encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

BEAUTÉ
GLOIRE AUX CHEVEUX EN LIBERTÉ

VOYAGE
10 routes mythiques en roue libre

TENDANCE
A l'ère du pique-nique

SOLEIL
L'heure dorée, entre bikini et tenue de soirée

JUIN 2022
Le Matin Dimanche

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

FROM ICONOCLAST
TO ICON

BOUTIQUES AUDEMARS PIGUET : GENÈVE | ZURICH | CRANS-MONTANA

RADO
SWITZERLAND

RADO.COM

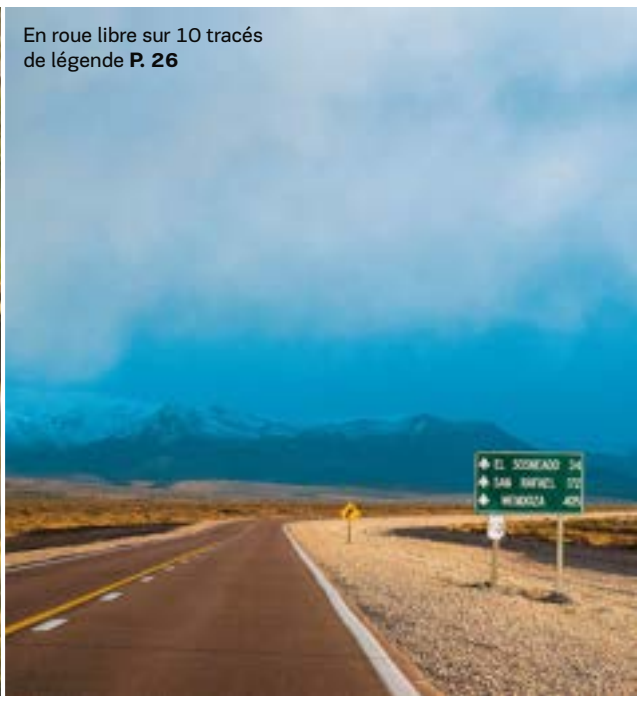
MASTER OF MATERIALS

CAPTAIN COOK HIGH-TECH CERAMIC DIVER

Feel it !

Interview du maître parfumeur Annick Menardo **P. 16**

Pique-nique: la saga du déjeuner sur l'herbe **P. 12**



En roue libre sur 10 tracés de légende **P. 26**

Soleil | Juin 2022

SUJETS

10 Horlogerie
Les montres de plongée colorent les poignets de bleu

14 Beauté
Sous l'influence de la vague afro, les boucles s'affichent en liberté

30 Elle et lui
Le jaune citron pour des silhouettes acides et vitaminées

31 Ses goûts
Le monde terrestre de l'apnéiste français Guillaume Néry

RUBRIQUES

6 Merveilles: un vin à bulles, une montre citadine, des cosmétiques holistiques, une lanterne tissée, des bijoux animaliers...
15 Kaléidoscope: Chopard à Cannes **29 Décodage: Oris ProPilote X Calibre 400**

Lunettes de soleil octogonales, acétate, ***Isabel Marant***. Chemise ample, popeline de coton, imprimé Cliquetis Aquarelle, ***Hermès***. Maillot de bain une pièce, lycra, ***Fendi***. **P. 20**

UNE

Panama en paille et haut de maillot de bain en jersey, ***Celine par Hedi Slimane***. Pantalon en soie et ceinture en satin, ***Fendi***. Montre Big Bang Integral Time Only Yellow Gold, 40 mm, automatique, cadran saphir, bracelet or jaune 18 cts satiné et poli, ***Hublot***.

PHOTOS
Arthur Delloye
STYLISME
Simon Pylyser

Maintenant aussi en ligne sur www.encore-mag.ch

Le bonheur de la métamorphose

Papillons! nous sommes tous des papillons! En ces jours ensoleillés – terrasses, bains en eau libre, lunettes noires – nous avons abandonné le cocon d'écharpes et de doudounes pour déployer nos ailes bariolées. En ce moment, nous secouons, encore éblouis de tant de belle lumière, ces nouveaux atours de la légèreté de vivre. Vite, se gorger de couleurs, de senteurs, de douceur... L'été passe si rapidement! Les joyeuses propositions en mode ne manquent pas pour accompagner ce renouveau annuel. Personnellement, je ne jure que par la couleur orange, ces jours, mais l'éclat du jaune (on pense pissenlit, citron bien mûr ou balle de tennis) est aussi une option tentante (*voir nos choix en p. 30*).

Renata Libal,
rédactrice en chef

Au-delà du T-shirt que l'on enfile ou enlève à la plage, au-delà du délice de la peau hâlée, la vie au soleil incite à se regarder autrement, à ouvrir le champ des possibles. Nos images de mode (*p. 20*) interprètent ce moment magique quand le couchant inonde le monde de son nuancier mordoré. Ni jour, ni nuit encore, c'est l'instant où un maillot de bain se recouvre d'un veston et qu'il lui prend l'envie de danser. Pourquoi pas? Quant aux vacances, nous les rêvons cette année en itinérance nonchalante (et surtout très lente) le long de routes mythiques (*lire p. 26*). Jouons les lézards heureux sur le bitume et savourons l'immersion dans le paysage que permet le cheminement doux, avec arrêts quand le cœur en dit. Ou que le soleil appelle. Chiche que chacun reviendra transformé d'un tel voyage intime.

PHOTOS: ANOUSH ABRAR, HOMER SYKES, GIULIANO FISCHETTO /ALAMY STOCK PHOTO, DR

encore! est un supplément du Matin Dimanche et de la SonntagsZeitung. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: encore!, TX Group, Avenue de la Gare 33, case postale 615, 1001 Lausanne, encore! TX Group, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Editeur:** TX Group AG, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Rédaction en chef:** Renata Libal **Edition:** Estelle Lucien **Mise en pages:** Géraldine Dura (directrice artistique) **Image:** Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro: Textes:** Mathilde Binetruy, Katrin Roth, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Photos:** Arthur Delloye **Illustrations:** André Gottschalk **Production alémanique:** Paulina Szczesniak **Secrétariat:** Alessandra Ducret **Photolithographie:** Photomedia **Impression:** Swissprinters AG, Zofingue **Marketing:** Nunzia Barral **Responsable commercial:** Annina Flückiger **Publicité Print Suisse romande,** Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch **Publicité Print Suisse alémanique,** Goldbach Publishing AG, Werdstrasse 21, 8021 Zurich, tél. +41 44 248 42 30, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch **Indication des participations importantes de TX Group AG selon l'article 322 CPS**: Actua Immobilier SA, 20 Minuten Advertising AG, 20 minuti Ticino SA, Berner Oberland Medien AG BOM, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, dreifive digital marketing GmbH, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Manufaktur AG,Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helpling Switzerland AG, Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, OneLog AG, Schaer Holding AG, Schaer Thun AG, swiss radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publications romandes SA, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Inc., Zattoo AG, Zürcher Oberland Medien AG.
Tous droits réservés. En vertu des dispositions légales relatives aux droits d'auteur ainsi qu'à la loi contre la concurrence déloyale et sous réserve de l'approbation écrite de l'éditeur, sont notamment interdites toute réimpression, reproduction, copie de texte rédactionnel ou d'annonce ainsi que toute utilisation sur des supports optiques, électroniques ou tout autre support, qu'elles soient totales ou partielles, combinées ou non avec d'autres oeuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.

Une ville (Paris), une couleur (menthe) pour l'édition limitée Heritage BiCompax Annual Hometown de Carl F. Bucherer.

HORLOGERIE

Ma ville, ma montre

Dans cette envie toujours pressante qui incite l'industrie horlogère à proposer des modèles personnalisés, Carl F. Bucherer lance ce printemps une solution élégante, qui allie signature cachée et plaisir du voyage. La ligne Heritage chère à la maison familiale lucernoise s'enrichit de… 16 éditions limitées, sous le nom commun de Heritage BiCompax Annual Hometown. L'idée est aussi simple que jolie: chaque boutique dédiée sise dans une capitale a pu choisir sa couleur de cadran préférée, entre le brun, le vert bouteille, le jaune, le menthe et le rouge. Le modèle est un classique de la marque, lancé en 2018, mais inspiré de ses montres historiques: chronographe automatique, avec compteurs de minutes et de secondes, calendrier annuel, tachymètre et réserve de marche de 42 heures. Outre la couleur, la ville de vente s'inscrit aussi, en gravure délicate représentant une ligne d'horizon emblématique, sur le verre saphir, au dos du boîtier. New York, Bombay ou Londres en vert, Paris en menthe, Bâle en rouge, Lucerne en brun… Chaque modèle est limité à 88 exemplaires, en hommage à la date de fondation de l'entreprise: 1888… Seul Pékin a droit à deux couleurs et 188 exemplaires. Une invitation au voyage coloré…. et à la collection. *Renata Libal*

Au dos du modèle parisien: la tour Eiffel, cela va sans dire!

Edition Heritage BiCompax Annual Hometown, 5 couleurs, 23 variations, 6900 fr.

BONNE BOUCHE

Bubble in progress

PAR
PIERRE THOMAS

Ce printemps, le projet de la Mémoire des vins suisses (www.memoire-wine) a accueilli son premier mousseux: le brut de Patrick Adank, à Fläsch, dans les Grisons. Le trentenaire affiche un impressionnant CV. Il a étudié à Geisenheim, capitale allemande de l'œnologie, décroché un DNO (diplôme national d'œnologue) à Dijon, puis un MBA à Bordeaux, travaillé chez les meilleurs vignerons de Nouvelle-Zélande, d'Allemagne, de Bourgogne et de Champagne – chez «Rapha» Berêche, une des voix qui comptent dans sa région.
Son projet, Patrick Adank le construit méthodiquement. Revenu à Fläsch il y a quatre ans, il peut compter sur les vignes, cultivées en bio, de son père Hansruedi (9 ha et 3 ha de raisins suivis et achetés), avec une majorité de pinot noir. Ce brut est un «blanc de noir», à base exclusive de pinot, cueilli pour donner un vin de base peu alcoolisé (11,5%). Puis refermentation en bouteille, pour la prise de mousse, manipulation à la main, séjour «sur lattes» (3 ans pour l'instant, idéalement 5 ans), «dégorgeage» et ajout d'un «dosage» à 2 g de sucre, soit «la méthode traditionnelle» de la Champagne. Ces opérations se déroulent dans un bunker loué à l'armée suisse, dans la montagne de Fläsch. C'est là aussi que sont stockés les «vins de réserve» en barriques, indispensables à réaliser un mousseux. Le «work in progress» de Patrick Adank débute: il n'y a que 25% de «vin de réserve» dans la cuvée élaborée en 2018, actuellement sur le marché. Et davantage dans le «blanc de blanc», à base de chardonnay, promis pour ces prochains mois… «Il faut une génération pour réussir un mousseux», confie le vigneron-œnologue. Avec ses bulles fines, de la vivacité, sur un fond bien construit, ce vin a déjà beaucoup de charme: la Mémoire dira quand il possédera la profondeur au-delà de celle de la flûte… Déjà, le site internet du domaine annonce qu'«il est dommage pour ne faire que santé!».

Etiquette: Adank BRUT
Le prix: 34 fr./75 cl
L'adresse: www.adank-weine.ch

TABLE

Comme une toupie

Pourquoi faudrait-il forcément un pied? Ou alors un pied de nez? Ces gobelets en porcelaine fine, dorés à la feuille, chamboulent l'art de la dégustation et ses verres de cristal haut perchés. Dans ces timbales, le vin se boit joyeusement et sans façon, mais en totale élégance. La maison de porcelaine allemande Fürstenberg a pris soin de demander l'aval d'un sommelier réputé, l'Autrichien Mathias Brandweiner, lequel se réjouit des sensations nouvelles que ce contenant apporte au vin. Reste le vertige: les deux frères designers, Christian et Michael Sieger, ont imaginé des récipients titubant sur la fine pointe de leur socle avant de retrouver l'équilibre. On joue à les faire tourner… *R.L.*

Gobelets Grand Cru Gold, Sieger By Fürstenberg, en blanc, blanc satiné et noir rayé. Taille digestif, vin blanc ou vin rouge. Dès 164 fr.

PHOTOS: DR

FLEXFORM

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

Soins personnalisés, intelligence artificielle et nutrition: la nouvelle marque myBlend, dans le sillage de Clarins, promet une routine beauté 2.0.

