

encore!

LE STYLE EN PLUS | AVRIL 2022

MONTRES
POUR UN
VINTAGE
FUTURISTE

ESCAPADE
10 métiers
d'art au cœur
de Venise

MOBILIER
Antonio
Citterio,
discrète
élégance

DESIGN

Total métal: la matière
qui anoblit les classiques

AVRIL 2022

 Le Matin
Dimanche



AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

FROM ICONOCLAST
TO ICON



Royal Oak
50th anniversary

BOUTIQUES AUDEMARS PIGUET : GENÈVE | ZÜRICH | CRANS-MONTANA



Feel it!

RADO

S W I T Z E R L A N D

MASTER OF MATERIALS

RADO.COM



CAPTAIN COOK HIGH-TECH CERAMIC DIVER

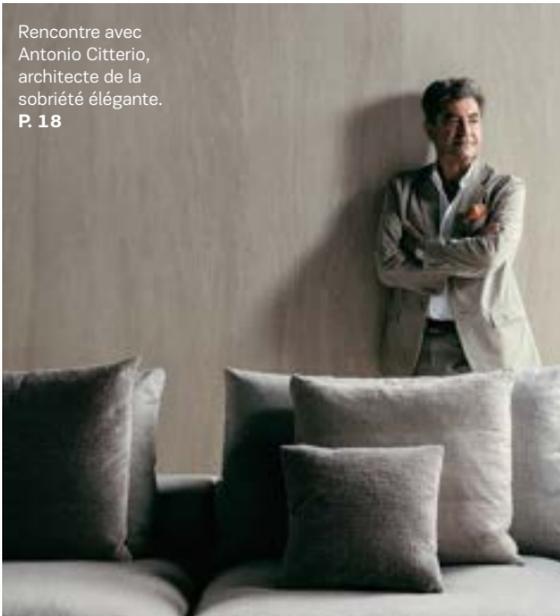
Le temps
qui court le monde.

ARCEAU LE TEMPS VOYAGEUR

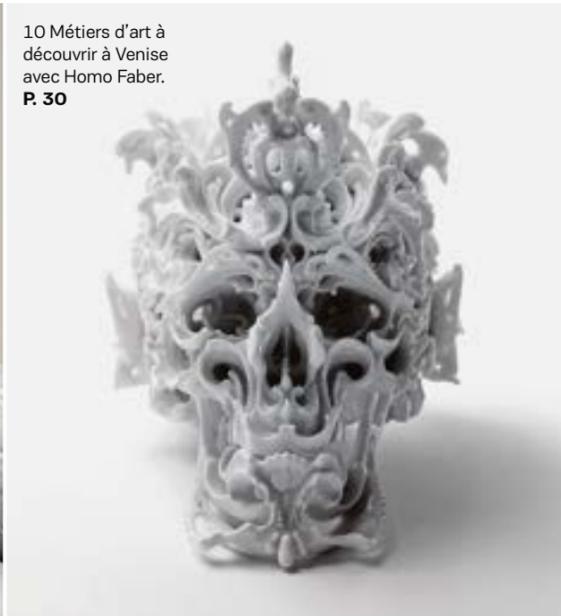


LE TEMPS, UN OBJET HERMÈS.





Rencontre avec Antonio Citterio, architecte de la sobriété élégante. P. 18



10 Métiers d'art à découvrir à Venise avec Homo Faber. P. 30



Le mobilier de jardin tient salon en plein air. P. 34

Design | Avril 2022

SUJETS

12 Trend

Les murs deviennent tactiles avec des tapisseries en relief

14 Swissmade

Dans le Toggenbourg, on fabrique des brosses à dents haut de gamme

35 Montres

L'affichage digital fait un retour vers le futur

36 Auto

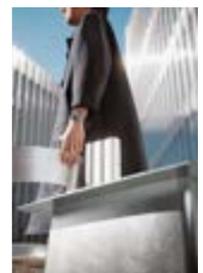
Luc Donckerwolke, star du design automobile, livre ses secrets

RUBRIQUES

8 Merveilles 16 Icône: la Royal Oak fête ses 50 ans 33 Décodage: la Square Bang all Black de Hublot 37 Parfums: flacons Totem 38 Elle et lui: beige au soleil 39 Ses goûts: le chef d'orchestre Lorenzo Viotti



Lampe halogène Oca en laiton vintage, Eulesi, années 1970, (Les Illuminés Design XX^e Geneva). Lampe de table Sawaru en aluminium doré, Nendo (Teo Jakob, Genève). Lampe de bureau tube en acier chromé vintage, Ingo Maurer, années 1960 (Cyclup Design, Genève). Lampe de table Tubo en acier chromé, Jo Niemeyer (Teo Jakob, Genève).



UNE

Vase et table par Ronan & Erwan Bouroullec pour Vitra. Chaise Frama (Chic Cham, Lausanne). Manteau avec passepoil en cuir, Hermès. Montre Chronomaster Sport Boutique Edition, acier inoxydable avec lunette en céramique noire, 41 mm, mouvement automatique El Primero, cadran avec trois compteurs de couleurs différentes. Zenith.

PHOTOS Anousch Abrar
STYLISME Marie Dami

L'amour, toujours...

Comme un fil rouge, dans ce numéro sur le design, court l'idée de beaux objets qui durent. Ce n'était pas une décision, une volonté de départ, mais il arrive souvent qu'une inspiration entraîne une autre et qu'au final une sorte de thème caché rebondisse de page en page. C'est exactement ce qui s'est passé ce mois. Nous avons simplement voulu mettre en scène des pièces d'ameublement qui nous touchent, comme ces objets métalliques qui s'imposent telles de fières statues (voir p. 22). Spontanément, des pièces vintage y ont pris place aussi. Parce que la beauté n'a pas d'âge. Et quand nous avons réfléchi à nos coups de cœur en matière de nouveautés (lire p. 8), nous sommes vite



Renata Libal, rédactrice en chef

tombés d'accord sur de merveilleuses rééditions. Les meubles de jardin de cet été? Ils sont tous bâtis et pensés pour devenir les classiques de demain (voir p. 34). Quant à la personnalité en entretien, il s'agit du fantastique designer et architecte italien Antonio Citterio, le chantre absolu de la belle facture éternelle (lire p. 18). C'est dire si nos sensibilités collectives ont évolué ces dernières années, à l'aune de la réflexion environnementale. Lentement mais profondément, nous nous sommes épris des formes, des proportions harmonieuses, des matières nobles, celles qu'aucune lubie ne saura chasser de notre champ esthétique. Des meubles, des montres, des accessoires qui partageront nos vies longtemps. Serions-nous en train de découvrir les charmes de la fidélité amoureuse?



encore! est un supplément du **Matin Dimanche** et de la **SonntagsZeitung**. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: encore! TX Group, Avenue de la Gare 33, case postale 615, 1001 Lausanne, encore! TX Group, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Editeur:** TX Group AG, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Rédaction en chef:** Renata Libal **Edition:** Estelle Lucien **Mise en pages:** Géraldine Dura (directrice artistique) **Image:** Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro:** Textes: Mathilde Binetruy, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasmvino.ch), Nina Tremi **Traductions:** Sylvie Urmann **Photos:** Anousch Abrar, Lea Meienberg **Illustrations:** André Gottschalk **Production alémanique:** Pauline Szczesniak **Secrétariat:** Alessandra Ducret **Photolithographie:** Photomedia **Impression:** Swissprinters AG, Zofingue **Marketing:** Nunzia Barra **Responsable commercial:** Annina Flückiger **Publicité Print Suisse romande:** Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch **Publicité Print Suisse alémanique:** Goldbach Publishing AG, Werdstrasse 21, 8021 Zurich, tél. +41 44 248 42 50, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch **Indication des participations importantes de TX Group AG selon l'article 322 CPS:** Actua Immobilier SA, 20 Minuten Advertising AG, 20 minuti Ticino SA, Berner Oberland Medien AG BOM, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH Wien, dreifive (Switzerland) AG, dreifive digital marketing GmbH, DZB Druckzentrum Bem AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Manufaktur AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, OneLog AG, Schaar Holding AG, Schaar Thun AG, swiss radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Inc., Zattoo AG, Zürcher Oberland Medien AG. 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 oeuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.



Porte-document de la collection Meisterstück Montblanc Soft (1430 fr.) et son étiquette de bagage amovible (155 fr.).

BONNE BOUCHE

Payerne vise haut

PAR
PIERRE THOMAS



Un jeune tandem a repris la gestion des 10 ha de vignes de Payerne, qui redeviendront bientôt les 13 ha que la cité broyarde possède

au bord du Léman, depuis le XVI^e siècle, à Lutry, Villette et Grandvaux. L'œnologue Gilles Musy, 37 ans, et le vigneron-tâcheron Arthur Pidoux, 26 ans, sont aux commandes. Ils sont les nouveaux «partisseurs» des vignes communales, soit cet instituteur calé en calcul, qui, aux vendanges, tenait les comptes des kilos de raisin livrés et... des litres de vin bus. C'est aussi le nom de deux cuvées d'actualité. Formés à Changins, et dans certains des meilleurs domaines de Suisse, le duo a de grandes ambitions. Le vigneron-tâcheron envisage de convertir le domaine en bio et fait déjà des essais ici ou là, dans des vignes sans herbicides depuis dix ans. Depuis une décennie les vins sont vinifiés sur place, à côté du château de Montagny, même s'ils restent mis en bouteille à Payerne, dans la cave-caveau-winebar sous l'église abbatiale, chef-d'œuvre lumineux de l'art roman.

Des deux vins destinés à la garde, j'ai préféré le rouge au blanc. Les deux relèvent d'une même philosophie: des assemblages élevés un an en fûts de chêne de 300 litres et mis sur le marché après un peu plus de deux ans. Première édition, les 2019. Le Partisseur «tout blanc» marie à parts égales pinot gris, sauvignon et viognier. Un brin technique, ce vin riche et gras montre déjà un bel équilibre entre fruit, puissance et élevage. Le rouge mise sur du cabernet

sauvignon de jeunes vignes, à 60%, complété par 40% de merlot planté il y a 30 ans. Du cabernet franc, et du malbec en projet, feront évoluer cet assemblage à l'avenir. Le 2019 est ample, puissant, riche, avec des tanins gommés par la richesse en alcool: 14,5% pour un rouge sec. Alors qu'il y a un quart de siècle, on se demandait encore si les deux cépages bordelais avaient une chance de mûrir à Lavaux!



L'étiquette : Le Partisseur «Tout rouge» 2019
Le prix : 30 fr./75 cl
L'adresse : www.cavelabbatiale.ch

ACCESSOIRES

De glace et de cuir

C'est le monde des neiges éternelles et des glaciers qui inspire à Montblanc deux collections capsules de sacs et petits accessoires. Nommé en 2021, Marco Tomasetta, le nouveau directeur artistique, s'est saisi de l'ADN de la marque à l'étoile pour l'interpréter avec une audace maîtrisée. Pour l'ensemble Meisterstück Glacier, le designer a travaillé sur le thème de l'exploration alpine transposée à l'aventure urbaine, reprenant à la fois des détails d'équipement propres aux montagnards (comme ces fermetures pression utilisées notamment dans le monde de l'escalade), que des motifs (imprimés sur cuir ou sur nylon écodorables) symbolisant les cristaux de glace. Quant à la collection



Sac sport Meisterstück en cuir souple, avec tirette du zip en forme de bec de plume, 1635 fr.

Meisterstück Soft, elle propose un nouveau cuir plus souple où les espaces de rangement, au lieu d'être dissimulés dans le sac, se dévoilent sur son extérieur pour faciliter l'accès. Référence aux instruments d'écriture, la tirette en cuir du zip prend la forme d'une plume. «L'écriture est intimité», insiste encore Marco Tomasetta qui, plongeant dans les archives de la maison, s'est inspiré d'un des premiers dessins de l'étoile blanche emblématique de Montblanc pour lui rendre un peu de sa rondeur et générosité. *Estelle Lucien*

Collection Meisterstück Montblanc, bagages et accessoires cuir et nylon, en boutique et sur www.montblanc.com

TABLE

Ceci n'est pas une fourchette

A mi-chemin entre la cuillère pour bébé et la fourchette chic, cet outil de table s'appelle Moscardino – la petite pieuvre. Tellement mignonne qu'on a tout de suite envie d'en adopter une famille... Reste que l'objet est avant tout utilitaire, conçu pour picorer d'une main, lors d'un buffet servi en miniportions, d'un repas rapide devant l'ordinateur (ce qui devrait être interdit) ou d'un dîner où les convives piochent dans le même plat (très tendance). Le couvert hybride ne date pas d'hier, puisque les designers Giulio Iacchetti et Matteo Ragni l'ont conçu en 2000 pour Alessi. Mais à l'époque il était réalisé dans un (assez vilain...) composite biogrédable. Alessi le réédite ce printemps en (très joli...) acier inoxydable brillant. *R.L.*

Outil de table Moscardino. Alessi, set de 4 couverts, 35 fr.



Bracelet de la collection Indomptables, girafe et crocodile, en or jaune et laque noire, museau en onyx.

JOAILLERIE

Tête-à-tête surréaliste

Les artistes surréalistes ont exploré avec délectation, dans les années 1920, la puissance créative des cadavres exquis, ces poèmes ou dessins réalisés à plusieurs mains, où chacune apporte sa contribution sans connaître celle des autres. D'une certaine manière, Cartier transporte cet art décalé et extravagant dans l'univers de la haute joaillerie. La collection Indomptables met en scène un bestiaire fantaisiste, où le crocodile fait face à la girafe, le zèbre au tigre, unis dans un même corps de serpent à rayures ou à taches. Cette approche à la fois ludique et extrêmement précieuse renouvelle le genre de la représentation animalière, dans laquelle Cartier excelle. On se souvient du fabuleux collier en forme de crocodile enroulé sur la nuque de l'actrice mexicaine María Félix en 1975, du tigre en broche de Barbara Hutton en 1957 et bien sûr de

toutes ces panthères qui ont accompagné l'histoire de la maison, depuis que Jeanne Toussaint, la légendaire directrice artistique, en a fait son emblème personnel au tout début des années 1930. La collection Indomptables s'inspire aussi d'une forme tête à tête, issue des bracelets antiques, où deux figures, deux formes se font face. Massifs, outrageusement sertis, puissamment glorieux, ces bijoux sont autant de parures presque tribales. Le travail sculptural est d'une précision folle, conférant de vraies expressions aux animaux, sans même parler du serti pelage, où diamants et or reproduisent la fourrure. Les crinières? Elles s'hérissent de grenats tsavorites et de pierres de lune. *Renata Libal*

Collection Indomptables de Cartier, cinq bracelets, deux colliers et trois montres, or blanc ou or jaune, richement sertis. Prix sur demande.

