

encore!

LE STYLE EN PLUS | JUIN 2023

MODE

Et Diane von
Furstenberg
réinvente la robe

BIJOUX

Ce bracelet jonc
qui met en joie

ESCAPADE

Le Tessin en
10 petits
bonheurs

SOLEIL

Le pouvoir énergisant
des tenues rayées en été

JUIN 2023

 Le Matin
Dimanche



BOUTIQUES AUDEMARS PIGUET : CRANS-MONTANA | GENÈVE | ZURICH

AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

SEEK BEYOND



CODE 11.59
BY AUDEMARS PIGUET
STARWHEEL

ENJOY RESPONSIBLY





MOËT & CHANDON



Type XX	2067
---------	------

La montre Breguet *Type XX*, accompagne les pilotes les plus expérimentés depuis 1954. Elle devrait donc pouvoir se poser sur votre main avec une parfaite délicatesse.

Faisons *l'Histoire* ensemble.

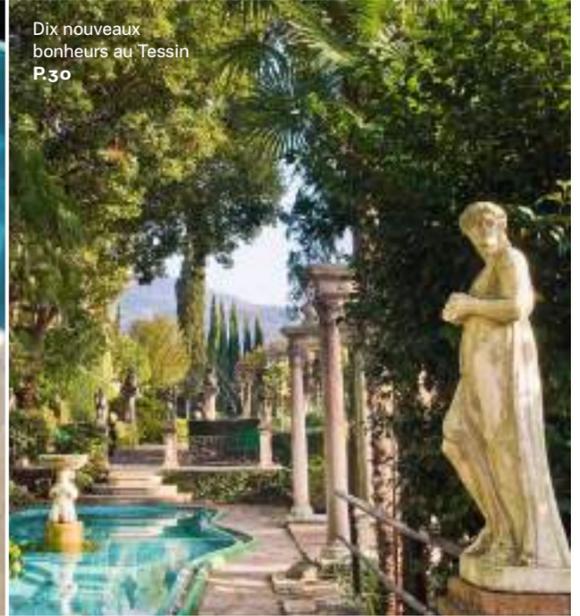

Breguet
Depuis 1775



Diane von Furstenberg et sa robe portefeuille, incarnation du féminisme P.18



Les parasols rivalisent d'élégance et d'innovation P.34



Dix nouveaux bonheurs au Tessin P.30

Soleil | Juin 2023

SUJETS

14 Trend

Des bracelets jongs pour célébrer l'été au poignet

16 Artisanat

Une collection de vêtements pour les 60 ans des bijoux Ole Lynggaard

17 Swissmade

Tessanda perpétue l'art du tissage à la main depuis 95 ans

38 Montres

Des modèles innovants pour plonger plus profond et plus longtemps

RUBRIQUES

- 8 Merveilles
- 15 Décodage: ProPilot x Kermit, d'Oris
- 21 Juin avec une montre Rado
- 35 Shopping: lunettes de soleil XXL
- 36 Beauté: les soins solaires faciles d'emploi
- 37 Sérums OPI unisexe pour ongles en détresse
- 39 Ses goûts: Joana Vasconcelos



Cardigan à rayures ondulées en laine et coton, **Kenzo**. Jupe mi-longue 3D à taille haute en polyester recyclé, **AZ Factory x Lutz Huelle**. Lunettes de soleil en acétate, **Celine par Hedi Slimane**.

P.22



UNE

CAROLINE Robe en coton et sac en coton enduit, **Maison Kitsuné**. Baskets, **Kolor**. **SAMIR** Pull jacquard Sunset en cachemire double face, **Hermès**. Short en coton, **Brunello Cucinelli**. Montre Spirit Of Big Bang Sang Bleu Titanium Pavé, automatique, chronographe Flyback et roue à colonne, boîtier serti de 172 diamants, lunette avec décor Maxime Plescia-Buchi sertie de 48 diamants, 43 mm, bracelet caoutchouc noir, **Hublot**.

PHOTO Antoine Henault
STYLISME Simon Pyllyser

Le plein d'énergie

ZÈBRE, ABEILLE, MARIN, TAULARD, FOOT-BALLEUR... Bien qu'amplement intégrée dans les vestiaires occidentaux, la rayure traîne encore une petite aura transgressive. Oh, toute petite et très légère, comme une pointe d'ironie qui planerait sur le sourire... Le motif n'est certes plus utilisé, comme au Moyen Age, pour stigmatiser les exclus de la société (comme raconte si bien l'historien français Michel Pastoureau dans son essai devenu classique, *L'Etoffe du diable*, (paru en 2014), mais il continue à demander un rien de bravoure à qui entend s'en draper. C'est que l'alternance de couleurs reste un signal visuel fort, que l'œil humain identifie instantanément. Les zèbres et les guêpes



Renata Libal, rédactrice en chef

expliqueraient sans doute volontiers à quel point il est difficile de passer inaperçu vêtu d'une telle parure. Et ce n'est pas pour rien non plus que la rayure est devenue emblème du sport et de l'exploit. On l'aura compris: les tenues crânement rayées (voir nos images mode en p.22) incitent à lever le menton et à avancer dans la vie d'un pas décidé. L'été est une saison qui se prête bien à ce type d'énergie voyante. De la couleur! Des contrastes! De l'audace! De la bonne humeur! Du plein air! Voilà tout ce que la rédaction d'*encore!* vous souhaite pour les mois qui viennent. Et si l'envie vous prend de mettre le cap sur le Tessin, ce petit paradis si proche que l'on a tendance à oublier à quel point il est précieux, nous y avons d'excellentes adresses (lire p.30). Alors? Une marinère sur les épaules et c'est parti!



Matin Dimanche en ligne sur www.encore-mag.ch

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 **Édition**: Estelle Lucien **Mise en pages**: Géraldine Dura (directrice artistique) **Image**: Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro**: **Textes**: Mathilde Binetruy, Brigitte Jurczyk, Patricia Lunghi, Katrin Roth, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Photos**: Antoine Henault, Calypso Mahieu, Ulrike Meutzner, Seb Michel, **Illustrations**: André Gottschalk **Production allemande**: Tina Bremer **Site internet**: Julie Queloz **Secrétariat**: Isabelle Heinrich **Photolithographie**: Photomedia **Impression**: Swissprinters AG, Zofingue **Marketing**: Nunzia Barrai **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, AdUnit AG, 20 minuti Ticino SA, Berner Oberland Medien AG BOM, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Clear Channel Holding AG, Clear Channel Schweiz AG, Clear Channel AWI AG, Clear Channel CAC AG, Clear Channel GmbH, Clear Channel Infotrak AG, Clear Channel Interpubli AG, Clear Channel OPEX AG, Clear Channel Plakatron AG, 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 Zurich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Manufaktur AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Jaduda GmbH, JobCloud AG, Joinvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Schaefer Holding AG, Schaefer 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, TX Services, Unipessoal Lda, 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.



Sur le nouveau deck de la piscine, ne manque que Sophia Loren.

HÔTEL

Clair – obscur

La jet-set internationale trépidait: quand allait-on enfin pouvoir faire ses valises? Depuis l'annonce du rachat du légendaire hôtel La Palma par la Oetker Collection, les transformations somptueuses étaient suivies de près par les adorateurs de ce soleil rouge qui ne se couche de cette manière-là, dans ce nuancier-là, qu'en Méditerranée au large de Capri. Chose faite: La Palma vient de renaître, l'hôtel resplendit comme jamais. En 1822, il a été le premier établissement à accueillir des clients sur l'île italienne. Pendant 200 ans, artistes, poètes et musiciens se sont croisés dans ce lieu situé près de la célèbre piazzetta. Le pouvoir inspirationnel du panorama sur le golfe de Naples et les falaises

abruptes plongeant dans l'immensité bleue ne s'est jamais démenti. La barre chic & luxe est élevée, puisque la petite chaîne d'hôtels compte des icônes tel le Cap-Eden-Roc ou Le Bristol Paris. Le dernier arrivé se pose aussi là en matière d'élégance. Le bureau d'architecture d'intérieur Delogu Architects a voulu une ambiance de fraîche brise d'été: du blanc ponctué de turquoise et de tons naturels chauds. Club privé sur la plage (naturellement!), spa (naturellement, bis) et restaurant prometteur, où officie le chef doublement étoilé Gennaro Esposito.

Tina Bremer

www.oetkercollection.com, dès env. 900 fr. la chambre double.

BONNE BOUCHE

Un merlot d'été



PAR
PIERRE THOMAS

Pour la première fois, Berne publie les chiffres des vins rosés suisses: 7,6 millions de litres ont été élaborés sous cette (pâle) couleur en 2021 et on en a consommé 6,7 millions de litres en 2022. Pas de recul historique, sachant que, dans le monde, la consommation de rosé a progressé de 40% en 20 ans. C'est ce qu'on appelle un trend! Et tout le monde s'y met... Jusqu'ici, le merlot tessinois faisait exception. Certes, il était vinifié en blanc: un quart du merlot du Tessin est écoulé sous cette forme. Mais comment faire d'un raisin à peau noire (le nom merlot vient du plumage du merle, l'oiseau bien connu) un vin translucide? Il y a un truc: le passer au charbon, qui possède un puissant effet de décoloration, mais qui dépouille aussi le vin de ses arômes. Le rosé permet d'éviter ce traitement de choc tout en restant un produit confié aux bons soins d'un œnologue. Chez Vinattieri, un groupe d'une quinzaine de vigneron qui cultivent 65 hectares de leurs propres vignes au sud du Tessin, dans le Mendrisiotto, le chef, Michele Conceprio, est un professionnel d'expérience, formé à Changins. La cave de Ligornetto est passée sous contrôle de Coop, via la société Transgourmet, et ce rosé Roveto Ticino est vendu exclusivement chez... Manor (4000 bouteilles). L'enjeu réside à éviter les tanins verts: «Il faut que le raisin mûrisse bien et dans ce cas, même si le rosé dépasse 13% d'alcool, on ne sent pas la richesse, mais plutôt une rondeur agréable», explique l'œnologue. C'est bien le cas ici, pour un vin d'été à servir bien



frais, à table avec des plats froids. En fin de bouche, sous une structure ample, pointe l'arôme croquant, un brin herbacé, signature du cépage bordelais. Implanté au Tessin depuis le début du XX^e siècle, «soprattutto», le merlot donne de grands vins rouges, tel le Vinattieri, vendu dix fois plus cher (139 francs la bouteille).

