

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

TCHIN!

Après le spritz,
le gin tonic

VOYAGE

Luxe lent
à Merano



PORTRAIT
La nouvelle
vie de Christy
Turlington

Soleil
Maillots de guerrières
pour secouer la plage

JUIN 2017

**Le Matin
Dimanche**

Notre monde. Notre carte.
Nino Schurter, champion olympique et Jolanda Neff, championne d'Europe.



cr/basel



cornercard

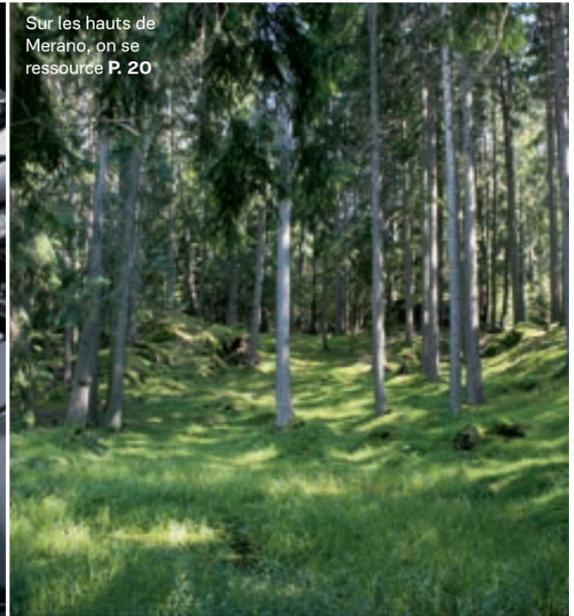
La carte gagnante pour tout et tous.
cornercard.ch



La présence durable de Christy Turlington **P. 8**



Des motos tirées d'un songe de mangaka **P. 10**



Sur les hauts de Merano, on se ressourcé **P. 20**

Soleil | Juin 2017

SUJETS

6 Tendances

Le dernier cocktail qui pétille? Le gin tonic ressuscité

11 Shopping

Des lunettes de soleil aussi précieuses que des bijoux

14 Maillots de bain

Formes et matières venues du sport pour corps d'amazones

22 Pour elle, pour lui

Cosmétiques et tissus légers comme l'été

RUBRIQUES

4 Merveilles **19 Backstage: maquillage de pro pour sirènes sportives**
23 Ses goûts: l'univers très smart de Chabi Nouri, la nouvelle directrice générale de la marque Piaget



De gauche à droite
 Maillot de bain, **Stella McCartney**, Lunettes, Speedo, Maillot de bain, **Chanel**, Montre Diver BR 03-92, automatique, 42 mm, étanche jusqu'à 300 m, **Bell & Ross**.



UNE

De gauche à droite
 Combi de surf, **Mugler**, Sac, Anthony Vaccarello pour **Saint Laurent**, Maillot de bain, **La Perla**, Maillot de bain, **Giorgio Armani**, Montre Seamaster Planet Ocean Big Blue, automatique, 45,5 mm, étanche jusqu'à 600 m, **Omega**,
Photos Matias Indjic
Stylisme Mathilde Camps

A fond vers l'été!

ATTACHEZ VOS CEINTURES, l'été se traverse en trombe! C'est peut-être une illusion d'optique, l'effet des années qui passent et qui construisent dans la tête une sorte de quintessence estivale... Ou alors l'effet réel des perturbations climatiques? Toujours est-il que j'ai la sensation que les étés suisses sont de plus en plus courts. Et de plus en plus éparpillés: en lieu et place de la longue plage de beau temps immuable dont je garde des souvenirs d'enfance (sans doute exagérés, d'ailleurs), on grappille quelques jours chauds de-ci de-là, offerts comme des cadeaux, un peu n'importe quand entre avril et octobre. Alors vite! Il s'agit d'en profiter sur-le-champ, d'enfiler des sandales, de se peindre



Renata Libal,
 rédactrice en chef

les ongles des orteils en orange corail, de foncer sur la première chaise longue à portée de vue. L'été était paresse, il est devenu urgence. D'une certaine manière, cette sensation de rapidité se traduit dans les garde-robes. Regardez nos maillots de bain (dès la page 14): ils sont découpés au laser, moulés en néoprène, stretchés en biais. Cette influence sportive sur la plage accompagne certes la pratique du stand-up paddle et du beach-volley, mais elle induit aussi un état d'esprit, un mental de guerrière. On s'habille (ou se déshabille...) pour gagner. Gagner quoi? Une place au soleil, allons! Si nous courrons vite, peut-être rattraperons-nous cet été qui essaie de nous semer? Ceux qui en doutent peuvent essayer de foncer à moto. Nos modèles d'inspiration manga (p. 10) sont taillés pour la victoire.



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

encore! est un supplément du **Matin Dimanche** et de la **SonntagsZeitung**. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zurich **Editeur**: Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne **Directeur Division Tamedia Publications romandes**: Serge Reymond **Rédaction en chef**: Renata Libal (responsable), Silvia Aeschbach (version allemande) **Edition**: Loyse Pahud **Mise en pages**: Géraldine Dura (directrice artistique) **Image**: Sophie Perraudin, Cendrine Pouzet **Ont participé à ce numéro**: Textes: Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger, Lauren Hostettler, Gloria Karthan, Brice Lechevalier, Sylvie Ulmann **Photos**: Matias Indjic **Stylisme**: Mathilde Camps **Illustrations**: André Gottschalk **Conception graphique**: Ariel Cepeda **Production allemande**: Ilaria Longo **Secrétariat**: Alessandra Ducrat **Photolithographie**: Photomedia **Correction**: Francis Cattin **Impression**: Swissprinters AG, Zofingue **Marketing**: Florence Ruffetta **Responsable commercial**: Philipp Markowski (Chief Sales Officer), Sascha Müller (Head of Advertising), Jean-Claude Plüss (Head of Sales), Michel Mariani (Head of Agency Relations) **Publicité: Publicité Print Suisse romande**, Tamedia SA, Tamedia Advertising, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch; **Publicité Print Suisse allemande**, Tamedia AG, Tamedia Advertising, Werdstrasse 21, 8021 Zurich, tél. +41 44 248 42 30, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch **Indication des participations importantes selon article 322 CPS**: CIL Centre d'impression Lausanne SA, homegate AG, ImmoStreet.ch SA, LC Lausanne-cités SA, Société de Publications nouvelles SPN SA. Tous droits réservés. En vertu des dispositions légales relatives aux droits d'auteur ainsi qu'à la loi contre la concurrence déloyale et sous réserve de l'approbation écrite de l'éditeur, sont notamment interdites toute réimpression, reproduction, copie de texte rédactionnel ou d'annonce ainsi que toute utilisation sur des supports optiques, électroniques ou tout autre support, qu'elles soient totales ou partielles, combinées ou non avec d'autres œuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.



Collection Sole, dans le catalogue 1963 de La Rinascente, une photo de Serge Libiszewski.

EXPO

100 ans sans rides

A Milan, on connaît bien le Dôme et ses toits. A côté se dresse le grand magasin haut de gamme La Rinascente, dont le bar tout en haut offre une vue imprenable sur ce même Dôme. Cette année, la chaîne d'établissements italienne, connue pour ses rayons luxueux de mode vestimentaire et de déco d'intérieur, fête son centenaire. Deux expositions rendent hommage au dynamisme de l'entreprise modèle. L'une, au Palazzo Reale de Milan, de l'autre côté de la place du Dôme (tout tourne autour de la fabuleuse église gothique) déplie l'histoire de ces cent ans dans la culture et la mode italiennes. On découvre notamment que la Rinascente doit son nom «renaissance» au



Deux musées, dont le Palazzo Reale à Milan, fêtent le centenaire des grands magasins les plus élégants d'Italie.

prince Gabriele d'Annunzio... Dans l'autre exposition, qui se tient, elle, à Chiasso, on apprend que le logo a été dessiné en 1950 pour l'achèvement de la reconstruction du magasin après la guerre, par le graphiste suisse Max Huber. Cette exposition-là fait la part belle à tous les éléments visuels de promotion de la Rinascente, affiches – de Marcello Dudovich dans le style Art nouveau –, publicités, photos de vitrines ou cabas faisant rayonner la marque toujours à la page. *Ilaria Longo*

«La Rinascente. 100 Anni di creatività d'impresa attraverso la grafica», Centro culturale Chiasso, m.a.x.museo. «LR100 Rinascente Stories of Innovation», Palazzo Reale, Milan. Jusqu'au 24 septembre.