DESIGN

Ranger en souriant



Le petit meuble cylindrique a toujours eu le sourire. Dès sa création, en 1967, il se proposait d'offrir des espaces de rangement modulables dans un esprit vitaminé. La conception en revient à la designer Anna Castelli Ferrieri, l'une des premières femmes diplômées en architecture de l'Institut polytechnique de Milan. Elle se trouve aussi être l'épouse du fondateur de la marque italienne Kartell - ce qui a peut-être accéléré la mise en œuvre de sa vision novatrice des intérieurs. Le Componibili (ce qui signifie modulaire) est décliné en de multiples couleurs et fantaisies, grâce à la technique du plastique moulé. Comme un totem de la culture pop, il entre dans bien des musées de design contemporain. Or voici que la troisième génération de Kartell est aux commandes et qu'il s'agit d'inscrire le classique de la maison dans l'air du temps. La nouvelle version est aujourd'hui éditée en biopolymère issu de matières premières d'origine agricole sans EMG. Totalement recyclable donc et déclinée dans les couleurs du bonheur. *R.L.*

Meuble de rangement Componibili bio, Kartell, en rose, vert taupe ou jaune, 209 fr.



MAKE-UP

Lèvres couture

Le couturier belge Dries Van Noten est célèbre pour son sens des couleurs et ses mariages d'imprimés chatoyants. Voilà cet art flamboyant transposé en une ligne d'accessoires de beauté délicatement habillés. *R.L.*

Rouges à lèvres, Dries Van Noten, 4 étuis, 15 nuances et 1 baume.



Une ligne de parfums d'éveil, pour bien commencer la journée.

PARFUM

Le matin sent bon

Parmi les créations olfactives – souvent très compliquées – du plus littéraire des parfumeurs, Serge Lutens, la gamme des «Eaux de politesse» est volupté pure. Ces senteurs légères comme la brise, délicates comme des impressions, sentent surtout le frais et le propre. La toute nouvelle ligne Matin Lutens franchit un pas supplémentaire dans cette voie de parfums qui se positionnent davantage en marques de respect envers soi et les autres qu'en parures dans lesquelles se draper pour se distinguer. Ainsi donc ces compositions se présentent-elles en grands flacons très purs, qui contiennent des eaux facétieuses, dont s'asperger le visage pour accueillir le jour nouveau. Il ne faut pas mégoter et se laisser aller au plaisir d'une gestuelle ancestrale, dérivée du broc sur la coiffeuse. «Les deux mains par les bras en avant et la tête en second, on y plonge!», se réjouit Lutens, avec une simplicité qui

contraste délicieusement avec beaucoup des jus ténébreux qu'il a signés, inspirés des tourments de sa vie. La plus élémentaire de ces eaux s'appelle tout simplement... «L'eau». Elle est la reformulation d'une odeur chère à Lutens depuis longtemps, celle du linge propre, fraîchement repassé. «Dans le bleu qui pétillie» propose une émotion plus marine, avec une esquisse de sel, d'iode. La dernière, «Paroles d'eau», se veut une eau presque inodore, mais qui entraîne dans les profondeurs, avec une note d'eucalyptus, une sensation d'aiguilles de pin de Sibérie. Ces senteurs intimes s'inscrivent dans des rituels à réinventer. Les eaux de parfums s'accompagnent de gels à faire mousser dans ses mains et on a envie de se baigner dans chaque flacon. *Renata Libal*

Matin Lutens, trois eaux de parfums (100 ml/155 fr.) et leurs gels moussants (240 ml/45 fr.).



ACCESSOIRE

Le sport autrement

La marque suisse de chaussures de course, On Running, la favorite de Roger Federer, s'offre une escapade en mode. Une collection capsule est en effet élaborée avec la marque de luxe espagnole Loewe. Résultat: toujours la même sensation de fouler des nuages, mais dans les couleurs de la terre. La palette de kaki, bleu et orange s'inspire de la nature, le polyester est recyclé et une broderie faite main ponctue la fabrication technologique. *R.L.*

Collection capsule Loewe X On, sneakers (2 modèles dès 355 fr.) et vêtements de sport.



PAPETERIE

Pensées douces

Quand le monde tonne, que les nuits sont agitées, que les nouvelles pleurent, il reste un geste pour ordonner sa pensée: noter ses émotions avec un vrai crayon, sur du vrai papier, dans un très beau carnet. Le nouveau format ni trop grand ni trop petit de la maison de tradition allemande Leuchtturm1917 s'y prête à merveille. *R.L.*

Carnet Leuchtturm1917, format B5, couverture rigide, 9 couleurs, 219 pages, 31 fr. 50.

L'élégance du moins disant

TOYS FOR BOYS

PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON



L'air et la lumière sont des matériaux de construction. On pourrait s'arrêter là. Vous jetteriez un coup d'œil à la – très belle – image d'illustration ci-contre et on se quitterait bons amis. Ce serait oublier la leçon qui se cache derrière cette Radio in Cristallo dont l'exécution date de... 1938. Cette année-là, le jeune architecte et designer italien Franco Albini regarde avec un brin d'irritation l'énorme meuble de bois, de bakélite et de tissu qui constitue la radio qu'on lui a offerte à l'occasion de



Radio in Cristallo, dès env. 6000 fr., en magasins de meubles design.

son mariage. Bientôt, il s'en empare et retire tout ce qui ne sert pas à la diffusion du son. Dans un esprit résolument artisanal et minimaliste, il habille ce qui reste, l'essentiel, de verre trempé. Celui qui deviendra bientôt connu pour ses meubles modernistes fait là œuvre de pionnier. L'objet restera d'ailleurs confidentiel jusqu'à sa fraîche réédition par le fabricant italien de mobilier design Cassina. Haute de 72 cm tout de même, Radio in Cristallo est désormais dotée d'un amplificateur à tube de haut rendement et délivre une puissance sonore de 50 watts. La radio est évidemment du voyage, en FM comme en DAB. En outre, elle peut servir d'enceinte déportée grâce à une connexion Bluetooth de qualité et à un écran de 18 cm. En option, on pourra même y adjoindre un caisson de basse. Et si, à notre tour, on décortiquait les lourdeurs superflues de nos vies pour, pourquoi pas, y laisser entrer un peu d'air, de lumière... d'élégance, quoi!



FLEXFORM

Gregory XL
canapé composable
Antonio Citterio Design
Made in Italy
flexform.it

Papier peint au graphisme tridimensionnel de la maison milanaise Spaghetti Wall.



Murs tactiles

LES HEUREUX LOCATAIRES OU PROPRIÉTAIRES de bâtisses historiques le savent bien: un mur texturé confère un supplément d'âme à chaque pièce, qu'il s'agisse de briques, de boiseries ou de stucs. L'effet est plus difficile à réaliser dans les espaces contemporains, souvent sobrement, cliniquement lisses. A cet égard, la boutique Dior fraîchement rénovée à Paris (que dis-je boutique? temple!, palais!), au 30, rue Montaigne, est emblématique de l'aspiration actuelle à des murs vivants. L'endroit est composé de salons en enfilade et chacun d'eux a été conçu dans son ambiance propre. Partout, la visiteuse doit résister à l'envie de laisser ses doigts s'égarer le long des murs, pour en caresser la texture. Dans l'espace beauté, la blancheur poudrée des parois est frappée de pétales de roses en relief, en hommage à la fleur favorite du couturier. Le restaurant,

lui, est tapissé d'échantillons de textile couture: broderies, smocks, surpiqûres... Evidemment, il s'agit là d'un exercice de style de haut vol. Mais les maisons de papier peint – tant à la mode depuis quelques années – innovent réellement pour répondre à cette envie de voir ses murs vibrer. Les technologies d'impression en 3D permettent aujourd'hui de tels effets. Ainsi la maison française Elitis, une référence du genre, propose une illusion de bois sculpté, où il est même possible de choisir son essence. Bienvenue aussi aux moulures textiles, où le lin et la chenille dessinent des arches architecturales, ou au vinyle gaufré à effet de perles multicolores enfilées en cascade. La maison italienne Spaghetti Wall propose, elle, des embossages graphiques et audacieux, qui en appellent aussi à la caresse. «Touchez-moi, touchez-moi...», ainsi retentit l'appel des murs soudain animés. ☉

TEXTE RENATA LIBAL



SYSTÈME D'ASSISES **ROGER** | DESIGN RODOLFO DORDONI
PETITES TABLE **SUPERQUADRA** | DESIGN MARCIO KOGAN / STUDIO MK27
DÉCOUVREZ-EN PLUS DANS MINOTTI.COM/ROGER

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

Minotti



PROCESSUS

À GAUCHE Il faut jusqu'à 4000 poils pour faire une brosse à dents.
EN HAUT AU CENTRE Le stock de bois de hêtre.
EN HAUT À DROITE Les poils synthétiques sont livrés par fagots qui ressemblent à des pucks.
AU MILIEU On coupe les poils à la bonne longueur avant de tester leur robustesse en les passant de manière aléatoire dans une machine.
EN BAS On fraise la tête d'une brosse pour contrôler la profondeur de l'ancrage des poils.



Propreté durable

DEPUIS PLUS D'UN SIÈCLE ON PRODUIT DES BROSSES DE TOUT POIL MAIS TRÈS HAUT DE GAMME, DANS LE TOGGENBOURG, AVEC UN BOIS PROVENANT EXCLUSIVEMENT DE LA RÉGION.

TEXTE PAULINA SZCZESNIAK PHOTOS LEA MEIENBERG

FORÊT DES ENVIRONS d'Ebnat. C'est là que l'histoire de toutes les brosses à dents en bois commence. Manuel Grunauer, responsable de production, montre au bûcheron les hêtres qu'il souhaite faire abattre. Il choisit ceux dont le tronc est droit, protégé des intempéries. «Lorsqu'un arbre a été exposé au foehn, cela crée des tensions qui peuvent causer des distorsions quand on travaille le matériau.»

Voilà déjà dix ans que ce charpentier fait partie des 200 employés d'Ebnat AG, mais il n'est même pas un vétéran dans l'entreprise. Peter Langenegger, responsable du marketing, est là depuis un quart de siècle. «Quand on y est, on y reste. On est bien dans le Toggenbourg. Et quel plaisir de voir nos produits s'améliorer d'une année sur l'autre», lance-t-il en riant. Il se souvient encore des toutes premières brosses à dents de la maison. A l'époque, la proximité avec la nature n'était pas aussi importante qu'aujourd'hui. «Tous les deux ans, nous fabriquons un petit lot de brosses en soie de porc pour une communauté amish aux Etats-Unis. Je dois dire que la sensation en bouche était un peu particulière, il fallait s'y habituer.»

Désormais, on privilégie les poils synthétiques, plus hygiéniques. Et, chaque année, environ quatre millions de brosses à dents en bois. Depuis quatre ou cinq ans, la tendance est à la hausse, car les grossistes les apprécient de plus en plus. Mais avant que ce petit

objet n'arrive sur les étalages dans son emballage écologique, il passe dans d'innombrables machines. Celles-ci ronronnent, soufflent et vibrent de 5 heures à 22 heures sous la supervision de deux équipes de spécialistes.

Pour commencer, on débite des planches avec leur écorce en morceaux de l'épaisseur d'une brique. On obtient ainsi des milliers de carrelats, autant d'ébauches à partir desquelles on fabriquera ensuite les manches des brosses à dents. Equipés de protections auditives, des ouvriers en bleu de travail vérifient la qualité du bois, écartant les pièces portant des nœuds. «En moyenne, seule la moitié d'un arbre finit en brosses à dents», précise M. Langenegger. Le reste n'est pas pour autant éliminé: «Nous le pressons pour en faire des copeaux que nous utilisons pour chauffer l'usine.»

Formule secrète pour une cire végétale

Au fil du temps, l'usine s'est développée autour de la petite maison où la «Toggenburgische Holzwaren- und Bürstenfabrik AG» – en français, «fabrique d'objets et de brosses en bois du Toggenbourg» – s'est installée en 1917, trois ans après sa fondation. Cette même année, la Suisse voyait arriver sa toute première balayeuse de rue tirée par des chevaux. Aujourd'hui, l'assortiment d'Ebnat AG, qui appartient à Trisa depuis 1989, compte un millier de brosses de tout poil, en bois et en plastique. Quant à l'usine, elle s'est enrichie d'innombrables escaliers, couloirs et portes reliant les ateliers, le stock, les bureaux et la salle de séchage. On entrepose là le bois durant une semaine à 60 degrés avant de le

transformer. «Les gens qui viennent travailler chez nous doivent d'abord apprendre à s'orienter dans ce labyrinthe», commente Peter Langenegger.

Mais revenons à nos carrelats: dans la zone d'hygiène de l'usine, on les fraise pour une parfaite prise en main. Un polissage plus tard, ils passent dans un tambour par lots de mille pièces. Ils y tournent une douzaine de minutes avant d'en ressortir uniformément recouverts d'une cire végétale qui les rend imperméables – sa formule est un secret très bien gardé. Dans les têtes des brosses, on vient percer de 32 à 38 petits trous selon le modèle, dans lesquels on implante les poils. Ils doivent leur incomparable tenue à une astuce qui date de 90 ans et qui consiste à ancrer les poils sur une plaquette métallique. La méthode a été brevetée en 1931 par l'Allemand Leo Levy, qui, en 1933, fuyant le régime nazi, s'est installé en Suisse et s'est fait embaucher chez les spécialistes de la brosse à dent Ebnat-Kappel.