L'étiquette: Roveto Ticino DOC 2021
Le prix: 14,95 fr./75 cl
L'adresse: exclusivité Manor

PARFUM

Masculin toujours

Le parfum Gentleman lancé en 1975 par Hubert Taffin de Givenchy était une déclaration d'élégance à l'homme moderne. Aujourd'hui, les collections de mode Givenchy sont créées par le directeur artistique Matthew Williams et l'élégance a pris des connotations plus sportives, plus disruptives, plus tatouées, plus barbues – ou pas! Le nouveau parfum de la maison, Gentleman Society, se veut ainsi ouvert à toutes les masculinités stylées, avec un jus boisé-floral, où les notes sauvages du narcisse se marient à diverses nuances de vetiver, au santal et à la cardamome. Maia Lemout et Karine Dubreuil ont réussi là une senteur magnifique, avec laquelle bien des femmes auront envie de souligner la part masculine en elles. R.L.

Gentleman Society, Givenchy, Eau de parfum (122 fr.50 /ml), gel douche et déodorant.





Jean-Michel Basquiat et
Andy Warhol, OP OP, 1984-1985,

ART

Un été si Basquiat

Entre Bâle et Paris, les chemins artistiques de l'été mènent à Jean-Michel Basquiat. Le peintre et graffeur américain, adulé pour sa vision éternellement jeune et avant-gardiste (bien qu'il soit décédé à 28 ans, il y a trente-cinq ans) fait l'objet de deux expositions... et d'un triple hommage tictaquant au poignet. A Paris, la Fondation Louis Vuitton présente les œuvres réalisées à quatre mains avec le grand maître de la pop culture, Andy Warhol. Les deux artistes sont tombés en amitié et en dialogue artistique, cosignant 160 peintures ou photographies, dont 80 figurent dans l'exposition. De son côté, la Fondation Beyeler focalise son attention sur les huit peintures de



Deux des trois modèles Jean-Michel Basquiat X Swatch: l'emblématique couronne signature de l'artiste et un détail de la peinture *Hollywood Africans*.

jeunesse que Basquiat a réalisées lors d'un séjour à Modène. Réunies pour la première fois, elles posent les bases de son œuvre. Quant aux montres Swatch, elles poursuivent avec trois pièces Basquiat très réussies leur «Art Journey Collection» inspiré des chefs-d'œuvre de la peinture. Douces au toucher, fortes à l'œil, les montres mettent en avant des détails souvent discrets de tableaux. Une incitation à regarder l'œuvre autrement. *Renata Libal*

Basquiat: The Modena paintings, Fondation Beyeler, Riehen (Bâle), jusqu'au 28 août.
Basquiat X Warhol, à quatre mains, Fondation Louis Vuitton, Paris, jusqu'au 28 août. Basquiat au poignet: 3 modèles réalisés avec Swatch, 100 fr. et 110 fr. Coffret épuisé.

MODE

Pour l'amour d'un éléphant



Un hôtel? Allons! Le célèbre établissement Sirenuse, à Positano, est bien davantage qu'un havre de luxe et de beauté sur la Côte amalfitaine. Outre la vue sur les charmantes maisons agrippées à la colline et sur l'infini de la mer, l'hôtel propose un véritable art de vivre, empreint de couleurs fortes, d'un chic bohème, de sourires, de gourmandise et de grand cœur. Les accessoires de cet état d'esprit peuvent s'égayer partout dans le monde, à la faveur de collections de mode et d'articles de table créés pour et distribués (entre autres...) par Emporio Sirenuse. Cet été, l'inspiration vient d'Asie, plus précisément d'une Asie mythifiée et langoureuse, en l'honneur de la Fondation anglaise Elephant Family, créée en 2002 par l'auteur et militant écologique Mark Shand (10% des ventes sont reversées pour la conservation de l'habitat des éléphants). Les imprimés des robes, chemises et cafans évoquent les paysages à palmiers ou (comme ci-contre) les symboles méditatifs de l'art tantrique. Le luxe pieds nus... *R.L.*

Jupe Livia Tantra song, env. 3330 fr. Emporio Sirenuse, www.emporiosirenuse.com

BEAUTÉ

Force bleue



Bleu comme le Léman par beau temps, bleu comme l'*iris germanica* et ses vertus régénérantes. Pour ses 25 ans, la marque de beauté Swiss Perfection Montreux encapsule son produit phare dans un flacon festif, hommage à sa technologie unique d'extraction cellulaire végétale. *R.L.*

RS-28 Sérums Cellulaire Jeunesse, Swiss Perfection Montreux, édition anniversaire limitée à 1500 flacons, 30 ml, 335 fr.



Bague et pendentif de la collection Crocodile Rock de Thomas Sabo.

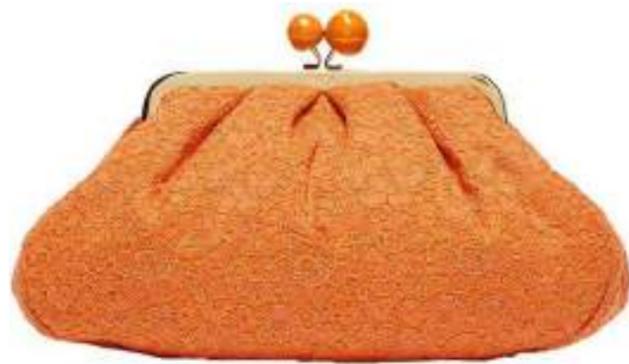
BIJOU

A pleines dents

Elton John doit au reptile l'un de ses plus grands succès: en 1972, la chanson *Crocodile Rock* a bouleversé les hit-parades du monde entier. Le fabricant de bijoux d'origine autrichienne Thomas Sabo, basé dans le sud de l'Allemagne, avait-il cette chanson en tête lorsqu'il a imaginé sa nouvelle collection? Ou alors étaient-ce ces parures folles et serties, ces sauriens qui s'enlaçaient au creux du cou, que l'actrice mexicaine Maria Félix commandait à Cartier à la même époque? Toujours est-il que Thomas Sabo lance en ce mois de juin une amusante collection Crocodile Rocks, très inspirée de ces extravagantes seventies. Ces bijoux d'été – bracelets, créoles, bagues et pendentifs – se veulent faciles à vivre, déclinés en argent sterling 925 noirci et poli, parfaits avec un T-shirt blanc (et des boots de ranger?). La peau de bête est rendue de manière stylisée, avec des zirconiens verts, noirs ou blancs

pour évoquer les yeux brillants du reptile affamé. Les pièces fortes de cette ligne unisexe sont le pendentif à tête de croco tridimensionnelle, avec sa bouche mobile (*voir ci-dessus*), ainsi qu'une bague cocktail conçue pour capter l'attention. L'équipe de designers autour de la directrice artistique Aurore Melot et du fondateur de l'entreprise Thomas Sabo a mis un soin tout particulier à peaufiner la tête de l'animal, avec force détails dans le travail des écailles et l'expression féroce, hautement rock'n'roll. Cette collection s'inscrit dans les créations TS-Exclusive, qui comprend une sélection de pièces exceptionnelles, au design plus audacieux que celui de la ligne usuelle. De quoi dompter avec légèreté le plus redoutable des sauriens. *Tina Bremer*

Collection Crocodile Rocks, Thomas Sabo, bijoux entre 115 et 895 fr. www.thomassabo.com



ACCESSOIRE

La France en un sac

La marque italienne Weekend Max Mara s'est engagée dans un tour du monde du beau, où chaque collection de sa pochette Pasticcino rend hommage à une culture artisanale. Après Venise l'an dernier, voilà l'escale française: le sac (en citron, rose, graine de courge, cassis violette ou réglisse), intègre la dentelle de Calais (guipure signée André Laude, maison fondée en 1850) et la céramique d'art (boules de faïence par la Manufacture des Emaux de Longwy). Porter l'art à la main... *R.L.*



MONTRE
Solaire
et sidérante

Attention: astre horloger de l'été! Cette montre à la classe déconnectée sent les vacances à plein nez. Outre la bonne humeur qu'elle suscite, elle tape dans le mille côté revival des seventies. Sa graduation plongée et régates s'avère bien pratique en mer. Et son bracelet propose un système d'attache unique. *M.B.*

Tissot Sideral, mvt automatique, 41 mm, acier et carbone forgé, étanche à 300m, 965 fr.

Le piment sonore des vacances

TOY TOY TOY



PAR
**CHARLES-ANDRÉ
AYMON**

Convendez-en, rien n'est plus frustrant que de passer l'été à siroter un Negroni Sbagliato au bord de la piscine familiale, parce qu'on a renoncé aux Maldives pour tenter d'atteindre un bilan carbone personnel neutre. Savourer le chemin vers la vertu n'est, hélas, pas donné à tout le monde. C'est là qu'entre en scène le Devialet Mania Opéra de Paris. Les 95 décibels max (on vous déconseille d'essayer) et les basses gigantesques de cette enceinte Bluetooth seront à même de provoquer le tsunami nécessaire à pimenter votre vie de vacancier culpabilisé. Ce gros



Devialet Mania Opéra de Paris, 990 fr. env. (socle de recharge compris)

son est produit par quatre haut-parleurs de 25 watts chacun (!) et 2 woofers de 28 watts. Mais, surtout, sa rondeur soulignée par des appliques en cuivre plaqué or et une poignée intégrée façon swoosh, tout comme le standard IPX4, qui la rend résistante à l'eau, en font l'alliée des soirées piscine. Alors, bien sûr, sa relative pauvreté dans les aigus et l'absence de codec aptX, gage de qualité suprême en matière de musique sans fil, n'en font pas une enceinte pour audiophile. Son autonomie réelle – autour de sept heures – n'est pas non plus optimale pour ceux qui auraient choisi l'option bière-camping-plage sauvage. Son socle de recharge sans fil, par contre, prendra place dans le salon, à portée de main. La bête s'adapte à l'acoustique de chaque pièce et intègre parfaitement Alexa, l'assistant personnel intelligent développé par Amazon. Enfin, la classe folle de son cocon de transport en feutre – en option pour une centaine de francs – finit d'en faire le parfait gadget de vos vacances à bas volume de CO2.



