir de Noël

IDÉES CADEAUX
DESSINÉES SUR LES BOULES
DE GAUCHE À DROITE
ET DE HAUT EN BAS

Sac Everston (cuir nappa) de Clare Waight Keller pour **Chloé**, env. 2170 fr.
Collier en cuir et métal doré, ajustable, **Marni**, env. 630 fr.
Vase Augusto en verre soufflé de Murano, collection Les Nouveaux Classiques, **Roche Bobois**, 1310 fr.
Chapeau en laine waterproof, **Borsalino**, 395 fr. Parfum L'Homme Idéal, **Guerlain**, env. 82 fr. les 50 ml.
Montre homme Chiffre Rouge A 03, diamètre 36 mm, boîtier et bracelet acier brossé, cadran galvanique noir, glace en cristal saphir, fond en cristal saphir

translucide noir, **Dior**, 3800 fr.
Manteau court en laine bouclée, col fausse fourrure, boutonnage caché sur le devant, 100% laine, **Carven**, env. 950 fr.
Bracelet Jonc - Le Deux Clous, vermeil et onyx noir, **Saint Laurent Paris**, env. 1080 fr.
Cintre Quarten en aluminium doré, d'Andreas Bechtiger pour **Atelier Pfister**, 19 fr. le lot de 3.
Gants en cuir d'agneau et cachemire, **Agnelle**, 120 fr. **Guêpière** Coup de Foudre (dentelle leavers et tulle rigide), **Chantal Thomass**, 679 fr.
Enceinte son à 360 degrés Poet Audio et son support en chêne **Pandoretta**, env. 4000 fr. et 2400 fr.

Boules de Noël blanches **Globus**; boîte **F. Jahnle + Cie SA**.

ACCESSOIRES DE TABLE,
DE GAUCHE À DROITE
ET DE HAUT EN BAS

Assiettes (de la plus grande à la plus petite): Chambord, **Raynaud**; Farahnaz, **Haviland & Parlon**; Balcon du Guadalquivir, **Hermès** (les trois Noël dorées, **Globus**. **Ronds de serviette**: **Hafke** et **L'Objet** (les deux Aux Arts du Feu). **Nappe** Mondo, **Pfister**. **Gobelet** Excellence et verre Stella Or, **Saint-Louis** (Aux Arts du Feu). **Verre à vin** blanc Lady Diamo, **Cristal d'Arques** (Pfister). **Carafe**, **Baccarat** (Aux Arts du Feu). **Verre RCR Melodia** (Manor). **Verre** Baalbeck, **Saint-Louis** (Aux Arts du Feu). **Carafe**, **Pfister**. **Verre à vin** blanc Lady Diamo, **Cristal d'Arques** (Pfister). **Bonbons** au chocolat Tartufi neri, **Migros Sélection**.



717 chevaux propulsent la nouvelle Dodge Challenger SRT Hellcat à plus de 300 km/h.

La guerre des muscles

SOUS L'IMPULSION DE LA DODGE CHALLENGER SRT HELLCAT, AVEC SES 700 CHEVAUX SOUS LE CAPOT, LES PUISSANTES AMÉRICAINES SE LIVRENT À UNE COURSE EFFRÉNÉE. PLEINS GAZ!

TEXTE HANSPETER EGGENBERGER

TOUT LE MONDE se retourne sur son passage. Et lorsqu'elle s'arrête à un feu rouge, les adolescents dégainent leur smartphone: ils immortalisent la Dodge Challenger avant que le tremblement sourd de son moteur huit cylindres ne se transforme en vrombissement assourdissant.

Plus de six ans après son lancement, en 2008, le modèle attire encore tous les regards. C'est qu'il s'agit de la version la plus impressionnante des «muscle cars», comme on appelle ces bolides à l'ancienne – qui reviennent à toute vitesse – conçus pour le grand frisson. La Dodge Challenger ne se contente pas d'être un modèle rare (la marque Dodge n'est plus distribuée officiellement en Europe depuis que le groupe américain Chrysler a été repris par Fiat), elle frappe aussi et surtout par son allure: une ligne inspirée des années 70, pas démodée pour un sou. Sans oublier sa taille imposante: impossible de la manquer. Si en photo elle ressemble à un coupé, ses dimensions sont celles d'une grande limousine: plus de 5 mètres de long, presque 2 de large, un nez allongé, un arrière haut et court, le tout monté sur des jantes 20 pouces, plus larges à l'arrière qu'à l'avant. Un bolide hors du commun, pas raisonnable du tout, et irrésistible pour ses fans. «Presque aucune autre voiture européenne ne réunit cette agressivité assumée et cette élégance à l'ancienne», affirme, dans le magazine *Weltwoche*, Ulf Poschardt, auteur d'un livre sur la Porsche 911. «La Challenger est un prédateur anti-écologique, la «muscle car» la plus pornographique de notre époque.»

Dès la première version, le moteur V8 de 6,1 litres du modèle haut de gamme affiche fièrement ses 431 chevaux. En 2013, la version SRT8 arbore la désignation supplémentaire 392. Le nombre indique la cylindrée: 392 inches cubes, c'est à dire 6,4 litres, soit une puissance de 476 chevaux. Relativement peu

pour un aussi grand moteur, et la concurrence réagit rapidement en proposant encore davantage de muscles. Ainsi, Chevrolet et Ford se sont-ils intéressés à nouveau à la glorieuse époque des «muscle cars» et ont offert une cure rétro à leurs modèles Camaro et Mustang. Les deux fabricants ont rapidement proposé des versions avec plus de 500 chevaux (Camaro), ou même plus de 600 (Mustang). Bien que plus petites à l'œil, les concurrentes ont surpassé la puissance de la Challenger.

Deux tempos pour un félin

Mais cet automne, celle-ci a repris la tête: avec le modèle 2015, Dodge commercialise la plus puissante «muscle car» de série de tous les temps: la Challenger SRT Hellcat. Grâce au compresseur, le moteur V8 de 6,2 litres affiche 717 chevaux. Un chat terrifiant jailli des enfers! Pour ne pas tenter le premier conducteur venu de pousser la bête dans ses retranchements, le modèle est livré avec deux jeux de clés: avec la rouge, le bolide peut déployer toute sa puissance, mais si la commande électronique identifie la clé noire, le félin infernal réfrène son ardeur – sans pour autant virer au matou domestique. L'engin est livrable avec une boîte manuelle 6 vitesses ou une boîte automatique 8 vitesses, qui peut être permutée en mode manuel via une commande au volant. De fait, le conducteur dispose de trois modes de conduite à choix: «street» est réglé pour le confort de la circulation quotidienne, tandis que «sport» autorise un supplément d'adrénaline et que «track» optimise les propriétés du véhicule pour une utilisation sur circuit.

Visuellement, la Hellcat ne se distingue pas foncièrement des modèles «normaux». Dodge a soumis sa Challenger 2015 à un lifting, sans toutefois transformer sa forme de base. Parmi les changements, la calandre est désormais divisée en deux (sauf sur la Hellcat), tandis que les feux arrière n'occupent plus l'entier de la largeur, mais sont également séparés. Malgré ce toilettage, les

designers de Dodge ne cessent de démontrer leur attachement à la tradition. En effet, les modifications correspondent à celles qui distinguaient autrefois le modèle de 1971 de celui de 1970. Les différences entre la Hellcat et les autres Challenger se trouvent dans les entrées d'air supplémentaires situées sur le capot, la calandre inférieure plus grande, le logo Hellcat symbolisant une tête de chat et l'inscription «Supercharged» indiquant le compresseur.

Outre cet engin diabolique, il existe toujours d'autres versions de la Challenger. SRT, la branche tuning du groupe Chrysler (l'équivalent d'AMG pour Mercedes ou de BMW M pour BMW) distribue toujours la Challenger SRT 392 dont les 491 chevaux flirtent avec la barre des 500. Et le programme Dodge normal propose encore d'autres versions avec un moteur V8 classique de 5,7 litres et un moteur 6 cylindres de 3,6 litres. Officiellement, la marque ne dispose plus de réseau de distributeurs en Europe mais on trouve des importateurs et des concessionnaires par le biais des plateformes automobiles en ligne.

Gentil mustang

De leur côté, les deux autres grands fabricants américains, General Motors (avec Chevrolet) et Ford distribuent leurs véhicules musclés dans le monde entier, et sont donc obligés de faire des concessions en adaptant davantage le design aux goûts du public. Le modèle Mustang de 2015 montre bien le phénomène. Si (après de longues années marquées par des versions plutôt tranquilles) l'année 2004 annonçait le retour à l'influence du modèle original de la fin des années 60 et à la valorisation de la puissance, le successeur d'aujourd'hui se présente à nouveau sous un aspect moins sauvage. Même les nouveaux moteurs s'adressent davantage à une clientèle qui a mal à sa conscience écologique qu'aux décomplexés qui veulent s'amuser pleins gaz. A côté d'un moteur 4 cylindres Ecoboost, le

MUSTANG



CAMARO



V8 de 5 litres avec 418 chevaux est cependant toujours proposé... Quant à la Shelby GT 500, la Mustang la plus rapide, son avenir restait ouvert au moment de la clôture de cet article. Le dernier modèle date de 2014. Il est équipé d'un moteur V8 de 5,8 litres avec compresseur dont la puissance s'élève à 671 chevaux, ce qui lui permet de rivaliser avec la Hellcat. Alors que Dodge présente la Hellcat comme «the most powerfull muscle car ever» – la voiture la plus puissante qui ait jamais existé – Chevrolet affirme plus sobrement que sa Camaro ZL1 2015 est «the most powerfull Camaro ever»... Le moteur V8 de 6,2 litres avec compresseur permet de profiter d'une puissance de 588 chevaux. Visuellement, la Camaro est cependant plus basse et plus courte que la Challenger et, pour les amateurs de grand air qui espèrent que l'été pourri 2014 restera une exception, elle est aussi disponible en version cabriolet.