L'ART À MOINS DE 1000 FRANCS

Le post-it à demeure



PAR LAURENT DELALOYE

On est en 2012, le Lausannois Nicolas Bamert (1987) a enfin son chez-lui. Début d'une nouvelle liberté...

De sa pendaison de crémaillère il fait une performance artistique. En compagnie de ses dix invités, il investit le salon avec des post-it, compagnons fidèles de ses idées. Il lui en faut plus de 12000! Du coup la maison qui les produit lui en offre 50000 pour ses œuvres futures. «Cette installation multicolore à 360 degrés a agi sur moi comme une thérapie», avoue-t-il avec malice. Pour en garder le souvenir, il prend la pièce en photo et la poste sur Facebook. Le buzz est lancé. A 26 ans, voilà Nicolas Bamert installé à Berlin, sa «deuxième liberté», où il peint, dans des bâtiments industriels abandonnés, des choses simples comme des bananes, cœurs, pâquerettes, nuages, chocolats... Là encore, il immortalise ses réalisations avec sa gopro, une caméra grand angle utilisée aussi dans le monde du freestyle, qu'il a par ailleurs longtemps pratiqué. Sa passion de la peinture devient si forte qu'il en abandonne son métier d'ingénieur en techniques du bâtiment, et dans son atelier de Montreux, désormais, tente de vivre de son art. Entre reality, duality, identity, originality, gravity et vitality, six thèmes avec lesquels il cohabite et crée son univers, il voit la vie en rose.

L'actu: Jusqu'à la mi-septembre, expo solo au Restaurant & Galerie Abordage, à Saint-Sulpice.

Site: www.originalartiste.com

Le prix: 800 fr.

«Post-it» 1/3 (40x60 cm), impression sur alu, signée et numérotée, 2012



DESIGN

L'humour viennois

C'est un esprit un peu Mitteleuropa, inspiré des cafés viennois 1900 et de leurs traditionnelles chaises à grand dossier en bois recourbé. Sauf que cette fois, les volutes sont en polypropylène copolymère et fibre de verre. Les designers milanais Ludovica et Roberto Palomba, du bureau PS + A, se sont amusés à décliner ce classique en une version astucieuse et contemporaine qui se plaît autant au salon qu'au jardin. Son nom, d'ailleurs – Sissi – évoque à la fois l'impératrice et les chichis raffinés. Résultat: un siège amusant et confortable comme un trône portatif et des ombres déliées au sol, les jours de grand soleil. Et des coussins pour changer de tenue. *Renata Libal*

Chaise Sissi, chez Driade. Disponible en blanc, gris clair ou foncé, rose poudré, lavande, anis et rouge, avec un choix de coussins en tissu ou cuir. Empilable, avec ou sans accoudoirs. Dès 138 euros.



Un dériveur ultrapratique pour fendre la rade de Genève.

SPORT

La voile plus accessible

Avec le Reverso, premier dériveur haute performance démontable, nul besoin de place d'amarage ni de budget démesuré, il suffit d'un mètre cube pour le stocker et de dix minutes pour le monter. Il tient dans un coffre de véhicule break, ou sur le toit d'une petite voiture, et se range même sous le bureau! Sûr et rapide, il se prête aussi à la navigation pépère, seul, à deux ou en famille avec des enfants. Pas d'inquiétude quant à sa fiabilité, il a été testé pendant tout un hiver dans la houle bretonne par un champion du monde de voile légère, et depuis a décroché son homologation européenne. Construit en Vendée et imaginé par un pilote d'avion de ligne passionné de planche à voile, le Reverso n'est pas seulement pratique et ingénieux, il procure des



Tout se démonte sur ce dériveur: coque, mât, dérive... Dès 8600 francs. Plus d'infos sur skippers.ch/reverso et démonstration vidéo sur reverso-project.com

sensations de glisse grâce à sa carène à bouchain qui le fait planer, et à la légèreté de sa coque (50 kg) entraînée par une voile de 6 m². Les quatre éléments de sa coque encastrables sont fixés par des crochets ultrarésistants de conception suédoise (utilisés par l'armée française en opération) et maintenus par un système de sangles breveté résistant à une demi-tonne de pression. Son mât en carbone est également démontable en quatre parties protégées au repos par une housse, de même que la dérive et le safran. Les premiers exemplaires ont été vendus des deux côtés de la Sarine par *Skippers, Voile & Océan*, magazine officiel de la Fédération suisse de voile séduit par la singularité du monocoque et devenu distributeur suisse. *Brice Lechevalier*

MONTRE

Comme une seconde peau



Au poignet, le bracelet de silicone fait l'effet d'un souffle de rien. Un peu comme un collant, comme un gant ou un jean moulant, la dernière-née de la marque de montre Swatch se confond avec la peau, donne l'impression de ne pas être là. Pourtant, le design, lui, est bien présent. La ligne Skin propose onze modèles pour homme et femme en deux tailles (36,8 et 44 mm) à l'allure assumée. L'un d'eux est le minimaliste Skinskin, couleur nude, qui disparaît vraiment sur le bras. Mais les autres jouent de l'élégance graphique. Coup de cœur pour ce modèle Skinamour rose, qui laisse apercevoir le mouvement sous le cadran ajouré... En 1997 déjà, la ligne se targuait, avec humour, d'être la «montre plastique la plus plate du monde» (5,4 mm). Aujourd'hui, la légèreté est renforcée par un effet de vague sur le profil du boîtier et par un bracelet remuant, qui se tortille avec aisance comme s'il dansait. La couronne, elle, est taillée dans une nouvelle forme inspirée du diamant. Pas cher, mais précieux tout de même. *Ilaria Longo*

Skinamour, Swatch, mouvement quartz, 115 fr., www.swatch.com



BIJOU

Eternelle jeunesse

Souvent premier bijou offert à la fillette qui se fait percer les oreilles, la créole chevauche les générations. Son aura avait pâli? La voilà qui, grâce au trend des nineties, revient plus malicieuse et précieuse que jamais. *L.H.*

Créoles Bois de Rose en or jaune, Dior Joaillerie, 3400 euros.



Un bon gin tonic se sert avec de gros glaçons, qui fondront plus lentement que de la glace pilée.

Un zeste plus tonique

STAR DES ANNÉES 1960 À 1980, LE GIN TONIC FAIT SON GRAND RETOUR SUR LES TABLES CHICS ET BRANCHÉES. CET ÉTÉ, IL SERA DIFFICILE D'Y ÉCHAPPER.

TEXTE SYLVIE ULMANN



GIN ET TONIC SUISSES

Créer son gin, selon sa recette originale, passionne les distillateurs, en Suisse aussi. La preuve avec les marques Clouds (gin bio à base de genévrier et herbes aromatiques) ou Xellent (à l'edelweiss). Même intérêt pour les tonics avec les exemples suisses Gents et Swiss Mountain Spring.

OUBLIÉS SPRITZ ET MOJITOS... Cette saison, le cocktail incontournable sur l'ardoise ou la carte des bars branchés de toute la Suisse est le gin tonic. Une boisson qui a vu le jour au XVIII^e siècle, dans les cales de la Compagnie anglaise des Indes orientales. A l'époque, on recourait à de l'eau tonique, contenant de la quinine, pour combattre la malaria. Son goût était si amer qu'on eut l'idée d'y ajouter du gin pour qu'elle soit plus agréable au palais. Le «gin to» était né, et son inimitable mélange de saveurs allait le rendre populaire bien au-delà de son aspect préventif.

Le breuvage a connu son heure de gloire entre les années 1960 et 1980, avant de tomber dans la ringardise. A l'époque, les fabricants de gin et de tonic se comptaient sur quelques doigts, leurs saveurs étaient limitées et l'on servait cette mixture dans un verre droit un peu pataud singulièrement dépourvu d'élégance. Il n'en fallait pas davantage pour la reléguer aux oubliettes, fêtards et accros à l'apéro lui préférant les mojitos et autre Sex on the Beach présentés dans d'élégants contenants aux formes aériennes.