BEAUTÉ

Par ici, **le futur!**

Approche holistique, soins sur mesure… Si ces concepts ont aujourd'hui intégré le vocabulaire de la beauté, il n'en était rien lorsque, en 2007, Olivier Courtin et sa marque de cœur Clarins créent le brand My Blend. Aujourd'hui la belle endormie s'éveille et devient myBlend. Sous l'impulsion de son créateur, elle incarne une façon radicalement nouvelle de concevoir la beauté: en synergie entre nutrition, cosmétique et technologie. Convaincus de l'impact du mode de vie et de l'environnement sur la peau, Olivier Courtin et ses équipes ont développé un complexe de peptides biomimétiques exclusifs capable de protéger les récepteurs cutanés. On le retrouve, aux côtés de l'acide hyaluronique et de l'extrait de curcuma, dans la crème régénérante, la base de la ligne. Ce soin anti-âge nourrit, régénère et protège. Il est complété par sept supersérums en fonction des besoins spécifiques. Une routine beauté 2.0 parfaitement adaptée à chacune grâce à MySkinDiag, un diagnostic de peau basé sur une intelligence artificielle et un étonnant masque LED à tester en cabine ou chez soi. Enfin, et parce que l'on est aussi ce que l'on mange, trois nutricosmétiques proposent un cocktail ciblé et équilibré de nutriments et vitamines pour agir sur l'éclat, la jeunesse ou la détox. Plusieurs palaces, en France et en Italie, proposent aussi ces soins en spa. Formules chocs, ingrédients clean, packaging zéro plastique… la nouvelle pépite de Clarins est, pour Olivier Courtin, l'incarnation d'un «nouveau luxe»: «Un mélange d'efficacité, de simplicité, de matériaux simples, sans rien d'ostentatoire.» *Jennifer Segui*

MyBlend sur my-blend.com ou jelmoli-shop.ch, ou au pop-up corner Jelmoli à Zurich jusqu'au 11 septembre. Crème à 319 fr.

ACCESSOIRE

Un sac en cage

Attention, sac sauvage! Peut-être vaut-il mieux le tenir en cage? C'est le postulat des créatrices et sœurs lausannoises Natalie et Julie Samuel, pour dompter les envies à la mode. Leur petit dernier est une pochette en liberté (en chanvre? en cuir?) à (dés) assortir à des courroies (en liège? en cuir?). L'ensemble se personnalise à loisir et garantit une production respectueuse et artisanale, dans le sud-ouest de la France. *R.L.*

Cage Bag, à porter en ceinture ou en bandoulière, 80 combinaisons de couleurs et matières, www.lessoeursboa.com, dès 500 fr.

LA COLLAB

A l'heure du thé

Aussi délicat et précieux l'un que l'autre, porcelaine et cristal partagent un même héritage. C'est ce que démontre Giovanna Engelbert, directrice de la création de Swarovski, en signant une collaboration avec la maison Rosenthal. Rose, bleu, jaune ou vert, le service Signum affiche un style frais et joyeux pour une dînette stylée. *E.L.*

Signum Swarovski x Rosenthal, en ligne actuellement et en boutique dès juillet.

BIJOUX

Haute Zooaillerie

Pour sa dernière collection, la jeune marque de joaillerie française Akillis a soigné son bestiaire. Pour la ligne Animal Tatoo, Caroline Gaspard, fondatrice et créatrice, décline la faune sauvage à sa manière, rock and wild. Résultat: 21 pendentifs plats à porter à même la peau, comme d'indélébiles tatouages d'animal totem. Lion, jaguar, zèbre mais aussi, plus inattendus, requin marteau ou oryx du désert se déclinent en monochrome (or blanc et diamants; titane et diamants noirs) ou en mix black and white. Façonnés au laser et savamment sertis, ces bijoux graphiques reprennent les formes acérées chères à la marque. Pièce maîtresse de la collection, l'aérienne raie manta (*ci-contre*), mi-bijou mi-vêtement, faite de 246 diamants noirs et de quelques vaguelettes de tourmaline, déploie ses ailes de la nuque au creux du dos. Une parure de diablesse des mers. *Jennifer Segui*

Animal Tatoo, Akillis, prix sur demande, www.akillis.com

DESIGN

Ombre et lumière

Elle est aussi belle par ses formes inspirées du tissage artisanal que par l'ombre qu'elle projette… La lanterne signée du designer japonais Kensaku Oshiro scénarise la lumière avec panache. *R.L.*

Luminaire d'extérieur Sparkler, Poltrona Frau, en corde tressée, collection Boundless living, 3 tailles, dès env. 880 fr.

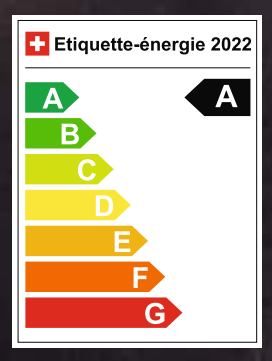
PHOTOS: DR

L'ID.5 GTX

entièrement électrique

avec traction intégrale. Le premium réinventé.

Essayez-la vite



ID.5 GTX, 229 CV, 23,4 kWh/100 km, 0 g CO_2/km, cat. A

volkswagen.ch

Comment rester le plus élégant au fond de l'eau et au bureau? En portant une de ces stars de l'étanchéité, compagnes idéales de l'été.

Tentation **bleue**

ON LE SAIT, 99,99% DES MONTRES DE PLONGÉE RESTENT SUR LA PLAGE OU AU BUREAU. ON LES ACHÈTE POUR LEUR ROBUSTESSE, MAIS ON LES PORTE POUR LEUR STYLE.

TEXTE MATHILDE BINETRUY

Pour obtenir le label de montre de plongée, une pièce doit être étanche à 100 mètres au minimum, lisible en profondeur, résistante à l'eau salée ainsi qu'aux chocs et équipée d'un système de contrôle pour mesurer les paliers de décompression. Mais cette liste d'exigences techniques ne suffit pas, et de loin! Ces dernières années, en effet, un autre facteur est venu s'y ajouter: le style. Ici une lunette en céramique, là un cadran en forme de vague, plus loin un bracelet en caoutchouc ou tissé – voilà qui signe la vraie allure de plongée. Qu'elle soit ou non effectivement portée dans les profondeurs, la montre de plongée demeure l'une des stars du poignet. Elle se montre, bien visible, auprès d'une chemise bien repassée ou avec une petite robe noire, bien plus souvent qu'avec cette combinaison en néoprène qui ne lui fait pas peur. Les aventurières et les aventuriers dans l'âme qui l'aiment si fort voient à leur poignet la promesse d'une évasion, la virtuosité d'un savoir-faire d'autant plus précieux qu'il est capable de sauver des vies, en mesurant au plus près les conditions de l'exploit subaquatique.

Pour comprendre la genèse des montres étanches, il faut remonter au début du XXe siècle et à l'expansion du sport de loisirs, dont la natation. En 1926, Rolex développe un boîtier fermé comme une huître: Oyster. On sait le mythe que cette ligne ne tarde pas à devenir. Dans les boutiques de la marque, les créations sont alors présentées dans des aquariums... L'année suivante, la nageuse Mercedes Gleitze réussit l'exploit de traverser la Manche en 15 heures et 15 minutes, son Oyster au poignet. Le mouvement est lancé: l'horlogerie s'affirme dans le sillage aquatique. En 1936, Panerai développe pour la marine militaire italienne le prototype Radiomir, avec ses aiguilles et ses index luminescents. Mais c'est véritablement Blancpain, en 1952, qui prend un virage déterminant. Jean-Jacques Fiechter, alors co-CEO de la maison et plongeur émérite, tire parti de ses expériences sous-marines pour concevoir un instrument dont les spécifications s'inscrivent immédiatement comme des standards en matière de montre de plongée. Le modèle Fifty Fathoms marque alors l'entrée de l'horlogerie dans l'univers des profondeurs.

Aujourd'hui, la montre de plongée est la cousine décomplexée du chrono. Ce dernier affiche ses compteurs comme autant d'appels à la performance et à la vitesse. La belle des mers, elle, décline ses prouesses au soleil et dans le grand bleu, avec l'idée de tutoyer les poissons multicolores et de prendre son temps pour s'immerger.

À L'HEURE DU PLONGEON

Menthe à l'eau
Qui rêve de lagons va adorer cette pépite. Cadran indigo, étanchéité à 100 mètres, bracelet interchangeable, les arguments ne manquent pas. Il est probable que vous ayez envie de prolonger l'été en la gardant au poignet à la rentrée. *Breitling Collection Capsule Superocean Heritage'57 Pastel Paradise, 4600 fr.*

Vague durable
Sa teinte s'inspire des glaciers de l'Antarctique et fait écho aux racines polaires de Prospex. Etanche à 200 mètres, ce modèle appartient à la collection Seiko Prospex Save the Ocean, programme qui soutient des organisations caritatives marines. *Seiko Prospex Save the Ocean Editions spéciales, 1450 fr.*

La vie en bleu
Couleur fétiche de la maison Bucherer, le bleu habille ici le cadran de la légendaire Fifty Fathoms. Avis aux estivants élégants: son cadran particulier et son anneau des heures satiné en font une pièce incontournable pas seulement sous l'eau (étanche à 300 mètres). *Blancpain Fifty Fathoms Bathyscaphe Bucherer BLUE, édition limitée (188 pces), 13 800 fr.*

Pour grands fonds
C'est un instrument de haute volée qui offre une immersion jusqu'à 600 mètres! On aime sa silhouette musclée de 46 mm, son cadran à motifs de vagues et sa couronne tournante unidirectionnelle en céramique. *Tissot Seastar 2000 Professional Powermatic 80, 1065 fr.*

Héritage en contre-plongée
Ce modèle reprend les codes de la collection Submersible: étanche à 300 mètres et doté du pont protège-couronne breveté, indissociable des aventures marines de Panerai. Bonus: un diamètre (plus) accessible, soit 44 mm. *Panerai Submersible QuarantaQuattro Carbotech™ Blu Abisso, 17 400 fr.*

Immersion chic
Les vrais fans doivent se souvenir du lancement du modèle original en 2007. Voici sa version 2022 avec un cadran bleu dégradé dans lequel on a envie de se perdre avant de se jeter à l'eau, dans l'océan (jusqu'à 300 mètres) ou sous la douche au quotidien. *The Longines Legend Diver Watch, 2300 fr.*

L'archétype
C'est la montre de plongée type: sobre, robuste, fiable et étanche jusqu'à 200 mètres de profondeur. En somme, c'est la version du puriste, avec cadran bleu profond et bracelet caoutchouc ton sur ton.
Tudor Pelagos FXD, 3700 fr.

PHOTO: BRETT LLOYD/DR

GENESIS
REGARDEZ LE MONDE SOUS UN NOUVEAU JOUR
GENESIS GV60 100 % ÉLECTRIQUE
OF GE 617E
Energieetikette 2022
A
B
C
D
E
F
G
Genesis GV60: consommation électrique 19,1 - 17,0 kWh/100 km, émissions de CO₂: 0 - 0 g/km (WLTP)*
IT'S ABOUT TIME
GENESIS.COM

Nappe blanche, smoking et robe du soir: la version noble du *picnic* à l'anglaise en 1990.

A l'ère du **pique-nique!**

REDÉCOUVERT PAR TEMPS DE DISTANCIATION SOCIALE, L'ART DU PIQUE-NIQUE A GAGNÉ SES LETTRES DE NOBLESSE AU FIL DES SIÈCLES. RETOUR SUR L'HISTOIRE DE LA GOURMANDISE EN PLEIN AIR, SUR COUVERTURE À CARREAUX OU NAPPE BLANCHE.

TEXTE JENNIFER SEGUI

Ils sont l'une des indiscutables preuves que les beaux jours arrivent. Sur un ponton au bord du lac, à l'ombre des grands arbres d'un parc au cœur de la ville ou au bout d'un sentier de montagne, les adeptes du pique-nique sont de sortie dès que la température devient plus douce. Ces dernières saisons, pandémie oblige, cet art du partage au grand air a même connu un essor tout particulier, en rassemblant sur les bancs publics – à un mètre de distance – les amis qui ne pouvaient pas s'attabler ensemble. Qu'il s'agisse de faire ripaille en version chic, à coup de mets patiemment préparés façon plaid à carreaux et panier d'osier, ou de sortir pain, saucisson et pot vaudois de la musette pour un lunch sur le pouce, tous les goûts sont dans la nature.