Sautoir Vintage Alhambra
Or rose guilloché, cornaline.

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme depuis 1906





Les tabourets Cramer x Galli s'égayent comme un troupeau de moutons multicolores.

DESIGN

Joyeux meubles

Partageant goût et amitié, Joanna Choukroun-Lévy, directrice de la Maison Galli à Genève et Philippe Cramer, artiste et designer, ont imaginé une collection de meubles et d'accessoires d'intérieur. En bois, aux formes organiques et géométriques, colorées et ludiques, toutes les pièces – une dizaine au total – sont personnalisables (presque) à l'infini: le client choisit son essence de bois (chêne ou noyer local par exemple), sa couleur ornementale et le motif de l'étoffe. Les pièces sont entièrement fabriquées à Genève, dans les ateliers d'ébénisterie de la Maison Galli. L'ensemble Cramer x Galli fonctionne aussi bien en assortiment qu'en touches solitaires avec, dans les deux cas, la célébration d'un art de vivre léger et joyeux. Sous leur apparence naïve et sympathique, les meubles et objets recèlent des astuces et des

défis techniques pour que fonctionnalité et esthétique soient à l'unisson. Ainsi l'armoire appelée *constructiviste*, dont les façades sont décorées de formes géométriques, s'ouvre comme une porte de métro afin que le dessin soit toujours visible. L'humour est aussi au rendez-vous, ne serait-ce que dans les noms des pièces: la banquette est baptisée *Sigmund Judd* en clin d'œil aux divans de psychanalyste, les tables basses en forme d'éclaboussures sont *irresponsables*, sans ces coins où les distraits s'égratignent les mollets. Coup de cœur aussi pour ce joli troupeau de tabourets semblables à des moutons (*ci-dessus*), répondant au nom de *Nestor* et qui feront mouche dans les plus austères intérieurs. *Estelle Lucien*

Cramer x Galli, meubles et accessoires, personnalisables, de 2100 fr. (Boîte tableau) à 25000 fr. (table Pour Néron). www.gallideco.ch

TOP 5

Du jardin à l'assiette, la gastronomie pure nature



1 Sous la houlette de Nicolas Darnauguilhem, **la Pinte des Mossettes**, à Cerniat, reste un incontournable de la cueillette, de la plante sauvage.

2 Nouvel arriv à la Vallée de Joux, le chef Emmanuel Renaut fait de **la table des Horlogers** une étape où on croit manger la forêt voisine.

3 Au cœur de Lausanne, mais l'âme dans les champs, **L'Appart** transpose la récolte du jour en menus uniques très travaillés. Merci Luis Zuzarte!

4 Le **KLE** zurichois de Zineb Hattab est le premier restaurant végétalien à décrocher une étoile Michelin. On mange aussi avec les yeux.

5 Au **Krone-Säumerei am Inn** à La Punt Chamues, en Engadine, le grand chef James Baron apprivoise les ingrédients de la montagne.



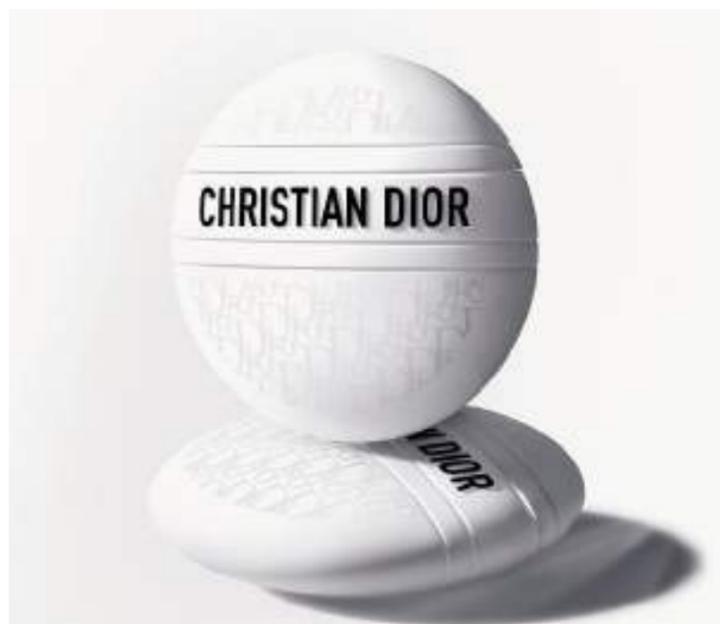
MODE

Ballet floral

Passées sous le radar depuis une quinzaine d'années, les ballerines reviennent très fort ce printemps. Et elles y mettent les formes, n'hésitant devant aucun strass, clou, fourrure ou motif. Le modèle ci-dessus est emblématique de cette mode qui n'aspire qu'à danser le pied léger. Signé Alaïa, il affiche des fleurettes en cuir suédé et coûte 990 euros. Les paris sont ouverts: qui de la sneaker et de la ballerine gagnera le match de l'été? *R.L.*

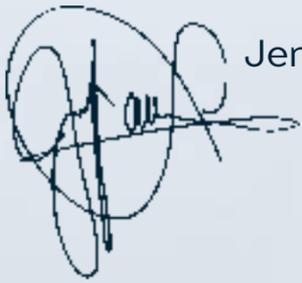
COSMÉTIQUE

Un galet pour ma main



Quand on le prend en main, on ne le lâche plus... L'emballage de ce baume malin de Dior se caresse du pouce, se passe de paume en paume, se retourne entre les doigts. Ce galet en plastique velouté est un vrai jouet pour adultes, utile aussi pour détendre les impatientes quand le tram se fait attendre... Mais outre la forme ludique et l'esthétique inspirée du tennis (l'une de ses égéries est la joueuse Emma Raducanu), le produit à l'intérieur a tout juste. La crème hydratante s'avère multi-usages, parfaite sur toutes les peaux, féminines comme masculines, pour le corps, les mains et les lèvres. Pourquoi ne l'a-t-on pas inventée plus vite? *R.L.*
Le Baume 3 en 1, Dior, 63 fr.

Elegance is an attitude



Jennifer Lawrence

LONGINES



LONGINES DOLCEVITA



DE HAUT EN BAS

Bracelet Peekaboo, or rose
18 cts, prasiolite (1,5 ct),
10 diamants (0,09 ct), 1750 fr.,
Bucherer.

Bracelet Possession Décor
Palace, or rose 18 cts, élément
mobile au centre avec diamant
(0,05 ct), 8050 fr., **Piaget.**

Bracelet Coco Crush, motif
matelassé, or blanc 18 cts,
diamants, 12800 fr., **Chanel.**

Bracelet Capture Me, or jaune
18 cts/24 g, diamants
(0,74 ct), 9200 fr., **Akillis.**

Bracelet jonc Lock, or blanc
pavé de diamants, 34 700 fr.,
Tiffany.

Montre Baignoire mini sur
bracelet rigide, or jaune 18 cts,
couronne sertie d'un saphir
bleu, 11 400 fr., **Cartier.**

Joncs d'été

CLASSIQUE SANS CESSER RÉINVENTÉ, le bracelet jonc se porte évidemment toute l'année, mais c'est l'été qui lui sied le mieux. Sous le soleil et sur la peau hâlée, ces deux arcs de cercle rigides qui enserrant le poignet déploient exactement la juste dose de décontraction et de préciosité qui caractérisent le bijou. Comme une signature amoureuse, faussement discrète, sur le bras nu; comme un symbole pour initiés... Car oui, le bracelet jonc tient de l'histoire d'amour. Dès l'Antiquité, le fin lien d'or marquait le rang social de celui qui le portait et, aujourd'hui encore, en Inde, les mariages sont scellés des deux anneaux au poignet de chacun des mariés. Mais la vraie popularité du bijou remonte à 1969, quand le créateur italien Aldo Cipullo imagine un bracelet unisexe à fermer d'une vis – littéralement, avec un tournevis idoïne – pour se consoler d'une rupture amoureuse: «Je me sentais très triste, lit-on dans sa biographie (en anglais, éditions

Assouline, 2021). Je voulais quelque chose que personne ne m'arracherait. Je cherchais un symbole permanent de l'amour.» Il propose le concept à Tiffany (qui se mord toujours les doigts de ne pas s'être lancé), puis à Cartier: voilà le bracelet Love, un mythe de la joaillerie. Les variations sur ce thème abondent – sans toutefois se montrer aussi radicales qu'il faille une deuxième personne outillée pour libérer le poignet. Ce printemps voit une moisson de joncs particulièrement riche. Un succès qui s'explique sans doute par la facilité de port de cet ornement au quotidien. En outre, l'espace d'or à disposition reste assez fin pour ne pas être ostentatoire, assez vaste pour que chaque marque puisse y poser son identité (des serpents pour Bulgari, du matelassage pour Chanel, le décor Palace pour Piaget...). Et comme l'accumulation des anneaux au poignet est aussi une mode qui tintinnabule joyeusement, faut-il y voir le signe d'un monde aux amours multiples? ☺

L'heure du Muppet Show

KERMIT, LA CÉLÈBRE GRENOUILLE, ET L'HORLOGER ORIS SONT RÉUNIS AUTOUR D'UNE MONTRE PLEINE D'HUMOUR: LA PROPILOT X KERMIT EDITION. UNE COLLAB QUI ÉLECTRISE LES POIGNETS!

TEXTE LA RÉDACTION

LE CONTOUR

Sensation de vertige en regardant la montre de profil? Ce ne sont pas les yeux qui jouent des tours mais bien l'effet de l'alternance de la lunette fixe cannelée, des lignes angulaires du boîtier et du fond de boîtier cannelé lui aussi. Et que dire de cette finition satinée sablée... A noter, les informations gravées sur le contour: la mention Disney, le nom de Kermit Edition ou encore le niveau d'étanchéité à 100 m.

LE BOÎTIER

La montre d'aviation ProPilot X Kermit se voit ici réhaussée de détails graphiques empruntés à l'aéronautique, comme ces stries dynamiques sur la couronne et la lunette. Le peps de modernité tient au choix du matériau: le titane, aussi solide que léger. Au final, voici un boîtier gris satiné de 39 mm de diamètre très smart. Bonus: au dos, un fond transparent permet d'observer le mécanisme sous tous ses angles, dont un rotor joliment dessiné.

