

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

ÉVASION
Cabanes
perchées,
loin de tout

SAVEURS
La cuisine
sauvage
d'Alexandre
Couillon

CHRONO
Mesurer
l'exploit
sportif

AVENTURE

Prêts à tout affronter, en doudoune
stylée, de l'hiver au printemps

FÉVRIER 2022

 Le Matin
Dimanche





PANTHÈRE

DE

Cartier

Elegance is an attitude


Regé-Jean Page

LONGINES



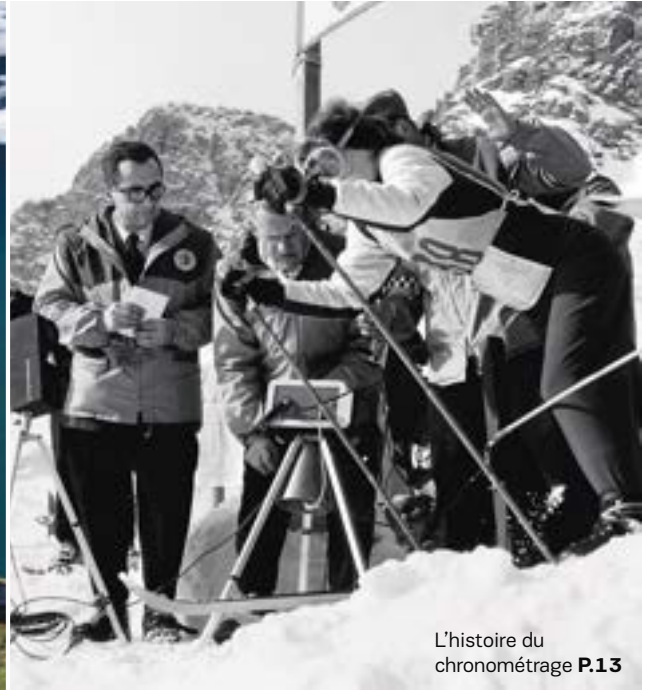
The Longines
Legend Diver Watch



Alexandre Couillon marie mer et potager P.14



Seul, dans ma cabane perchée P. 28



L'histoire du chronométrage P.13

Aventure | Février 2022

SUJETS

10 Trend

Le blouson universitaire américain rejoue une partie

11 Beauté

Quels ingrédients pour un parfum d'aventure?

12 Swissmade

Felco 2, le sécheur chéri des pros et accros du jardin

24 Reportage

A Saint-Petersbourg, chez Raketa, la marque horlogère russe à la conquête de l'espace

RUBRIQUES

6 Merveilles: un vin des Grisons, une expo à Zurich, des lunettes locales, une montre-bijou, un livre pour voyager comme en 1900... 17 Jubilé: les 250 ans des champagnes Veuve Clicquot 30 Ses goûts: Ilse Crawford



Manteau et pantalon en satin matelassé, chemise en satin et bottes en cuir, **Fendi**. Chapka en fausse fourrure, **Louis Vuitton**. P.18



UNE

Doudoune courte, jupe matelassée, **Louis Vuitton**. Pull col roulé en laine et bonnet en laine angora, **Celine Homme**. Montre Aquaracer Professional 200, acier, 40 mm, automatique, cadran brossé soleillé noir légèrement fumé, lunette tournante unidirectionnelle, **TAG Heuer**.

PHOTOS Arthur Delloye
STYLISME Simon Pylser

Où que vous soyez...

FERMEZ LES YEUX ET IMAGINEZ: des barres rocheuses battues par les vents; une mer houleuse aux reflets métalliques à perte de vue; des marais salés qu'arpente l'avocette élégante en quête de petits invertébrés à déloger de son bec arqué... Hélas, il s'est avéré impossible de rencontrer le grand chef breton Alexandre Couillon sur cette île de Noirmoutier qui l'inspire tant (*lire en p.14*) et c'est à distance qu'il a parlé de sa passion pour le poisson si frais qu'il frétille presque encore. En revanche, l'équipe d'*encore!* a pu fouler les neiges de Glacier 3000, au-dessus des Diablerets, pour les photos de mode de ce numéro aux couleurs de l'aventure (*p.18*) et il a été possible – entre deux tests PCR, entre deux vagues



Renata Libal, rédactrice en chef

COVID, entre deux vols annulés... – de découvrir les fastes de Saint-Petersbourg et l'histoire d'une fantastique montre russe qui renaît actuellement de ses cendres (*lire le reportage en page 24*). Ainsi en va-t-il des voyages contemporains: certains se réalisent (et on crie au miracle!), d'autres se vivent en imagination ou par la magie des communications à distance. C'est dans cette dualité d'expériences complémentaires que s'inscrit aussi le lancement de notre édition numérique, à découvrir dès aujourd'hui. Le magazine imprimé, avec ce toucher que seul permet le papier, est maintenant prolongé d'un site, qui invite à retrouver à n'importe quel moment, en n'importe quel lieu, un article apprécié, une image à partager, une citation à répéter. Où que vous soyez, nous y serons aussi.



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: Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Katrin Roth, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Photos:** Jeremy Bierer, Arthur Delloye **Illustrations:** André Gottschalk **Production alémanique:** Paulina Szczesniak **Secrétariat:** Alessandra Ducret **Photolithographie:** Photomedia **Impression:** Swissprinters AG, Zofingue **Marketing:** Nurzia Barral **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 30, 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 Bern 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 Publications romandes SA, 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 œuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.



«Portrait d'une femme avec une coiffure à la mode et un parapluie», par un photographe inconnu vers 1890, probablement au Nigeria.

EXPOSITION

Sans clichés

La photo (ci-dessus) pourrait figurer dans le dernier *Vogue*, non? Elle a pourtant 130 ans! Peu après l'invention de la photographie en 1839, une véritable photomania s'est répandue non seulement à Paris, mais aussi en Afrique. Là-bas, les photographes tiraient des portraits de clients et clientes mis en scène selon leurs désirs dans des studios souvent en plein air. Ces images se placent en contraste net avec celles que les Européens et colons ramenaient alors du «continent noir» dans une optique documentaire

et affirmative d'une altérité exotique. L'ethnologue américaine d'origine allemande, Christraud M. Geary, a rassemblé pendant des décennies les tirages de ces photographes d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique centrale. Le musée Rietberg, à Zurich, présente pour la première fois en Suisse une centaine de clichés de ce fonds unique. *Paulina Szczesniak*

«The Future is Blinking». Du 18 mars au 3 juillet 2022. Museum Rietberg, Zurich. www.rietberg.ch

BONNE BOUCHE

Un pinot dans le vent

PAR
PIERRE THOMAS



Sur ce domaine grison de 5 hectares, sur les hauts de Malans, à Scadena, le couple Raphaël et Mathilde Hug a repris les vignes

travaillées pendant 40 ans par Peter Wegelin. Les trentenaires, tous deux œnologues, l'un formé à Vienne, l'autre à Toulouse, se sont connus dans un domaine viticole de Nouvelle-Zélande. Ils amènent peu à peu des changements. Cosmétiques, comme, sur les étiquettes, avec cette rosette centrale inspirée d'une feuille de marronnier, ou fondamentaux, avec une labellisation en biodynamie (demeter) dès ce prochain millésime 2022. Originaire de Malans, avec un cousin cultivant la vigne la plus haute du canton de Saint-Gall, en face, sur la rive gauche du Rhin, à près de 1000 m d'altitude, dont il vinifie le fruit, Raphaël Hug a inscrit le domaine dans une démarche parcelleaire. Pour ce Bothmarhalde, provenant de ceps plantés à près de 700 m d'altitude, sur une terrasse près du château du même nom, bichonnée par Andres von Salis, cela allait de soi. Car c'est la vigne la plus haute de la Bündner Herrschaft, sur 2,4 ha, ventilée par les airs frais de la montagne. En plus du foehn automnal qui «booste» le raisin, récolté fin octobre... Premier millésime, ce 2019 est tiré des plants arrachés depuis, au profit de clones bourguignons à petits grains. Forcément unique (le prochain bénéficiera en partie des nouvelles vignes), ce pinot noir 2019 développe une élégante aromatique de framboise et de cerise, sur des tanins fins. Mises en



marché juste avant Noël, les 2500 bouteilles sont peut-être épuisées... Egalement élevé un an en «pièces» bourguignonnes, son pendant, «plus structuré, provenant de terres plus lourdes, plus bas dans le vignoble», explique Mathilde, le Weisstorkel vient tout juste d'être mis en bouteilles et il y en a le double. La comparaison des deux crus, élevés de la même manière, vendus au même prix, annonce des dégustations passionnantes!

L'étiquette: Bothmarhalde 2019
Le prix: 40 fr./75 cl
L'adresse: weingutwegelin.ch



BEAU LIVRE

Grand Tour

C'était comment de voyager entre 1869 et 1939? A cette époque tout garçon (plus rarement fille) de bonne famille se devait d'explorer le monde, en réalisant ce qui était appelé le Grand Tour. C'est aussi le titre d'un bel ouvrage format XL, qui retrace cet âge d'or du voyage, où chaque déplacement relevait d'une aventure. Le livre fourmille de documents liés au voyage (affiches, billets, menus), et de magnifiques images prises au tournant du XX^e siècle, le tout agrémenté des mots d'écrivains-voyageurs de Jules Verne à F. Scott Fitzgerald. *Estelle Lucien*

«The Grand Tour. L'âge d'or du voyage», Marc Walter et Sabine Arque, Editions Taschen, 75 fr.



La nouvelle montre joaillière Lady Bird Colors, de Blancpain, joue l'alliage de la couleur, des pierres et du beau mouvement.

HORLOGERIE

Oiseau de paradis

Bijou ou mouvement? La nouvelle collection Blancpain marie ces deux mondes réputés difficiles à concilier. Les modèles Ladybird Colors proposent en effet un calibre Manufacture (réserve de marche de 4 jours, spiral en silicium), dans un boîtier joaillier de la plus belle facture. Cadran de nacre, chiffres arabes en appliques d'or, bandeau de diamants... Tous les codes de la délicatesse sont là, y compris les aiguilles évidées, une signature de la Maison. Au dos de la montre, les amatrices admireront la masse oscillante en or ajouré et les ponts décorés de côtes de Genève. Et tant qu'à faire, autant aller jusqu'au bout dans le merveilleux: le bracelet se décline



Le modèle en or rouge sur bracelet alligator bleu.

en sept nuances chatoyantes, dignes des plumes d'un oiseau exotique – d'où le nom de la collection. Si Blancpain est surtout réputé pour ses montres de plongée, la Maison entend renouer avec son héritage féminin. Le nom Ladybird avait déjà été attribué, en 1956, à un modèle qui contenait le plus petit mouvement de l'époque. Et surtout Betty Fiechter, qui codirigeait (première femme dans le milieu!) l'entreprise dès 1933 avec son neveu Jean-Jacques, avait imposé une certaine idée de l'audace et de l'harmonie. Elle aurait aimé cet hommage... *Renata Libal*

Ladybird Colors, or rouge ou or blanc serti de 59 diamants, 34,9 mm, 7 coloris de bracelets.

ACCESSOIRES

Marcher encore et encore...



Dans le débat actuel sur la durée de vie des produits et la lutte contre le gaspillage, la marque américaine Timberland se distingue depuis janvier avec un programme de reprise des pièces usées. Les chaussures taillées pour le plein air, la boue et la marche sur gravats se prêtent évidemment mieux que des escarpins à un travail de réparation avant remise sur le marché, voire de désassemblage et réassemblage complets en cas de besoin. Ainsi, les labels des grands espaces – comme aussi Patagonia, The North Face ou Barbour – sont par vocation sensibles à l'état de la planète et font figures de pionniers. Le programme Timberloop (loop, pour circularité) s'inscrit dans cette démarche, qui implique aussi un nouveau circuit de savoir-faire cordonnier et une simplification de la production, pour diminuer le nombre de matériaux. Quant au directeur artistique de la marque, le designer anglais très éco-conscient Christopher Raeburn, il se porte garant de l'absolue coolidude de ces chaussures intrépides. *Renata Libal*

Programme Timberloop, prévu au printemps en Europe, www.timberland.ch



COSMÉTIQUE

Raisin & magnolia

La marque forte de la puissance du raisin, Caudalie, se trouve un nouvel allié: l'honokiol, éco-extrait du magnolia. Ce boosteur d'enzyme TET permet de lutter contre les signes de l'âge. Au naturel... *R.L.*

Ligne Premier Cru, Caudalie, sérum, crème, crème riche et crème yeux, de 57 fr.10 à 104 fr.50

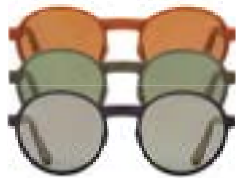


En acétate ou corne de buffle les lunettes Nardi sont fabriquées artisanalement à Lonay.

