

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

PARFUM
PATCHOULI,
CHÉRI
ET HONNI

RÉNOVATION
Une villa à
tourelle revit
sur la Riviera

ÉCO-LUXE
10 marques
suisses qui
bougent



Design

Couleurs et belles matières
pour se prélasser au soleil

AVRIL 2018

 Le Matin
Dimanche



COLLECTION JACQUES | DESIGN RODOLFO DORDONI

AGENT HENRIK MAASZ
T. 091 7911008 - INFO@PMOBILE.CH
LISTE DE REVENEURS: WWW.MAASZ.CH

SERVICE DE DÉCORATION D'INTÉRIEUR DISPONIBLE CHEZ LES REVENEURS AUTORISÉS MINOTTI

Minotti
70 YEARS

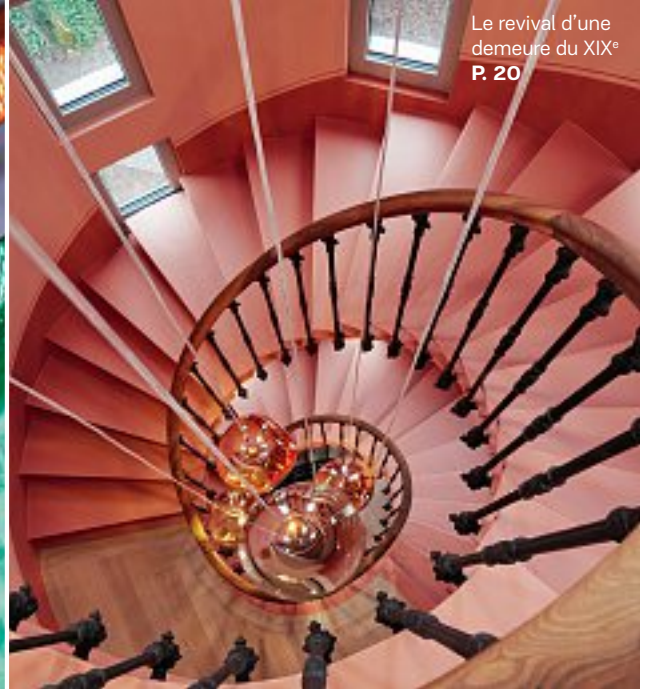
Cecilie Manz,
designer en quête
d'harmonie P. 12



Dix marques suisses
qui pensent éthique
P. 26



Le revival d'une
demeure du XIX^e
P. 20



Design | Avril 2018

SUJETS

9 Swiss made

Les meubles modulaires USM Haller entrent chez les privés

10 Trend

Le retour du patchouli version élégance

11 Montres

Des modèles au visage bicolore de... panda

29 Décodage

Les dessous d'une parure qui illuminera le Festival de Cannes

RUBRIQUES

6 Merveilles: Des cabanes d'architectes, une table qui sourit, un bolide plus noir que noir, une enceinte plus rouge que rouge, une senteur byzantine, une vaisselle de Mosaert (Stromae)...
29 Vins: des nectars venus de Moldavie
31 Les goûts artistiques d'Ambra Medda



Du jardin au salon P. 16

Rideau Monsoon, **Zimmer&Rohde**. Chariot Cleo Teak, **Talenti**. (Sur le chariot) Lanterne Diogene, **ModoLuce**. Boîte en fer blanc Circus, **Alessi**. Chaise Bit, **Nardi**. Fauteuil Swing, **Ethimo**. Table Metropolis, **Scab Design**. Vase Tree Trunk, **design-republic.com**. Banc Play Wood, **Serralunga**. (Au 1^{er} plan) Lampe de sol Urano, **Salvatori**.



UNE

Douche d'extérieur, **Ludovica & Roberto Palomba** pour **Zucchetti.Kos**. Chaise Vetta, **Chiaromonte & Marin** pour **Emu**. Lit Gea, **Chi Wing Lo** pour **Giorgetti**. Petite table Cocci, **Nicolò Morales**, **Paola Lenti**. Serviettes de bain coton Flos et Lipe, **Society**. Lampe Imu en nichoir à oiseaux, **Omar Carraglia** pour **Davide Groppi**.

PHOTOS
Omar Sartor
STYLISME
Daria Pandolfi
© Living RCS

La vie en nuances délicates

VERT, CERTES, MAIS PAS N'IMPORTE LEQUEL. Un vert un peu lichen, un peu eau, avec juste assez de gris pour en faire une couleur sourde et apaisante. Même chose pour le rose: il tire sur le beige, le poudré, comme pour mettre un voile sur sa réputation de bonne humeur. La palette de ce printemps nous file entre les doigts comme le sable de la plage (tiens, le sable: encore un nuancier très présent). On peine à mettre un adjectif sur la couleur de cet abat-jour (voir par exemple celui de la designer danoise Cecilie Manz en p. 12), mais on ressent presque physiquement les bienfaits de cet univers délavé, où les objets, les meubles, cohabitent en harmonie douce, sans qu'aucun ne crie



Renata Libal,
rédactrice en chef

plus fort que son voisin. Les intérieurs nouveaux se détournent du blanc aseptisé tout comme des ambiances monumentales, où une pièce (un canapé? une lampe?) trône dans toute la suffisance de sa perfection, si possible signée d'un grand nom. Il y a comme une lumineuse humilité dans les créations contemporaines. Peut-être n'est-ce pas un hasard si les designers cherchent à renouer avec la nuance, dans un monde de plus en plus caricatural. Avec des personnalités... disons, aussi carrées que Donald Trump ou Vladimir Poutine sur la scène internationale, avec des enjeux économiques où il s'agit de gagner pour ne pas perdre (comme si c'était aussi simple...), il y a sans doute un écoëurement face à la vie en noir ou blanc. Le vert tilleul est autrement plus aimable.

CHANEL



COCO MADEMOISELLE



LA NOUVELLE EAU DE PARFUM INTENSE

CHANEL.COM

BONNE BOUCHE

Signé mais pas millésimé



PAR **PIERRE THOMAS**

Faut-il, à tout prix, coller une année sur chaque vin? La règle, pour les maisons de champagne, c'est de produire une cuvée avec des «vins de réserve» – c'est-à-dire déjà en cave, auxquels on ajoute le dernier jus – et une cuvée «millésimée» quand l'année en vaut la peine. Ce qui est valable pour la Champagne pourrait aussi l'être pour le reste du monde...

L'exemple vient d'un iconoclaste, le Genevois Jean-Michel Novelle. L'année passée, il annonçait qu'il renonçait à ses mandats de «flying winemaker», au service de domaines étrangers, pour cultiver ses sept hectares de vignes à deux pas de l'aéroport de Genève-Cointrin. Ce qu'il a fait. Sa femme, Anne Dafflon, l'a rejoint au domaine familial, le Grand Clos. Ils ont ouvert une boutique au centre du village de Satigny, qui reste la commune viticole la plus étendue de Suisse. Ses derniers vins, tous en «vins de pays», je les avais dégustés à la cuve. Les voici en bouteille, comme ses trois cuvées de base, Empreinte, signée d'un Pégase cabré sur fond immaculé (assemblage de blancs secs), sur fond crème (version aromatique) ou fond noir (cuvée rouge). Pas de millésime, mais la date de la mise en bouteille, juillet 2017. J'ai bien aimé l'Empreinte blanche, sèche, avec son nez exotique, marquée par des notes aromatiques trahissant à la fois le viognier, le savagnin rose (gewurztraminer), voire la petite arvine et le sauvignon, qui s'ajoutent au fond de chasselas et de pinot gris. Un

joyeux mélange, pimpant, sur une acidité rapicollante et une finale saline. «C'est mon vin signature!» s'exclame Jean-Michel Novelle. Et il y en aura pour presque tout le monde (tirage de 5000 bouteilles), à un prix d'ami. Au contraire de la nouvelle ligne «iconique» où le vigneron tire le meilleur de chaque cépage, sans élevage sous bois... alors qu'il fut l'un des pionniers de la barrique en Suisse romande, il y a trente ans.



L'étiquette
Empreinte blanche
Le prix 16 fr.
L'adresse
www.novelle.wine



Cabanas no Rio. Duo en bois recyclé de l'architecte Manuel Aires Mateus, au sud du Portugal.

ARCHITECTURE

Mon micro paradis

Qui n'a pas une cabane dans un recoin de son cerveau? Si possible plantée dans un décor vierge, petit fjord perdu, forêt lumineuse, bord de lac marécageux... Ce rêve touche désormais aussi les architectes, en quête de concept minimaliste à faible impact écologique. Des vedettes comme Renzo Piano, Terunobu Fujimori, Tom Kundig ont dessiné certains de ces tout petits bâtiments. Leurs réalisations inventives, ainsi que celles signées de plus jeunes talents de la branche, ont été rassemblées dans un bel album aux éditions Taschen. Photographiées et illustrées par Marie-Laure Cruschi, elles flottent avec grâce sur des landes, cachent leur confort



«Cabins», de Philip Jodidio, Ed. Taschen, 464 p, 50 euros. Multilingue: allemand, anglais, français.

épuré sous des dehors de container, traversent le paysage de leur transparence, touchent le ciel d'un toit pointu ou se donnent des airs d'animal volant avec des parois soulevées en impostes. Entre un atelier d'artiste sur la côte du Suffolk en Angleterre et les huttes écologiques dans les Ghats de l'ouest de l'Inde, le lecteur voyage dans le monde entier. Dégustant aussi des histoires inspirantes à travers les situations des clients mandataires. La ligne du recueil reste cependant attachée à l'innovation architecturale et écologique. Rustique, la cabane le reste, mais parée de tant d'intelligence qu'elle fait encore plus rêver qu'avant. *Loyse Pahud*

DESIGN

Une table qui sourit

Il dit travailler sur «la poésie des détails techniques». C'est ainsi qu'Adrien Rovero, designer lausannois de 36 ans issu de l'ECAL, fait sourire ses tables. Composées de marbre, d'aluminium et de plastique recyclé, elles sont agencées de sorte que le plateau dessine un visage. L'ancien Ecalien a imaginé une famille de six avec des parents et enfants aux dimensions et formes différentes. Tête blanche à bouche noire, tête ronde aux yeux bleus ou petit nez ivoire. Les marbres viennent de Carrare, du Valais ou du Tessin. «Nous les avons choisis avec amour, comme lorsqu'autrefois, on allait en forêt chercher l'arbre pour l'armoire de nos rêves. Je voulais des matières qui aient une histoire», raconte Adrien Rovero. Chaque table est bien sûr une pièce unique. *Laurence Desbordes*
Happy Tables Limited Edition 2018. Prix sur demande. Mobilabgallery.ch.





Couleur de l'élégance,
le noir habille
aussi les bolides.

AUTOMOBILE

Noir, c'est noir

Plus sombre, tu meurs. La technique de camouflage qui rendait le chasseur bombardier Stealth quasi indétectable par les radars ennemis semble avoir servi de modèle aux créateurs de chez MSO – la division McLaren Special Operations chargée des modèles «spéciaux» de la marque – qui se sont occupés de la Black Collection. A l'intérieur comme à l'extérieur des 100 exemplaires de 570 GT composant cette série limitée, les spécialistes de MSO ont noirci tout ce qu'ils pouvaient. «La couleur noire est associée à l'élégance, à la force et à l'autorité, explique le chef designer de McLaren, Rob Melville, mais elle possède aussi un côté mystérieux.» Peinture spéciale «noir carbone» pour la carrosserie, jantes noires, étriers de freins noirs, vitres teintées sombres et même embouts d'échappement en titane noir... à l'exception des

phares avant et arrière, pas l'ombre d'une couleur. Même tableau à l'intérieur du cockpit de ces sportives d'exception, capables, grâce à leurs 570 chevaux, d'atteindre 382 km/h et de passer de 0 à 100 km/h en 3,4 secondes seulement. Hormis la planche d'instruments donnant les indications nécessaires, pas la plus petite lueur. Des tapis de sol au ciel du toit, les designers ne se sont autorisés que des déclinaisons de nuances de noir. Vous avez ainsi le Jet black pour le cuir, le Carbon black pour l'alcantara des sièges. Ou encore le logo MSO brodé sur les appuis-tête, au fil noir, évidemment. Aucun doute: à bord des McLaren de la Black Collection, le noir est vraiment devenu... le nouvel orange.