Bien que la technique soit tout à fait au point, toutes les deux heures, Nada, spécialiste ès qualité, attrape au hasard l'une des pièces. Au microscope, elle s'assure que les brins ont bien été arrondis à la ponceuse, après quoi, en les passant dans une autre machine, elle vérifie qu'ils résistent à la charge garantie de 1,8 kg. Pendant ce temps, un laser vient graver le logo du client correspondant. On emballe ensuite les brosses par cartons de 30 000 et on les expédie dans le monde entier. En Allemagne et en France, on aime aussi se laver les dents avec du bois suisse! ☺



Michele Vela

En 2010, cet entrepreneur argovien arrive chez Ebnat AG. En 2015, il en prend les rênes. «J'apprécie de pouvoir tenir en main les articles que nous fabriquons, cela me parle davantage que des chiffres abstraits», affirme le directeur, diplômé de l'Université de Saint-Gall. «Je suis très fier que nous développons nos propres machines et que notre production aille dans le sens des objectifs de durabilité de l'ONU», ajoute l'homme de 58 ans. Son produit préféré? «Tous, répond-il en riant. Mais je dois dire que le goupillon de notre ligne «Purus» est le meilleur du monde dans sa catégorie.»

#MolteniGroup



INTERSECTION— VINCENT VAN DUYSSEN

Molteni & C | **Dada**



**MODÈLES
ANNIVERSAIRE**

Cette gamme
Automatique marie
avec panache
les associations de
couleurs, de cadran
et de matières.

TEMPS ROYAL

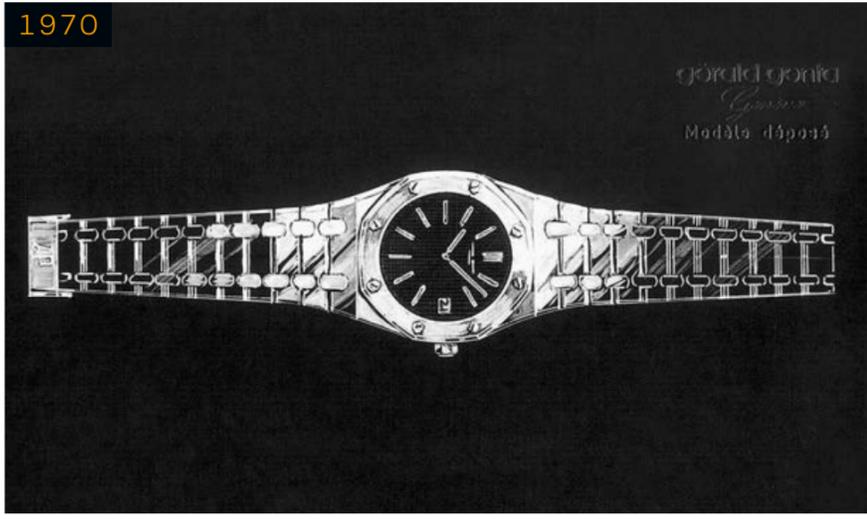
POUR SES CINQUANTE ANS, LE
MODÈLE ROYAL OAK MULTIPLIE
LES DÉCLINAISONS COLORÉES,
EN UN VRAI FEU D'ARTIFICE.

TEXTE LA RÉDACTION

EN TRE ASCENSEUR et pause-café, feu la foire horlogère de Bâle bruissait toujours de «small talk», ces petites phrases anodines qui servent à huiler les relations humaines et lâchent parfois des bribes de projets ou d'envies. La Royal Oak n'aurait pu voir le jour sans l'une de ces conversations légères que Georges Golay, alors Administrateur délégué d'Audemars Piguet, a eue avec ses trois agents – Carlo de Marchi, Charles Bauty et Charles Dorot –, le 10 avril 1970. Il a alors été question de l'importance de l'or dans l'horlogerie haut de gamme et les «trois mousquetaires» ont lancé un défi, à mi chemin entre boutade et provocation: concevoir une montre de luxe en acier, en adéquation avec les modes de vie modernes. L'idée était de créer un modèle à la fois sportif et élégant, convenant aussi bien pour accessoriser une tenue de soirée que pour accompagner la vie de tous les jours.

Georges Golay a toutes les raisons de refuser. La tendance du moment est plutôt au raffinement. Il y a danger à transposer sur une boîte en acier la perfection des finitions, la qualité de terminaison. Ne va-t-on pas dévaloriser cette virtuosité? Dénaturer la réputation d'Audemars Piguet? En même temps, maintenir le meilleur niveau d'exigence risque de faire s'envoler le prix de la pièce. Le client va-t-il mettre le prix pour ce garde-temps en

1970



acier? Mais l'homme suit son instinct. Il compte sur le contexte socio-culturel et financier du moment pour conforter sa démarche. Le monde horloger est en pleine effervescence: les Etats-Unis viennent de suspendre la convertibilité or du dollar, l'industrie s'interroge sur l'arrivée du quartz... C'est le moment de tenter un pari. Pour mener à bien son projet, Georges Golay ne s'embarrasse pas d'étude de marché. Il a une bien meilleure option: le génie du designer indépendant Gérald Genta.

Une montre de sport en acier qui n'existe pas

Gérald Genta se souvient de l'appel de Georges Golay «au détail près... il était 16 heures». Le directeur n'y va pas par quatre chemins: «Monsieur Genta, dit-il en somme, nous avons des distributeurs qui demandent une montre de sport en acier. Le problème est qu'elle n'existe pas. J'ai besoin du dessin pour demain matin.» Le designer se met immédiatement au travail. Il fouille dans ses souvenirs d'enfance et une image lui revient, celle d'un homme, sur le Pont de la Machine à Genève, que l'on équipe d'un casque de scaphandrier à huit boulons et un joint en caoutchouc pour assurer sa survie sous l'eau. L'idée est déclinée sur le premier dessin. La forme octogonale s'inspire des huit vis. Pour équiper la future Royal Oak, Audemars Piguet et Gérald Genta choisissent le mouvement mécanique à remontage automatique et date le plus plat du monde: le Calibre 2121 dérivé du 2120. Le bracelet est, lui, intégré – une première – avec les maillons intermédiaires en chute.

Quid du nom? Quatre-cent ans plus tôt, Charles II d'Angleterre a anobli le chêne qui lui avait sauvé la vie lors d'une bataille contre Cromwell. L'écho fait sens. Certains textes associent aussi l'acier de la montre aux vaisseaux anglais cuirassés Royal Oak... La référence comme la consonnance expriment la résistance mécanique, la technicité, la solidité. Et quelle solidité! L'ouverture de la boîte, en effet, est un mystère digne d'un coffre-fort: impossible de tourner une vis hexagonale noyée!

Un an après le premier dessin de Genta, la Foire de Bâle de l'année suivante est sur le point d'ouvrir ses portes. Le prototype en or gris de la future Royal Oak est prêt. Et la montre fait sensation! En quelques années, elle fait un bond stratosphérique du statut de pièce alternative inédite à celui de valeur sûre de l'horlogerie. Ses complications, ses matières, ses déclinaisons, font le grand écart mais toujours avec excellence et succès.

Dès 1976, la Royal Oak s'enrichit d'une version destinée aux femmes, modèle 8638, dessinée par Jacqueline Dimier – l'une des rares femmes designers dans le domaine – puis du modèle 4100 d'un plus petit diamètre, doté d'une aiguille des secondes au centre. L'année 1993 sera celle de l'avènement de la Royal Oak Offshore, créée par Emmanuel Gueit. Plus étoffée, plus virile, elle s'impose en puissance maximale. Suivront des dizaines de références, plus étonnantes les unes que les autres. On verra aussi l'acier du concept de départ parfois revenir à l'or (même en une stupéfiante version martelée qui donne un effet de poussière de diamants...), mais la version ultime, quintessentielle, celle qui a vu naître la légende, reste la classique à cadran Petite Tapisserie Bleu Nuit, Nuage 50, qui n'a subi que d'infimes variations au fil des ans.

Un anniversaire royal

Cinquante ans plus tard, les nouveautés Royal Oak continuent de susciter l'attente incrédule et réjouie des amateurs. Audemars Piguet a fait les choses en grand pour célébrer son jubilé: feu d'artifice de déclinaisons vitaminées! La «Jumbo», surnom insolite qu'elle doit à son diamètre de 39 mm démesuré pour 1972, propose des couleurs de cadran originales: vert, gris, doré jaune



1970

fumés et Bleu Nuit, Nuage 50. Ces nouvelles déclinaisons en acier inoxydable, platine, or jaune et or rose 18 carats sont plus glamour les unes que les autres. Et quel moteur! Elles sont équipées du dernier mouvement automatique extra-plat de la manufacture: le Calibre 7121 heure, minute et date qui remplace le mouvement originel 2121 et a nécessité cinq ans de développement.

Autre évènement, Audemars Piguet présente des nouvelles déclinaisons de sa version en 34 mm, idéale pour des poignets plus fins. Elles s'ajoutent aux modèles automatiques heure, minute, seconde et date en 37 mm et chronographes en 38 mm et 41 mm. Les codes esthétiques ne bougent pas, surtout ce motif guilloché Tapisserie composé de centaines de petites pyramides tronquées, ponctuées de dizaines de milliers de petits trous en forme de losange, qui permettent de jouer avec les reflets de manière subtile et unique. En 2022, les 34, 37, 38 et 41 mm ont été repensés en terme d'ergonomie: bracelet, cadran, carrure. Les biseaux élargis au-dessus et en-dessous de la boîte permettent d'accentuer le jeu de lumière des finitions main polies-satinées et d'affiner la silhouette. Les quatre premiers maillons du bracelet, intégrés à la carrure de part et d'autre, sont désormais trapézoïdaux et non-parallèles pour amorcer une chute dégressive. Quoi d'autre? Les proportions des index des modèles automatiques heure, minute, seconde et date et des chronographes sont standardisées en fonction des différents diamètres.

Pour faire battre le cœur de ces belles mécaniques, trois calibres différents, dont un inédit, sont proposés. Ainsi, le mouvement automatique trois aiguilles avec date, Calibre 5900, équipe les références 37 mm. Le 2385 fait battre le cœur des réalisations en 38 mm. Le 4401 apparaît, quant à lui, pour la première fois sur les modèles chronographes en acier inoxydable de 41 mm. Détail unique: les références 15550, 15551, 26240 et 26242 sont dotées d'une masse oscillante anniversaire avec, gravés, le logo des 50 ans et la signature Audemars Piguet. D'autres créations – comme un tourbillon volant, et un squelette extra-plat – prennent également part aux festivités d'anniversaire. Ces complications ancestrales adaptées à l'esprit libre de la Royal Oak sont tout à fait dans l'air du temps. Elles attestent de l'esprit toujours conquérant et extravagant d'un modèle dont le succès ne s'est jamais démenti. ☉

1972



1972



1972

2022

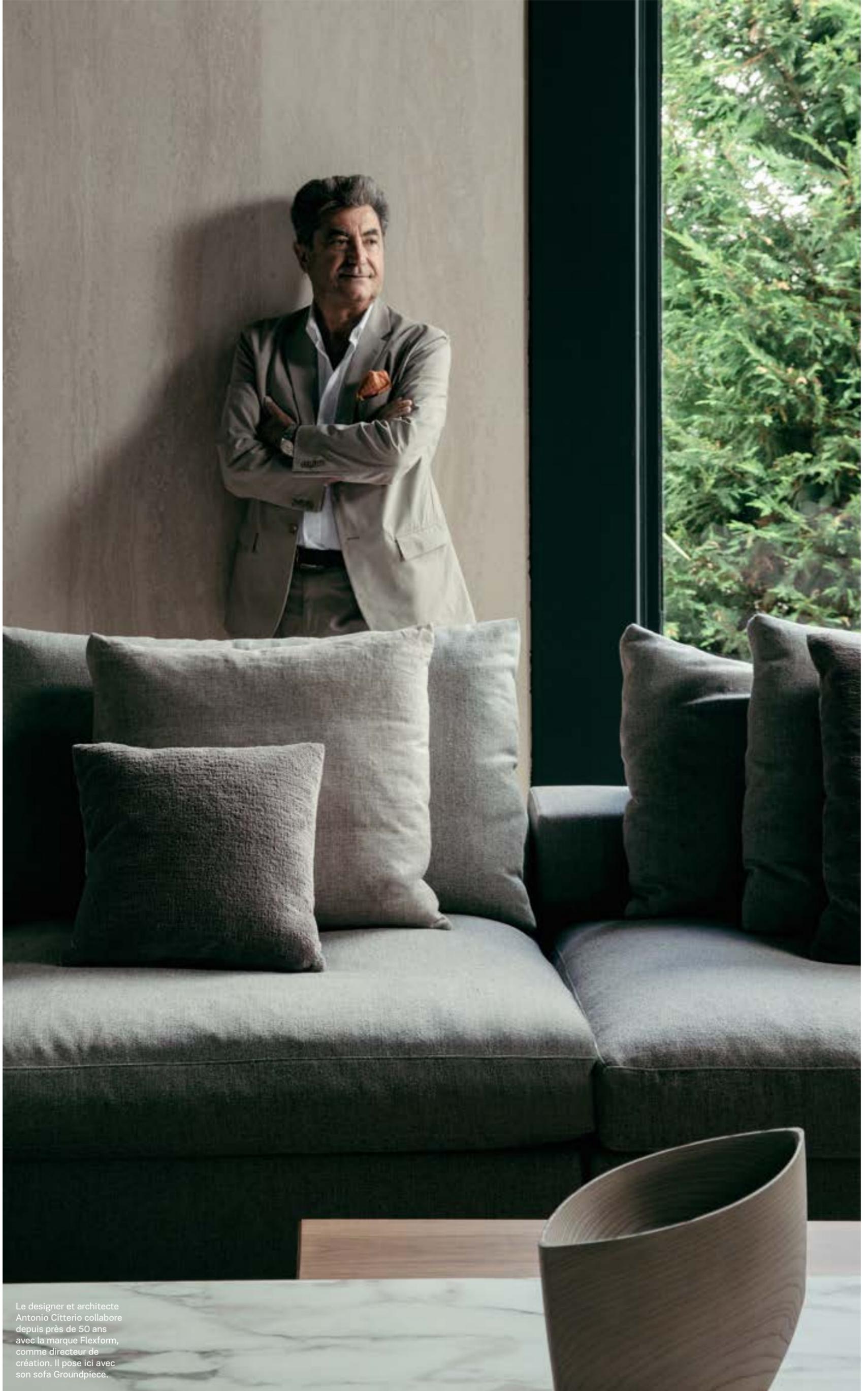
EN HAUT À GAUCHE Croquis du modèle 5402 de la Royal Oak, 1970.

EN HAUT À DROITE L'une de première publicités, en 1972, vantant la carrure en acier de la Royal Oak.