La renaissance du gin tonic a eu lieu en Espagne, vers 2008. Séduits par le côté rafraîchissant du breuvage, traditionnellement proposé avec des glaçons, des rondelles de concombre et une écorce de citron, les Ibères ont eu l'idée de le présenter dans un verre à pied tout en rondeurs: le spanish style était né. Doté de la touche de classe qui lui manquait, le «gin to» était rhabillé pour séduire les foules en quête de fraîcheur à l'heure de l'apéritif. Cet engouement aurait bien pu ne durer qu'un été. C'était compter sans la créativité des bouilleurs de cru, Allemands et Anglais en tête, qui se sont mis à réinterpréter le gin. Cet alcool, traditionnellement fabriqué à base de genièvre et d'un mélange d'herbes et d'épices, s'est trouvé agrémenté des saveurs les plus originales, type rose, poivre, voire piment. «L'an dernier en Allemagne, plus de 500 gins ont été créés», souligne Pierre Baron, barman au Poolside de l'Hôtel Intercontinental à Genève. En Suisse aussi, une poignée de distilleries se sont lancées, pimpant la recette de base avec des ingrédients typiques du pays. Ainsi l'Xellent Swiss Edelweiss Gin se teinte d'edelweiss, de seigle du Napf et d'eau du

glacier du Titlis». Et les puristes de crier au sacrilège, arguant que ces liquides n'ont plus rien à voir avec l'original, inventé au XVII^e siècle par un médecin hollandais, Franciscus Sylvius, qui recourait à ses vertus diurétiques et antidiarrhéiques pour soigner goutte, calculs rénaux ou lumbagos. Consommateurs et mixologues se félicitent pour leur part de la complexité de ces goûts. Il n'en fallait pas davantage pour séduire les grands chefs espagnols, encore eux, qui n'ont pas longtemps hésité à l'intégrer à leur carte des boissons.

Question de proportions...

Parallèlement, sur le front des tonics, c'est aussi l'effervescence. Les petits producteurs artisanaux déclinent cette boisson, traditionnellement à base de quinine, dans des variantes ultralocales. En Suisse, Hans Georg Hildebrandt a lancé la marque Gents en 2012, remplaçant cet ingrédient exotique par notre bonne vieille gentiane, qui n'a rien à lui envier en matière d'amertume. «Son goût de racine lui donne une note alpine très particulière, avec des touches de réglisse qui se mêlent bien au genièvre», souligne ce gastronome averti.

Pour mettre les saveurs en valeur, tout se joue au niveau des proportions, sujet qui divise les spécialistes. Certains, comme Pierre Baron, prônent le «moitié-moitié», soit «6 cl de gin et autant de tonic, pour éviter que l'un des ingrédients ne prenne le pas sur l'autre». D'autres, comme Hans Georg Hildebrandt, préfèrent la règle des tiers: un de gin et deux de tonic. A verser avec délicatesse – «doucement, sur le dos d'une cuillère», préconise le barman – pour préserver la vigueur des bulles.

Tout le monde s'entend en revanche sur les glaçons, qui doivent être dodus. Vade retro la glace pilée, qui fond trop rapidement et confère un déplaisant côté aqueux au breuvage. Le citron, quant à lui, ne se présentera pas sous forme de vulgaire quartier, mais de zeste, dont on exprimera délicatement les huiles essentielles en le serrant entre ses doigts au-dessus du verre. «On peut aussi en frotter le bord et même le pied, on gardera ainsi la trace olfactive des agrumes sur les mains, c'est très agréable», précise le mixologue Pierre Baron. Pour une note supplémentaire de fraîcheur, on agrémentera le cocktail de tranches de concombre. ☉

Fait main. (par nous)



Bien manger, tout simplement.

MIGROS
M comme Meilleur.

Christy Turlington,
une silhouette
dynamique pour
incarner la ligne
anti-âge
Blue Therapy
de Biotherm.

DE ÇA CORPS ET D'ESPRIT

TOP MODEL ET ENTREPRENEURE, FEMME ENGAGÉE SUR TOUS LES FRONTS, CHRISTY TURLINGTON EST L'INCARNATION DE L'HARMONIE ENTRE UN BON CERVEAU ET UN CORPS – TOUJOURS – MAGNIFIQUE.

CINDY CRAWFORD ÉTAIT l'incarnation de la beauté américaine classique. Linda Evangelista, un caméléon aux multiples visages. Claudia Schiffer, la nouvelle Bardot. Naomi Campbell, simplement elle-même, rebelle, sauvage, indomptable. Mais la plus belle de toutes était Christy Turlington. La Californienne de 1 m 78 possédait le corps le plus parfait, la démarche la plus gracieuse et le

visage le plus immaculé de ces tops de tops. Et comme ses sœurs en beauté, elle a dominé le marché de la mode tout au long de la décennie 1990. Aujourd'hui encore, on les reconnaît à leur seul prénom... Même si entre-temps le monde de la mode et des mannequins s'est renouvelé un nombre incalculable de fois. Et si le sain glamour a (d'abord) été détrôné par le style heroin-chic - filles pâles et comme droguées - imposant d'autres physiques, nos superstars en ont à peine souffert. Après leur envol au firmament de la célébrité elles ont poursuivi leur chemin. Et certaines sont toujours bien présentes dans le milieu. Elles n'ondulent peut-être plus sur les podiums mais elles ne cessent de renaître encore et toujours, au service de grandes marques, et à séduire les foules multigénérationnelles.

Sur le supermodel, le temps semble passer avec discrétion, comme un nuage sur un ciel bleu. Pour James Scully, le très influent agent de mode, Christy Turlington est le plus beau mannequin de tous les temps. Ses traits harmonieux, non déformés par le Botox, sont la démonstration que l'authenticité peut magnifiquement rimer avec beauté. Et ce grand naturel allié à un puissant rayonnement font de Christy, aujourd'hui encore, une excellente ambassadrice. Elle est le visage de la ligne de soins Blue Therapy de Biotherm, promeut la marque de make up Maybelline ainsi que les parfums Calvin Klein (avec son mari Ed Burns), et pose pour la campagne printemps-été 2017 de la marque Valentino. Elle a même fait la une de *Vogue* Paris en mars dernier: Christy Turlington, «l'un des plus beaux spécimens de l'escadron des supermodels, incarne une sérénité solaire, une existence et une carrière filées tout en douceur, et un accord de paix avec le temps qui passe», écrit la rédactrice en chef du magazine, Emmanuelle Alt.

Qu'un mannequin de 48 ans soit encore demandé est effectivement une exception, même si la société et l'économie ont découvert qu'une égérie pouvait souvent être incarnée par une femme mûre. Mais la Californienne de Walnut Creek (proche de Berkeley) fait la différence par sa personnalité hors du commun. Fille d'un pilote américain et d'une stewardess du Salvador, elle a tout juste 14 ans quand elle débute dans la mode. Un photographe l'a repérée, jeune cavalière à un tournoi, et aidée dans ses premiers contacts avec une

Mon engagement caritatif s'est développé dans le sillage de mes expériences personnelles

agence locale... Un an plus tard, elle signe dans la prestigieuse Ford Modeling Agency. N'a-t-elle jamais souffert des doutes typiques de l'adolescence? Elle n'avait pas le temps pour ça, dit-elle. «J'ai été lancée dans une carrière qui m'offrait beaucoup de reconnaissance pour mon apparence, cela m'a donné confiance en moi.» Elle n'était à vrai dire pas tout à fait assez grande pour réfléchir... «C'était une autre manière de grandir.»

Elle devient célèbre lorsque Peter Lindbergh, en 1990, pour la une du *Vogue* anglais, photographie un groupe de jeunes mannequins encore peu connus. L'image a depuis lors gagné le statut d'icône... Naomi, Tatjana (Patitz), Linda, Cindy et... Christy. «Elles représentaient le type de femme dont le monde rêvait», a expliqué Lindbergh dans une interview à la *SonntagsZeitung*. «Cette photo montre comment les femmes se sentaient dans les années 1990 et comment elles voulaient que le monde les voie. Elles ne portaient pas de bijoux et se maquillaient à peine. C'était neuf, et fort.»