Hanspeter Eggenberger

McLaren 570GT, MSO Black Collection.

PARFUM

Fermez les yeux: voici Byzance!



Dans la lignée des Gemme, ces parfums précieux qui transcrivent en senteurs l'esprit des pierres précieuses, la maison romaine Bulgari lance une trilogie en l'honneur de l'extravagance créative de l'Empire byzantin. Les trois Gemme Reali (gemmes royales) puisent leur inspiration dans la personnalité de l'impératrice Théodora, femme d'influence et d'opulence, épouse de Justinien, au VI^e siècle. Danseuse nue et actrice avant de monter sur le trône, infiniment belle, intelligente et ambitieuse, elle a mis en place les premières lois protégeant les femmes et a servi d'éminence grise à un époux plutôt timoré. Pour décrire cette muse d'envergure, le maître parfumeur Alberto Morillas a travaillé sur l'idée du rubis (Rubinia, un ambré oriental intense, à la mandarine explosive), de l'émeraude (Veridia, un boisé souligné d'encens un peu mystique) et du saphir (Nylaia, un oriental poudré aux notes d'iris bleu et absolue de jasmin). Et quels flacons, pour ce voyage aux émotions puissantes! *Renata Libal*

Rubinia, Veridia et Nylaia, trilogie Gemme Reali, Bulgari, 350 fr. les 100 ml.



MAQUILLAGE

Point à la ligne

Un point, un trait, une virgule, et voilà le travail! Le retour du stylo à mines de quatre couleurs (Clarins) prouve que le maquillage peut être aussi facile qu'un dessin d'enfant, qu'il s'agisse de souligner le regard ou de colorier les lèvres. Cires de soin incluses. S.A.

Clarins, Stylo 4 couleurs, noir, marine, vert forêt et bois de rose, 45 fr.



DÉCO

Stromae sans limites

Déjà la capsule N°5. A côté de sa carrière musicale, Stromae, ou plutôt son label Mosaert, continue à élargir son champ de création: après la mode, voici la ligne pour la maison. Papillons, arabesques, plantes... tout un petit monde très Art déco (inspiré de sa capitale favorite Bruxelles) décore ainsi chaussettes et T-shirts, mais aussi du beau linge, des coussins, de la vaisselle et même un fauteuil. Le collectif belge s'est associé avec Le Bon Marché Rive Gauche à Paris pour présenter sa collection. L'exposition de cet ensemble rétro-kitsch (deux



Mosaert, trio composé de Stromae (Paul Van Haver), de sa femme, la styliste Coralie Barbier, de son frère, le directeur artistique, Luc Junior Tam.

installations de 150 m² au rez-de-chaussée) est un vrai voyage en fabrique: de gros tuyaux, une signalétique industrielle – «Casque obligatoire» ou «Interdit aux escarpins» – des employés en combinaison, des rails, des machines, sans compter les projections de vidéo et un morceau de musique signé Stromae. L'idée de la jeune marque est de montrer, dans cette usine fantastique, la vision ludique qui l'habite et d'illustrer son principe de base: la création artisanale. L.P.

Exposition Mosaert Fabrique et capsule N°5, au Bon Marché Rive Gauche jusqu'au 13 mai et sur www.mosaert.com



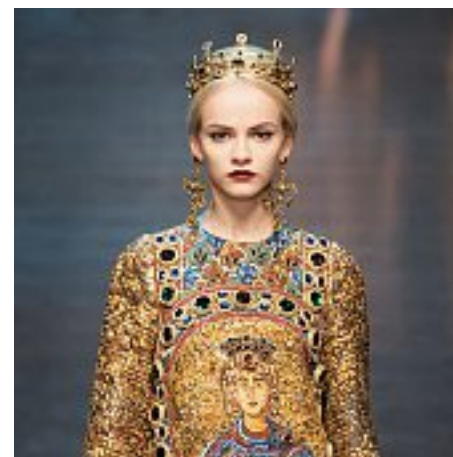
CHEVEUX

Comme pour la peau

Depuis plus de quarante ans, la marque familiale française Sisley se spécialise en soins précieux à base d'extraits de plantes. Après les cosmétiques et les parfums, la voilà ce printemps à la rescousse des cheveux, avec une nouvelle ligne sophistiquée et unisexe qui adapte les rituels de la peau: sérum, shampooing, démêlant, masque, huile... Comme signature olfactive, un agréable et frais mélange de verveine, citron, fleur de pêcher et ambre.

Silvia Aeschbach

Hair Rituel de Sisley, de 69 à 188 fr.



MODE

Sainte inspiration

Le Costume Institute, un département du MET, n'ignore pas l'attraction qui relie la mode à l'imagerie catholique. Il présente 150 pièces divines de Valentino, Balenciaga, Chanel, etc. Petit miracle: le Vatican a prêté des robes papales des XVIII^e et XIX^e siècles et des bijoux plus modernes. De quoi transporter les fashion addicts au 7^e ciel. L.D. Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination, du 10 mai au 8 octobre 2018, Metropolitan Museum of Art, New York.

La classe faite son

TOYS FOR BOYS



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

«Faites fun!» Telle est l'injonction que reçoivent les ingénieurs chargés de concevoir une enceinte nomade Bluetooth.

Résultat, le marché est

inondé de haut-parleurs aux tons criards et aux bouilles rondouillardes. Heureusement, ces temps sont derrière nous. Geneva sort de son escarcelle un (tout) petit bijou, la Touring/xS. Fidèle au trend suivi depuis 2006, le design est à la fois old school et minimaliste. Et son look 70's rappellera aux plus férus de son les radios Biennophone, conçues et construites dans le Jura bernois. Revêtu de cuir noir, blanc ou cognac, l'engin



Geneva Touring/xS, env. 149 fr. (versions S, M et L, avec radio FM/DAB)

affiche une classe naturelle, mais la version rouge est bluffante. Le corps du haut-parleur est en aluminium brossé, ce qui promet une bonne prise en main. L'utilisation se révèle toute simple. Un interrupteur permet l'appairage en Bluetooth, une led reflète chaque état de la machine, tandis que le large bouton gère la mise sous tension et le réglage fin du son. Côté technique, la marque zougnoise reste fidèle à son credo: l'excellence dans le son numérique à juste prix. L'enceinte est équipée de deux speakers de 40 mm et d'un caisson de basses situé à l'arrière, le tout alimenté par un amplificateur de classe D. A l'écoute, le son est à la fois détaillé et profond, une sensation étonnante dans un si petit volume. Outre la qualité sonore, la Touring/xS se démarque de la concurrence (oui, on pense d'abord à l'UE Boom), par son côté cosu, amplifié par son poids (725 g), et sa meilleure autonomie. Dernier avantage, il s'affiche au même prix que ses rivaux pour une qualité, un design et des finitions haut de gamme.



MONTAGE

À GAUCHE Meuble mixte au catalogue 2018.

CI-DESSUS Une caisse de cadres prêts à être utilisés pour l'assemblage d'un meuble; (à dr.) la fameuse bille en acier chromé à 6 trous.

CI-CONTRE Une bille sur laquelle on visse des barillets qui permettent de verrouiller les tubes d'acier.

CI-DESSOUS Huilage des huisseries, et (à dr.) assemblage des différentes parties.



Une bille à haut potentiel

DEPUIS PLUSIEURS DÉCENNIES, USM FABRIQUE DES MEUBLES À L'ÉLÉGANCE ET AU DESIGN INALTÉRABLES. PLEINS FEUX SUR LA MARQUE BERNOISE ICONIQUE.

TEXTE LAURENCE DESBORDES

PERCÉE DE SIX TROUS, voilà une bille en laiton chromé bien inspirée: elle a assuré la réussite planétaire de la maison USM (Ulrich Schärer Söhne AG Münsingen) dans le monde du mobilier et du design. Pourtant rien ne prédestinait la quincaillerie d'Ulrich Schärer à connaître telle consécration. A deux encablures de Berne, en 1885, le Bernois lance une ferblanterie, fabriquant un bric-à-brac en métal, casseroles, corps de chauffe, serrures. Quarante ans plus tard, il se spécialise dans les huisseries métalliques de fenêtres. Après la Seconde Guerre mondiale, Ulrich cède son fauteuil à son fils Paul. Plein d'enthousiasme et visionnaire, le jeune homme étend la production de l'entreprise familiale au domaine industriel. Dorénavant, USM fera dans la construction métallique et façonnera aussi des plaques de tôle. Un pas vers le mobilier modulable.

L'apport de l'architecte

Pour stocker les pièces produites et héberger un personnel qui augmente avec le chiffre d'affaires, il faut construire. En 1961, Paul Schärer junior, tout droit sorti de l'EPFZ et petit-fils du fondateur, s'allie avec l'architecte Fritz Haller pour imaginer des locaux qui pourront s'agrandir au fil du temps. Un bâtiment au squelette d'acier flexible voit le jour. Cette logique architecturale sera ensuite appliquée à plus petite échelle, puisque pour répondre aux besoins d'aménagement au

sein du nouvel espace, le duo déclina cette structure métallique au mobilier d'entreprise. Ainsi naissent les USM Haller qui ne seront produits en série qu'à partir de 1969. Lancée, la machine avance à coup d'inventions, dont l'USM Haller E en 2017, système d'éclairage intégré qui donne une tonalité seventies aux bibliothèques, armoires ou tables de chevet.

La réussite de la maison tient à la simplicité du système: des billes, aujourd'hui logoisées pour parer à la contrefaçon, des plaques d'habillage en tôle perforée et des tubes d'assemblage. A l'intérieur de ce cadre à la fois restreint et infini, l'acheteur peut se concocter des pièces uniques qui au fil du temps prendront de la valeur, puisque que le système d'aménagement USM Haller a rejoint la collection permanente du MoMA en 2001.

En entrant dans l'enceinte de Münsingen, on est ébahi par la taille de la bâtisse et la fluidité des espaces: 22439 m² pour l'usine et les bureaux! La première halle est assez vaste pour que les camions puissent venir y déposer des rouleaux gigantesques de plaques de métal. Acheminés de toute l'Europe, ceux-ci sont fixés sur de colossales machines qui déroulent l'acier, tel un dévideur de scotch, le plient sur les quatre côtés et le perforent. Puis les feuilles sont coupées. S'ensuit la séance de peinture pulvérisée par jets. Un éventail de 14 couleurs est proposé à la clientèle mais les plus demandées restent le blanc, le gris ou le noir. Quoi de plus normal pour du mobilier design? La dernière étape, celle de l'assemblage, est effectuée par des spécialistes munis

d'un plan détaillé... Pratiquement toutes les phases de fabrication sont automatisées sauf le contrôle de qualité et le montage. Pour le contrôle, certaines pièces, choisies au hasard, sont inspectées par un robot. Si un défaut est noté, l'objet sera recyclé. Chaque meuble est encore astiqué avant d'être emballé dans du plastique transparent.

L'envie de populariser

Lorsqu'on demande à Alexander Schärer comment il voit sa firme dans dix ans, l'arrière-petit-fils d'Ulrich dit qu'il souhaite «populariser les USM auprès des particuliers». Pour démocratiser ces meubles iconiques, des showrooms ont successivement été ouverts à Hambourg, Paris, New York, Tokyo, Düsseldorf, Munich, Stuttgart et Londres, en 2015. L'Allemagne restant son plus grand client, Alexander Schärer s'amuse des commandes qu'il en a reçu: un paravent pour séparer les hommes des femmes dans une mosquée, l'autel d'une église... Autre demande originale, celle du canadien Tyler Brûlé, fan d'USM, qui voulait un meuble de la couleur des camions militaires suisses. Ce code pantone étant classé secret défense, il a fallu mélanger les encres pour approcher de ce kaki. L'entrepreneur-éditeur a ensuite proposé aux lecteurs de son magazine *Monocle* une série limitée de dix étagères du même vert.

