

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

PLONGÉE

Laurent Ballesta
raconte son
monde secret

SAGA

Un siècle de
crème solaire

SICILE
VINS ET
BONNES
TABLES

Soleil
Lignes pures et
esprit sportif
au bord de l'eau

JUIN 2016

 Le Matin
Dimanche

BOSS

HUGO BOSS

SUCCESS ISN'T BORN. IT'S MADE.



BOSS BOTTLED UNLIMITED
#SUCCESSISMADE

hugoboss.com

MANOR

instore | online | mobile



La quête des fonds de Laurent Ballesta P. 12



Un siècle de crème solaire P. 10



Chic œnotourisme en Sicile P. 20

Soleil | Juin 2016

SUJETS

6 Success story

Le style plage selon Melissa Odabash

7 Trend

Ces brumes qui rafraîchissent et... embellissent

8 Savoir-faire

Paris et Rome réunis par les métiers d'art de Chanel

16 Shooting mode

Des maillots qui donnent envie de bouger

RUBRIQUES

4 Merveilles 22 L'univers de bon goût de Peter Knogel, chef triplement étoilé Michelin des Trois-Rois à Bâle



Bikini Delicious Comic, **Eres**. Bracelet Maya, **Aurélie Bidermann**. Serviette de plage, Après le surf, **Hermès**. Corde à sauter, **Excellerator**. Petite Promesse, mouvement quartz, 22 mm, acier serti sur bracelet double tour en cuir, **Baume & Mercier**.



UNE

Montre I.N.O.X Professional Diver, **Victorinox**. Maillot, **La Perla**. Sacoche, **Miu Miu**. Bracelet Constellation, **Hermès**. Palmes, **Cressi**.

Photos Kipling Phillips

Styliste Victoria Steiner @Style Council

Chapeauté, crémé, emparasolé...

POURQUOI DIABLE les étés suisses filent-ils si vite? L'année dernière, je me souviens, l'été est tombé sur le 13 juillet: ciel pur au-dessus du Léman et l'on pouvait même se baigner dedans... Au-delà de la boutade, l'envie annuelle de chaleur et de bleu qui saisit, au moment du solstice de juin, l'humain rescapé des bruines débouche invariablement sur une pointe de déception. A peine le maillot de bain enfilé, à peine déplié le transat, voilà que c'est l'automne à nouveau. Il n'y a, dès lors, qu'une seule attitude possible: savourer chaque rayon, se gorger de la moindre minute de plein air. Existe-t-il plus réjouissant sentiment d'abandon que celui qui accompagne la position horizontale sur



Renata Libal, rédactrice en chef

chaise longue, un bon roman à bout de bras et un rien d'eau turquoise où plonger ses yeux? Ces dernières décennies, pharmacies et magazines féminins n'ont cessé d'alerter les foules face aux dangers du soleil. Ils ont raison, évidemment! Mais quel regret... Chapeauté, crémé, emparasolé (lire la saga de la protection solaire en page 10), l'estivant repense avec une pointe de nostalgie à l'époque où le soleil passait pour un remède à tous les maux. Tuberculeux, enfants rachitiques, adultes souffreteux, même combat: tous au soleil et vive la vitamine D! Au fond de moi, je dois avoir gardé une foi un peu incantatoire en cette magie du soleil. Il se peut qu'il ne guérisse pas tout, mais il fait assurément beaucoup de bien au moral. Bel été à vous et que le grand ballon d'or illumine votre chemin.



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!, Av. de la Gare 33, case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zurich **Editeur**: Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne **Directeur Division Tamedia Publications romandes**: Serge Raymond **Rédaction en chef**: Renata Libal (responsable), Silvia Aeschbach (version allemande) **Edition**: Loyse Pahud **Rédaction**: Leonie Wollenweider **Mise en pages**: Géraldine Dura (directrice artistique) **Image**: Sophie Perraudin **Ont participé à ce numéro**: Textes: Mathilde Binetruy, Julien Caloz (Sportcenter), Laurent Delaloye, Renzo Strosio, Pierre Thomas **Photos**: Kipling Phillips **Stylisme**: Victoria Steiner @style council **Illustration**: André Gottschalk **Conception graphique**: Ariel Copeda **Production alémanique**: Ilaria Longo **Secrétariat**: Alessandra Ducret **Photolithographie**: PhotoMedia **Correction**: Francis Cattin **Impression**: Swissprinters AG, Zofingue **Marketing**: Florence Ruffetta **Responsable commercial**: Thierry Furer **Publicité**: **Publicité Print Suisse romande**, Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. 021 349 50 50 - Fax 021 349 50 22, publicite.lausanne@tamedia.ch **Publicité Print Suisse allemande**, Tamedia Publications romandes SA, Werdstrasse 21, 8021 Zurich, tél. 044 251 35 75 - Fax 044 251 35 38; publicite.zuerich@tamedia.ch, www.mytamedia.ch **Indication des participations importantes selon article 322 CPS**: CIL Centre d'Impression Lausanne SA, homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., 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.



Helmut Newton pour Wolford, 1995.

EXPOSITION

Provoquer, toujours

Intemporel. Voilà sans doute le mot qui décrit au mieux cette image en noir et blanc, qui unit le rocher et la mer, le corps et le voile. D'un pur point de vue mode, le collant noir et escarpins assortis reste un classique du genre, comme en 1995, quand la photo a été prise. Puissance des jambes interminables et gainées; fragilité des tronc blanc... Si les jambes sortent grandes vedettes de cette mise en scène, c'est que la série à laquelle celle-ci appartient est une commande de Wolford, le grand nom autrichien du collant de luxe. Derrière l'objectif, on retrouve Helmut Newton, qui se meut là dans son milieu naturel. La sexytude, bien sûr, mais aussi

le cadre de Monte-Carlo, où le photographe star a longtemps vécu avec son épouse June. Les poses conquérantes et séductrices qu'il demandait à ses mannequins lui ont valu une réputation de provocateur, mais ont surtout assis son succès. Aujourd'hui, Wolford renoue avec cette aura sulfureuse, en soutenant une grande rétrospective au Musée de la photographie, à Amsterdam, de l'Australien d'origine berlinoise décédé en 2004. Plus de 200 photos envahissent le moindre recoin du musée, des tout premiers tirages aux œuvres monumentales. *Ilaria Longo*

FOAM Museum, Amsterdam, rétrospective Helmut Newton, jusqu'au 4 septembre.

L'ART À MOINS DE 1000 FRANCS

La toile objet



PAR LAURENT DELALOYE

«C'est la première des pièces qui a amené tout le reste», dit d'entrée Arthur Fouray en regard de ce sommier qui n'a

pas d'autre utilité que celle dévolue à l'art contemporain. Avec ce titulaire d'un master en arts visuels de l'ECAL, né à Paris en 1990, la toile n'est plus le support de la peinture mais en devient l'objet: «La toile épouse la forme de l'objet utilitaire et respecte toujours les dimensions d'origine afin de tisser un rapport instinctif entre nous et l'objet», nuance l'artiste. Qui se distingue avec une démarche vraiment originale, même si celle-ci a pu être influencée par Andy Warhol ou les minimalistes de New York et Los Angeles. «On ne peut pas parler complètement de minimalisme puisque l'objet reste identifiable», précise-t-il. Ses œuvres, monochromes aux couleurs azur, prennent aussi des allures de couette, d'oreiller ou même de cendrier. Ce dernier allie d'ailleurs l'utile à l'agréable car, une fois décroché du mur et retourné, il sert réellement à déposer les cendres de la cigarette. Les œuvres sont toutes codées: «Les titres sont les noms propres ou communs liés à l'impulsion de départ. En l'occurrence, Lauren fait référence à Ralph, fondateur de la marque américaine, en réminiscence aux draps de mon lit», ajoute celui qui cultive la savoureuse ambivalence entre le contenant et le contenu.

L'actu: Parution de «M», édition d'artiste, compilation de notes personnelles (Ed. Micronaut). Prix Kiefer Habitzel, Bâle.

Site: www.arthurfouray.com

Le prix: 1000 fr.

«Lauren Azur» (204x124x14 cm), pièce unique, acrylique, toile, sommier, 2013-2014



DESIGN

Comme dans un musée

Qui aurait peur de se tromper dans le choix d'un nouveau sofa pourrait s'enorgueillir de partager la même pièce que le paragon du goût chic: le musée d'art contemporain Tate Modern, à Londres. L'aile qui vient d'ouvrir au bord de la Tamise offre des aires de repos meublées de la minicollection Bankside (canapé et fauteuil) que Jasper Morrison a dessinée pour la marque B&B Italia. Le géant de l'ameublement élégant fête cette année ses 50 ans et ses collaborations avec des designers de renom et des bâtiments de prestige sont nombreuses. Mais il est rare que les collections prévues pour les espaces publics soient assez fines pour s'introduire aussi dans les intérieurs privés. *R.L.*

La collection capsule Bankside de Jasper Morrison pour B&B Italia est disponible avec pieds en aluminium ou chêne, finitions cuir ou textile.



Au pied des Dolomites, une maison de vacances reflète une certaine idée du bonheur.