AU CENTRE À GAUCHE Photographié ici en 2010, le designer Gérald Genta (1931-2011) s'est inspiré d'un casque de scaphandrier pour dessiner la Royal Oak... en une seule nuit.

AU CENTRE À DROITE Le Calibre 2121, mouvement mécanique à remontage automatique et date, est le premier à équiper la Royal Oak à sa sortie en 1972

EN BAS Le modèle classique, qui n'a pas pris une ride en cinquante ans: la «Jumbo» de 1972 et la version 16202ST, qui abrite le dernier mouvement extra-plat signé Audemars Piguet.



Le designer et architecte Antonio Citterio collabore depuis près de 50 ans avec la marque Flexform, comme directeur de création. Il pose ici avec son sofa Groundpiece.

ÉLÉGANCE SOBBRE

DEPUIS PLUS DE 50 ANS, LES MEUBLES ET LES BÂTIMENTS D'ANTONIO CITTERIO FORGENT NOTRE SENS ESTHÉTIQUE. SA VISION? DISCRÉTION ET PERFECTION.

TEXTE RENATA LIBAL

PETIT EXERCICE d'observation: à quoi reconnaît-on un meuble – mettons un canapé, il en a tant fait! – ou un immeuble signé Antonio Citterio? Langue au chat? C'est normal. Depuis plus de 50 ans que ce grand architecte, maître du design subtil, façonne l'environnement esthétique contemporain, il a imposé une certaine vision de la perfection, basée sur la discrétion et un sentiment d'évidence. Comme si le canapé avait toujours été là, comme s'il avait spontanément poussé dans la pièce. «J'espère bien que je n'ai pas de style!» répète-t-il en boutade. Cette approche mesurée – jeux de beiges et d'ocres, travail sur l'harmonie – s'inscrit dans l'immense respect qu'Antonio Citterio éprouve pour le savoir-faire du design italien. Il est né à Meda, en 1950, au cœur de cette région au nord de Milan où se produit ce que le mobilier moderne offre de meilleur. Son père y tenait un atelier de menuiserie et le petit Antonio a façonné ses jouets, dès 6 ans, à son propre établi. Autant dire qu'il n'a pas longtemps cherché sa voie: à 13 ans, il entrait dans une école de design, à 19 ans, il commençait des études d'architecture, à 20 ans il ouvrait son premier bureau.

Aujourd'hui, Antonio Citterio codirige un studio au centre de Milan, tout près du Dôme: ACVP (pour Antonio Citterio et Patricia Viel, sa partenaire de longue date) est l'un des plus grands et des plus influents au monde, avec près de 150 collaborateurs et des projets de Dubaï à Miami Beach, avec souvent des quartiers entiers à concevoir, comme c'est le cas avec le projet Symbiosis, un centre d'affaires en train de sortir de terre à Milan. Or, à une échelle différente, Antonio Citterio n'a jamais perdu le goût du meuble et de cette quête d'union entre confort et esthétique. Les fauteuils, les sofas restent sa passion, qu'il assouvit principalement – et depuis ses années étudiantes – auprès de la marque Flexform. Il en est directeur artistique, supervisant l'ensemble de la production – outre les pièces signées en direct. Ce qui ne l'empêche nullement d'imaginer des couverts élégants comme des esquisses pour Litalia, des chaises de bureau pour Vitra, ou des sofas pour B&B Italia.

Le Salone di Mobile de Milan, ce rendez-vous de design international, a été reporté d'avril à juin. Antonio Citterio a hâte d'inaugurer le nouveau showroom de Flexform et de découvrir le travail de ses collègues. Par écran interposé, il raconte, avec un entrain intact, l'évolution de son métier.

Comment abordez-vous chaque nouveau jour?

Je me lève tôt et je descends dans ma salle de sport pour faire 45 minutes d'exercices. J'adore ce moment, qui n'est qu'à moi: je

marche sur le tapis, je suis les nouvelles à l'écran, je réfléchis. Je me suis mis au sport il y a 8 ans et il m'est fondamental de soigner la condition physique. Un coach personnel vient superviser mon entraînement, trois fois par semaine.

Naturellement, vous êtes équipé des magnifiques machines de sport que vous avez dessinées pour la marque Technogym... Effectivement. Le tapis, l'ellipse... C'est mon plaisir quotidien.

Le Salon du meuble a été reporté une fois de plus. Le rendez-vous reste-t-il important pour vous après toutes ces années?

Bien sûr! Cette année, en particulier, sera passionnante, car nous verrons sans doute émerger des produits qui racontent tous les changements de société intervenus ces derniers temps. Et pour Flexform ce sera une année particulière, car nous inaugurerons un nouveau showroom au centre de Milan.

Quels sont les changements principaux du marché?

Je vois apparaître des marques de mode, qui ambitionnent de se positionner dans le meuble. Franchement, je suis curieux de ce qu'elles vont présenter. D'une part, le mobilier devient de plus en plus lifestyle, avec une importance accordée au label, comme une garantie – un peu illusoire – de style; d'autre part la pandémie a beaucoup recentré les gens sur leurs intérieurs, les faisant aspirer à davantage de qualité. Une étrange contradiction...

La demande en ameublement a effectivement explosé...

Partout dans le monde, certaines maisons augmentent leur production de 30 à 40%! Beaucoup de gens ont réalisé que de passer plus de temps à la maison implique une manière de vivre différente. Du coup, le temps est vraiment à l'innovation – quitte à ce que cela passe parfois par de douces utopies.

Et vous, que proposez-vous dans ce contexte?

Je me suis vraiment immergé dans l'enjeu de la durabilité. Cela implique d'une part de s'éloigner de tout ce qui peut ressembler à une tendance éphémère; d'autre part de revoir le processus industriel de fond en comble. L'environnement est vraiment devenu une préoccupation majeure de la clientèle et, pour les entreprises, il ne s'agit plus d'idéologie mais d'enjeux commerciaux. Cela implique de concevoir un produit à l'envers: on commence par se demander ce qui se passe à la fin de son cycle de vie et on le conçoit en fonction de la recyclabilité de ses composants.

Pouvez-vous me donner un exemple?

Le polyuréthane est un casse-tête à recycler, mais tellement de gens y travaillent que je suis certain que dans dix ans, on aura trouvé des



PLAN FIXE

Dans le film *The Importance of Being an Architect*, la discussion entre Antonio Citterio et sa partenaire Patricia Viel est rythmée entre la musique et le bâti. Ci-dessus, le luxueux complexe résidentiel Arte, à Surfside, en Floride.

solutions. Prenez les plastiques: on prend soin de ne plus mélanger les composants, afin de pouvoir les recycler séparément... Dans le métal, on privilégie désormais l'aluminium poli, qui donne le même éclat que le chrome tout en étant plus facile à recycler. Et l'usage des divers types de bois a été complètement repensé en direction d'essences issues de forêts bien gérées.

Est-ce qu'on achète aujourd'hui un meuble plutôt pour son usage intime que pour la galerie?

Ce sera toujours un mélange des deux. Un meuble ne peut pas être seulement fonction. L'émotion est clé. Mais je crois fermement que l'avenir est aux produits à vocation intemporelle, qui s'inscrivent dans votre histoire de vie. Voyez la manière dont les gens tendent à déménager de plus en plus souvent, en Europe aussi: qu'emportent-ils avec eux? Peut-être une chaise, une lampe qui leur tient à cœur... Je crois que nous sommes sortis de la période où on achète bon marché pour jeter aussitôt.

Vous êtes le roi du sofa! Qui lui-même est le roi du salon... Savez-vous combien vous en avez dessiné?

En 50 ans? Je ne saurais dire exactement, mais beaucoup! Je suis en train de rédiger un catalogue raisonné de mon travail et j'arrive à 650 produits... Un sofa est une pièce centrale, faite pour durer. Après trente ans, on peut encore changer les textiles. J'ai toujours travaillé dans cet esprit, avec une esthétique qui ne vieillit pas. Il faut dire que le matelassage est très difficile à recycler – comme les matelas, c'est une horreur – alors on travaille à séparer les matériaux pour pouvoir tout désassembler.

Et vous, dans quel type d'intérieur habitez-vous? Entouré de meubles Antonio Citterio?

Non, non... Mon appartement n'est pas un musée. J'habite une sorte de loft, dans un immeuble ancien au centre de Milan. Depuis plus de 45 ans, nous y avons accumulé beaucoup de choses diverses. Il y a là quelques prototypes réalisés par mon épouse, l'architecte d'origine californienne Terry Dwan, des pièces de Luigi Caccia Dominioni... Je ne suis pas obsédé par mes produits. Ma maison à St-Moritz, par exemple, n'est meublée que d'un seul sofa Flexform, les autres pièces étant historiques.

Allons, un designer chineur!

Oui, je suis un collectionneur! Tenez, mon bureau est un endroit que j'adore et j'y passe beaucoup de temps. Ma table de travail est celle de l'architecte Carlo Scarpa – celle-là même sur laquelle il travaillait. Elle date des années 1930 et j'ai eu l'occasion de lui rendre visite, un jour, dans son bureau. Alors quand je suis retombé sur cette pièce chez un antiquaire, des années plus tard, je n'ai pas hésité. Cette table me remplit de joie. Tout comme mes tableaux ou par exemple parfois depuis 30 ans et j'entretiens un vrai lien émotionnel avec eux. Le meuble est une affaire d'attraction, de séduction. Il est fait pour être aimé.

Votre studio de design et d'architecture, ACPV, est énorme! Pouvez-vous y faire autre chose que superviser?

J'ai ouvert mon premier bureau dans les années 1970 et cette structure n'a cessé d'évoluer. J'aime travailler dans une équipe pluridisciplinaire, avec différents métiers. J'ai 72 ans et je me retire un peu pour laisser de l'espace aux autres. C'est aussi une question de respect pour la créativité de mes partenaires... Vous savez, la créativité, c'est souvent un jeu de ping-pong. Alors je participe aux discussions deancements des projets, mais je ne les suis pas tous jusqu'au bout. Par exemple, l'Hôtel Bulgari, qui vient d'ouvrir à Paris, a surtout été géré par Patricia Viel.

Pourtant vous étiez au cœur de la démarche des Hôtels Bulgari.

Oui, il y a 20 ans, quand nous avons ouvert le premier hôtel Bulgari à Milan, il s'agissait du premier établissement à l'architecture et au design contemporains vraiment luxueux. Nous avons cherché à créer un nouveau standard, c'était un magnifique défi.

Y a-t-il un hôtel qui vous passionne aujourd'hui?

Je travaille sur le Palace II, à St-Moritz, et c'est vraiment intéressant: il s'agit de créer une relation entre une aile nouvelle et le bâtiment historique que vous connaissez sans doute, avec les pierres anciennes, son insertion au centre de la ville, dans le cadre montagneux. C'est extraordinaire de réinterpréter l'esprit en un nouveau langage. Par exemple, le béton aurait été impensable. Je recherche l'équilibre, avec de la pierre, du bois sombre, des couleurs naturelles. On s'y revoit en 2023!

Vous êtes très attaché à St-Moritz...

J'y passe beaucoup de temps, dans la maison que nous y possédons depuis longtemps. Mes enfants y sont nés.

En design de meubles, vous travaillez avec l'entreprise Flexform depuis 50 ans... Vous êtes un fidèle!

Quand j'étais adolescent, j'étais très ami avec un membre de la famille et il m'a fait visiter un jour... Et un petit projet en a entraîné un plus grand. J'ai passé énormément de temps à observer les différents corps de métier, je regardais vraiment comment on produisait les meubles, comment on coupait le textile, comment on concevait la couture... Vous savez, le beau travail sur un sofa, c'est le travail d'un tailleur. Tout est ajusté sur mesure, en trois dimensions.

Cette approche par les métiers influence la manière de travailler...

Effectivement, je ne suis jamais arrivé avec des dessins, chez Flexform. Quand je suis là, les projets naissent en direct, par la discussion et les mains dans les matériaux, directement dans le centre de design. C'est cela le secret de notre relation: Flexform et moi travaillons dans une sorte de danse synchronisée, loin des modes, des briefs marketing.



SIÈGES ET ÉLÉGANCE

CI-DESSUS À GAUCHE
Le fauteuil Grand Relax et son ottoman, dessinés pour Vitra en 2019.

CI-DESSUS À DROITE
Large assise, dossier en cuir tressé, pieds en métal, deux chaises Peter, modèle imaginé par Citterio pour Flexform en 2004.

Bon, il faut tout de même le confort...

Ce n'est pas un thème! Si ce n'est pas confortable, c'est que ce n'est pas un sofa! Un bon design est un équilibre subtil entre une multitude de bons éléments. Le récent Gregory XL, par exemple: il est issu de la réflexion environnementale et, fondamentalement, il s'agit surtout de merveilleux coussins maintenus ensemble. La structure est élémentaire et cela donne un produit magnifique et facile à recycler. Il ne fait de compromis sur aucun plan.

Votre style est là, dans cette sobriété qui s'impose en évidence.

Je ne pratique pas l'expression pour l'expression. Alors non: on ne reconnaît pas mes meubles au premier coup d'œil. Et alors? Je suis dans la recherche de la pièce dont on a vraiment envie et besoin. Combien de meubles très typés deviennent obsolètes en six mois? Moi je suis fier que des produits que j'ai créés il y a 40 ans soient toujours sur le marché. On ne parle pas d'ego, là, mais de synthèse de multiples complexités, de savoir-faire.

Est-ce que la collaboration se passe de la même manière pour toutes les entreprises avec lesquelles vous collaborez?

J'y ai beaucoup réfléchi et j'ai une théorie à ce sujet: chaque produit a un père et une mère, un parent étant le designer, l'autre l'entreprise cliente. C'est une combinaison chimique avec ces deux ADN. Aucun objet ne se crée seul dans un bureau: il s'agit toujours d'un terrain, d'une équipe. Vitra, par exemple, travaille très différemment de Flexform: chez eux, il faut être mathématicien! Tous les prototypes sont numérisés, il s'agit d'une énorme production robotisée, très high-tech.

Vous venez de produire un documentaire sur l'architecture...