ACCESSOIRES

Vision locale

Il achète ses radis à la ferme du coin... et depuis peu ses lunettes sont locales aussi. Le consommateur écoresponsable donne des idées aux jeunes talents, qui se lancent dans des marchés pourtant concurrentiels, comme celui de la lunetterie. Ainsi est née, en 2019, la marque Nardi Lunetier, sur l'inspiration de deux frères, Silvio et Fabio. Ils réalisent les modèles dans un atelier à Lonay, sur la côte lémanique, et ont ouvert une boutique en décembre dernier à Lausanne. Le concept: des lunettes de fabrication suisse et artisanale, création originale sur mesure (dès 1200 fr.) ou ajustement au plus près du visage sur une sélection de 12 paires (dès



Hommage aux pionniers suisses de l'alpinisme, The Adventurer RX, lunettes haute montagne, VIU.

650 fr.). Les lunettes sont façonnées en acétate ou en corne de buffle. A plus grande échelle, un autre acteur est devenu incontournable, depuis 2014, dans la lunette haut de gamme de proximité: VIU. La marque zurichoise conçoit ses modèles en Suisse et fait fabriquer en Italie à la main. Son dernier modèle met en avant ses racines en revisitant les lunettes de glacier «Adventurer» (dès 225 fr.), hommage aux pionniers suisses de l'alpinisme qui, comme nos lunetiers du cru, ont vu haut et loin. *Estelle Lucien*

Nardi Lunetier, bd de Grancy 38, Lausanne, www.nardilunetier.ch. VIU, en ligne et en boutique: www.shopviu.com



BEAUTÉ

Bel émail

Des produits ciblant à la fois la santé et la beauté des dents, c'est le propos de la marque vVARDIS, créée par les sœurs Haleh et Golnar Abivardi. La gamme de soins dentaires – dentifrice, sérum, bain de bouche... – contient une formule innovante, WX, qui, associée au fluor, reproduit le processus de reminéralisation de l'émail, tout en l'éclaircissant. Les produits, sont présentés dans un élégant habillage, ou comment faire du soin dentaire un pur moment de beauté. *E.L.*

Collection de blanchiments, soins bucco-dentaires, 4 produits, 189 fr. www.vvardis.com



MODE

D'ici et d'ailleurs

Au début, il y avait des bijoux, comme autant de souvenirs de vacances. Elise Tsikis (père grec, mère française) a lancé sa marque sur l'idée du métissage, il y a huit ans. Aujourd'hui, elle l'enrichit d'une première collection de foulards et kimonos en soie, d'esprit manouche, réalisée en collaboration avec la Fabrique Nomade, qui travaille avec les migrants, en France. *R.L*
Modèle Carmen, 654 euros, www.elisetsikis.com

Vénéneuse Ténéré

TOYS FOR BOYS



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

Tout plaquer et partir. Loin. Longtemps. Avec deux ou trois potes, permis moto en poche. Eviter les autoroutes, privilégier les chemins de traverse et même, pourquoi pas, tracer sa propre piste. Et puis, un jour, revenir avec des souvenirs beaux comme des cicatrices. Depuis le début des années 1980, ce rêve porte un nom: Yamaha Ténéré. La recette est immuable: des roues énormes pour abattre de la route, une garde au sol élevée pour passer partout, un moteur incroyable, une cylindrée limitée qui évite le surpoids, une technique simple et une maniabilité à



En 40 ans, la Ténéré de Yamaha est passée de 600 à 700 cm³.

toute épreuve. Le but: arriver à destination quel que soit le trajet emprunté, quelles que soient les difficultés rencontrées. Sa simplicité mécanique permet ainsi aux plus débrouillards de faire redémarrer leur bécane bloquée sur la steppe kazakhe ou à un mécanicien sur tracteurs chinois d'effectuer la réparation salvatrice. Sur la version 2022, l'électronique se limite ainsi à l'ABS – débrayable – à l'injection et au démarreur. En 40 ans, la cylindrée est passée de 600 à 700 cm³ et son poids tuitoie désormais les 200 kg. Seuls les jeunes snobs, qui vous diront qu'«on peut faire Paris-Dakar sur une 125 cm³», le regretteront. Enfin, cette Ténéré 700 Raven, à la livrée intégralement noire, séduit par cette beauté vénéneuse qui ne se rencontre qu'en songe. Un appât de choix pour qui veut tout quitter sans retour (ou alors seulement un week-end sur deux, parce qu'il y a les gosses et puis le travail, tout ça...).

Yamaha Ténéré 700 Raven, env. 12 000 fr., disponibilité limitée.

BVLGARI

ALLEGRA



MAGNIFY FOR MORE EMOTION

BVLGARI.COM



Coqueluche des joueurs de NBA et rappeurs américains, la marque pour homme Rhude revisite le blouson universitaire américain.

Back to school

AMATEUR DE BALLON OVALE? AILIER DANS UNE ÉQUIPE DE BASKETBALL? Ni l'un, ni l'autre, évidemment! Le blouson américain qui s'impose ces temps dans les rues n'a plus qu'un lointain parfum de nostalgie en commun avec son ancêtre sportif et universitaire. Pourtant, les codes esthétiques sont bien là, quoique bousculés et détournés: un corps en laine, des manches contrastées souvent en cuir, des mailles côtelées pour resserrer le bas, un écusson et des lettres brodées. Voilà, dans toute sa gloire, la veste que portaient, dès les années 1930, les sportifs émérites des équipes universitaires. Evidemment, leurs petites amies les empruntaient et voilà cette pièce vestimentaire au cœur de toute la mythologie *Ivy League* américaine – et des films qui en sont issus (merci Tom Cruise dans *All The right Moves*). Les créateurs d'aujourd'hui se permettent

évidemment de belles libertés avec ce vêtement de tradition. Vuitton (dans la collection de printemps, posthume, de Virgil Abloh) offre une version bucolique brodée de fleurs géantes au crochet; Dior joue le gris sobre, comme il se doit; Burberry le traite en cuir en enlevant les manches; Moschino préfère les nuances guimauve, en jaune et bleu ciel, avec un ourson brodé (qui évoque le cri de ralliement «Go, Bear!» de la University of California, Berkeley). A l'origine, les lettres et leur emplacement se gagnaient à la force du muscle, la sueur du front et l'exploit sur le terrain. Ce n'est plus le cas pour les *varsity jackets* produites en série. Mais un usage demeure: celui de la fière clameur identitaire. La veste est portée pour être vue, pour revendiquer sa place, pour imposer son style. Et – devinez... – elle s'accorde parfaitement avec une casquette de baseball. ☺



Le ciel, la mer, le vent, le sable et le soleil... tels sont les ingrédients classiques des parfums qui évoquent la liberté.

Parfum de sable chaud

ON FERME LES YEUX ET ON PLONGE DANS LES GRANDS ESPACES DE TOUS LES POSSIBLES... QUELS SONT LES INGRÉDIENTS QUI EMBAUMENT L'AVENTURE?

TEXTE KATRIN ROTH

IL Y A DE GRANDS PINS, dont les aiguilles jonchent le sol. Et la mer, pas loin. Les vagues qui se brisent sur les rochers de la côte. L'horizon, comme un infini. Et un souffle de vent du sud. La directrice artistique de Zadig et Voltaire, Cecilia Bönström, décrit ainsi son désir de ciels ouverts dans l'un des derniers parfums que la marque de mode vient de lancer, *This is Him, Vibes of Freedom*. La liberté en flacon. Comme Cecilia Bönström, beaucoup de monde aspire aux grands espaces, dans un univers depuis si longtemps captif entre des murs trop connus. Alors au moins s'offrir, en un pschiiit, une aura d'aventure.

Mais quels sont les ingrédients qui font le mieux voyager? Qui donnent le frisson de tous les possibles? Il se peut que la senteur *Colonia d'Acqua di Parma*, lancée en 1916, incarne le mieux ce pouvoir d'évasion. Cela pourrait contribuer à expliquer son succès, jamais démenti à ce jour. Le parfum frais joue sur les agrumes, les essences de fleurs et des notes chaudes de bois précieux. «C'est notamment grâce à ce parfum qu'Acqua di Parma est aujourd'hui encore synonyme d'artisanat pur made in Italy et peut, en ce sens, être considéré comme un prolongement de l'aventurier Carlo Magnani», explique l'équipe d'Acqua di Parma à propos de ce classique parfumé, avec lequel le fondateur de l'entreprise, le baron Carlo Magnani, réalisait son souhait d'un parfum personnel qui reflétait son style de vie aventureux.

Voyages olfactifs en mer et sur terre

Pour Prada, c'est l'océan qui s'impose pour incarner l'une des plus grandes aventures sportives maritimes: l'America's Cup. Depuis 2018, une ligne de parfums élaborée avec l'équipe de voile italienne Luna Rossa incarne cet esprit «inspiré par la compétition entre la force d'innovation de l'homme et les forces primaires du vent et de la mer». Cette collection masculine a été élargie l'an dernier avec *Prada Luna Rossa Ocean*, un parfum à base d'agrumes, de lavande, de sauge, de cuir, de safran ainsi que de racine de violette.

Toutes les aventures ne se rêvent pas forcément du fond des vagues. La collection «Les Eaux de Chanel», imaginée dès 2018 par le parfumeur de Chanel Olivier Polge, se présente comme un voyage olfactif, «un train dans lequel on décide de sauter au dernier moment», selon la description officielle des parfums exclusifs. Chaque opus est une destination à découvrir. Ainsi le récent *Paris - Edimbourg* vous emmène dans la lande écossaise, ses brumes, ses mystères, ses rocailles – et ses notes de genièvre, cyprès, vétiver aux effets tourbés et fumés. La collection prestigieuse est unisexe – comme le désir d'autres ciels.

Mais outre les notes de pins, de mer, de bois ou d'agrumes qui semblent embaumer souvent les envies de se téléporter, la mise en danger peut se parer d'atours très personnels. Quand on lui demande

quelle est la plus grande aventure de sa vie, Alberto Morillas n'a pas besoin de réfléchir longtemps: «La naissance de mes enfants», lance le maître parfumeur d'origine espagnole résidant en Suisse et auteur de nombreux best-sellers. Sur un plan plus professionnel, c'est surtout la transposition de ses émotions dans un parfum. Pour sa récente eau de parfum *Black Incense Malaki*, présentée en fin d'année dernière pour la maison joaillière Chopard, Morillas a voulu rendre hommage aux essences mystérieuses des traditions sacrées de l'Arabie. L'huile essentielle d'encens, au cœur de la composition, est issue d'une luxueuse production certifiée par l'entreprise familiale Neo Botanika, dans le Somaliland. A lui seul, cet ingrédient fait palpiter le cœur...

Dans un autre registre, chez le parfumeur traditionnel britannique Jo Malone, l'aventure est celle des sens. La nouvelle «London Roses Collection» entend inciter ses adeptes à des expériences sensorielles intimes: «*Red Roses* s'inspire d'un mélange des sept roses les plus exquises du monde. Une aventure peut donc tout à fait commencer dans une roseraie, où le parfum des fleurs fraîchement coupées marque le début d'un voyage dans le monde des sens», explique-t-on auprès de la maison londonienne. Un autre parfum récent joue sur cette exploration sensuelle: le nouveau parfum féminin *Black Opium Illicit Green* d'Yves Saint Laurent affiche son invitation aux plaisirs défendus. La parfumeuse Nathalie Lorson s'est associée à la mixologue primée Margot Lecarpentier. Il en résulte un jus inspiré des mocktails avec l'accord caractéristique *Black Opium* de café, de jasmin et de vanille, qui se mêle à une infusion pétillante de mandarine verte, de feuille de figuier fraîche et d'accords crémeux de fruits de la figue pour une «poussée d'adrénaline odorante».

Chaque aventure est individuelle. Emigrer, gravir un sommet, chanter au karaoké, se marier, surfer sur une grande vague, courir un marathon... Faites vos choix! Mais faites-en un... Chaque jour est un nouveau départ, qui peut commencer dans la salle de bains, comme le relève Alberto Morillas: «Porter un parfum est déjà une aventure!»