ARCHITECTURE

Double jeu

Voilà un concept architectural très créatif. A l'origine de cette construction qui miroite aux portes de Bolzano, au pied des Dolomites, une famille qui acquiert puis restaure une ferme des années 1960, et décide de partager sa parcelle de paradis. Elle confie en 2014 la réalisation d'une maison d'hôte avec deux unités d'habitation à Peter Pichler, architecte italien installé à Milan. Ce jeune concepteur, issu du sérail de Zaha Hadid (l'illustre architecte disparue récemment), aime visiblement les défis et les jeux de construction. Courbes, lignes épurées... c'est une maison avant-gardiste à souhait qu'il réalise. Un vrai bijou! Posée sur un socle, elle arbore d'un côté des façades revêtues d'un verre aux filtres anti-UV réfléchissant, qui projettent la beauté d'un paysage inscrit auprès de l'Unesco. De l'autre, une panoramique baie

vitrée donne sur des alignées de pommiers. Les deux appartements sont orientés à l'est avec chacun un accès indépendant et un jardin privé. Ils se composent d'une cuisine, d'un séjour, d'une salle de bains ainsi que d'une chambre éclairée naturellement grâce à un grand puits de lumière. D'une luxueuse simplicité, l'intérieur est meublé de façon minimaliste; l'architecte a opté pour le blanc et des teintes sages, sans tomber pour autant dans la neutralité. Ils devraient faire le bonheur des esthètes. La piscine n'enlève rien à cette atmosphère champêtre atypique... La bonne nouvelle? Cette demeure fait office de maison de vacances et elle n'est même pas si chère à la location. *Renzo Stroscio*

Dès 160 euros la nuit, min. 2 nuits. Mirror Houses, Grutzenweg 75/Via Agruzzo 75, Bozen/Bolzano, Haut-Adige, Italie, www.mirror-houses.com

PLEIN AIR

Petits chemins d'art



C'est une idée lumineuse comme l'été, joyeuse comme le plaisir de partager et colorée comme une montre Swatch (sponsor du projet). Dès ce mois de juin, les amateurs d'art et de marche pourront parcourir un itinéraire de 6 kilomètres en pleine campagne, à cheval sur la frontière franco-suisse, qui relie la Fondation Beyeler (Weil am Rhein) au Campus Vitra (Riehen). Une exposition au départ, une autre à l'arrivée, et entre deux un chemin, jalonné de 24 œuvres d'art – comme autant de stations d'un chemin de croix, mais loin de l'esprit calvaire. L'artiste allemand Tobias Rehberger (habitué des espaces publics dans toute l'Europe) a imaginé des pièces en résonance avec la nature, qui indiquent le chemin à suivre: des cages dont les oiseaux se sont envolés (*ci-contre, au parc Berower*), une ruche rose qui accueille de vraies abeilles ou une horloge-coucou sur le toit du Natur Bad (prendre le temps de se baigner dans cette piscine en pleine verdure...). *Renata Libal*

Fondation Beyeler: Alexandre Calder et Fischli/Weiss jusqu'au 4.09; Vitra Design Museum: Alexandre Girard, jusqu'au 19.01.2017.



MAKE-UP

Plissé couture

Si le flacon tournoie comme une robe de bal, ce n'est pas un hasard: la marque de vernis à ongles Essie (nuancier renversant et prix petits) lance une collection inspirée de la couture. Même le pinceau a été revu pour un toucher léger. *L.V.*

Collection Gel Couture en Couture Curator, Haute to Trot et Dress Call.

La coupe qui fait la ligne

QUAND LES STARS SONT À LA PLAGE, C'EST DU MELISSA ODABASH QU'ELLES PORTENT. L'ANCIEN MODÈLE AMÉRICAIN DE MAILLOTS DE BAIN S'EST CONVERTI AVEC SUCCÈS AU STYLISME.

TEXTE SILVIA AESCHBACH



Un bikini tout en vaguelettes de la collection été 2016 (modèle Hamptons; motif River).

MÊME AU TÉLÉPHONE, son humour est perceptible. Et son autodérision. «Quand une dame de la haute société divorce, elle devient designer de bijoux ou de maillots de bain», plaisante-t-elle. Melissa Odabash peut bien se moquer, elle occupe le premier rang du monde du design de maillots de bain. Rihanna, Elle Mcpherson, Kate Moss, Heidi Klum ou la duchesse Kate portent ses modèles, et pas un jour ne passe sans que l'image d'une de ces stars moulées dans un bikini ou un une-pièce Odabash ne soit téléchargée sur les réseaux sociaux. Un raz-de-marée. La designer de 52 ans n'a pourtant pas suivi de formation dans le domaine, et son savoir-faire lui vient de sa période italienne où elle défilait, en maillot, pour Fendi ou Valentino. «J'ai tout appris sur les coupes, les matières, le confort. J'en savais tant que j'ai décidé de dessiner les modèles moi-même.» Le stylisme de maillots n'a rien d'un jeu d'enfant, il est très compliqué même s'il n'est pas considéré comme tel dans le milieu. «On ne sait jamais exactement comment les matières vont réagir au soleil et à l'eau, explique Melissa Odabash. Il faut au moins cinq machines et six mains pour réaliser un modèle.»

D'où tire-t-elle son assurance tranquille? Elle rigole: «Enfant, j'étais déjà plutôt décontractée! Et mes parents m'ont toujours soutenue dans mes projets.» Lorsqu'elle leur a déclaré qu'elle voulait se lancer dans la création et la réalisation de maillots de bain, ils lui ont simplement dit: «Super, ma chérie, vas-y.» Ce qui avait débuté, il y a vingt ans, dans quelques boutiques milanaises a ensuite largement débordé au niveau international et a mené la blonde entrepreneure sur la couverture des plus fameux magazines de mode tels *Harper's Bazaar*, *Vogue*, *Elle* ou *InStyle*. Surnommés les Ferrari du bikini, ses modèles sont exotiques, sensuels, coupés dans les meilleures matières, sans chichi – rembourrage, volants, doublure. Mais avant de parvenir à tant de simplicité, Melissa Odabash a traversé quelques expériences... «Juste avant ma première collection, c'était la grande mode des Wonderbra. J'ai donc décidé de faire les hauts comme ça, avec push-up. Ça a été affreux, les coques se gorgeaient d'eau, et lorsque les femmes sortaient de la piscine, l'eau ruisselait des seins comme une fontaine.»

La magie d'Instagram

Ces erreurs de débutante sont désormais loin derrière. Aujourd'hui Melissa Odabash est devenue multimillionnaire; elle vit avec son mari et ses deux filles entre Londres et la Floride et vend ses produits dans les enseignes les plus chics de 55 pays ainsi que dans les boutiques à son nom. Elle sait aussi s'entourer de personnalités créatives. A collaborer avec elle, on trouve son grand ami designer de mode Julien Macdonald («mon meilleur mari», dit-elle), le chanteur et photographe Bryan Adams avec qui elle a réalisé un livre célébrant le 75^e anniversaire de la marque Speedo, ou Gwyneth Paltrow avec laquelle elle travaille pour le site web lifestyle Goop. Son inspiration, cette femme gémeaux qui aime tant voyager dit la

trouver partout: dans une boutique de seconde main comme sur les marchés de tous les pays du monde. Et quand elle revient dans son bureau londonien, elle inonde ses collaboratrices de ses nouvelles idées. Le processus de création qui s'enclenche ensuite est complexe car elle ne cesse de changer d'opinion quant à ses propres esquisses... «Il m'arrive souvent de porter un de mes modèles, et si je ne reçois pas au moins dix compliments, je le raye de ma collection.» Elle voit dans sa propre patience le secret de son succès. Très engagée dans sa vie professionnelle, Melissa Odabash l'est tout autant dans sa vie de famille. Et annonce fièrement n'avoir jamais manqué un spectacle scolaire de ses filles. Le vendredi, dès qu'elle quitte son bureau, elle cesse de répondre à ses mails et aux téléphones professionnels. Une seule exception à cette paix du week-end: Instagram! Le réseau social de partage d'images l'enthousiasme. Il faut dire qu'il joue un rôle capital dans le succès de la marque. «Les photos de stars portant mes maillots de bain postées sur Instagram sont ma meilleure publicité, immédiate en plus. Avant, lorsqu'un magazine publiait un article story sur moi, cela durait des semaines et des semaines avant que cela paraisse...»

Mais la jeune quinquagénaire s'engage aussi pour des projets non commerciaux. Elle a notamment dessiné des modèles pour des femmes vivant avec les séquelles d'un cancer du sein. Elle-même connaît cette maladie de près puisque sa sœur, maintenant hors de danger, en a souffert. Assister à des shootings photo avec des femmes touchées dans leur chair la bouleverse pourtant toujours. «Je dois souvent lutter contre les larmes», dit-elle d'une voix soudain chancelante.