LA DATE

Voilà le clou du spectacle! Le premier de chaque mois, Kermit, la grenouille la plus sympathique de la planète, surgit sur le guichet de date à 6h, en lieu et place du chiffre 1. Ce Kermit Day invite à prendre la vie du côté léger, à commencer chaque mois en souriant. Parce que «cette fois, c'est pas si sérieux!», selon Oris. C'est même très joyeux et chantant comme on peut le voir dans la vidéo via le code QR ci-dessous.



Pour une dose de bonne humeur avec Kermit et Oris

LA MARQUE

Depuis 1904, Oris cultive ses racines en imaginant des montres d'esprit vintage. La marque est à l'origine de pièces comme la Big Crown, héritière des montres de pilote d'avant la Seconde Guerre mondiale, la Divers Sixty-Five, réinterprétation d'une plongeuse de 1965, ou encore le Chronoris à l'esprit racing tout droit sorti des seventies. Au pays des rééditions, la marque se distingue par ses réalisations bien pensées, pragmatiques, fiables et précises... avec une touche d'originalité. La ProPilot X Kermit Edition possède ce rare potentiel d'être une pièce ludique inspirée par «les joies de la mécanique», qui ne se prend pas au sérieux. Comme le reste de la collection, elle fait honneur à la réputation de la marque basée à Hölstein, référence des montres constantes et cohérentes à l'excellent rapport qualité-prix-design.

LE MUPPET SHOW

Attention, looping temporel et générationnel. Pour les plus jeunes qui n'auraient jamais entendu parler du Muppet Show, il s'agit d'une série télévisée anglo-saxonne, créée par Jim Henson en 1976. Elle mettait en scène des marionnettes à la langue bien pendue, dont celles de Kermit la grenouille, Piggy la cochonne, l'ours Fozzie, ou encore un duo de vieux ronchons, Statler et Waldorf. Chaque épisode accueillait une star. Les mésaventures de la petite bande ont ravi les téléspectateurs jusqu'en 1981, mais restent pour toujours l'alpha et l'oméga de la Génération X. Rachetée par Disney en 2004, la ménagerie des Muppets continue de véhiculer ses valeurs d'espoir et d'optimisme, comme le batracien hilare sur cette Oris. Kermit a même son étoile sur Hollywood Boulevard depuis 2022.

LE CADRAN

Voilà une montre qui réveille les joies de la mécanique. Après le bleu et le rose, un vert inspiré du personnage de Kermit la grenouille a été choisi comme couleur de cadran. Le rendu exact est vert pomme, mat, avec un rehaut d'un vert légèrement plus foncé et brillant. Avec quatre fonctions essentielles – heure, minute, seconde, date – Oris confirme son talent à créer des montres faciles à vivre.

LE MOUVEMENT

Plus performant, plus résistant à l'usure, ce mouvement manufacture automatique est le fruit de nombreuses années de réflexion. Le Calibre 400, lancé en 2020, représente une étape majeure dans le parcours d'Oris. Entièrement conçu en interne, il propose 5 jours de réserve de marche, par la grâce de deux barillets. Avec lui, adieu aux ondes magnétiques néfastes au bon fonctionnement d'une montre mécanique. Et il est garanti pendant dix ans. En somme, il apporte la solution au fameux casse-tête de la branche horlogère, à savoir: comment produire la meilleure montre au meilleur prix.

LE BRACELET

Joli clin d'œil au monde de l'aviation, le système LIFT, breveté par Oris, est un dispositif inspiré des boucles de ceinture de sécurité des avions de ligne. Il complète le bracelet en titane qui épouse parfaitement le poignet.



La créatrice de bijoux Charlotte Lynggaard dans son atelier: pour le sixantième anniversaire d'Ole Lynggaard Copenhagen, elle a créé une collection de vêtements avec sa fille Sofia.

Classe royale

POUR SON 60^E ANNIVERSAIRE, LA MARQUE DE BIJOUX OLE LYNGGAARD COPENHAGEN S'OFFRE UNE COLLECTION DE MODE EXCLUSIVE.

TEXTE TINA BREMER

CHARLOTTE LYNGGAARD S'EN AMUSE: «Nous n'avons pas le droit d'appeler nos vêtements Haute Couture, car le terme est protégé, tout comme la champagne, qui doit venir de la région Champagne.» Pourtant, les pièces créées depuis une année dans un petit atelier de la banlieue de Copenhague, Hellerup, relèvent du plus grand art de la couture. Bustiers couleur crème, capes en soie brute, cols en mousseline ruchés et robes en lin peintes à la main de calamars et de méduses habillent les mannequins de couturière. Pendant plus d'un an, Charlotte Lynggaard, directrice créative de la marque de bijoux danoise Ole Lynggaard Copenhagen, et sa fille Sofia ont dessiné, imprimé des tissus et collaboré avec les meilleurs tailleurs du pays pour créer une collection d'une vingtaine de modèles uniques, à l'occasion du 60^e anniversaire de la maison en juin. Les vêtements seront aussi exposés, dès novembre,

au Øregaard Museum. «Auparavant, nous présentions nos bijoux lors de défilés, sur des tenues d'autres créateurs. C'était toujours un peu frustrant, car l'accent était toujours mis sur les robes. Pour Charlotte, il était plus facile de tout imaginer elle-même», explique Søren Lynggaard, le PDG qui dirige avec sa sœur l'entreprise familiale fondée par leur père Ole en 1963. Avec sa Fiat 500 verte, ce dernier parcourait alors Copenhague pour proposer ses bagues, bracelets et colliers. Aujourd'hui, les pièces de haute joaillerie en filigrane sont vendues dans des Flagship-Stores de Paris à Sydney. Le groupe de luxe LVMH a déjà frappé à la porte et montré son intérêt: après tout Ole Lynggaard Copenhagen est le fournisseur officiel de la cour de la famille royale danoise.

Côté inspiration, la marque puise dans les carnets de voyage autour du monde: des éléphants d'Asie? Ils sont traduits en pendentifs. Tout comme les grues du Japon. La nature est une des grandes sources d'inspiration de Charlotte.

Plus je vieillis, plus j'ai besoin d'aller plus profondément dans les choses

Dernier exemple en date: la nouvelle collection Funky Stars: des bijoux en or en forme d'étoiles qui scintillent de diamants. Ces pièces sont facettées par les 45 orfèvres qui, à Hellerup, continuent de confectionner chaque bijou à la main, l'œil dans la loupe et les mains maniant des outils que l'on dirait sortis d'une maison de poupée. L'or recyclé provient de Suisse, de la raffinerie Metalor, les pierres de lune, les aigues-marines et les opales de mines de pierres précieuses d'Inde ou d'Amérique du Sud. «Nous sommes désormais la plus grande manufacture de bijoux de Scandinavie. C'est très particulier que notre maison soit encore en mains familiales, explique Søren. Presque toutes les grandes marques de bijoux ont été rachetées par des groupes.»

Techniques et inspirations d'un autre temps

La collection mode du 60^e anniversaire est l'extension des bijoux en un univers parallèle matérialisé en tissu, un monde de rêve non disponible à la vente. «Pour ce modèle, par exemple, nous avons utilisé une ancienne technique japonaise», explique Charlotte en montrant une robe longue à taille haute tout droit sortie de l'époque victorienne. «Nous avons ramassé différentes feuilles et les avons enroulées dans le tissu, que nous avons chauffé. Lorsque l'on déroule ensuite le vêtement, les feuilles ont laissé leur empreinte sur le tissu. Un peu comme du batik.» Charlotte et Sofia ont imaginé des créations aériennes dans un style boho. «Notre grand-mère était couturière. Quand nous étions enfants, elle nous confectionnait nos robes.» Pour les occasions spéciales, Charlotte crée elle aussi ses propres tenues. Si bien que même la princesse Mary l'a sollicitée: l'épouse du prince héritier Frederik de Danemark a porté une robe de style kimono avec des applications de fleurs lors du couronnement de Willem-Alexander et Maximà aux Pays-Bas.

Le look nonchalant de Charlotte lui a valu en 2015 le titre d'«Icône du style de l'année» décerné par le magazine *Elle*. Son allure, un peu bohème, un peu gypsy, d'une délicate et intemporelle légèreté, n'est que le reflet de ses aspirations: «J'aimerais vivre à l'ancienne, un peu plus lentement, raconte-t-elle. Plus je vieillis, plus je ressens le besoin d'aller plus profondément dans les choses, de m'en occuper plus intensément. Aujourd'hui, tout doit aller si vite, c'est ce qui me manque du passé.» Pendant ses années d'études, Charlotte Lynggaard a passé douze mois en Suisse, chez un orfèvre dans le canton de Glaris. «Il n'y avait ni téléphone ni télévision, je partais souvent à vélo ou randonner.» C'est sans doute ce mélange entre nostalgie et énergie du présent, qui fait le succès d'Ole Lynggaard Copenhagen. «La fabrication de bijoux est un processus qui prend du temps. Ensuite les pièces durent et traversent les générations. Souvent, elles ont une histoire à raconter.» Comme celle d'une famille danoise qui a parcouru le monde entier pour traduire les trésors de la nature en bijoux uniques – et désormais en étoffes délicates. ●



FUNKY STARS

En cette année anniversaire de la marque danoise, les étoiles sont alignées et serties de diamants pour la nouvelle collection Funky Stars.



AU TAPIS

EN HAUT À GAUCHE La laine de mouton rencontre le fil de chèvre.
EN HAUT À DROITE Les fils de laine de chèvre sont tendus sur un dévidoir. **AU MILIEU À GAUCHE** Les écheveaux sont enroulés à la main sur la navette. **AU MILIEU À DROITE** Travail sur le métier à tisser. **EN BAS À DROITE** Les fils de chaîne sont arrêtés à l'aiguille. **À GAUCHE** Le tapis terminé.

Tissé maîtrisé

TESSANDA, LE PLUS ANCIEN ATELIER DE TISSAGE ARTISANAL DE SUISSE EN ACTIVITÉ, DANS LES GRISONS, FÊTE SES 95 ANS ET MISE SUR L'AVENIR.