1. **Black Opium Illicit Green**, eau de parfum, fruité, floral, doux, **Yves Saint Laurent**, 90 fr./30ml.
2. **Red Roses**, eau de cologne, floral, **Jo Malone**, 72 fr./30 ml.
3. **This is Him, Vibes of Freedom**, eau de toilette homme, boisé, énergique, **Zadig & Voltaire**, env. 80 fr./100 ml.
4. **Paris-Edimbourg**, Les Eaux de Chanel, eau de toilette, aromatique, boisée, **Chanel**, 155 fr./125 ml.
5. **Luna Rossa Ocean**, eau de toilette pour hommes, fougère, **Prada**, 95 fr./50 ml.
6. **Black Incense Malaki**, eau de parfum, boisé, **Chopard**, 120 fr./80 ml.





L'OUTIL ULTIME

À GAUCHE Le Felco 2 a remporté le Grand Prix suisse de design en 2018. CI-DESSUS Disposées sur des claies, les lames vont être passées au traitement thermique. EN HAUT À DROITE La lame subit plusieurs transformations avant d'acquiescer son tranchant. CI-CONTRE Manche et support de contre-lame sont en aluminium forgé. CI-DESSOUS Pose du cliquet de fermeture. EN BAS À DROITE L'assemblage final des sécateurs.

Fines lames

DÉJÀ SÉCATEUR PRÉFÉRÉ DES PROFESSIONNELS ET EXPORTÉ DANS LE MONDE ENTIER, LE FELCO 2, FABRIQUÉ À NEUCHÂTEL DEPUIS 1948, EST AUSSI LE CHÉRI DES JARDINIERS AMATEURS.

TEXTE CHARLES-ANDRÉ AYMON PHOTOS JEREMY BIERER

LES OBJETS ICONIQUES possèdent une évidence trompeuse. Ils font tellement partie du quotidien qu'on en oublie combien il aura fallu d'intelligence, de savoir-faire et de persévérance pour les imposer. C'est toute l'histoire du sécateur Felco 2. Outil de coupe ultime des professionnels, il a fait de son inventeur le numéro un mondial de la spécialité et des Geneveys-sur-Coffrane, là où il est fabriqué, le centre de cet univers horticole.

Lorsque, en 1945, le jeune Félix Flisch, fraîchement démobilisé, rachète un ancien atelier horloger dans ce village des hauts de Neuchâtel, tout est encore à faire. Né en 1914 à Walzenhausen, dans le demi-canton d'Appenzell Rhodes-Extérieures, le jeune homme est entré en apprentissage en Suisse romande à 15 ans et connaît tout des outils de coupe et de taille utilisés par les paysans et les viticulteurs du cru. Construits en acier, ils sont lourds et pas forcément très efficaces.

Ce sera donc son défi: concevoir des outils ergonomiques et durables. Ça marche tellement que dès 1946, il exporte ses créations et, en 1948, invente le Felco 2, un sécateur qui devient vite incontournable. Pour la première fois, en effet, le manche est en aluminium forgé – gage de solidité et de légèreté –, alors que la lame devient interchangeable. Désormais, les professionnels – et bientôt les passionnés de jardinage – ne jetteront plus leur outil de coupe puisqu'il est garanti à vie. «On ne jette jamais son

Felco», confirme Nabil Francis, CEO de l'entreprise et mari de la petite-fille du fondateur de la maison, toujours en mains familiales. «Soixante ans après, nous recevons encore des demandes pour rafraîchir un de nos outils. Souvent, il ne s'agit que de changer la lame.» Aujourd'hui, le Felco 2, quasiment inchangé, représente toujours près de 40% des ventes de l'entreprise et chaque année, il s'en écoule quelque 600 000 pièces.

Production écoresponsable

Cette durabilité inscrite dans les gènes de l'entreprise rejaillit d'ailleurs sur l'entier de la production. «Tout naturellement, nous avons fait le nécessaire au fil des ans pour gérer nos ressources au mieux des intérêts communs.» Ainsi, 60% de l'aluminium et 100% de l'acier utilisés sont-ils issus du recyclage. «L'ensemble de nos besoins en électricité est produits à partir de sources d'énergies renouvelables. Nous avons également des panneaux solaires fixés sur la toiture.» Un toit qui accueille aussi des ruches, car grand-papa était également apiculteur!

L'usine, quant à elle, s'est développée autour de la maison de Félix Flisch, accumulant les strates au fil des ans, l'englobant enfin totalement dans l'unité de production. A l'intérieur, escaliers, monte-charges et portes coulissantes donnent accès aux halles, stocks et ateliers tous différents, tous bruisant d'activités. Ici, on reçoit les rouleaux d'acier de près de 400 kg dans lesquels seront estampées à la presse les formes des lames; là, elles subissent la trempe et le revenu, qui

permettront d'allier la solidité à une certaine souplesse, nécessaire à une taille durable; ici encore, le meulage des pièces, la coupe, le chanfreinage, l'affûtage, tandis qu'en parallèle on s'occupe de la poignée, du support, de la contre-lame, du cliquet de fermeture et du ressort avant d'appliquer le plastique brillant, garanti sans phtalate, qui donne tout son éclat au Felco 2. «Une couleur toute simple, puisqu'il s'agit du rouge du drapeau suisse», s'amuse Aurelia Di Lenardo, responsable marketing et communication de l'entreprise.

On passe enfin à l'assemblage, opération délicate et millimétrique qui prouvera que chacune des étapes précédentes a été parfaitement exécutée. Là, le coup de main est essentiel, même si tout un chacun peut s'aventurer à démonter son sécateur avec une clé de 7, une clé de 8 «et un peu d'expérience», renchérit Aurélie Di Lenardo.

«L'avantage de produire en Suisse, c'est justement ce savoir-faire incroyable disponible dans notre pays», assure Nabil Francis, pour qui la volonté de précision et le sens du détail font toute la différence dans un marché extrêmement concurrentiel, puisque «94% des sécateurs, élagueurs ou coupe-câbles de notre production sont exportés.» Une pression qui pousse à faire toujours mieux et exige une innovation constante. Ainsi, Felco a développé une gamme de sécateurs électriques et mettra sur le marché dans quelques mois une solution d'aide à la décision dans le vignoble qui permet de géolocaliser, à 50 cm près, n'importe quel événement dans les parcelles. Histoire de durer, encore... ☺



Nabil Francis

Après avoir dirigé des équipes et des entreprises 20 ans durant en Inde, au Sri Lanka ou aux Philippines, notamment, Nabil Francis prend les rênes de Felco en juin dernier. Dans un sourire, il aime dire que sa femme, petite-fille du fondateur, lui a mis le marché en mains: «Je t'ai suivi pendant 20 ans, suis-moi maintenant!» Séduit par un «outil industriel hors norme et cette fierté du travail bien fait qui émane des collaborateurs», il loue leur culture d'entreprise qui «préfère l'optimisme de l'action au pessimisme de l'intelligence».

Omega a accompagné 30 olympiades depuis 1932, comme ici aux JO d'hiver de Cortina d'Ampezzo en 1956.



Top chrono

EN COURSE POUR LE CHRONOMÉTRAGE DES GRANDES COMPÉTITIONS SPORTIVES, LES HORLOGERS METTENT CET ART DE L'ULTRAPRÉCISION À PORTÉE DE NOS POIGNETS.

TEXTE MATHILDE BINETRUY

UN CENTIÈME DE SECONDE? Qu'est-ce? Rien, ou presque. C'est l'infime distance qui sépare l'Américain Michael Phelps du Serbe Milorad Čavić lors de la finale du 100 m papillon aux Jeux olympiques de Pékin en 2008. Un battement d'ailes qui offre au nageur sa septième médaille d'or de la compétition. Le sportif le plus titré de l'histoire des JO d'été (23 or, 3 argent et 2 bronze entre 2004 et 2016) a de la chance d'être né à la bonne époque. À l'Antiquité, les Grecs jugeaient la position avec un seul instrument: l'œil humain. Au stade de Némée, où se déroulaient les Jeux panhelléniques, le portique de départ était commandé par des cordelettes. En 1912, le système électromagnétique du «fil coupé» voit le jour, mais il faut attendre les années 1970 pour obtenir la généralisation du chronométrage électronique.

Progrès, innovations, finesses de mesure... l'histoire du chronométrage fait écho à celle de l'horlogerie. Omega enregistre ainsi les performances des athlètes aux Jeux olympiques depuis 1932, les JO de Pékin marquant leur 30^e collaboration. En 2020, 530 chronométreurs, 400 tonnes d'équipement et 900 bénévoles avaient été dépêchés à Tokyo. Hublot, de son côté, siffle les fins de partie des matchs de football depuis 2006. Longines signale aux concurrents du skieur Marco Odermatt qu'ils peuvent arrêter de se faire des illusions (son partenariat avec la Fédération internationale de ski (FIS) date de 2006).

Pour le commun des amateurs de montres, les instruments tels les pistolets de starter, les capteurs de mouvements, les portillons de départ ou les cellules photoélectriques ne font guère sens. Reste que les marques qui s'imposent ainsi portent en elles les étincelles de l'exploit et donnent rendez-vous à tout un chacun sur la ligne d'arrivée. Les montres signées des chronométreurs officiels font de chacun un athlète de pointe. A vos marques! 🏆

PRÊT? PARTEZ!

De gauche à droite, de haut en bas

Longines Spirit, acier, 40 mm, mvt automatique, cert. COSC, étanche à 100 m, 2000 fr. *Collection officielle de la saison de ski alpin. Longines est partenaire et chronométreur officiel de la Fédération internationale de ski (FIS) depuis 2006.*

Tissot SuperSport Chrono, acier et PVD noir, 45,5 mm, chronographe à quartz, étanche à 100 m, 1 bracelet acier, 22 bracelets interchangeables inspirés des maillots de la NBA et 1 bracelet en cuir de ballon de basket, 495 fr. et 42 fr. par bracelet. *Pièce célébrant le 75^e anniversaire de la NBA dont Tissot est le chronométreur officiel depuis 2015.*

Chopard Mille Miglia 2021 Race Edition, acier inoxydable, 44 mm, mvt automatique cert. COSC, étanche à 100 m, 7610 fr. *Série limitée et numérotée de 1000 pièces pour l'édition 2021 du rallye Mille Miglia, course d'endurance de voitures dont Chopard est partenaire et chronométreur officiel depuis 1988.*

Ulysse Nardin Diver X Cap Horn, titane DLC noir avec lunette en titane et en carbone, 44 mm, mvt automatique, étanche à 300 m, 9900 fr. *Série limitée à 300 pièces en hommage aux navigateurs du Vendée Globe. Ulysse Nardin est par ailleurs le chronométreur officiel de l'Ocean Race (2022-2023).*

Hublot BIG BANG e UEFA EURO 2020, céramique noire polie et micro blastée, 42 mm, montre connectée, étanche à 30 m, 5500 fr. *Montre officielle du championnat européen UEFA EURO 2020. Hublot est notamment chronométreur officiel de la Coupe du monde de la FIFA Qatar 2022™.*

Omega Seamaster Aqua Terra «Beijing 2022», acier, 42 mm, mvt automatique, étanche à 150 m, 6150 fr. *Montre présentée dans un écrin spécial Jeux olympiques dont Omega est le chronométreur officiel à 30 reprises depuis 1932.*



Le chef transforme
le paysage breton
qui lui est cher en
menu gastronomique.



**LE MEILLEUR
DU GRAND LARGE**

LE CHEF BRETON ALEXANDRE COUILLON MARIE, DANS L'ASSIETTE, MER ET POTAGER. UNE APPROCHE RADICALE DU PRODUIT LOCAL ET PRESQUE VIVANT.

TEXTE RENATA LIBAL



LE PORT DE L'HERBAUDIÈRE S'OUVRE SUR l'océan Atlantique, à l'extrémité de cette île de Noirmoutier, elle-même rattachée au continent par un frêle pont. Le bout du monde, en quelque sorte, avec des vagues à perte de vue. C'est là, dans l'ancien restaurant familial, que le chef Alexandre Couillon a installé, il y a plus de 20 ans, ses casseroles – et plus tard son feu de bois, son déshydrateur de déchets alimentaires, sa levure maison –, avec

Céline, son épouse et complice en salle. Après des débuts plus que rudes dans cet emplacement alors prisé des seuls touristes familiaux en été, le chef est aujourd'hui bardé de distinctions: deux étoiles Michelin, 19/20 au guide Gault&Millau, nommé dans la liste des cent meilleurs restaurants au monde... Mais surtout, il se profile comme pionnier d'une nouvelle approche de la gastronomie, où le plaisir en bouche tient à l'absolue fraîcheur, la merveilleuse célébration de produits plus locaux que locaux. Le poisson? Oui, mais acheté exclusivement à la criée de l'Herbaudière, tellement frais qu'il est presque vivant. Le légume? Naturellement, mais cultivé dans les jardins de 4000 m² juste de l'autre côté du pont, dans lesquels le chef a investi. La viande? Pourquoi faire? La région se prête peu à l'élevage. Au final, si le restaurant ne désemplit pas, c'est que les gourmets vont chercher là-bas le goût intime de la Bretagne, cette alchimie unique faite d'air iodé qui imprègne le végétal et de poisson pêché du jour – des saveurs impossibles à répliquer nulle part ailleurs au monde. Dans l'assiette ces temps? Par exemple des coquilles Saint-Jacques de la baie de Bourgneuf, avec des écailles de châtaigne et fumet de céleri rave.