On l'aura compris: classiques, iconiques, hyperfonctionnels, esthétiques, fiables, d'une qualité irréprochable, les USM Haller n'ont pas fini de séduire la planète et d'habiller les logements du XXI^e siècle. ●



Alexander Schärer

Né en 1965, l'année où fut déposé le brevet de la fameuse bille en acier chromé à 6 trous, le CEO d'USM représente la quatrième génération de Schärer à diriger cette entreprise. Après des études à l'Ecole polytechnique de Lausanne, et avant de rejoindre le paquebot familial, le passionné de voile a d'abord travaillé chez Procter & Gamble à Genève.



C'est en séchant ou fermentant que la plante tropicale *Pogostemon cablin* exhale ses arômes.

Si chéri, si honni, **le patchouli**

CERTES, LES DEMI-MONDAINES du Second Empire transportaient un nuage de patchouli avec leurs beaux châles venus d'Inde, où les feuilles séchées servaient d'antimites. Certes, les bourgeoises de l'époque victorienne, en Angleterre, s'enivraient de ces senteurs exotiques, disposées en pots-pourris. Certes, les chevelus-barbus de 1968 (on commémore ce cinquantenaire psychédélique) sentaient fort cette herbe-là, pour dissimuler l'odeur de l'autre. Certes, Joe Dassin en perdait la tête: «Moi qui me parfume au tabac/Je sens le patchouli/Mais qu'est-ce que j'ai fait cette nuit?» (chanson mythique de 1973). Si le patchouli a gardé une pointe de subversion, il a surtout très élégamment gagné en noblesse. On en trouve aujourd'hui dans les plus subtiles compositions, dont la nouvelle Coco Mademoiselle Eau de parfum intense, où Olivier Polge, parfumeur créateur de Chanel, a «poussé à l'extrême» les proportions de fractions de patchouli, «afin de déployer sa puissance sur la peau». La fraîcheur en plus... Des parfums de niche comme Replica de Maison Margiela (Music Festival), Byredo (Velvet Haze) ou Nicolai (Patchouli Intense) lui composent des



Patchouli Intense, Nicolai; Eau de Velours, Bottega Veneta; Replica Music Festival, Maison Margiela; Coco Mademoiselle Eau de Parfum Intense, Chanel.

hommages spécialement dédiés, tandis que des plus doux, comme Bottega Veneta (Eau de velours) ou Carven (Dans ma Bulle) font appel à sa sensualité en notes de fond.

Olivier Cresp est un maître parfumeur chez Firmenich et il va, en juin, recevoir le prix prestigieux de la Fragrance Foundation, le Lifetime Achievement Award. C'est lui qui, en 1992, a mélangé le patchouli à des notes gourmandes pour Angel de Thierry Mugler et fait ainsi entrer la plante indonésienne (on dirait de la menthe) dans une autre dimension. «J'adore le pouvoir magique de cette feuille, dit Olivier Cresp. Sa puissante odeur d'humus, très boisée, terreuse et subtilement épicée.» Les procédés nouveaux, par distillation fractionnée, ont permis de révéler des facettes plus délicates de cette senteur. Et la demande est telle que les grands de la parfumerie (Firmenich à Java et Sumatra, Givaudan sur l'île de Sulawesi) soutiennent les petits producteurs et promeuvent un approvisionnement responsable, afin que le précieux ingrédient puisse continuer à sécher sur les toits des maisons. Prochaine innovation? Firmenich travaille avec un grand chocolatier à une version aussi exaltante sur la langue qu'elle l'est au nez. ☪

Panda top chrono!

BLANC ET NOIR, AVEC SES TACHES EN CONTRASTE, LE CHRONOGRAPHE PANDA EST UN CLASSIQUE QUI RAPPELLE LE SYMPATHIQUE MAMMIFÈRE CHINOIS. ERIE.

TEXTE MATHILDE BINETRUY

AUX OREILLES DU NÉOPHYTE, la sonorité de chronographe Panda peut paraître exotique. Panda, parce que cadran blanc à compteurs noirs (en cas de blanc sur noir, nous avons affaire à un «panda inversé», éventuellement à un panda partiel s'il manque le museau), soit le parfait portrait-robot du mammifère chinois à grands yeux. C'est pourtant bien d'une complication qu'il s'agit ici. L'histoire des chronos Panda est liée aux besoins des pilotes automobiles. Vers le milieu du XX^e siècle, ces derniers les plébiscitent pour leur lisibilité grâce au contraste fort entre cadran principal et sous-cadrans. Le grand public ne suit pas trop et ces modèles disparaissent rapidement après les années 1970, y compris la Rolex Daytona pourtant affichée au poignet de l'acteur Paul Newman durant le tournage du film *Virages* et pendant la course des 500 miles d'Indianapolis en 1969. Or, depuis une quinzaine d'années, la cote des pandas est à nouveau à la hausse (surtout celle de la fameuse Daytona!) à la faveur de l'engouement des collectionneurs pour ces modèles rares à faible production.

Revisiter le patrimoine

Dans les collections courantes, les chronos panda sont de retour en force depuis que la tendance vintage inonde le monde horloger. On se croirait d'ailleurs revenu à l'âge d'or de la course automobile. Comment expliquer cette envie de flash-back? «Certaines maisons découvrent leur patrimoine et veulent mettre en avant cet héritage», estime Alexandre Ghotbi, spécialiste au département Montres de la maison de vente aux enchères Phillips. On pense à Breitling, dont les chronographes de pilote reviennent sur le devant de la scène. Depuis l'arrivée de Georges Kern à la tête de l'entreprise en juillet 2017, la marque désire réinvestir ses territoires de légende. «Breitling figure parmi les leaders qui ont participé à l'avènement du cadran panda dans les années 1950», précise d'ailleurs Alexandre Ghotbi. Le pari est réussi quand on voit la Breitling Superocean Heritage II B01 Chronograph 44 et son cadran argenté. Chez Montblanc, la collection Timewalker – dont le modèle Manufacture Chronographe – rend hommage à la précision des chronos Minerva et décline des pièces modernes mais aux accents rétro. Même démarche pour TAG Heuer, qui renoue avec son chronographe fétiche, l'Autavia, en lançant une version panda. Hamilton, lui, célèbre l'un de ses chronos historiques en sortant l'Intra-Matic 68 Autochrono, tandis qu'Omega revisite son modèle de 1959, le premier dans l'espace au bras de l'astronaute Walter («Wally») Schirra, et lance sa nouvelle Speedmaster CK 2998. Celle-ci met l'accent sur l'échelle pulsométrique, qui permet de mesurer les battements du cœur, à l'instar du modèle d'origine, où cette fonction était l'une des quatre options de chronométrage possibles (avec le tachymètre, le télémètre et le chronomètre décimal). Enfin, d'autres marques comme William L.1985 surfent aussi sur la vague panda avec succès.

La tendance ne fait que commencer. Les marques ont bien compris l'intérêt des valeurs sûres, tout en s'inscrivant dans le trend du moment. Et c'est si joli de domestiquer un animal exotique à son poignet... ☺



TAG Heuer Autavia, acier, mouvement à remontage automatique, 42 mm de diamètre, étanche à 100 m, 5250 fr.

Omega Speedmaster CK2998, édition limitée, acier sur cuir, mouvement à remontage manuel, 39,7 mm de diamètre, étanche à 50 m, 5800 fr.

Montblanc Timewalker acier, Manufacture Chronograph, automatique, 43 mm de diamètre, étanche à 100 m, 5405 fr.

Hamilton Intra-Matic 68 Autochrono, acier, mouvement à remontage automatique, 42 mm de diamètre, étanche à 100 m, 2150 fr.

Breitling Superocean Heritage II B01 Chronograph 44, acier, mouvement à remontage automatique, 44 mm de diamètre, étanche à 200 m, 7350 fr.

William L. 1985 Chronograph, acier, mouvement automatique, 41 mm de diamètre, étanche à 100 m, environ 519 fr.

Le modèle de référence

La Rolex Daytona 6239 de Paul Newman, devenue légendaire, est la montre de collection la plus chère du monde cédée aux enchères le 26 octobre 2017 à New York lors d'une vente mémorable organisée par Phillips en association avec Bacs & Russo, pour la somme de 17 752 500 dollars. Le 13 mai prochain, chez Sotheby's Genève, une variante (avec sous-cadrans bruns) se présente comme la pièce maîtresse de la vente de Haute horlogerie.





LE MURMURE des objets

LA DANOISE CECILIE MANZ DESSINE AUSSI BIEN DES HAUT-PARLEURS QUE DES CHAISES QUI SEMBLENT ÉCHAPPÉES À LA FORÊT. SON UNIVERS? LA DOUCEUR ENCHANTÉE.

TEXTE RENATA LIBAL



MÊME SA VOIX est douce. Quand Cecilie Manz parle de son travail, c'est comme si elle tissait un cocon autour de son interlocuteur, pour lui faire partager un univers d'objets quotidiens et de meubles que l'on dirait trouvés dans un bocage ou ramassés sur une plage de la mer du Nord.

Quand elle a été nommée designer de l'année, au salon parisien Maison & Objet, en janvier dernier, son premier réflexe a été de fermer l'espace consacré à son travail par un rideau – pour en préserver l'intimité. Chacune de ses créations est une rencontre, comme si les objets allaient s'animer, une fois la lumière éteinte, et vivre leur vie secrète d'elfe enchanté. Là, un paravent en cuir et bois, ailleurs un sac plié comme un origami ou un plateau à gâteau, qui se déconstruit en pièces de vaisselle indépendantes.

A 46 ans, Cecilie Manz incarne une nouvelle génération de créateurs scandinaves, qui porte haut la tradition de sobriété, mais avec comme un supplément de tendresse. Et une absolue déférence pour la matière. Dans les vêtements qu'elle porte, on retrouve ce plaisir tactile: un manteau léger en plissé, un cabas Bao Bao d'Issey Miyake, une chemise de coton frais repassé. Merveilleuse simplicité comme philosophie de vie.

A un moment où beaucoup de designers se posent presque en rockstars, vous n'avez pas l'air d'être taillée dans cette étoffe...

Moi, ce que j'aime, c'est travailler avec le design, plonger mes mains dans la pâte. J'ai besoin d'intimité, de solitude. Et j'aime faire, plutôt que parler! Au salon Maison & Objets, j'ai disposé chaque pièce moi-même sur l'estrade de mon stand.

Vous y avez créé comme un paysage, avec vos pièces, mais aussi avec des galets, des bouts de bois...

J'avais envie de tout mettre en scène et de reproduire l'ambiance de mon studio. On y trouvait donc un mélange de prototypes, d'esquisses et de pièces produites industriellement, pour exprimer mon cheminement créatif. Et aussi tous ces trucs et machins, échantillons de textures, de couleurs...

Où trouvez-vous tout cela?

Je les accumule depuis des années. Je suis incapable de ne pas ramasser quelque chose qui me plaît. Cette manie me confronte à un problème de place, mais elle est vraiment importante dans mon travail. Je peux me passionner aussi bien pour un sachet de papier trouvé dans une gare suisse que pour une cuiller en plastique du plateau repas d'Air France. N'importe quel détail peut me parler: une fois ce sera en raison de la méthode de production, une autre fois pour me souvenir d'une finition ou d'une patine. Voilà mon environnement de travail.

Etes-vous beaucoup à travailler dans votre studio?

A part moi, il y a trois assistants et parfois un stagiaire. Nous sommes peu, car je tiens à suivre chaque étape des processus. Je fais toujours les premiers croquis moi-même – c'est une étape à laquelle personne n'a le droit de toucher. Tout comme la phase finale, celle qui donne le départ de la production. Mais le suivi serré auquel je tiens prend du temps, et c'est pour cela que je ne peux accepter qu'un nombre limité de projets.