TEXTE BRIGITTE JURCZYK PHOTOS ULRIKE MEUTZNER

CLIC, CLAC, CLAC. Clic, clac, clac. La navette va et vient, rapide comme l'éclair: l'œil ne parvient pas à la suivre. Les pieds de la tisseuse actionnent quelque douze pédales en bois, en une chorégraphie soutenue. Cette prouesse se répète chaque jour, des centaines de milliers de fois, dans cette maison de trois étages du XVII^e siècle, au cœur du petit village de Santa Maria, dans les Grisons, à la frontière italienne. C'est ici qu'œuvrent les 17 tisserandes, couturières et brodeuses de Tessanda, le plus ancien atelier de tissage artisanal de Suisse encore en activité, et de loin le plus grand. Torchons, tapis ou étoles, aussi beaux que fonctionnels, sont pensés pour nos cuisines, salles de bains, salons ou garde-robes, en pièces uniques ou en séries limitées. En fibres naturelles exclusivement: laine de mouton et de chèvre, lin, soie, cachemire et chanvre. Les textiles sont réalisés sur l'un des 27 métiers à tisser en bois, dont certains sont là depuis la fondation de l'atelier, il y a près de 100 ans. Les tisserandes remportent régulièrement des prix de design pour leur savoir-faire artisanal et traditionnel.

Tessanda est pourtant née d'un besoin. «A l'époque, on voulait offrir aux paysannes pauvres du Val Müstair une possibilité de revenu supplémentaire, explique Maya Repele, directrice de la fondation qui chapeaute l'atelier. Il s'agissait d'une sorte de programme d'émancipation des femmes.» En effet, les fermes des environs n'apportaient pas les res-

sources nécessaires aux familles paysannes. Les hommes partaient souvent à l'étranger, travailler comme confiseurs; restées au pays, les femmes tombaient dans la pauvreté. En 1928, deux enseignantes de tissage et de travaux manuels ont pris l'initiative de l'atelier Tessanda, en collaboration avec le curé de Santa Maria de l'époque. Les ouvrières des champs et des étables pouvaient ainsi se former au tissage artisanal et bénéficier d'un revenu fixe. En 1955, l'atelier a été transformé en fondation indépendante.

Retournement de situation

Au fil des années, les ateliers artisanaux européens ont subi la forte concurrence des textiles industriels d'Asie, qui se sont mis à inonder le marché à des prix imbattables. Conséquence: la plupart des entreprises de tissage ont dû fermer. La situation de Tessanda n'était guère meilleure. Mais Maya Repele, qui siégeait déjà bénévolement au conseil de fondation, prend les choses en main: promue directrice il y a 4 ans, elle parvient à renverser la vapeur, en misant sur le haut de gamme et l'identité régionale. Ce vent nouveau se sent d'emblée à cette sorte d'énergie liée sans doute au chant des métiers à tisser, qui s'entend jusque dans la rue principale du village. «A l'exception du Grischnun, le torchon des Grisons, nous proposons désormais des produits entièrement nouveaux», explique la directrice. Couleurs, motifs et styles inédits permettent désormais à l'entreprise d'aligner les chiffres noirs de la rentabilité. «Cela nous a également ouvert de nouveaux marchés et une nouvelle clien-

tèle», se réjouit-elle. Seule la technique d'art, extrêmement coûteuse et exigeante, n'a pas changé. Les aspirantes tisseuses bénéficient d'une formation spéciale chez Tessanda, dispensée sur les années qu'il faut pour acquérir le savoir-faire.

Dernière innovation de la maison: une collection de tapis de laine nommée Sulvadi et dessinée par le designer grison Hugo Zumbühl, de Coire. Les tapis offrent un toucher exceptionnel, grâce à une association textile originale: un fil de laine de mouton feutré de l'épaisseur d'un doigt, renforcé à l'intérieur par du jute et enveloppé à l'extérieur par un fin fil de poil de chèvre aux couleurs contrastées. Ce mélange spécial, qui donne un motif extrêmement vibrant lors du tissage, est fabriqué par les tisseuses elles-mêmes. Elles tendent d'abord les fils de laine de chèvre sur un dévidoir, pour les empêcher de s'emmêler. Elles les enroulent ensuite sur une bobine, à l'aide d'une manivelle. Hugo Zumbühl a lui-même développé, avec un technicien, le prototype de cette machine qui permet d'unir la laine feutrée avec le fin poil de chèvre. Ces étapes de fabrication servent à créer les fils de trame, qu'une navette permet d'enchevêtrer entre les fils de chaîne tendus sur le métier à tisser. «La seule mise en place d'un métier à tisser, soit la préparation qui consiste à tendre et à nouer à la main des centaines de fils de chaîne, peut prendre jusqu'à 40 heures», explique Maya Repele. Après le tissage, la dernière étape consiste à coudre les fils de chaîne avec une longue aiguille et fixer ainsi une étoffe pour l'éternité. ☺



Maya Repele

Douée pour l'organisation, la communication et le réseautage, Maya Repele, originaire de Pfäffikon, a commencé sa carrière par une école de commerce. Elle a enchaîné ensuite avec un Master of Business Administration (MBA). A 63 ans, elle est engagée comme chef de projet pour l'exposition nationale Expo.02 et, partenaire d'une agence zurichoise, elle conseille moult entreprises renommées sur les questions stratégiques. En 2019, elle devient directrice de Tessanda et en dirige depuis le conseil de fondation, en tant que présidente.



Se reposer sur ses lauriers? Ce n'est pas au programme de la styliste Diane von Furstenberg, qui vit à New York. A 76 ans, elle s'engage de plus en plus dans la philanthropie.

FEMME DE TÊTE

DIANE VON FURSTENBERG A CRÉÉ LA ROBE PORTEFEUILLE, INCARNATION DU FÉMINISME. UNE EXPOSITION À BRUXELLES LUI REND HOMMAGE.

PROPOS RECUEILLIS PAR **TINA BREMER**

DEVISE EN LETTRES DE DIAMANTS accrochées à une chaînette, étincellante sur sa peau bronzée: «In Charge». De fait, la styliste américaine Diane von Furstenberg a toujours tenu son destin entre ses mains et une création en particulier incarne cette attitude: la robe portefeuille, dans les années 1970, a marqué l'histoire du vêtement et des femmes qui s'assument. En jersey de soie confortable et souple, elle se drape autour du corps en un tourmain, flatte toutes les silhouettes, se porte du matin au matin... Et la symbolique est jolie pour des femmes de tête à l'aise avec leurs envies: comme la robe se noue à la taille d'un seul lien, elle est aussi facile à enfiler qu'à enlever.

Pour faire court: à l'aube de ses 20 ans, la Belge Diane Simone Michelle Halfin, de père moldave et mère grecque, épouse le prince Egon von Fürstenberg, émigre avec lui aux Etats-Unis, se débarrasse des points au-dessus du ü (et bientôt du prince aussi, père de ses deux enfants), mène une vie de jet-setteuse et construit un empire vestimentaire. A l'occasion du 50^e anniversaire de sa mythique robe portefeuille, le Fashion & Lace Museum de Bruxelles rend hommage à cette icône de la mode, qui affiche crânement ses 76 ans. L'exposition «Woman before Fashion» tire le fil rouge de la vie de la créatrice: l'engagement pour la cause des femmes. Depuis 2010, Diane von Furstenberg décerne chaque année un prix d'encouragement aux jeunes créatrices, le «DVF Award». Elle a également créé la plateforme digitale «In Charge», qui établit une sorte de réseau d'échange de compétences et de soutien entre les femmes du monde entier. La raison de cette sensibilité est sans doute à chercher dans sa biographie: fille d'une mère survivante du camp de concentration d'Auschwitz, la petite Diane a clairement intégré l'idée qu'il ne fallait jamais se poser en victime. «Ma naissance à elle seule a été une victoire sur le malheur», dit-elle. Un autres slogan (encore un!) accompagne sa carrière: «Fear is not an option», la peur n'est pas une option. Cette certitude chevillée au corps, cette foi en la force féminine s'incarne aussi dans un symbole dressé dans le port de New York: Diane von Furstenberg a été nommée marraine de la statue de la Liberté et elle a collecté 100 millions de dollars en dons pour le Statue of Liberty Museum. Ses vêtements ont aussi amplement participé à cette vision de femmes libres, dans leurs corps comme dans leurs têtes.

Vous souvenez-vous du moment où l'idée de la robe portefeuille vous est venue?

J'ai d'abord créé un t-shirt portefeuille, la robe a suivi. J'ai travaillé en Italie dans une usine textile où l'on fabriquait des tissus en jersey. C'est là que j'ai tout appris sur les motifs et les couleurs. Pour la robe portefeuille, je me suis inspirée des tenues de ballerines.

Dans le climat sociopolitique actuel, vos robes font envie, car elles enveloppent, sécurisent. Les voyez-vous ainsi?

Hmm, difficile à dire. Il n'est pas facile de se juger soi-même et de juger son travail. C'est aussi la raison pour laquelle j'aime tant cette exposition: elle montre le point de vue de quelqu'un d'autre sur mes vêtements et mon travail.

Comment l'exposition a-t-elle vu le jour?

Le Fashion & Lace Museum a un nouveau conservateur, très jeune, en la personne de Nicolas Lor. Il voulait faire sa première exposition sur moi, alors il m'a appelée. Je lui ai demandé pourquoi il voulait faire sa toute première exposition sur une vieille femme. Il y a tellement de grands designers belges d'avant-garde! Il m'a dit que mon travail était intemporel et toujours très important. Un grand compliment!

Qu'est-ce qui se cache derrière le titre «Woman before Fashion»?

Pour moi, la femme passe toujours en premier. Quand j'étais jeune, je ne savais pas ce que je voulais devenir, mais je savais exactement quel genre de femme je voulais être: une femme qui décide de sa propre vie – a woman in charge! Je le suis devenue par la grâce d'une robe. Et parce que j'ai donné de l'assurance à beaucoup d'autres femmes avec cette petite robe sans bouton ni fermeture éclair, qui est devenue le symbole de la libération de la femme.

La liberté joue un rôle si fondamental dans votre vie...

Ma mère était féministe. Dix-huit mois avant ma naissance, elle était prisonnière politique au camp de concentration d'Auschwitz. A la fin de la guerre, elle ne pesait plus que 29 kilos, on ne pensait pas qu'elle survivrait. Mais elle l'a fait. Elle est revenue en Belgique et ma grand-mère l'a nourrie comme un petit oiseau. Le médecin lui a alors dit qu'elle devait attendre au moins trois ans pour avoir un enfant, sinon son bébé ne serait pas «normal». Neuf mois plus tard, je suis venu au monde et effectivement, je n'ai jamais été très normale (*rires*).