Alexandre Couillon rouvre ces jours après deux mois de pause, nécessaires en ces temps de fureur et de doutes. Et d'ailleurs, quels légumes récolter en décembre et janvier en bord de mer? Il a profité de ce répit pour regarder monter et descendre les marées sur la plage de la Linière, en famille, pour se poser un instant sur un rocher... Et pour raconter à la journaliste, par téléphone, ce défi fou qui consiste à inventer un univers gastronomique hors normes, à partir de rien, sur une île battue par les vents. L'homme parle vite et beaucoup, avec un enthousiasme, une intensité, une sincérité, qui vont droit au cœur. La gourmande n'attend qu'une chose: l'occasion de passer à table à La Marine, avec vue sur les voiliers, de goûter enfin cette cuisine mue par l'amour d'une terre, d'une philosophie de l'excellence, d'une conviction que le plus humble ingrédient mérite son instant de gloire.

Qu'entendez-vous par là ?

C'est simple: davantage de temps libre pour nous et nos équipes. La maison a été fondée en 1999 et nous étions alors deux, avec mon épouse Céline. Nous avions 23 et 24 ans. Aujourd'hui, en pleine saison, nous sommes tout de même 37. Pour y parvenir, nous avons toujours couru, créé des emplois, sans aucun instant pour reprendre notre souffle. Nous savons tous que nous allons trop vite, que nous ne voyons pas nos enfants grandir, ni nos parents vieillir. Aujourd'hui, je n'ai plus envie ni de me priver, ni de priver nos équipes de l'essentiel: le temps passé avec les proches, le goût

de la fête, la qualité humaine. Nous avons introduit la semaine de quatre jours et décidé de fermer deux mois, chaque année.

Le temps, c'est le secret?

Pas seulement! Dans une équipe, il faut aussi un projet commun, qui donne un sens fort au travail. Cette année, tous ensemble, nous développons un nouveau vinaigre, nous expérimentons de nouveaux modes de fermentation... Cette approche participative implique de la confiance et de l'exigence. Il faut travailler avec des gens responsables, qui partagent nos valeurs. Mais ce n'est qu'ainsi que l'on peut fidéliser des équipes et rendre la vie plus agréable à tous. L'enjeu est aussi de faire envie aux générations qui arrivent, alors qu'actuellement elles n'ont pas beaucoup de raisons d'être motivées par les métiers de la restauration.

Vous avez deux filles, vous-même...

Oui. Emma, l'aînée de 19 ans, est vraiment passionnée de cuisine. Elle y est née! On a beau avoir essayé de la dissuader – vous savez, ces métiers sont vraiment très durs! – elle a déjà effectué trois stages dans de belles maisons. Elle est épanouie, elle a envie de continuer une fois son année scolaire terminée, mais je ne voudrais pas qu'un jour elle me dise: «Je n'ai pas envie de faire comme toi. Pas envie de tout sacrifier pour mon métier.» La cadette, Marie, a 17 ans et se destine à la couture, la mode. Elle a le flair pour ce domaine.

Vous n'êtes donc pas un de ces mythiques chefs irascibles à la discipline militaire...

Pas du tout. Je suis exigeant, naturellement. Mais très présent. Je suis fier de n'avoir jamais manqué un service. Quand un jeune arrive de Chicago pour travailler chez nous, la moindre des choses est d'être là. Pour le client, mais aussi pour lui. Travailler en cuisine permet aussi de corriger, de montrer, de transmettre le savoir en toute transparence. Quand j'impose la règle du zéro déchet, que je décrète que nous ne sommes pas là pour nourrir la poubelle, il faut d'abord y parvenir soi-même. Nous avons la chance inouïe de vivre dans une région où nous ne manquons de rien, mais il ne faut pas oublier la misère du monde. Gaspiller est inacceptable.

Comment cette conscience se transmet-elle à l'assiette?

Nos menus ont clairement évolué grâce à cette conviction. Il y a encore 5 ou 6 ans, quand on avait besoin d'un poisson, on le commandait à d'autres criées de la région, on allait le chercher à Noirmoutier. Aujourd'hui, on ne travaille rigoureusement qu'avec la criée de l'Herbaudière, dans le circuit le plus court qui soit. Tout ce que je sers au restaurant a été pêché le jour même ou cueilli le matin au jardin.

Quand vous dites «on»... C'est aussi vous, en personne, chaque matin?

Je suis là tous les matins avec mon équipe. Aussi pour maîtriser le choix: nous achetons très précisément ce dont nous avons besoin pour la journée. Je ne veux ni stock, ni déchet. Juste du parfaitement frais. Nous recommençons chaque jour. Ce n'est pas du flux tendu, c'est du «juste à temps.» Pareil pour ce que nous prélevons au jardin.

Comment faites-vous s'il n'y a pas assez de tel produit pour vos vingt couverts? Vous multipliez les mini-assiettes?

Pas du tout! Chez nous, les clients aiment manger, passer un bon moment et ils s'attendent à une cuisine généreuse. Il faut de la mâche! Il y a du pain au levain maison, des couverts, des couteaux, pas des bouchées dans une cuillère. Tenez, l'autre matin, il y avait des saint-pierre magnifiques... mais juste deux. Un peu de homard, du merlu de ligne... Alors moi, j'imagine la salle: cette table de six, on va leur mettre le merlu. Cette autre table, de deux, aura du saint-pierre. Sur une même base d'accompagnement, nous varions les poissons. Nous gardons toujours en tête que nous cuisinons pour des convives précis, qui ont fait le déplacement et souvent réservé des mois à l'avance. Nous pensons à chacun individuellement.

Et les gourmands ne lorgnent pas sur l'assiette du voisin?

Nous expliquons la démarche: ils mangent ce que la mer a donné. C'est à moi de m'adapter à la pêche du jour, pas l'inverse! Les maquereaux sont plutôt gros, de 600 à 700g? On les mettra un peu plus longtemps dans du sel et du sucre avant de les braiser. C'est cela que les jeunes apprennent ici: les recettes, c'est bien; mais le talent, c'est de savoir les adapter à la vraie vie. D'ailleurs le concept même de poisson noble, tel qu'il était enseigné dans les écoles hôtelières, est périmé. Pour moi, tous les poissons sont nobles. Une sardine peut être merveilleuse: argentée et à peine sortie de l'eau, quelle magie!

Que vous ont enseigné ces poissons au fil des ans?

J'ai appris à écouter la mer, à regarder la peau des poissons. Aujourd'hui, le peux les classer par ordre de qualité en fonction des nuances d'écailles. Si un merlan, par exemple, a une peau bien noire avec d'infimes reflets jaunes, on sait qu'il est exceptionnel. Et je dois dire aussi que j'ai pris une claque comme rarement durant mon séjour de trois semaines au Japon, auprès du chef Toru Okuda. A l'époque, j'étais le premier étranger dans sa cuisine. Je m'y suis fait tout petit et j'ai regardé, regardé... C'est alors que j'ai compris que nous aussi devons intégrer ce respect total du poisson, cette délicatesse de traitement, de découpe. Je veux transmettre cette expertise. Baptiste, préposé au poisson chez moi,



L'AMBIANCE

EN HAUT À GAUCHE
Le chef Alexandre Couillon dans les marais salants, si emblématiques de ce coin de Bretagne.

EN BAS À GAUCHE
Chez lui, seul le poisson frais du jour est servi à table, acheté à la criée de l'Herbaudière, juste sous les fenêtres du restaurant.

À DROITE
Le bouillon marin est composé différemment chaque jour, en fonction de la pêche. La salicorne est ramassée par Gilbert Couillon, le papa du chef.

me disait l'autre jour son émerveillement, devant tous les turbots, lieux, pagres du jour. Il est resté à contempler ces chairs brillantes et nacrées, comme un tableau. Ce garçon ne pourra plus jamais travailler le poisson à la va-vite. Il ne pourra pas revenir en arrière.

On m'a parlé aussi de vos laitues flambées...

La laitue Vilandry toute jeune, à peine pommée, est cuisinée à la minute, comme tout le reste. Blanchie quelques minutes, elle est ensuite déposée sur de la braise de bois, où elle va griller en prenant des parfums torréfiés. Nous la servons sur une crème verte de condiments du jardin, ramassés le matin: un peu de persil, de romarin, d'ail, d'huile... Puis nous surmontons la laitue de myrtilles sauvages au sel (nous en avons cueilli beaucoup l'été dernier) et de jeunes pousses fraîches: fleurs de chrysanthèmes, de capucines, moutarde frisée, pousses de chou blue kale. En salle, nous napons le tout d'une quintessence d'oignon montée au beurre... Ces oignons sont cuisinés comme un rôti de viande, dont on récupère les sucs ambrés. Ce plat 100% végétal et très coloré est doté de toute la forte personnalité que l'on associe d'ordinaire à une préparation carnée.

Un jardin magique, où poussent des trésors hors saison?

Un végétal se mange à tous les stades: tige, racines, feuilles, fleurs, graines... Cette diversification des possibles prolonge beaucoup la saison! Nous cultivons ce jardin depuis 6-7 ans dans un microclimat particulier. Mes grands-parents semaient les fèves fin novembre, pour récolter en mars. Nous faisons pareil, en tunnel, et nos pousses sortent de terre quand il gèle ailleurs en France. Nous avons des fleurs dès février. En outre la terre est très saline, puisqu'elle est faite d'anciens marais et que nous la fertilisons souvent aux algues. Les jeunes pousses d'épinard, d'arroche rouge, d'amarante ont un petit goût salé quand on les croque à cru. C'est une saveur signature.

Vous êtes vraiment dans une démarche très nature...

Absolument. Les grosses feuilles des laitues sont apprêtées en gratin ou crème, par exemple, pour le personnel ou notre seconde table, au bistrot La table d'Elise. Rien ne se perd. Et nous avons installé un petit composteur, de la taille d'une machine à laver: nous récupérons absolument tous les déchets organiques, des arrêtes de poisson aux quignons de pain. Il tourne toute la nuit et, au matin, nous récupérons une sorte de substrat en poudre, à mélanger à la terre.

Un fonctionnement presque en autarcie...

Ah oui! Je ressens vraiment le besoin de procéder ainsi. Je ne m'imagine plus du tout, cuisiner un poisson qui vient de je ne sais où et le garder au froid 5 jours. Non! Ce n'est pas possible. C'est un engagement que l'on prend, qui ne nous facilite pas la vie, mais dont on ne revient pas en arrière. Dans la même veine, nous avons vraiment développé le pain. De la farine bio locale, de l'eau, de la fleur de sel: c'est tout ce qu'il y a dedans. Nous sommes super contents du résultat: de grosses miches merveilleusement alvéolées. Et si le meunier change de tamis, on le sent à la structure, la nuance de la farine. Nous faisons une cuisine du vivant. Qui ne triche pas.

L'éloignement est devenu une force: la force d'une identité rare et précieuse

Comment pressentez-vous les tendances à venir, en cuisine?

La santé! Cette préoccupation va monter en puissance et il est parfaitement possible de la concilier avec des exigences gastronomiques. Mais les gens vont devoir se forcer un peu et ne plus renoncer à un produit sous prétexte qu'ils ne l'aiment pas – ou croient ne pas l'aimer. Aux cuisiniers de se montrer créatifs! Mais l'enjeu sera de vraiment diversifier son alimentation, au fil des produits locaux de grande qualité.

A vos débuts, Noirmoutier n'était pas franchement réputée pour sa gastronomie. Or la région est devenue une destination du bien manger. Que s'est-il passé?

C'est un chemin que nous avons fait ensemble. Quand nous avons ouvert, en 1999, il n'y avait pas un chat en dehors de la belle saison. Chaque décembre nous nous disions: ce n'est pas possible, arrêtons! Il a fallu l'étoile Michelin en 2007 pour que nous puissions enfin décider de nous ancrer ici et commencer à imaginer un futur où les voyageurs apprécieraient les richesses de la région. Nous n'avons rien lâché. De fil en aiguille, nous avons entraîné les pêcheurs, les commerçants et les producteurs de la région dans ce même sillage de la qualité exclusive. Etre loin de tout a longtemps été un handicap, or aujourd'hui c'est devenu une force: la force d'une identité, d'une rareté précieuse.