Vos croquis sont surprenants... Ils sont si délicats.

Vous n'êtes plus beaucoup à travailler ainsi à la main!

J'aime beaucoup cette étape. Quand j'étais enfant, à l'âge où l'on commence à se projeter dans une profession, je me voyais surtout peindre et dessiner. J'ai toujours aimé ce geste. Au début, mes clients avaient tendance à trouver que la partie dessin prenait trop de temps et de

La lampe Mingus, créée en 2012 pour Lightyears, existe en deux tailles et six nuances naturelles.



créativité – qu'il aurait fallu passer plus vite, aller au concret. Mais je dois traiter chaque croquis comme un tableau pour m'emparer d'un projet. Cela dit, je n'ai jamais appris à dessiner sur un ordinateur... Quand j'ai commencé, on faisait des maquettes et je suis très douée dans ce domaine! Il y a une quinzaine d'années, la donne a changé et il fallait livrer des simulations électroniques. C'est alors que j'ai dû engager des assistants. Et du coup, comme j'étais soudain bien entourée, j'ai décidé de ne pas apprendre.

Vos deux parents étaient des artistes céramistes réputés. Vous avez grandi avec cette culture du geste inspiré...

Effectivement. Tous les deux travaillaient dans leur atelier, à la maison. Leur approche artisanale m'a beaucoup marquée. Aussi en raison des pics émotionnels qu'elle impose. J'ai vu mes parents incroyablement heureux quand ils ouvraient le four et que l'œuvre était réussie. Et j'ai assisté à l'inverse: à quel point ils étaient dévastés – et furieux durant deux jours – quand il fallait tout recommencer. Il y a tellement de travail en jeu dans ce processus manuel. Le défi est énorme: quelle que soit l'issue, il faut soigner chaque détail jusqu'au bout pour avoir des chances de réussir. C'est une leçon de persévérance.

Vos objets sont très organiques. Comme s'ils avaient poussé dans le paysage.

Je ne travaille pas dans la transposition littérale. Je ne me dis pas: «Tiens, cette pierre-là pourrait donner la forme d'un haut-parleur.» C'est plutôt une ambiance dans laquelle je m'immerge qui me guide. En été, nous passons toujours quelques semaines dans notre maison sur la plage, sur l'île de Sejerø, sans TV, sans appareils connectés, avec un mode de vie primitif. Mes enfants, qui ont 13 et 16 ans, jouent le jeu: ils lisent des livres, pêchent, nagent, grimpent aux arbres, cuisinent sur le feu. C'est tellement bien! Ces moments de détente me plongent dans un univers de couleurs, que j'observe changer selon que la surface est sèche ou mouillée. Je me recharge. Je note un détail. Et mon mari me déteste quand il faut rentrer, car je remplis la voiture de branches, de galets...

Comment passe-t-on de cet environnement paisible à des accessoires technologiques, comme ces haut-parleurs que vous avez faits pour B & O?

J'ai été surprise que cette marque m'approche. Presque un choc! Nous avons longuement parlé, car à l'époque – il y a peut-être six ans – ils ne travaillaient qu'avec des équipes de design à l'interne. Leur style était très clair: du noir, du froid, des angles aigus. Mais ils voulaient lancer quelque chose de différent avec la ligne B&O, plus accessible, plus jeune. J'ai demandé qu'on me laisse les mains libres. Cela s'est avéré très productif, car les objets nés ainsi sont très différents. J'aime l'accessibilité. J'aime que l'objet technologique échappe à l'esthétique muséale, au symbole de statut. Pour moi, il faut qu'il donne envie de le prendre en main sans se demander dix fois où est le bouton à actionner. Un objet à glisser dans un sac, comme un accessoire.

Et comment cette approche peut-elle respecter les contraintes liées à la qualité du son?

Je n'ai aucune compétence dans le domaine. Mais les séances de travail avec les ingénieurs étaient si agréables – avec un vrai échange de

Je traite chaque croquis comme un tableau pour m'emparer d'un projet

curiosités – que le processus m'a beaucoup intéressé: un nouvel artisanat à respecter, celui de l'acoustique. Il ne s'agit pas de faire des compromis, ni dans le design ni dans la technologie, mais de travailler main dans la main. Nous nous poussons mutuellement dans nos retranchements.

Il y a ce concept de hygge, tellement à la mode, qui fait référence à un bien-être à la nordique... Est-ce pour vous une réalité ou un tic de langage?

La mode déco en a fait une affaire de coussins et de bougies, mais ce n'est pas quelque chose qui s'achète. Pour moi, le hygge est très réel.

Il signifie une vie agréable et une atmosphère paisible. Il peut s'agir simplement de parler autour d'un café. De me déplacer à vélo comme tous les Danois. Ou de quitter le travail à 15 h, pour aller chercher les enfants à la garderie. Nous sommes beaucoup à faire cela et à trouver que la vie en famille est une valeur fondamentale.

Dans un sens, votre travail s'inscrit dans cette idée de partage...

Oui, j'aime faire les choses les plus humaines possible. Comme ce plateau à gâteau: on peut le déconstruire, jouer avec, le caresser, se partager les pièces du service. Ou la table en verre et cuir: le pied est fait en pliage de cuir, tenu rigidement par un cerceau de bois. Si on l'enlève, tout s'effondre. J'aime le contraste des matières et la construction en équilibre, comme une harmonie à cultiver.

Les grands maîtres du design scandinave des années 1950-1960 restent très actuels. Est-ce une force ou un obstacle pour votre génération?

Il y a vingt ans, toutes les maisons ne faisaient que rééditer et réinterpréter les classiques. Quelle sécheresse dans l'inspiration! Je m'étais fait une raison et j'essayais simplement de peaufiner mes prototypes dans mon coin, sans espoir de production. C'est l'époque où j'ai fait la chaise échelle – on me disait: quoi, une échelle? Est-ce vraiment un meuble? Alors, le jour où Nils Holger Moormann est venu me dire qu'il adorait cette pièce et voulait l'éditer, ses mots ont sonné comme un réveille-matin dans ma tête. Il était prêt à faire cela pour la beauté du geste, persuadé qu'un tel meuble n'avait aucun avenir commercial. Or, il a remporté de multiples prix de design ouvrant la porte sur de nouveaux projets. Aujourd'hui, les jeunes éditeurs fleurissent, et on voit qu'il y a des talents bien vivants dans les pays du Nord.

Copenhague est une ville très à la mode! Ne serait-ce qu'en gastronomie...

Oui, c'est génial! Tout comme d'ailleurs Stockholm ou Helsinki, avec qui nous partageons un esprit créatif commun.

Si je veux venir voir où bat cette nouvelle énergie, où devrais-je aller?

A Copenhague, je commencerais par le quartier de Vesterbro, pour flâner dans les rues, entre les petits ateliers, les bars... Et je dormirais au Central Hotel, qui n'a qu'une seule chambre à disposition, mais qui incarne exactement la qualité d'accueil qui me plaît. Et il ne faut pas manquer le musée du sculpteur du XIX^e siècle Bertel Thorvaldsen: à la fois pour ses œuvres et pour l'ambiance du lieu, avec ses fresques et couleurs extraordinaires. ☺

UNE FORME D'ÉVIDENCE

À GAUCHE

The Ladder, mi-siège, mi-échelle, est la première pièce de Cecilie Manz à avoir été éditée, en 1999, par la maison allemande Nils Holger Moormann.

EN HAUT

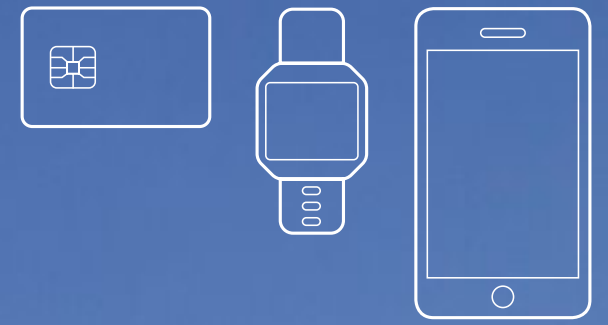
Sac Origami, chez Fritz Hansen, et mobilier de jardin Atmosphère, chez Gloster, tous deux de 2017.

EN BAS

Prototype de cette année pour une table en verre avec pied en accordéon de cuir, et haut-parleur nomade A1, de la ligne B&O Play, avec ses croquis d'origine, en 2016.



The way to pay.



i cashfree AND YOU?



Partner of
Miles & More
Lufthansa

Profitez de la liberté de paiement sans argent liquide dans le monde entier tout en collectant des précieux Miles de prime. Les nombreuses prestations de votre **Cornèrcard Miles & More** vous permettent de payer confortablement, rapidement et en toute sécurité via smartphone et wearable.

I am cashfree. And you? #iamcashfree cornercard.ch

cornèrcard



DESIGN



ENCORE! | DESIGN 2018

16

HORS LES MURS

AUSSI BEAUX QUE DES MEUBLES DE SALON, LES CANAPÉS ET TABLES DE JARDIN MISENT SUR LA COULEUR ET LE CONFORT. LA RÉSISTANCE EN PLUS.

PHOTOS OMAR SARTOR *STYLISME* DARIA PANDOLFI © LIVING RCS



PAGE DE GAUCHE Balançoire de jardin Cleo, teck et acier, **Marco Acerbis** pour **Talenti**. Coussin jaune Moulins, coton, **Fermob**. Cheval à bascule Adada, acier, **Fermob**. Lampe de sol Dress, tissu et métal, **Brian Rasmussen** pour **Torremato**. Canapé de jardin Riva, tissu acrylique et teck, **Jasper Morrison** pour **Kettal**. Jardinière Terrazza, acier vernis, **Archirivolto** pour **Fermob**. Petite table Relation, canne et verre, **Omi Tahara** pour **Yamakawa Rattan**. Céramiques Circus **Marcel Wanders** et boîte Water Tower **Daniel Libeskind**, les deux pour **Alessi**. Rideau Voilà, lin, **Dominique Kieffer**. Sol Powder Sand en grès porcelainé effet ciment, **Marazzi**. Finitions parois **MaxMeyer**. Plantes, **Viridea**.

CI DESSUS Fauteuils Ray Outdoor Fabric fibres de polypropylène tressées résistantes aux UV et agents atmosphériques, coussins avec housses en polyester hydrofuge, **Antonio Citterio** per **B&B Italia**. (Sur fauteuil rouge) Coussin Jassa, **Paulin Achado** pour **Ikea**. Paire de poufs Double, aluminium, rembourrage drainant et tissu en filet 3D, **Rodolfo Dordoni** pour **Roda**. Plateau Circus, acier décoré à la main, **Marcel Wanders** pour **Alessi**. Verres et carafe Diseguale en verre de couleur, **Bitossi Home**.

DESIGN





PAGE DE GAUCHE Fauteuil Sunny coll. Dehors, métal laqué et résine Materiko tressée, **Alessandro La Spada** pour **Visionnaire**. Méridienne Indiana en bois d'iroko, polypropylène et tissu, **Rodolfo Dordoni** pour **Minotti**. Tapis Jassa en corde, **Ikea**. Table Terramare avec plateau en grès porcelainé, **Chiaramonte & Marin** pour **Emu**. Plateau Kyma, acier inox finition cuivre, catelles en céramique de Deruta, **Gianni Cinti, Serena Confalonieri** pour **Sambonet**. Lampe de table avec diffuseur audio et base magnétique Popup, **Davide Groppi**. Lampe à pied Tolomeo Outdoor avec abat-jour en tissu, **Michele De Lucchi et Giancarlo Fassina, Artemide**. Rideau Voilà en lin, **Dominique Kieffer**.