La Dodge Challenger de 1970 qui a servi de modèle à la version réalisée presque quarante ans plus tard avait fait fureur dans le road-movie à suspense *Vanishing Point* sorti en 1971. Kowalski, interprété par Barry Newman

DE GAUCHE À DROITE

La Ford Mustang

Shelby Cobra 2014

La Chevrolet

Camaro ZL1 2015

La Dodge

Challenger SRT

Hellcat 2015



CHALLENGER

– devenu célèbre grâce à la série télévisée du détective Petrocelli – doit conduire une Dodge Challenger R/T blanche de Denver à San Francisco. Il parie qu'il fera le trajet en moins de quinze heures, mais pour y parvenir il doit ignorer les limitations de vitesse et prendre des risques considérables. Durant son périple dans le sud-ouest des Etats-Unis, il est de plus en plus fréquemment pris en chasse par des policiers, et son périple se

conclut en un brasier impressionnant sur les lieux d'un barrage routier. Or la voiture que l'on voit partir en flammes n'était pas une Dodge Challenger blanche. La voiture sacrifiée était en réalité une Chevrolet Camaro 1967 d'occasion, achetée à bas prix. Elle avait été bourrée d'explosifs avant d'être tractée sur le lieu de tournage au bout d'une corde. Par quel véhicule? Le cascadeur conduisait l'un des modèles prêts de Dodge Challenger. ☺

PUBLICITE

Philips VisaCare – Microdermabrasion. Pour une peau éclatante de jeunesse.



Un soin de la peau comme dans les instituts de beauté: avec **Philips VisaCare**, la microdermabrasion s'installe chez vous. La technologie unique double action combine une exfoliation intense avec un massage revitalisant par aspiration. Ce système permet de stimuler la régénération naturelle des cellules de votre peau qui paraît plus ferme et rajeunie. Découvrez avec Philips VisaCare un tout nouveau moyen d'obtenir une peau jeune et ferme.

innovation ✨ you



Découvrez un nouveau rituel de beauté – VisaCare
www.philips.com/visacare

PHILIPS



Réinterprétation contemporaine du rôle lumineux de l'église. Ici la catholique et Romaine Santo Volto di Gesù (Visage saint de Jésus).

10

ÉGLISES TRÈS AUDACIEUSES

LUMIÈRE, FORMES, MATIÈRES... PARTOUT DANS LE MONDE, LES ARCHITECTES MODERNES RÉINVENTENT LE RAPPORT AU SPIRITUEL. COMME UN DÉFI.

TEXTE RENZO STROSCIO



1 Cosmique à Rome (I)

Le concept Comment peut-on inciter à la (ré)conciliation avec le divin dans un quartier très populaire et mal famé de la capitale de la papauté? En utilisant les formes symboliques comme le cercle et la sphère. C'est du moins ainsi que les architectes du studio Sartogo ont résolu le dilemme. Très conceptuel, leur demi-dôme revêtu de travertin – la pierre calcaire typique des édifices antiques de Rome – se caractérise par un volume semi-circulaire. Quinze panneaux translucides rappellent la rosace médiévale et évoquent un «œil spirituel». L'église a été inaugurée en 2006.

L'atmosphère Il y a une dimension *via crucis* (chemin de croix) dans ce projet très peu classique. Une voie sépare l'église du centre paroissial; symboliquement, les fidèles sont conduits à travers un corridor en V que domine une croix monumentale étroite et allongée.

Les architectes Piero Sartogo et Nathalie Grenon ont signé des réalisations aux Etats-Unis dont la chancellerie de l'ambassade italienne à Washington ou la Banque de Rome (Banca di Roma) à New York.

Santo Volto di Gesù alla Magliana, via Caprese, Quartier Portuense

2 Cubique à Foligno (I)

Le concept Imaginée par le couple d'architectes romains Massimiliano et Doriana Fuksas, la nouvelle église Saint-Paul l'Apôtre de la petite ville d'Ombrie est avant tout un cube en béton armé. Exhibant sa forme monolithique, il épouse une géométrie pure, absolue et austère. Il faut dire que, consacré en 2009, il se veut le symbole de la renaissance après le tremblement de terre de 1997. Il s'élève là où un container avait abrité les habitants sans logis. Et l'intérieur? Les espaces s'agencent et s'emboîtent en toute harmonie, notamment l'autel dans le sanctuaire.

L'atmosphère Les concepteurs ont voulu créer les conditions d'un dialogue direct avec le ciel. Un élément qui a certainement convaincu la Conférence épiscopale italienne de l'aspect novateur (qu'elle recherchait) de cette réalisation.

Les architectes Grand Prix national de l'Architecture en 1999, Massimiliano Fuksas a été directeur de la Biennale de Venise en 2000. Il partage sa vie avec Doriana Fuksas, qui dirige les projets de design de l'agence.

Chiesa di San Paolo Apostolo, via del Roccolo 30

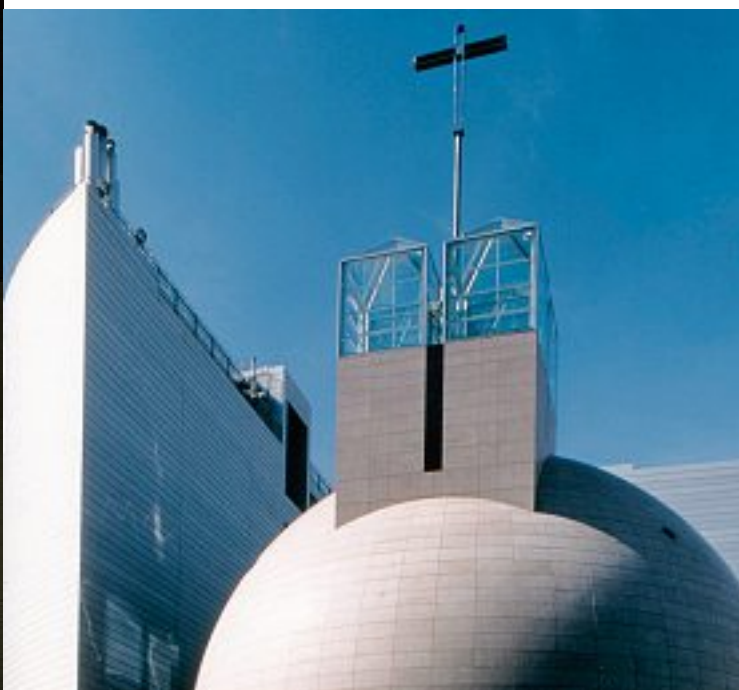
3 Connectée à Nuremberg (D)

Le concept Comment attirer les jeunes à la messe dominicale? La Lux Junge Kirche de Nuremberg, inaugurée en 2009, a sûrement les meilleurs atouts. Au départ, il s'agissait d'une paroisse classique construite par l'architecte Hans C. Reissinger. Pour l'adapter aux besoins de la jeunesse locale, le bureau Nörpel Architekten l'a métamorphosée «intra-muros»... Inspirés par les nouvelles technologies, les architectes ont imaginé un espace qui semble swinger: sans transition, on passe ici de la prière à la scène. Messes, concerts, chorales, spectacles de théâtre se succèdent en une joyeuse sérénité.

L'atmosphère C'est plutôt tendance! Avec ses ambitions technologiques, surtout d'éclairage, la Lux Junge Kirche assure un côté fun. Le must: le hall d'accueil «connecté» qui ravit les jeunes Bavarois.

Les architectes Nörpel Architekten est un bureau de Nuremberg spécialisé dans les travaux de rénovation et de restauration d'édifices publics. Sur ce projet ont travaillé Roland Nörpel, Ana Sangirardi, Peter Söllner, Sven Watzka.

Lux Junge Kirche, Leipzigerstr. 25, www.lux-jungekirche.de



4 Ronde à Genève (CH)

Le concept Le moins que l'on puisse dire est que la dernière église catholique construite dans la région genevoise (en 1994) surprend. Impressionnante, cette sphère incroyable, imaginée par l'architecte tessinois Ugo Brunoni, symbolise la communion entre la Sainte-Trinité (le Père, le Fils et le Saint-Esprit) et le globe terrestre. Avec son diamètre de 20 mètres, elle est encastrée entre la rue et des immeubles.

Habillé de granit rose, son pôle supérieur est percé d'ouvertures aux couleurs de l'arc-en-ciel qui laissent pénétrer la lumière. Quatre structures de verre en forme de pyramide surmontent ce monument qui fait partie d'un complexe immobilier.

L'atmosphère La sphère est posée dans un fossé rempli d'eau qui rappelle les fonts baptismaux. D'ailleurs, on accède à l'intérieur en franchissant une petite passerelle. Tout un symbole!

L'architecte Né à Ascona au Tessin, Ugo Brunoni a conçu un groupe scolaire, l'école Le Corbusier, dans le quartier Malagnou à Genève, et dans cette même ville, la surélévation importante du locatif Caramaro.

Eglise Sainte-Trinité, rue Ferrier 16

5 Bétonnée à Tenerife (E)

Le concept On se trouve là devant l'incarnation de l'austérité: partiellement ensevelie, cette église achevée en 2008 est en fait un... bunker! Signé par l'architecte Fernando Menis, le bâtiment est constitué d'un assemblage de plaques de béton. On note l'ombre de la croix symbolique à l'intérieur: un T, formé par une fissure découpée comme au cutter dans le béton armé.

L'atmosphère Hyperfonctionnel et d'un esthétisme très épuré, le lieu dégage à la fois une forme de présence spirituelle et un sens de l'intimité. A elle seule, la lumière qui pénètre par des ouvertures verticales suscite une émotion intemporelle. Dépouillé de tout superflu, ce projet anticonformiste invite à la réflexion, à la méditation.

L'architecte C'est l'un des projets phares de l'architecte espagnol. Pour cette construction, Fernando Menis a reçu le prix de la meilleure innovation en béton (Concrete Innovation), décerné par la prestigieuse Ambuja Knowledge Foundation of India.

Holy Redeemer Church, Los Majuelos San Cristóbal

6 Cartonnée à Christchurch (NZ)

Le concept Comment être plus fort que les éléments naturels, feu, tempêtes, séismes? Avec du papier... L'église anglicane de la deuxième plus grande ville de Nouvelle-Zélande avait été gravement endommagée par le tremblement de terre de 2011. Il a semblé tout indiqué de faire appel à l'architecte japonais, Shigeru Ban, connu pour sa nouvelle église de Kobe, pour reconstruire «plus beau qu'avant». L'architecte a utilisé des matériaux recyclables et des tubes en carton étanchéifiés. L'énorme volume triangulaire accueille jusqu'à 700 fidèles. Dominée par une rosace, la cathédrale est éclairée par des vitraux multicolores.

L'atmosphère On aime son côté pop et écolo! Premier bâtiment municipal achevé (en 2013) dans le cadre de la reconstruction, on se réjouit de savoir qu'il ne va pas bouger le temps de sa durée de vie prévue de cinquante ans...