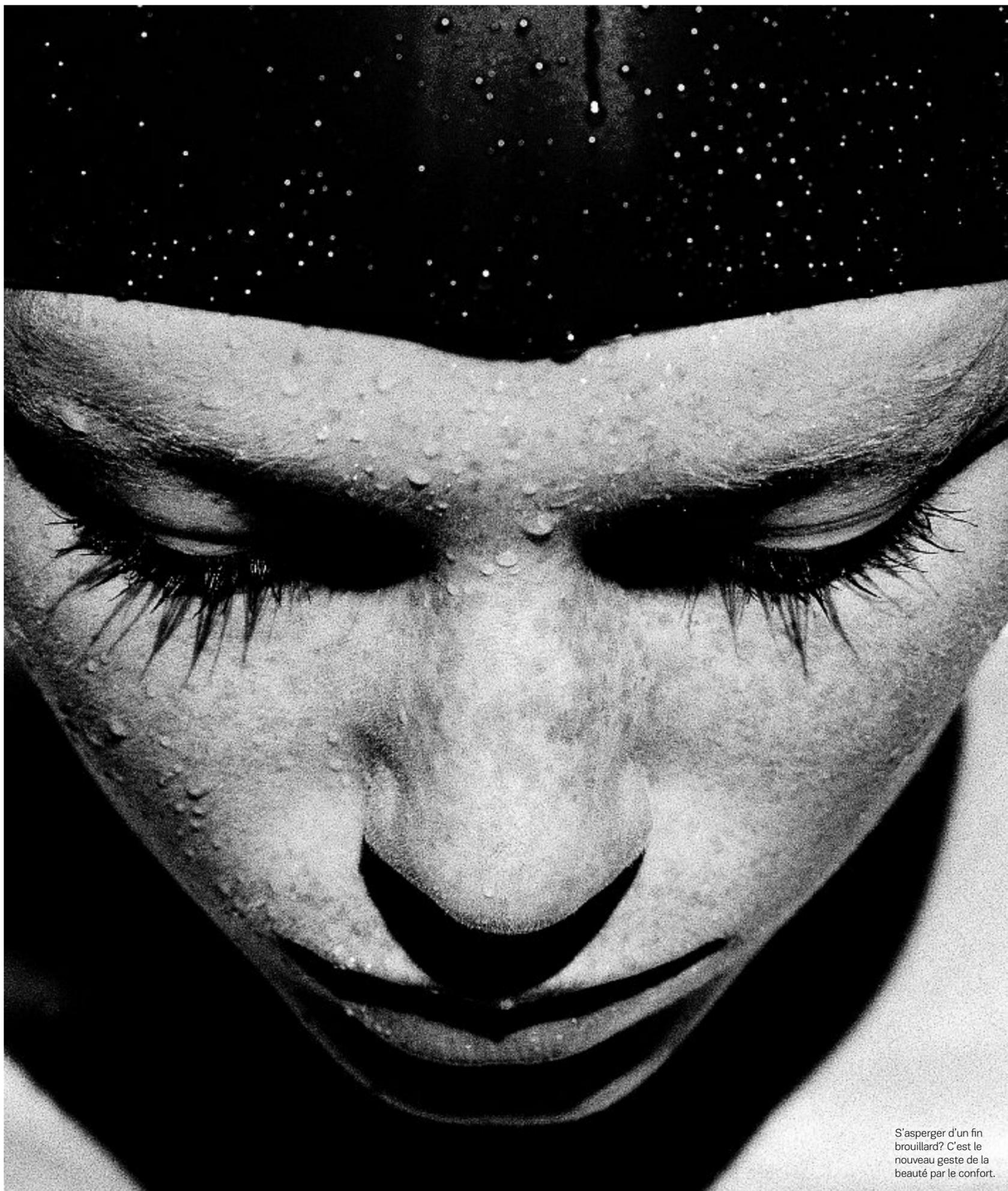
Une collection sportive

Les femmes n'ont pas toutes un corps aux mensurations de rêve de 90-60-90, Melissa Odabash le sait bien. Comme elle sait que les séances d'essayage de bikinis en effraient plus d'une. Et puisqu'elle désire «rendre les femmes plus sûres d'elles-mêmes», outre les deux-pièces mini et mimi, sa collection comprend un grand choix de maillots une pièce de couleur unie, les uns à fronces, les autres à plis ou à nœud. Les plissures permettent de dissimuler les défauts et d'affiner la silhouette. Cet été, elle mise toutefois sur des modèles sportifs en matière high-tech qui moulent des formes... parfaites: «Ils ne pardonnent rien!» Mais la gamme est vaste, et le modèle de référence chez Odabash reste le très classique une-pièce noir qui «anoblit n'importe quel corps». Sinon, pour embellir la silhouette, l'Américaine conseille l'autobronzant qui amincit et donne un petit air net et frais. Et elle-même sur la plage, comment apparaît-elle? «Je suis en bikini blanc, un panama sur la tête et des lunettes cool sur le nez. Les lunettes, c'est ce qui relève un look basique... et d'ailleurs je lance ma première collection cet automne!» Ses vacances, elle les passe de préférence sur la côte amalfitaine dont elle adore «le paysage, les gens, la nourriture... Tout y est parfait.» Et quels sont ses interdits de plage? «Trop de bijoux et des hauts talons. Mais quand les femmes s'enfoncent dans le sable, c'est tout de même assez drôle.» Cette femme a de l'humour. On l'avait dit. ☺



SUCCESS STORY

En 1999, Melissa Odabash lançait sa première collection. Depuis, la marque de l'ex-mannequin est vendue dans 55 pays et quelque 400 boutiques de par le monde. La créatrice américaine s'affiche souvent en une des magazines qui comptent tels *Harper's Bazaar*, *Vogue* ou *Elle*. Et cet automne, elle lance sa première ligne de lunettes de soleil.



S'asperger d'un fin brouillard? C'est le nouveau geste de la beauté par le confort.

La beauté **embrumée**

COMME BIEN DES NOUVEAUTÉS, surtout en matière de beauté, le geste nous vient d'Asie. Ce sont les Coréennes qui les premières ont cherché une manière de s'hydrater l'épiderme 17 heures sur 24 (les 7 heures de sommeil étant déduites) et 7 jours sur 7. La solution? Le soin en spray, qui produit une brume rafraîchissante et relaxante – parfaite pour les chaleurs estivales. Le principe se propage actuellement auprès des plus grands noms de la cosmétique, qui rivalisent d'«eaux cellulaires» traitantes, de «voiles de protection» et autres «brumes retouches». Quand la directrice générale de la marque Valmont, Sophie Vann-Guillon, fait la démonstration de sa nouvelle brume hydratante, elle envoie un jet de gouttelettes microscopiques dans l'air, puis, visage offert en extase, yeux clos, fait un pas en avant pour pénétrer dans le nuage soignant. Une



Brume Ultra Radiance Benefit (Sephora/Manor); Eau Cellulaire Institut Esthederm; Eau thermale minéralisante Vichy; Eau de Raisin Caudalie; Priming with a Hydrating Fluid Valmont; Hydrabio Eau de Soin Bioderma; Brume anti-stress Shiseido.

sorte d'effet spa portatif? C'est toute l'idée! Comme l'employé de bureau s'offre une pause café pour repartir du bon pied, la coquette contemporaine parsème sa journée de nuages de beauté, qui lui donnent énergie et confiance. Ce geste s'inscrit dans les nouveaux rituels cosmétiques de «layering» (superposition) de produits complémentaires. Avec cet avantage nomade: la brume ne nécessite aucun massage avec les doigts et peut parfaitement (c'est même conçu ainsi) pénétrer à travers fond de teint et maquillage. Le produit s'utilise en fixatif du make-up avant de partir le matin, puis comme un coup d'éclat tout au long de la journée. Hydratation, protection solaire, tonification... Alors, quand un soir, au coin de la rue, une élégante dégainé son tube à pschitt, ce n'est pas forcément de spray au poivre qu'il s'agit. Elle se refait une beauté... ☺

TEXTE RENATA LIBAL

Des pâtes si couture

DANS SA COLLECTION MÉTIERS D'ART DE CET ÉTÉ, CHANEL BRODE UN SUBTIL PORTRAIT VESTIMENTAIRE DE PARIS ET DE ROME À LA FOIS. FORZA GUIPURES ET GALONS!

TEXTE RENATA LIBAL



SOMMES-NOUS à Rome? A Paris? Dans les deux villes à la fois, union de deux beautés... Quand la collection Chanel, qui arrive en boutique ces jours-ci, a défilé en décembre dernier, elle a réussi ce petit miracle d'ubiquité: superposer les ambiances de deux capitales mythiques et les coudre ensemble dans cette matière de rêve qu'est une étoffe de haute couture. Silhouette désinvolte de la Parisienne, mais revue, bas de dentelle noire, par l'allure cinématographique à la dolce vita. Le symbole est dans le détail quand la perle précieuse rencontre une farfalle brodée...

Mais reprenons un peu plus tôt: il faisait doux sur la Ville éternelle ce soir d'avant-Noël et une foule internationale sirotait son champagne parmi les bustes d'empereurs romains, comme il s'en accumule à Cinecittà. Le défilé? Au Teatro N° 5 cher à Fellini, qui porte – rien n'est hasard – le numéro fétiche de Mademoiselle Chanel. Là, un Paris de mythologie avait été reconstruit grandeur nature, avec cafés, pâtisserie, fleuriste et bouche de métro. Ambiance cinématographique, inspirée des Delphine Seyrig ou Anouk Aimée, actrices françaises amoureuses du cinéma italien – et inversement.