Lorsque vous aviez 9 ans, vous avez pris un train de Bruxelles à Paris et vous avez dit plus tard que ce voyage avait fait de vous une féministe. Dans quelle mesure?

Lors de ce voyage, j'ai eu pour la première fois de ma vie le sentiment d'être aux commandes. Ma mère m'avait mise dans le train, le voyage durait alors cinq heures. J'étais encore très jeune. J'avais un peu peur, mais je ne le montrais pas – parce que c'était la première fois que je sentais que j'étais responsable de moi.

Vous avez construit votre entreprise sur un seul produit. C'était aussi courageux – pour ne pas dire risqué?

Je ne me suis jamais posé la question. J'ai créé cette robe et elle m'a été arrachée des mains. Elle s'est si bien vendue que les acheteurs en voulaient toujours davantage. A un moment donné, j'ai pensé que cela devenait trop, qu'il y avait une saturation. Mais dans ce métier, on ne prend pas toutes les décisions seul.



LES FOLLES ANNÉES

Diane von Furstenberg avec son grand ami Andy Warhol au Studio 54, dont elle était une habituée. Dans la mythologie romaine, Diane est la déesse de la chasse. Or le caractère bien trempé de la styliste lui a aussi valu le surnom de «The Huntress». «Mais une chasseuse qui ne tue pas!» déclare-t-elle aujourd'hui avec un clin d'œil.



La plus importante relation dans la vie est celle avec soi-même

Il y a quelques années, DVF était sur le point de déposer le bilan. Or, pendant la pandémie, alors que de nombreuses entreprises étaient en difficulté, vous avez redressé la barre et renoué avec les chiffres noirs. Comment avez-vous fait?

Nous avons fermé de nombreux magasins, développé la vente en ligne et mon partenaire en Chine m'a aidé avec la production. Mais nous sommes toujours en plein processus de restructuration.

Pensez-vous que les femmes créatrices ont une approche différente de la mode que les hommes créateurs?

Tout à fait. Christian Lacroix m'a dit un jour: les hommes créent des costumes, les femmes créent des vêtements. Prenez par exemple le jersey. Les designers hommes rechignent un peu, mais les créatrices l'aiment parce qu'elles savent qu'un tissu extensible est très confortable. Je suis convaincue que les femmes privilégient une approche beaucoup plus pratique.

A 28 ans, vous faisiez déjà la couverture de Newsweek et du Wall Street Journal. Vous êtes-vous dit à l'époque: «Oh la la, qu'est-ce qui m'attend»?

Vous savez ce qui est drôle? À l'époque, le monde entier m'admirait. Mais au fond de moi, je ne me sentais pas bien. De l'extérieur, on peut passer pour l'incarnation du succès, mais personne ne voit que l'on traverse une période difficile. Et parfois, c'est l'inverse: on vous imagine à terre alors que vous planifiez déjà votre retour sur scène. Les choses ne sont jamais simplement ce qu'elles semblent être.

Pensez-vous que votre robe facile en toutes circonstances aurait aujourd'hui le même succès qu'il y a 50 ans?

J'ai presque toujours vécu ma vie comme si les médias sociaux avaient déjà existé. J'étais une princesse européenne qui arrivait à New York: jeune, dotée de belles jambes et d'une chevelure abondante. À l'époque, mes vêtements ne coûtaient que 86 dollars. Pour les vendre, j'ai voyagé dans tout le pays. Plus j'ai eu de succès, plus j'ai pris de l'assurance – et cette assurance s'est transmise aux femmes qui ont acheté mes robes. La relation la plus importante dans la vie, c'est celle que l'on a avec soi-même. Alors oui: je suis convaincue que j'aurais le même succès aujourd'hui.

Michelle Obama et Amy Winehouse ont toutes deux été photographiées dans vos robes – deux personnalités d'âges et d'univers très différents. Vos robes vont à tout le monde!

Mes vêtements deviennent une partie de soi. Lorsque vous les portez, ils se fondent en vous. C'est exactement ce que j'aime. On ne devrait pas se souvenir de la robe, mais de ce que l'on a ressenti en la portant.

Sur la première carte de Noël que Michelle Obama a envoyée depuis la Maison Blanche, elle porte aussi une de vos robes. C'était toute une affaire: la première carte de Noël en tant que première dame!

Vous a-t-elle consultée?

Non, non. Il s'agissait d'une photo prise lors d'un shooting pour *Vanity Fair*. C'est Annie Leibovitz qui a fait les photos, elle est une amie à moi. Six mois plus tard, Noël approchait et Michelle Obama a choisi précisément cette photo.

Pensez-vous que les vêtements peuvent véhiculer un message politique?

Très certainement. J'aime quand des slogans sont intégrés dans le tissu, avec lesquels on peut faire de petites déclarations.

Vous êtes citoyenne d'honneur de Bruxelles depuis 2018, maintenant cette exposition. Cette célébrité tardive dans votre pays natal vous surprend-elle?

Il y a ce proverbe: nul n'est prophète dans son pays, qu'il faut d'abord être découvert ailleurs. Les Belges disent qu'ils sont très fiers de moi, c'est très émouvant pour moi. Et j'ai aussi réalisé à quel point j'aimais la Belgique.

Vous avez été en internat à Lausanne et avez étudié à Genève. Quels sont vos souvenirs de la Suisse?

J'adore la Suisse! Cette année, je suis allée à Davos. J'avais oublié à quel point la Suisse est rassurante. Ce sentiment est difficile à expliquer, mais la Suisse dégage cette certitude d'être bien entouré. On entre dans une pharmacie – et hop, on est déjà guéri (*rires*).

Sur le site Internet de DVF, il y a aussi un horoscope. Êtes-vous superstitieuse?

Quel est votre signe astrologique?

Je suis Bélier.

Ah ! C'est un signe chanceux. Moi, je suis Capricorne. Attendez, je vais vous montrer (*ndlr, elle fait défiler son fil Instagram et montre l'image d'un bouquetin sur une montagne*). Vous voyez, nous sommes toutes les deux des bêtes à cornes, c'est ce qui nous définit: pour nous, il n'y a qu'un seul chemin – grimper toujours vers le haut!

Pendant la pandémie, vous avez écrit un livre, «Own it: The Secret to life». Quel est-il, ce secret?

Quand j'ai lancé le mouvement In Charge, j'ai réalisé que le problème résidait souvent dans la responsabilité personnelle. Quand on connaît ses faiblesses, on peut les transformer en forces. Le livre a connu un joli succès et j'en écris aujourd'hui la suite: «Live it: The Secret to Joy». J'aime les mots, c'est pourquoi certains voient mes habits comme des affiches.

Etes-vous encore activement impliquée dans les affaires?

Je m'implique jusqu'au moment où je suis certaine que la situation est entre bonnes mains.

Votre petite-fille Talita est co-présidente de DVF. Reprendra-t-elle un jour l'entreprise?

Elle a toujours voulu travailler chez DVF. Oui, il est probable que je lui transmette un jour l'entreprise. Mais dès que ce sera le cas, ce sera à elle de déployer sa propre vision.

Vous êtes dans l'industrie de la mode depuis cinquante ans, avec hauts et des bas. Devient-on serein avec le temps?

Vous savez quoi? C'est la vie! La mienne a été magnifique et bien remplie. C'est comme une rivière qui serpente à travers différents paysages: parfois c'est vallonné, parfois c'est ensoleillé, parfois c'est nuageux. Mais le plus important, c'est de ne jamais nager à contre-courant! ☺



DANS UN MONDE DE FEMMES

EN HAUT À GAUCHE

ET AU MILIEU
Modèles de l'exposition «Woman Before Fashion», présentée au Fashion & Lace Museum de Bruxelles jusqu'au 7 janvier 2024.

EN HAUT À DROITE

Diane von Furstenberg dans le nouveau Statue of Liberty Museum.

CI-DESSUS L'ancienne première dame Michelle Obama dans une robe de Diane von Furstenberg.

Robe longue blanche sans manches en cady de soie, avec découpes, drapés et éléments en verre soufflé à la main, **Chloé**. Tour de cou trois rangs mini-perles Akoya, collier de perles baroques South Sea, sautoir de perles Akoya baroques et perles de Tahiti, bague en or rose et perles rondes South Sea, **Baszanger**. Vernis à ongle Midnight Mantra, collection Fall Wonders by OPI, **OPI**. Montre Centrix Automatic Diamonds, mouvement automatique, 30,5 mm de diamètre, boîtier en acier, bracelet en céramique haute technologie et acier, étanche à 50 m, 2850 fr. **Rado**.



A L'HEURE D'ÉTÉ

LE GLAMOUR S'INVITE AU BORD DE LA PISCINE AVEC LA RADO CENTRIX. SON CADRAN SOLEILLÉ, SON BRACELET EN CÉRAMIQUE HAUTE TECHNOLOGIE ET ACIER INOXYDABLE AVEC TRAITEMENT PVD EN FONT UN OBJET SENSUEL ET INDISPENSABLE.

PHOTO CALYPSO MAHIEU

AVEC L'ARRIVÉE DES BEAUX JOURS, les soirées lascives annoncent aussi leur retour. La fête, enfin! Et qui dit party au soleil, dit accessoires qui en jettent. Comme la Centrix Automatic Diamonds de Rado. L'esprit de la montre est résolument tourné vers l'élégance: silhouette blanche, diamants, petit boîtier délicat de 30,5 mm de diamètre. Avec son mouvement automatique, cette pièce offre l'équilibre parfait entre précision et chic. Féminité et charme, confort et esthétique: tout est juste. En point d'orgue, le bracelet en acier inoxydable avec traitement PVD couleur rose et ses maillons intermédiaires... en céramique haute technologie. Rado a été la première marque, il y a plus de trente ans, à introduire en horlogerie ce matériau high-tech, inrayable et ultraléger, d'abord en noir et blanc avant de s'égarer dans la palette chromatique. L'approche a tout de suite été révolutionnaire et déterminante sur base de boîtier monobloc. Les vertus annexes de la céramique ne sont plus à démontrer: hypoallergénique, douce et tempérée sur la peau... A l'instar du secteur médical et de la technologie spatiale, la marque horlogère s'est spécialisée dans cette poudre ultrafine d'oxyde de zirconium mélangée à des pigments, puis l'a injecté dans un moule sous haute pression. Le succès a tout de suite été au rendez-vous.