L'architecte Pour ses œuvres, mais aussi pour sa trajectoire d'humaniste, Shigeru Ban a reçu cette année le Prix Pritzker, une récompense considérée comme le Nobel de l'architecture.

Cathedral of Christchurch, Hereford Street 234, Latimer

PHOTOS: DR/ANDREA JEMOLO/MORENO MAGGI/STEFFEN JANICKE/UGO BRUNONI/MENIS ARCHITECTOS/EMMA SMALES-CORBIS

ENCORE! | FÊTES 2014



7 Minimaliste à Mogno (CH)

Le concept Au Tessin, le petit hameau de Mogno perché à 1180 mètres a hérité de l'une des réalisations de Mario Botta. C'est en effet le célèbre architecte tessinois qui a reconstruit l'église détruite en 1986 par une avalanche. Dédié à saint Jean-Baptiste, le lieu de culte est à la mesure du village: toute petite. Elle peut accueillir environ quinze personnes... Ses autres particularités: une forme elliptique, un toit incliné et un intérieur constitué d'un motif en damier où s'alternent des couches de granit et de marbre, roches extraites dans le val Maggia.

L'atmosphère Détail surprenant, l'église n'a pas de fenêtres! Mais la lumière traverse le toit en verre. Audacieux et parfait pour se ressourcer, en osmose avec l'environnement, le lieu offre un abri serein.

L'architecte Privilégiant toujours les matériaux bruts et le savoir-faire local, Mario Botta, à qui l'on doit d'autres magnifiques réalisations en Suisse et dans le monde, a réussi un coup de maître avec ce petit bijou bicolore.

San Giovanni Battista, Mogno, valle Maggia

8 Céleste London (UK)

Le concept Dans un quartier bouillonnant du centre de Londres, la congrégation Lumen rassemble plusieurs communautés chrétiennes. Une caractéristique qui a certainement encouragé les architectes britanniques Theis and Khan à oser une transformation radicale de l'édifice construit dans les années 1960.

Afin de réussir leur pari, ils ont collaboré avec différents artistes, Rona Smith et Alison Wilding, pour leurs sculptures symboliques en fer; et Pierre Fourmaintraux, qui a réalisé un vitrail multicolore.

L'atmosphère L'espace sacré central est éclairé par une unique source de lumière à 11 mètres de hauteur et diffusée le long d'un pilier conique. Imposant, ce dernier propage une luminosité intense et imprègne l'ensemble de pureté et de bien-être.

Les architectes Cette transformation a valu à ses auteurs Theis and Khan d'être primés en 2009 par l'Institut royal des architectes britanniques (RIBA). Une des plus hautes distinctions en la matière dans le pays de Sa Majesté.

Lumen Church, Tavistock Place 88

9 Fluide Maassluis (NL)

Le concept L'église a été construite à l'initiative du diocèse de Rotterdam et inaugurée en 2007. Vainqueurs du concours, les architectes Mari Baauw et René Olivier, de l'agence Royal Haskoning, ont imaginé une structure en acier couverte d'une toile compacte et économe en énergie. Dans sa succession de formes elliptiques, le bâtiment peut accueillir 297 fidèles. Adjacente, la tour portant la croix est indépendante de la construction.

L'atmosphère L'intérieur tout en courbes et fluidité est éclairé d'une lumière chaude, envoûtante. Les espaces sont séparés par des fenêtres colorées. Sur un mur de verre dépoli, le début du texte de l'Evangile de saint Jean gravé en lettres transparentes donne le ton.

Les architectes Mari Baauw et René Olivier ont sans aucun doute voulu se référer à un certain héritage architectural bien connu. La conception futuriste de cette réalisation lui a valu le nom d'Opéra de Sydney.

De Petrus en Pauluskerk, P.C. Hooftlaan 7



Dans notre société de consommation,
il est nécessaire de disposer
d'espaces sacrés réservés **à la méditation**



La nouvelle Eglise néo-apostolique de Zuchwil: une architecture primée en 2007 par le canton de Soleure.

10 Conique à Firminy (F)

Le concept Dans la petite ville proche de Saint-Etienne, un des derniers projets de Le Corbusier s'est vu interrompre durant la première phase de construction. On est alors en 1970, et des conflits bloquent le chantier pendant plus de trente ans! Prenant conscience de la valeur de l'édifice à l'abandon, le gouvernement déclare celui-là patrimoine architectural et finance son achèvement (en 2006). Classé aujourd'hui dans les monuments historiques de France, il témoigne de l'œuvre de l'architecte franco-suisse.

L'atmosphère On aime sa forme conique très épurée. Dans sa partie supérieure, l'église manifeste clairement sa vocation religieuse. L'autel à lui seul est un bel archétype. Une série d'ouvertures dessine la constellation d'Orion. Cosmique!

L'architecte C'est José Oubrerie, ancien collaborateur de Le Corbusier, qui termine l'œuvre. Comme il n'avait plus les plans, l'architecte a dû travailler avec d'anciennes photos, des modèles et des croquis laissés par le maître avant sa disparition.

Eglise Saint-Pierre, bd périphérique du Stade

Une question de lumière et d'acoustique



URSULA STÜCHELI,
Architecte, professeur à la Haute Ecole d'architecture de Berne (HES)

Quelle est selon vous la place de l'église dans la société actuelle?

Nous vivons dans une société de consommation et d'hyperinformation, et il est nécessaire d'avoir des endroits sacrés réservés à la méditation. Dans *Religion pour athéistes*, le philosophe Alain de Botton les nomme ainsi: «Des espaces non commerciaux, des plaines de silence et de beauté (...)» Mais pour les communautés religieuses, il s'agit d'un lieu de communication avec Dieu.

Les églises aux formes architecturales très contemporaines, disent-elles autre chose que les anciennes?

Avec mon associé Beat Mathys, je connais surtout le phénomène des églises privées puisque nous avons dessiné l'église néo-apostolique à Zuchwil. Ces églises privées désirent s'affirmer à travers l'architecture, comme l'a fait le catholicisme à une autre époque, mais à une échelle plus petite. Pour notre part, nous tenions à susciter une forte identification des fidèles avec leur temple.

Comment avez-vous procédé?

Notre désir était de créer un chemin qui deviendrait un espace, celui-là même qui symbolise la religion. Un

chemin comme «la naissance de l'espace»... Nous avons aussi voulu établir une relation entre le foyer, entièrement transparent, et l'espace sacré. De ce fait, l'église est fermée, mais éclairée d'une lumière zénithale. Cette lumière indirecte, dans laquelle baigne l'ensemble du corps de l'église, confère un aspect irréel à son intérieur. Mais le plus important était le son. Nous avons fait de nombreuses recherches et beaucoup travaillé sur le plafond pour créer une acoustique parfaite. Le défi était donc de créer une architecture en pierre, marbre et béton qui soit réaliste et poétique à la fois. Finalement, c'est l'interprétation contemporaine d'une vieille chapelle italienne...

**MONT
BLANC** 

Meisterstück Heritage Perpetual Calendar and Hugh Jackman

Crafted for New Heights

Dotée d'une des complications les plus raffinées en Haute Horlogerie, la Montblanc Meisterstück Heritage Perpetual Calendar ne nécessite aucun réglage jusqu'en 2100, tant que son calibre automatique MB 29.15 est suffisamment remonté. Logée dans un boîtier en or rouge 18 K de 39 mm, cette montre élégante sera le compagnon fidèle de toute une vie. Rendez-vous sur montblanc.com.



Meisterstück 90 Years Collection



En cours de fabrication dans la verrerie Ferro & Lazzarini, les photophores Aqua di Parma.

Le lustre retrouvé de **Murano**

LES GRANDS NOMS DU LUXE ITALIEN RECOURENT DE PLUS EN PLUS SOUVENT AU VERRE VÉNITIEN POUR ACCOMPAGNER LEURS PRODUITS. UNE FAÇON DE SOULIGNER L'ART DE VIVRE À L'ITALIENNE ET DE METTRE EN VALEUR UN ARTISANAT SOMPTUEUX EN DANGER. REPORTAGE DANS LA FOURNAISE.

TEXTE RENATA LIBAL

VENISE FRISSE EN ce matin pluvieux de novembre. L'hiver est arrivé d'un coup. Les touristes pataugent dans l'aqua alta, chaussés de surbottes imperméables, qui roses, qui jaune poussin – drôles de taches dans les camaïeux de gris. Pourtant, toute la ville ne vit pas à la même température: derrière les murs épais des verreries de Murano, les fournaises imposent des climats plus que tropicaux. Là, autour des fours et des fonderies, travaillent, soufflent et suent des hommes qui perpétuent un savoir-faire millénaire. Leurs outils sont presque aussi rudimentaires qu'au XV^e siècle, quand Venise s'est imposée comme capitale méditerranéenne de la maîtrise du verre, après que les hordes de Tamerlan ont décimé le Proche-Orient. En bermuda kaki, en T-shirt collé au torse, les souffleurs d'aujourd'hui ne sont plus que quelques dizaines à maîtriser cet art subtil, qui exige un équilibre parfait, quoique paradoxal, entre force des bras et délicatesse du souffle.

Romano Penso, directeur de la production chez Ferro & Lazzarini, une des verreries réputées de l'île de Murano, supervise la production d'élégants verres striés, destinés à une collection de bougies parfumées ultra-raffinées de la marque Aqua di Parma, les Candele Profumate. Ils arborent un petit air gracieusement discret, ces petits gobelets... Et pourtant, que d'efforts il faut déployer pour en sortir un de la masse incandescente. Pas moins d'une douzaine d'étapes, réparties sur une trentaine d'heures. Deux

ouvriers se concertent du regard, puis l'un d'eux sort de la fournaise une boule orange lumineuse, chauffée à plus de 1000 degrés. Ensemble ils l'étirent entre leurs cannes, pour former un fil très régulier qui, en refroidissant, deviendra fine baguette. Il s'agit ensuite de découper les baguettes en tronçons, puis de les juxtaposer, en différentes couleurs, pour composer le motif voulu. Retour au four pour une petite cure à 3000 degrés qui soudera les éléments en un cylindre rayé. Un dernier passage à la chaleur permet alors au souffleur de former enfin le gobelet, en prélevant juste la masse de verre nécessaire, qu'il fait enfler comme on insuffle la vie dans un corps inerte. Fini? Allons! Il faut encore affiner la forme dans un moule, laisser refroidir une nuit, couper le pourtour, poncer, polir, effleurer... Tout un processus de haute précision avant que le gobelet puisse être acheminé vers l'atelier suivant pour le remplissage de cire.