CI-DESSUS Rideau Kaleido Light, dévoré viscose mixte, **Christian Fischbacher**. Panier Mandalay en corde, **Unopiù**. Petites tables coll. Partenope, en bois décoré de motifs d'intarsia sorrentins du XIX^e siècle), **Architetti Artigiani Anonimi**. Tapis Jassa en corde, **Ikea**. Chaise longue outdoor Nolita, acier verni avec petit matelas et appui-tête en tissu imperméable, **Mandelli Pagliarulo** pour **Pedrali**. Lampe à suspension d'extérieur Pistillo en polyméthacrylate de méthyle, résine et aluminium à lumière diffuse, **Emiliana Martinelli** pour **Martinelli Luce**. Chaise d'intérieur Tripolina Limited Edition Emy, cuir et teck, inspirée des sièges de camp des officiers anglais, **Unopiù**.



La Villa Dubochet à Clarens a retrouvé son panache. Les détails qui ont pu être reconstitués à l'identique l'ont été. Les ajouts ont été traités dans un esprit contemporain.

Renaissance d'un joyau

À CLARENS, UNE DEMEURE EXCEPTIONNELLE DU XIX^E SIÈCLE A RETROUVÉ SON IDENTITÉ ORIGINELLE. RESPECTER LE PASSÉ, MAIS L'ADAPTER AU PRÉSENT: QUELLE AVENTURE!

TEXTE SARAH JOLLIE-FARDEL

DERRIÈRE une verdure opulente, à deux pas du lac, se dévoile un quartier résidentiel étonnant: les villas Dubochet. Cet ensemble de vingt et une bâtisses, vestiges d'une splendeur passée, remonte aux années 1870. Jacques Dubochet, un industriel ayant fait fortune dans le gaz et les chemins de fer à Paris, a créé là, à Clarens, tout près de la si prisée ville de villégiature qu'est Montreux, une Cité-jardin destinée aux voyageurs fortunés, désireux de poser leurs valises dans l'intimité splendide d'une demeure de vacances vue comme une extension des palaces de la région. «C'était une sorte de Club Med, une suite de bungalows luxueux où les clients passaient leurs étés», raconte avec humour Nicolas Meier, un des conservateurs des monuments et des sites du Canton de Vaud.

Ce printemps voit éclore les couleurs lumineuses d'un de ces bijoux architecturaux, ramené à la vie et au monde contemporain grâce à une rénovation d'une envergure et d'une minutie exceptionnelles. Le N° 19 brille et chatie, fièrement dressé parmi ses voisins décaties ou rénovées par touches.

Une seule villa a été démolie en 1971. Un contre-exemple révélateur, dont on ne sait pas exactement quel rôle il a joué dans la prise de conscience du Canton sur la valeur historique du site. Toujours est-il qu'en 1979 un arrêté de classement a été prononcé. Et pour la première fois depuis cette protection, une maison de maître connaît une ambitieuse remise en état, en un chantier au long cours débuté en février 2016 et fraîchement terminé. Un défi passionnant pour les architectes et les artisans, une collaboration étroite avec la Section monuments et sites du Canton de Vaud rendus possibles grâce à la sensibilité (et aux moyens financiers) des nouveaux propriétaires.

Le style éclectique

Au premier regard, pour nos yeux habitués aux teintes tranquilles des habitations contemporaines, la villa N° 19 fait figure de délire jailli d'un livre pour enfants. Quelles envolées chromatiques sur fond de Léman! Presque un château de Disneyland avec cette tourelle, ces couleurs qui piaillent, ces balcons étranges, ce bleu éclatant qui court par-ci, par-là. Tomas Mikulas, l'un des architectes en charge des travaux, explique: «Le style éclectique est typique du

XIX^e siècle et les villas Dubochet trouvent leur inspiration dans les détails ornementaux du Moyen Age ou de la Renaissance française ou italienne, tout en étant conçues dans une grammaire décorative globalement homogène. On voit le travail artisanal, mais aussi les détails déjà industrialisés comme les garde-corps.» Tomas Mikulas sait de quoi il parle: avec maintes rénovations d'églises et de maisons anciennes à son actif, il s'impose comme une référence de l'architecture historique. Il explique chaque choix de matériau, chaque touche de peinture. En fait, rien, ici, n'est affaire de goût personnel ou d'envie des nouveaux propriétaires. Une équipe pluridisciplinaire, dont des experts mandatés par le canton, a œuvré conjointement. «On avait un conservateur-restaurateur de décors peints, un expert en crépi et maçonnerie traditionnelle, un expert en pierres de taille, énumère l'architecte. Des sondages effectués par l'atelier des conservateurs-restaurateurs d'art ont gratté et identifié la bonne couche de peinture pour que chaque teinte soit au plus près du projet d'origine qui date de 1874. À côté de ces investigations, nous avons eu la chance de disposer des plans d'origine de la villa. Une aide extrêmement précieuse.»



SOURCES

Pour reconstituer l'ambiance originelle, les architectes ont pu se baser sur des documents d'époque, dont ce plan d'exécution de l'élévation sud, de 1874.



Balcon Les petits balcons pittoresques, en bois, ont été reconstitués selon le modèle d'origine, de même que les contrastes de matériaux.

Cuisine Aménagée sur mesure de manière contemporaine, la cuisine s'ouvre sur une nouvelle véranda, meublée de rééditions de Eero Saarinen (Knoll).

Salon L'accent est mis sur le choix des matériaux nobles, anciens ou modernes, avec le célèbre lustre the Hope (Luceplan).

Cage d'escalier Le choix du rose a été imposé par l'option d'origine, qui accorde intérieur et extérieur (brique). Les lampes à suspension sont signées de Tom Dixon.

C'est qu'il a fallu aller fouiller sous les strates de modifications un peu sauvages, survenues au cours des années, pour mettre en lumière l'intention première. «Je ne vous dis pas dans quel état les propriétaires actuels ont trouvé la maison, se souvient Siavosh Adeli, du bureau Adeli Interior Architecture & Partners, qui a travaillé principalement tout au long du projet sur l'architecture d'intérieur. C'était une ruine. Les principaux changements n'étaient pas du tout en phase avec l'aspect historique. Les futurs occupants, eux, sont sensibles au trésor historique et patrimonial de cette villa.»

Un rose bonbon

Et voilà donc ces drôles de balcons en bois à croisillons (qui avaient été remplacés par des structures massives en béton), ces briques, ces toits de zinc et d'ardoise. Et aussi: la cage d'escalier, rose comme un conte de fées, des marches en colimaçon au plafond... C'est le seul élément que le SIPAL (Service immeubles, patrimoine et logistique) a imposé dans l'aménagement intérieur. «Il a fallu quelques semaines à nos clients pour digérer ce choix, raconte Siavosh Adeli. De nos jours, jamais on ne poserait une couleur de ce genre. Mais cela aurait été une bataille perdue que de résister. Ce type de compromis fait partie du jeu et des devoirs lorsqu'on possède une maison protégée.» Du côté du Canton, Nicolas Meier explique que le constructeur a sans doute voulu évoquer la tourelle d'escalier médiévale: «Elle est en briques et la teinte d'origine voulait rappeler la couleur des murs extérieurs.»

Reste que les aléas de la vie contemporaine sont parfois difficiles à concilier avec

Des éléments contemporains quand il n'y a pas de modèle historique

le bâti d'époque. Un exemple: la rue est très étroite et aucune place de parc en vue sur les plans d'origine... Et les espaces: un peu justes pour la famille avec trois grands enfants, installée depuis avril, d'autant que Madame, artiste, a besoin d'un atelier. Il a donc fallu ajouter un garage et créer un sous-sol de 150 m², par excavation. «Il fallait reprendre en sous-œuvre, la maison tenait avec trois troncs d'arbres durant ce temps, expliquent les architectes. C'était un gros challenge technique.» La partie de l'agrandissement est lisible sur la partie sud, face au lac, et a demandé quelques réflexions: «Nous ne voulions pas pasticher l'ancien, mais proposer quelque chose de respectueux, dans l'esprit de la Charte de Venise. Tout l'enjeu est de concilier ces parties créées avec l'esprit de l'ancien.» Option a été prise, sur insistance aussi du Canton, d'assumer les détails très contemporains quand il n'y avait pas de modèle ancien. Les parements du sous-sol jouent ainsi sur le béton sablé, et les entailles sur les côtés marquent bien le contraste.

Personne n'ayant envie d'habiter dans un musée (et d'ailleurs la substance d'ori-

gine y avait déjà presque entièrement disparu), les intérieurs ont grandement été libérés du respect historique: non, les enfants n'auront pas l'obligation de procéder à leurs ablutions dans une baignoire en zinc... Dans les salles de bains, carrelages et vasques sont signés de la designer espagnolo-milanaise Patricia Urquiola, tandis que l'étage parental jouit d'un home cinéma dernier cri et d'un dressing géant, dans lequel il faut relever le travail merveilleux de l'ébénisterie de Swisswood Project. Partout, les détails extrêmement soignés et les matériaux méticuleusement choisis (sol en chêne, plan de travail en Corian, murs blancs) s'intègrent élégamment aux cadres de fenêtres et poutres historiques. Jusqu'au spa, cosy et inouï, qui s'invente une place dans une demeure qui n'aurait su comment rêver d'un tel lieu.

Multitude de savoir-faire

Au-delà de l'exploit de mise en valeur historique, la demeure patrimoniale donne une belle leçon de collaboration. C'est par la multitude des savoir-faire et l'ouverture d'esprit des maîtres des lieux qu'elle a retrouvé ses splendeurs d'un autre temps. Le passé n'est pas trahi, le trésor est préservé, le confort d'aujourd'hui à son apogée. Ne reste qu'à attendre que le printemps fleurisse les plates-bandes, pensées, elles aussi, dans un esprit de cohérence par l'architecte-paysagiste Augusto Calonder, troisième architecte mandaté: «Un concept simple et élégant, dit-il, qui se focalise sur la grande échelle du paysage.» La vue sur le lac et les Alpes prime toujours, comme à l'époque où les nantis du monde convergeaient à Montreux, sur la Riviera, pour y trouver paix et inspiration. ☉



Les boucles d'oreilles

Lumière librement inspirée de la Chine impériale, cette paire innove avec un effet de passementerie textile réalisée avec... 1392 pierres, dont 62 diamants taillés en poire, 432 saphirs et 60 tanzanites en cabochon. Un peu Gengis Khan, un peu Afrique... La tanzanite est une pierre semi-précieuse chargée en reflets pourpres et surtout en sortilèges. On ne la trouve qu'à Mererani, où les guerriers massai racontent que la terre la produira tant que les grands animaux arpenteront la savane.

Eclat bleu sur CANNES

AU FESTIVAL, LES BIJOUX AUSSI SONT STARS. RENCONTRE EN AVANT-PREMIÈRE AVEC UNE BEAUTÉ AUX PROFONDEURS AZUR.

TEXTE RENATA LIBAL PHOTO SÉBASTIEN SECCHI

PROMIS, IL Y AURA des folies aux bras, aux gorges, aux lobes... Sur certains croquis, un camée côtoie l'or et les diamants, dans un chatolement de plumes... Mais chut, la pièce n'est pas encore terminée! La maison Chopard s'est imposée comme un partenaire flamboyant de la Croisette, avec des créations (presque) aussi attendues que les chefs-d'œuvre sur grand écran. Chaque mois de mai, une collection exclusive rend hommage au festival, par un nombre de pièces égal à son âge (71, cette fois). Marc Couttet, responsable du département Création Haute Joaillerie raconte la gageur que ce rendez-vous représente pour les joailliers. «Caroline Scheufele, coprésidente et directrice artistique de Chopard, a imaginé un thème lié au voyage, explique-t-il. Un voyage onirique, où souvenirs et talismans s'entremêlent, comme des passerelles entre les cultures.» En primeur, voici des boucles d'oreilles de la collection Route de la Soie, où les pierres deviennent broderie duveteuse. Qui portera ces merveilles bleues sur le tapis rouge?