Simple, convivial, le pique-nique en version contemporaine rassemble toutes les classes sociales et toutes les générations autour d'une même nappe pour un moment de partage sans chichis. Yvan Schneider, professeur à la HEP Vaud en éducation nutritionnelle, ancien président de Slow Food Vaud et auteur d'une *Petite histoire de l'alimentation en Suisse*, voit dans cette manière de manger ensemble un moyen de s'affranchir des codes et des contraintes généralement associés à la table: «Le pique-nique est le lieu idéal pour le vivre ensemble, l'occasion de retisser du lien dans une société où l'acte de manger est souvent individualisé.» Le moyen aussi de gommer les différences sociales: «Lorsqu'on reçoit chez soi, on peut avoir peur de la comparaison, du jugement de l'autre. Se retrouver autour d'un pique-nique, dehors, en terrain neutre, autour d'un menu sans protocole, c'est bien plus facile.»

Pique-nique ou casse-croûte?

Présent dans *Les caractères* de La Bruyère au XVIIe siècle où, utilisé en adverbe «un souper à pique-nique», le mot désigne un repas où chacun participe en apportant un plat ou une contribution financière. Composé de pique (pour picorer) et nique (une babiole sans valeur) le terme intègre le dictionnaire français au XVIIIe siècle. Mais c'est bien plus tôt, chez les paysans de l'Antiquité, que l'on retrouve les premières traces de ces frugales agapes au grand air. Au 1er siècle avant JC, Virgile décrit dans ses *Bucoliques* ces repas pris dans les pâturages «à l'heure où les bergers eux-mêmes cherchent l'ombre et la fraîcheur». Pour Laurent Tissot, professeur honoraire en histoire contemporaine à l'Université de Neuchâtel, il convient de faire une distinction: «Si l'on a depuis toujours mangé dehors, il faut séparer le casse-croûte, lié à la pause de midi au travail et le pique-nique qui a plus à voir avec le loisir.»

L'apanage des bourgeois

Si, au Moyen Age, les travailleurs de la terre sont encore contraints de prendre un en-cas au milieu des champs, les nobles, eux, consentent à l'inconfort d'un repas hors les murs pendant leurs parties de chasse. A la Renaissance, la pratique se répand et on s'inspire du mode de vie aristocratique à l'italienne en se régalant des fruits de la nature dans des décors de jardins de Cocagne. Catherine de Médicis, reine de France, déguste sa collation entourée de l'élite parisienne sur une table dressée dans le jardin des Tuileries.

Au XVIIIe siècle, à la faveur du retour à la nature prôné par les philosophes des Lumières, dont Jean-Jacques Rousseau qui, dans ses *Confessions*, évoque un «dîner en pique-nique» avec l'abbé de Condillac, les déjeuners sur l'herbe séduisent encore davantage les puissants: A Versailles, on joue à la bergère autour de vrais festins dans le petit hameau de la reine, loin des ors de la galerie des Glaces.

Un siècle plus tard, l'ère post-industrielle marque l'apogée des pique-niques à la faveur de fêtes républicaines célébrées dans les anciens parcs royaux. Ces lieux rendus au peuple après la Révolution française accueillent des agapes dominicales, où dames en crinolines et messieurs chapeautés viennent batifoler et se sustenter dans une ambiance joyeuse. Le pique-nique, précise Laurent Tissot, «devient l'apanage des bourgeois» qui rejouent les anciens loisirs des nobles. Flaubert ou Maupassant s'en font abondamment l'écho et l'ambiance est immortalisée par les Impressionnistes, dont la fameuse peinture d'Edouard Manet, le sulfureux et dénudé *Déjeuner sur l'herbe* en 1863.

Avec l'avènement du chemin de fer et des transports en commun, le pique-nique renoue avec ses racines populaires. Les guides de

PHOTOS: HOMER SYKES/ALAMY STOCK PHOTO, GETTY IMAGES, DR

voyage amènent désormais les foules libérées par les congés payés sur les routes d'ici et d'ailleurs. Et le repas champêtre devient une étape indispensable du voyage. A cette époque, les nécessaires à pique-nique font leur apparition: la maroquinerie française Moynat fabrique des modèles de panier en osier doublés de gutta-percha, un latex naturel, résistant et étanche. Vuitton crée des malles solides où chaque ustensile, vaisselle de porcelaine ou couvert d'argent, se glisse dans son emplacement réservé. Au bord des autoroutes des vacances, table pliante, glaciaire et bouteille Thermos accompagnent les jours heureux, portés par l'avènement du camping. «En Suisse, les courses d'école popularisent grandement le pique-nique. Quand, enfant, on a partagé un bon moment au grand air avec ses camarades autour d'un repas en découvrant un ailleurs, on a envie, adulte, de retrouver ce plaisir», explique Laurent Tissot.

Plutôt chic à l'heure anglaise

En 2022, le pique-nique a plus que jamais le vent en poupe. En montagne, les offices de tourisme, comme celui de Gstaad, fournissent à leurs visiteurs des sacs à dos gourmands contenant le meilleur des produits du terroir, fondue comprise pour une pause grandeur nature. Basée en Suisse romande, Happy Picnic, et sa fondatrice Jessica Benoit, propose même de très instagrammables formules clés en main et zéro déchet à dresser chez soi ou dans un parc.

Dans les villes, ici ou ailleurs, le succès ne se dément pas. A Lausanne, le pique-nique proposé chaque année par l'association Lausanne à Table, qui aura lieu le 27 août, est l'événement phare de la saison et attire des milliers de personnes sur l'esplanade de Montbenon. Partout en Suisse, de Neuchâtel à Zurich, les rives des lacs se transforment en aires de pique-nique géantes où se mêlent les odeurs de toutes les cuisines du monde.

Peut-être n'y a-t-il qu'en Angleterre, partie s'il en est de l'étiquette, où le pique-nique refuse toujours de trop s'éloigner de ses nobles racines. Dresser une nappe dans les allées de Wimbledon pour y déguster des fraises à la crème, les pieds nus dans l'herbe, est un must. Quant au fameux festival d'opéra de Glyndebourne, il est aussi prétexte à *picnic* (en anglais dans le texte) en robe du soir et smoking. Ces jours, on y joue *La bohème* de Puccini et les festivaliers réservent leur panier et se réjouissent presque autant de l'entracte de 90 minutes que de la performance.

De luxe ou populaire, gourmand ou frugal, partagé ou solitaire, avec cervelas ou pâté en croûte, le pique-nique a pour lui de se plier aux modes, aux sociétés et aux époques qu'il traverse sans se départir de sa simplicité.

MANGER DANS LES PRÉS

XVIIIe Marie-Antoinette jouant la bergère dans sa ferme, le hameau de la reine à Versailles, où on appréciait les festins en plein air.
1863 Pique-nique bourgeois avec le fameux «Déjeuner sur l'herbe» peint par Edouard Manet.
1950 En route pour le camping, glacière et thermos accompagnent les jours heureux des Trentes Glorieuses.
2020 La version luxe du panier pique-nique signée Louis Vuitton.
2022 Le sac gourmand de l'Office du tourisme de Gstaad pour une pause grandeur nature.

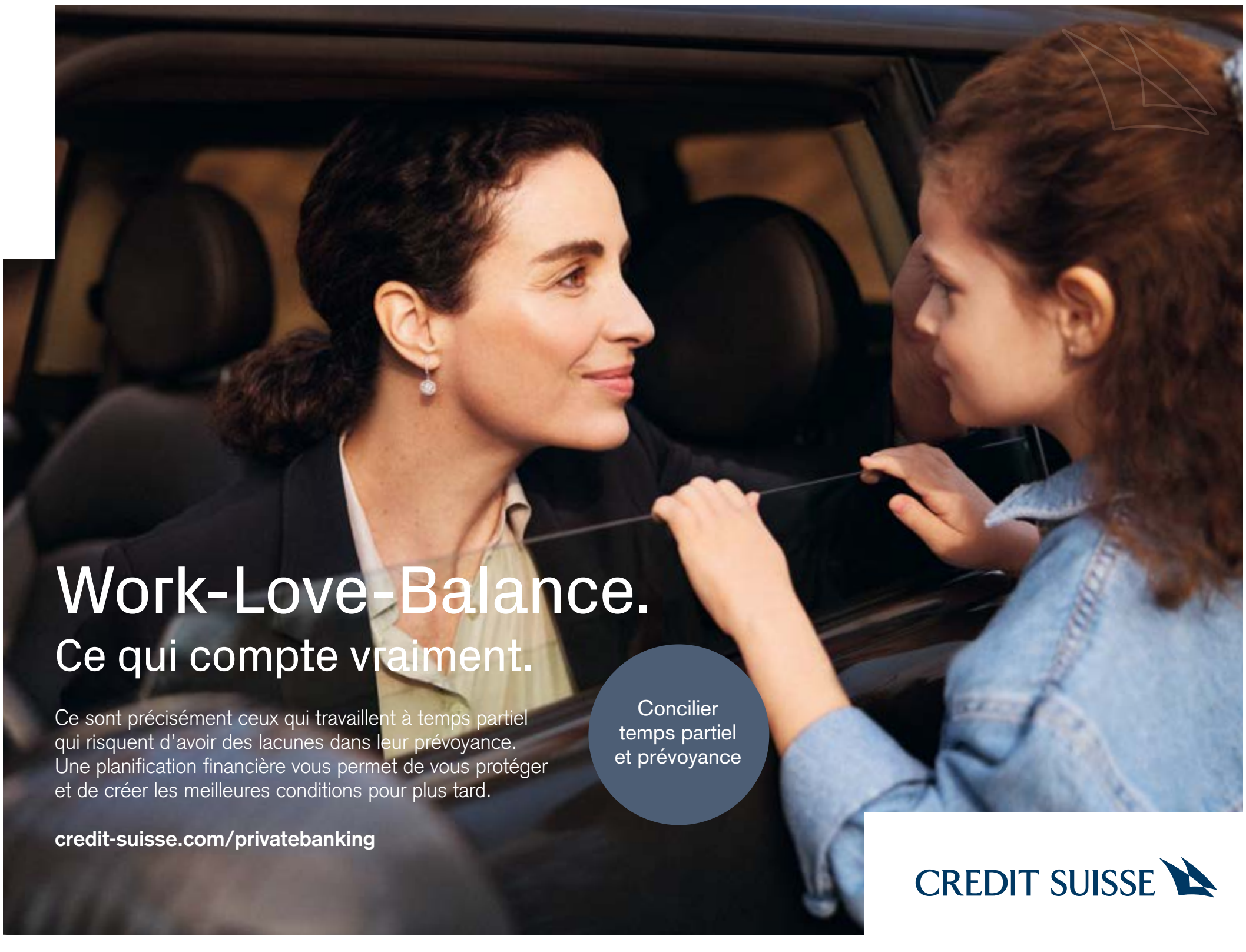
XVIIIE

1863

1950

2020

2022



La chevelure bouclée n'a plus besoin d'être domptée mais soignée.

Crinières **libres**

JADIS, IL FALLAIT DOMPTER LE CHEVEU. AUJOURD'HUI, ON L'AIME AU NATUREL. SOUS L'INFLUENCE DE LA VAGUE AFRO, TOUTES LES BOUCLES SONT DEVENUES DÉSIRABLES.

TEXTE KATRIN ROTH

Une semaine après son mariage, Rosa Maria a décidé de se raser la tête. «J'ai regardé mon fils de six mois, et j'ai réfléchi aux valeurs que je voulais lui transmettre. Il devait grandir avec une maman fière de ses racines», explique la créatrice de mode originaire de République dominicaine pour justifier cette action radicale sur ses cheveux, qu'elle avait toujours portés raides. «Dans mon pays, c'est normal d'étirer ses boucles avec tous les moyens à disposition.»

Ce n'est qu'après avoir déménagé en Suisse qu'elle s'est interrogée sur le sens du lissage des cheveux, souvent à l'origine de problèmes de santé, causés par la toxicité de certains produits. «Avec le recul, j'ai compris ce qui se cachait derrière: se rapprocher de l'esthétique blanche dominante.» Cette tendance trouve son origine lors de l'abolition de l'esclavage aux Etats-Unis, où, selon Rosa Maria, de nombreux anciens esclaves prenant les noms de leurs propriétaires se sont lissé les cheveux pour ressembler le plus possible aux Blancs. «Aujourd'hui encore, dans notre culture, une femme avec des boucles naturelles est considérée comme négligée.»