Le luxe au chevet du verre

La collaboration entre Aqua di Parma et la verrerie Ferro & Lazzarini est une première à cette échelle: plus de 8000 pièces déjà produites, chacune légèrement différente de ses sœurs. Ce travail occupe la moitié des quarante employés de la verrerie, ainsi qu'un maestro, comme on appelle les plus chevronnés des talents. «Nous sommes fiers et ravis de cette collaboration, explique Romano Penso. Vous savez que le métier se meurt et voici une extraordinaire opportunité de profiler notre savoir-faire auprès d'une clientèle internationale, moderne et exigeante.» Du côté du parfumeur de Parme, la démarche s'inscrit aussi dans une envie

plus globale de mettre en valeur l'art de vivre à l'italienne. La marque, fondée en 1916, repose à l'origine sur le succès de Colonia, la «vraie eau de Cologne italienne» qui s'est imposée, jusqu'à Hollywood dans les années 1950, comme un emblème de la *dolce vita*. Depuis, Aqua di Parma a élargi son spectre (d'autant qu'elle a rejoint l'écurie LVMH en 2001), avec une diversification des fragrances féminines comme masculines, une ouverture vers les accessoires de maison et surtout, dès 2008, le lancement d'un spa somptueux à Porto Cervo, suivi de celui (non moins fabuleux) de l'Hôtel Gritti à Venise. Ce qui demeure, au fil de cette histoire à succès, c'est l'attachement à la tradition artisanale italienne. Aqua di Parma recourt aux plus fins des cuirs de la Péninsule, aux plus sophistiqués des damas vénitiens et soutient, entre autres, la fondation d'art Peggy Guggenheim à Venise. «Notre marque est depuis toujours un mécène artistique et culturel, note Gabriella Scarpa, la truculente présidente. En effet, nous plongeons nos racines dans ce patrimoine d'une beauté inestimable que représentent les paysages, les villes et l'art d'Italie.»

Le verre filigrané s'inscrit dans cette ambition de voir les valeurs italiennes former corps, d'un domaine d'excellence à l'autre. Sans doute le photophore luxueux s'avère-t-il plus modeste que les traditionnels lustres à délires végétaux qui caractérisent les créations de Murano: Romano Penso évalue à 5 sur une échelle de 10 la difficulté technique de cette variante du filigrane classique où la régularité de la ligne représente le défi majeur. Mais la magie réside ailleurs que dans la virtuosité



TRICOLORE

La bougie parfumée Aqua di Parma se décline en trois couleurs et senteurs: rouge comme la fève tonka ramenée jadis par les marchands de Venise, jaune comme le tilleul des jardins, noir comme l'acajou utilisé pour les bateaux.

chichiteuse: chaque pièce vibre de cette lumière unique du verre précieux, qui a été soufflé, façonné, caressé.

L'univers du luxe italien cultive sa relation au patrimoine national. Ce n'est pas un hasard si un Diego Della Valle, patron du groupe Tod's, s'est engagé à rénover le Colisée... Le verre de Murano bénéficie, lui aussi, de cette soif d'identité commune. Outre Aqua di Parma, les couturiers milanaïssollicitent les verriers de Murano pour leurs lignes de maison. Roberto Cavalli fait produire, depuis 2012, des verres et des carafes légers comme des soupis d'ange. Armani Casa propose des coupes d'un profond rouge opaque tandis que Fendi Casa donne dans les vases et luminaires ronds, transparents, facettés comme des diamants. Quant à l'italien Il Profumo, racheté il y a deux ans par le groupe suisse Valmont, il lance pour cette fin d'année un flacon coloré de Murano, très exclusif, limité à 30 pièces. Le jus qu'il contient est une ode à la fraîcheur marine, Aria di Mare, un classique fleuri de la fondatrice de la maison, Silvana Casoli.

Aujourd'hui, le goût de l'objet d'art renaît dans les ateliers de verre

La mise en lumière luxueuse du verre de Murano n'est due ni au hasard ni à un soudain retour de flamme de fournaise. Elle s'inscrit dans un plan de bataille récent des verriers de l'île, résolus à ne pas laisser leur art disparaître. Il faut dire que le grand public n'a pas forcément, au fond de la rétiné, une image très reluisante de ce savoir-faire. Pour les touristes qui découvrent les fabuleux *palazzi* pieds dans l'eau, le verre local ressemble le plus souvent aux clowns criards vendus dans les échoppes à souvenirs. C'est que les verreries ont été nombreuses, dès les années 1970, à céder à la tentation facile du bibelot vite envoyé. Or cette manne a tari d'autant plus rapidement que les contrefaçons chinoises se multipliaient, ces dernières années surtout. Et les jeunes sont de plus en plus difficiles à recruter: pourquoi aller rôtir dans les flammes de l'enfer alors qu'il est plus confortable de pianoter sur les touches d'un ordinateur? Résultat: sur plus de 2000 artisans qui couvraient là dans les années 1980, il reste

à peine une quarantaine de verreries, et les techniques menacent de se perdre, faute de transmission et de pratique. La bonne nouvelle, c'est qu'aujourd'hui renaît, certes à très petite échelle, le goût de l'objet d'art.

Le renouveau artistique

L'impulsion vient des marques du luxe, mais aussi – et surtout – par la volonté d'hommes comme Adriano Berengo, qui a créé, en 1989, le Berengo Studio et s'est mis à inviter artistes et designers à venir défier ses ouvriers de leurs idées folles. Son credo: «Le verre ne doit pas seulement se limiter aux objets décoratifs de tous les jours, il doit redevenir un médium artistique.» Et tant pis pour les lustres à petites roses, si virtuoses... Des entreprises, même anciennes comme Venini, ont suivi le mouvement, proposant aujourd'hui une foule de grands noms dans leur catalogue (dont le starchitecte Tadao Ando ou le trio suisse Atelier Oï). Cette mobilisation a engendré, dès 2009, une manifestation de belle tenue d'art verrier, Glasstress, qui se tient en parallèle à la biennale d'art.

L'art verrier a déjà failli mourir plusieurs fois à Venise. Elaboré au VIII^e siècle, le savoir-faire a été exilé sur l'île de Murano dès 1291, par crainte des incendies liés aux fournaïsses et pour préserver les secrets de fabrication. Suit une grande période de gloire, où les verriers sont les personnages les plus influents de la cité, autorisés à porter l'épée – à condition de ne jamais quitter Venise – tant il était important de maintenir le monopole. Cet élan culmine au XV^e siècle, quand la ville sur l'eau fournissait à tout va les cours d'Europe et d'Orient en délicatesses ouvragées. C'est de cette époque que datent le si clair *crystallo* vénitien ainsi que le *lattimo*, ce verre blanc opaque comme de la porcelaine. Pourtant, la belle machine créative s'enraie dès le XVII^e siècle, avec une esthétique restée bloquée sur les extravagances dorées du baroque. Vers 1670, voilà en plus que le verre de Bohême vient lui faire concurrence, avec sa matière plus dure qui se prête si bien à la gravure. A Murano, on hésite, on copie le style, on revient sur ses acquis... Il faudra attendre le XX^e siècle et la fabuleuse créativité Art déco pour voir réapparaître une identité affirmée, avant que le verre ne s'assoupisse à nouveau. A relever aussi la fameuse *fucina degli angeli*, la forge des anges, dans les années 1950, un projet qui a donné lieu à 36 petites sculptures de verre sublimes signées Cocteau, Picasso ou Max Ernst (au Mudac, à Lausanne). Comme le relève Bettina Tschumi, conservatrice de cette collection d'art verrier, «si salut il y a pour les techniques artisanales et onéreuses du verre à Murano, il passe par la sublimation du matériau, du savoir-faire, et par la voie artistique». ☉



CRÉATIONS RÉCENTES

Le luxe italien s'allie à l'extraordinaire maîtrise des verriers de Murano.

DE GAUCHE À DROITE, ET DE HAUT EN BAS

Un chandelier en verre transparent Fendi Casa.

Un lustre néobaroque en verre doré de Roberto Cavalli Home.

Une œuvre d'art de Tomas Libertiny de 2011, *The Seed of Narcissus*, en verre soufflé argenté et cire d'abeille.

Union de l'art et de la technique verrière, cette pièce a été récemment acquise par le Mudac, à Lausanne, où elle est actuellement visible.

Un flacon de l'édition limitée à 30 exemplaires de l'eau de parfum Aria di Mare d'Il Profumo.

Une lampe en verre mat gris, Hyades, d'Armani Casa (existe aussi en doré).



Cylindres en verre massif de l'artiste Roni Horn à voir au musée d'art contemporain Punta della Dogana.

Venise, petit chemin du verre

Il faut se rendre à Murano, à dix minutes en vaporetto, pour s'imprégner de l'ambiance verrière. Mais il n'y a pas que ce lieu obligé. Petit parcours pour approcher le meilleur du verre local.