Cela pour dire que les robes de cuir matelassé et bordé de dentelle disponibles maintenant, les manteaux en tweed, les jupes crayon laquées de noir racontent une histoire bien plus riche, bien plus opulente encore que ne le font les vêtements de prêt-à-porter usuels. La collection Métiers d'art est une célébration annuelle des savoir-faire les plus élaborés dont la maison dispose. Cruauté du calendrier, cette 12^e édition

romaine tombait quelques jours après les attentats de Paris, ce qui lui a donné une dimension proche de l'hommage à la tradition de couture française.

L'histoire d'un ruché

Prenons par exemple la tenue 65, selon l'ordre du défilé: robe ruchée rose poudré, à manches bouffantes, entièrement rebrodée de fleurs et de perles. Son histoire commence à l'automne 2015. C'est alors que Karl Lagerfeld élabore son concept, transmis aux onze maisons d'art du groupe Chanel. Maison Michel imagine des chapeaux à faire tourner les têtes, Desrues est un passementier dont les boutons sont autant de bijoux, Lemarié un plumassier à faire pâlir un paon de jalousie... Chacun de ces ateliers à l'ancienne élabore des propositions. Hubert Barrère, responsable artistique de la maison de broderie Lesage, raconte que le thème romain l'a mené sur deux pistes: «J'ai proposé de travailler sur la pasta et sur le marbre, dit-il. Il n'y a pas plus romain.» Les deux idées ont été retenues. «Au final, ce thème n'est plus reconnaissable, dit-il. Les pâtes en forme de papillon deviennent des fleurs, du rêve. Nous sommes dans la subtilité, c'est de la gastronomie Chanel!»

Fin novembre 2015, à quelques jours du défilé, les ateliers de Pantin bruissent de

ce drôle de silence affairé, où l'on a l'impression d'entendre l'aiguille glisser dans le tissu. L'ambiance est à la concentration alors que, dehors, la police quadrille la ville à la recherche des complices de terroristes. S'accrocher à la légèreté... La quarantaine de brodeuses (un seul homme) travaillent parfois à quatre sur un pan de tissu pour attacher ces fleurs dont une observation plus précise permet de retrouver la forme des farfalles. Tout est fait main ici, depuis que Marie-Louise et Albert Lesage ont ouvert l'atelier en 1924. Certaines techniques portent l'estampe maison, comme ces perles cousues au crochet de Lunéville sur l'envers du tissu. Ou comme la pose en vermicelle, qui assemble les paillettes en petits serpents qui se tortillent. Pas étonnant que les archives débordent d'échantillons (70 000... la plus grande collection classée) réalisés essentiellement pour Elsa Schiaparelli, puis plus tard pour Balenciaga, Dior, Givenchy... et la maison Chanel, naturellement, qui a racheté l'atelier en 2002.

Cinq autres maisons d'art auront aussi participé au défilé: le bottier Massaro, l'autre maison de broderie Montex, le gantier Causse, les mailles Barrie, le parurier Desrues et ses boutons et bijoux précieux. Dans notre monde inquiet, l'ode au bonheur et à la virtuosité relève de l'acte de foi. ●

VIRTUOSITÉ

La robe 65 est un îlot de douceur angélique, qui a nécessité un travail de diable: 1125 heures aux ateliers Lesage. Il n'en faut pas moins pour broder 10 000 perles de fantaisie, de tailles diverses, sur 1150 farfalles et demi-farfalles, devenues autant de fleurs. Les pans de tissu brodés sont assemblés aux ateliers Chanel. Et hop, un ruban de satin rose pour souligner la poitrine.

MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE



TONDA CHRONOR ANNIVERSAIRE

Boîtier or rose
Mouvement en or rose ajouré
Chronographe intégré à rattrapante
Grande date à 12 h
Bracelet alligator Hermès

Made in Switzerland

parmigiani.ch

PARMIGIANI

FLEURIER

Histoire de protéger

LES CRÈMES SOLAIRES ONT À PEINE 100 ANS. MAIS QUEL SIÈCLE! CHAQUE DÉCENNIE A AMENÉ SON PROGRÈS STIMULÉ PAR LES MODES ET LES DÉCOUVERTES SCIENTIFIQUES.

TEXTE SILVIA AESCHBACH

MÊME LES PETITS ENFANTS le savent aujourd'hui: les rayons ultraviolets sont la cause numéro un des dommages infligés à la peau. Mais jusqu'à la fin du XVIII^e siècle il n'existe aucun besoin de se protéger du soleil puisque la pâleur passe pour une marque de noblesse. Bronzés sont alors ceux qui doivent travailler dans les champs, les paysans ou les esclaves. Avec l'industrialisation puis la rapide croissance du niveau de vie, l'idéal séculaire de la blancheur aristocratique s'évanouit. Les années 1920 voient le grand air, la lumière et le soleil devenir des atouts de santé; les médecins préconisent le sport et les bains de soleil comme antidotes aux maladies. Bien sûr, cette forme de loisirs nécessite un certain niveau social, car seuls ceux qui ont du temps libre peuvent le passer à l'extérieur, exposés aux rayons... Avec les années 1930 émergent les costumes de bain les plus divers, certains mettant la peau très à découvert. Le moment est donc venu de protéger son épiderme. On ne peut que spéculer sur qui a inventé les premières crèmes – dépourvues de filtres absorbant les rayons ultraviolets – mais on s'accorde sur le premier produit moderne contenant ce fameux antiUV: la crème Delial de Drugofa, filiale de l'allemande Bayer, apparue en 1933. Parallèlement commence l'histoire de la crème Piz Buin. Elle remonte à l'excursion que fait, en 1938, l'étudiant en chimie suisse Franz Greiter sur le sommet de 3312 mètres à cheval entre les Grisons et le Vorarlberg, le Piz Buin précisément: l'apprenti chimiste y attrape un violent coup de soleil. Dans son modeste laboratoire, il n'aura de cesse dès lors de trouver une formule qui le protège efficacement. La ligne Piz Buin est née. Mais la marque L'Oréal aussi revendique le titre de première crème solaire. Le patron de l'époque, Eugène Schueller, expérimente lui-même divers onguents sur la Riviera française que ses chimistes ensuite achèvent de développer. En 1938 sort donc la teinture nommée Ambre Solaire qu'on trouve aujourd'hui encore – dans une formule renouvelée et améliorée – sur le marché.

Une envie couleur cannelle

Avec l'avènement du bikini, au milieu des années 1940, le besoin de protection solaire décuple. Les femmes qui peuvent se le permettre brunissent désormais, étendues sur les plages du Sud. Quelques années plus tard les icônes de cinéma, Brigitte Bardot, Sophia Loren ou Claudia Cardinale, popularisent largement ce glamour deux-pièces. Une peau bronzée n'est plus seulement synonyme de bonne santé, elle est aussi sexy. Mais les crèmes, mousses et autres ambres solaires coûtent relativement cher, et la plupart du temps les aficionados du soleil n'en appliquent qu'une toute petite couche sur leur peau rougissante. En plus, elles ne se contentent pas de se brûler au soleil, elles s'exposent aussi, chez elles, à la lampe à bronzer. Et pour être sûres d'arborer la bonne teinte cannelle, se tartinent d'huiles et de crèmes domestiques. Une catastrophe annoncée...

Continuons notre ascension dans le siècle. En 1953, l'Everest et ses 8848 mètres sont vaincus par le sherpa Tensing Norgay et le Néo-Zélandais Sir Edmund P. Hillary. Un retentissement mondial. Enthousiasmée par cet exploit, une entreprise de Winterthur demande au sherpa s'il serait d'accord de donner son nom à ses nouveaux produits. Le sherpa n'a rien contre. Ainsi naît



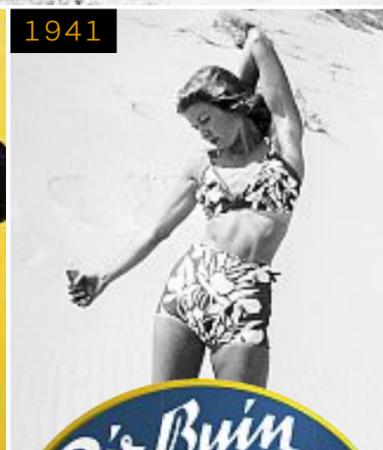
1901



1935



1937



1941

Sherpa Tensing, la protection solaire suisse, toujours en vie depuis 1954. Deux ans plus tard, on assiste à l'invention de l'indice de protection SPF (Sun Protection Factor): on la doit au radiophysicien hambourgeois Rudolph Schulze. C'est à ce moment que sont lancées les premières campagnes de prévention sur les risques solaires. La marque Piz Buin se veut pionnière en la matière mais il faut attendre 1966 pour qu'elle introduise systématiquement le SPF dans ses produits. L'indice le plus haut s'élevait alors à 3! De nos jours, il atteint 50... Il se passera encore neuf années jusqu'à ce que Piz Buin – c'est la première – diffuse des protections solaires résistant à l'eau.