1. La pierre brute

En bloc Les cabochons qui ornent les boucles d'oreilles proviennent d'une seule pierre de tanzanite.

2. Le dessin

A la main Caroline Scheufele donne l'impulsion de la collection et supervise les dessins – chaque pièce est d'abord rêvée à la main. La gouache qui représente l'ensemble bracelet et boucles d'oreilles (*ci-contre*) est réalisé de manière minutieusement réaliste et ne laisse nulle part paraître l'or, hormis un fin liseré de bordure... «Nous ne modifions jamais les dessins: nous nous débrouillons pour les sublimer», relève Marc Couttet. Il a donc fallu sertir les pierres sur du titane bleui, ce qui confère une étrangeté à la pièce, une vibration particulière à la couleur. Accessoirement, le bijou est aussi beaucoup plus léger et gagne en confort de port, ce qui permet de travailler des volumes plus importants. L'or, lui, se cache au dos, dans la bête, cette structure dentelée qui soutient la pièce et entre en contact avec la peau. Or, le mariage de l'or et du titane est tout sauf aisé, puisque les deux ne se laissent pas souder et doivent être assujettis par d'infiniment petites vis.

3. La maquette

En 3 D Depuis une décennie, les joailliers «mains d'or» se sont mis à l'informatique pour marier le meilleur des deux mondes, l'ordinateur et la cheville d'établi. On imprime aujourd'hui le bijou en sculpture de plastique 3D, pour affiner les volumes et modifier si nécessaire l'intégration des pierres. Les boucles d'oreilles ont nécessité 130 heures de travail, alors qu'il en aurait fallu le triple, il y a peu encore. Attention secret: le même procédé a permis de reproduire de poignet de Rihanna, pour mieux ajuster ses bijoux.

4. La réalisation

L'atelier Dans les lumineux locaux de Meyrin, le plateau de haute joaillerie compte 45 virtuoses et 6 dessinateurs. Chacun contribue par sa spécialité (joaillier sertisseur, polisseur, mécanicien...) à pénétrer la personnalité de la pièce. En l'occurrence, il s'agissait de rendre l'aspect textile, doux et dodu. Quelque 400 projets sont réalisés par an et chaque joaillier suit 3 ou 4 bijoux en même temps.

5. Cannes

Le Festival Partenaire officiel du Festival de Cannes depuis 1998, Chopard a créé la si convoitée Palme d'or et prête des parures aux grandes dames du cinéma. Mais le rendez-vous de la Croisette est aussi une plateforme de choix pour faire valoir les convictions de la maison. Dès 2013, une collection Green Carpet a mis en avant des bijoux réalisés avec de l'or dit éthique. L'initiative a d'abord soulevé quelque scepticisme quant à sa faisabilité, mais n'a cessé de gagner en puissance depuis. Ce printemps, Caroline et Karl-Friedrich Scheufele, coprésidents de l'entreprise familiale, ont annoncé que dès le mois de juillet prochain, tout l'or utilisé, en joaillerie comme en horlogerie, sera certifié et extrait de sources responsables, sur un plan social comme environnemental. Happy... mais pas End. ☉



LE LUXE

est quelque chose de très personnel

QU'EST-CE QUE LA BEAUTÉ? QU'EST-CE QUI A DU STYLE? PENDANT UN TRAJET À BORD DE LA MERCEDES-BENZ CLS, LE PHOTOGRAPHE CYRILL MATTER PARLE DE SES EXIGENCES, DU MONDE DES STARS ET EXPLIQUE POURQUOI VOITURE ÉLÉGANTE NE RIME PAS FORCÉMENT AVEC FRIME.

PORTRAIT

Cyrill Matter, 28 ans, est un photographe et réalisateur zurichois, spécialisé dans les portraits et la mode. Son travail se concentre sur le travail des effets d'ombre et de lumière. Il s'efforce aussi à instaurer une intimité entre le photographe et son modèle. Des personnalités connues, comme Liam Neeson, Kiefer Sutherland, Christoph Waltz, Roger Federer et Ewan McGregor, ont déjà été immortalisées par le Zurichois.



cyrillmatter.com
@cyrillmatter

Moins de dix ans se sont écoulés depuis que Cyrill Matter a quitté son emploi de consultant en publicité, s'est offert un appareil photo et s'est lancé dans le photographie. Et aujourd'hui, il est une véritable star. Mais il a gardé la tête froide. Le Zurichois de 28 ans ne semble même pas stressé, alors qu'il doit encore se rendre à Londres dans la journée pour un job et qu'il n'a pas encore de billet d'avion. «Où allons-nous?», demande-t-il joyeusement, tandis qu'il s'installe confortablement au volant de la Mercedes-Benz CLS. La question qu'il obtient en retour, lui demandant où il irait lui s'il devait faire des photos de cette voiture, le fait réfléchir un instant. Généralement, il met en scène des acteurs, des sportifs ou des mannequins, pas des voitures – et certainement pas lui-même. Après un court moment de réflexion, il propose de trouver un lieu avec un gratte-ciel en arrière-plan. «Pour donner une ambiance New York», dit-il en riant. Il fait ainsi aussi un clin d'œil à la ville dans laquelle sa carrière internationale a décollé en 2013.

S'installer à New York à l'âge de 23 ans, c'était plutôt courageux.

Je dirais plutôt naïf. Mais dans un sens positif. Si j'avais su à quel point ce serait difficile, je ne me serais peut-être pas lancé.

Comment avez-vous réussi à attirer l'attention sur vous?

C'était un mélange de volonté, de passion et de chance qui m'a permis de rencontrer les bonnes personnes au bon moment.

Votre talent pour réaliser de belles images vous a sûrement aidé.

La beauté est quelque chose de subjectif. Bien sûr que j'ai envie de faire des photos esthétiques, mais je recherche la sincérité, pas la beauté. Notamment pour les portraits, j'essaie de faire ressortir la personnalité de la personne, révéler ce qu'elle cache à l'intérieur.

Comment vous y prenez-vous?

Ce n'est pas simple. Souvent, je n'ai que trois minutes pour réaliser un portrait, et rares sont les personnes qui s'ouvrent en si peu de temps. Pour en tirer le meilleur parti, je fais confiance à mon intuition.

A propos d'intuition: en ville, Matter se déplace plutôt en deux roues; c'est la première fois qu'il conduit une Mercedes. Les caractéristiques high-tech du véhicule comme l'affichage tête haute (Head up Display), la caméra 360 degrés ou la suspension pneumatique le surprennent, pourtant il pilote le Coupé quatre portes avec aisance, comme si c'était le sien.

Pourriez-vous opter pour une CLS?

Je suis surpris par tout l'espace disponible sous le toit plat. Pour mon équipement photo, j'aurais besoin d'une monture robuste. La CLS serait trop bien pour cela, trop élégante.

Vous devez donner une réponse maintenant.

Elle me plaît beaucoup. Elle est moderne et élégante, sans être agressive. J'aime les designs simples. Le mieux est l'ennemi du bien – sauf peut-être lorsqu'il s'agit de mauvais clips de rap.

C'est vrai, il y a beaucoup de frime dans les clips de rap. Ce n'est pas votre truc?

Lorsque quelqu'un pimpe sa voiture en lui donnant un aspect bling-bling et promène un tigre sur le siège passager, c'est certainement exagéré. D'un autre côté: si la personne est vraiment comme ça et que ce style lui correspond, pourquoi pas? Le luxe est quelque chose de personnel. Chacun doit rester fidèle à lui-même. C'est de la frime seulement lorsque l'on se définit au travers d'un objet.

Quelle est l'importance du luxe pour vous?

En Suisse, nous bénéficions d'un niveau de vie élevé. J'aime le luxe, mais je n'en ai pas besoin.

Pourtant, vous évoluez dans un monde glamour.

Avoir des portraits de gens célèbres dans son portfolio ne peut pas faire de mal. Ce que je préfères par dessus tout, c'est de rencontrer en vrai quelqu'un que je ne connaissais jusque-là qu'à travers les médias. C'est la même sensation que lorsque l'on arrive à résoudre une énigme.

Quelle solution avez-vous trouvée pour résoudre l'énigme Christoph Waltz?

C'est drôle que vous évoquiez Waltz. Je pense que beaucoup d'acteurs décrochent des rôles qui correspondent à ce qu'ils sont.

Arrivé devant l'immeuble, Matter se place devant la voiture et se laisse prendre en photo. Et si cela ne le met pas très à l'aise, il ne laisse rien paraître, il reste professionnel, maîtrisant aussi l'art de l'autopromotion. Suite à sa blessure à l'œil après un accident de vélo en 2013, il a dû porter un cache-œil pendant trois ans, et il en a fait sa marque distinctive.

On dit que votre double vision donne à vos œuvres une atmosphère particulière. Vos photos ont-elles changé depuis que vous ne portez plus votre cache-œil?

Techniquement, non. Si quelque chose a changé, c'est parce que j'ai évolué. Je travaille toujours à définir mon style et m'efforce d'essayer de nouvelles choses.

Quels objectifs poursuivez-vous encore?

Etoffer mon portfolio, c'est le travail d'une vie. Naturellement, j'ai encore envie de réaliser telle ou telle campagne. Mais le plus important est de ne pas perdre l'inspiration et de laisser le pied sur l'accélérateur.

Le téléphone sonne, le vol pour Londres est confirmé. Matter est attendu dans la capitale britannique pour la campagne d'une marque de mode – derrière et non devant l'objectif une fois de plus. «Désolé, je vais devoir changer de Mercedes», s'excuse-t-il en plaisantant. Il parle bien sûr de la voiture qui viendra le chercher à l'aéroport.

Mercedes-Benz



Elégante comme un requin. Vu de côté, l'avant incliné fait croire que l'on a affaire à un prédateur des mers (Sharknose). Le capot donne même l'impression d'encore plus de longueur.

«Elle est moderne et élégante, sans être agressive. J'aime les designs simples. Le mieux est l'ennemi du bien.»



Inspirés de l'aéronautique: les prises d'air de la CLS font penser à des turbines d'avion et les deux écrans de 12,3 pouces laissent croire qu'on entre dans un cockpit.



Signe distinctif de la CLS: les blocs optiques divisés en deux.



LA NOUVELLE MERCEDES-BENZ CLS

L'original des coupés quatre portes en est à présent à sa troisième génération. Toujours à la pointe du design, Mercedes-Benz présente une CLS aux lignes réduites avec son avant incliné et ses phares extrêmement étroits, sans pour autant perdre l'élégance du modèle fondateur du segment, lancé en 2003. Comme ses prédécesseurs, cette icône à la toute nouvelle motorisation allie sportivité et technologie. Le prototype CLS 450 4MATIC combine un moteur 6 cylindres essence de 367 chevaux avec un alternateur EQ Boost, qui mobilise rapidement 22 chevaux de plus lors de l'accélération et diminue la consommation.

Prix de départ: CHF 88 900.-.

CLS 450 4MATIC, 367 + 22 ch (270 + 16 kW), 8,0 l/100 km, 189 g CO₂/km, émissions de CO₂ des versions carburant et/ou électrique: 42 g/km, catégorie d'efficacité énergétique: G



Durables, traçables, fonctionnelles, telles sont les pièces du label de mode homme Solstice.

10

PROJETS ÉTHICO- ÉCO-CHICS

TRAÇABILITÉ, FAIR TRADE, RESPONSABILITÉ... DE PETITES MARQUES SUISSES CREUSENT UN JOLI SILLON.

TEXTE ALEXIA NICHELE



1 Tissus nature **Solstice** Lausanne - Zurich

Le concept Depuis 2014, le label au nom céleste modernise la silhouette masculine tout en respectant la planète et l'épiderme. La marque romande propose des basiques aux lignes pures en coton, mérinos ou agnelle, tissés et teints sans substances chimiques en Suisse. La dernière trouvaille de Solstice? Des chemises ultralégères en cupro, un tissu très respirant. La marque compte des revendeurs dans sept pays, de l'Allemagne au Japon, en passant par la Suisse, naturellement.