Christy n'est pas qu'une beauté intemporelle, elle est aussi dotée d'un cerveau extrêmement bien fait. Parmi l'ancienne équipe des supermodels, elle est l'unique universitaire, avec des diplômes en sciences religieuses (religions comparées) et philosophies asiatiques. Contrairement à beaucoup de ses distinguées collègues qui ont fait les gros titres de la presse à scandale avec des histoires de drogue ou des liaisons secrètes, notre Californienne a toujours vécu une vie très privée dont on ne connaît pas les détails. Elle ne travaille que lorsqu'elle en a envie ou pour une bonne cause; elle passe son temps avec ses deux enfants, Grace (13 ans) et Finn (11 ans), et son mari, le producteur, metteur en scène et acteur Ed Burns avec lequel elle est mariée depuis quatorze ans. Voilà pour l'essentiel. On ne peut guère compter sur les paparazzis pour avoir une petite



COURIR POUR LES FEMMES

Christy Turlington collectionne les marathons (ici en 2015 au London Marathon). L'ex-supermodel court pour recueillir des fonds au profit de sa fondation Every Mother Counts.



idée de son quotidien, mais grâce à son compte Instagram, on en a quelques aperçus: on y voit la petite famille en vacances de ski, au football ou en voyage...

L'on connaît bien, en revanche, l'engagement social de Christy Turlington. Parfois un événement d'ordre intime peut constituer le déclic déterminant pour une action caritative. C'est le cas de Christy. A la naissance de sa fille, elle manque mourir d'une hémorragie postpartum et ne doit sa guérison qu'à son accès de privilégiée à une médecine de pointe. Elle décide dès lors de s'engager pour le sort de femmes enceintes qui ne disposent pas d'un tel accès. «Au moment où je m'en sortais, plus d'un demi-million de femmes et de jeunes filles mouraient. Et moi qui croyais mon cas isolé...», dit-elle. Après la naissance de son fils, elle tourne ainsi le film documentaire *No Woman, No Cry (Non femme, ne pleure pas)*, sorti au Festival du film de Tribeca en 2010. Puis, en 2012, elle crée sa fondation Every Mother Counts (chaque mère compte) grâce à laquelle elle soutient des femmes enceintes du monde entier. Parallèlement, elle obtient un master en santé publique. «Mon engagement me donne beaucoup de force, parce qu'ainsi je contribue à rendre aussi sûrs que possibles la grossesse et l'accouchement pour les femmes», confie-t-elle. Afin de recueillir des fonds, la grande amatrice de yoga court régulièrement des marathons. Peut-être est-ce justement cette mobilité intérieure et extérieure qui la rend si intemporelle. «Je travaille dur mais mon engagement s'est développé tout naturellement dans le sillage de mes expériences personnelles.» Elle se définit elle-même comme une preneuse de risque, une «risk taker». «Je suis une aventurière et j'aime le changement; essayer de nouvelles choses, découvrir de nouveaux endroits, connaître de nouvelles personnes.»

Sa «première» carrière lui a donné l'opportunité de visiter de nombreux pays. Aujourd'hui, elle voyage avant tout dans les régions où sa fondation Every Mother Counts est active. Elle revient à peine de Tanzanie et repart le mois prochain pour le Guatemala. D'où tire-t-elle toute cette énergie? «Pour moi, raconte-t-elle, le plus important, c'est de vivre le moment présent. Lorsque je suis stressée, je cible le maintenant. Ça me calme tout de suite.» Sa pratique du yoga depuis maintenant trente ans est sans doute pour quelque chose dans son équilibre.

A côté de son engagement social, Christy travaille encore pour de jeunes créateurs de mode comme par exemple Jason Wu. Elle explique ainsi son choix: «Ils sont si respectueux pour ceux qui avant eux ont travaillé avec talent et éthique.» Elle aime la collaboration intergénérationnelle dans tous les domaines de la vie.

Mais on peut aussi chercher le secret de son succès au si long cours ailleurs que dans sa beauté: Mme Turlington a visiblement un excellent sens des affaires. Sa fortune est estimée à plus de 200 millions de dollars. Elle la doit à un nombre considérable de biens immobiliers et à de juteux mandats. Selon le magazine *People with Money*, elle possède plusieurs restaurants, produit une vodka et dispose de sa propre marque de parfum et de mode sur le marché américain. Surtout ce qu'elle a de plus précieux, c'est le don de faire croire à la légèreté, alors que derrière ce qui semble si gracieux et facile se cache un grand travail. «Rien de bien dans ce monde ne se passe sans effort.» C'est sa conviction. Et que signifie la beauté pour elle personnellement? «J'ai davantage d'intérêt pour la santé et l'amitié que pour la beauté. Et la véritable beauté je la trouve dans les deux.»

Une photo devenue iconique de Peter Lindbergh (1990) avec (de g. à dr.) Naomi Campbell, Linda Evangelista, Tatjana Patitz, Christy Turlington et Cindy Crawford.

Kawasaki
Ninja H2 Carbon.

Attention: moto méchante

TRUFFÉES D'ANGLES VIFS ET D'ARÊTES SAILLANTES, ELLES RESSEMBLENT À DES INSECTES ROBOTISÉS. LA MODE EST AUX «NAKED BIKES» ET À LEUR DESIGN AGRESSIF.

TEXTE HANSPETER EGGENBERGER

AVEC LEURS AIRS d'insecte venimeux, elles semblent tout droit sorties d'un manga japonais. On les appelle les *naked bikes*: si ces nouvelles motos sont débarrassées de la moindre trace de carénage, au point de paraître nues, c'est pour mieux exhiber leur technologie. Pourtant, toutes n'ont pas forcément cette allure sauvage, et certaines se contentent d'un design plus classique. Mais les méchantes, aux angles vifs et saillants, semblent avoir été comme taillées à la hache. Et elles affichent volontiers des couleurs fluos qui contrastent avec leurs parties noires ou métallisées.

Ces provocatrices sont la parfaite antithèse des *retro bikes* qui, depuis des années, tiennent le haut du pavé sans jamais se démoder. Sculptées en courbes et en rondeurs, ces dernières affichent fièrement leur côté confortable et invitent à la balade tranquille. Tout le contraire des squelettées qui vous balancent à la figure un look semblant les destiner aux *rides* les plus extrêmes et dont les reines ont pour nom Ninja ou Monster.

C'est Yamaha qui a donné le ton à ces rugissantes terreurs, en lançant sa ligne MT, assortie du slogan *Dark Side of Japan*, le côté obscur du Japon... Sous la dénomination MT, le constructeur nippon a ainsi développé toute une gamme de motos, allant de la petite 125 jusqu'aux MT-09 et MT-10 qui règnent sur la dynastie et ont été encore affûtées pour le lancement de la saison 2017. Avec ses 998 cm³ et son moteur 4 cylindres, la MT-10 a été décrite par son constructeur comme étant «de loin la plus puissante hypernaked jamais construite». Au moment où, d'un tour de poignée, vous libérez ses 160 chevaux, elle bondit dans un hurlement infernal. Et la première chose que vous avez à faire est... de vous efforcer de lui faire reposer sa roue avant sur le bitume! Avec elle, c'est certain: vous allez goûter d'entrée à la *Speed of Darkness*, la vitesse des ténèbres, promise par Yamaha!

La Ninja H2 de Kawasaki affiche à peu près la même puissance. Et comme son 4 cylindres en ligne de 998 cm³ ne développe «que» 147 chevaux, on a fait appel à un compresseur

pour fournir des accélérations aussi brutales. Cette spectaculaire *superbike* atteint des sommets en matière de prix aussi: dans sa version exclusive, truffée de carbone, elle coûte presque le double d'une MT-10! La caractéristique la plus marquante de son design? Sans aucun doute son cadre treillis vert pétant.