Une protection pour tout

A la fin des années 1970, la conscience des dommages à la peau dus au soleil augmente massivement et l'indice de protection doit dorénavant figurer obligatoirement sur les emballages. Et au terme de la décennie suivante, les produits s'enrichissent de minuscules particules de filtres qui doivent entraîner un effet de protection physique. L'indice ne dépasse toutefois pas les 20. Puis, à partir de 1993 on adopte en Europe les standards australiens qui exigent que les crèmes ou lotions solaires absorbent 90% des rayons ultraviolets A. Dès lors, la composition des protections se fait toujours plus raffinée. On introduit la vitamine E, on combine les effets antifroid et antivent, on ajoute de quoi embellir la peau et approfondir le bronzage. Cela, à l'image de l'innovation brevetée des Laboratoires Lancaster, la Full Light Technology, qui a pour but de filtrer 100% du spectre de lumière connu aujourd'hui et ainsi de ralentir le vieillissement de la peau. Clarins, également, se montre novateur dans le secteur des huiles solaires, et a élevé le niveau de protection dans le spray Huile Embellissante corps et cheveux (UVA/UVB 30). L'huile sèche traite sans briller. Même les peaux grasses, propices à l'acné, peuvent être protégées: Kieh'l's a sorti une lotion hydratante à peine teintée (Sunscreen Ultra Light Daily UV Defense Mineral SPF 50), assez convaincante avec 100% de filtres minéraux. On pense aussi à tous les nouveaux soins après-soleil, notamment le gel de La Mer (Soin Sublimateur Après-Soleil) qui permet de faire durer le bronzage et de régénérer la peau après son exposition.

Le chemin a été long. Riche en progressions. On se demande ce qui reste à inventer, à part le robot à appliquer la crème. ☉

1901 Scène de plage près de New York.

1935 Eugène Schueller de L'Oréal, avec ses chimistes.

1937 Publicité pour Ambre Solaire.

1941 L'avènement du bikini rend la crème indispensable.

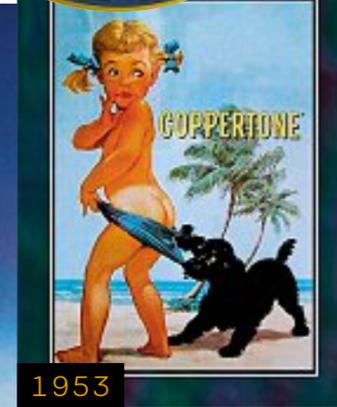
1946 Piz Buin: une marque révélatrice de l'apport suisse.



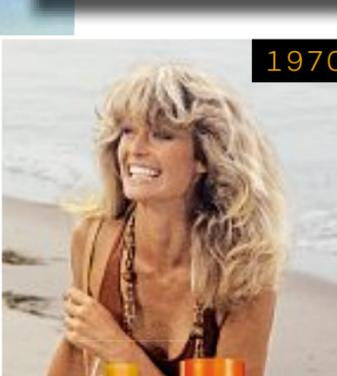
1946



1953



1953



1970

1953 Conquête de l'Everest: le sherpa Tensing Norgay donne son nom à une marque suisse.

1953 Une affiche du fabricant Coppertone.

1978 La comédienne Farrah Fawcett toute bronzée dans «Charlie's Angels».

2016 Dernière génération de produits: Soins Sublimateur Après-Soleil, La Mer; Spray Solaire corps & cheveux SPF 30, Clarins; Crème bronzage homogène SPF 30, Lancaster; Voile protection UV cellulaire suisse SPF 50, La Prairie.



2016

ICI ON PARLE ENFANT

couramment et 60 autres langues



CLASSE ÉCONOMIQUE EMIRATES

C'est lorsque les enfants montent à bord que tout devient amusant: un service VIP, leur menu préféré, des jeux, des jouets et des chaînes TV rien que pour eux.

Hello Tomorrow


Emirates



PLONGÉE DANS LES ABYSSSES

LE BIOLOGISTE MARIN LAURENT BALLESTA DÉFRICHE LES MERS VIERGES EN QUÊTE D'ESPÈCES ANCIENNES DE POISSONS. IL EN RAMÈNE IMAGES ET ÉMOTIONS.

TEXTE JULIEN CALOZ



Laurent Ballesta a des milliers de plongées à son actif. On le voit ici sous la banquise, en Antarctique, lors de l'expédition Gombessa III. Celle-ci est le versant sous-marin du projet Wild-Touch Expeditions-Antarctica initié et dirigé par Luc Jacquet, dix ans après *La marche de l'empereur*.

LAURENT BALLESTA est comme un coquillage précieux que l'on trouve sur la plage et que l'on porte à l'oreille pour écouter la mélodie de la mer. Il nous transporte dans un autre monde, liquide, froid et sombre. «Impénétrable», souffle le Français de Montpellier de 43 ans, qui considère chaque plongée (il en compte des milliers) comme une quête spirituelle. L'une d'elles l'a mené jusqu'au légendaire coelacanth (la première syllabe se prononce «cé»), un poisson de 410 millions d'années au système de nage unique. On le croyait éteint. Le biologiste marin l'a photographié dans les fonds dangereux d'Afrique du Sud, en 2013 (expédition Gombessa I). Deux plongeurs avaient perdu la vie en explorant la zone avant lui. Depuis cette découverte zoologique majeure, le scientifique a documenté les mécanismes de reproduction du mero (Gombessa II) et exploré les écosystèmes de l'Antarctique (Gombessa III). Soutenu dès le début de ces expéditions par la marque horlogère Blancpain, très axée sur la montre de plongée, Laurent Ballesta s'appête à repartir. Probablement en Nouvelle-Calédonie ou en Micronésie. Y traquer le nautilaire, autre habitant des zones profondes, une espèce de pieuvre qui loge dans un coquillage et qui n'a pas évolué depuis 100 millions d'années.

Comment avez-vous vécu la rencontre avec le coelacanth? Aussi belle dans la réalité que dans votre imagination?

Mieux! Car il n'y avait pas que le coelacanth. Il y avait son univers. S'il n'avait pas été l'objet de nos pensées pendant tant d'années, nous n'aurions pas fait tous ces efforts d'entraînement et de

réflexion technique sur le matériel pour l'atteindre. On ne l'aurait pas vu, ni lui ni le reste. En ce sens, c'est mieux que ce qu'on espérait. Mais il ne faut pas croire que cela crée des moments d'euphorie. Ce n'est pas ça. Quand vous attendez quelque chose depuis tant d'années, vous êtes davantage dans le soulagement. Et puis, je m'interdis l'euphorie à 120 mètres de fond. Ce serait grotesque.

Et dangereux?

Ça pourrait le devenir. Mais ce serait grotesque, surtout. On est dans un temple.

Ce vieux poisson, gros et moche, vous le trouvez beau?

Je le trouve hallucinant avec ses yeux verts. Il possède en plus des nageoires pédonculées. Elles tournent comme des hélices au ralenti, ce qui rend sa nage unique. Cela dit, beau ou pas beau, c'est un jugement de valeur. Ce qui est sûr, je dirais, c'est qu'il est... attirant.

Sur les photos que vous avez prises du coelacanth, vos collègues ouvrent de grands yeux d'enfant au passage du poisson. Et vos yeux à vous, comment étaient-ils?

Ils avaient la liberté de pouvoir être dans la contemplation, même si nous avions du travail et que tout était minuté, précis. Dans certaines plongées, j'essaie toutefois de m'interdire d'être dans la contemplation. Car quand on contemple, on ne voit rien. Or je suis là pour observer et faire des prises de vue. Je dois donc rester très concentré. Dans ces moments-là, j'ai plutôt les sourcils froncés. On me dit souvent que j'ai l'air très en colère sous l'eau.

Il y a une incompatibilité, à première vue, entre votre fonction de photographe et celle de scientifique...

Non. Ces deux fonctions ne sont pas incompatibles, au contraire: il y a une vraie synergie. La difficulté, en réalité, n'est pas de faire de la prise de vue ou de la science, mais d'accéder à ces univers très profonds et très froids. Après, c'est un travail assez basique. J'essaie d'être très figuratif dans ma photo et extrêmement simple dans mes recherches scientifiques en me demandant, par exemple, comment tel ou tel animal se nourrit. Cette approche a déjà été menée avec la plupart des animaux. On sait comment un lion mange. Pour faire une photo nouvelle d'un lion, il faut se lever tôt. Pour apprendre des choses qu'on ne saurait pas sur la vie du lion aussi. Mais avec des espèces marines comme le coelacanth, c'est différent. Car ces animaux sont inaccessibles. Nous avons la chance d'avoir des parcelles de la planète où ce travail de naturaliste des siècles passés est encore possible. C'est-à-dire illustrer et comprendre des choses par l'observation ou des manipulations assez simples.

Nicolas Hulot dit de vous que vous avez un œil incroyable pour repérer une nouvelle espèce...

Quand il le disait, je le croyais. Puis j'ai monté ma propre équipe et me suis aperçu que parmi mes camarades certains avaient un œil peut-être meilleur que le mien. Cela veut bien dire qu'il n'y a rien d'exceptionnel.