Avec Patricia Viel, nous avons pensé ce film, «The Importance of Being an Architect» comme une manière de fêter de multiples anniversaires: nos 20 ans de collaboration, mes 50 ans de carrière et mes 70 ans... Bon, la pandémie a fait prendre un an de retard au projet, puisqu'il est sorti en décembre dernier. Il ne s'agit pas d'un film promotionnel, ni d'une narration au passé... Plutôt d'un regard sur ce que nos métiers apportent au monde contemporain, une discussion sur ses complexités. Nous n'avons pas vraiment écrit de scénario – nous avons parlé, puis monté les scènes, avec une dimension très musicale, en faisant jouer les sons et les volumes des bâtiments.

Une sorte de legs?

Vous savez, en un demi-siècle de carrière, j'ai fait beaucoup de choses normales. Or peu de gens comprennent la qualité qu'exige la normalité. Aujourd'hui, on y vient. Mais à mes débuts, la normalité était considérée comme ennuyeuse. Le goût du moment favorisait les créations spectaculaires, comme celles de Zaha Hadid ou Philippe Starck – dont je respecte beaucoup de travail. Moi, je n'étais pas dans la hype. Aujourd'hui, le vent tourne et notre studio travaille vraiment sur le plan international, avec des projets de grande envergure. C'est aussi cette intégration subtile dans le paysage contemporain que notre film montre.

Peu de gens comprennent **la qualité qu'exige la normalité** d'un meuble intemporel

Quels projets incarnent au mieux cette philosophie?

Le bâtiment et le village de Technogym à Cesena, qui file comme un serpent le long de l'autoroute. Ou alors le quartier général d'Edel Music, à Hambourg, un de mes bâtiments favoris. Il date d'il y a 20 ans et il est très transparent, très ouvert sur le monde. Et surtout il continue à apporter du bonheur aux gens qui le fréquentent. J'y vois un parallèle avec le sofa Groundpiece, qui fête aussi ses 20 ans et dans lequel on s'assied toujours avec un soupir de satisfaction.

A part Milan et St-Moritz, quels sont les lieux qui vous tiennent à cœur?

Durant la pandémie, nous avons beaucoup passé de temps aussi dans notre ferme de Portofino. C'est là le domaine de mon épouse. Nous avons planté des légumes, mais il y a aussi des poules et nous y produisons une bonne partie de notre nourriture. L'endroit est incroyable, au sommet d'une colline, avec une vue panoramique sur la mer. J'adore Milan: on est à deux heures de la mer, à deux heures de la montagne. On peut passer au marché fermier le matin à Portofino, déjeuner en plein air et être au bureau à 17 heures.

Vous cuisinez?

Beaucoup de gens pensent que je suis un fin cuisinier, mais c'est du bluff. En revanche, je suis fin gourmet. J'aime la cuisine très simple, mais on ne se rend pas compte à quel point elle est difficile à réaliser. Prenez la sauce tomate: tous les ingrédients viennent de notre domaine: les tomates, les oignons, l'huile d'olive... Et pourtant! Il faut 50 ans pour que les oliviers soient à leur meilleur. C'est un art. Comme pour le design, le plus simple est le plus exigeant.

Que vous souhaitez-vous en cette année post-pandémie?

Clairement, la liberté de voyager. J'ai beau adorer me dépayser en deux heures de voiture, mais au fond de moi, juste en ce moment, j'ai envie de plages lointaines, de sable blanc, de la chaleur du soleil. J'ai déjà réservé pour Noël au Costa Rica et, franchement, j'ai hâte d'y être. ☺



TOTAL MÉTAL

RÉCENTS OU VINTAGE, LES OBJETS MÉTALLIQUES
S'IMPOSENT COMME DE NOUVEAUX CLASSIQUES.

PHOTOGRAPHIE ANOUSH ABRAR STYLISME MARIE DAMI



PAGE DE GAUCHE

De haut en bas: Table Silver Tree en fonte d'aluminium poli, design par Wood & Cane Design, **Roche Bobois**. Table d'appoint en zinc, design Ronan & Erwan Bouroullec, **Vitra**. Table en aluminium, design Muller van Severen, **Valerie Objects** (Chic Cham, Lausanne).

Lustre italien en chrome vintage, années 1970, **Gaetano Sciolari** (Les Illuminés Design XX^e Geneva). Suspension en aluminium vintage, années 1970, **Raak** (Cyclup Design). Manteau imperméable avec passepoil en cuir, **Hermès**. Montre chronographe Chronomaster Open, acier inoxydable, 40 mm, cadran noir mat avec deux compteurs de couleurs et ouverture sur le mouvement automatique El Primero 3604, **Zenith**.



Porte-magazines en acier inoxydable vintage, années 1970, design François Monnet, **Kappa** (Galerie Latham, Genève). Vase Nuage en argent clair anodisé, design Ronan & Erwan Bouroullec, **Vitra**. Table Curved en acier, **Kristina Dam** (Chic Cham, Lausanne). Manteau imperméable avec passepoil en cuir, **Hermès**. Montre chronographe Chronomaster Open, acier inoxydable, 40 mm, cadran argent mat avec deux compteurs de couleurs et ouverture sur le mouvement automatique El Primero 3604, **Zenith**.

PAGE DE DROITE
De haut en bas: chaise Landi en aluminium anodisé mat, 1938, design Hans Coray, **Vitra**. Chaise Tasca en aluminium brossé, **Frama** (Chic Cham, Lausanne). Chaise Luxembourg, design Frédéric Sofia, **Fermob**.







PAGE DE GAUCHE

De haut en bas: tabouret Rocket en résine de polyester laquée, design Nathanaël Désormeaux & Damien Carrette, et tabouret Radian en céramique émaillée, design Cédric Ragot, les deux **Roche Bobois**.

Porte-manteau Coat Tree en acier chromé, design Sidse Werner, années 1990, **Fritz Hansen** (Teo Jakob Genève). Manteau imperméable avec passepoil de cuir, **Hermès**. Montre chronographe Chronomaster Sport bicolore, acier inoxydable et or rose 18 cts, 41 mm, mouvement automatique El Primero, cadran argent mat avec trois compteurs de couleurs, **Zenith**.

DIRECTION ARTISTIQUE Géraldine Dura

PRODUCTION Endrit Nurcaj

MODÈLE Noa F.

**CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ
EN PARTENARIAT AVEC ZENITH**

Codes sportifs toujours

AVEC SA LIGNE ACÉRÉE, LA COLLECTION DEFY DE ZENITH TRAVERSE LE TEMPS SANS PERDRE UNE ONCE DE STYLE. RETOUR SUR L'ÉVOLUTION D'UN DESIGN HISTORIQUE, HOMMAGE À LA PRÉCISION.

TEXTE LA RÉDACTION

FORCE ET ÉVIDENCE. Comme les pièces de mobilier des pages précédentes, la montre full metal réussit ce double pari d'être à la fois totalement contemporaine et de donner l'impression d'avoir toujours existé. Sans doute une affaire de matériau – le métal confère ce sentiment d'éternité, d'inaltérabilité – mais aussi l'effet d'un design affûté, qui va à l'essentiel, sans chichi. C'est le cas des modèles de montres Defy que Zenith met à l'honneur cette année, reprenant les codes de ses pièces historiques pour les transposer à notre époque. La démarche est analogue à celle qui a déjà vu la marque retravailler les références El Primero des années 1960-1970. Voilà donc aujourd'hui la mue de la Defy, cet autre modèle dont la manufacture du Locle a marqué la création et le design de l'époque.

Retour dans les folles seventies. La tendance est alors aux montres sportives, «professionnelles» et le plus souvent calibrées pour la plongée. Zenith pioche alors – déjà! – dans ses archives et s'inspire d'une montre de poche datant de 1902 – le modèle Defi – pour imaginer une nouvelle ligne nommée DEFY. Dès le départ, la Defy joue la surprise: une géométrie octogonale unique, une forme angulaire, des bords bien définis et une lunette à facettes. Mais comment qualifier son boîtier robuste, au design musclé, qui offre une protection inégalée contre les agressions de la vie quotidienne? On trouve alors l'expression «coffre-fort»! Et, paradoxalement, ce coffrage ouvre le champ des possibles. La montre s'impose sans doute parce qu'elle n'est pas un simple instrument de mesure du temps, mais un vrai postulat esthétique. L'amour au premier regard... Les designers de Zenith l'ont bien compris. Une montre doit séduire par ses lignes si elle veut avoir du succès. Son dessin doit délivrer une charge émotionnelle importante, propre à se distinguer.

Un esprit hardi et une résistance à toute épreuve

A la dimension architecturale s'ajoute rapidement un tempérament intrépide. A l'époque, pour attester de la résistance de sa petite dernière, Zenith fait traverser la Manche par deux fois à deux modèles, accrochés à la malle d'un hors-bord. Elles sortent indemnes de l'épreuve. L'un des représentants de la maison n'hésite pas non plus à lancer la montre par la fenêtre.

La chute de plusieurs étages brise le carreau du sol, mais pas le verre minéral du cadran et le mouvement, imperturbable, continue sa course tranquille. Cet ADN de robustesse et de durabilité sera la carte de visite Defy dans l'univers sportif.

La deuxième étape de son histoire débute en 1971, lorsque la Defy accueille pour la première fois le fameux mouvement El Primero, annonçant la sortie d'une version chronographe. La fréquence des montres passe de 28 800 à 36 000 alt/h, ce qui leur permet de mesurer le 1/10^e de seconde. La montre prend une longueur d'avance en termes de précision. Cette vocation ne cesse de s'accroître, avec des projets récents. En 2017, la Defy El Primero 21 est d'un mouvement qui affiche une architecture à double chaîne et fait passer ainsi la montre à l'ultra-précision, avec la capacité de mesurer le 1/100^e.

Dans ce même mouvement de valorisation du vaste patrimoine de la manufacture pour propulser sa Defy dans le XXI^e siècle, Zenith sort cette année deux modèles exceptionnels (*lire ci-contre*). La Defy Skyline dont la lunette à facettes ressemble à celle des premiers modèles Defy, mais réimaginée avec 12 côtés positionnés de manière à faire écho aux index. La Defy Revival, elle, réinterprète la pièce phare de 1969: la Defy A3642. Un reboot très chic pour l'une des collections les plus audacieuses et avant-gardistes de la manufacture. ●



Dès sa conception, à la fin des années 1960, les fondements esthétiques sont posés et ne bougeront plus guère. Avec aussi, l'emblématique étoile de la marque.



RETOUR VERS LE FUTUR

Grand classique rangé au Panthéon des valeurs sûres de Zenith, la collection Defy revient sur le devant de la scène cette année avec notamment un joli duo. A droite, la Defy Skyline dotée du nouveau calibre El Primero 3620 est présentée dans un boîtier bleu de 41 mm empreint de fantaisie céleste. A gauche, la Defy Revival (mouvement Elite 670) reprend très précisément les codes du modèle de 1969, en une série limitée à 250 exemplaires à effet très volontairement vintage: boîtier octogonal de 37 mm et lunette à 14 côtés au design très géométrique. En plus d'un demi-siècle, beaucoup de détails ont évolué, mais le signe distinctif est intact: un esprit architectural hautement désirable.

encore!

& TOUJOURS AVEC TOI

MODE

VOYAGES

www.encore-mag.ch

DESIGN

BEAUTÉ

GASTRONOMIE

AVENTURES

TON MAGAZINE LIFESTYLE
MAINTENANT AUSSI EN LIGNE



Crâne en porcelaine de la Japonaise Katsuyo Aoki, présenté dans le cadre de de l'exposition Porcelain Virtuosity à la bibliothèque Longhena.

10

MÉTIER D'ART À VENISE

L'EXPOSITION HOMO FABER OFFRE UNE VITRINE DE RÊVE, SUR LA LAGUNE, AUX PLUS EXCLUSIFS DES SAVOIR-FAIRE.

TEXTE RENATA LIBAL ET ESTELLE LUCIEN



1 Porcelaine Fragiles virtuosités

A voir Oubliez les assiettes! La célébration de la porcelaine proposée ici transcende l'utilitaire pour devenir une virtuosité expérimentale. Le parcours est pensé comme un dialogue entre l'Europe et le Japon, avec deux approches radicalement différentes de cette matière. L'artiste japonaise basée à Londres Hitomi Hosono y présente par exemple des pièces à la décoration complexe, inspirées des paysages traditionnels et de la fine observation botanique. Ruth Curvich, artiste française d'origine argentine (*photo*), lui répond avec des pièces écrasées, pliées, tordues... Il va sans dire que les grandes manufactures de tradition – Sèvres, Meissen, Nymphenburg, Bernardaud – y sont aussi à l'honneur.

L'éblouissement Le visiteur de la magnifique salle où sont exposées les porcelaines est invité à lever les yeux pour découvrir la statuaire et les décors de bois foncé: il s'agit de la bibliothèque baroque du XVII^e siècle, dessinée par l'architecte Baldassare Longhena. Dentelle de bois, dentelle de porcelaine...

Porcelain Virtuosity, bibliothèque Longhena, Fondation Cini.

2 Horticulture Un poumon vert sur la mer

A voir Il faut franchir le pont-levis qui relie le Palais royal à la place Saint-Marc, pousser le portail ouvragé. Et soudain, la pierre si présente à Venise cède la place à une exubérance verte et pastel. Sur 5000 m², les allées longent les massifs d'hortensias et les petits canaux serpentent entre serres et tonnelles. Ces jardins royaux, fondés par Napoléon Bonaparte à la fin du XVIII^e siècle sur l'emplacement d'anciens entrepôts, ont été laissés à l'abandon ces trente dernières années et rares sont les visiteurs qui en connaissent l'existence. Ils ont été entièrement restaurés fin 2019 et le secret ne va pas tarder à s'ébruiter.

L'éblouissement Outre les fleurs de toujours qui ont été replantées, des bambous viennent créer des recoins orientalisants. Un café permet d'oublier le temps et de se plonger dans une douceur méditative.

Giardini Reali, accès gratuit tous les jours de 8 h 30 (jusqu'au 14 avril) ou 9 h (dès le 15 avril) à 19 h. Arrêt de vaporetto près de la place Saint-Marc.

3 Mécanique d'art Sainte-Croix sur lagune

A voir De Sainte-Croix à Venise il n'y a qu'un pas, franchi par les étudiants de l'Ecal et les artisans sainte-croix. On connaît la tradition ancrée dans l'arc jurassien franco-suisse pour la mécanique d'art déployant ses savoir-faire dans l'horlogerie bien sûr, mais aussi dans la fabrication de boîtes à musique et d'automates. Ce patrimoine culturel immatériel reconnu par l'Unesco fait l'objet d'une exposition curatée entre autres par le Romand Nicolas Le Moigne, constituée de cinq installations interactives. Les mécanismes peuvent être actionnés par le public dans une scénographie avec jeux de lumière et de matière, imaginée par la designer suisse Charlotte Therre.