La thèse de l'auteure à succès nigériane Chimamanda Ngozi Adichie, qui est certaine que Barack Obama n'aurait eu aucune chance lors de l'élection présidentielle si sa femme ne s'était pas lissé les cheveux, montre à quel point une coiffure peut être révélatrice. Ce n'est qu'après le mandat de son mari que Michelle Obama s'est montrée avec ses boucles naturelles.

Rosa Maria a applaudi cette décision, car avec ses frisottis libérés, elle aussi a enfin l'impression d'être elle-même. Mais cette transformation a entraîné d'autres défis que la jeune mère n'avait pas anticipés. «J'avais soudain besoin de produits de soin adaptés, et les trouver en Suisse a été plus difficile que prévu», explique-t-elle. C'est ainsi que Rosa Maria a lancé sa propre boutique en ligne de produits pour cheveux bouclés sous le nom de lockenkopf.ch, comblant ainsi une importante lacune du marché. «Il n'y a pas si longtemps encore, l'offre pour les personnes aux cheveux très frisés était très restreinte ici», confirment Hanna et Tina les fondatrices du salon de coiffure Curl-ish à Zurich. «Dans le commerce normal, on ne trouvait rien pour soigner les cheveux crépus, qui sont secs et très sensibles en raison de leur texture poreuse.» Pour que les boucles conservent leur ressort, les cheveux doivent en effet être bien hydratés, confirme Johan Hellström, copropriétaire et CEO de Björn Axén: «Il est important notamment d'appliquer régulièrement des masques capillaires riches.» Pour le coiffage des boucles, il recommande un produit adapté comme Curl Creator Cream de Björn Axén avec des substances actives soignantes, à appliquer sur les cheveux humides par de légers mouvements.

«Si un produit de coiffage est utilisé, il doit être appliqué directement après le lavage, car les cheveux sont alors encore réceptifs. Ensuite, les boucles peuvent être séchées et mises en forme à l'aide d'un sèche-cheveux diffuseur», explique encore Salvatore Solano, expert capillaire pour les textures chez Dyson. Son conseil: «L'accessoire peigne à larges dents et le diffuseur pour le Dyson Supersonic sont indiqués pour coiffer les chevelures afro, car ils les protègent des dommages causés par la chaleur tout en préservant les boucles.»

On estime que les têtes crépues dépensent jusqu'à neuf fois plus d'argent dans le soin de leurs boucles, ce qui explique l'intérêt des grandes marques de beauté comme Aveda, qui proposent de plus en plus de produits spécifiques. Renée Gadar, directrice artistique spécialiste des textures chez Aveda, explique les raisons de cette évolution: «Pendant des années, l'industrie de la beauté a propagé une vision unilatérale et eurocentrée de la beauté. Les médias sociaux ont entraîné un changement de mentalité au sein de l'industrie, ce qui a conduit à la prise en compte des consommatrices POC (*Person of color*), notamment lors du développement de nouveaux produits.»

Le cheveu frisé sans complexe

Cette évolution dans les standards de beauté valorise la boucle naturelle. Là où auparavant, la publicité nous encourageait à «contrôler ses cheveux» ou à «dompter les frisottis», elle vante aujourd'hui les mérites des produits destinés à optimiser les boucles, en s'adressant à tous les types de chevelures qui vivent leur vie.

Pour des expertes comme Rosa Maria, il ne fait aucun doute que le mouvement Natural Hair a encore du chemin à faire. Mais grâce à un idéal de beauté de plus en plus inclusif et hétérogène, qui s'étend en raison de la pression sociale, il est déjà beaucoup plus facile pour les personnes de couleurs de porter et de célébrer leur chevelure naturelle dans toutes les variantes possibles, estime-t-elle. «Après tout, ce mouvement n'est pas seulement synonyme d'amour et d'acceptation de soi, mais aussi d'autodétermination.»

1. Sèche-cheveux Supersonic avec embout diffuseur, ***Dyson,*** env. 450 fr. **2.** Soin lavant et crème définition Boucles Fabuleuse, ***Christophe Robin,*** soin 150 ml, env. 35 fr., crème 250 ml, env. 35 fr. ***3.*** Curl Maker, gelée douce enrichie d'extraits de guimauve lissante et d'agave, ***Camille Rose***, 355 ml, env. 20 fr. **4.** Crème créatrice de boucles, nourrissante et neutralisante des frisottis, application sur cheveux humides, ***Björn Axén,*** 150 ml, env. 30 fr. ***5.*** Curl Manifesto, huile nutrition multi-usage pour cheveux bouclés enrichie en miel de Manuka, ***Kérastase,*** 50 ml, env. 36 fr. **6.** Nutriplenish, gelée pour boucles, hydradation à base de nutriments, ***Aveda,*** 200 ml, 41 fr. ***7.*** BounceMe, baume boucles enrichi en huile d'argan hydratante, ***DesignMe,*** 250 ml, env. 20 fr. **8.** Masque cheveux bouclés et ondulés, soin nourrissant intense anti-frisottis, ***Wella,*** 150 ml, env. 33 fr.

PHOTOS: JUANKR/TRUNK ARCHIVE, DR

Souvenirs de **tapis rouge**

LE FESTIVAL DE CANNES 2022 EST TERMINÉ, MAIS L'ÉMERVEILLEMENT DEMEURE. RETOUR SUR LES SPLENDEURS QUI UNISSENT, DEPUIS 25 ANS, LE CINÉMA ET LA MAISON JOAILLIÈRE CHOPARD.

TEXTE LA RÉDACTION

LA COLLECTION RED CARPET

La collection de haute joaillerie Red Carpet, en mai, représente le moment fort de l'année Chopard. Le nombre de pièces uniques évoque la longévité du festival: 75 pièces uniques ce printemps donc, pour 75 ans. Le thème général en est l'amour du cinéma et Caroline Scheufele a imaginé chaque joyau en référence à un film mythique, resté gravé dans son cœur de cinéphile. Ainsi la bague ci-dessus, en aigue-marine (taille ovale, 57,55 carats) et diamants, est ciselée en forme de proue de gondole et pont vénitiens, inspirés de *Mort à Venise*, de Luchino Visconti. Un collier au diamant extravagant évoque *La main au collet*, d'Alfred Hitchcock, des boucles d'oreilles en forme de lustre s'inspirent de la scène de ménage finale de *La guerre des Rose*, de Danny DeVito. Des pierres sublimes... et beaucoup d'esprit.

J... COMME JULIA, C... COMME CAROLINE

L'âme de la complicité entre le Festival international du film de Cannes et Chopard est Caroline Scheufele. La coprésidente et directrice artistique de la maison joaillière est une passionnée absolue du cinéma, que sa vocation en haute joaillerie fait évoluer dans l'univers des stars les plus en vue. Le lien d'affection et d'admiration mutuelles s'est ainsi noué tout naturellement et les plus grands talents du 7e art comptent sur son inspiration pour briller de mille feux lors de la montée des marches. La plus lumineuse, la plus enchanteresse des vedettes de cinéma, Julia Roberts, est une amie privilégiée de la maison. Elle incarne la collection Happy Diamonds, mais son engagement va bien au-delà: sa joie de vivre sied parfaitement aux joyaux colorés et certes (très, très...) précieux, mais aussi facétieux de Chopard. Cette année, Julia Roberts a aussi été la marraine du prestigieux Trophée Chopard remettant ce prix destiné à la relève, aux jeunes acteurs Sheila Atim et Jack Lowden.

25 ANS EN PARTAGE

Depuis 1998, la montée des marches sur tapis rouge, à Cannes, a gagné en lumière, en éclat précieux. C'est en effet alors que la maison Chopard, nouveau partenaire du festival, a dévoilé une palme redesignée. Puis en 2007, pour le 60e festival, la maison genevoise a lancé Red Carpet, une collection de haute joaillerie dédiée, renouvellée chaque année et dans laquelle les actrices invitées trouvent le point culminant de leur tenue. Les portraits pris à cette occasion marquent tant l'histoire du cinéma que celle de l'élégance. Andie MacDowell, Uma Thurman, Isabelle Huppert, Juliette Binoche, Julia Roberts ou Sharon Stone (ci-dessus en 2002) constituent ainsi les annales d'un mythe éternellement vivant.

LA PALME D'OR

Si la forme de la Palme d'or reste identique depuis que Caroline Scheufele l'a redessinée en 1998, certaines éditions affichent une personnalité particulière. Ainsi le trophée 2022, qui a récompensé *Triangle of Sadness* de Ruben Östlund, ne repose pas sur le traditionnel coussin de cristal, mais sur un bloc de quartz rose, symbole de l'amour inconditionnel de la maison pour le cinéma. Pour célébrer les 75 ans du festival, la feuille en bas à gauche a été sertie de 75 diamants certifiés Joaillerie responsable, tandis que la troisième à droite (depuis le bas) porte 25 autres diamants de la même facture, en référence aux 25 ans de collaboration entre le festival et la maison Chopard. La pièce, qui a nécessité 70 heures de travail et impliqué six artisans spécialisés, est réalisée en or jaune 18 carats estampillé du label Fairmined, gage d'une production respectueuse et durable. La maison Chopard a été pionnière dans cette démarche, façonnant la Palme en or éthique dès 2014, et ne travaille, depuis 2019, que cet or-là.

PALME OU JOYAUX, CES PIÈCES D'EXCEPTION SONT RÉALISÉES DANS L'ATELIER CRÉATION HAUTE JOAILLERIE CHOPARD, À MEYRIN, PRÈS DE GENÈVE. UNE VIRTUOSITÉ DUE AU TALENT DE 47 ARTISANS, DE 10 MÉTIERS DIFFÉRENTS: SCULPTURE, SERTISSAGE, GRAVURE... OU DESIGN 3D.

PHOTOS: DR

ACCORD AU PLUS QUE PARFAIT

DANS CHAQUE FLACON DE PARFUM EST CAPTURÉ LE TALENT CRÉATIF D'UN GRAND NEZ. **ANNICK MENARDO,** MAÎTRE PARFUMEUR, RACONTE LA NAISSANCE D'UNE BELLE HISTOIRE OLFACTIVE.

TEXTE ***RENATA LIBAL***

Son nom est plus que connu dans le milieu de la parfumerie, mais le grand public a peu entendu parler d'Annick Menardo. Pourtant ses créations sont autant de chapitres dans l'histoire de la parfumerie contemporaine. La plupart des parfums célèbres issus de ses formulations hardies – elle est souvent décrite comme précise, perfectionniste avec un petit penchant pour la rébellion – l'ont été sous l'égide de la maison suisse Firmenich, où elle a œuvré de 1991 à 2018. Maître parfumeur, la plus haute distinction du métier, elle s'est ensuite établie à son compte, pour s'offrir une marge de liberté supplémentaire.

Pour beaucoup d'entre nous, l'évocation d'un nom, d'un cabochon, d'un flacon ouvragé suffit à ranimer des souvenirs. Allons, quelques senteurs au hasard de nos moments de vie, qu'Annick Menardo a accompagnés en catimini: Lolita Lempicka, Bois d'Argent ou Hypnotic Poison pour Dior, Boss Bottled, Body Kouros pour YSL, Bulgari Black ou, plus récemment, Slogan pour Courrèges. En ce début d'été, Annick Menardo, plus de trente ans de carrière et tant de nuances de fleurs en tête, signe surtout un parfum merveilleusement exclusif, Lavallière, qui vient enrichir la collection unisexe et très couture d'YSL, Vestiaire.

Depuis 2015, en effet, cette ligne de haute parfumerie explore la garde-robe créée par Yves Saint Laurent et met en senteurs les pièces iconiques. Le premier parfum ainsi conçu a été Tuxedo, en référence au smoking devenu la signature ultime de l'élégance, par le talent du mythique couturier à lunettes d'écailles, décédé en 2008. Ont suivi Caftan, Saharienne, Trench… Jusqu'à Babycat lancé en mai, dans lequel le parfumeur Dominique Ropion interprète le motif léopard en notes de cuir et de vanille. Et maintenant Lavallière, le 12e opus: un peu jabot, un peu foulard, un peu nœud papillon, cette volute de soie enlace les cous féminins comme masculins. Dans les années 1980, Yves Saint Laurent en ponctuait ses silhouettes altières. Aujourd'hui, son allure de dandy lui confère un port de tête qui traverse les modes, les capitales, sans se laisser froisser par les petitesses du quotidien. Pour Annick Menardo, cette démarche intrépide se reflète en «élégance et décadence, combinées dans un accent de rose blanche et de figue verte lumineuse». Retour sur l'importance des senteurs libres dans un monde si formaté.