Le coelacanth, vous avez failli le manquer?

Pas du tout. Premier jour, première plongée, première seconde au fond. Poum! Il était là.

Il vous attendait...

Oui. C'était incroyable. C'était bien la preuve que la chose difficile était d'atteindre son univers, et non pas de le trouver. A partir du moment où vous avez compris qu'il faut cibler des grottes à une certaine profondeur, ça limite le champ de recherche à un espace très réduit. C'est quand même paradoxal de se dire que le coelacanth était à 120 mètres de nous; 120 mètres, c'est la longueur d'un terrain de football. Rien du tout. Pourtant, dès qu'on les met à la verticale et qu'on y ajoute de l'eau, ça devient une espèce de porte spatio-temporelle infranchissable.

Pourquoi ce poisson vous fascine-t-il autant?

Parce qu'il possède tout ce à quoi j'aspire. En termes scientifiques, c'est une légende vivante, le chaînon manquant, la plus grande découverte zoologique du XX^e siècle. C'est énorme. Et en termes de plongée, c'est mythique. L'Everest... On est descendus en pleine eau dans un canyon traversé par les courants. On a dû beaucoup progresser sur notre savoir-faire en plongée pour accéder au coelacanth, car c'était très technique. Et puis il y a l'image, enfin. C'est un scoop. On peut le comparer à la photographie d'une licorne! Il y a tout dans cette aventure: la science, la plongée, l'image. Tout ce que j'aime.

Des alpinistes sont morts dans la conquête de l'Everest comme, après eux, des plongeurs à la recherche du coelacanth. Avez-vous craint pour votre vie?

Nous avons des angoisses tous les jours dans ces plongées. Mais la question ne s'est pas posée de cette manière. Un Sud-Africain prétendait avoir vu des coelacanthes dans un certain site, ce qui me paraissait complètement invraisemblable. Ensuite j'ai appris que deux gars y étaient morts en voulant faire des images. Je me suis alors renseigné sur les lieux. J'ai vu les conditions de



MONTRE EN HÉRITAGE

«Les minutes que je passe sous l'eau, dit Laurent Ballesta, sont les plus précieuses de ma vie. C'est bien que ce soit un bel instrument qui les mesure.» Comme tant de plongeurs avant lui, il porte une Fifty Fathoms de la marque Blancpain: la X Fathoms. Cette pièce revisite les caractéristiques de son ancêtre de 1953, et les associe à un profondimètre mécanique (jusqu'à 90 mètres).



plongée. Parce que 120 mètres de profondeur, c'est une chose, mais il faut voir les conditions. Et là, il s'agissait de 120 mètres avec 4 mètres de houle, dans du courant, au large d'une côte sauvage, sans retour possible au bord.

Était-ce plus difficile que lorsque vous êtes descendu à 200 mètres?

Largement. En comparaison, ma descente à 200 mètres, c'était presque comme plonger dans une piscine. C'était à Villefranche-sur-Mer, un endroit que je connaissais par cœur. Une rigolade!

De retour d'Afrique du Sud, vous avez percé le mystère de la reproduction des mérours, cette fois en Polynésie...

Oui. C'était une expédition incroyable. Cela faisait longtemps que je voulais faire une très longue plongée. Je fantasmais sur une immersion de vingt-quatre heures. Dans un endroit pertinent. Or la Polynésie offre ce concentré d'énergie et d'océan. Une plongée là-bas, c'est comme dix ans de plongée ailleurs. Quand je m'y suis rendu pour la dernière fois, où que je regardais il se passait quelque chose, deux mérours qui se battaient, un qui mangeait, des qui s'accouplaient, d'autres qui se séduisaient. Puis la nuit est tombée et les requins sont arrivés. Les mérours étaient si nombreux qu'ils n'arrivaient plus à se cacher dans le récif. Ils se sont fait massacrer toute la nuit non-stop. C'était Manhattan... Le truc qui ne dort jamais!

Quand on ressort de ça et qu'on remonte à la surface, comment se sent-on? Épuisé?

Non, car nous sommes bien préparés. Le coup de blues arrive en fin d'expédition. On a mis cinq ans à préparer le coelacanth, et puis on l'a fait. Voilà. Ça n'a pas changé la face du monde. Barack Obama ne m'a pas appelé pour me dire que j'avais sauvé la planète.

Mais il y a pensé...

Vous croyez? (*Il rit.*) Après une belle expédition dont vous avez si longtemps rêvé et que vous avez forcément survendue car il a fallu promouvoir le projet et convaincre les partenaires, il y a un vide. Le blues post-expédition, ça me connaît, je suis devenu professionnel.

Vous avez rencontré d'innombrables espèces sous-marines. Laquelle vous ressemble le plus?

Hum... Ce sera forcément un animal curieux. (*Il réfléchit longuement.*) Le coelacanth n'est pas curieux. Il s'en fout. Il n'est pas non plus farouche. Tout le contraire de moi. Je dirais le bébé phoque de Weddell (*ndlr: la mer de Weddell est une partie de l'océan Austral*). Dans son regard, on voit qu'il est curieux, mais il reste derrière son glaçon, il n'ose pas trop.

Mais vous, vous avez osé plonger dans les eaux froides de l'Antarctique...

Oui. Nous y avons exploré les écosystèmes profonds sous la banquise. Nous sommes descendus à 120 mètres, dans une eau à -1,7 degré. C'était vraiment, vraiment difficile. J'ai cru qu'on n'y arriverait pas, tellement nous étions engoncés dans nos vêtements. On ne souffrait pas du froid. Le matériel actuel nous permet toujours de trouver une solution contre le froid, mais on en perd toute notre mobilité et on ne peut plus rien faire. On n'arrive même pas tourner le cou. Et on ne sent plus rien.

C'est exigeant physiquement...

Oui, très. Là-bas, j'ai perdu 6 kilos.

On sous-estime ce qui reste à découvrir des océans et de leurs habitants

Comment prépare-t-on son corps à une telle épreuve?

En l'entraînant tous les jours.

Quel sport pratiquez-vous?

De la natation (!)

Ça m'arrive. Mais surtout du cardio, du gainage, du renforcement musculaire. Une heure par jour.

Cet entraînement vous ouvre les portes de nouveaux univers.

Recherchez-vous sous l'eau ce que vous n'avez pas trouvé sur terre?

Oui. Je cherche des sensations de terres vierges. Et sur terre, j'ai du mal à trouver cela. Ou alors il faudrait que je sois un alpiniste hors norme.

Combien de pour-cent nous reste-t-il à découvrir sous l'eau?

Quatre-vingt-dix pour cent du fond des océans n'a pas été parcouru par un humain. On nous dit que la plupart des fonds océaniques sont de grands déserts. Mais je n'y crois pas. En plus, dans chaque désert il y a des oasis. Et quand bien même il ne s'agirait que de déserts, ce n'est pas pour autant qu'ils ne mériteraient pas d'être traversés. Theodore Monod a passé sa vie à traverser des déserts. On sous-estime totalement ce qu'il reste à découvrir des océans et des espèces qui s'y trouvent. Qu'y a-t-il de plus banal que le grand requin blanc? Tout le monde fait des expéditions autour de cet animal. Mais c'est du tourisme, et rien d'autre. Jamais personne ne l'a vu s'accoupler ni donner naissance à ses petits.

Pourquoi?

Parce que l'océan est impénétrable, quoi qu'on en dise. On n'arrive pas à suivre les requins dans leur monde. Ils s'enfuient. On ne peut pas faire comme avec un lion dans la savane. Sous l'eau, ça ne marche pas. C'est pour cela qu'il reste encore mille choses à découvrir. Et je ne parle ici que des animaux qui sont dans la mémoire collective, pas des monstres marins dont les gens ignorent même l'existence.

Vous avez plongé en Suisse. Quels trésors y avez-vous découverts?

Dans votre tout petit pays, entre les sources, les torrents de montagne, les rivières qui s'apparentent à des fleuves de plaine, les lacs grands et profonds, vous avez presque tous les écosystèmes d'eau douce possible. Il y a dès lors beaucoup de créatures différentes. J'ai des souvenirs fantastiques des berges du lac de Neuchâtel, dans des champs de papyrus. J'y ai observé des couleuvres à collier attrapant des grenouilles. C'était incroyable. ☺

SOUS LA SURFACE

À GAUCHE Le coelacanth dans toute sa splendeur, photographié pour la première fois par Laurent Ballesta.

À DROITE Moment d'initiation entre phoques de Weddell croqué par Laurent Ballesta en Antarctique: une mère accompagne son petit pour l'un de ses premiers bains.

Une exposition à Lyon



Jusqu'au 31 décembre, on peut voir les photographies de l'expédition *Antarctica!* de Laurent Ballesta, à Lyon. En octobre dernier, le biologiste marin a accompagné dans le continent austral les réalisateurs Luc Jacquet et Jérôme Bouvier, ainsi que le photogra-

phe Vincent Munier, afin de sensibiliser le grand public aux enjeux climatiques mondiaux. Ensemble, ils invitent les visiteurs à découvrir la biodiversité du désert blanc et glacé. «Antarctica!», Musée des confluences (musée d'histoire naturelle et des sociétés), quai Perrache 86, Lyon



*Merci, chère peau, de me
permettre d'apprécier le soleil.*



Ta peau fait tant pour toi.
Fais quelque chose pour elle.