Il n'y a pas mieux comme arme de séduction massive pour un modèle au style uniforme, mais à la riche somme de déclinaisons de mouvements, de tailles et de couleurs différentes: quartz ou en mouvement automatique; noir, blanc; cadran semi-ouvert. La dernière version créée en 2023, la Centrix Automatic Diamonds, possède les standards de qualité de son aînée mais transporte l'esprit dans un tout nouvel univers de beauté. Le verre saphir à l'arrondi doux des nouveaux modèles forme un ensemble harmonieux se mariant parfaitement avec le boîtier. Il bénéficie d'un traitement anti-reflet sur les deux faces. Son cadran incrusté de douze diamants dévoile ainsi un magnifique effet 3D obtenu par laquage et estampage de la forme du cadran. Le tout décline une nouvelle grammaire au charme familial, un exercice de style et de poésie qui ne laisse pas indifférent. 

SUR TOUTE LA LIGNE

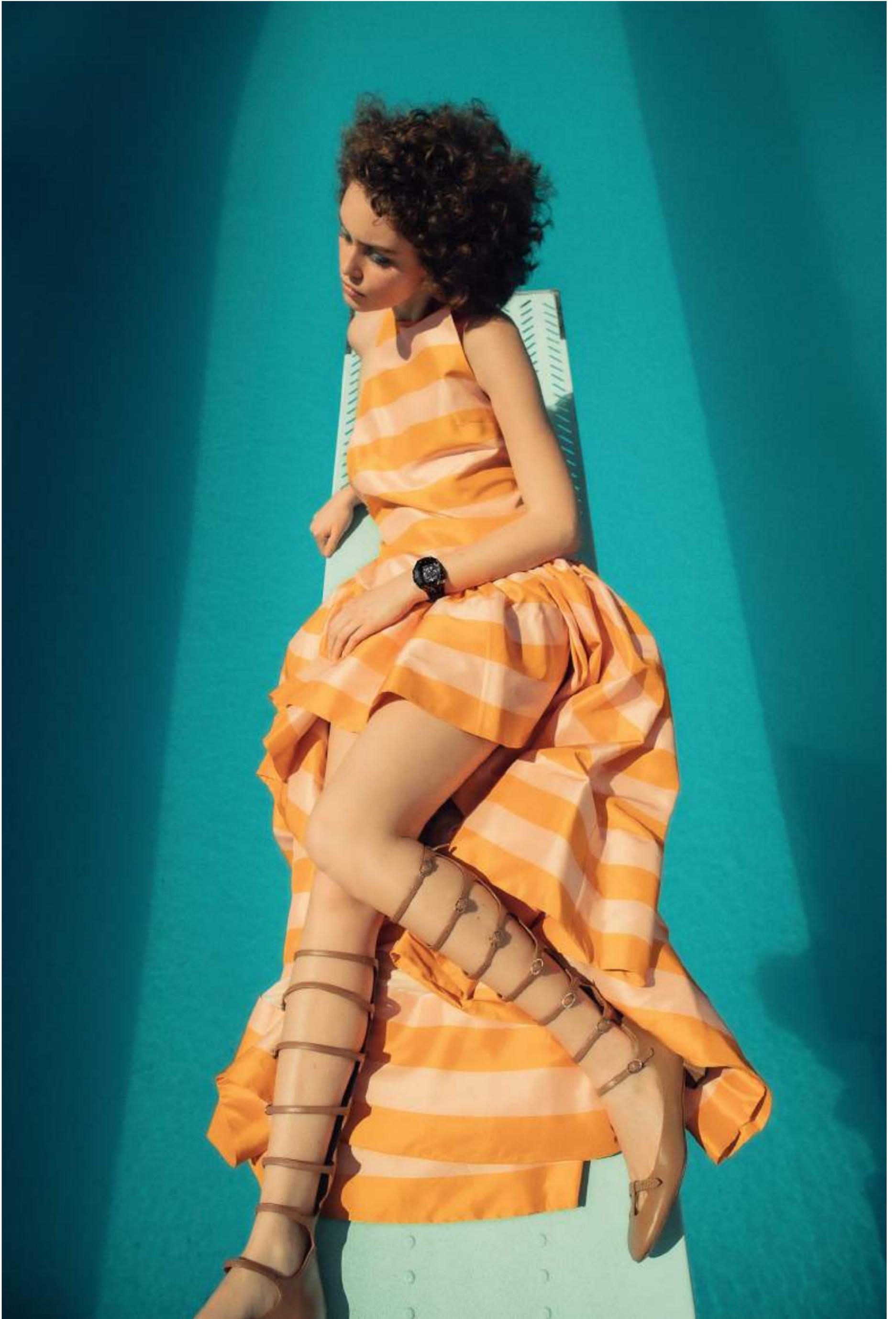
DES RAYURES ET DES COULEURS FORTES
POUR UN ÉTÉ QUI N'A PEUR DE RIEN.

PHOTOS ANTOINE HENAULT STYLISME SIMON PYLYSER





PAGE DE GAUCHE Ensemble marin, veste et pantalon en jeans, chemise en popeline, **Kenzo**. Sneakers de course B31 kaki technique en caoutchouc avec motif cannage turquoise, **Dior Men**. **PAGE DE DROITE CAROLINE** Pull marinère en laine et minishort 5 poches en coton, **AMI**. Montre Big Bang One Click Sapphire Diamonds, automatique, boîtier en verre saphir poli, lunette en acier inoxydable poli serti de 42 diamants, 39 mm, bracelet en caoutchouc structuré et ligné noir, **Hublot**. **SAMIR** Marinère à col rond en laine avec broderie Ami et pantalon en coton, **AMI**. Montre chronographe Square Bang Unico Sapphire, automatique, boîtier et lunette verre saphir poli, 42 mm, bracelet structuré, ligné et transparent, édition limitée, **Hublot**.



PAGE DE GAUCHE Robe midi Tama en soie à encolure serrée avec rayures mandarine, **Zimmermann**. Bottes Aime en cuir de veau souple camel, **Dior**. Montre chronographe Spirit Of Big Bang Sang Bleu All Black, automatique, boîtier et lunette en céramique noire satinée et polie, 42 mm, bracelet en caoutchouc lisse noir, édition limitée, **Hublot**. **PAGE DE DROITE SAMIR** Chemise Mix-up Stripe oversize en coton et short en coton à rayures, **Paul Smith**. Sandales en cuir, **Isabel Marant**. **CAROLINE** Veste et jupe en laine, haut de bikini Triomphe en jersey, boots en cuir suédé, **Celine par Hedi Slimane**.







DIRECTION ARTISTIQUE Géraldine Dura
 PRODUCTION Endrit Nurcaj
 COIFFURE Massanori Yahiro
 MAQUILLAGE Ania Grzeszczuk
 MODÈLES Caroline Reuter et Samir Ali
 ASSISTANTS PHOTO Camilo Acosta et Hélène
 Huet LIEU Piscine de Bellerive, Lausanne

CE SHOOTING A  T  RÉALISÉ EN
 PARTENARIAT AVEC HUBLOT

PAGE DE GAUCHE Veste bleu et noir en polyamide, **Dries Van Noten**. Pantalon en popeline   rayures, **Emporio Armani**. Montre Big Bang Integrated Tourbillon Full Carbon, automatique avec tourbillon, boîtier, lunette et bracelet avec fibre de carbone et Textalium , 43 mm, **Hublot**. **PAGE DE DROITE** Cardigan   rayures ondul es en laine et coton, **Kenzo**. Jupe mi-longue 3D à taille haute en polyester recyclé, **AZ Factory x Lutz Huelle**. Lunettes de soleil en acétate, **Celine par Hedi Slimane**.

L'art et la matière

UNE MÊME MONTRE CHANGE DE PERSONNALITÉ QUAND ELLE CHANGE DE MATÉRIAU. BEL EXERCICE DE STYLE.

TEXTE LA RÉDACTION

POUR CÉLÉBRER LE LANCÉMENT de la troisième collaboration entre la marque Hublot et Maxime Plescia-Buchi, un dîner de gala mettait, en avril dernier, les petits plats (italiens) dans les grands, lors d'une soirée milanaise en marge de la semaine du design. L'artiste tatoueur d'origine suisse, aujourd'hui établi à New York avec sa tribu familiale, soupèse deux versions de la toute nouvelle Spirit of Big Bang Sang Bleu (Sang Bleu étant le nom de son studio), prolongement de ce dessin «black work» qui l'a rendu célèbre. Dans sa main droite, la montre en céramique noire (celle qui figure en page 24, dans nos images mode), dans la gauche, celle en titane sertie (en couverture). Laquelle lui ressemble-t-elle le plus? Evidemment, il ne veut pas choisir: «La sertie donne dans la pureté des lignes, elle est facile à comprendre au premier regard. C'est un bijou d'exception», dit-il. La noire est plus mystérieuse: «Elle joue sur la profondeur et la subtilité des niveaux. C'est un objet d'architecture.»

Cette différence radicale entre interprétations d'un même modèle illustre bien le pouvoir du matériau dans la perception d'une montre. Maxime Plescia-Buchi maîtrise bien ces enjeux: sa collaboration avec Hublot en est à sa troisième édition (après 2016 et 2019) et les trois modèles récents (le troisième est en King Gold) représentent un exercice de style dans ce domaine. Hublot est un partenaire unique dans cette quête de l'adéquation entre design et matière. Dans la manufacture de Nyon, le département Recherche & Développement est roi et la matière, reine. Depuis les débuts de la marque en 1980, il y règne une ébullition, un magma en fusion. Les ingénieurs savants fous mettent de la créativité au poignet, subliment les notions de temps, de fonctions, de grandes complications à l'aide de matériaux toujours plus incroyables. Or 24 cts, céramique, carbure de bore, carbone s'y mélangent. «Be the first, be unique, be different». La philosophie de la marque mise sur ce savoir-faire qui n'appartient qu'à elle: la création d'alliages uniques qui sont le fruit d'années de recherches. L'art de la fusion, dit le slogan.