Vous venez aussi d'ouvrir une épicerie, sur le port, nommée Le Petit Couillon. Vous ne manquez pas d'humour!

Ai-je le choix? Mon nom de famille est dur à porter. J'en ai bavé, quand j'étais plus jeune! A nos débuts, nous avions posé une toute petite pancarte à l'entrée du restaurant: «maître restaurateur, Alexandre Couillon». Les gens se prenaient en photo devant en hurlant de rire. Cela m'exaspérait complètement. Aujourd'hui, la plaque est entourée de reconnaissances gastronomiques. Les gens viennent toujours s'y photographier, mais le ton a changé: «Ah oui, c'est le type qui a monté ce restaurant différent, avec le poisson d'ici...» Alors, quand nous avons créé l'épicerie, nous avons décidé d'assumer. Je me rappelle il y a quelques années, avec les premières récompenses qu'il fallait aller chercher à Paris, certains chefs multi-étoilés me serraient la main en disant: «En fin de compte, t'es pas si couillon que ça.»

Champagne altitude!

LA MAISON DE CHAMPAGNE VEUVE CLICQUOT FÊTE SES 250 ANS. RETOUR SUR UNE HISTOIRE GUSTATIVE TRÈS LIÉE, DÈS LES DÉBUTS, À LA SUISSE.

TEXTE LA RÉDACTION

2022



BULLES AU SOMMET

Depuis 1772, les champagnes Veuve Clicquot accompagnent joies et célébrations, dans un art de vivre qui a suivi l'évolution des mœurs et de la société. Des cercles privilégiés de l'aristocratie européenne du XIX^e, des salons feutrés et des grandes tables gastronomiques du XX^e, le vin à bulles n'a eu de cesse d'échapper aux trop strictes étiquettes. Symbole de légèreté et d'insouciance, le champagne s'invite désormais aussi dans des ambiances plus décontractées, toujours avec cette aura de liberté et de joie. C'est ainsi qu'en décembre dernier, on trinquait en altitude, chaussures de ski encore aux pieds et vibes électro à faire fondre la neige. La Maison de champagne a en effet choisi la mythique station alpine Zermatt et l'Unique Hotel Post, – établissement historique des pionniers de l'alpinisme – pour son événement «In the Snow», lançant ainsi les festivités de ses 250 ans. Avec son étiquette jaune brillant, pétillante d'optimisme, l'emblématique cuvée **Brut Carte Jaune** est toute indiquée pour accompagner de telles occasions. Champagne signature de la Maison, elle incarne son savoir-faire et son histoire née de la ténacité d'une femme et d'une culture de l'innovation toujours d'actualité. Pour honorer cet héritage, Veuve Clicquot a lancé en 1972, à l'occasion de son 200^e anniversaire, le prix Veuve Clicquot de la femme d'affaires. Aujourd'hui nommé Bold Woman Award, le prix a été rejoint par le Bold Future Award en 2014, tous deux étant attribués aux femmes qui ont créé, repris ou développé une entreprise. Au cours des 50 dernières années, 350 femmes provenant de 27 pays ont été distinguées. En Suisse, la 17^e édition des Bold Awards se tiendra en 2022, avec une nouveauté: le Bold Champion Award récompensant un homme qui s'est engagé à long terme pour la promotion des femmes au sein de la société.



2021

DE LA CAVE AU JARDIN

Veuve Clicquot lance le projet *Garden Gastronomy*, avec le chef suisse **Dario Cadonau**, (1 étoile Michelin et 17 points Gault&Millau), nouvel ambassadeur de la marque. L'idée est de proposer des mets à base de légumes frais provenant de la région de l'Engadine où le chef exerce, et de les marier au champagne d'exception qu'est la cuvée La Grande Dame. Un mariage des terroirs à déguster au restaurant gastronomique Vivanda, In Lain Hotel Cadonau.



1972 CUVÉE LA GRANDE DAME

«Une seule qualité, la toute première», telle était la devise de Madame Clicquot, pour qui le **pinot noir**, cépage principal de la Maison, avait un potentiel unique pour créer le meilleur champagne. Pour lui rendre hommage et marquer son bicentenaire, la Maison lance en 1972 une cuvée de prestige: La Grande Dame, issue de l'assemblage des grands crus historiques: Verzy, Verzenay, Bouzy, Ambonnay, Ay, Le Mesnil-sur-Oger, Oger et Avize.



1805

VEUVE CLICQUOT

François Clicquot, fils du fondateur de la Maison de Champagne, épouse Barbe-Nicole Ponsardin en 1798. Auparavant, il s'est formé à Saint-Gall chez un ami de son père, qui écrit: «Il fait provision de connaissances mercantiles». De retour à Reims, le fils s'investit dans l'entreprise paternelle, avant de mourir en 1805. A 27 ans, la jeune **Veuve Clicquot** s'appuie alors sur un autre ami suisse, Louis Bohne, qui l'aide à développer la Maison.



1773

LA SUISSE DÉJÀ

Les premiers clients helvétiques achetaient des étoffes à Philippe Clicquot Muiron avant de se fournir en vin de Champagne, qui, à la fin du XVIII^e siècle, devient l'activité principale de la Maison. Un an seulement après la fondation de la Maison Clicquot, en 1772, des bouteilles sont expédiées à Bâle (à l'**Hôtel des Trois-Rois**) ainsi qu'à Lausanne. En 1775, les premières bouteilles de Champagne rosé à destination d'un marché étranger sont livrées à Lausanne également.

MODE

PARÉ COUVERT

DE L'ALPE À LA VILLE, DE L'HIVER AU PRINTEMPS, LA DOUDOUNE REBONDIE EST LA TENUE DE PROTECTION ULTIME. EN GRAND STYLE.

PHOTOS ARTHUR DELLOYE STYLISME SIMON PLYSER



PAGE DE GAUCHE Doudoune courte, jupe matelassé et boots montantes en polyamide, **Louis Vuitton**. Pull col roulé en laine et bonnet en laine angora, **Celine Homme**.

CI-DESSUS Veste en tissu Dyneema®, pantalon en micro ripstop et cardigan zippé en jersey techno stretch léger, **Moncler Grenoble**. Bob en flanelle et chaussures d'escalade en cuir de veau, **Loewe**. Lunettes de soleil en acétate, **Alpina**. Montre Aquaracer Professional 200, acier, 40 mm, automatique, cadran brossé soleilé bleu légèrement fumé, lunette tournante unidirectionnelle, **TAG Heuer**.

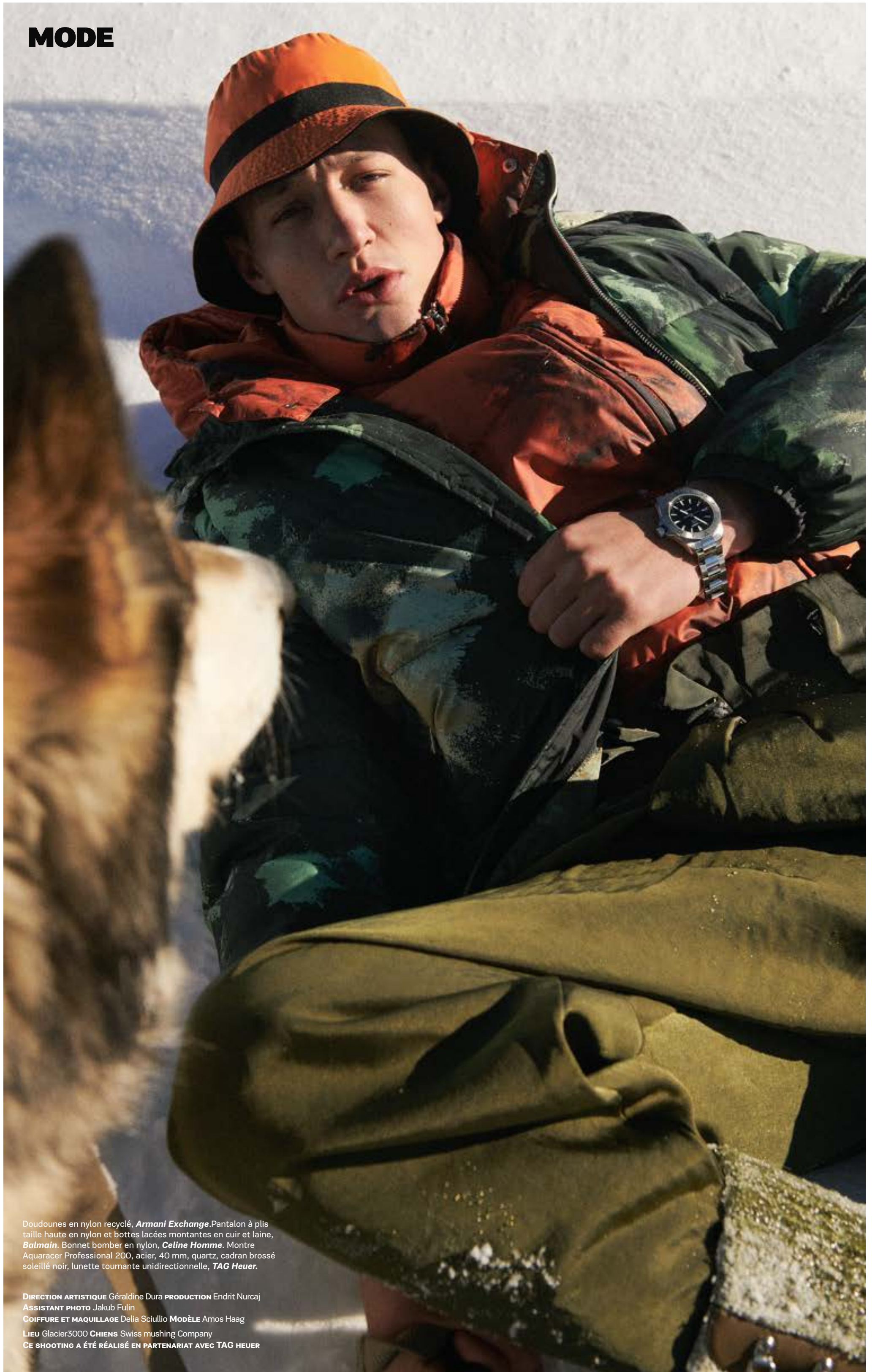


CI-DESSUS Doudoune argentée en tissu technique et pantalon cargo en laine, **Lanvin**. Baskets en matière technique et daim, **Armani Exchange**.

PAGE DE DROITE Veste matelassée, **Mugler**. Pull col roulé brodé en laine, bonnet bomber en nylon, sac à dos en toile et laine en cuir, **Celine Homme**. Pantalon en coton, **Alexander McQueen**. Montre Aquaracer Professional 200, acier, 40 mm, automatique, cadran brossé soleillé noir légèrement fumé, lunette tournante unidirectionnelle, **TAG Heuer**.



MODE



Doudounes en nylon recyclé, **Armani Exchange**. Pantalon à plis taille haute en nylon et bottes lacées montantes en cuir et laine, **Balmain**. Bonnet bomber en nylon, **Celine Homme**. Montre Aquaracer Professional 200, acier, 40 mm, quartz, cadran brossé soleillé noir, lunette tournante unidirectionnelle, **TAG Heuer**.

DIRECTION ARTISTIQUE Géraldine Dura PRODUCTION Endrit Nurcaj
ASSISTANT PHOTO Jakub Fulin
COIFFURE ET MAQUILLAGE Delia Sciullio MODÈLE Amos Haag
LIEU Glacier3000 CHIENS Swiss mushing Company
CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ EN PARTENARIAT AVEC TAG HEUER

Poussée d'adrénaline

MONTRE-OUTIL DOPÉE
À L'EXPLOIT, L'AQUARACER
PRÉSENTE SA DERNIÈRE
ÉVOLUTION: LA PROFESSIONAL 200.