MIGROS

M comme Monde plus beau.

MODE

PULSION SPORTIVE

NETS ET VIFS, LES MAILLOTS 2016
ÉNERGISENT LA SILHOUETTE.

PHOTOS KIPLING PHILLIPS **STYLISME** VICTORIA STEINER @ STYLE COUNCIL

Maillots Imperiale deux pièces, **Hermès**. Chapeau à visière, **Y-3**. Sacoche, **Chloé**. Montre Color, mouvement quartz, 40 mm, boîtier aluminium noir sur bracelet en silicone, **Calvin Klein**. Paddle, **Bugsurf**.



Maillot Initiale, **Hermès**. Sac porté croisé Smiles Cross Body, **Anya Hindmarch**. Sneakers Asyia, **Bally**. Gourde, **Sigg**. Bracelet, **Ina Beissner**. Bracelet éponge, **Nike**. Bande d'exercice, **TheraBand**. Montre Big Bang Pop Art, automatique, 39 mm, boîtier acier serti de 42 saphirs, vendu avec 3 bracelets interchangeables (combinaisons de couleurs alligator et caoutchouc), édition limitée 200 ex. **Hublot**.

Maillot, **D nu D Paris**. Sac Rockstud, **Valentino**. Lunettes de soleil Type 02, **Sun Buddies**. Sifflet, **Powerzone**. Ballon Jordan Hyper Grip, **Nike**. Bracelet éponge, jambières, **American Apparel**. Montre Seamaster Planet Ocean Master Chronometer, 43,5 mm, mouvement chrono, étanche à 600 mètres, acier avec lunette caoutchouc et céramique sur bracelet caoutchouc, **Omega**.

ASSISTANT PHOTO
MICA FREUTEL
ASSISTANTE MODE
ANJA FIEBIGER
MANNEQUIN
MARLA FABRI @AQUA
COIFFEUSE-
MAQUILLEUSE RACHEL
BREDY @STYLE COUNCIL
DIRECTRICE ARTISTIQUE
GÉRALDINE DURA
PRODUCTION
SOPHIE PERRAUDIN



Maillot, **Calvin Klein**. Bracelets Mia et Palazzo, **Aurèle Bidermann**. Sacoche Ali Flap Mini, 3.1 **Phillip Lim**. Casque BMX, **O'Neal**. Protection coudes et genoux, **Endura**. Montre Formula 1 Cristiano Ronaldo édition limitée, 42 mm, mouvement chronographe, titane noir sur bracelet textile, **TAG Heuer**.



Vue et luxe épurés au Capofaro Malvasia & Resort, sur l'île éolienne de Salina.

Vins, luxe et sicilianité

MONUMENTS, SOLEIL ET PLAGES ONT FAIT DE LA SICILE UNE DESTINATION DE CHOIX. AUJOURD'HUI, SES VINS ET SA GASTRONOMIE SONT À L'ORIGINE DE SOMPTUEUSES INFRASTRUCTURES D'ACCUEIL.

TEXTE PIERRE THOMAS

LORSQU'ON DIT SICILE, difficile de ne pas avoir les temples antiques à l'esprit: Ségeste et son théâtre qui trônent sur leur colline au milieu des forêts verdoyantes, et surtout Agrigente et sa vallée des temples qu'il faut visiter entre chien et loup, à l'heure où le soleil se couche et où les projecteurs illuminent les colonnes grecques. Mais certains penseront plutôt au commissaire Montalbano, ce grand amateur de bonne chère locale né de l'imagination de l'écrivain Andrea Camilleri... Car, oui, dans la profusion culturelle sicilienne, la table compte au même titre que les vestiges baroques ou antiques et la littérature. Les légumes locaux et les poissons arrosés d'huile d'olive, le verre de vin blanc ou rouge et la sieste permettent d'ailleurs à la Sicile de revendiquer, elle aussi, le fameux «régime crétois»!

Les vignerons siciliens ont bien compris qu'on vient sur leur île pour la gastronomie et le bien boire: ils revendiquent même l'étiquette de «continent» vitivinicole... Peut-être pour décoiffer les Italiens de la Botte qui n'imaginent pas y faire autre chose que des vacances balnéaires. Pourtant, l'œnotourisme est devenu une réalité. En vingt ans, les vins siciliens ont opéré une révolution copernicienne. Après les vignes plantées à large rendement grâce aux aides internationales d'après la Seconde Guerre mondiale où le chardonnay, le cabernet sauvignon et la syrah se taillaient la part du lion, les fiers Siciliens sont revenus aux vertus des cépages locaux, replantés et soigneusement vinifiés grâce à l'aide de l'Union européenne. Pas moins de 22 dénominations d'origine contrôlée recouvrent l'entier du vignoble, dont une seule DOCG (le haut du panier des

appellations italiennes): l'original Cerasuolo di Vittoria, composé des cépages rouges nero d'Avola et frappato. Mais, depuis 2012, la dénomination Sicilia DOC place sous son aile les meilleurs vins, mis en bouteilles sur place et non plus, comme jadis, envoyés en vrac, par bateaux entiers, à Gênes ou à Marseille, pour «renforcer» les vins du nord de l'Italie ou de la France (et même de la Suisse!).

Palette de blancs et de rouges

Avec quelque 100000 hectares de vignes, ce qui représente six fois et demie le vignoble suisse, la Sicile se place parmi les plus grandes régions vitivinicoles d'Italie. On y fait les vendanges depuis fin juillet (la chaleur se charge encore des airs du sirocco marocain) à fin octobre – sur les pentes de l'Etna où la vigne grimpe jusqu'à 1000 mètres d'altitude. La gamme des vins est impressionnante. Des blancs: secs (catarratto, inzolia ou grillo), liquoreux (zibibbo, le muscat d'Alexandrie, de Pantelleria, dont la culture est entrée au patrimoine immatériel de l'humanité en 2014, et la «malvasia delle Lipari») ou mutés (un regain d'intérêt pour les «marsala vergine»). Des rouges: nero d'Avola (le grand cépage local), perricone, nocera et les cépages de l'Etna (nerello mascalese ou cappuccio). Et aussi d'agréables rosés et mousseux.

La palette s'avère complète, du vin le plus commercial au vin le plus prestigieux. C'est ce que les journalistes-œnophiles du monde entier ont pu constater à Sicilia en Primeur, une grande dégustation organisée ce printemps par Assovini Sicilia, la force de frappe qui réunit depuis vingt ans une soixantaine de caves. Un exercice qui s'est déroulé face à la mer dans le complexe touristique le plus luxueux de l'île, le Verdura Golf & Spa Resort, à Sciacca, dédié aux amateurs de la petite balle. ●

Dormir dans les vignes

Locanda Gulfi Chiaramonte Gulfi

Près de Raguse, un hôtel de dix chambres et un restaurant dans un des domaines les plus originaux de Sicile où l'élevage des vins se fait en amphores de terre cuite.
www.gulfi.it

Feudi del Pisciotto Wine Relais Nisemi

Le fief sicilien de l'éditeur de magazines Paolo Panerai, propriétaire du fameux domaine Castellare, dans le Chianti. Dix chambres, certaines aménagées dans d'anciennes cuves en ciment. Le grand luxe, au calme absolu, à la campagne, dans les collines entre Caltagirone, connue pour sa céramique, et Vittoria, berceau de la DOCG Cerasuolo di Vittoria.
winerelaisfeudidelpisciotto.com

Barone di Villagrande Wine Resort Milo (Etna)

Dans le parc naturel de l'Etna, une cave de 1727, une des premières de la région, et quatre chambres luxueuses, avec vue sur le vignoble en terrasse, tenues par un jeune couple sympathique.
www.villagrande.it

Sirignano Wine Resort Monreale

Près de la ville d'Alcamo dont il ne faut pas manquer la très animée *passaggiata* du soir. Les dix chambres portent le nom de cépages locaux. Cours de cuisine et dégustation de vins.
www.sirignanowineresort.it

Locanda del Castello Sciacca

Onze chambres dans un ancien moulin à huile (*frantoio*). Magnifique vue, produits typiques de la région et petits prix (50 à 90 euros).
www.hotellocandadelcastello.it

Coste Ghirlanda Pantelleria

Au centre de l'île venteuse, pas très loin de la cave de la comédienne française Carole Bouquet, un lieu magique: restaurant et trois *dammusi*, ces cases en pierres volcaniques. Infos via l'adresse du site internet tout neuf:
costeghirlanda.it

Capofaro Malvasia & Resort (en photo ci-dessus) Ile éolienne de Salina Face à la mer et dans les vignes. Vingt chambres, restaurant (avril-fin septembre).
www.capofaro.it

Mon univers. Ma carte.
Nous voilà, pétillantes et titulaires d'une Cornèrcard Reload.



cr/basel



La carte gagnante pour tout et tous.
cornercard.ch

cornercard



Peter Knogl

TOUT VA PAR TROIS POUR LE CHEF D'ORIGINE BAVAROISE PETER KNOGL. IL EST LE TROISIÈME TRIPLE ÉTOILÉ MICHELIN DE SUISSE AUX TROIS-ROIS À BÂLE. IL AVAIT PASSÉ TROIS ANS AU MIRADOR, AU MONT-PÈLERIN SUR VEVEY.