A Venise

- ☐ **Plonger dans les années 1920** La Fondation Giorgio Cini expose, jusqu'au 11 janvier 2015, les œuvres pures de l'architecte lombard Tomaso Buzzi (années 1920 et 1930). Fabuleux plat turquoise et luminaires en forme de poisson. Sur l'île San Giorgio Maggiore
- ☐ **Boire un cocktail au bar de l'Hôtel Cipriani** Pour voir les verres qu'Amal Alamuddin a offerts à George Clooney pour leur mariage. Giudecca 10
- ☐ **Revivre le XVIII^e siècle** au discret palais-musée Querini Stampalia, ancienne demeure familiale restée en partie meublée d'époque, avec des lustres délirants. Etudiants bien contemporains sous les fastes de la bibliothèque. Derrière l'église Santa Maria Formosa
- ☐ **Descendre chez Philippe Starck** Le designer français a décoré de verre, créé tout exprès à Murano, un petit palais-hôtel cinq étoiles discret dans le bâtiment même du Palazzo Grassi. Un univers de miroirs et de verre tourmenté. Une expérience! PalazzinaG, Ramo Grassi 3247. Chambres dès 224 euros, bar et restaurant à ambiance
- ☐ **Partir en méditation** devant dix cylindres de verre massif, bleutés comme de l'eau figée, de l'artiste américaine Roni Horn. Dans l'exposition Prima Materia, jusqu'au 15 février 2015. Musée d'art contemporain Punta della Dogana, Dorsoduro 2

A Murano

- ☐ **Avoir très chaud** La fournaise de Ferro & Lazzarini se visite ainsi que la salle d'exposition où l'on peut acheter, à prix d'usine (mais cher): le verre env. 200 euros, le lustre dès 4000. Fondamenta Navagero 75
- ☐ **Se détendre** Le Musée du verre est délicieux, avec son approche historique des techniques et son jardin intérieur très tranquille. Partiellement en travaux actuellement, il sera entièrement visible dès début 2015. Magnifique lustre sur plafond ouvragé à fresques, dans la grande salle. Museo del vetro, Fondamenta Giustinian 8
- ☐ **Acheter (avec carte très garnie)** Le showroom de Venini donne dans l'extravagance, car le verrier collabore avec des designers réputés. Spazio Venini Murano, Fondamenta Vetrai 47

Entre Venise et Murano

- ☐ **La bouffée d'art** La 4^e édition de Glasstress, exposition d'art verrier sur le thème Gotika, se tiendra en parallèle à la Biennale d'art contemporain, du 9 mai au 22 novembre 2015. Sur deux lieux: le Palazzo Franchetti pour la partie historique et la Fondation Berengo pour la création contemporaine, dans une ancienne fournaise. Campo S. Stefano, Venise; Campiello della Pescheria, Murano

Kate Moss n'est pas la seule célébrité à avoir commandé son gâteau de mariage chez Peggy Porschen.



Folie douce

PEGGY PORSCHEN EST LA PLUS CÉLÈBRE PÂTISSIÈRE D'EUROPE. SES CRÉATIONS SUCRÉES FONT LE BONHEUR DES STARS, MAIS PAS SEULEMENT.

TEXTE SILVIA AESCHBACH

ELTON JOHN, MADONNA, Stella McCartney ou Gwyneth Paltrow – si tant est qu'ils ne suivent pas un de leurs régimes farfelus – comptent parmi les clients de Peggy Porschen. Jamais pourtant, l'ex-hôtesse de l'air allemande installée à Londres depuis 1998 et formée au sein de la célèbre école de cuisine Le Cordon Bleu, n'avait imaginé qu'elle préparerait un jour des pâtisseries pour la jet set. «Je suis arrivée à Londres pleine de naïveté. Je voulais juste apprendre à faire des tartes, peut-être ouvrir un salon de thé et vendre des petits gâteaux.» Aujourd'hui, à 38 ans, Peggy Porschen vend bien autre chose que des marbrés ou des streusel: elle produit d'exquises pièces montées. Celle du mariage du mannequin Kate Moss, notamment. Les photos de cette merveilleuse tourte blanche à sept étages, parée de roses blanches, ont fait le tour du monde en 2011 et inspiré nombre de futurs mariés ou pâtisseries. Ce sont ses gâteaux de mariage, délicatement pastel, qui ont rendu Peggy Porschen célèbre aux quatre coins de la planète. Leur confection nécessite deux semaines en moyenne et coûte entre 1500 et 4000 francs. L'aspect de l'œuvre est assorti à la tenue de la mariée, à la déco, aux arrangements floraux.

Pour son propre mariage en mai 2008 avec le chef Bryn Morrow, également son partenaire commercial, la maestra a laissé à son équipe de neuf pâtisseries le soin de réaliser ce qu'elle avait imaginé en détail. «Le gâteau était parfait, raconte-t-elle les yeux brillants, extrêmement élégant, incroyablement beau, traditionnel et classique à la fois, orné d'un énorme ruban en satin.» Peggy Porschen aime les projets ambitieux et les budgets élevés car elle peut «alors être vraiment créative». Pour qui a été son gâteau le plus luxueux? Elle répond sans hésiter: «Pour un danseur de ballet russe. Un œuf de Fabergé plus grand que nature trônait au sommet. La pièce montée a été transportée à Saint-Petersbourg en jet privé.» Mais parfois, elle n'apprend qu'après coup à quelle célébrité était destiné le gâteau. Ainsi, une certaine Stellas Hopkins avait-elle commandé un jour une tourte pour le 70e anniversaire de son époux Tony. Peggy a compris plus tard qu'il s'agissait de l'acteur Anthony Hopkins... Sa clientèle ne se compose toutefois pas exclusivement de vedettes. La pâtissière vend aussi cookies, cupcakes et autres délices dans son élégante boutique du quartier de Belgravia, et crée chaque année une collection de Noël. Thème 2014: «Les joies familiales», avec des maisonnettes en pain d'épices («l'odeur me rappelle les après-midi biscuits de Noël avec ma mère»), des personnages fourrés à la crème et des cupcakes qu'on peut admirer et commander sur son site internet. La collection bigarrée est significative du penchant de Peggy Porschen pour les couleurs et les formes insolites.

C'est grâce à cette gaité qu'elle a conquis le cœur des Anglais. Elle-même apprécie beaucoup leur ouverture («en Allemagne, les gens sont plus réservés») et elle révèle que même la famille royale commande ses

desserts chez elle. Qui précisément? Impossible d'en savoir plus: «Secret professionnel», glisse-t-elle en riant, sans dévoiler si Kate et William ont dégusté une pièce montée Porschen pour leur mariage.

Un désir et de la chance

Mais comment est-elle devenue pâtissière? Adolescente, elle a une révélation en faisant un cœur en biscuit pour la Saint-Valentin. Sauf que «la formation durait des lustres». Elle choisit donc de travailler comme hôtesse de l'air. Après quelques années, Peggy peut concrétiser son rêve et part vivre à Londres. Elle se forme, puis postule auprès d'une société de restauration dont elle admire les pâtisseries dans une revue de mariage. La chance lui sourit: son employeur est engagé pour le bal *White Tie and Tiara Ball* de l'organisation d'aide pour le sida d'Elton John. Peggy Porschen se voit confier le projet et concocte 550 gâteaux en forme d'œufs Fabergé. Le succès est tel que les clients sont nombreux à la solliciter. Elle décide de s'établir à son compte. En 2004, la chance frappe une nouvelle fois à sa porte: alors qu'elle présente ses pâtisseries de Noël lors d'une exposition, celles-ci retiennent l'attention d'une maison d'édition qui lui propose de réaliser un livre de recettes. Peggy saisit la balle au bond et, après six mois d'un minutieux travail, propose des créations inédites. A l'instar d'une designer de mode, elle y présente ses œuvres telle une collection. Depuis, elle publie régulièrement des recueils (en anglais). Le dernier en date, paru en septembre, est consacré aux cookies.

Si sa vie ne tourne qu'autour des sucreries, comment Peggy Porschen garde-t-elle la ligne? «Jamais d'excès», dit-elle en riant, «everything in moderation». Pourtant «modération» ne semble pas être son maître mot: son métier, c'est sa vie, vacances et week-ends sont rares. Une passion qu'elle partage d'ailleurs volontiers puisque, motivée par des demandes du monde entier pour apprendre son art, elle a inauguré en 2011 la Peggy Porschen Academy, son école de pâtisserie-confiserie. Professionnels et novices peuvent y découvrir les secrets de la préparation de ses gâteaux. La relève est assurée. ☺



PEGGY PORSCHEN

38 ans, d'origine allemande, elle a fondé sa société pâtissière à Londres en 2003. Son succès phénoménal auprès des célébrités la conduit, en 2011, à créer son école: la Peggy Porschen Academy.



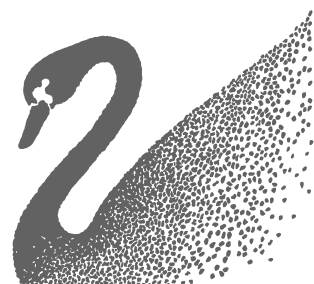
Sapin de Noël

Christmas collection Joyeusement décorés, cupcakes, cakes et cookies célèbrent l'Avent. A choix: minibons-hommes de neige, pains d'épices et tout plein d'étoiles. www.peggyporschen.com

Miranda Kerr



Collection à partir de CHF 89.-



SWAROVSKI



A chaque région viticole son magnum. De g. à dr. au 1^{er} plan: le «pot vaudois» de 1,4 l, la forme typique d'un rosé de Provence et d'un Bordeaux (ou d'un toscan); au 2^e plan: flacon bourguignon et bouteille de champagne.

S'offrir un gros flacon d'un grand millésime sera **payant à la dégustation**

sur le marché des vieux vins, les magnums sont plus rares que les bouteilles. «Quand vous payez un grand cru de bordeaux 2000 francs la bouteille, vous devez déboursier au moins 4500 francs pour un magnum. Ce surcoût couvre autant la qualité que la rareté de l'objet...», explique le maestro en dégustation. Et vous payez aussi plus cher pour un millésime sorti de cave, dans une vinothèque comme chez le producteur. A contenance égale, le magnum est facturé quelques francs de plus que deux bouteilles, à cause du coût du flacon (plus de verre), de l'étiquette (plus grande), du bouchon (plus long, donc de meilleure qualité), et de la main-d'œuvre: les grands formats doivent le plus souvent être embouteillés à la main. Et il n'y a pas de petits profits...

Mais s'offrir un magnum pour un millésime précis se révélera payant à la dégustation, même pour les effervescents, explique le Neuchâtelois Tzvetan Mihaylov, ambassadeur suisse du champagne en 2011. Qui commence par plaisanter: «Les Champenois ont l'habitude de dire qu'un magnum est la meilleure façon de servir du vin pour un repas à deux... surtout si l'autre ne boit pas.» Sérieusement: «Les gens n'y pensent pas, mais à trois, on a vite fait d'épuiser un magnum... Plus le temps passe, plus les magnums de champagne surprennent: j'ai bu un Ruinart rosé 1988 à pleurer! Un vieux champagne en magnum allié à la fois les arômes tertiaires d'un vin mûr et la fraîcheur, conservée grâce au grand contenant.» Il n'est d'ailleurs pas interdit de se réunir à plus de trois autour de son magnum. Pour les cuvées de prestige des petits producteurs, comme pour les cuvées de base des grandes maisons, il tend à se populariser.