Les budgets plus serrés, eux, se tourneront vers un autre japonais. Avec sa nouvelle GSX-S750, Suzuki leur propose la petite sœur de son best-seller GSX-S1000. Son 4 cylindres de trois quarts de litre, développé à partir du 750 réputé de la marque, affiche 114 chevaux. Sa structure et son design dérivent de la GSX-S1000: une manière de miser sur une valeur sûre, au comportement agressif et au caractère joyeux. Du plus modeste encore? La Monster 797, un nouveau modèle d'entrée de gamme de Ducati. Au menu: 803 cm³ et 73 chevaux. Avec son cadre treillis rouge, la petite Monster assure comme une grande. Elle a juste renoncé à une débauche de high-tech, préférant privilégier un prix très abordable (et si jamais, la gamme Monster compte bien d'autres montures). Mais c'est chez Aprilia qu'on trouve la moto-plaisir par excellence, la «routière sumo», comme la surnomment les spécialistes. Outre son moteur V2 de 896 cm³ et 95 chevaux, la Dorsoduro 900 a trois modes de conduite: sport, touring et pluie... Son point fort? Maniabilité. Mais le plus grand fan de *naked bikes* est sans conteste l'autrichien KTM. Beaucoup estiment d'ailleurs que sa 1290 Super Duke R en est la vraie reine. On parle ici aussi d'une gamme complète de Duke, allant de la 125 cm³ à la superstar en passant par la très attractive 390, la plus grosse des petites. Son moteur de 373 cm³ n'a qu'un seul cylindre, mais il développe quand même 44 chevaux, et son excellent rapport qualité-prix en fait la monture idéale pour les débutants. C'est au designer autrichien Gerald Kiska que les KTM doivent leur éclatante livrée orange et leur design. Depuis plus de vingt-cinq ans, son agence de design est active dans le petit monde de la moto. La fameuse teinte orange est apparue en 1994, pour la première Duke. L'idée de la couleur vive, contrastant avec le noir du cadre et des autres éléments, était excellente. La preuve: elle a été reprise partout. Jusqu'au Japon... ☉



Point de vue exclusif

LE RAFFINEMENT SE CACHE DANS LA MATIÈRE. LES DESIGNERS DE LUNETTES DE SOLEIL RECOURENT DÉSORMAIS AU BOIS RARE, AU SERPENT, À L'OR. ET À LA 3D.

TEXTE ILARIA LONGO

E LLES ÉTAIENT SUR tous les nez ces dernières années: les lunettes de soleil en plastique. Tel un masque, comme les modèles de la marque française de prêt-à-porter Céline, elles ne pouvaient passer inaperçues. Mais si l'on ne peut plus imaginer chasser le plastique de la branche – son utilisation dans la lunetterie date du milieu du XIX^e siècle – les designers explorent maintenant d'autres matériaux. Il faut bien répondre aux désirs d'exclusivité et d'originalité de notre temps. Et les lunettes de soleil, utiles certes, mais surtout très visibles, offrent d'infinis possibles. Voici que l'or, le cuir, le bois, ces matières que l'on rencontre plutôt en bijouterie, maroquinerie ou déco, sont de plus en plus exploités pour donner un petit air classieux à nos verres fumés.

Petits chefs-d'œuvre

La marque londonienne Linda Farrow est bien connue pour ses solaires spectaculaires: les montures les plus extraordinaires font concurrence au soleil, brillant de tout leur titane doré. Le même matériau a attiré l'australien Şener Besim à l'imaginaire très inspiré par l'empire ottoman; ses lunettes sont en revanche produites à la main, au Japon, et numérotées. Mille heures de travail ont ainsi été nécessaires pour fabriquer le modèle S3 avec ses verres en or 24 carats...

Le bois aussi a ses fans, notamment le designer hollandais Ralph Vaessen ou le label luxembourgeois Gold and Wood. Le second travaille plus particulièrement avec des bois précieux, jugés tels car ne pouvant être exploités qu'à maturité (plus de 20 ans d'âge). Chaque paire de ces lunettes en érable ou ébène est unique de par la structure du bois et l'évolution, au fil du temps, de sa couleur.

D'autres matières nobles, peaux et cuirs, trouvent également un débouché dans les solaires d'aujourd'hui. Chez Jimmy Choo, c'est en peau de serpent qu'on a conçu les partenaires dignes des vertigineux escarpins. Quant à Victoria Beckham, elle a décoré ses lunettes de pilote de cuir perforé.

Et il y a des petits chefs-d'œuvre. Du moins est-ce ainsi qu'on peut qualifier les lunettes signées Anna-Karin Karlsson. La Londonienne, qui s'est fait connaître par son excentricité, compte par exemple Grace Jones parmi ses clientes. Pour oser porter sur le nez ses verres parés de cristaux Swarovski, il faut sans doute être dotée d'un goût prononcé pour l'extravagance.

Restent encore les esprits novateurs version high-tech comme le berlinois Lunettes Kollektion. En collaboration avec la marque de mode belge Capara, ce label a imaginé des solaires en polyamide ultraléger. La nouveauté? Elles sont imprimées en 3D! Les charnières ont complètement disparu, remplacées par des élastiques: une touche impertinente et décorative qui rend ces lunettes quasi révolutionnaires. ©

Bois: 1. Modèle Eefke en bois noir et corne de buffle, 1786 fr., *Ralph Vaessen*. **Cuir:** 2. 1079 Cubist, acétate, métal recouvert de cuir, 398 fr., *Cutler and Gross*. 3. Ora, métal avec éléments en peau de serpent, 550 fr., *Jimmy Choo*. 4. Pilote Classic Victoria Gold-tone and Perforated Leather, 730 euros, *Victoria Beckham*. **Or:** 5. Pilote 426 C1 en titane doré, 985 euros, *Linda Farrow*. 6. S3 en titane avec lentilles dorées, 1500 euros, *Şener Besim*. **Caoutchouc:** 7. Gold Double Freefall, en polyamide avec élastiques, 499 euros, *Lunettes Kollektion x Capara*. **Cristaux Swarovski:** 8. DG 2171B Mambo en métal avec 32 cristaux Swarovski, 3009 fr., *Dolce & Gabbana*. 9. Tears of the Moon en acétate, avec perles, cristaux Swarovski et éléments en or 24 cts, 2690 euros, *Anna-Karin Karlsson*.



HP recommande Windows 10 Pro.

« Un convertible ultra-fin pour les pros »

JDN
JOURNAL DU NET

HP EliteBook x360



hp.com/go/elitebookx360

 Windows Pro

Windows 10 Pro est conçu pour les entreprises.

keep reinventing



Les captures d'écran sont simulées et donc susceptibles de faire l'objet de modifications ; les applications sont vendues séparément, sous réserve de disponibilité. Microsoft et Windows sont des marques commerciales ou des marques déposées de Microsoft Corporation aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. © Copyright 2017 HP Development Company, L.P. Les informations figurant dans ce document sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Toutes les autres marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

DÉJÀ UN MUST HAVE
JE VEUX CET HP





DE GAUCHE À DROITE
Boucles d'oreilles et
maillot de bain, **Hermès**.
Combinaison, **Billabong**.
Maillot de bain, **Chanel**.

ASSISTANT PHOTO MATTHIEU BOUTIGNON
MAKE UP ARTIST L'ORÉAL/YSL
MARYAM AKHOUN ET ABDEL ZOÛITINA
COIFFURE LAURA MOSER / MAKE IT
UP THE AGENCY MANNEQUINS LÉO,
SONNY, LENA B. / KARIN MODEL AGENCY
DIRECTION ARTISTIQUE GÉRALDINE DURA
PRODUCTION SOPHIE PERRAUDIN
ET CENDRINE POUZET

MERCI AU BAIN-BLEU HAMMAM & SPA
GENÈVE-PLAGE POUR AVOIR HÉBERGÉ
CE SHOOTING ET AU MAGASIN PLONGÉE
À PUIDOUX, POUR LE PRÊT DE LA
COMBINAISON, WWW.PLONGEE.CH

A fashion advertisement featuring two women in dark, form-fitting swimwear. The woman on the left is looking down, while the woman on the right is looking towards the camera. They are in the ocean, with waves visible in the background. The text is overlaid at the bottom of the image.

COMMANDO D'EAU DOUCE

INSPIRÉES DU SURF ET DE LA PLONGÉE, LES
TENUES DE PLAGE MISENT SUR LE CORPS
PUISSANT ET MOULÉ. PARÉES POUR GAGNER.