Comment aimeriez-vous être appelée? Maître parfumeur? Parfumeuse? Parfumeure? Pas maîtresse, sans doute…
Je suis parfumeur. La question du genre se pose aujourd'hui, je le sais bien, mais toute ma carrière j'ai été parfumeur. Je suis arrivée alors, à la fin des années 1980, dans un monde très masculin, où il fallait s'imposer. Il n'y avait qu'un seul mot. Aujourd'hui le métier s'est grandement féminisé et le vocabulaire évolue en fonction. Mais pour moi, le terme de parfumeur évoque une sorte d'absolu du métier, sans genre.

Votre nouvelle senteur s'appelle Lavallière. Comment met-on une pièce vestimentaire en senteur? En s'inspirant de photos d'époque des créations Yves Saint Laurent? En humant, en touchant de la soie?
Il arrive souvent qu'une marque passe commande, avec une demande très précise et une démarche marketing aboutie, avec des moodboards, des ingrédients obligatoires, des gammes de prix à respecter pour les matières premières. Sans doute est-ce le processus le plus fréquent, actuellement. Or il se trouve que pour ce parfum, les choses ne se sont pas du tout passées ainsi. Je travaille depuis longtemps sur ces accords de cassis, une note fruitée qui s'est transformée au fil du temps avec un côté beaucoup plus floral. C'est un accord que j'aime beaucoup, qui fait partie de moi. J'aime travailler dans l'absolu, tourner autour des notes qui révèlent le fruit sous ces facettes différentes. Et il se trouve que cette démarche libre a correspondu à ce qui était désiré pour YSL. Elle relève d'un même registre haute couture, d'un même sens du précieux.

Et qu'en avez-vous dit?
J'en ai évidemment été ravie. Yves Saint Laurent était un couturier formidable et j'ai adoré son univers. Mais fondamentalement, je reste un parfumeur en quête d'une senteur belle et exigeante. Tant mieux si le résultat est apprécié et rejoint une gamme prestigieuse.

Comment le décrivez-vous, ce Lavallière?
Pour moi, c'est le soleil, même si c'est noir – ce doit être mon côté Yourcenar. J'aime aussi la délicatesse des notes florales, avec un peu de rose, de géranium. Le cassis y gagne des facettes surprenantes, une sorte de naturalité florale, très élégante, à la fois fraîche et un peu lascive.

Vous travaillez en indépendante, mais pas seule, j'imagine…
Pour tout ce qui relève de la parfumerie fine, je travaille en exclusivité pour la maison Symrise, dont L'Oréal, et donc YSL, est client. Le travail d'équipe reste très enrichissant. Je collabore ainsi avec une jeune femme très talentueuse et prometteuse, Suzy Le Helley, dont je suis le mentor. C'est souvent ainsi que la transmission se passe, dans le métier. J'initie le thème, je donne le tempo, puis nous fonctionnons en une sorte de ping-pong. L'ensemble du processus a duré environ un an… avec quelques interruptions dues au Covid.

La perte d'odorat que le Covid a souvent entraînée s'est avérée très perturbante. En avez-vous souffert?
J'ai contracté une forme atypique, sans véritable anosmie, mais l'expérience a été terrible. Durant 15 jours, je n'ai pas perdu l'odorat, mais… comment dire… je sentais faux. Cette période a été extrêmement perturbante et angoissante. D'une part, professionnellement, j'ai besoin de mon odorat à 100% et là, j'avais l'impression de travailler à l'aveugle. Mais au-delà de l'aspect fonctionnel, moi qui sens tout, en permanence, j'avais l'impression d'être privée d'un membre. L'essence même de mon identité était fragilisée. Ce sentiment est indescriptible. Mortifère…

Vous sentez vraiment tout? Toutes les odeurs du quotidien?

PHOTO: DR

Annick Menardo, parfumeur depuis près de 35 ans, signe le nouveau parfum de la collection YSL, Vestiaire: Lavallière.

CI-DESSUS

À GAUCHE La création d'un nouveau parfum relève d'un processus lent, de tâtonnements délicats, et peut durer des mois.

À DROITE Le nouveau parfum Lavallière, 12e opus de la ligne de haute parfumerie – et haute couture! – Vestiaire de YSL s'approche de l'effet soyeux et frissonnant de la soie sur le cou. Accords de cassis, avec des notes de rose et de figue.

C'est ma vie. Cela a toujours été ainsi. Je vis les odeurs intensément depuis toute petite. Heureusement, sans doute, que j'en ai fait mon métier.

Quelles odeurs d'enfance vous ont construite?
Je pourrais citer des listes d'ambiances dont l'odeur m'accompagne… Mes chaussons de danse, à 5 ans et demi, la salle d'attente du docteur, le bord de mer et le jardin bien sûr! Je sens très précisément les petites roses blanches et jaunes de la tonnelle, le mimosa… et ces après-midi de pluie quand on allait, avec ma grand-mère, à la chasse aux escargots.

Où avez-vous grandi?
Dans le Midi, au Cannet, près de Grasse. Le pays des senteurs! Mais ma famille ne venait pas du monde de la parfumerie, sauf un grand-oncle qui travaillait dans les absolues, ces extractions naturelles de fleurs. Il était dans la production, la technique, pas dans la création. En revanche, mes parents m'ont transmis le goût de la terre et des saisons. On allait cueillir les violettes au bord du canal, les narcisses sauvages dans un champ marécageux. J'étais aussi une excellente champignonneuse. Ah, ces pissacans, ces sanguins, ces chanterelles… Mais je n'avais aucun modèle en matière de création en parfumerie.

Votre trajectoire n'a donc pas relevé de l'évidence…
Les odeurs m'ont toujours habitée, mais je ne savais même pas que l'on pouvait en faire un métier. Je l'ai découvert par hasard, lors de mes études en chimie, à l'université. Je suis tombée sur cette école à Versailles, où l'on formait des nez, l'ISIPCA. J'ai passé le concours et ma vie a pris l'orientation qu'elle a aujourd'hui.

En près de 35 ans, comment avez-vous vu évoluer le métier?
Je ne suis effectivement plus toute neuve! A mes débuts, le milieu commençait à peine à s'ouvrir et j'ai toujours vécu comme un miracle la possibilité d'exercer ce métier, alors que je ne venais pas du sérail, que je n'étais pas fille de parfumeur. J'ai pu le faire et le faire bien. Le revers de cette médaille, c'est que les entreprises se sont tellement ouvertes que les standards de qualité n'ont pas toujours été respectés. Les vrais parfumeurs d'antan étaient mieux formés, plus exigeants. Je déteste regarder dans le rétroviseur, mais j'ai le sentiment que les formulations étaient certes à rallonges, mais avec un esprit pionnier, un souci plus grand de qualité et de respect de l'histoire de la parfumerie.

Et en matière d'ingrédients?
La palette s'est évidemment restreinte – et par conséquence le champ des possibles – en raison de propriétés allergènes, par exemple, de certaines molécules. Il faut donc se montrer créatif dans la façon de formuler, car certaines de ces matières étaient de merveilleux outils… Cette perte explique d'ailleurs que certains parfums iconiques – comme Après l'Ondée de Guerlain, créé en 1906, un monument! – ne peuvent plus être reproduits. Reformulés, ils ne sentiront plus jamais comme l'original. Les parfums qui durent au fil des ans ont souvent été reformulés plusieurs fois, adaptés petit à petit, pour faire glisser la senteur en douceur, sans que le public ne se rende compte de la différence.

En même temps, les entreprises de parfumerie soutiennent la production équitable de matières premières naturelles rares, comme le patchouli ou la vanille de grande qualité…
En effet, la palette de produits naturels s'est, elle, élargie. A la fois grâce à des cultures diversifiées et à des méthodes d'extractions innovantes et subtiles, qui rendent perceptibles des facettes inédites d'un produit.

> Soudain, le parfum atteint **l'accord juste** et il faut savoir s'arrêter à cet instant précis

Que dites-vous de la mode actuelle de parfums très sucrés?
Nous ne sommes pas près de sortir de cette tendance! Elle répond à la demande des marques. Dans les descriptifs de parfums à créer, on retrouve deux maîtres-mots: gourmandise et addiction. Cette dernière passe apparemment par le sucre, à l'odeur comme au goût. Les parfums actuels donnent faim, envie de davantage. Ce courant sucré est déjà établi comme un nouveau pilier de famille olfactive.

Et vous, diriez-vous que vous avez une signature propre?
Il paraît… J'ai souvent entendu dire «Tiens, ça sent Menardo», mais j'aurais de la peine à décrire ce fil conducteur. J'entretiens peut-être une relation privilégiée avec la vanille, mais il n'y a pas une famille olfactive que j'explore plus qu'une autre. En fait, il ne s'agit pas tellement d'ingrédient, mais plutôt d'une manière de travailler l'accord, en sachant s'arrêter au moment juste, sans céder à la tentation de broder encore. J'aime beaucoup cet équilibre parfait, quand il y a une évidence… Avec le recul, je dirais que mes plus grands succès étaient les parfums qui m'ont demandé le moins d'effort.

Vous parfumez-vous?
Jamais! Je porte mes essais, sur un bras ou une main…. Ou alors je cède brièvement à une pulsion: début mai, j'ai mis Diorissimo quelques jours, pour le plaisir du muguet. Dans ma maison du sud de la France, à Cannes, j'ai dédié une pièce entière à une sorte de bibliothèque olfactive, avec une multitude de flacons anciens. Parfois, je tombe là sur un vieux jus que j'ai adoré et dont il me reste un fond, de l'ancienne formule… Des classiques comme Cuir de Russie de Chanel, Septième Sens de Sonia Rykiel, le premier Gianni Versace, Alliage d'Estée Lauder… Mes parfums sont tous abîmés, mais souvent, cela ne concerne que la note de tête. Dessous, je les retrouve tels qu'ils étaient quand ils accompagnaient certaines périodes de ma vie. Dans mon appartement parisien, je garde des choses plus récentes…

On dit que les parfumeurs sont souvent des épicuriens. Aimez-vous manger? Cuisiner? Jardiner?
J'aime tout cela. J'adore la cuisine et je la pratique en abondance. J'explore actuellement les mondes des épices: j'use et abuse de sumac, de zaatar, de coriandre… On m'a aussi offert des épices fabuleuses de Madagascar, issues justement des productions équitables soutenues par Symrise. Et voilà les compotes de pommes sans sucre, à la fève tonka! Oh là là, cela fait très «astuces de tante Annick» ce que je dis là!

Quelle est la fleur à vous offrir?
La rose ou le lys. J'aime toutes les fleurs, mais surtout celles qui sentent.

PHOTOS: DR

BIOTHERM

LE DUO FERMETÉ

UNE PEAU PLUS FORTE, PLUS LISSE ET VISIBLEMENT PLUS JEUNE

BLUE THERAPY UPLIFT

2 ANS DE RELÂCHEMENT CUTANÉ ATTÉNUÉ EN SEULEMENT 4 SEMAINES*

SCIENTIFIQUEMENT PROUVÉ

*Résultat clinique, 40 femmes, 4 semaines d'utilisation

ÉTAPE 1 : LIFE PLANKTON ELIXIR

PRÉPAREZ VOTRE PEAU

Commencez avec Le sérum Life Plankton™ Elixir, fortement concentré en plancton de vie™ (5%), en acide hyaluronique et en vitamine C. Il aide à prévenir et à réduire les signes de l'âge. Véritable élixir de jouvence, il réactive tous les pouvoirs régénérants de la peau pour une peau plus ferme et plus forte en 8 jours seulement.

ÉTAPE 2 : BLUE THERAPY UPLIFT

DONNEZ DE L'ÉCLAT À VOTRE MATINÉE

Continuez avec notre soin lift et fermeté Blue Therapy Uplift. Compensez les signes visibles de la perte de collagène avec ce soin anti-âge. Une formule enrichie en algues rouges et en fractions de peptides de collagène raffermissants pour redessiner visiblement les contours du visage. La peau est plus ferme, comme liftée et rayonne d'un éclat rosé.