Timidité suisse

Et pour nos vins? Des vigneronnes ont relancé, il y a une vingtaine d'années, le «pot vaudois» (tout à gauche sur la photo ci-contre), ancienne mesure de 1,4 litre, moulé d'après un modèle historique conservé au Musée du vin du Château d'Aigle. «On écoule 10 000 pots par an environ. Contre près de 2 millions de demipots de 70 cl» (Ndlr: on en trouve même en grande surface), détaille Daniel Dufaux, le président de l'association de mise en valeur de ce contenant. Et l'œnologue de la maison Badoux, à Aigle, président aussi des œnologues suisses, d'ajouter que «la viticulture suisse n'a pas la culture du magnum et personne n'y a encore mis une grande énergie». C'est ce que constate aussi Jérôme Aké Béda, chantre du roi des blancs vaudois, lui qui a cosigné, cette année, le livre *99 chasselas à boire avant de mourir* (Ed. Favre): «Si on a l'ambition de faire des chasselas de garde, alors, oui, les vigneronnes devraient y songer systématiquement!»

En Valais, Fabienne Cottagnoud propose depuis une dizaine d'années tous ses vins en magnum, de l'amigne sèche aux somptueux liqueux, en passant par ses rares réserves rouges, mais elle admet que l'intérêt n'est pas grand, hormis chez quelques restaurateurs. On relève certes une demande, notamment en fin d'année, moment des cadeaux prestigieux. Encore faut-il pouvoir l'anticiper... «Je viens de signer mon premier vin, raconte Paolo Basso, un merlot du Mendrisiotto 2012, à 80%, avec, pour compléter, du cabernet sauvignon et franc, à parts égales. Il s'appelle «Il Rosso di Chiara», en hommage à ma fille... qui a les cheveux roux. Eh bien, pour 3000 bouteilles, il n'y aura que 120 magnums.»

L'appel à oser le magnum s'applique ainsi non seulement aux convives, mais d'abord aux producteurs des meilleurs vins. Pour que l'on puisse vérifier, en Suisse également, cette évidence esthétique et gustative: «A grands crus, grands flacons.»

Osez le magnum!

UNE FÊTE EN TABLÉE GÉNÉREUSE? UN CADEAU EN BOUTEILLE IMPRESSIONNANTE? IL FAUT LE SAVOIR, LE FLACON D'UN LITRE ET DEMI EST BU ET APPROUVÉ PAR LES PROS.

TEXTE PIERRE THOMAS PHOTO YANN ANDRÉ

TOUT LE MONDE EST D'ACCORD: il faut boire avec modération. Et le magnum ne s'impose pas de lui-même, admet Jérôme Aké Béda, nommé «Meilleur sommelier de Suisse» par le guide GaultMillau 2015: «C'est au professionnel d'aiguiller six à dix convives vers un tel contenant. Les clients ne le demandent jamais spontanément au restaurant.» A l'Auberge de l'Onde, à Saint-Saphorin (VD), où il officie, il n'hésite pas à «raboter» quelques francs sur le prix des magnums, pour inciter à faire le bon choix: «Ça vous coûtera moins cher que deux bouteilles!»

Le format XXL est encore réservé à l'usage privé, à l'abri des regards indiscrets. Pourtant, «un plus gros volume donne un supplément d'âme aux grands crus», témoigne Claudio De Giorgi, sommelier conseil du Caveau de Bacchus, à Gstaad. «En saison d'hiver, j'en vends quelques centaines. Quand les gens reçoivent chez eux, dans leur chalet, ils aiment bien avoir sur leur table un flacon à l'impact visuel qui en impose. Ça n'est pas une mode, comme celle du champagne rosé, mais j'ai l'impression que les gens se lâchent et n'ont plus peur de servir des grands volumes. Et puis, comme cadeau, un unique magnum de bordeaux fait plus classe qu'un emballage de trois vins disparates.»

Il ne s'agit pas seulement d'en mettre plein la vue. «Dès six personnes, le magnum, s'il impressionne sur une table, est plus représentatif de la qualité d'un grand vin», confirme Paolo Basso, le meilleur sommelier du monde en titre. A l'époque où il travaillait chez un spécialiste en vieux millésimes, le Tessinois a pu vérifier qu'en magnum, les vins de garde sont supérieurs à ceux conservés en bouteille standard. «J'ai pu déguster du Château Lynch-Bages, en magnum, en double magnum ou jéroboam (3 litres) et en mathusalem (6 litres), et je l'ai toujours trouvé différent qu'en bouteille», confirme Claudio De Giorgi.

Lenteur et qualité

L'explication est simple: les vins logés dans de grands contenants évoluent plus lentement que ceux qui sont conditionnés en bouteilles standards. Animateur de dégustations prestigieuses, le Valaisan Dominique Fornage assure qu'en Suisse alémanique, de plus en plus d'amateurs de vin se réunissent autour de magnums: «Pour les vieux millésimes, c'est le meilleur contenant, explique-t-il. Et puis, selon mon constat, il y a moins de goût de bouchon, qui entache si souvent les vieux vins. Indéniablement, les grands rouges en magnum présentent une meilleure qualité au vieillissement. Un Château Haut-Brion 1955 que j'ai goûté en magnum a surpassé les autres Haut-Brion 1955 en bouteille que j'ai pu boire.» Seul bémol,

Q10 plus

PERLE APRÈS PERLE
LA RÉVOLUTION
CONTRE LES RIDES

NOUVEAU

15 ANS DE RECHERCHES SUR LE Q10
CONCENTRÉS DANS DES PERLES DE SÉRUM
AVEC FORMULE BREVETÉE



Un anti-rides efficace
pour une peau d'apparence plus jeune et
une peau immédiatement affinée
avec Acide hyaluronique



davantage de sens, de profondeur, a mené à la grâce retrouvée des huiles. Le chemin a été d'autant plus rapide que ces années ont aussi correspondu à un essor économique et à une nouvelle vague de luxe discret.

C'est ainsi que les textures huileuses ont pris leurs aises dans les salles de bains, d'abord sous une forme végétale et souvent à base d'une plante unique comme l'argan, le jojoba ou le moringa. Les marques prisant le naturel (Nuxe, Yves Rocher, L'Occitane, Weleda) ont rapidement décliné le concept. Et désormais, même le segment des cosmétiques de prestige honore la marche triomphante des huiles.

Les nouvelles formules, comme celle des «huiles sèches» (obtenue par un ajout de silicone ou d'un produit naturel proche),

L'avantage de ces textures, c'est **une sensation de bien-être immédiat**

permettent d'éviter la sensation de film gras sur la peau et ouvrent de nouveaux champs du possible. Selon Elsa Devillechabrolle, experte scientifique pour le groupe L'Oréal, «le grand avantage des textures à l'huile, c'est la sensation de bien-être immédiat pour la peau, qui se manifeste par un assouplissement rapide et un rayonnement perceptible. On peut aussi intégrer au produit des huiles essentielles, qui pénètrent beaucoup mieux dans l'épiderme quand elles sont associées à des textures huileuses plutôt qu'à des formules aqueuses.» Que demander de plus?

Profondeur cubaine

Les innovations de l'industrie du luxe sont visibles... et se perçoivent avec délices sur la peau nue. L'huile de soin aux extraits de miel de Guerlain n'est qu'un exemple de cette nouvelle génération d'huiles de beauté. Des ingrédients exclusifs participent à ces rituels. Citons le rarissime safran du Haut-Atlas (YSL) ou la précieuse rose noire (Sisley). Même les parfumeurs s'essaient à cette manière caressante de prendre soin de soi: le couturier américain Narciso Rodriguez a imaginé une édition limitée, pour Noël, de sa senteur fétiche, Narciso Musc Oil. Voilà qui propose une nouvelle manière de se parfumer, inspirée par une pratique répandue à Cuba, où Rodriguez a grandi. En raison de la texture plus solide, le parfum laisse une plus grande place aux voluptueuses notes musquées. L'équilibre entre le floral et le boisé en est redéfini, avec une profondeur exceptionnelle. Il y a fort à parier que ces sensations sont appelées à un bel avenir contre les peaux féminines. ☉

L'or liquide

SENSUELLES ET EFFICACES, LES HUILES SONT LES NOUVELLES STARS DE LA COSMÉTIQUE. DES GESTES CARESSANTS POUR REMPLIR LE QUOTIDIEN DE VOLUPTÉ.

TEXTE STEFFI HIDBER

UNE HUILE à appliquer sur sa peau, cela prend tout de suite une allure de rituel. On s'en oint comme si l'on s'offrait une caresse, dans une douceur soyeuse, un parfum opulent. Qui plus est, ces nouveaux soins à base d'huile s'avèrent très efficaces, avec une sensation immédiatement perceptible. Pas de doute, voilà les nouvelles stars de la beauté. Ce que l'on pouvait balayer, il y a deux ans seulement, comme un trend à peine émergent s'est imposé comme une part majeure de la gestuelle de soins quotidienne. Autour du monde, les femmes misent sur les huiles végétales pour adoucir la peau, les cheveux... et l'âme. Il était temps que l'or liquide célèbre ainsi sa renaissance.

disgrâce. Ces décennies étaient clairement imprégnées de la phobie du gras et les consommatrices analysaient les étiquettes de façon presque religieuse, pour traquer toute luisance qui aurait menacé le teint ou le cheveu. Puis au tournant du siècle dernier est apparu un renouveau d'intérêt pour le yoga, la méditation ou l'ayurvéda, autant de pratiques spirituelles où l'huile, consommée ou massée, joue un rôle de premier plan. Cette aspiration à

Luxe traditionnel

Car les produits actuels puisent leur inspiration dans une tradition millénaire de rituels féminins. Dans l'Égypte antique, l'inévitable Cléopâtre et ses concitoyens (hommes et femmes) se massaient le corps à l'huile de ricin. Au Japon, c'est l'huile de camélia qui a de tout temps accompagné les ablutions. Une bonne raison à cet attrait: les précieuses huiles pures, de par leur composition biochimique proche de l'épiderme humain, pénètrent bien et soignent la peau grâce à une longue liste d'antioxydants et de principes hydratants naturels. Pour faire court: l'huile est un luxe de sensualité.