PHOTOS MATIAS INDJIC STYLISME MATHILDE CAMPS



DE GAUCHE À DROITE
Combinaison, **Roxy**. Bandeau,
Louis Vuitton. Combinaison
Subgear, **Scubapro**. Palmes,
Speedo. Combinaison,
Billabong. Montre, Royal Oak
Offshore Diver, mécanique à
remontage manuel, 42 mm,
étanche jusqu'à 300 m,
Audemars Piguet.



Lunettes, Anthony Vaccarello pour **Saint Laurent**. Maillot de bain, **Luz**. Maquillage lèvres Rouge Pur Couture (N°13 Le Orange), Baby Doll Kiss & Blush Duo Stick (N°1 From Marrakesh to Paris), **YSL Beauté**.



DE GAUCHE À DROITE
Triangle, **Etam**. Combinaison,
Roxy. Maillot de bain, **Eres**. Montre
Marine Diver, automa-tique, boîte
acier, bracelet caoutchouc et
titane, 44 mm, étanche 300 m,
Ulysse Nardin.
Maquillage
Teint Or Rouge Serum, Touche
Éclat Le Teint (BR 50), Les
Sahariennes Bronzing Stones (N°2
Fire Opal), Blush Volupté (N°6
Passionnée), Touche Éclat Glow
Shot (N°2 Sunrise), Touche Éclat
(N°2 Ivoire Lumière);
Yeux Voir page 18.
Lèvres Touche Éclat (N°2 Ivoire
Lumière), Dessin des Lèvres
(N°23 Universal Lip Definer), Gloss
Volupté (N°10 Or Rose), modèle
gauche, et Rouge Pur Couture
(N°5 Beige Etrusque), modèle droite;
Sourcils Dessin des Sourcils (N°3
Marron Glacé), Couture Brow (N°2
Blond Cendre). Le tout **YSL Beauté**.

Le maquillage?

Une question d'attitude

POUR METTRE EN BEAUTÉ NOS NAÏADES DES PAGES PRÉCÉDENTES, ABDEL ZOUITINA, NATIONAL MAKE UP ARTIST SUISSE DE LA MARQUE YVES SAINT LAURENT BEAUTÉ, A JOUÉ DES NUANCES CHARBONNEUSES. DÉCODAGE D'UNE ALLURE QUI MISE SUR LE SPECTACULAIRE.

TEXTE LA RÉDACTION

POUR SUBLIMER le visage de nos mannequins Lena, Léo et Sonny, Abdel Zouitina n'a pas ménagé sa peine. Dès 3 heures du matin (il fallait profiter pour les prises de vue que les bassins du Bain-Bleu à Genève soient vides!), il a mélangé et superposé ses poudres magiques tel un alchimiste de l'éphémère. Il a poursuivi les belles de son pinceau tout au long de la journée, retouchant un teint, un œil, jusque dans l'eau. National Make Up Artist Suisse d'Yves Saint Laurent Beauté, le Français réside à Bâle depuis quinze ans, une ville qu'il affectionne particulièrement pour ses richesses culturelles («Vous avez vu les Rothko du Kunstmuseum? Quelle splendeur!»). Mais, de fait, il a rarement le temps de s'y poser. C'est lui qui sillonne la Suisse, de défilé de mode en prise de vue pour des magazines, pour faire rayonner l'esprit de la maison. Ils sont 48 ainsi, dans le monde, à transmettre l'impulsion esthétique donnée de Paris. «Nous travaillons en étroite collaboration avec Tom Pêcheux, explique-t-il. A l'occasion de grands workshops, nous accordons nos pinceaux pour transmettre une vision cohérente d'Yves Saint Laurent Beauté.» Cette impulsion descend ensuite, comme en cascade, jusque dans la formation des conseillères sur les points de vente. Et quelle est donc cette vision? Du panache, du trashy chic, un esprit rebelle et rock'n'roll. En fait, Tom Pêcheux, la superstar de la mise en scène glamour du visage, arrivé auprès de la marque l'hiver dernier comme Directeur International de la Beauté, traduit en maquillage l'allure de la collection de prêt-à-porter. En matière de vêtements, c'est Anthony Vaccarello qui donne le ton, avec pour cet été du cuir très court, des jeans brutalisés, des lamés – une collection puissante, sa première depuis qu'il a remplacé Hedi Slimane. Sur les yeux – le point fort du maquillage – cela donne, explique Abdel Zouitina, «des ombres *full metal*, des noirs comme mordus par le soleil, cuivrés, chauds et irisés». On se maquille ainsi comme on mettrait une armure de guerrière: femme altière, tête haute, on ne lui marche pas sur les pieds. Tom Pêcheux l'a d'ailleurs dit à son arrivée au *Vogue* anglais: «YSL Beauté et moi-même avons le même désir, celui d'apporter de la couleur et de la confiance aux femmes. Et c'est ce que nous allons faire.»



Maillot de bain, *Billabong*.
Ceinture, *Versace*.
Produits maquillage (de g. à dr.)
Mascara Volume Effet faux Cils
Waterproof, Rouge Volupté
Shine Oil-In-Stick, Touche Éclat,
Mascara Volume Effet faux Cils,
le tout *YSL Beauté*.



Regarde-moi dans les yeux!

Peut-être l'œil de braise est-il difficile à assumer au quotidien... Reste que, en soirée ou en photo, le «smoky eye» garantit un effet spectaculaire. Un vrai regard de tueuse! Dans cette veine conquérante, le maquillage Yves Saint Laurent Beauté fait pratiquement de l'œil charbonneux sa marque de fabrique, comme une signature pour femmes de tempérament. Mais attention: une telle allure se travaille avec doigté, en nuançant et superposant les reflets sombres, pour créer de la profondeur. Pour sublimer les pupilles de nos mannequins (voir les plans serrés en page 16), Abdel Zouitina a utilisé les produits suivants: Couture Eye Primer (N°2), Couture Kajal (N°1 Noir Ardent), Couture Palette (N°5 Surréaliste), Full Metal Shadow (N°10 Wet Blue), Mascara Volume Effet Faux Cils (N°1 Noir Haute Densité), Touche Éclat (N°2 Ivoire Lumière). Pour l'effet final: Couture Kajal (N°2 Bleu Cobalt) pour Léna en maillot noir, et Couture Palette (N°10 Lumières Majorelles) pour Sonny en bikini.

Un slow avec Merano

GRÂCE À SES VERTES RICHESSES ET À LA DOUCEUR DE SON CLIMAT, MERANO, DANS LE HAUT-ADIGE, SE PROFILE COMME UNE CAPITALE DU TOURISME SOFT. AVEC SA MÉLANCOLIE DE NORDIQUE DU SUD.

TEXTE LOYSE PAHUD

BRISE DÉLICIEUSE, soleil de fin du jour caressant, parfum d'encens et d'humus mêlés: le Yoga Sanctuary du Castel Fragsburg, château de chasse perché sur un éperon devenu hôtel 5 étoiles, accueille un cours privé de yin yoga donné par... la châtelaine. Même le yogi le plus attentif aux consignes de la très blonde Isabellé ne peut s'empêcher de garder les yeux bien ouverts sur le panorama: Merano lové au loin dans une mer verte de pommiers. On rêve de voir en fleur... Il faudra revenir à la mi-avril.

On n'est pas loin de la frontière suisse, mais quelle frontière! Celle de l'extrémité est du pays, au fin fond des Grisons, à quatre heures et demie de Zurich. Après, le petit train menant à Merano longe l'Adige, et les gares arborent un double nom: Mals/Malles, Töll/Tel, Val Senales/Schnalstal (là où le vieil Ötzi a été retrouvé). C'est que cette province italienne autonome du Südtirol/Alto Adige a été autrichienne jusqu'en 1919. On y parle majoritairement un dialecte austro-bavarois, et aussi le *hochdeutsch*, l'italien et même le ladin. Long, le chemin? Un peu, mais il en vaut la peine: on va découvrir un endroit de rêve pour gourmet randonneur ou contemplatif naturaliste. Et on va pouvoir se dépayser en s'abreuvant à de très douces habitudes locales.