+38.4%

TONICITÉ**

+31.9%

FERMETÉ***

ÉTAPE 3 : WATERLOVER ANTI-ÂGE & VISAGE SPF 50+

PROTÉGEZ VOTRE PEAU ET ET LES OCÉANS

Terminez avec la protection solaire Waterlover qui combine toute notre expertise anti-âge et qui protège efficacement contre le soleil ! Cette formule offre à votre peau une très haute protection contre les UVA et les UVB et a été formulée pour être plus respectueuse du phyto-plancton et de la vie aquatique****.

** test instrumental, 40 femmes, après 4 semaines *** test instrumental, 40 femmes, après 4 heures **** Testé dans une plateforme de laboratoire de recherche environnementale reproduisant un écosystème marin.

GOLDEN HOUR

QUAND LE SOLEIL SE COUCHE, LES BIKINIS SE MUENT EN TENUES DE SOIRÉE CHICS. LANGUEURS D'UNE JOURNÉE D'ÉTÉ.

PHOTOS ***ARTHUR DELLOYE***
STYLISME ***SIMON PYLYSER***

Blazer, crêpe de georgette, ***Barbara Bui***. Haut de maillot de bain, polyamide, ***Isabel Marant.*** Jupe ballon, soie, ***Giorgio Armani***. Sandales, cuir nappa, ***Fendi***.

PAGE DE DROITE Veste, nylon, ***Isabel Marant***. Chapeau Panama en crochet, ***Anthony Peto***. Maillot de bain rayé, polyamide et élasthanne, ***Paul Smith***. Montre Classic Fusion Chronograph Yellow Gold, 42 mm, chronographe automatique, or jaune 18 cts satiné et poli, cadran noir mat, bracelet caoutchouc noir ligné, ***Hublot***.

Lunettes de soleil monture papillon, acétate, ***Tom Ford***. Maillot une pièce, jersey, ***Eres x Maison Rabih Kayrouz***. Short, coton, ***Celine par Hedi Slimane***. Chaussures à talons effet croco, ***Paul Smith***.

PAGE DE GAUCHE Haut de maillot de bain, peau douce, ***Eres***. Mini-short ajusté, laine, ***Lanvin***. Sac bandoulière, cuir, ***Tommy Hilfiger***. Montre Spirit of Big Bang Yellow Gold, 42 mm, chronographe squeletté automatique, or jaune 18 cts satiné et poli, cadran saphir, bracelet caoutchouc structuré et ligné noir, ***Hublot***.

Lunettes de soleil oversize carrées, acétate, ***Swarovski***. Haut de maillot de bain, ***Hermès***. Sac porté épaule, cuir d'agneau, ***Celine par Hedi Slimane.*** Pantalon lamé, soie, ***Maison Rabih Kayrouz.*** Sandales plates à lanières transparentes, PVC, ***Giambattista Valli***. Montre Big Bang Unico Yellow Gold, 42 mm, chronographe automatique, or jaune 18 cts satiné et poli, cadran squeletté noir mat, bracelet caoutchouc structuré et ligné noir, ***Hublot***.

Direction artistique Géraldine Dura
Production Endrit Nurcaj
Assistants photo
Jakub Furlan et Julie Cournut
Modèle Lilia Gude
Maquillage et coiffure
Jennifer Le Corre

Ce shooting a été réalisé en partenariat avec Hublot

Magic Gold, une matière développée par Hublot, résultant d'une fusion entre l'or et la céramique.

Pour tout l'or **de la montre**

GLAMOUR, L'OR JAUNE FAIT SON GRAND RETOUR CET ÉTÉ. CHEZ L'HORLOGER HUBLOT, IL INCARNE LA NUANCE LA PLUS ÉCLATANTE DE LA VASTE PALETTE DE SES ORS EXPÉRIMENTAUX.

TEXTE LA RÉDACTION

Mémoire collective: un mix de souvenirs un peu bling-bling, une plongée dans les «golden eighties», traversées par des héroïnes comme la puissante et richissime Alexis Carrington dans *Dynasty*, émergence des breakdancers et des graffeurs… L'or jaune, dans sa version la plus lumineuse, la plus joyeuse, la plus ostentatoire, accompagne cette décennie-là, les années 1980. Colliers, bagues, montres… L'art de la fête se joue dans la lumière mordorée du précieux métal à son zénith.

Au même moment, quelque part au bord du Léman, une manufacture horlogère voit le jour: elle s'appelle Hublot et naît sous le même signe d'une liberté sans complexe. La marque prend rapidement le parti de la différence et, sous la direction de Jean-Claude Biver, se distingue avec un concept unique: l'art de la fusion. Rien à voir avec l'horlogerie traditionnelle de l'époque. L'or jaune (forcément, l'époque veut ça) sort de son ornière classique et chic, s'amuse sur un bracelet en caoutchouc, cassant ainsi tous les codes du genre. La Classic Original de 1980 (*lire ci-contre*) fait sauter le verrou. La belle mécanique n'a pas à rester dans un carcan, elle doit sortir des clichés trop conventionnels.

L'actuel retour en grâce de l'or jaune joyeusement extravagant s'inscrit dans la relation iconoclaste et expérimentale que Hublot entretient avec les matériaux en général et l'or en particulier. Or? D'accord! Mais souvent en high-tech, s'il vous plaît! En quarante ans de recherche et développement, la marque a mis au point plusieurs nuances d'or qui viennent enrichir le trio jaune, blanc ou rose. Le King Gold, par exemple: plus résistant que le traditionnel or rouge 5N, il contient un pourcentage de cuivre ajouté à du platine. Le King Gold donne à la montre Gold King Power sortie en 2009 une teinte rouge plus intense, qui évite l'oxydation et reste telle quelle même après de nombreuses années.

C'est que la marque travaille sans doute avec un alchimiste, pour parvenir à composer de telles matières… L'une d'elles porte d'ailleurs un nom à la hauteur de son potentiel de conte de fées: le Magic Gold. On dirait de l'or, mais – abracadabra – il n'a rien de la fragilité de ce matériau noble. Impossible de le rayer, impossible de le cabosser… La trouvaille date de 2011, après trois ans de recherche. Il s'agit d'une sorte de fusion (décidément, ce concept accompagne la marque!) entre l'or et la céramique, obtenue «en injectant de la céramique dans le respect des proportions et des poids pour garantir les 18 carats», explique Mathias Buttet, directeur recherche et développement. Mais encore? «La poudre de carbure de bore est préalablement mise en forme par pressage isostatique à froid dans des moules s'approchant de la forme finale des pièces, poursuit Mathias Buttet. De l'or en fusion est ensuite infiltré à très haute pression. Le métal va remplir les pores de la céramique, constituant ainsi le nouveau matériau.» Ce n'est pas une surprise: la liste d'attente pour les modèles réalisés en Magic Gold s'avère proprement vertigineuse.

L'histoire en lettres d'or

L'ambiance solaire, lumineuse de la trilogie de montres en or jaune de cette saison, à découvrir dans les images de mode des pages précédentes, reracontent de manière éclatante l'histoire de Hublot. «C'est un retour à nos fondamentaux, explique Ricardo Guadalupe, CEO de la marque. Pour la première fois, nous présentons un set riche autour d'une même thématique. Le meilleur moyen de rappeler que nous ne nous sommes jamais éloignés de notre ADN, mais que nous continuons d'écrire notre avenir.» Cinq modèles emblématiques ont donc été choisis comme autant de marqueurs d'un parcours atypique: Big Bang Unico, Big Bang Integral, Spirit of Big Bang, Classic Fusion Chrono et Big Bang Time Only. Ces modèles sont comme cinq étapes d'un chemin pavé d'inventions brillantes qui, au fils des ans, ont décliné les matières et les métaux précieux dans des nuanciers inédits. Et la chasse au trésor est loin d'être terminée.

La Classic Original de 1980 associe l'or précieux à un bracelet moderne.

RETOUR AUX SOURCES

C'est la toute première d'une longue série: la Classic Original de 1980. Si chacune des cinq nouvelles montres en or jaune de cet été représente un morceau d'histoire de Hublot et de sa manière de se projeter vers l'avenir, la création originelle raconte davantage. Elle dit comment Hublot a transgressé les codes classiques et comment ont été posées les bases d'une vision propre et iconoclaste de la haute horlogerie. Pratique, résistante et portable en toutes circonstances, la Classic Original associe de manière inédite l'or précieux à un bracelet moderne en caoutchouc noir. Bien plus qu'une montre, voilà les prémices de l'art de la fusion.

PHOTOS: DR

L'aventure au bout de la route comme sur la R1 en Islande.

10 ROUTES MYTHIQUES

DES ITINÉRAIRES À PARCOURIR EN MODE VACANCES LENTES, POUR S'IMPRÉGNER DU PAYSAGE.

TEXTE ***ESTELLE LUCIEN***

1 Islande
Périph sauvage

Carnet de route L'Islande, ses fjords, ses glaciers, ses hautes terres désertiques et son périph! L'île de l'océan Atlantique nord est en effet ceinturée par une **Ring Road** de 1330 km. La R1 est une double voie (enfin pas toujours…) goudronnée à 98% où il faut rouler à droite et rester concentré, non pas en raison d'une circulation dense – c'est plutôt morne plaine – mais parce que chevaux, moutons et rennes empruntent aussi le bitume intempestivement. Il faut prévoir une semaine en été et deux en hiver (pour les habitués seulement) pour faire le tour de la R1 et découvrir les cascades, sources d'eaux chaudes, glaciers et lacs de ce territoire sauvage et glacé. Pour la vue, pas même besoin de s'arrêter: il y a peu d'arbres et l'horizon est dégagé.
Stop A Vatnajökull. Avec 8300 km², la deuxième plus grande calotte glaciaire d'Europe, au sud-est de l'île, tient ses promesses. Les fans de *Game of Thrones* y reconnaîtront les paysages d'Au-delà du Mur; ceux de James Bond le décor de 007 dans *Meurs un autre jour*.
Bande-son *Think about things*, Daði & Gagnamagnið.

2 Argentine
A moto comme le Che

Carnet de route Rendez-vous au Cabo Virgenes (cap des Vierges), en Patagonie, kilomètre zéro de la **Ruta 40,** pour un voyage de 5000 bornes à travers l'Argentine, le long de la cordillère des Andes. Après avoir passé pas moins de 27 cols – dont le plus haut, Abra del Acay, culmine à 4895 m – 20 parcs nationaux et près de 18 cours d'eau, la route mythique, devenue produit touristique national, conduit au nord, à La Quiaca, frontière bolivienne. Bien équipé, il faut une vingtaine de jours pour avaler la Ruta 40, pour autant que tout se passe comme prévu… ce qui n'arrive jamais! La classe, c'est de partir à moto à l'instar de Che Guevara qui, à 23 ans, sur ces mêmes routes – dont presque la moitié n'est toujours pas goudronnée – a usé les pneus de sa bécane.
Stop Dans une bodega (cave) de Mendoza, terre viticole ultra-réputée, pour boire un verre (ou deux) de malbec, le cépage roi de cette région qui concentre à elle seule 70% de la production viticole du pays. Mais modération: avant de reprendre volant et guidon, il vaut mieux dormir sur place!
Bande-son *Libertango*, Astor Piazzolla.

3 France
Sur les traces de l'Empereur

Carnet de route De Golfe-Juan, où il débarqua de l'île d'Elbe avec plus de 1000 hommes, à Grenoble, où il rétablit son pouvoir par décret le 9 mars 1815, la **route Napoléon** emprunte l'itinéraire de l'empereur français à la reconquête de sa couronne après dix mois d'exil. Le ruban de goudron serpente entre la douce Provence et les vallées alpines escarpées. Longue de 314 km, la RN85, de son nom topographique, traverse près de 40 villes et villages. Créée en 1932, elle est tracée sur la base du chemin historique de Napoléon, qui mit six jours à le parcourir.
Stop Pile entre Alpes et Provence, la charmante bourgade de Le Poët (557 habitants), son cadran solaire, son horloge et sa table d'orientation, forme une escale pittoresque et historique à en croire cette plaque posée sur l'église: «L'Empereur, après avoir tout juste obtenu le droit de passage dans l'étroiture des rochers au confluent de la Durance et du Buëch, éprouva le besoin de s'asseoir au village du Poët où on lui apporta un fruit et un verre de vin.»
Bande-son *Les Souvenirs du peuple*, Jean-Louis Murat.