TEXTE LA RÉDACTION

UN VENT TEMPÉTUEUX balaie les sommets, faisant tournoyer la neige en envolées glacées. A 3000 mètres d'altitude, l'équipe du shooting bat des mains pour se réchauffer et se demande si tout cela est bien raisonnable. Les bourrasques ont condamné à l'arrêt la plupart des remontées mécaniques du domaine skiable de Glacier 3000, au-dessus de la station des Diablerets. Qu'à cela ne tienne: un bus des neiges monté sur d'impressionnantes chenilles vient chercher gens et matériel. Il manœuvre au millimètre dans le grand nuage de neige, en équilibre sur l'étroit passage au sommet de la falaise, avant de piquer droit en bas, dans la pente escarpée. On s'accroche, on retient les objectifs et les valises qui dévissent dans l'habitacle. Voilà exactement le type de conditions qui siéent à la montre Aquaracer Professional 200, dont on peut voir trois modèles dans les pages qui précèdent. TAG Heuer a lancé, voilà quarante ans, une montre-outil de luxe tout terrain parmi les plus fiables. Déjà à l'époque, la collection cohabitait toutes les cases: résistance au froid, au magnétisme, à la pression des profondeurs. Frédéric Arnault, PDG de TAG Heuer, n'a pas hésité une seconde quant à la pertinence d'imaginer une héritière contemporaine à cette pionnière. «L'Aquaracer figure au rang des montres signatures de TAG Heuer, dit-il, tout autant que la Carrera ou la Monaco. Ses codes et la philosophie à son origine ont été édictés il y a plusieurs décennies et n'ont jamais perdu de leur pertinence ni de leur passion, en particulier en cette saison de nouveaux départs et de voyages inédits.»

Des grands espaces à la vie quotidienne

Tout commence en 1978, l'année où Jack Heuer, arrière-petit-fils du fondateur et alors directeur de l'entreprise horlogère, crée la référence Heuer 844. Conçue pour les hommes et les femmes amoureux de sport et de sensations fortes – sur terre ou en mer –, la montre définit à elle seule une nouvelle catégorie de performances ultimes. Le nom Aquaracer est ajouté en 2004. Il désigne six codes de design: une lunette rotative unidirectionnelle, une couronne vissée, une étanchéité jusqu'à 200 mètres au moins, des repères lumineux, un verre saphir et un fermoir à double sécurité.

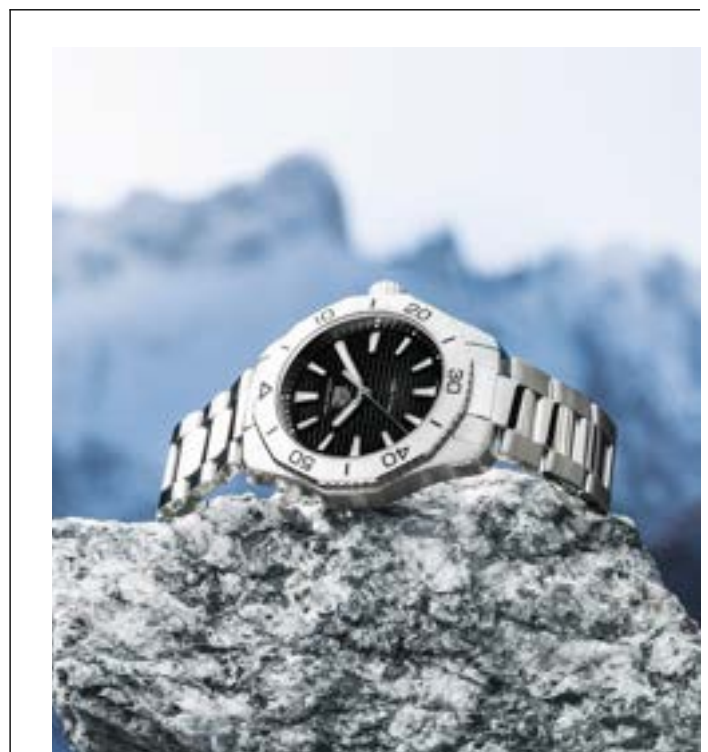
Ses six codes restent immuables. Mieux: identitaires et incontournables. «Les in-

conditionnels de TAG Heuer recherchent des icônes du passé, comme les modèles références des séries 844, 1000 et 2000», atteste Guy Bove, directeur créatif de TAG Heuer. «L'Aquaracer Professional 200 représente une évolution de cette histoire globale. Vous voyez que notre intention a été de créer une montre actuelle, ayant malgré tout l'aspect des montres-outils d'antan.» Et voilà cette année l'esprit Aquaracer immortalisé en onze références en acier: une version 40 mm avec deux éditions automatiques et deux éditions à quartz; une collection 30 mm avec deux éditions automatiques et cinq éditions à quartz. Chacune a été largement testée dans la manufacture de TAG Heuer à La Chaux-de-Fonds, afin d'éprouver sa précision, son étanchéité et sa résistance à l'abrasion ainsi que pour garantir la capacité du bracelet à supporter les accidents. La principale garantie de la série Aquaracer Professional réside dans ses performances sous pression. Evidemment, la dose d'adrénaline contenue dans son ADN fait l'effet d'un comprimé effervescent de vitamine. Ça dope immédiatement le moral de porter une telle création. Ça parle exactement à une envie d'ailleurs tapie au fond de soi. Ce qui nous amène à une autre évidence: la montre répond à un besoin du moment. Un besoin d'évasion, de dépassement de soi, comme «compagne d'une vie au rythme soutenu, inoubliable, faite de réalisations, une vie au-delà des limites», selon Frédéric Arnault.

Le jour de notre shooting, la montre – comme le reste de l'équipe – a bien assuré. Le vent est miraculeusement tombé en milieu de matinée et il a même été possible de la photographier, totalement chic, en plein soleil plutôt que dans la bourrasque. ●

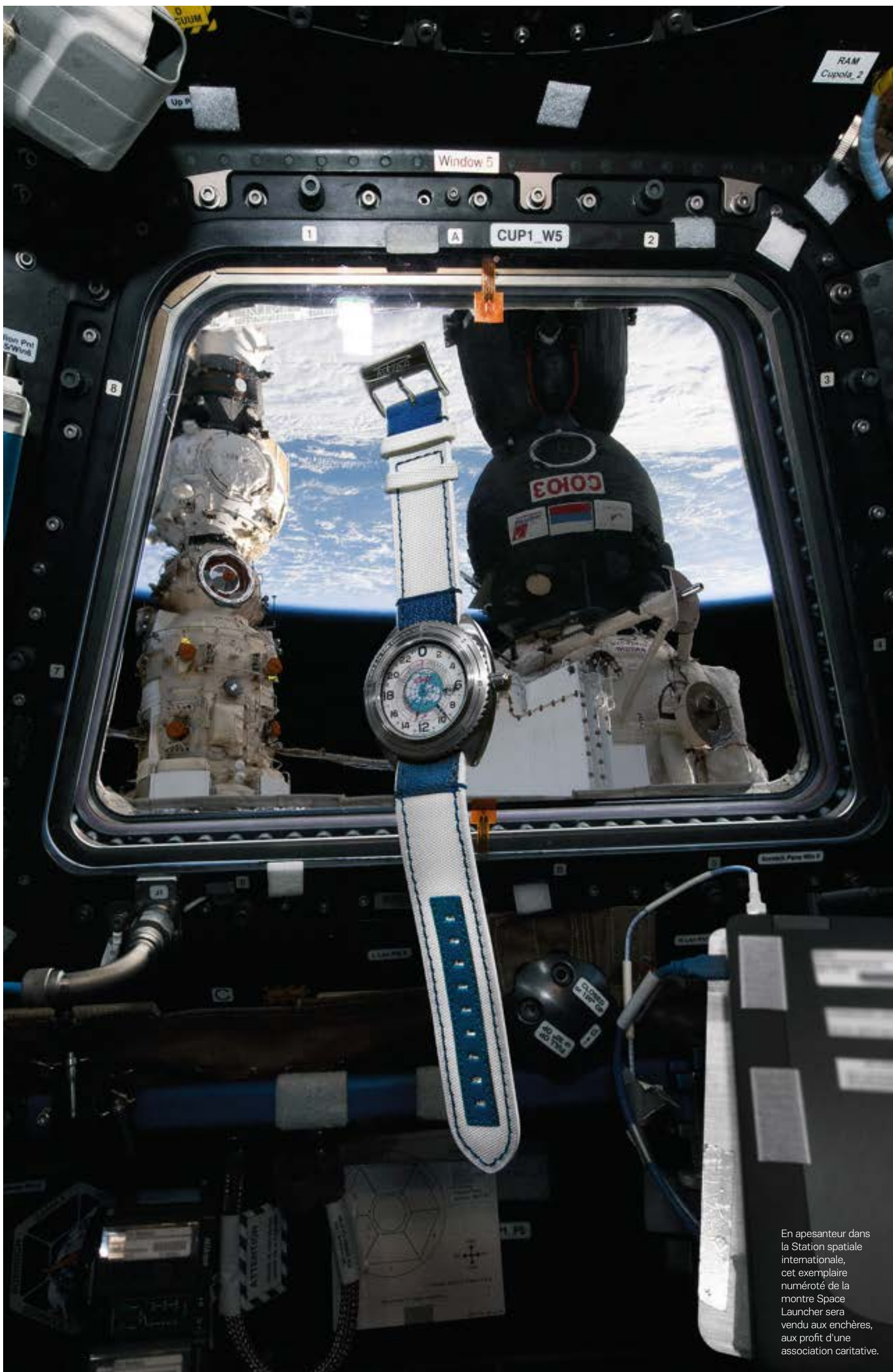


Veste matelassée, **Mugler**. Pull col roulé brodé en laine, bonnet bomber en nylon, sac à dos en toile et laine et bottes lacées en cuir de veau, **Celine Homme**. Pantalon en coton, **Alexander McQueen**. Montre Aquaracer Professional 200, acier, 40 mm, automatique, cadran brossé soleillé noir légèrement fumé, lunette tournante unidirectionnelle, **TAG Heuer**.



MINIMALISTE OU INTRÉPIDE?

La première décision à laquelle sont confrontés les clients de la nouvelle Aquaracer Professional 200 est le choix du diamètre. Parmi les sept références en 30 mm, des options élégantes et ludiques sont proposées: des cadrans soleillés bleu clair ou noirs, des diamants, de la nacre... Les quatre versions 40 mm indiquent parfois la date et offrent en tous les cas de l'intrépidité au poignet... Facile donc de choisir son camp en fonction de ses affinités. Mais vient ensuite la question du mouvement. Automatique ou quartz? Au cas où l'on penserait qu'on est là devant un cas de conscience, Guy Bove sauve la situation: «Avec les versions automatiques et à quartz, nous déclinons le thème de l'élégance, offrant à la montre une lunette plus étroite, des index plus longs et des repères plus solides à 3 h, 6 h, 9 h et 12 h.» Et, dans tous les cas, les pièces conservent les mêmes caractéristiques techniques.



En apesanteur dans la Station spatiale internationale, cet exemplaire numéroté de la montre Space Launcher sera vendu aux enchères, au profit d'une association caritative.

Résolument **space**

LA MARQUE DE MONTRES RUSSE RAKETA PART À LA CONQUÊTE DE L'ESPACE ET DES MARCHÉS INTERNATIONAUX. UNE ÉPOPÉE ENTREPRENEURIALE HAUTE EN COULEURS, ÉMOTIONS ET HISTOIRES.

TEXTE RENATA LIBAL



Le directeur de production Anatoly Cherdantsev, au milieu des machines qu'il a sauvées à la chute de l'empire soviétique, dans les années 1990.



Le modèle Russian Code (édition limitée) reproduit le mouvement naturel des planètes: ses aiguilles tournent en sens inverse.

COSMONAUTE RUSSE, vétérans des grandes missions dans l'espace, Alexandre Alexandrovitch Missourkine, a particulièrement savouré sa sortie de décembre dernier, en tant que commandant de la mission Soyuz MS-20: il ne s'agissait pas, pour une fois, de transport d'équipage ou d'opération de maintenance, mais d'accompagner... deux touristes pour un séjour à la Station spatiale internationale (ISS). Presque un voyage d'agrément? Toujours est-il que l'homme, en esthète, a eu le temps de jouir de la vue sur la terre au travers des hublots de la coupole et d'admirer la montre Raketa à son poignet, un modèle tout récent, qui affiche les 24 heures de la journée. A plus de 400 kilomètres sous ses pieds (ou au-dessus de sa tête – sait-on jamais dans l'espace?), il neige sur Saint-Petersbourg comme il se doit en cette saison et les employés d'une petite manufacture horlogère, gilet en laine épaisse sur le dos, suivent la mission avec une attention toute particulière. C'est qu'ils ont conduit, en été dernier, d'autres cosmonautes entre fours, tours et établis, tandis que l'équipe de design élaborait ce même modèle en série limitée, en partenariat avec Roscosmos, l'agence spatiale russe: une montre dont le boîtier a été taillé dans le métal de la fusée Soyuz-2.1a et dont le bracelet est découpé dans un morceau de l'emblématique combinaison bleue et blanche «Sokol». Un pan de conquête spatiale au poignet, avec des matériaux revenus de l'atmosphère. Le coffret contient, en plus de la montre, une miniature de la fusée.