Castel Fragsburg est enfoui dans la végétation. À 5 heures du matin, le coucou sonne le réveil de ses notes flûtées. L'édifice a eu le temps de voir pousser les arbres; il a été érigé en 1620, et les vingt suites lumineuses, en bois d'arolle et marbre rose ou blanc, racontent une histoire de tradition, de bon goût et d'inspiration. Un mélange qu'offre toute la région. Et qui, déjà au temps du tourisme de cure, a séduit les grands du monde de jadis, l'impératrice Sissi, Franz Kafka et autre Ezra Pound. Aujourd'hui, épicé à la sauce verte, cet art de vivre s'insère pile dans la tendance éco-bobo. Ne voilà-t-il pas que Tyler Brülé, l'éditeur très en vue et très pointu des revues *Wallpaper* et *Monocle* vient d'y acquérir une maison et d'y ouvrir un pop-up shop?

Dans la région, on a appris à se réinventer sans cesse et à proposer des expériences nouvelles aux férus de produits de proximité. Du marbre de Lasa, outre les salles de bains, on fait des supports à mignardises et, de sa poudre, des peelings délicats (Thermes). Des

pommes on tire... des cosmétiques. Du bois d'arolle odorant une essence qui calme les insomnies ou des planchettes design à garnir de speck, le jambon cru local (Pur Südtirol). Du foin des vertes prairies, des bains vivifiants (Thermes). La magie de certains lieux donne de l'imagination: d'une belle forêt est née la «Forest-Therapy» (Hôtel Miramonti), et sur un fameux belvédère, puisque le film de la nature varie sans cesse, ont été posés 30 sièges de cinéma signés de l'artiste Franz Messner, en bois de châtaignier résistant et sans épines: le Knottkino...

Knödel et ricotta

Mettre en valeur ses ressources est une seconde nature pour ces confins où ont dû apprendre à coexister les cultures autrichienne, italienne et ladine. Aujourd'hui, après des décennies de conflits nés de la politique mussolinienne d'italianisation forcée, ces diverses appartenances apparaissent comme un splendide terreau à idées. Jouant sur les différences culinaires Nord et Sud, la société de promotion touristique de Merano et alentours (Merano Marketing) a mis sur pied le label *Officina del Gusto*, qui incite les restaurants à se faire rencontrer les traditions. Après une très belle balade, bien balisée entre forêts et alpages sur les hauts d'Avelengo, on déguste ainsi à l'auberge *Waldbichl* des gnocchis de pomme de terre aux herbes, ricotta et tomates séchées, parsemés de faines. L'établissement, avec ses jolies chambres boisées, est géré par toute une famille (comme la plupart des maisons ici) et arbore aussi le label *Pura qualità* in montagna qui garantit l'authenticité des produits.

À Merano même – qui fête cette année ses 700 ans – grâce à leur architecture ouverte sur des pergolas, des vignes et des citronniers, de belles maisons des siècles passés évoquent un style méditerranéen. On pense à l'Ottmannngut, un hôtel d'un siècle et demi pour des murs datant de 1290, qui propose le seul petit déjeuner de la ville servi à table. Du 100% slow... Accessible aussi aux non-résidents, ce brunch à trois plats se clôt par une panna cotta sans gélatine digne des meilleures tables du Piémont.

Mais pour se rendre compte à quel point la région respire le Sud, il suffit d'aller au jardin botanique du château de Trauttmansdorff (actuellement siège du musée du Tourisme) dont les appartements ont hébergé, en 1870 et 1889, l'impératrice Elisabeth d'Autriche.

Accrochés à un affleurement de porphyre rose, des cactus exhalent leur chaleur dès que frappe le soleil. Sur ses 12 hectares et 100 mètres de dénivelé, le jardin multiprimé offre en fait la variété végétale du monde entier. Tout en haut, une esplanade coiffée de sculptures de fleurs accueille le Jardin des amoureux: l'abandon se fait sous les tulipes, la promesse se murmure sous les dahlias, tandis que sous les tournesols on rêve d'éternité.

Et si l'on veut profiter d'une ambiance plus nordique, il faut se rendre au sauna, mixte, des thermes – un rectangle moderne en plein centre de l'architecte Matteo Thun. On n'y entend parler que dialecte ou allemand, guère étonné de constater que les Italiens sont bien moins nombreux que leurs cousins germains à y errer dans le plus simple appareil.

Nord, sud, qu'importe. Ici les cultures s'unissent pour la plus belle des activités: flâner. Entre arcades, quais du Passirio, Promenade Tappeiner (4 kilomètres courant dans une végétation dense au-dessus des toits médiévaux), on se régale de ce qui fait et a fait le renom de Merano: sa douceur climatique. Toujours plus douce. ☺

CARNET D'ADRESSES

Randonnées, bains, châteaux, marchés, via ferrata, pêche, etc., tout existe à Merano. En automne: vins nouveaux avec knödel et châtaignes (Törggelen) dans les caves; en hiver: marchés de Noël... Au printemps: pommiers en fleur. Voir www.merano-suedtirol.it
Dormir Castel Fragsburg: Relais & Châteaux, 15 min de Merano, e-bikes, piscine, dès 193 euros par pers., www.fragsburg.com
 Ottmannngut: Villa de charme, Merano, jardin, dès 120 euros par pers., brunch à 30 euros, offre combinée 3 nuits ville/3 nuits montagne avec le Boutique Hotel Miramonti, 899 euros par pers., www.ottmannngut.it; www.hotel-miramonti.com
Manger Kuppelrain: A Castelbello, chef Jörg Trafoier (& famille), 1 étoile Michelin, gastro le soir, simple à midi, www.kuppelrain.com
 Miil: A Cermes, dans un moulin du XIV^e siècle, cuisine sud-tyrolienne, vins du domaine, parc aux 7 jardins... Une expérience, www.kraenzelhof.it
 Pur Südtirol: Merano, Corso della Libertà 35, marché saveurs et resto dans le Kurhaus, www.pursuedtirol.com
 Waldbichl: A Avelengo, auberge de montagne, www.waldbichl.com
Voir Les Thermes: 25 bassins, espace spa et soins, en plein centre; 39 euros, le bain de foin; 34 euros, le peeling au marbre, www.termemerano.it
 The Monocle Shop: Via Dante 23, de Tyler Brülé et Trunk: revues, accessoires; très classe, très accueillant.
Lire «Eva dort» de Francesca Melandri (Ed. Gallimard, Folio). Le roman d'une quête de filiation entre 1919 et aujourd'hui: pour comprendre l'histoire vaillante et douloureuse de la région.
 Josef, Merano e dintorni, un guide paru en mars 2017, trilingue - allemand, italien, anglais: adresses des insiders. Ed. franzLAB.



Se ressourcer dans une forêt de mélèzes près d'Avelengo, idéale pour la Forest-Therapy.



Dialoguer avec les sommets depuis la piscine de l'Hôtel Miramonti à Avelengo.