4 Norvège
Sur l'océan, d'île en île

Carnet de route Se croire en pleine mer alors qu'on est au volant de sa voiture, c'est la sensation offerte par la **route de l'Atlantique** au nord-ouest de la Norvège. L' *Atlanterhavsveien* est un tronçon de 8 km reliant Vevang et Kårvåg en «sautant» d'une île à l'autre par huit ponts. Cette prouesse routière et architecturale a été achevée en 1989, après six ans de travaux épiques marqués par douze ouragans! Construit pour faciliter le quotidien des Norvégiens, ce parcours est devenu une attraction touristique, au point que la circulation doit parfois être réglementée. C'est que la route de l'Atlantique offre sur les fjords et les montagnes une vue spectaculaire, surtout quand le gros temps s'en mêle et que l'océan déchaîné lèche la chaussée.
Stop Sur la commune d'Hustadvika, après Vevang où les centres de plongée proposent des virées sous-marines à la découverte des épaves. Elles témoignent de la virulence des éléments marins sur cette côte norvégienne que même les Vikings n'osaient emprunter, préférant transporter leur embarcation d'un fjord à l'autre par les terres.
Bande-son *Take On Me*, a-ha.

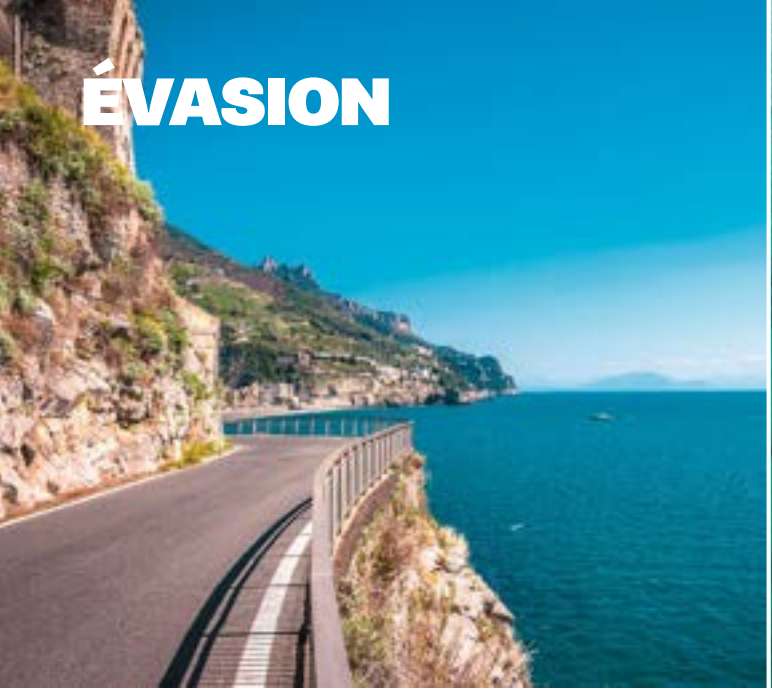
5 Espagne
Le Far West en un jour

Carnet de route Ce mini-road-trip garantit un dépaysement géant. Le **désert des Barnedas Reales**, dans la région de Navarre, au nord de l'Espagne, offre un décor déroutant, digne de l'Ouest américain. Pas étonnant que le lieu soit prisé des productions cinématographiques, la dernière étant *Game of Thrones* (saison 6). Ce territoire de seulement 424 km² est une réserve naturelle où se succèdent plaines arides, canyons vertigineux et *cabezos*, fameux reliefs escarpés dus à l'érosion permanente des lieux. Deux routes traversent les Barnedas, la NA-125, l'autre étant un accès à une base militaire installée ici depuis 1951… et donc difficile à déloger malgré la protection du site par l'Unesco. On peut traverser le désert en voiture en un jour seulement. On peut s'y attarder au fil de randonnées aussi exigeantes que périlleuses, car c'est un vrai désert où il fait très froid l'hiver, très chaud l'été. Et où, malgré la petitesse du territoire, le voyageur peut se perdre.
Stop Au pied de la *Castildetierra*, pyramide naturelle, coiffée d'une cheminée de fée, emblème des Barnedas.
Bande-son *Il était une fois dans l'Ouest*, Ennio Morricone.

6 Allemagne
Histoire, culture et nature au détour

Carnet de route En voiture pour l'Allemagne des châteaux, des cités médiévales, des vignobles, des monts fertiles et des vallées fluviales. La **Route Romantique** est un itinéraire touristique balisé par une signalétique marron, de 350 km, qui mène du Main aux Alpes à travers la Bavière, de Wurtzbourg à Füssen. Créée au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, la «Romantische Strasse» avait pour but de promouvoir la région comme destination culturelle, après les sombres années du IIIe Reich. Outre les paysages bucoliques qu'elle traverse, cette route plonge dans l'histoire de l'Europe: de la Rome antique avec la Via Claudia Augusta (du côté de Füssen), à la période baroque et à l'Empire (Augsbourg) en passant par un passé médiéval riche et bien conservé comme en témoignent les remparts intacts de Dinkelsbühl.
Stop A Neuschwanstein. Né de la folie de Louis II de Bavière, ce château de la démesure, édifié au XIXe siècle, semble tout droit sorti d'un conte de fées. Perché sur un éperon rocheux dominant le vert pays de l'Allgaü, il est une sorte de Versailles allemand.
Bande-son *La chevauchée des Walkyries*, Wagner.

PHOTOS: ERIC NATHAN, GIULIANO FISCHETTO, JASPER STENGER, DAVID HERRAEZ/ALAMY STOCK PHOTO, DR



7 Italie
Virages enchanteurs

Carnet de route Des vues plongeantes sur une mer d'azur, des corniches abruptes de rocaille et de pins, une végétation luxuriante, des parfums d'agrumes, des villages de pêcheurs devenus ultime refuge mondain: la **côte Amalfitaine**, au sud de l'Italie, promet l'enchantement à tous les virages. Ceux-ci sont nombreux et serrés, de Sorrente à Salerne où, sur 70 km, la SS163 – taillée à flanc de falaise en 1840 – serpente d'un belvédère à l'autre. Le site est classé depuis 1997 à l'Unesco. Prudence et lenteur s'imposent sur ce parcours sinueux où l'on s'arrête presque autant que l'on roule tant les tentations sont nombreuses, entre baignade, art et gastronomie.
Stop A Nocelle, après Positano, on gare la voiture et on enfile une bonne paire de chaussures pour s'offrir *il Sentiero degli Dei*, randonnée panoramique de 8 km avec vues grandioses sur la mer Tyrrhénienne. «Réveillez le rêve en empruntant le Sentier des Dieux qui surplombe la baie magique des Sirènes», écrivait Italo Calvino, célèbre auteur italien.
Bande-son *Come prima*, Tony Dallara.

8 Australie
Côte sauvage et falaises à pic

Carnet de route L'une des plus belles routes côtières du monde, la **Great Ocean Road** en Australie, a été taillée par les soldats revenus de la Première Guerre mondiale entre 1919 et 1932, ce qui leur assura un revenu et rangea l'ouvrage dans la catégorie des monuments aux morts. La B100, longue de 243 km, longe l'Etat de Victoria (côte sud-est) et relie les bourgades de Torquay et d'Allansford, offrant des vues époustouflantes sur le détroit de Bass – jointure des océans Pacifique et Indien –, des falaises à pic, des plages sauvages et même des bois verdoyants dans les parcs Otway. En prime: la chance de voir des kangourous bien sûr, mais aussi des baleines au large et des koalas perchés sur des eucalyptus.
Stop Depuis le Port Campbell on devine les premiers des douze «Apôtres» – en réalité il n'y en a que huit – énormes rochers détachés des falaises par l'érosion. Celle-ci est également à l'origine, dans le même secteur, d'une autre fascinante curiosité, la Loch Ard Gorge, formant une percée de l'océan dans les terres.
Bande-son *Beds are Burning*, Midnight Oil.

9 Amérique
Ultime traversée continentale

Carnet de route Point de départ: Prudhoe Bay (Alaska). Point d'arrivée: Ushuaia (Argentine). Entre les deux, plus de 20 000 bornes d'asphalte reliant les trois Amériques. La **Panaméricaine** est la version XXL du road-trip que seuls de vaillants routards ou rentiers en mal d'aventure (s'il en existe encore) peuvent se permettre de boucler en une seule traite, soit au moins un an. Les autres peuvent adapter le carnet de route, en grignotant chaque année un peu du bitume de la Pana. L'idée d'un tracé unique à travers le continent naît dans les années 1920. C'est aujourd'hui un système, sans itinéraire fixe, connectant des highways rectilignes au goudron lisse et des routes trouées de nids-de-poules. Conseil: disposer d'un 4x4 bien équipé.
Stop A Yaviza. Pas le choix en fait. La route s'arrête ici à 230 km du canal de Panama où il manque 87 km pour rejoindre Chigorodó en Colombie. En cause, une jungle dense, sauvage et dangereuse. Donc cargo pour les véhicules et avion pour les conducteurs, afin de franchir ce que les initiés nomment «le bouchon Darien».
Bande-son *Highway To Hell*, AC/DC

10 USA
Sixty-six, le mythe

Carnet de route Elle résume tout ce que le «road trip» à l'américaine porte d'imaginaire. Ce n'est pas un hasard si, au pays de l'Oncle Sam, on l'appelle *The Mother Road*, nom qu'elle porte dans le roman de John Steinbeck, *Les raisins de la colère*. La **route 66** trace d'est en ouest, de Chicago à Santa Monica, une ligne de 3665 km, qui traverse 8 Etats et 3 fuseaux horaires. Ouvert en 1857, cet itinéraire est devenu en 1937 la première route trans-continentale goudronnée des Etats-Unis. Elle fait l'objet depuis les années 1990 d'initiatives pour sa réhabilitation. Et ça roule pour le tourisme.
Stop A Tucumcari, Nouveau-Mexique. «This train'll stop at Tucumcari», ça vous rappelle quelque chose? La réplique est tirée du film *Et pour quelques dollars de plus* de Sergio Leone. Après avoir été désertée, comme beaucoup de villes le long de la *sixty-six*, Tucumcari a vu sa cote suffisamment remonter pour rallumer les néons du Blue Swallow Motel, *like in the good old days*.
La bande-son *Take it easy*, Eagles (morceau inspiré de Winslow, étape également prisée de la route 66).

> Avec ses centaines de bornes de recharges, le Grand Tour est le premier et seul road trip national **entièrement électrifié.**

Le glacier d'Aletsch un des 12 sites inscrits à l'Unesco traversés par le Grand Tour.

Grand Tour: star suisse du road trip

Peut-être les avez-vous déjà croisés, ces petits panneaux rouge et blanc marqués «Grand Tour»? Au nombre de 650, ils balisent un road trip de plus de 1600 km d'une boucle qui fait le tour de notre beau pays, à réaliser «dans le sens des aiguilles d'une montre»... évidemment. Le carnet de route promet 5 cols alpins – dont le point culminant du voyage, la Furka à 2429 m – 22 lacs et 12 sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco. Le tracé est d'une extrême variété malgré un territoire relativement restreint, combinant des virages en épingles à cheveux, des routes paisibles à travers les champs ou au bord de l'eau et des villes-étapes riches en activités culturelles. Le **Grand Tour de Suisse,** qui fait l'objet d'éditions spéciales de deux guides touristiques, Hallwag Kümmerly + Frey et le Routard, est une star dans son genre. Même Roger Federer ou Anne Hathaway ne peuvent lui voler la vedette – c'est le pitch du dernier spot Suisse Tourisme. «En Suisse, selon une enquête réalisée en 2019, le Grand Tour est, avec la route 66, le deuxième itinéraire touristique routier présent dans l'esprit des personnes interrogées», souligne Aude Cometta de Suisse Tourisme. Lancée en 2015, la formule helvète de ce tourisme itinérant surfe sur une tendance en constante progression que la pandémie n'a fait que renforcer. Depuis 2017, l'itinéraire est le premier et seul road trip national au monde réalisable en véhicule électrique grâce à un réseau dense de plusieurs centaines de bornes de recharge. *E.L.*

Pour en savoir plus: www.grandtour.myswitzerland.com/fr et l'application mobile MySwitzerland.com/grandtourapp

PHOTOS: VERONIKA PFEIFFER, PITER LENK, RICARDO RIBAS, EDDIE RODRIQUEZ/ALAMY STOCK PHOTO, DR

Elégance **x performance**

LA NOUVELLE ORIS PROPILOT X CALIBRE 400 EST INCONTOURNABLE POUR (AU MOINS) TROIS RAISONS: SES COULEURS ULTRA-DÉSIRABLES, SON CALIBRE PRÉCIS ET SON BOÎTIER IDÉAL DE 39 MM.