Le cerveau Accompagné d'Alexander Imhoff, chargé de la communication, le Lausannois David Bloch, formé en business, a créé un graphisme vintage puisé dans les Olympiades pour une ligne qui fait rimer fonctionnalité avec durabilité et traçabilité. Les matières proviennent d'Italie, du Portugal ou de Suisse.

Le détail Solstice gère le Swiss Shirt Project, une collection permanente en tissus fabriqués dans un rayon de 80 km autour de Zurich, à l'exception du coton biologique importé des Etats-Unis. Preuve que le pays est encore actif dans la production textile.
www.thesolstice.cc



2 Design artisanal **Tsara** Suisse - Madagascar

Le concept Plus qu'une marque, Tsara (beau, bien, en malgache) est un projet de soutien à l'artisanat de Madagascar. Depuis 2014, plus de 300 artisans de Antananarive fabriquent le mobilier et les sacs du label en matériaux locaux naturels ou recyclés: fibres de raphia ou de mahampy (une plante aquatique), cuirs, cornes de zébu, fer perforé à la main. La boutique en ligne suisse www.ur1k.ch en est le distributeur exclusif.

Le cerveau Le designer aux origines italienne et vénézuélienne Giulio Vinaccia travaille dans le *social design*, et collabore avec des organisations de l'ONU. En 2016, il a reçu le prix de design Compasso d'Oro.

Le détail Tsara est soutenu par l'ONUDI, l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel, dont la Suisse est membre fondatrice. L'ONUDI s'est associée avec la haute école privée malgache ISCAM afin d'offrir la première formation en design de Madagascar, le Master Design & Innovation. La première promotion sera diplômée cette année.

En vente sur www.ur1k.ch, boutique en ligne proposant «des objets qui offrent du bonheur».



3 Sacs bios **Disselhof** Bâle

Le concept Pour sa première collection, la toute nouvelle marque bâloise qui porte le nom de sa fondatrice, Imke Disselhof, a fait fort, en proposant plus d'une vingtaine de sacs. Chaque modèle déploie son mélange de sophistication minimaliste à la scandinave. Intemporels, les pochettes, sacs d'école ou sacs à main, de couleur beige, bordeaux ou noire, peuvent convenir à tous les styles. Pour la plupart, les peaux proviennent de bétail élevé en Allemagne selon des principes strictement biologiques (directives Biokreis). La teinture est végétale, totalement dépourvue d'ajouts chimiques.

Le cerveau La designer allemande Imke Disselhof est une végétarienne convaincue, partisane de la cause animale depuis longtemps. Selon elle, la mode et l'intérêt pour une production respectueuse de l'animal ne s'excluent pas.

Le détail Les sacs sont munis d'éléments en bois ou de boucles de fermeture qui ont été mis au point exclusivement pour la marque.
www.imkedisselhof.com



4 Bijoux et tissus **Kinsfolk** Sri Lanka - Suisse

Le concept Kinsfolk vise la solidité; pour réaliser des accessoires qui durent toute la vie, le label zurichois allie savoir-faire artisanal et perfectionnisme. Fins ou massifs – mais toujours modernes et élégants – les bijoux sont faits à la main au Sri Lanka. Les foulards en soie ou en cachemire sont tissés et teints dans des petits ateliers familiaux du pays. Leurs motifs représentent les feuilles de palmiers, le soleil, l'océan.

Les cerveaux D'origine à la fois suisse et sri-lankaise, Josie et Jessica Fernando ont fait beaucoup d'allers retours entre Zurich et Colombo. En 2012, elles lancent leur projet qui réunit leur vision du design suisse et le patrimoine culturel de leur père. Les sœurs gèrent seules chaque étape du processus de création, du design au choix des pierres et des tissus. Leurs prototypes prennent ensuite vie dans les ateliers qu'elles ont repérés sur l'île. Aujourd'hui, Kinsfolk compte un e-shop et plusieurs revendeurs en Suisse, en Inde et au Sri Lanka.

Le détail La fabrication d'un tour de cou en cachemire prend jusqu'à deux semaines de travail.
www.kinsfolk.lk



5 Cosmétiques **Bepure** Suisse - Maroc

Le concept Une huile d'argan marocaine donne vie à toute une ligne cosmétique. La haute teneur en vitamine E et la légèreté de cette huile en font un parfait anti-âge, apaisant et lissant. Divers sérums et autres huiles de soin (cheveux, corps) enrichis d'extraits de thés ou de fruits complètent l'offre 100% naturelle et certifiée vegane. La traçabilité est transparente, depuis les femmes berbères qui pressent les amandes d'argan via la famille de producteurs de Marrakech au transport à Winterthur, effectué chaque mois par les fondateurs. C'est là que l'huile sera mise en bouteilles.

Les cerveaux Partis pour un tour de monde de deux ans, les ex-employés de bureaux Kathleen Krug et Fabian Isaac ont découvert l'argan lors d'une longue halte au Maroc. C'est dans ce pays qu'ils ont décidé de revoir leur mode de vie et de lancer leur petite entreprise. L'affaire roule depuis la fin 2014.

Le détail Il faut 30 kilos d'amandes d'argan, soit la récolte d'un arbre environ, pour faire un litre d'huile d'argan. Cela représente un travail manuel – pénible – d'une durée de quinze heures.
www.bepure.ch



6 Mode végane **Sanikai** Zurich - Lugano

Le concept Oui, une bouteille en plastique peut renaître sous la forme d'une jolie petite veste. Première marque d'habits véganes estampillée Swiss made, Sanikai a été fondée en 2015. L'entreprise zurichoise privilégie des matières telles que le nylon recyclé, les coques de coco ou l'ivoire végétal. Si les tissus proviennent de toute l'Europe, les modèles sont dessinés dans le studio zurichois, puis exécutés à Lugano dans un atelier familial. Chaque saison, la marque crée une collection de vingt prototypes parmi lesquels les revendeurs choisissent leurs favoris. Aucune création ne risque ainsi de finir à la poubelle. L'objectif? Zéro déchet!

Les cerveaux Sanikai est né de la rencontre entre Sanaz Akaouf et Kai Wasser, et de leurs origines – iranienne pour elle, japonaise pour lui. Directrice artistique du label, Sanaz Akaouf vient du domaine publicitaire. Son associé et compagnon de vie assure les aspects business de leur entreprise.

Le détail La mode suisse s'exporte! En 2017, Sanikai a été la première marque végane présente au salon de la mode Chic Shanghai.
www.sanikai.com



valeve.

SWITZERLAND

SOIN DOUCHE EXFOLIANT
EXFOLIANT BODY WASH

ROSÉE
D'ABRICOT



7 Fourrure Tallis Genève

Le concept La marque genevoise a le sens de la récupération. Dans des manteaux de seconde main ou des pièces vintage est découpée la fourrure qui va parer – à la main – vêtements en tricot ou accessoires. Mais Tallis utilise aussi des fourrures provenant de l'industrie alimentaire, d'habitude jetées; pur gâchis, car leur durée de vie se compte en siècles. D'autres peaux proviennent d'animaux dont les populations sont contrôlées, que ce soit en Suisse ou à l'autre bout du monde.

Le cerveau L'Anglaise de 34 ans Lilly Milligan Gilbert, expatriée à Genève, dit s'être intéressée à la durabilité avant même que le correcteur d'orthographe ne reconnaisse le terme. Fournir la transparence sur l'origine de ses pièces, voilà ce qui motive la diplômée de physique, qui fut salariée dans le domaine du développement durable. On trouve ses créations sur un e-shop et chez des revendeurs en Suisse, au Japon, aux Etats-Unis.

Le détail L'origine de la fourrure est indiquée sur toutes les pièces.

L'atelier, ouvert aux clients, se fera boutique dès la fin de l'été (rue Dr. A. Vincent 10, Genève), www.thetallis.com

8 Cosmétiques valeve Valais

Le concept Rationaliser la logistique pour produire moins de CO2 et valoriser l'abricot valaisan, voilà le but de la marque de cosmétiques Valeve. Les fruits sont cultivés sur les hauteurs de Sion puis acheminés dans un laboratoire lausannois. Si l'extrait d'abricot constitue une barrière UV naturelle, la pulpe et l'huile de ce fruit recèlent des vertus nutritives et protectrices. Les huit produits signés Valeve sont garantis sans parabène ni huile de palme ni composants issus du pétrole. La gamme compte un soin par genre: un sérum, une crème pour les mains, une pour le visage, etc. La simplicité est de mise, y compris côté emballage et design.

Le cerveau Longtemps enseignant de musique, le Vaudois Fabien Guidoux s'est lancé dans l'aventure écolo-éthique en 2010. Alors qu'il se fait couper les cheveux chez son coiffeur, il tombe sur une crème pour les mains venant... des Etats-Unis. Un non-sens pour ce touche-à-tout attaché à des valeurs de proximité.

Le détail Valeve utilise également l'edelweiss du Valais, connu pour ses effets antioxydants.

www.valeve.ch

9 Intérieur ethic heart Valais

Le concept Spécialisée dans les objets déco, Ethic heart propose des créations imaginées en Suisse, mais produites en Afrique, Inde, Espagne et Portugal. Les pièces – uniques ou en séries limitées – sont façonnées à la main dans un style ethnique chic et présentées dans le showroom de Sion. A chaque projet, son principe: pour les meubles en bois, seul le teck recyclé et de plus de quarante ans sera utilisé. Les boutiques 8&18, à Vézenaz (GE), et Un amour vache, un amour tendre, à Vevey, accueillent certains objets de la marque.

Le cerveau Décoratrice d'intérieur, la Valaisanne Sabine Rosset a créé Ethic heart avec son compagnon et associé Poly Montoro en 2014. Leur objectif? Offrir une gamme différente des objets industriels bon marché ou des exclusifs inaccessibles, tout en soutenant des savoir-faire traditionnels. Le couple s'est associé à des artisans rencontrés en voyage. Excepté la fabrication, il gère tout: design, vente, communication.

Le détail Ethic heart propose un service de relooking d'intérieur et réalise des pièces sur demande.

Showroom, rue de Lausanne 6, Sion, www.ethic-heart.com



10 Accessoires Allure Sauvage (GE)

Le concept On le voit partout, l'ananas. En déco ou en motif sur une chemise, mais aussi... en Piñatex. Fabriqué à partir de fibres de feuilles d'ananas, ce matériau à l'impact écolo faible est celui des accessoires de la première collection d'Allure Sauvage. Une pochette, un porte-clés, une housse de téléphone, tout est décliné sur le thème de la femme-paon. Résistant au temps et à l'eau, l'alternative au cuir comble ceux qui refusent les produits d'origine animale. En plus, le travail est réalisé dans un petit atelier genevois par des femmes en réinsertion professionnelle.

Le cerveau Diplômée de l'Ecole hôtelière de Lausanne, Natacha Reymond rêvait de créer des accessoires de luxe véganes et sans plastique quand elle rencontre Selena Sieger, titulaire d'un master de l'ECAL. Ensemble, les deux jeunes femmes lancent leur projet de maroquinerie grâce au financement participatif sur Internet. Elles sont les premières en Suisse à exploiter le Piñatex en tant que créatrices.

Le détail Une artisane indépendante basée à Yverdon réalise la broderie sur les sacs.
www.alluresauvage.ch

Le nombre de consommateurs prêts à payer pour **des vêtements écologiques et éthiques** est en augmentation



En créant sa marque, Stella McCartney a d'emblée opté pour la durabilité. Ici un modèle de sa première collection, en 2002.

Tout passe par la transparence



GAËTAN BUSER, cofondateur de FAIR'ACT, association d'information sur la mode écoresponsable en Suisse.

La mode se responsabilise aux plans écologique et éthique. A quoi est dû ce changement?

A un changement d'époque. Cette industrie n'est pas différente des autres.

Elle suit les tendances en partie dictées par les consommateurs qui souhaitent avoir le choix.