TEXTE PIERRE THOMAS

RENCONTRE SUR FOND BLEU, car ce géant de 1,91 mètre porte une chemise bleu clair, comme son regard. On sent la volonté de grimper au sommet de la hiérarchie de la cuisine. Il y est arrivé: depuis ce printemps, le restaurant du prestigieux Hôtel des Trois-Rois à Bâle affiche son nom: Cheval-Blanc by Peter Knogl. Fond bleu aussi, parce qu'on l'a rencontré au bord de la mer des Caraïbes, au resort Casa de Campo, en République dominicaine. Il y lançait le Tour gastronomique des cigares Davidoff qui s'arrêtera, entre autres, chez Michel Roth au Bayview de l'Hôtel Président Wilson à Genève (le 8 septembre). Après avoir été désigné par le guide GaultMillau Suisse Chef suisse de l'année 2015, Peter Knogl, 47 ans, a décroché sa troisième étoile Michelin en automne 2015.

Votre ingrédient indispensable?

Le citron! Ou plutôt les citrons: le jaune, le vert, le **yuzu (1)** que je fais venir du Japon. Et la citronnelle. J'aime beaucoup l'acidité. Celle qu'on retrouve dans les vins blancs.

Aimez-vous les voyages?

J'aime la Thaïlande, sa culture, sa mentalité. J'apprécie Bangkok et son côté trépidant comme **Phuket (2)**, plus calme. Par hasard, j'y suis allé dans un restaurant, le Tatonka, ouvert il y a vingt ans par le Bavarois Harold Schwarz. Ce chef est devenu un copain.

Vous lisez, écoutez de la musique, allez au cinéma?

(Il rigole.) Non... Je dors! Le rythme de la cuisine est très prenant.

Et les beaux-arts?

J'ai travaillé plusieurs années en Espagne et j'apprécie les peintures d'**Antoni Tàpies (3)**.

Vous avez une belle montre au poignet...

Je n'en porte que pour sortir. *(Il la regarde.)* Ah, celle-ci est une Chopard, une **Mille Miglia (4)**, que j'ai déjà depuis des années.

Etes-vous amateur de belles voitures?

Je n'ai pas eu besoin de choisir! Le titre de Cuisinier suisse de l'année 2015 de Gault-



Millau m'a permis d'être sponsorisé et de rouler en **BMW Coupé 650 i (7)**. Ça tombe bien, puisque c'est une voiture construite en Bavière, pas loin de Deggendorf, où j'ai grandi.

Le mets dont vous vous souvenez?

Ce qui évoque mon enfance, ce sont les **frites (5)**, faites à la maison.

On mange d'abord avec les yeux, dit-on. Quelle vaisselle utilisez-vous?

Je privilégie un service sobre et neutre. Je travaille avec du Limoges de la manufacture **JL Coquet (6)**. Pour mettre en valeur les sauces, il est préférable de choisir un fond blanc ou, pourquoi pas, noir, et de changer d'assiette pour chaque plat.

Du blanc, plutôt que du rouge, à table?

Oui. J'aime bien le sauvignon blanc et son acidité tranchante, et les grands bourgognes, à base de chardonnay. J'apprécie particulièrement un **Meursault de Coche-Dury (8)**, un vin qui m'accompagnera tout un repas, sur quatre ou six plats. ☺



Hotelcard – le demi-tarif pour les hôtels

Découvrez les plus beaux hôtels de la Suisse à moitié prix !



En Suisse, que ce soit pour faire de la randonnée et du sport en plein air, ou bien pour profiter de son séjour et se détendre, des dizaines de milliers de personnes réservent leurs hôtels exclusivement avec l'Hotelcard. En effet, avec ce système de demi-tarif pour les hôtels, vous pouvez séjourner à moitié prix dans des centaines de superbes hôtels, dans les plus belles régions. Et comme vous pouvez séjourner à l'hôtel aussi souvent que vous le désirez avec une réduction de 50% grâce à l'Hotelcard, le potentiel d'économie est énorme !

Profitez du beau temps pour faire une randonnée depuis le village de Kandersteg jusqu'au col du Hohtürli, sur la Griesalp, à 2778m d'altitude, et admirez en chemin les neiges éternelles des glaciers ainsi que le magnifique lac d'Oeschinen. Escaladez l'étrange et légendaire Fiamma, sommet de la vallée d'Albigna dans le Val Bregaglia, et profitez d'une vue à couper le souffle, ou faites directement l'expérience de l'union

entre l'homme et la nature sur la célèbre Haute Route du Valais ! À tous points de vue, la Suisse a beaucoup à vous offrir. Grâce à l'Hotelcard, vous trouvez les hôtels qu'il vous faut, partout et à moitié prix !

Trouvez votre hôtel de rêve

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

Plus de 550 hôtels à moitié prix

Chaque jour nous élargissons notre offre d'hôtels à moitié prix sur le site

www.hotelcard.ch. À ce jour, vous pouvez déjà réserver dans plus de 550 hôtels. Vous avez le choix entre les plus beaux hôtels de montagne, dédiés aux sports d'hiver, au bien-être ou au sport en général, en Suisse et dans les pays voisins. Vous trouverez l'hôtel qu'il vous faut : de la charmante auberge familiale au luxueux hôtel 5 étoiles, il y en a pour tous les goûts !

Utilisable aussi souvent que vous le souhaitez

Le potentiel d'économie est illimité puisque l'Hotelcard peut être utilisée à volonté pendant toute sa période de validité. Cerise sur le gâteau, vous pouvez venir avec votre conjoint(e) puisqu'une seule Hotelcard suffit pour réserver une chambre double.

Les hôtels offrent des chambres à moitié prix

Les hôtels payent les coûts de personnel et d'infrastructure même si les chambres sont vides. C'est pourquoi il est décisif pour eux d'avoir un taux d'occupation élevé des chambres. En plus d'optimiser le taux d'occupation de leurs chambres, les hôtels

peuvent augmenter leur chiffre d'affaires en proposant des services supplémentaires, comme les offres de restauration ou les prestations bien-être. Le fait de pouvoir réserver dans les hôtels partenaires pendant les trois quarts de l'année est à lui seul un gage de la qualité d'Hotelcard, et montre que non seulement les clients mais aussi les hôtels tirent des avantages de l'Hotelcard : le taux d'occupation des chambres est plus élevé et le chiffre d'affaires plus important, ce qui profite au secteur touristique suisse en général.

Une merveilleuse idée cadeau

L'Hotelcard est un cadeau parfait pour offrir du repos, du temps pour soi et des moments inoubliables à ceux que vous aimez. Avec l'Hotelcard, le bénéficiaire séjourne une année durant dans des centaines d'hôtels de qualité à 50%, et ce, quand, où et aussi souvent qu'il le souhaite ! Commandez un bon cadeau sur www.hotelcard.ch; un moyen simple, pratique et rapide pour faire plaisir à vos proches.

Voici quatre exemples parmi 550 hôtels à moitié prix :

★★★★★

Grand Hôtel du Golf & Palace

Crans-Montana | Valais



Chambre double deluxe, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF **250.-** au lieu de CHF 500.- (par chambre)

★★★★

Villa Sassa Hotel, Residence & Spa

Lugano | Tessin



Chambre double confort, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF **225.-** au lieu de CHF 450.- (par chambre)

★★★★

Stump's Alpenrose

Wildhaus | Suisse orientale



Chambre double, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF **152.-** au lieu de CHF 304.- (par chambre)

★★★

L'Hôtel de Ville

Château-d'Oex | Région lémanique



Chambre double cosy, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF **90.-** au lieu de CHF 180.- (par chambre)

Les avantages de l'Hotelcard :

- Les hôtels sont disponibles à la réservation à moitié prix en moyenne 75% des jours.
- L'Hotelcard est amortie dès la première ou deuxième nuitée.
- La garantie du meilleur prix dans tous les hôtels.
- Une seule Hotelcard suffit pour réserver une chambre double.
- L'Hotelcard est utilisable aussi souvent que souhaité.
- Aucune obligation de consommer.

Hotelcard
pour un an

CHF 79.-
au lieu de CHF 95.-

www.hotelcard.ch/encore

☎ 0848 711 717 (code de réduction *encore06*)

BLACK BAY BRONZE

BOÎTE EN BRONZE
DIAMÈTRE 43 MM
ÉTANCHE JUSQU'À 200 M
MOUVEMENT MANUFACTURE

Boîte en alliage cupro-aluminium. Clin d'œil esthétique aux navires anciens et autres équipements de scaphandrier, ce métal promet l'apparition d'une patine subtile et unique liée aux habitudes de son porteur.



Mouvement manufacture TUDOR MT5601. Il offre une réserve de marche de 70 heures et est réglé par un oscillateur à inertie variable avec spiral en silicium. Il est en outre certifié par le Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres (COSC).

#TUDORWATCH
TUDORWATCH.COM



TUDOR