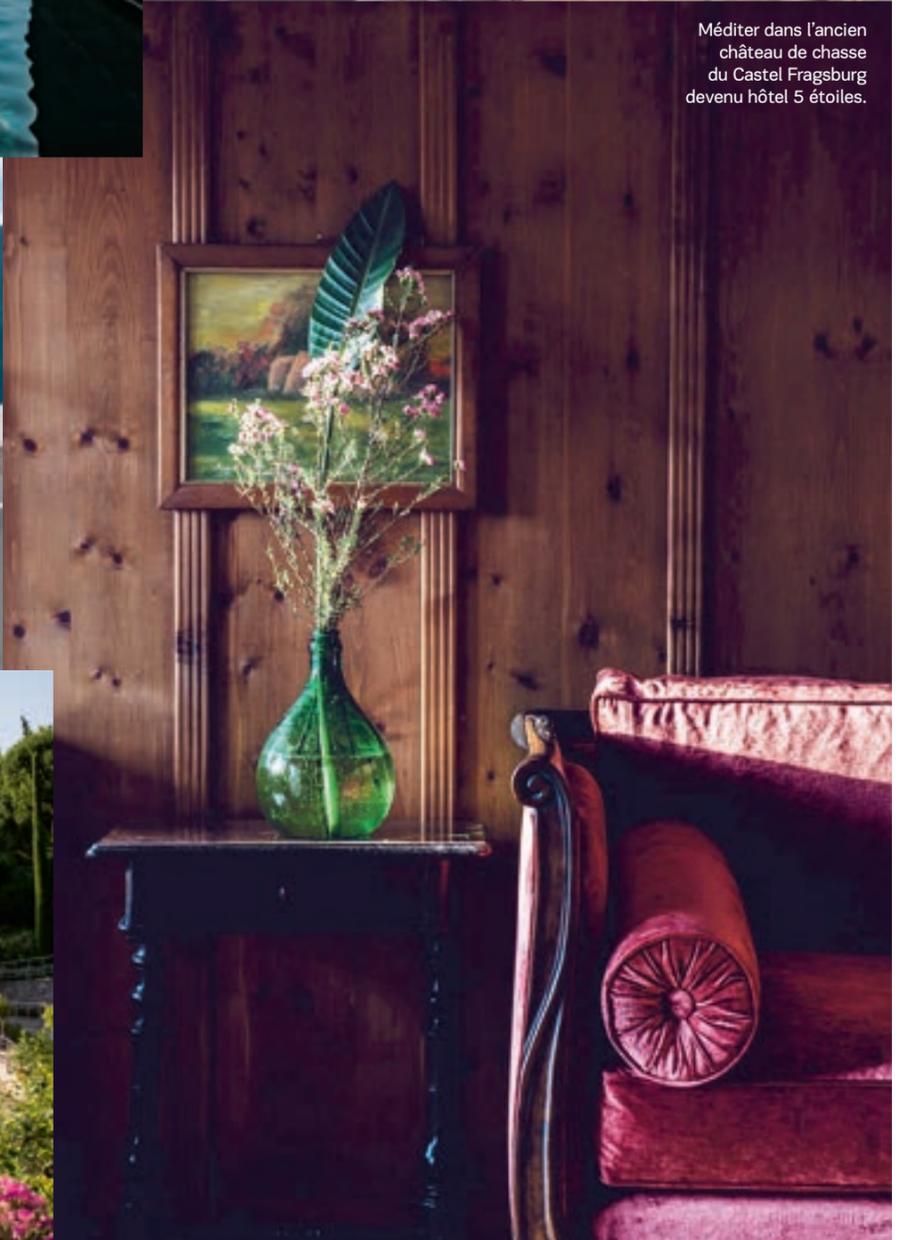
Voir courir le ciel au dessus des façades médiévales de la via Portici au centre de Merano.



Découvrir les entrailles en marbre des montagnes de Lasa dans le Val Venosta.



Errer dans le jardin botanique aménagé autour du château de Trauttmansdorff.



Méditer dans l'ancien château de chasse du Castel Fragsburg devenu hôtel 5 étoiles.

City Plage

DU SOLEIL? UN RIEN DE TISSU FLEURI ET DES PRODUITS DE BEAUTÉ DOUX ET PROTECTEURS.

SÉLECTION GLORIA KARTHAN ET ILARIA LONGO



ENCORE! | SOLEIL 2017

22



JIL SANDER POP CORAL POP SUN



1. Bonnet de bain, **Beco**, 30 fr. 2. J'adore Hair Mist, **Dior**, env 60 fr. les 40ml. 3. Bikini nylon et élasthanne, **Acne Studios**, 270 euros.
4. Palette Cruise poudre bronzante, **Giorgio Armani**, env. 80 fr. 5. Pochette en veau, **Sandro**, 285 fr.
6. Ceinture en cuir de veau, **Mami**, 377 fr.
7. Parfum Jil Sander Sun Pop Coral Pop, **Jil Sander**, 61 fr. les 100ml. 8. Huile affinante pour les jambes, **Sisley**, 168 fr. les 150ml.
9. Sports BB Cream SPF 50, **Shiseido**, 35 fr. les 30ml. 10. Claquettes, **Versace**, 380 fr.
1. Chemise, **Valentino**, 580 fr. 2. L'Homme Ideal Sport, **Guerlain**, 129 fr. les 100ml. 3. Masque hydratant Calendula & Aloe, **Kiehl's**, 49 fr. les 100ml. 4. Short, **Valentino**, 414 fr.
5. Smartwatch Summit, 300 configurations possibles, **Montblanc**, dès 865 fr. 6. Booster Bronzant visage, **Clarins Men**, 33 fr. 7. Sac à dos cuir, **Emporio Armani**, 790 fr. 8. Crème-pâte modelante, **Redken**, 29 fr. les 50ml. 9. Gel douche, **Clarins**, 35 fr. les 300ml.
10. Eye Serum, **Giorgio Armani**, 233 fr. les 15ml. 11. Mocassins cuir, **J.M. Weston**, 475 euros.





Chabi Nouri

LA NOUVELLE DIRECTRICE GÉNÉRALE DE PIAGET EST UNE FEMME À L'ESTHÉTIQUE RAFFINÉE. ELLE AIME LES VOYAGES, L'ART ET LES BONNES TABLES.

TEXTE RENATA LIBAL

DANS SES BUREAUX VITRÉS, au-dessus de la manufacture de Plan-les-Ouates fraîchement rénovée, Chabi Nouri accueille le visiteur d'un sourire lumineux comme le soleil qui inonde la pièce. A la tête, depuis le 1^{er} avril, de la marque genevoise de joaillerie et horlogerie, la femme de 43 ans dispose d'une belle expérience dans le luxe: Piaget depuis 2014, après Cartier et les cigarettes Vogue. Sur une étagère: la photo de ses jumeaux de 9 ans au regard de braise. A son poignet: un tintinnabullement de bracelets d'or ornés de pierres fines multicolores. Le ton est donné: raffinement, bonne humeur et valeurs familiales.

Un bijou pour définir l'esprit Piaget?
Sans hésiter, la bague de la **collection Possession (2)**. On peut la tourner au doigt, jouer avec... Voilà la joie de vivre de la marque.

La montre que porte votre mari?
Il en possède plusieurs, mais je lui ai offert la **Polo (7)**, à peine lancée. Un bel esprit sportif.

Les voyages: une joie ou une contrainte?
Je suis curieuse de tout! Je rentre de Dubaï, où nous sommes partenaires de la foire d'art contemporain: le terreau créatif du Moyen-Orient est extraordinaire. Mais j'aime aussi les voyages de proximité: avec des amis, nous avons mangé au **Clover Grill (5)**, la nouvelle rôtisserie de Jean-François Piège, à Paris. Une expérience!

Et en famille?
Notre destination culte est la plage de Malibu, mon oncle et ma tante y habitent. Quand je ferme les yeux pour me ressourcer, je nous imagine déjeuner avec les enfants au **Moonshadows (3)**, ce lounge sur pilotis au-dessus du sable.

Quel est votre lien avec l'Iran?
Mon père en est originaire, alors que ma mère, elle, est Tessinoise, blonde aux yeux bleus. Nous avons vécu à Fribourg, où mes parents tenaient l'hôtel au bord du lac Noir. La dernière fois que je suis allée en Iran, j'avais 6 ans et je rêve d'y retourner: je n'entends que

des récits euphoriques! Ce que j'en ai gardé? Un plat simple, que je cuisine volontiers avec du veau, de l'aubergine et une sorte de gâteau de riz. Mais pour la très bonne cuisine iranienne, je vais au **Palais Oriental, à Montreux (4)**. Un délice...

Vous habillez-vous en tailleur épaulé dans votre monde d'hommes?
J'aime les robes. Je viens d'acheter une **Alaïa (6)** – une marque qui me plaît beaucoup. On la porte le jour et on la transforme en tenue cocktail en changeant de chaussures.

Et pour oublier le travail?
Ma famille est mon refuge. Je conduis mes enfants à l'école chaque matin, et le week-end nous allons au golf tous ensemble. Ce sont surtout les enfants qui jouent.

Une œuvre d'art chez vous?
J'ai eu un coup de cœur pour un collage géant de l'artiste portugais **Vhils (1)**, de sa série de portraits. Il travaille sur la base de graffitis et d'affiches publicitaires récupérées. ☺

BORN TO DARE

Il a su s'imposer comme l'un des plus grands joueurs de tous les temps. Son parcours a inspiré des générations entières et contribué à la popularité du football à travers le monde. Entrepreneur, philanthrope, icône de style, son influence sur la culture populaire dépasse largement les frontières du sport. Certains se contentent de suivre. D'autres sont nés pour oser. #BornToDare

BLACK BAY
S&G



DAVID BECKHAM


TUDOR