L'éblouissement Si Venise est trop loin, on peut s'offrir une escapade sur les terres d'origine des automates, au Musée Baud, à L'Auberson, qui présente des pièces de 1750 à 1940, le musée de Sainte-Croix, lui, est en rénovation.

Mechanical Marvels, salle de la photographie, Fondation Cini.



4 Techniques Dialogue entre Italie et Japon

A voir La quête du beau est une valeur commune à l'Italie et au Japon qu'Homo Faber célèbre au travers d'une exposition présentant 19 maîtres artisans italiens inspirés par l'Empire du Soleil levant, dans des arts qui vont de la mosaïque à la fabrication de masques, de la verrerie à la miroiterie. Venise, carrefour entre l'Occident et l'Orient, a joué un rôle prépondérant dans les relations entre la Botte et l'archipel, dont la première délégation de nobles a été reçue sur la lagune en 1585 et couverte de soieries et de brocarts.

L'éblouissement Parmi les artisans retenus pour cette exposition Gianluca Pacchioni, sculpteur milanais, qui rend le métal léger comme une plume (*photo*), mais également Lino Tagliapietra, star des souffleurs de verre dont les œuvres sont exposées dans les plus grands musées du monde. Il perpétue l'art verrier de Murano, où il a installé son atelier en 2014. Cette ancienne menuiserie de la Fondamenta Serenella, face à la mer, est devenue un lieu de pèlerinage pour les aficionados du maestro dont certaines des premières œuvres ne sont visibles qu'ici. Sur rendez-vous seulement...

Italy and Japan: Marvellous Liaisons, Fondation Cini.

5 Couture Maestro du costume historique

A voir La vitrine modeste donne sur un canal du quartier Cannaregio. Il faut y entrer et plonger dans l'univers enchanteur de Stefano Nicolao. Ouvert en 1980, son atelier de couture est une machine à remonter le temps. Le costume historique n'a pas de secret pour ce passionné de cinéma, qui rêvait d'être acteur avant de se rendre compte que les coulisses étaient aussi passionnantes que la scène. Devenu tailleur, il perpétue la tradition de l'habit vénitien d'époque, qui, chaque année, lors du carnaval s'offre une vitrine grandeur nature. Il est actif sur la scène internationale du cinéma, de l'opéra, du théâtre de la Fenice en tête bien sûr. Sa production avoisine les 15 000 costumes.

L'éblouissement La visite de l'atelier permet de toucher les étoffes et d'apprécier au plus près le travail d'historien et de couturier de Stefano Nicolao, qui a notamment réalisé les costumes des films *Farinelli* (1994) et de *Elizabeth 1^{ère}* (1998), des productions aux multiples nominations et récompenses.

Stefano Nicolao, Cannaregio 2590, visite en avril sur inscription via www.homofaber.com

6 Verrerie Transparences florales

A voir Qui ne connaît pas Venini? Il y a 101 ans exactement que l'avocat milanais Paolo Venini et l'antiquaire Giacomo Cappellin fondaient un atelier de grande ambition artistique, basé sur le savoir-faire séculaire de l'art verrier. Dès le départ, l'idée était de ressembler les esprits les plus créatifs de Venise et on ne compte plus les distinctions que la belle entreprise a cueillies dès lors. L'exposition se centre sur les vases, qui, en eux-mêmes, ouvrent tout un monde de couleurs mouvantes et de transparences. Mais ces pièces sont encore magnifiées par des bouquets conçus par les plus grands artistes floraux.

L'éblouissement La double floraison éphémère ainsi créée promet une ambiance de jardin enchanté. Pour prolonger l'expérience, il est recommandé d'aller se perdre dans les rayons de la boutique phare de Venini, à Venise, au 50 Fondamenta dei Vetrai – ne serait-ce que pour continuer à rêver, les prix étant ce qu'ils sont.

Blossoming Beauty, Fondation Cini.



7 Plumasserie

La légèreté couture

A voir Un espace collectif à l'esthétique inspirée par la peinture d'Antonello de Messine, *Saint-Jérôme dans son étude*, entraîne le visiteur à la rencontre des artisans les plus pointus des métiers de la mode. Quatorze maisons démontrent là leur savoir-faire (le sertissage par Van Cleef & Arpels, la mosaïque de cuir par Serapian, etc), mais la matière dans laquelle sont taillés les rêves est certainement la plume. La maison parisienne Lemarié est l'une des dernières au monde à travailler ces délicatesses colorées. Fondée en 1880, elle est aussi spécialisée en fleurs textiles, en smocks élaborés et autres virtuosités qui embellissent les tenues. Depuis 1996, Lemarié est devenu un métier d'art du groupe Chanel.

L'éblouissement La robe de mariage hivernale portée par le mannequin Luna Bijl, en finale du défilé AH 2019-2020 de Chanel, était constituée d'une jupe en duvet blanc reproduisant l'effet de la neige poudreuse. La princesse de *Peau d'Ane* aurait été jalouse...

Genealogies of Ornament, par la curatrice anglaise Judith Clark, Fondation Cini.

8 Photographie

Le Japon sur le fil

A voir Hôte d'honneur de l'édition 2022 d'Homo Faber, le Japon défend ses métiers d'art avec conviction. Au Pays du Soleil Levant, les artisans les plus expérimentés deviennent Trésors vivants nationaux. La photographe Rinko Kawauchi a saisi les gestes de douze d'entre eux, as de la céramique, de la laque, du tissage ou de la teinture. Les images sont exposées dans cloître aux Cyprès du monastère San Giorgio alors que les objets, douze aussi, sont présentés dans l'ancien réfectoire. C'est là qu'était exposé, le tableau *Les noces de Cana* de Véronèse, remplacé aujourd'hui par un fac-similé, l'original, butin des conquêtes napoléoniennes, étant au Louvre.

L'éblouissement Sonoko Sasaki (*photo*), née en 1939 à Tokyo, Trésor national vivant depuis 2005, elle maîtrise les techniques textiles ancestrales du Japon comme la teinture par nouages et le tissage de fils de soie dans la tradition tsumugi, pour produire le pongé (soie sauvage) dont on réalise les kimonos. The Ateliers of Wonders, Fondation Cini.

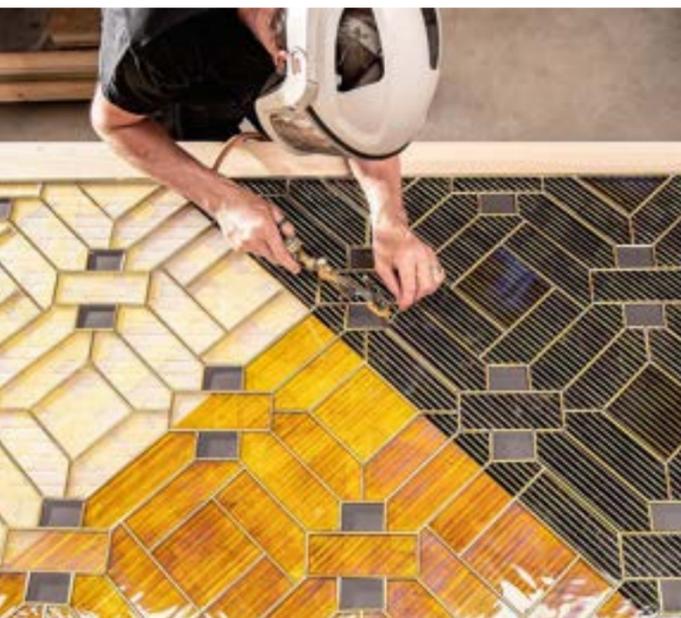
9 Miroiterie

Reflète surdécoré

A voir Voilà l'un des plus anciens ateliers de Venise, qui s'ouvre à la visite à l'occasion de la manifestation Homo Faber. AAV Barbini, situé sur l'île de Murano, perpétue la tradition des miroirs vénitiens, si richement gravés et ouvragés. L'entreprise a été fondée en 1927 par Nicolo Barbini, mais la famille s'était fait une réputation des siècles (si!) auparavant pour la clarté et l'absolue limpidité de son verre. Aujourd'hui, les héritiers de Nicolo et leurs six fils sont aux commandes et démontrent les diverses étapes de leur art, du dessin au découpage, en passant par la gravure et l'argenture.

L'éblouissement Dans un intérieur contemporain, la folle inventivité décorative peut créer des contrastes frappants. Mais surtout, on rêve à tous les palais lointains, d'Inde, d'Arabie saoudite, du Maroc, qui ont orné ainsi leurs murs. Jusqu'au palais Royal de Thaïlande.

Av. Barbini, visite en avril sur inscription via le site www.homofaber.com, Calle Dietro gli Orti 7, Murano.



10 Mosaïque

Travail sur le motif

A voir L'art et l'artisanat évoluent dans un dialogue permanent que le designer allemand Sebastian Herkner entend mettre en lumière au travers de l'exposition Pattern of Crafts. Ce dernier invite 18 artisans à réinterpréter le motif géométrique, qui habille le parvis de la basilique San Giorgio Maggiore afin de créer des éléments de décors qui puissent s'intégrer dans un intérieur contemporain. La diversité des techniques et des matières représentées ici est vertigineuse. Elle va du verre, de la mosaïque au bois, en passant par le papier peint, le métal, le textile et même le tissage d'algues.

L'éblouissement Il serait dommage de ne s'arrêter qu'au parvis de San Giorgio Maggiore – œuvre de l'architecte Andrea Palladio entre 1566 et 1580 – même si la vue sur la place Saint-Marc et la Palais des Doges y est forcément très belle. L'intérieur de la majestueuse basilique vaut la visite au moins pour admirer deux œuvres phares du Tintoret: *La manne* et *La Cène*.

Pattern of Crafts, salle Barbantini, Fondation Cini.

Nouveauté: l'esprit artisanal s'échappe de la **Fondation Cini** et essaime dans Venise où s'ouvrent des **ateliers secrets**.



La quiétude du cloître aux cyprès du monastère San Giorgio, qui accueille la manifestation.

Gloire à la main humaine

La première édition de la manifestation Homo Faber s'est déroulée en 2018, déjà à la Fondation Cini, sise dans l'ancien monastère sur l'île San Giorgio Maggiore, à Venise. Plus de 62 000 visiteurs se sont émerveillés de cette exposition vivante à la gloire de ce que l'artisanat produit de plus précieux, de plus virtuose. L'événement se voulait biennal, mais le cours du monde en a décidé autrement et voilà donc la seconde édition. Celle-ci met à l'honneur les savoir-faire traditionnels du Japon et les fait dialoguer avec les techniques européennes, au fil des expositions et démonstrations, mises en scène tantôt dans les jardins, tantôt dans les vastes salles des bâtiments historiques. Innovation cette année: l'esprit artisanal s'échappe de la fondation, pour

essaier aussi dans les venelles de Venise, où s'ouvrent pour l'occasion des ateliers d'ordinaire inaccessibles au public. Ce mouvement de valorisation de ce que la main humaine fera toujours mieux que la plus technologique des machines est initié par la Fondation Michelangelo, basée à Genève. A son origine, on retrouve les hommes d'affaires Johann Rupert et Franco Cognigni, deux esprits visionnaires du groupe de luxe Richemont (Cartier, Piaget, Panerai, etc). Nul doute que ces talents multiples et étonnants sauront inspirer bien au-delà des maisons de luxe.

Homo Faber, du 10 avril au 1^{er} mai 2022, Fondation Cini, billet 10 euros (prix plein), à commander sur www.homofaber.com. Navette gratuite de la place Saint-Marc.

Carré VIP

UNE MONTRE EST-ELLE FORCÉMENT RONDE? NON! ENCORE FAUT-IL AVOIR DE L'INVENTIVITÉ POUR CASSER LES CODES. C'EST CE QUE PROPOSE HUBLOT AVEC SA NOUVELLE SQUARE BANG ALL BLACK.

TEXTE LA RÉDACTION

LA FORME

Une Big Bang de Hublot est ronde. Forcément. Non? Et bien non, justement! Cette toute nouvelle Square Bang All Black de 42mm réinvente le rond en une forme carrée qui pourtant assimile, avec audace, les codes de la marque. La géométrie joue des arrondis et la construction du boîtier, via un container central habillé d'une plaque supérieure et inférieure, permet de multiples combinaisons et transformations. C'est délicieusement fantaisiste et décalé!

LE BOÎTIER

Qui dit proposition extrême dit finitions extrêmes. Concrètement, la finition satinée de la céramique joue avec des zones polies. Les vis sont polies et sablées, la couronne surmoulée de caoutchouc, les poussoirs assument le volume et un décor caoutchouc «carré de chocolat». Le fond, lui, est satiné-poli. L'extrême réside aussi dans ce noir qui habille tous les éléments: boîte, cadran, aiguilles, mouvement, vis, superluminova... Tout est à la fois invisible et visible, une prouesse et marque d'identité inscrite dans l'ADN de la maison horlogère, la première à imposer des pièces All Black.

LE BRACELET

Il existe deux regards face au décor «carré de chocolat»: certains pensent gourmandise, quand d'autres voient abdominaux. Le nouveau bracelet de la Square Bang réconcilie les deux. Le motif texturé comporte quatre rangées (comme les quatre côtés de la boîte) de carrés en relief (comme la lunette sur la boîte). Le bonus? Un système breveté interchangeable (système One Click) qui permet en un geste de modifier le look de sa montre, avec un large choix de bracelets caoutchouc, alligator ou prochainement cuir «soft touch».

LES MATÉRIAUX

Mixer les matériaux est tout un art. Ici, la céramique noire se déploie sur toutes les surfaces mais joue des finitions – polies et satinées – pour révéler des nuances réservées au seul regard du propriétaire. L'«Art de la Fusion» qui consiste à concevoir des mariages surprenants du point de vue des mécanismes, des matériaux et des techniques est plus que jamais ici à son apogée.