TEXTE LA RÉDACTION

LE STYLE

Envie de porter une montre pile dans la mouvance sport chic? Vous êtes au bon endroit. Avec ses lignes aux finitions satinées et sablées, la pièce affiche un aspect brut et technique. D'un côté, on retrouve des codes masculins comme la lunette crantée, de l'autre un bracelet en titane sculpté léger et stylé. Avec ce combo, on assure côté look.

LE BOÎTIER

Oris partage une longue histoire avec le monde de l'aviation depuis le début des années 1900 et le boîtier ProPilot en est le parfait reflet. Ses 39 mm de diamètre flirtent avec un fuselage fait d'angles, de finitions, d'épaulements. Et puis, il y a sa couronne surdimensionnée agrémentée d'un protège-couronne, qui contribue à une esthétique de haut vol. Quant à sa matière, 100% titane, c'est la nouvelle tendance ultra-légère et moderne de la saison.

LA COULEUR

Trois: voilà la palette chromatique à choix, pour le cadran. Il y a le gris et le bleu, naturellement. Mais c'est le saumon qui accroche instantanément la lumière. Vive et estivale, cette teinte électrise les proportions dynamiques du boîtier. Après avoir longtemps été victime de stéréotypes (trop girly, trop poupée), la colorimétrie du saumon a pris des caractéristiques différentes et la ProPilot X Calibre 400 incarne à merveille le temps «genderless».

LE MOUVEMENT

Entièrement conçu en interne, le Calibre 400 de la ProPilot X est un bolide. Sa précision est de -3 à +5 secondes par jour, des performances meilleures que le prérequis du COSC. Il propose par ailleurs cinq jours de réserve de marche et une résistance aux forces magnétiques. Et c'est du solide: un entretien tous les 10 ans suffit amplement! Sauf dommage accidentel ou contrôle d'étanchéité, la montre n'aura pas besoin d'être révisée avant 2032 au plus tôt. C'est la nouvelle norme de la marque.

LES FONCTIONS

La beauté du temps qui passe se matérialise en heure, minute et seconde sur les index. Ensuite, à 6 heures, un guichet prend le relais du calendrier en indiquant la date de manière très épurée. C'est sans doute la grande sobriété des informations qui fait toute la délicatesse de ce modèle.

LE DOS

A travers le fond du boîtier, un verre saphir laisse apparaître le mouvement automatique in-house: l'Oris Calibre 400. C'est aussi l'une des raisons pour lesquelles le public aime (toujours) les montres mécaniques: voir une roue d'échappement osciller. C'est poétique, joyeux même.

LA MARQUE

C'est en 1904 que Paul Cattin et Georges Christian fondent leur atelier d'horlogerie à Hölstein. Pour le nom ils s'inspirent d'un petit ruisseau et d'un vallon des environs. De 24 employés au départ, Oris compte, sept ans plus tard, 300 personnes. Très vite, la marque s'impose comme une référence et traverse la crise de 1970 en s'appuyant sur une solide identité et des éléments phares faciles à reconnaître, comme son célèbre «rotor rouge» (une marque déposée). En 1985, Oris décide de ne produire que des garde-temps mécaniques et de cultiver son esthétique sportive. Après des années de transition, en 2014, pour ses 110 ans, la marque reprend la fabrication de ses mouvements horlogers, cultivant un esprit d'indépendance et de savoir-faire en suivant son propre chemin, forte de sa philosophie: «Go your own way».

TUTOYER LES SOMMETS

Oris fabrique des montres d'aviateur depuis le lancement de sa première Oris Big Crown en 1938. Conçu pour satisfaire les exigences des escadrons de chasse en Normandie, ce garde-temps teinté d'héroïsme a inspiré toute une collection dont la ProPilot X Calibre 400, qui confirme l'allégeance d'Oris au ciel. La pièce propose une façon unique de faire naître de la poésie à travers la mécanique. Montrer que la fonction peut créer de l'émotion, tel est le souhait de la marque qui sait conjuguer son expertise en matière de savoir-faire horloger à sa riche expérience dans l'aviation pour nourrir la création de nouveaux modèles. Car le vrai talent, c'est cela: mixer l'efficience des montres de pilote à un design moderne et élégant qui s'adresse à tous.

PHOTO: DR

Jaune citron

UN VENT D'AGRUME SOUFFLE SUR L'ÉTÉ POUR UNE SILHOUETTE ACIDE ET VITAMINÉE.

SÉLECTION ENDRIT NURCAJ

1. Top bandeau, tissu éponge, ***Jacquemus***, 147 fr. **2.** Veste, laine et cachemire mélangés, ***Loewe***, 2089 fr. **3.** Sac baguette, cuir de veau, ***Valentino***, 2250 fr. **4.** Mini-jupe, tweed de laine, ***Alessandra Rich***, 599 fr. **5.** Eau de toilette Nina Soleil, édition limitée, ***Nina Ricci***, 50 ml/85 fr. **6.** Montre True Thinline x Great Gardens of the World Chapter 5 (été), céramique, 39 mm, à quartz, ***Rado***, 2000 fr. **7.** Sandales, cuir Saffiano métalisé, ***Prada***, 645 fr.

1. Pull brodé sans manches, cachemire, ***Elder Statesman***, 2622 fr. **2 et 3.** Costume, coton Panama, ***Alexander McQueen***, pantalon 672 fr. et veste 1925 fr. **4.** Lunettes de soleil aviateur, acétate, ***Tom Ford Eyewear***, 390 fr. **5.** Sac en crochet avec logo, ***Casablanca***, 346 fr. **6.** Fluide très haute protection Vinosun, SPF 50, ***Caudalie***, 40 ml/28 fr. **7.** Sneakers, cuir et daim, ***Adidas x Wales Bonner***, 166 fr.

SEULE LA MER
SEULE MSC

RÉSERVABLE AUSSI AVEC VOL DE GENÈVE

EUROPE DU NORD - FJORDS
MSC GRANDIOSA
8 jours • 7 nuits
De/à Kiel
Juillet - septembre 2022
CROISIÈRE DÈS
CHF 669 par pers. dans une cabine avec balcon
Frais de service hôtelier oblig. : CHF 77 par pers.

PRIX TOTAL DÈS
CHF 746 par pers.*

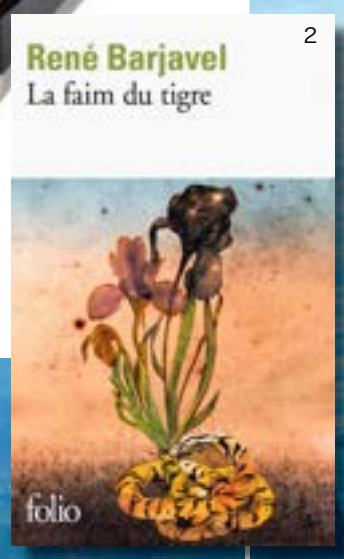
FREE NIGHT SPECIAL - JUSQU'À 4 NUITS OFFERTES!
Réservez sur msccruises.ch, au 061 584 99 80 ou dans votre agence de voyages.

A SWISS COMPANY

*Le prix se réfère au départ prévu le 03.09.22 à bord du MSC Grandiosa, dans une cabine avec balcon "Bella Experience" sur la base d'une occupation double et sous réserve de disponibilité. Tous les passagers doivent obligatoirement souscrire une assurance COVID-19 (CHF 28 par pers.). Les conditions générales de vente de MSC Cruises sont applicables.

MSC CRUISES | A WORLD OF DISCOVERY

1



2

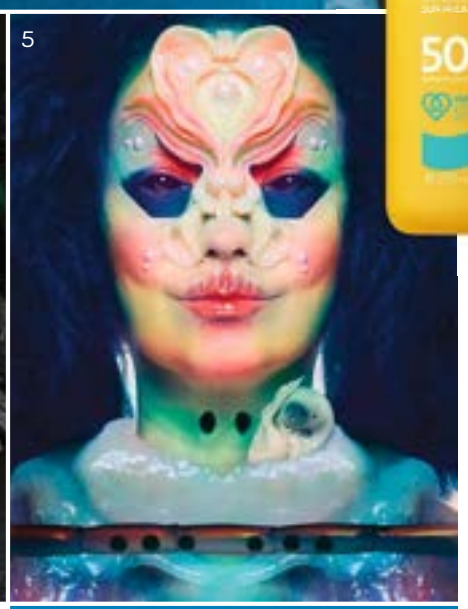
3

Guillaume **Néry**

L'APNÉISTE FRANÇAIS, MULTIPLE RECORDMAN DU MONDE, DÉLAISSE LA COMPÉTITION POUR VIVRE L'IVRESSE DES PROFONDEURS DE MANIÈRE ARTISTIQUE.

TEXTE ESTELLE LUCIEN

4



5

6

7

Une erreur de 10 mètres a failli lui être fatale. En 2015, l'apnéiste, champion et multiple recordman du monde, Guillaume Néry tente un nouveau record, annonçant 129 mètres. Sauf qu'un mauvais balisage l'emmène à 139 mètres. L'homme frôle la mort et décide d'arrêter la compétition. Mais pas la pratique des profondeurs. A bientôt 40 ans, il s'entraîne tous les jours, en mer ou à vélo, pour maintenir un niveau physique élevé dans une discipline qu'il considère comme une philosophie de vie plutôt qu'un sport: «C'est une manière d'être au monde», explique-t-il. Un *modus vivendi* qu'il partage en produisant et réalisant des courts-métrages aquatiques avec Julie Gautier, apnéiste et danseuse. Par ces activités, par son engagement auprès de la marque de cosmétiques Biotherm pour la préservation des océans, Guillaume Néry retient son souffle pour donner de la voix. Aux sons et aux images, il ajoute désormais l'écriture avec la sortie du premier livre qu'il signe en solo *Nature aquatique* (éd. Artaud).

A l'heure où vous sortez un livre, quel est celui qui vous a marqué?
«La faim du tigre» (2) . / (/70 ! , : 5 ?/6
C'est la première fois que je lisais quelque chose sur le sens de la vie. Les aventures de Tintin et les romans de Jules Verne ont aussi été les fondateurs de mon parcours.

Vous avez découvert l'apnée à 14 ans. Pratiquez-vous un autre sport?
Je voyage beaucoup à vélo: traversées des Alpes des Pyrénées, grands cols mythiques, comme le ***mont Ventoux (3)*** que j'ai gravi plusieurs fois et qui reste le plus dur...

En 2015 on vous a vu danser sous l'eau dans un clip de Naughty Boy feat Beyoncé et Arrow Benjamin. Quel univers musical a votre oreille?
Celui de ***Björk (5),*** sans hésiter. Pour ses sonorités organiques.

Vous plongez dans le monde entier. Quel lieu vous est le plus cher?
Je pars tous les ans à Moorea (Polynésie française) mais je reste attaché à ce petit îlot de nature préservée vers la ***plage de la Réserve à Nice (7)***, où tout a commencé.

Vous êtes ambassadeur de la marque de beauté Biotherm, qu'est-ce qui vous lie?
La politique sans compromis et la recherche de l'excellence d'une marque de cosmétiques engagée pour la sauvegarde des océans.

Votre produit préféré?
Passant du temps au soleil et dans l'eau, le ***Waterlover Sun Milk (6),*** protecteur de ma peau et respectueux de la vie sous-marine.

Votre régime aussi est écoresponsable.
Oui, je mange 100% bio, local et rarement de la viande. Mais, habitant à côté de la frontière italienne, je ne résiste pas à une très bonne ***pizza (4)***, toute simple.

Un objet qui ne vous quitte jamais?
J'emporte toujours un stylo, un carnet, un livre et un petit appareil photo argentique ***Contax T3 (1).***

PHOTOS: SARAYUTH NUTTEEPRATOOM, ALAMY STOCK PHOTO, DR

cartier.ch – 044 580 90 90

PANTHÈRE

DE

Cartier