Quels sont les grands principes de la mode responsable?

Tout passe par la transparence. Pour une marque responsable, la fabrication d'une pièce est le fruit de longues recherches (choix des textiles, usine) et de mûres réflexions. Transmettre toutes ces infos permet d'expliquer la valeur du vêtement et son prix de vente. Le consommateur responsable, quant à lui, suit trois principes: acquérir autrement, choyer ses

vêtements pour les faire durer et les recycler.

Cette sensibilité touche-t-elle aussi les marques du luxe?

Des précurseurs existent dans le haut de gamme, à l'exemple de la styliste anglaise Stella McCartney engagée depuis 2001 pour une mode durable.

La Suisse est-elle bonne élève?

En Suisse comme ailleurs, les enseignes de «fast fashion» font pression sur les petits commerces, dont le nombre ne cesse hélas de diminuer. Au chapitre des bonnes nouvelles, même si la durabilité ne fait pas encore partie de la formation des futurs professionnels du textile, des marques écoresponsables naissent chaque année. La demande en matière de consommation responsable de vêtements augmente. Peut-être que les clients avertis, bien que minoritaires, réussiront à montrer que d'autres choix sont possibles.



Le vignoble moldave, quatre fois plus vaste que le suisse, s'étend dans un paysage de plaine et de collines.



A Cricova et à Milestii Mici, deux caves encore contrôlées par l'Etat, on conserve des vieux vins dans des galeries souterraines.

Les Moldaves débarquent!

C'EST TENDANCE À LONDRES OU À SHANGHAI: UN VERRE DE VIN BLANC MOLDAVE BIEN FRAIS À L'APÉRITIF OU UN ROUGE FRUITÉ AVEC LE REPAS. À UN PRIX SANS CONCURRENCE! LES MOLDAVES TENTENT UNE PERCÉE EN SUISSE AUSSI.

TEXTE PIERRE THOMAS

KAGOR... QUI LE CONNAÎT? Ce cabernet sauvignon surmaturé, puis fermenté sur ses peaux et stabilisé à l'alcool (16 degrés pour 160 grammes de sucre résiduel) est une icône des vins moldaves, vénérée à l'époque soviétique. Elle se nomme désormais Pastoral, rappelant son usage sacré par les orthodoxes et pour éviter la confusion avec le Cahors français, accord avec l'Union européenne oblige... Gageons que sous peu, les amateurs de vins sauront savourer ce nectar (et d'autres!) venu d'un pays grand comme la Suisse, coincé entre l'Ukraine et la Roumanie, sans accès à la mer Noire. Les vins moldaves, désormais ambitieux, sont les hôtes d'honneur d'Arvinis, à Montreux, qui s'ouvre ce mercredi et dure jusqu'au 30 avril, le plus important salon du vin public du printemps en Suisse, mêlant quelque 200 producteurs indigènes et importateurs.

Rayon viticulture, la Moldavie revient pourtant de loin : en 2006, la Russie décrétait un embargo sur les vins, renouvelé plusieurs fois. Du jour au lendemain, l'économie vitivinicole s'est effondrée, après avoir été, avec la Géorgie, la principale pourvoyeuse de l'URSS et de ses pays satellites. Le breuvage d'alors, exporté en vrac, n'avait rien à voir avec les ambitions d'aujourd'hui: il s'agissait de produire du rouge doux à grande échelle, dans des citernes d'acier émaillées. Et des mousseux, dont la Moldavie a une expertise grâce à Cricova. Ce «combinat» est toujours une entreprise contrôlée par l'Etat. Pas un hôte de marque, de l'Est (Vladimir Poutine y fêta son anniversaire) ou de l'Ouest (photo d'Angela Merkel un verre de *sekt* local à la main), n'a échappé à la visite en petit train (un trançon sur les 200 km de galerie, record du monde!) à 100 mètres sous terre, non loin de la capitale, Chisinau.

Bon (marché) pour les Chinois

Relancée il y a cinq ans par un plan public-privé incitatif, payé en partie par les Etats-Unis, l'industrie du vin se tourne aujourd'hui vers la Pologne (14% de l'exportation), la Chine (12%) et la Roumanie (12%). Les 54 millions de bouteilles exportées en 2017 se signalent sur ces marchés par un prix bas: 1 franc 20 au départ de la cave en moyenne. Mais la qualité est imbattable en regard de ce prix! L'entrepreneur Victor Bostan, propriétaire de Château Purcari, affirme que son pays «n'a pas encore développé plus de 5% de ses capacités en vins de qualité. Il y a tout: un excellent climat continental, ni trop chaud, ni trop froid, de l'eau en suffisance, des terres argilo-calcaires et sableuses et

une législation qui reconnaît ces différences», par trois IGP (indication géographique protégée), en attendant trois appellations d'origine en projet. Celui qui fut responsable d'une grande cave soviétique est revenu au pays pour reconstruire un «château» sur une ancienne cave, au bord du fleuve Dniestr, au sud-est. Il en a acquis deux autres, dont une en Roumanie, où ses vins produits en Moldavie «sont leaders dans le secteur premium», dit-il avec fierté. Le succès des vins moldaves chez les voisins roumains s'explique par l'Histoire. L'est de la Roumanie, la Moldavie et une partie de l'Ukraine formaient l'ancienne Bessarabie, disloquée par Staline durant la Seconde Guerre mondiale.

Certains Moldaves se réclament de l'expédition des Vaudois, du lac Léman à la lagune du Liman, en 1822, au temps du tsar Alexandre 1^{er}, pour affirmer qu'ils sauvèrent la vigne de la région. Mais avant cela, la vigne dut aussi triompher de l'empereur Trajan. Puis résister durant l'occupation et les guerres avec les Ottomans (du début du XV^e au milieu du XIX^e siècle), passer l'épidémie du phylloxéra, au début du XX^e siècle, et, enfin, survivre dès 1985, à la perestroïka de Michael Gorbatchev qui se mua en prohibition. Sous sa «loi sèche», les paysans ont arraché des milliers d'hectares, réduisant le vignoble de 180 000 aux 80 000 hectares d'aujourd'hui.

Cinq fois plus vaste que le suisse, le vignoble moldave n'a produit que deux fois plus de vin en 2017 (180 millions de litres). Aux cépages internationaux, chardonnay et sauvignon blanc, cabernet sauvignon, merlot et malbec, mais aussi saperavi de Géorgie, s'ajoutent des pinots, noir, blanc et gris, le premier pour le vin mousseux en méthode dite traditionnelle (comme en Champagne). La tendance récente va vers la plantation de cépages locaux, partagés avec la Roumanie, tels les fetteasca blanches (alba et regala) et rouge (negra), ou en blanc, le viorica ou l'alborisca, qui ont le mérite de l'originalité à défaut d'être (re)connus.

Les domaines sont vastes et les capacités se chiffrent en millions de litres. Près de Chisinau, Castel Mimi, Château Purcari ou le domaine Asconi misent sur l'hôtellerie. Asconi, village neuf de maisonnettes en style traditionnel, avec poêle et bois, est sous toit... de chaume. On y cultive les recettes rustiques, sous la supervision de la fille du propriétaire, diplômée d'une école hôtelière de Montreux. On y sert l'inévitable cabernet sauvignon ou merlot «maison», mais aussi des «vins de glace» dont la responsable de la qualité, Cornelia Cazacu, assure qu'ils doivent tout aux grands froids du climat continental: muscat fruité, rosé de cabernet surprenant, et riesling de belle acidité. En douceur ou sous contrainte, le vin moldave sait toujours s'adapter. ☺



CASTEL MIMI

Le château monumental rénové (la façade date de 1833) se veut un hommage à Constantin Mimi, gouverneur de Bessarabie au début du XX^e siècle et grand promoteur du vin moldave. La cave se visite en tours de dégustation et le restaurant Hibou-Blanc propose une cuisine locale revisitée en gastronomie et destinée à mettre en valeur les vins maison.

Castel Mimi, village de Bulboaca, www.castelmimi.md; www.wineofmoldova.com



Ambra Medda

A 24 ANS, ELLE COFONDAIT DESIGN MIAMI. DOUZE ANS PLUS TARD, ELLE RÉUNIT AUTOUR D'ELLE DES AMATEURS COLLECTIONNEURS DE DESIGN.

TEXTE SILVIA AESCHBACH

COSMOPOLITE avec sa jeunesse entre Londres et Milan, des études d'art asiatique à Londres, puis de chinois à Pékin, la trentenaire peut être très fière de sa carrière précoce. Aujourd'hui directrice créative de l'agence de design L'Arco Baleno, Ambra Medda fait se rencontrer designer, curateurs, étudiants, institutions et marques de luxe, et soutient les talents émergents. Sa notoriété et son élégance naturelle lui valent d'être depuis peu ambassadrice de la marque de beauté Lierac. Et sinon, Ambra Medda vit avec sa famille – son mari et ses deux filles – à Londres.

Vous avez cofondé Miami Design alors que vous n'aviez que 24 ans. D'où teniez-vous votre assurance?

Je n'ai pas réfléchi! Je n'ai pas imaginé tout ce qui aurait pu aller de travers, j'étais tellement contente de réaliser l'un de mes rêves. De fait, le moment était parfait pour lancer *Miami Design* (7), car la tendance à collectionner des œuvres design émergeait.

Une femme aussi créative que vous a-t-elle des modèles?

Naturellement! J'admire les architectes et designers *Gio Ponti* (1) et *Zaha Hadid* (3) pour leurs œuvres extraordinaires.

Vous vivez à Londres. Quels objets de designers vous accompagnent au quotidien dans votre maison?

Les incroyables objets en verre de Murano, soufflé à la bouche, de la marque *Venini* (2). Je possède aussi des céramiques de Richard Batterham, très simples mais très chics.

Vous passez beaucoup de votre temps en voyage. Avez-vous un hôtel que vous aimez plus particulièrement?

J'adore le *Grand Hotel de Milan* (4). Je m'y sens presque comme à la maison. Présent et passé – l'hôtel a 150 ans – s'y unissent en beauté. En plus, comme il se trouve au centre de la ville, il est un point de départ idéal pour mes activités. Et j'aime aussi beaucoup le Ritz de Madrid, très Belle Epoque, mais il est en cours de rénovation.

Et quand vous avez un peu de temps pour vous, que faites-vous?

J'adore feuilleter les albums de photographes. L'un de mes préférés est l'Irakien *Latif Al Ani* (5). Il a documenté la vie en Irak dans les années 1950 à 1970, et il passe pour le père de la photographie de ce pays.

Et comment se déroule votre collaboration avec la marque Lierac?

Lorsque j'ai reçu le mandat de représenter la marque, je venais d'accoucher de ma deuxième fille. Pour moi, c'est un peu un saut dans le vide, car c'est la première fois que je m'engage pour une marque de beauté. Mais j'aime la philosophie scientifique de *Lierac* (6) et les gens avec lesquels je collabore.

Vous êtes active sur tous les fronts... D'où tenez-vous toute cette énergie?

Actuellement, je dois dire que mon niveau d'énergie n'est pas si haut! (*Elle rit.*) Outre mon amour pour la famille et les amis, c'est mon enthousiasme pour le travail qui me pousse. J'adore développer des idées. ☺



UN CADEAU VENANT DU CŒUR !

Pour tout achat de 155 CHF ou plus de la collection THOMAS SABO Charm Club, vous recevrez le collier assorti en cadeau.*

* Période promotionnelle : 26.04.2018 - 13.05.2018. Dans la limite des stocks disponibles. Pour tout achat de 155 CHF, recevez le collier référence X0232 d'une valeur de 49 CHF en cadeau. Avec l'achat de 199 CHF, recevez le collier référence X0234 d'une valeur de 79 CHF en cadeau. Les charms ne sont pas fournis avec le collier. Offre non-cumulable. La valeur ne peut pas être payée en espèces. Un collier par client.

Thomas Sabo



Cartier

PANTHÈRE DE CARTIER COLLECTION