Dans les années 1980 et 1990 – puristes – les textures huileuses étaient plutôt en

Une mécanique bien huilée

- Huile voluptueuse**, soin visage, Or Rouge, env. 240 fr. les 30 ml. **Yves Saint Laurent**
- Huile précieuse** à la rose noire, 210 fr. les 25 ml. **Sisley**
- Huile démaquillante**, Cellulose, 63 fr. les 150 ml. **By Terry**
- Huile concentrée** anti-âge saphir, env. 160 fr. les 30 ml. **Själ**
- Huile luxueuse visage**, olio lusso, env. 180 fr. les 30 ml. **Rodin**
- Huile soin visage** Abeille Royale, 119 fr. les 28 ml. **Guerlain**
- Parfum Musc Oil**, 151 fr. les 50 ml. **Narciso**



WHAT WOMEN WANT

Nadine
Strittmatter
Top model



CORNÈRCARD LADY

Découvrez sans tarder la première carte de crédit et la première carte prépayée de Suisse conçues par des femmes pour des femmes:

la **Cornercard Lady MasterCard**, qui vous offre des prestations spéciales, s'orne d'un design séduisant et vous réserve des surprises attrayantes.
cornercard.ch/lady

Papillon de nuit

EN MILLE NUANCES CUIVRÉES, DES FARDS, GLOSS ET VERNIS POUR VIREVOLTER EN SOIRÉE. AVEC UNE GRÂCE POWDRÉE.

SÉLECTION RACHEL BARBEZAT



1. Terracotta Light, poudre bronzante légère, **Guerlain**, 71 fr. 2. Poudre illuminatrice Camélia de Plumes, Création Exclusive, **Chanel**, env. 84 fr. 3. Fard à paupières The Eye shadow quad – golds 125, **Dolce & Gabbana**, env. 60 fr. (seul. online) 4. Gloss Gold Rain, **Dior Addict**, env. 46 fr. 5. Laque à ongles Iconic Gold haute brillance extrême, **Gucci**, 43 fr. 6. Poudre Eclat Pink Glow, **Bobbi Brown**, env. 72 fr. 7. Hypnôse Palette Drama Eyes Parisian Lights, **Lancôme**, 79 fr. 8. Palette 5 couleurs Golden Reflections, **Christian Dior**, env. 90 fr. 9. Ombre à paupières Dual - Intensity, teintes callisto, rose glacé, argenté, **Nars**, env. 35 fr. 10. Palette collector wild edition, **Yves Saint Laurent**, 111 fr. 11. Vernis à ongles – Toasted sugar, **Tom Ford**, env. 42 fr. 12. Gloss Prodiges O2, nude, **Clarins**, 28 fr. 13. Phyto ombre glow gold, **Sisley**, 45 fr. 14. Fard à paupières Eyes to kill 08, rose précieux, **Armani**, 50 fr.

BOSS Watches available through MGI Luxury Group SA Phone +41 32 9123100 www.hugoboss.com

BOSS
HUGO BOSS
watches



Plus profond



PÉTROLE ÉLÉGANT

- 1. Manteau de fourrure, **Yves Salomon**, 8290 fr. 2. Blouse, **The Kooples**, env. 200 fr.
- 3. Boucles d'oreilles, **Oscar de la Renta**, env. 200 fr. 4. Pantalon, **Sandro**, 279 fr. 5. Pochette en serpent, **Salvatore Ferragamo**, env. 1510 fr. 6. Lampe AJ, **Arne Jacobsen** pour **Louis Poulsen**, 858 fr. 7. Vernis à ongles, **Amazon-Amazon-Amazon**, 23 fr. 90 les 15 ml. 8. Ceinture cuir, **Ralph Lauren**, 59 fr. 90. 9. Escarpins, **Jimmy Choo**, 527 fr.

que le noir

CET HIVER, ON S'HABILLE DANS LES TONS PÉTROLE, CE BLEU PIERRE PRÉCIEUSE, UN BRIN SAPHIR, UN ZESTE ÉMERAUDE.

SÉLECTION SINA BAUER



SAPHIR STYLE

1. et **5.** Costume, **Strellson**, 499 fr. **2.** Appareil photo instantané Instax Mini 90 Neo Classic, Fujifilm, 179 fr. **3.** Pullover, **Tommy Hilfiger**, 159 fr. **4.** Gants en cuir, **Bugatti**, env. 96 fr. **6.** Weekender en cuir, **Hugo Boss**, 999 fr. **7.** Fauteuil Balm de **This Weber** pour **Atelier Pfister**, 1490 fr. **8.** Cire modelante pour cheveux, **Tony & Guy**, 15 fr. 90. **9.** Richelieus, **Carmina** pour **Pelikamo**, 529 fr.

Mariages d'arômes

FANCY FOOD



PAR **HANSPETER EGGENBERGER**

De l'agneau aux fraises. Du bœuf au chocolat blanc. De la peau de poulet croustillante avec de la banane. Des huîtres aux fruits de la passion... Cela vous met-il vos papilles en éveil? Dans tous les cas, c'est une tendance. Qui a un nom, anglais: le food pairing. Ou comment marier, scientifiquement, des arômes que la cuisine classique considère antinomiques. Si de prime abord ces associations semblent absurdes ou pour le moins fantasques, elles se révèlent en bouche particulièrement harmonieuses. Le trend ne date pas d'hier puisque le chef étoilé anglais Heston Blumenthal proposait déjà en 1990 du caviar au chocolat. Mais aujourd'hui, à l'instar des pratiques en vogue dans les agences matrimoniales, des programmes informatiques permettent d'unir des partenaires a priori incompatibles.

Sur le site internet de son agence de food pairing, le spécialiste en arômes Bernard Lahousse, un ingénieur agronome belge, offre un logiciel qui, moyennant des frais



Une association surprenante: huître et fruits de la passion.

d'abonnement, permet de créer des plats à partir de plus de 1000 ingrédients. Le groupe informatique IBM s'intéresse, lui aussi, à cette forme d'appariement et a inventé un «système de cuisine cognitive» en coopération avec l'institut américain Institute of Culinary Education. A partir de l'analyse des données des arômes et de milliers de recettes, des algorithmes élaborent des préparations totalement inédites. C'est ainsi que sont nés, entre autres, un «burrito autrichien au chocolat», un «pudding

belge au jambon» ou une «quiche suisse-thaïlandaise aux asperges» avec du curry et du gruyère.

Les réfractaires sont encore nombreux. Parce que les assemblages ne mettent pas forcément l'eau à la bouche? De la peau de poulet croustillante sur de la mousse au chocolat, ça ne vous dit rien? «Si vous ignorez ce que sont ces miettes qui parsèment la mousse, vous trouverez ça délicieux», remarque Peter Coucquyt, chef de l'agence Foodpairing à Bruges, en Belgique. ☉

ADRESSES

ADIDAS

www.adidas.ch

ALEXANDER MCQUEEN

www.alexandermcqueen.com

ALEXANDER WANG

En vente chez Bongénie Grieder
www.alexanderwang.com

AGNELLE

En vente chez Bongénie Grieder
www.agnelle.com

ANYA HINDMARCH & DIANE VON FÜRSTENBERG

Via www.stylebop.com

AUX ARTS DU FEU

Cours-de-Rive 6, Genève
Bahnhofstrasse 31, Zurich
www.auxartsdufeu.ch

BANG & OLUFSEN

www.bang-olufsen.com

BARBARA BUI

En vente chez Gassmann
Poststrasse 5, Zurich
www.barbarabui.com

B FLO

Zeltweg 29,
Zurich
www.bflozurich.com

BORSALINO

www.borsalino.com

BOTTEGA VENETA

www.bottegaveneta.com

BUCHERER

Bahnhofstrasse 50,
Zurich
www.bucherer.com

BUGATTI

www.bugatti-fashion.com

CARVEN

www.carven.com

CHANTAL THOMASS

www.chantalthomass.fr

CHLOÉ

www.chloe.com

CHRISTIAN LOUBOUTIN & SAINT LAURENT

Via www.mytheresa.com

CHOPARD

www.chopard.de

DINH VAN

www.dinhvan.com

DIOR

www.dior.com

DOLCE & GABBANA

En vente chez Trois Pommes
Weggengasse 1, Zurich
www.dolcegabbana.com

DRYKORN

En vente chez Globus
www.drykorn.com

EBEL

www.ebel.com

EMILIO PUCCI

www.emiliopucci.com

EN SOIE

www.ensoie.ch

FOGAL

www.fogal.com

FUJIFILM

www.fujifilm.com

GUERLAIN

www.guerlain.com

HAY

www.hay.dk ou
www.kizuku.ch

HERMÈS

www.hermes.com

HMQG

www.hmqq.ch

HUGO BOSS

www.hugoboss.com

ISABEL MARANT

En vente chez Fidelio Women
Münzplatz 1, Zurich
www.isabelmarant.com

JIMMY CHOO

www.jimmychoo.com

KARL LAGERFELD, CLARE V, GUCCI & OSCAR DE LA RENTA

Via www.net-a-porter.com

KURZ

www.kurzschmuckuhren.ch

LACOSTE

www.lacoste.com

MATHIEU MATÉGOT

www.kissthedesign.ch

MARNI

www.marni.com

MIU MIU

www.miumiu.com

NERI FIRENZE

En vente chez Electic
Werdmühlestrasse 7, Zurich
www.nerifirenze.com

OPI

www.opi.com

PAUL KEHL

En vente chez PKZ Men
Löwenstrasse 51, Zurich
www.paulkehl.ch

PAUL SMITH

En vente chez Globus
www.paulsmith.co.uk

PELIKAMO

Pelikanstrasse 11, Zurich
www.pelikamo.com

PFISTER

www.pfister.ch

POET AUDIO

www.poetaudio.com

POLAROID

www.polaroid.com

POMELLATO

www.pomellato.com

PRADA

www.prada.com

RALEIGH

www.easycycle.ch

RALPH LAUREN

En vente chez Globus
www.ralphlauren.de

ROCHE BOBOIS

www.roche-bobois.com

SALVATORE FERRAGAMO

www.ferragamo.com

SANDRO

Rennweg 46, Zurich
www.sandro-paris.com

SHANGHAI TANG

www.shanghaitang.com

STELLA MCCARTNEY

En vente chez Trois Pommes
Weggengasse 1, Zurich
www.stellamccartney.com

STRELLSON

www.strellson.com

STUDIO MASON

www.studio-mason.com

SWAROVSKI

Bahnhofplatz 7, Zurich
www.swarovski.com

TABITHA SIMMONS

En vente chez Trois Pommes
Weggengasse 1, Zurich
www.tabithasimmons.com

TEO JAKOB

www.teojakob.ch

THAKOON

En vente chez Trois Pommes
Weggengasse 1, Zurich
www.thakoon.com

THE KOOPLES

www.thekooples.com

TIFFANY & CO.

www.tiffany.com

TOMMY HILFIGER

En vente chez PKZ Men
Löwenstrasse 51,
Zurich
www.tommy.com

VALENTINO

www.valentino.com

VIERI

www.vieri.com

YVES

En vente chez Globus
www.globus.ch

YVES SALOMON

En vente chez Bongénie Grieder
www.yves-salomon.fr

Z ZEGNA

www.zegna.com

ZUHAIR MURAD

En vente chez Gassmann
Poststrasse 5, Zurich
www.zuhaimurad.com

Plus on est de
fous, plus on rit.
C'est bon.