LE MOUVEMENT

D'une part, il a fait ses preuves. D'autre part, il est d'une fiabilité à toute épreuve. Le mouvement HUB1280 Unico Manufacture a donc entière légitimité pour faire battre le cœur de cette nouvelle ligne. Ce mouvement chronographe flyback automatique de 354 composants, cadencé à 4Hz (28 800 alt./h), révèle une roue à colonnes à 6h, dont l'affichage bicompat se dispense de cadran. Résultat: l'intimité de ses rouages au grand jour.

LA COULEUR

Ici, le noir souligne l'intensité – et pas seulement du propos horloger. Adopté dans la collection «All Black» voilà plus de 15 ans, la couleur habille cette série limitée à 250 exemplaires à forte personnalité. Porter une pièce noire est un geste d'assurance, de puissance. Porter une pièce noire Hublot, c'est la même chose – au carré.

L'INNOVATION

Chaque jour le département R&D de Hublot se pose la question: Que reste-t-il à explorer en horlogerie? Après avoir créé les matériaux les plus résistants, noué les partenariats les plus fous, développé des complications hors norme, il a trouvé la réponse dans une forme: le carré! Bienvenue à la Square Bang, une montre à la géométrie inédite pour la manufacture de Nyon, qui en profite pour intégrer un nouveau pilier, «The Shaped Collection» – la ligne des montres dites «de forme». La démarche est radicale, portée par une mécanique de haut vol. Le travail sur le mouvement demeure hardi, comme une extension de l'esthétique de la pièce. «Après le rond, le tonneau et les MP, le carré, cette forme clivante, disruptive, non conventionnelle, n'attendait que nous», précise Ricardo Guadalupe, CEO de Hublot.

LA MARQUE

Faire bouger les lignes n'est pas chose aisée. C'est pourtant ce que Hublot fait depuis 1980. Pour cela, la marque a misé sur un concept innovant résultant de l'association inédite de l'or et du caoutchouc: l'«Art de la Fusion». On doit l'idée à son Chairman d'alors, Jean-Claude Biver, et à l'impulsion de Ricardo Guadalupe, son CEO depuis 2012. La suite de l'histoire découle de cette audace: la naissance de l'iconique Big Bang (et ses héritières: Classic Fusion, Spirit of Big Bang), les innovations sur les matières (Magic Gold – or inrayable, céramiques de couleurs vives, saphir, la création de mouvements Manufacture (Unico, Meca-10, Tourbillon), les partenariats avec les grands événements (FIFA World Cup™, UEFA Champions League, UEFA EURO™) ainsi que les plus beaux ambassadeurs (Chiara Ferragni, Pelé, Kylian Mbappé, Usain Bolt, Samuel Ross).



ROCHE BOBOIS

L'esprit mode. Le salon extravagant, comme une robe de couturier. En l'occurrence de Jean-Paul Gaultier, qui habille la première version outdoor de ce classique qu'est le canapé modulable Mah Jong, dessiné il y a 50 ans par Hans Hopfer. Une plateforme métallique isole les coussins du sol.
Collection Mah Jong, coussins, dossiers et angles.

Salon au soleil

LE MOBILIER DE JARDIN SE LA JOUE SEIGNEURIALE ET TIENT SALON EN PLEIN AIR.

TEXTE RENATA LIBAL

MINOTTI

Cordes et coussins. Loin des matériaux usuels pour l'extérieur, la maison de design italienne abolit les frontières entre le dehors et le dedans, avec des textures qui prennent l'air pour la première fois. Les textiles en polypropylène certifiés recyclables ne craignent pas l'eau et contribuent à créer un effet de cocon douillet, qui protège des courants d'air comme des effrois de la vie. L'ensemble est signé du couple de designers italo-danois GamFratesi.

Gamme Lido Cord Outdoor, bergère, fauteuil, siège, repose-pieds et tables.



POLTRONA FRAU

Acier et corde. Pour son arrivée dans l'univers outdoor, la marque italienne propose deux lignes, dont cette lumineuse Solaria, avec ses entrelacs de corde (tables, dossiers), qui projettent un joli jeu d'ombres. Créé par Ludovica et Roberto Palomba, l'ensemble est aussi élégant et harmonieux que la tradition maison l'exige, avec fini artisanal.

Collection Solaria, canapés modulables et tables basses.

B&B ITALIA

Ode à la géométrie. La dernière collection outdoor de B&B Italia (la marque travaille dans le domaine depuis 15 ans!) joue les codes esthétiques simples et sobres. Mais ce choix simplifie aussi l'entretien et la recyclabilité. La collection Pablo, en teck, est signée de Vincent Van Duysen et la continuité des lignes la rend aussi très agréable au toucher.

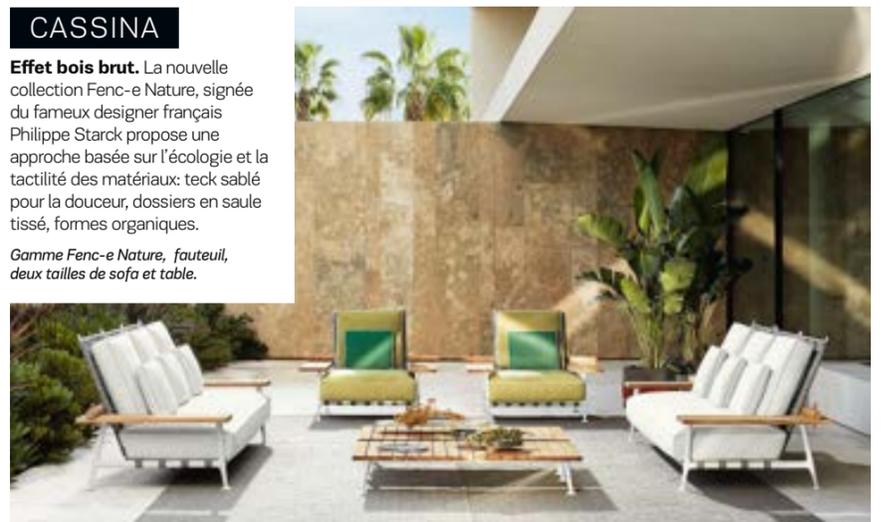
Gamme Pablo, sofa, deux profondeurs de fauteuil et repose-pieds.



CASSINA

Effet bois brut. La nouvelle collection Fenc-e Nature, signée du fameux designer français Philippe Starck propose une approche basée sur l'écologie et la tactilité des matériaux: teck sablé pour la douceur, dossiers en saule tissé, formes organiques.

Gamme Fenc-e Nature, fauteuil, deux tailles de sofa et table.

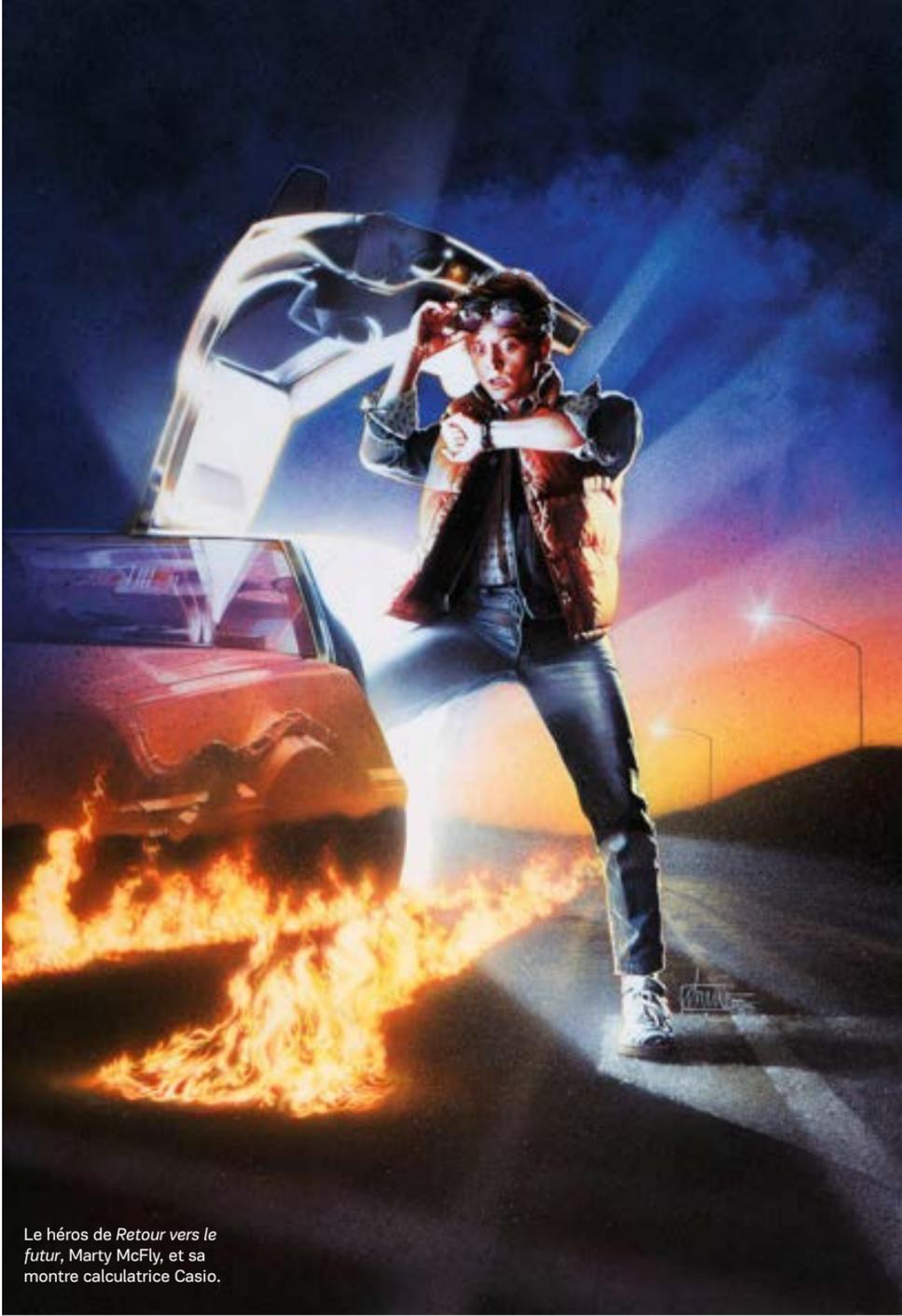


DEDON

Esprit Méditerranée. Le designer français Jean-Marie Massaud a voulu aller à l'essentiel de la vie au soleil: simple, clair, tissé, élégant... Comme un rivage où se prélasser. La fibre, comme une liane, est d'origine naturelle.

Gamme Paros, canapé modulaire avec éléments d'angle.





Le héros de *Retour vers le futur*, Marty McFly, et sa montre calculatrice Casio.

Remonter le temps

AVEC SES GROS CHIFFRES QUI HACHENT LE TEMPS ET SON DESIGN ENTRE VINTAGE ET FUTURISME, LA MONTRE À AFFICHAGE DIGITAL FAIT SON RETOUR AU POIGNET.

TEXTE MATHILDE BINETRUJY

AU DÉBUT des années 1980, le mec le plus cool du monde s'appelle Marty McFly. Aux côtés de Doc Brown, Biff Tannen et Lorraine Baines, il est le héros du film *Retour vers le futur*. Tout le monde rêve de sa vie: il possède un téléphone dans sa chambre, son meilleur ami est un savant fou qu'il rejoint en pleine nuit en skateboard et il porte une montre calculatrice Casio CA-53W-1ER. La pièce affiche un chronomètre, un calendrier, un compte à rebours et l'heure de manière digitale. Sacrebleu!

Cette tocante est représentative d'une époque. C'est le début des composants électroniques, des consoles vidéo, des inventions qui forgent l'imaginaire. La montre mécanique de papa en prend un coup. Le Japon devient alors l'épicentre de l'horlogerie, avec ses modèles à quartz qui envahissent le marché. La rupture technologique est si puissante que des marques comme Timex ou Seiko dominent les ventes avec des modèles qui tiennent plus du gadget que du garde-temps. Même James Bond succombe. Roger Moore, en costume de l'espion de Sa Majesté dans *Live and Die* (1973), opte pour la pionnière des montres à affichage LED dans l'histoire de l'horlogerie, une Hamilton Pulsar P2 2900 LED. Quand M frappe à sa porte, 007 appuie

sur le bouton latéral de la montre pour activer l'affichage LED.

Le charme de l'objet tient beaucoup à ce geste: activer le bouton pour voir l'écran s'illuminer de mille points rouges, pendant un temps très court. Il y a aussi ce design à mi-chemin entre l'ordinateur et la navette spatiale, en phase avec les bouleversements des seventies, où les premiers pas de l'homme sur la Lune, en 1969, continuent à nourrir l'imaginaire.

Si le retour en force des mouvements mécaniques, emblématiques des savoir-faire horlogers de tradition, aura finalement raison du phénomène, on sent poindre depuis peu un retour de nostalgie pour les naïfs écrans à affichage digital. C'est l'effet vintage. La génération actuelle explore le passé (presque) récent et en encense les objets collectors - Polaroid, console Nintendo, cartes Pokémon... - en les propulsant au XXI^e siècle. L'horlogerie n'échappe pas à la règle. Les grandes marques en jouent, parfois avec humour. Tandis que Girard-Perregaux relance sa Casquette (1976) en version 2.0, et que Tissot capitalise sur son modèle tactile la T-Touch (1999), d'autres acteurs haut de gamme optent pour une autre voie, sans LED ni quartz: l'heure est affichée digitalement, via un mouvement high-tech et/ou une esthétique avant-gardiste. De quoi garder un œil dans le passé tout en ayant une main dans le futur. ☉

À L'HEURE DIGITALE



Attention, chien méchant!

Avec ses grands yeux d'affichage, sa gueule articulée expressive et son cœur battant, la montre ressemble à un bulldog. Note à l'attention de ceux qui croiseront son chemin, il y a un message gravé sur son corps: «Oubliez le chien, méfiez-vous du propriétaire» («Forget the dog, beware of the owner»).
HM10 Bulldog, **MB&F**, 117 000 fr.



Rétro-tech

C'est plus qu'une montre, c'est une faille spatiotemporelle au poignet. Bienvenue dans les années 1970 avec cette référence aux traits hérités de la course à l'espace. Avec son affichage à matrice de points rouge vif, la PSR rend hommage à la première montre digitale de l'histoire: la Hamilton Pulsar.
PSR Digital Quartz, **Hamilton**, 995 fr.