Or, si l'agence spatiale russe s'alimente aux technologies les plus pointues, la tête dans les étoiles et le regard rivé sur le futur, pour la manufacture Raketa, c'est une autre histoire. La marque a les bottes solidement plantées dans le terreau de l'histoire russe. Nous avons affaire là à la plus ancienne usine de l'empire, tous secteurs confondus, fondée il y a 300 ans – en 1721 exactement – par le tsar Pierre le Grand. Ce mégalomane visionnaire était alors en train de bâtir Saint-Petersbourg et se faisait construire un palais

d'été à proximité, Peterhof, dans un parc orné de multiples fontaines et ouvert sur le golfe de Finlande. Comme il fallait des vasques d'opaline et des colonnes de malachite pour appuyer ce faste, il a fondé tout près cette société spécialisée alors en pierres fines. Un fac-similé du décret figure en bonne place sur le mur de l'usine, toujours sise dans la même bâtisse historique, passablement outragée pas les aléas du temps.

Quel lien entre pierres et montres? Les techniques de taille et de polissage. Petit à petit, les ouvriers se sont retrouvés à travailler sur des pendules ornementales, des horloges solaires, puis ces rubis si importants dans les mouvements horlogers. A la révolution russe en 1917, l'attrait pour les bibelots de pierre s'est évidemment évaporé d'un coup. Feu la manufacture lapidaire impériale, devenue entreprise nationalisée, elle a encore taillé les étoiles au sommet du Kremlin, puis le tombeau en marbre de Lénine, mais elle s'est définitivement convertie à un savoir-faire plus utilitaire: la montre. A la fin de la guerre, la marque Pobeda (victoire) a accompagné le sentiment de fierté nationale, puis en 1961, une nouvelle ligne a été lancée à la gloire du cosmonaute Youri Gagarine.

Un musée d'horlogerie vivant

Nous voilà donc à Raketa, un nom qui signifie « fusée » en russe, montre mécanique simple, robuste, fiable et accessible, qui a fait fureur dans tout le bloc soviétique, avec près de 5 millions de pièces fabriquées par an à la grande époque. C'est cette histoire-là qui est en train de renaître de ses cendres, depuis qu'un entrepreneur franco-britannique, aujourd'hui aussi soutenu par des fonds et des savoir-faire suisses, a racheté la marque en 2010.

En romantique passionné (une influence de l'âme slave?) David Henderson-Stewart ne savait sans doute pas dans quoi il s'embarquait quand il est tombé amoureux de Raketa et qu'il y a investi toutes ses économies. En blouse blanche au milieu des machines qui suintent d'huile ambrée et font voler les copeaux d'acier, il couvre sa centaine d'employés d'un regard fier: «J'ai récupéré tout l'outillage d'époque et, sur les

242 composants du mouvement, 85% sont fabriqués sous ce même toit. Combien de marques horlogères peuvent-elles en dire autant?» Pas plus d'une dizaine au monde, dont plus de la moitié en Suisse. Et on parle là aussi des si délicats spiraux, ces minuscules ressorts, organes de régulation, qui donnent des sueurs froides à bien des horlogers – le cœur de la montre, en somme. Et voilà aussi des guillochages à motifs très particuliers sur la masse oscillante. Mais là où la high tech et les outils informatisés prévalent en général, Raketa réalise ses pièces sur des machines qui ne dépareilleraient pas au musée. La visite des lieux (ouverts au public sur inscription) s'avère ainsi passionnante: bienvenue dans l'histoire horlogère, dans le métier tel que pratiqué il y a plus d'un demi-siècle, quand la majorité des 8201 gestes nécessaires à chaque modèle étaient réalisés à la main. Reste à croiser les doigts pour que les bonnes vieilles machines-outils, souvent achetées jadis en Suisse, ne lâchent pas. «Les pannes surviennent, naturellement, rit le propriétaire des lieux. Mais au moins les équipes savent les réparer. Il ne faut pas oublier que nous sommes les seuls horlogers à la ronde! Pas moyen de faire appel à un spécialiste, de trouver un sous-traitant. Nous avons intérêt à savoir nous débrouiller seuls.»

Les montres issues de cet héritage exceptionnel commencent à intéresser, au-delà du marché russe, les collectionneurs du monde entier. Le rapport qualité prix est plus qu'intéressant (prix moyen: 1300 fr.) et la sensation est très particulière quand on arbore ainsi un pan d'histoire mondiale – qu'on l'envisage au premier ou au 27^e degré. David Henderson-Stewart présente ses collections depuis quelques années lors des Geneva Watch Days et, en ligne (livraison sous 24 heures), la marque est distribuée dans une soixantaine de pays. Outre la montre attachée à la conquête spatiale, il y a des modèles pour explorateurs polaires, d'autres liés aux avions de chasse ou aux sous-marins russes classe Akula, d'autres encore inspirés de l'avant-garde artistique des années 1930. A Berne, le premier point de vente suisse ouvert en mai dernier a rencontré un joli succès d'estime, avec une centaine



LE BOSS

Installé en famille à Moscou, David Henderson-Stewart a racheté la marque de montres Raketa en 2010, avec l'ambition d'imposer une vision du luxe empreinte de l'histoire russe.



Les modèles Raketa arborent un 0 à la place usuelle du 12 (ou du 24): chaque jour, chaque heure est un nouveau commencement. Cette montre Leopard 24 est inspirée du sous-marin russe classe Akula.



Avec ses plus de 80 printemps, la constructrice Ludmila Voynik, vétérane de la manufacture, fonctionne comme mémoire collective.

de pièces vendues. Et surtout, depuis 2019, la marque a séduit le Suisse Manuel Emch, qui a rejoint l'aventure en devenant investisseur et président du conseil d'administration. Amateur d'art contemporain, manager horloger très créatif et expérimenté (Swatch Group, RJ-Romain Jerome, actuellement à la tête de la marque Louis Erard), le consultant plein d'ardeur croit fermement au potentiel de cet outsider qui incarne authenticité et luxe made in Russia, avec cette identité liée à la force, la simplicité, la bien-facture: «L'histoire de cette marque est unique, explique celui qui élaboré la stratégie commerciale. Elle rassemble tous les ingrédients du succès: émotion, savoir-faire, collaborations exceptionnelles... C'est un diamant brut, qu'il faut maintenant tailler et sertir!»

L'indispensable passion humaine

Et d'insister aussi sur l'incroyable pâte humaine («une vraie famille!») qui rend cette épopée industrielle possible, de l'actuel directeur de production Anatoly Cherdantsev qui a caché les machines pour éviter les pillages à la chute de l'empire soviétique, il y a trente ans, à Xavier Giraudet, un horloger français virtuose installé à Saint-Petersbourg, en train d'élaborer une nouvelle collection très haut de gamme. Cette dernière réintroduit la pierre fine en un cercle d'emboîtement en onyx, lapis lazuli ou délicat jade gris (faites vos choix !) visible sur le cadran. Voilà qui renoue avec l'esprit des Romanov...

Les gens, justement! Dans la cafétéria de l'usine, autour de la nappe en plastique à imprimé vichy vert, l'équipe en pause de midi propose à la visiteuse du café soluble dans une tasse aux motifs dorés d'inspiration très impériale. On ouvre une boîte de meringues et on raconte. Il y a là Caterina Ushopova, une jeune ingénieure qui travaille au développement, mais aussi Ludmila Voynik, une babouchka octogénaire très en verve, qui n'a nullement l'intention de cesser de travailler dans une usine qu'elle a intégrée en... 1959. «J'ai participé à l'élaboration du mouvement actuel, se souvient-elle. Dans les années 1960, nous avons passé beaucoup de temps à démonter et remonter des montres suisses, pour comprendre en quoi elles étaient uniques. Le mouvement

Raketa est la synthèse de nos expérimentations.» Actuellement, dans la manufacture, les postes fonctionnent en duo: un vétérane expérimenté, qui connaît les machines, qui a le coup de main, et un jeune avide d'apprendre. La transmission, comme dans les contes de fées...

Si toute l'équipe est fière du chemin parcouru et retrouve les manches afin d'augmenter la cadence de production pour répondre à la demande (10 000 montres prévues cette année), elle n'a pas fini d'ouvrir de grands yeux. Des travaux commencent ces jours pour aménager l'usine sur un étage

supplémentaire et créer un espace café, boutique et musée. Le concept a été confié à la star montante du design Harry Nuriev et l'espace prévu s'inspire de la cathédrale de béton de Le Corbusier, avec ce mélange de grandeur et d'esthétique industrielle. L'ouverture est prévue pour juin: voilà l'arrivée sur place de la planète hype – tendance Miami Art Basel – qui offrira un contraste saisissant avec les actuelles arrières-cours battues par les vents, ainsi qu'avec les dorures et flonflons du Palais d'été, à un jet de pierre de là. Le cours de l'histoire est riche en rebondissements. ☉



LE STRATÈGE

Dans le rôle de l'horloger suisse à Saint-Petersbourg: Manuel Emch. Le manager indépendant (son bureau s'appelle... Le Büro) a déjà relancé plusieurs marques et apporte, depuis 2019, son flair pour l'art, le design et l'architecture à Raketa. C'est lui qui contribue à positionner ces montres comme autant d'objets de désir.



Tutoyer le dôme de Saint-Isaac

Cap sur Saint-Petersbourg

La ville impériale vient de se voir distinguée, par les World Travel Awards, comme l'une des meilleures destinations urbaines en Europe. Actuellement, deux vols directs Aeroflot la relie à Genève en 3h30. Outre la visite de Peterhof et celle de la manufacture Raketa, on n'en repart pas sans avoir...

Mangé du crabe du Kamtchatka, au restaurant Mansarda, avec vue saisissante sur le dôme doré de la cathédrale Saint-Isaac, à hauteur d'yeux.

Guetté le coup de canon qui, chaque jour, marque midi.

Rempli sa gourde d'eau bénite dans le réservoir de la cathédrale Notre-Dame-de-Kazan.

Repéré les designers de mode du cru dans le beau magasin Au Pont Rouge, datant de 1907. **Souri**, dans le musée de l'Ermitage, devant la toile double-face qui représente le dernier tsar Nicolas II d'un côté, Lénine de l'autre.

Bu un cocktail... mexicain au minuscule El Copitas, désigné 8^e meilleur bar au monde par la liste The World's Best Bar Restaurant (sur réservation).

Enfilé ses escarpins/chaussures légères pour assister à un ballet – forcément féérique – au Théâtre Mariinsky.

CUPRA BORN

100% ÉLECTRIQUE



THE IMPULSE
OF A NEW GENERATION

Elle est arrivée. La nouvelle CUPRA Born: 100% électrique, 100% CUPRA. Elle séduit avec son design stylisé caractéristique, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur. Grâce à sa technologie de moteur électrique hautement développée, elle offre une expérience de conduite jusqu'ici inégalée. Plongez dans cette nouvelle ère de la mobilité.



Small & Compact Electric Cars
AUTO BILD, issue 45/2021 &
BILD AM SONNTAG, issue 46/2021

cupraofficial.ch

CUPRA Born, 204 ch, 19.4 kWh/100 km,
0 g CO₂/km, cat. A





Perchée au dessus de Majola en Engadine, cette Mountain Hut est ouverte aux amis de la marque de chaussures On.

Mon nid loin de tout

SUR LES HAUTES CIMES OU À LA LISIÈRE D'UNE FORÊT, LES MINUSCULES COCONS DOUILLETS ISOLÉS, INCARNENT UNE VERSION TRÈS CONTEMPORAINE DU LUXE.