Ça c'est bon. Depuis 1869.



Pastrami



Roastbeef



Salamettini



Salame artigianale

www.bell.ch



Giorgio Armani

À LA TÊTE DE SON EMPIRE, LE COUTURIER ITALIEN N'ASPIRE QU'À UN BUT: L'ÉLÉGANCE. L'UNIVERS D'UN ESTHÈTE TOTAL.

TEXTE SEMAJA FULPIUS

SOBRIÉTÉ, PERFECTION. Deux mots qui définissent Giorgio Armani. A bientôt 80 ans, le créateur développe encore des lignes qui font régner la beauté. Accessoires, maquillage, mobilier, chaînes d'hôtel... il n'a de cesse de décliner son obsession de l'élégance. Cela ne l'empêche pas de se souvenir avec bonheur de ses origines provinciales et des pâtes que cuisinait sa maman.

De quel accessoire, à votre avis, une femme ne saurait se passer?

D'un sac. Pratique mais de qualité, afin qu'il conditionne la femme à marcher de façon élégante. Un sac a un impact sur l'attitude. Je suggérerais mon modèle *Borgonuovo (1)* qui peut durer longtemps.

Et quelles pièces sont indispensables dans un vestiaire?

Pour l'homme, un *costume marine (4)*. On peut le revêtir en toute occasion. Pour une femme, je vois une veste polyvalente, courte, structurée, portable le jour comme le soir.

Vous avez créé des costumes pour le cinéma... Votre film de chevet?

Impossible de n'en choisir qu'un! Le cinéma est une passion depuis toujours. Parmi ceux pour lesquels j'ai collaboré, il y a *American Gigolo (2)* que j'aime et qui signe mes débuts au cinéma. Il y a aussi *Les intouchables* où chaque tenue exprimait la personnalité des stars. Et la trilogie de Batman, *The Dark Knight*. Mes préférés restent *Notorious* de Hitchcock, pour son élégance pure, et *Blade Runner* de Ridley Scott pour son esthétique fascinante.

Vous êtes né à Piacenza, en Italie du Nord. Un souvenir? Un monument?

Je me souviens surtout des après-midi à vélo avec mes frères et sœurs lorsque nous longions les rives de la *Trebbia (3)* (qui traverse Piacenza) et de l'odeur du pane all'olio.

Le plat italien qui vous fait fondre...

Les tortelli alla piacentina (5) (épinars et ricotta) comme ma mère les préparait. Ce plat évoque des dîners de famille quand la cuisine se contentait d'être authentique.



Vous employez souvent des motifs floraux dans vos collections... Quelle est la fleur qui vous séduit?

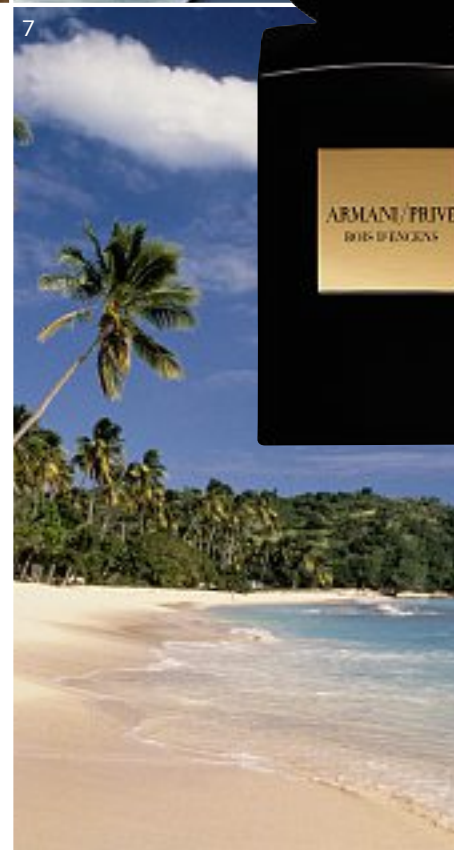
Le nénuphar (6). Une fleur extraordinaire dans sa couleur et dans sa forme. Je l'ai souvent utilisée dans mes imprimés.

Vous êtes un homme qui aime le soleil. Y a-t-il une plage qui vous fasse perdre la notion du temps?

Oui, une qui se trouve à *Antigua (7)*, dans les Caraïbes. C'est pour cette raison que j'y ai acheté une maison. La vue plonge sur le sable blanc... J'aime aussi l'île de Pantelleria, au sud de la Sicile. La mer est définitivement un élément qui m'apaise.

Vos parfums font désormais partie des classiques, avez-vous un chouchou?

Le Bois d'Encens (8) qui avait été, à l'origine, créé pour moi personnellement. C'est une fragrance qui semble intense, voire persistante. Elle réussit le prodige d'être à la fois légère et de s'imprimer durablement dans votre mémoire. ☺



L'idée cadeau par excellence

Grâce à l'Hotelcard, le demi-tarif pour les hôtels, déposez des vacances en cadeau au pied du sapin !



HOTELCARD
1/2 PRICE HOTELS

CHF **79.-**
au lieu de 95.-
+ 1 Hotelcard gratuite

HOTELCARD
1/2 PRICE HOTELS

QR code

Suisse Tourisme. Membre.

En Suisse, des dizaines de milliers de personnes réservent leurs hôtels exclusivement avec l'Hotelcard. Vous pouvez séjourner avec une réduction de 50 % dans des centaines de superbes hôtels, dans les plus belles régions. Le potentiel d'économie est énorme grâce à l'Hotelcard !

L'idée de l'Hotelcard est basée sur l'abonnement demi-tarif des CFF que la société Hotelcard AG a adapté avec

un grand succès au secteur hôtelier. Un concept qui séduit entre autres par sa simplicité d'utilisation. Pour profiter d'un séjour à moitié prix dans un hôtel de rêve, la marche à suivre est très rapide : trouvez l'hôtel qui vous convient sur www.hotelcard.ch, envoyez la demande de réservation et présentez l'Hotelcard lors de l'enregistrement à l'hôtel. Trois étapes suffisent pour des vacances fabuleuses avec 50 % de réduction !

Plus de 500 hôtels à moitié prix

Chaque jour nous élargissons notre offre d'hôtels à moitié prix sur le site www.hotelcard.ch. Environ 500 hôtels peuvent actuellement être réservés – soit approximativement 10 % des hôtels en Suisse ! Sont disponibles à la sélection les plus beaux hôtels bien-être, sport, situés en ville ou à la montagne, en Suisse et dans les pays limitrophes. De la charmante auberge familiale au luxueux hôtel 5 étoiles,

il y en a pour tous les goûts en matière de séjour ! Les hôtels proposent en moyenne des chambres à moitié prix les trois quarts de l'année. Ainsi, vous trouverez toujours la solution d'hébergement faite pour vous.

Utilisable aussi souvent que vous le souhaitez : un potentiel d'économie énorme

Le potentiel d'économie est illimité puisque l'Hotelcard peut être utilisée à volonté pendant toute sa période de

validité. Cerise sur le gâteau, vous pouvez venir avec votre conjoint(e) puisqu'une seule Hotelcard suffit pour réserver une chambre double. À propos, l'ensemble des prix indiqués sur www.hotelcard.ch s'entend par chambre et non par personne.

Pourquoi les hôtels proposent-ils des chambres à moitié prix ?

Les hôtels payent les coûts de personnel et d'infrastructure même si les chambres

sont vides. C'est pourquoi il est décisif pour eux d'avoir un taux élevé d'occupation des chambres. En plus d'optimiser le taux d'occupation de leurs chambres, les hôtels peuvent augmenter leur chiffre d'affaires en proposant des services supplémentaires, comme les offres de restauration ou les prestations bien-être. Le fait de pouvoir réserver dans les hôtels partenaires pendant ¾ de l'année est à lui seul un gage de la qualité d'Hotelcard.

Des hôtels prisés à moitié prix :

★★★★★

Lenkerhof gourmet spa resort Lenk | Oberland bernois



1 nuit en chambre double, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF **300.-** au lieu de CHF 600.-

★★★★★

Grand Hotel National Lucerne | Suisse centrale



1 nuit en chambre double, à partir de

CHF **185.-** au lieu de CHF 370.-

★★★★

Hotel Eden Palace au Lac Montreux | Région Lémanique



1 nuit en chambre double, à partir de

CHF **150.-** au lieu de CHF 300.-

★★★★

Hotel du Glacier Saas-Fee | Valais



1 nuit en chambre double, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF **85.-** au lieu de CHF 170.-

★★★

Victoria Hotel SA Lugano | Tessin



1 nuit en chambre double, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF **115.-** au lieu de CHF 230.-

★★★

Hotel Alpina Zerneze | Grisons



1 nuit en chambre double, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF **85.-** au lieu de CHF 170.-

Comment profiter de l'Hotelcard ?

- Plus de 500 hôtels à moitié prix
- La garantie du meilleur prix dans tous les hôtels
- Des hôtels où réserver à moitié prix les ¾ de l'année en moyenne
- Une seule Hotelcard suffit pour réserver une chambre double
- L'Hotelcard est utilisable aussi souvent que souhaité

Pourquoi est-ce le cadeau idéal ?

- La personne recevant l'Hotelcard en cadeau peut en profiter tout au long de l'année
- Elle vit des moments de luxe, de détente et de bien-être : tout ce dont le cœur a envie
- Le bénéficiaire aura une pensée positive pour vous à chacun de ses séjours

Commandez maintenant :

1 Hotelcard + 1 Hotelcard gratuite *



www.hotelcard.ch/encore

☎ 0848 711 717 (indiquez le code de réduction *encore-xmas*)

* Pour chaque commande passée avant le 22.12.2014 vous recevez un bon cadeau gratuit d'une valeur de CHF 95.-. Ce bon est un cadeau de Noël idéal, car le destinataire peut l'échanger gratuitement et à la date de son choix contre une Hotelcard personnelle valable pendant 1 an.

j'adore

Dior