Electrifier l'heure

Il est plus que jamais tendance de porter une montre avec un affichage numérique, surtout s'il s'agit d'un chef-d'œuvre mécanique limité à 200 exemplaires! Pour briller, elle accumule l'énergie lumineuse qu'elle libère dans l'obscurité sur son cadran.
A. Zeitwerk Honeygold «Lumen», **Lange & Söhne**, prix sur demande.



Révolutionnaire

Tout droit sortie des seventies, elle affiche les heures, les minutes, les secondes, le jour, la date et une autre date secrète choisie de son propriétaire. Son affichage par LED tubulaires est inspiré de «la Casquette», une montre à quartz innovante produite de 1976 à 1978.
Modèle Casquette 2.0, **Girard-Perregaux**, 4500 fr.



Machine de course

Comment avoir le sentiment d'avoir un blindé au poignet? En portant la T-500! De gros rouleaux affichent le temps qui passe. Musclée, la pièce est capable de fonctionner pendant 450 heures grâce à six barillettes enroulées en parallèle par deux chaînes.
T-500, **Rebellion**, prix sur demande.



OVNI

Felix Baumgartner, cofondateur d'URWERK, la définit comme «Une pure folie: folie mécanique, folie dans les finitions.» Les heures sautantes et les minutes traînantes se lisent sur des prismes décalés à l'avant dans des habitacles de verre saphir.
UR-112 *Aggregat Odyssée*, **Urwerk**, 250 000 fr. HT, série limitée à 5 ex.



Couteau suisse

La première montre connectée suisse alimentée par l'énergie solaire est de retour avec une panoplie d'innovations technologiques toujours tactiles. Que d'atouts utiles au quotidien en une pièce: météo, altimètre, GPS d'urgence, boussole, alarme, minuteur...
T-Touch Connect Solar, **Tissot**, 1 095 fr.



La Genesis GV60 a été lancée en 2021.



Monsieur proportions

COMMENT DESSINER UNE VOITURE POUR UNE MARQUE DE LUXE QUI SE LANCE? RÉPONSE EN QUELQUES SECRETS DE FABRICATION DE L'UN DES DESIGNERS LES PLUS EXPÉRIMENTÉS DU MILIEU, LUC DONCKERWOLKE.

TEXTE NINA TREML



LE CHEF DESIGNER

Issu d'une famille de diplomates belges, Luc Donckerwolke est né au Pérou en 1965 et a grandi en Afrique. A 18 ans, il part en Europe pour étudier l'ingénierie industrielle à Bruxelles et le design à Vevey. Il travaille durant 24 ans pour le groupe Volkswagen, à la tête du design de Bentley, Lamborghini et Audi notamment. En 2015, il rejoint Hyundai Motor Group où, depuis 2016, il est directeur du design de la marque Genesis.

AU DÉBUT, c'est la page blanche. Pas d'histoire centenaire, comme chez Bentley. Pas d'image à revaloriser comme chez Škoda ou à affiner comme chez Seat, Audi et Lamborghini. C'est un univers automobile de luxe entier et totalement nouveau qu'il faut créer à partir du seul nom Genesis qui désigne le modèle. «Une tâche délicate», reconnaît Luc Donckerwolke, qui a œuvré pendant 24 ans au service du groupe Volkswagen avant d'être débauché par le Coréen Hyundai, lequel lui confie en 2016 la direction créative de sa nouvelle marque premium. «C'était trop stimulant pour être refusé», reconnaît l'intéressé, qui a dû faire preuve d'autodiscipline pour ne pas se contenter de simples esquisses. Car celui qui est dans le métier depuis longtemps sait exactement quelles proportions, quelles lignes et quels détails apportent à un véhicule la touche de luxe qu'il faut. Mais cela aurait été trop simple. «Il a fallu d'abord fixer l'ADN de la marque. Trouver quelque chose qui la distingue des autres», explique le Belge qui maîtrise sept langues et qui a l'habitude de parcourir le monde. Pourtant, il a été surpris en Corée du Sud. «La qualité du service m'a époustoufflé. Contrairement aux us occidentaux, là-bas, servir quelqu'un est considéré comme noble. Les acheteurs sont moins regardés comme des clients que comme des invités. Cette idée s'est révélée être l'approche holistique parfaite pour Genesis.»

Concrètement, cela signifie que la marque, lancée en Europe en 2021, entend se distinguer non seulement par ses ber-

lines, SUV et son Shooting Brake (break sportif) à l'équipement raffiné, mais aussi et surtout par tout ce qui entoure le service. Ainsi, chaque client, pardon, invité, se voit attribuer un assistant personnel qui s'occupe de tout ce qui concerne le véhicule, y compris le transfert gratuit à l'atelier. La marque propose même une utilisation/possession à la carte d'un modèle Genesis qu'on peut conduire de manière flexible par abonnement, en plus du leasing ou de l'achat à partir de 46 200 francs (pour la berline de classe moyenne G70). De ce point de vue, le style des modèles – que le constructeur qualifie d'«athlétique et élégant» en raison de leur ligne latérale parabolique uniforme – n'est pas le centre de l'«expérience client», et n'en constitue que l'aspect visuel.

Service client unique

Mais Donckerwolke s'est-il vraiment complètement distancié du langage formel de ses précédents employeurs? «La grande calandre n'est pas un emprunt à Bentley, c'est une traduction directe du logo ailé de Genesis», répond calmement le chef du design. Il ne croit pas que Genesis ait plus de difficultés à s'imposer dans une Europe attachée à ses traditions que d'autres marques premium relativement jeunes, telles Lexus et Infiniti: «Les temps ont changé, comme on le voit avec l'ascension de Tesla, elle aussi récente. Et notre service clientèle est tout simplement unique dans la branche.» Les Suisses, en particulier, sont ouverts à la marque de luxe sud-coréenne: «Ils ont une grande estime pour le design, les produits de valeur, un service exceptionnel – et pour les cultures étrangères.» Ce n'est pas un hasard si Genesis a choisi Zurich, pour accueillir un des trois studios

d'exposition en Europe, en plus de Londres et Munich. C'est au cœur de la ville, à la Bahnhofstrasse, que l'on peut désormais découvrir la marque.

Donckerwolke lui-même vit actuellement en Bavière depuis qu'il lui a été impossible, pendant la pandémie, de faire la navette entre la Corée du Sud et les centres de design répartis sur différents continents. Grâce aux outils de communication numériques, il peut nous répondre tout comme il supervise, de son bureau, le travail de ses équipes. Derrière lui s'aligne toute la gamme Genesis en modèles réduits noirs. Ce que la caméra de l'ordinateur ne montre pas, mais que Donckerwolke a un jour révélé dans une interview, c'est qu'à quelques kilomètres de là se trouve un garage avec une collection de Porsche historiques prêtes pour la course. «Je ne peux pas nier que je suis devenu designer automobile à cause de Porsche», avoue-t-il en riant. Enfant, les véhicules l'auraient tellement fasciné qu'il les dessinait et en aurait même imaginé de nouveaux.

S'est-il trompé de maison? «C'est un choix délibéré de ne pas travailler pour Porsche. Il m'aurait manqué la distance émotionnelle pour faire un bon travail.» Chez Hyundai Motors et sa filiale haut de gamme Genesis, il se sent à sa place. «Ici, je peux créer mon propre héritage.» Le groupe compte parmi les plus innovants au monde: outre le crossover entièrement électrique GV60, deux autres véhicules électriques doivent être lancés d'ici à la fin de l'année; l'objectif est d'atteindre zéro émission d'ici à 2030. Pour Luc Donckerwolke, il y a donc encore un certain nombre de pages blanches à remplir: «Tout ce qui facilite la vie, du véhicule volant urbain au robot.»

Flacons totem

SE PARFUMER RELÈVE DU RITUEL. POUR ACCOMPAGNER CE GESTE FORT, DES BOUTEILLES COMME AUTANT D'EMBLÈMES CLANIQUES. QUELLE EST VOTRE TRIBU? QUELLE EST VOTRE DÉCLARATION?

SÉLECTION ENDRIT NURCAJ



Silphium, ambre épicé, eau de parfum, env. 135 fr./30 ml, **Stora Skuggan**. Lil Fleur, ambre floral, eau de parfum, 215fr./100 ml, **Byredo**. Fog, boisé, eau de parfum, env.110 fr./50 ml, **Henry Rose**.



Rouge Smoking, ambré, eau de parfum, 198 fr./100 ml, **BDK Parfums**. Yvonne, chypré floral, eau de parfum, env. 200 fr./100 ml, **Ormaie**. Candy floral, hespéridée, eau de toilette, 70 fr./80 ml, **Prada**.



Baraonda, oriental fruité, extrait de parfum, env. 125 fr./30 ml, **Nasomatto**. Labdanum Dusk, ambre boisé, eau de parfum, 175 fr./100 m, **Molton Brown**. Ambre Royal, ambre, fleuri, épicé, eau de parfum, env.80 fr./50 ml, **Ausmane**.



Blanc, boisé, eau de parfum, env.50 fr./90 ml, **Courrèges**. The mountain standing still, boisé, eau de parfum, 319 fr./100 ml, **Floraïku**. Pure blanche, floral fruité gourmand, eau de parfum, env. 170 fr./100 ml, **Nout**.

Beige au soleil

COMME UNE ENVIE DE SABLE CHAUD ET DE CIEL BLEU.

SÉLECTION ENDRIT NURCAJ

1. Imperméable en gabardine de coton, **Lemaire**, 1001 fr. 2. Chemise en coton, **Maison Martin Margiela**, 570 fr. 3. Pull en cachemire, **Allude**, 461 fr. 4. Lunettes de soleil en acétate écaille de tortue, **Celine**, 336 fr. 5. Pantalon Malinke en coton, **Wales Bonner**, 538 fr. 6. Ceinture en cuir à double boucle, **Saint Laurent**, 500 fr. 7. Sac Lin en cuir, **Wrangler**, 884 fr. 8. Baume de teint Plein Air, Chanvre, 12 teintes, **Hermès**, 95 fr. 9. Mocassins en cuir à bride arrière, **Hereu**, 394 fr.

1. Imperméable en gabardine de coton, **Sunflower**, 454 fr. 2. Chemise en sergé, motif serpent, **Acne Studios**, 435 fr. 3. Ceinture en daim, **Paul Smith**, 171 fr. 4. Pantalon en gabardine de laine, **Bottega Veneta**, 1014 fr. 5. Foulard en soie avec slogan, **Raf Simons**, 218 fr. 6. Sac à dos en cuir, **Brunello Cucinelli**, 3334 fr. 7. Sneakers Emreeh en cuir, **Isabel Marant**, 431 fr.

PHOTOS: GORUNWAY, DR

Sprüngli

LÀ OÙ NAÎT
L'ESPRIT DE
PÂQUES

CLICK
& COLLECT
spruengli.ch

Des petits plaisirs gourmands à se faire livrer chez soi:
spruengli.ch/shop

Confiserie Sprüngli – Schweizer Schokoladentradition seit 1836





1



2



3

Lorenzo Viotti

ENTRE PARTITIONS COMPLEXES ET ARÈNES SPORTIVES, LE JEUNE CHEF D'ORCHESTRE FRANCO-SUISSE, AMATEUR DE SENSATIONS FORTES, MÈNE SA VIE TAMBOUR BATTANT.

TEXTE JENNIFER SEGUI



4



5

R IEN N'EST ENNUYEUX chez Lorenzo Viotti. Qu'il s'agisse de sa carrière comme de son physique. A 32 ans, ce natif de Lausanne fait souffler un vent nouveau, et glamour, sur l'univers feutré de la «grande musique». Face à son orchestre, la fougue du maestro – lui-même fils de maestro... – ne laisse personne indifférent. Même le parfait béotien qui, parmi les presque 84 K d'abonnés de son compte Instagram, l'observe parcourir les capitales du monde et en diriger la plupart des formations classiques. Car le jeune homme à la carrure d'athlète, accro aux endorphines, qui alterne le hoodie, le T-shirt **Valentino (1)** et la queue-de-pie, met autant d'énergie et d'exigence dans la musique qu'il dirige que dans ses diverses passions. Pourvu qu'elles fassent monter crescendo le rythme de ses pulsations. Précocement auréolé de prestigieuses récompenses, aujourd'hui à la tête de l'Orchestre philharmonique et de l'Opéra des Pays-Bas, Lorenzo Viotti est le tout nouvel ambassadeur des montres Bulgari. Une autre façon de garder le tempo.

Vous dirigez des orchestres aux multiples instruments. Votre préféré?

La batterie (6), que j'ai voulu pratiquer petit. Pour le groove, le rythme, car en musique, tout part de la pulsation.

Quelle musique fait battre votre cœur?

J'écoute de tout, rap, jazz, techno... J'aime beaucoup la salsa pour son immense sensualité, pour sa danse, où l'on peut être si proche de sa partenaire sans arrière-pensée.

Qu'est-ce qui tourne sur votre playlist?

Le dernier album de Snoop Dog, **B.O.D.R. (4)**, dix-huit titres où il passe de ses débuts très West Coast à des trucs hyper dark.

Vous êtes très suivi sur Instagram, vous êtes accro aux réseaux sociaux?

Pas vraiment... Mais j'ai conscience que grâce à ça, je peux intéresser ceux qui n'ont pas l'âge du public des **concerts classiques (5)**.

On vous y voit exercer votre art du sport. Lequel pratiquez-vous le plus?

Pour moi, rien de plus efficace que d'enchaîner cinq rounds de trois minutes sur un ring de **boxe (2)**. J'aime les entraînements hard mais je dois faire attention à mes mains.

Vous êtes à moitié Suisse, donc vous skiez forcément?

Je suis fan de snowboard et de freeride. J'adore **Zermatt (3)** et j'attendais la fin de la pandémie pour aller dévaler les pentes de l'Islande, de la Norvège et du Japon.

Bulgari vous a choisi pour être l'ambassadeur de ses montres. Pourquoi avoir accepté?

Parce que c'est une autre forme de relation artistique avec une marque d'une extraordinaire élégance.

Un modèle qui vous émeut?

Lors de ma visite à la manufacture de Neuchâtel, j'ai eu un coup de cœur pour la **Diva's Dream Mosaica (7)**, un modèle pour femmes, pavé de diamants et d'émeraudes que je n'aurais aucun mal à porter! ☺



6

7

Cartier