TEXTE JENNIFER SEGUI

IL EST DES LIEUX qui se méritent. La Mountain Hut érigée en Engadine par la marque suisse de chaussures de sport On Running en est un. Après une succession de trains et de bus, il faut encore deux heures d'une randonnée sportive pour atteindre le but, situé à 2500 mètres d'altitude, au milieu de rien. Ou plutôt de tout: un lac qui se confond avec le ciel, cerné de majestueuses montagnes. Que demander de plus? Ce décor grand angle s'offre aux amis de la marque, invités à passer la nuit dans les quelques mètres carrés de cette *tiny house* haut perchée. Montée le temps de l'été 2019 au-dessus du petit village de Maloja, près de Saint-Moritz, au cœur des Grisons, cette mini-cabane aux contours high-tech, exclusivement composée de matériaux recyclables, alimentée en électricité par des panneaux solaires et en eau par la source toute proche, chauffée par un poêle à bois et dotée de toilettes sèches, offre un confort que certains qualifieraient de rudimentaire. Mais le bonheur est ailleurs: dans la certitude de vivre un privilège unique. A en croire les posts et autres vidéos YouTube de ceux qui, dans toutes les langues, racontent

leur nuit au-dessus des nuages, l'expérience remporte un plébiscite massif. Couper du bois pour se chauffer, aller chercher l'eau qui ruisselle entre deux roches pour se nourrir et faire sa toilette du matin, cuisiner patiemment son assiette de pâtes sur le poêle, oublier son ordinateur, son téléphone, ralentir dans le silence et l'immensité... Pour Romain Gisselbrecht, chargé de communication pour On Running, le but des créateurs de la marque est atteint avec cette proposition unique qui, après une interruption de deux ans pour cause de pandémie, devrait être renouvelée: «Toutes les personnes qui sont montées à la cabane en redescendent avec le sourire. Il faut croire que la vie simple en montagne plaît!»

Un retour aux sources

Pour extrême qu'elle soit, l'expérience est emblématique de la quête d'un nouveau luxe: celui de pouvoir, une nuit ou quelques jours s'extraire de tout. Revenir aux gestes basiques, se retrouver face à soi-même loin du bruit et de la fureur, laisser de côté ce qui fait l'agitation du monde pour mieux se ressourcer... Désormais,

de nombreux lieux isolés misent sur cette offre rare d'un retour à la simplicité, en ces temps agités où la distanciation sociale imposée est devenue un art de vivre. Et l'offre s'étend même à l'hiver. Véronique Kanel, porte-parole de Suisse Tourisme, confirme: «Cette tendance à rechercher des hébergements «cocooning» proches ou en immersion dans la nature est apparue il y a une dizaine d'années. Elle est motivée par un désir de vivre une expérience sortant de l'ordinaire et, surtout, de se rapprocher de la nature et de fuir la foule. Ces souhaits ont encore été renforcés par la pandémie. Se retrouver seuls, loin des écrans, et sans pratiquement aucun autre touriste est un souhait encore plus fortement exprimé lors de vacances ou de congés en cette période de pandémie.» L'envie est si forte que Suisse Tourisme collabore même à une plateforme de réservation de chalets d'alpage isolés (alp.holidaybooking.ch) et s'apprête, cette année, à relancer son opération d'hébergements insolites «Hôtel Mille Etoiles», qui avait remporté un franc succès l'an dernier.

Si la tendance s'accroît fortement, elle n'est pas nouvelle. En Suisse, les Whitepods, ces structures futuristes douillettes amarrées à flanc de montagne à 1400 mètres au-dessus de Monthey, en Valais, ont, il y a une quinzaine d'années, fait office de pionniers, proposant une autre vision du luxe, en dehors des sentiers battus et des standards habituels du genre. En Valais toujours, les époux Buchs, qui viennent de confier à leurs filles les clés de leur charmant hôtel Bella Tola, à Saint-Luc, ont aussi, il y a une dizaine d'années, été les premiers à réhabiliter un mayen retiré pour offrir à leurs clients la possibilité d'un retour à l'essentiel, dans un chalet d'alpage tout en bois et magnifiquement décoré, où le luxe tient dans «le paysage et la simplicité retrouvée». «Au commencement, nous avions repris ce mayen pour nous car, vivant dans l'hôtel, nous avions envie d'un lieu pour nous ressourcer, explique Anne-Françoise Buchs. Mais, travaillant beaucoup, nous y allions peu, et avons commencé à le proposer à nos clients qui ont adoré l'expérience.» L'été dernier, dans le contexte de la pandémie, l'endroit n'est pratiquement jamais resté vide et les hôtes ont adoré lire, se promener, prendre le temps de cuire un gâteau. «La notion de luxe s'est déplacée vers une expérience plus authentique», remarque Anne-Françoise Buchs.

Aujourd'hui, l'offre s'élargit dans ce segment de nid intime pour s'isoler. Là (à Veysonnaz, par exemple, ou à Zermatt), un minuscule chalet loin des pistes. Ailleurs (à Crans-Montana/Aminona), deux mayens élégamment rénovés où ne règne plus que le silence quand les skieurs sont rentrés. Autre piste: les hôtels de grand luxe, comme

le Vitznauerhof, à Lucerne, se mettent à créer des annexes dans le parc, où les clients peuvent se lover, comme dans un cocon. L'Hotel Landgasthof Kemmeriboden-Bad, à Schangnau, dans l'Emmental, a ainsi été jusqu'à créer un igloo tapissé de peaux de mouton pour ceux qui veulent oublier le monde. Une des récentes expériences les plus abouties dans le domaine de l'authenticité liée à un plaisir esthétique est certainement celle d'Anako Lodge, situé à La Forclaz, dans le val d'Hérens. Ce petit hameau constitué d'anciens bâtiments agricoles, greniers, raccards et granges, réhabilités accueille des couples ou des familles en quête de tranquillité. Imaginés et conçus par l'architecte Olivier Cheseaux pour sauvegarder ce patrimoine vernaculaire valaisan, ces chalets proposent, hiver comme été, un confort épuré magnifié par la nature environnante visible par les baies vitrées. Des mayens accessibles après une petite marche de 250 mètres, dans lesquels, à peine la porte franchie, on se sent bien. Où le rythme ralentit, les tensions s'apaisent pour laisser le visiteur profiter de ces espaces de paix où le paysage s'offre à travers les fenêtres comme un tableau. De quoi donner envie de passer ses prochaines vacances en mode slow life! ☺

Nos adresses

Ogens (VD)

Les cabanes de Marie
www.lescabanedemarie.com

Saint-Luc (VS)

Le Mayen du Bella Tola
www.bellatola.ch

La Forclaz (VS)

Anako Lodge
www.anakolodge.ch

Crans-Montana (VS)

Le hameau de Colombire
www.colombire.ch/

Les Giettes (VS)

Whitepod Hotel
www.whitepod.com/

Veysonnaz (VS)

www.alp.holidaybooking.ch/

maison-de-vacances/1975247

Gstaad-Zweisimmen (BE)

Lac de Forellensee
www.forellensee.ch

Morat-Meyriez (BE)

Le Diamant de Verre de la Pinte du Vieux Manoir
www.vieuxmanoir.ch/fr/rooms/glass-diamond

Et aussi...

Sélection de chalets d'alpage entièrement équipés:

www.myswitzerland.com/fr-ch/hebergement/best-of-swiss-hotels/chalets-dalpage-suisse/

PUBLIREPORTAGE

UNE TRANSPARENCE DU CAFÉ DEPUIS SA PLANTATION

Nespresso lance un outil de traçabilité pour son café bio de la gamme Reviving Origins

Nespresso pose de nouveaux jalons en termes de transparence dans la chaîne d'approvisionnement du café. Le café bio unique Kahawa ya Congo, de la coopérative de caféiculteurs congolaise AMKA, est le premier café de la gamme Reviving Origins pour le système Original qui peut être suivi jusque dans la plantation.



Cette démarche a été rendue possible grâce à l'implication de nombreux partenaires, comme OpenSC, une start-up indépendante active dans les technologies telles que la blockchain.

Dès maintenant, les consommatrices et les consommateurs en Suisse pourront s'assurer eux-mêmes du voyage de leur café. Un pas supplémentaire vers plus de transparence, rendu possible grâce aux nouvelles technologies. En scannant le code QR de l'emballage des capsules Original, ils découvriront quand, où et par qui le café a été cultivé. Et ils percevront également que chaque caféiculteur a été rémunéré correctement pour son travail.

Le programme Reviving Origins relance la culture du café au Congo

Kahawa ya Congo est cultivé sur les rives fertiles du lac Kivu, à l'est de la République démocratique du Congo (RDC). Il s'agit d'un café bio onctueux aux notes légèrement fruitées et aux



arômes de céréales grillées et de noix. Dans le cadre de son programme Reviving Origins, Nespresso soutient depuis 2019 les caféiculteurs du Kivu afin de relancer l'économie locale du café et leur garantit ainsi un revenu à long terme. L'instabilité politique des 20 dernières années a fortement menacé la culture du café au Congo. Il y a quelques années encore, le café congolais comptait parmi les meilleurs du monde. Aujourd'hui, les caféiculteurs du Kivu sont en train de renouer avec cette époque. Les amateurs et les amatrices de café peuvent désormais savourer un café d'une grande rareté.



Découvrez d'où provient votre café.

Reviving Origins est un programme à long terme dans le cadre duquel Nespresso s'engage aux côtés des caféiculteurs pour faire revivre des régions caféières oubliées.



1



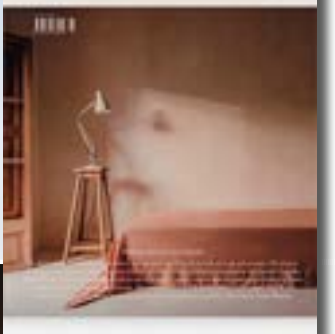
2



3



6 Openhouse



Ilse Crawford

LA DESIGNER ANGLAISE PRÔNE UN ENVIRONNEMENT DOUX, OÙ LES PETITS DÉTAILS RENDENT CHAQUE JOUR UNIQUE.

TEXTE RENATA LIBAL

BIEN-ÊTRE: LE CONCEPT EST galvaudé, entre programmes de spa et boissons detox. Mais s'il est une créatrice à même de revenir à la source de cette aspiration, c'est bien Ilse Crawford. Sans esbroufe, la designer londonienne de 60 ans s'emploie à soigner le détail, à dessiner la forme la plus juste, dans la matière et la couleur les plus chargées de sens, pour un environnement intérieur à même d'apporter du repos à l'âme. Cette démarche débouche sur une multitude de petits objets d'apparence modeste, mais dont le rayonnement dure bien au-delà du coup de cœur initial – comme sa nouvelle collection de délicats vases en verre recyclé pour Ikea. Avec son équipe du StudioIlse, une quinzaine de personnes, elle réaménage aussi des lieux publics, allant du Refettorio Felix, un restaurant caritatif londonien, au lounge des premières classes de la compagnie Cathay Pacific, à Hongkong. «Je cherche une ambiance de sécurité, qui donne envie aux gens d'être aimables les uns envers les autres.»

Vous collaborez avec Ikea, à créer des objets à tout petit prix...

J'aime l'idée que chacun puisse transformer l'atmosphère de son intérieur grâce à de petites charges émotionnelles... **La bougie Behjärtad (3)**, par exemple, évoque le feu de bois – un esprit de grand air qui parle à l'enfance de chacun.

La suspension en bambou, elle, est un best-seller depuis six ans...

J'ai adoré ce projet **Sinnerlig (2)**, qui propose, à petit prix, un vrai travail artisanal, réalisé à la main, dans d'excellentes conditions au Vietnam. Je pense que cette ode au savoir-faire se sent dans l'objet final.

Vous êtes-vous rendue sur place?

Oui, j'ai visité deux usines et j'ai été impressionnée dans la vitalité de l'artisanat. J'y ai aussi découvert les propriétés fascinantes de la **jacinthe d'eau (4)**: elle prolifère, mais on la récolte et ses joncs se transforment en rotin que l'on peut tresser. La plante devient objet de production industrielle.



4



5

Vous avez aussi restauré le restaurant Savoy, à Helsinki...

Il avait besoin de retrouver une chaleur humaine, mais les **pièces d'Aalto d'origine (5)**, de 1937, restaurées, restent merveilleuses. J'aime beaucoup travailler avec l'existant.

Vous avez souvent collaboré à des titres de presse, la lisez-vous?

Mon père était éditorialiste et je reste profondément attachée au papier, à la prise en main. Je lis le *New York Times*, *The Economist*, *The Guardian*, mais aussi les magazines de design comme **Openhouse (6)**, *Apartment* ou *Dirty Furniture*.

Un achat récent pour la maison?

Un **faux philodendron (1)**! Nous avons tous besoin d'un coin de nature à arroser.

Votre lieu de cœur?

J'ai vécu à New York, j'aime la Colombie, le pays de mon mari, mais **Londres (7)** reste magique: tant de strates historiques, tant de siècles et de destins s'y superposent. ☺



7

encore!

& TOUJOURS AVEC TOI

MODE

VOYAGES

www.encore-mag.ch

DESIGN

BEAUTÉ

GASTRONOMIE

AVENTURES

TON MAGAZINE LIFESTYLE
MAINTENANT AUSSI EN LIGNE



HERMÈS
PARIS

le cœur léger