Tout a commencé avec le caoutchouc. En 1980, Hublot crée la première montre à poser un boîtier en or sur un bracelet en caoutchouc. Le choix du caoutchouc est primordial et résulte de trois ans de recherche. «La pièce gagne le prix de Best Design lors du Grand Prix d'horlogerie de Genève et séduit rapidement un public de connaisseurs en quête de produits horlogers différents.», raconte Ricardo Guadalupe, CEO de la maison, à l'heure d'expliquer la genèse

de la première Big Bang. Avec elle, la marque entre dans le XXI^e siècle.

Le Magic Gold sera la deuxième grosse innovation, en 2011, après quatre années de recherche en collaboration avec le laboratoire de métallurgie mécanique (LMM) de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL). Son secret? Il est plus résistant que la version classique aux 18 carats: 400 Vickers vs 1000 Vickers! La prouesse est rendue possible grâce à l'ajout de céramique. Mathias Buttet, Directeur R&D, explique la recette de cette matière inrayable: «Une poudre de carbure de bore est mise en forme par pressage isostatique à froid dans des moules s'approchant de la forme finale des pièces. Ensuite, on infiltre de l'or en fusion à très haute pression. Le métal va remplir les pores de la céramique, constituant ainsi le nouveau matériau.»

Dit comme cela, cela semble un peu trivial, mais tout le monde comprend l'intérêt de porter une montre résistante aux agressions du quotidien. Tout le monde comprend bien aussi la valeur ajoutée de la céramique de couleur, qui fait son apparition en 2018. C'est beau, chaleureux et tellement chic au poignet. Alors, évidemment, on reprend son manuel de chimie à la page «cours intensif» pour comprendre sa fabrication. Et on écoute attentivement Mathias Buttet: «L'innovation majeure repose sur une fusion de pression et de chaleur qui fritte la céramique sans brûler les pigments.» L'élaboration a nécessité trois ans de développement et beaucoup de patience. Les équipes ont failli baisser les bras, mais... «Un jour, nous sommes rentrés de déjeuner tardivement et la céramique était restée au four. Or, c'est précisément ce qui manquait au projet pour aboutir: davantage de temps de cuisson. Comme quoi, le destin a toujours le dernier mot.»

On notera également que Hublot s'est illustré avec l'utilisation du Kevlar, du tantale et aussi du saphir. Cette matière transparente et légère a finalement pu se décliner en couleurs, au prix de nombreux essais chimiques dont nous vous épargnerons ici le procédé. L'essentiel à retenir? La matière est assez élégante pour révéler les arcanes de l'horlogerie et assez robuste pour en protéger la mécanique. Ou quand l'horlogerie devient œuvre d'art. ☺



C'EST L'HEURE DU CAFÉ!

Frais et design! Par son innovation en matériaux, Hublot s'imposait naturellement comme partenaire de la toute première montre en aluminium issu de capsules à café (et de marc) recyclés. Le modèle Nespresso x Hublot, sur caoutchouc, lui aussi recyclé, est pimpant dans son écrin vert pomme. «Il aura fallu aux équipes un an de R&D pour atteindre une homogénéité de couleurs des sept matières composant la montre, trouver les bons dosages de matériaux et enfin réaliser les tests de qualité et de durabilité de tous les éléments du produit», confie Ricardo Guadalupe. Comme le café, elle booste dès le réveil!

Mouvement automatique, 42 mm, étanche à 100 m, 29 990 fr., Hublot Big Bang Unico Nespresso Origin.



Maxime Plescia-Buchi et le boîtier de la nouvelle Spirit of Big Bang Bleu.

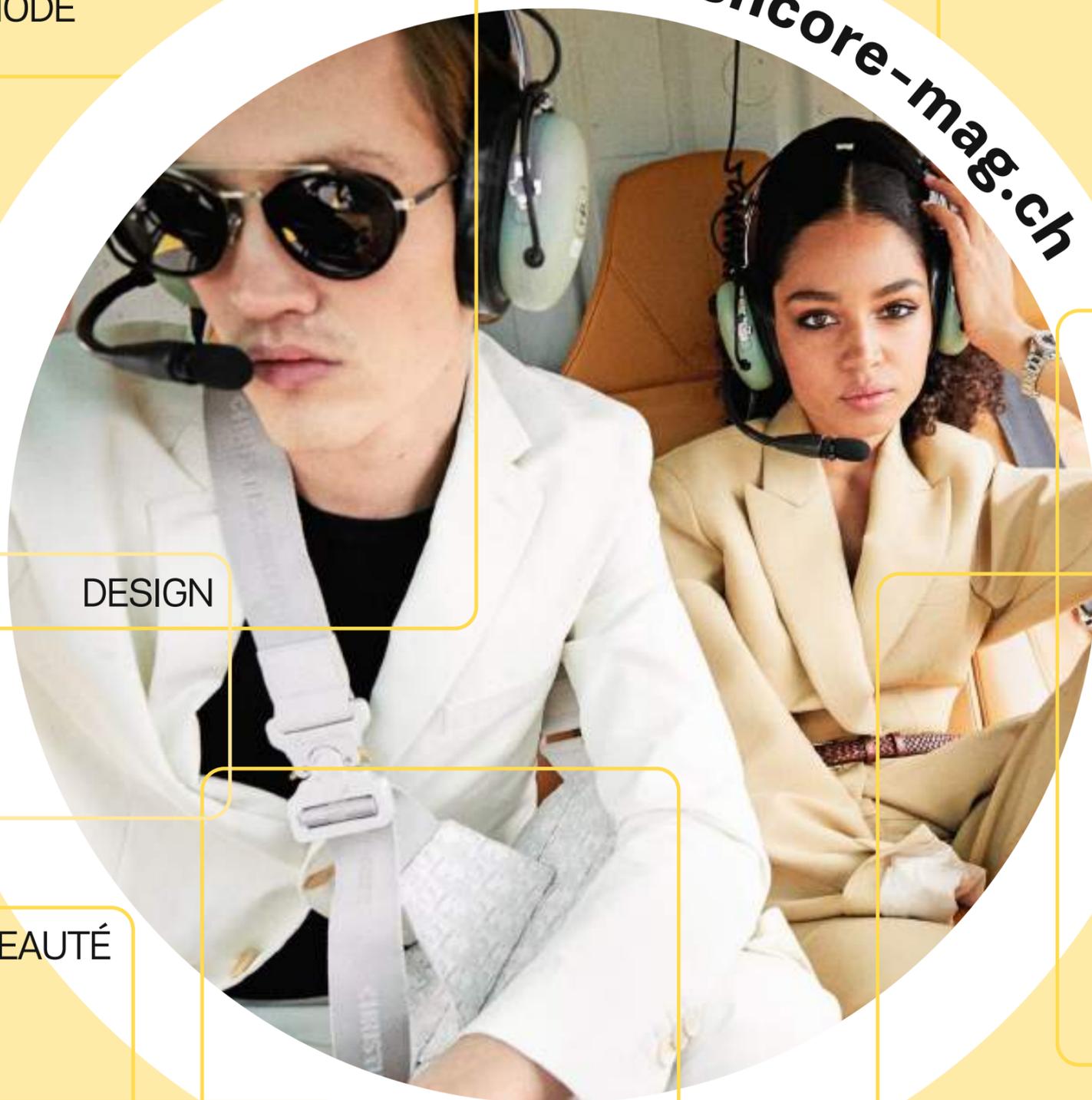
encore!

& TOUJOURS AVEC TOI

VOYAGES

MODE

www.encore-mag.ch



DESIGN

BEAUTÉ

GASTRONOMIE



AVENTURES

TON MAGAZINE LIFESTYLE
MAINTENANT AUSSI EN LIGNE

ÉVASION



Comme un jardin d'Eden,
le parc Scherrer à Morcote.

10

NOUVEAUX BONHEURS AU TESSIN

ÉLÉGANCE À L'ITALIENNE ET
PAYSAGES SI SUISSSES,
LE TESSIN SE RÉINVENTE
EN MODE GOURMAND.

TEXTE *JENNIFER SEGUI*



1 Grimper De la carte postale au jardin d'Eden

La promesse Il faut du souffle et du courage pour se lancer dans l'ascension des ruelles pentues de Morcote. Mais, sur ses rives ou devant son église Santa Maria del Sasso (que l'on atteint en 420 marches), c'est une carte postale. Situé à 15 minutes de Lugano en voiture ou à 30 minutes en train, ce bourg, plusieurs fois désigné plus beau village de Suisse, vaut la peine qu'on s'y arrête. Pour ses ruelles croquignolesques, ses maisons collées les unes aux autres, ses arcades peuplées de nids d'hirondelles et ses restaurants où déguster un exquis risotto apprêté dans une meule de fromage.

La surprise Entourée d'une végétation subtropicale, Morcote cache un jardin botanique créé au début du siècle dernier par l'industriel et globe-trotteur Hermann Arthur Scherrer. A des essences venues du monde entier, à cet éden végétal à flanc de colline, cet esthète a ajouté des pavillons inspirés de contrées lointaines. Temples grec et égyptien, jardin romain, maison de thé japonaise et villa marocaine se dévoilent ainsi au fil de la balade, entièrement gratuite.

Parc Scherrer, Morcote.

2 Admirer Un LAC de culture et de merveilles

La promesse Le LAC (Lugano Arte e Cultura), dessiné par l'architecte tessinois Ivano Gianola et inauguré en 2015, rassemble musée et salles de spectacle. Lorsqu'on pénètre dans le bâtiment, il suffit de tourner à gauche pour gagner le MASI, le Musée d'art de la Suisse italienne, qui concentre le Musée cantonal d'art et le Musée d'art de Lugano. Sur trois niveaux se côtoient la collection permanente, dont un Monet, et une exposition de l'artiste contemporaine féministe Rita Ackermann. De l'autre côté, la programmation de concerts classiques, opéras, ballets et pièces de théâtre fait du LAC l'un des lieux de culture les plus riches de Suisse.

La surprise Elle vient du MASI qui propose jusqu'au 2 juillet une exposition consacrée au photographe suisse Werner Bischof, disparu en 1954. Connu pour ses reportages de guerre en noir et blanc et sa collaboration avec l'agence Magnum, celui qui se rêvait peintre est ici vu à travers ses clichés en couleurs: portraits, paysages ou photos d'art pris aux quatre coins du monde.

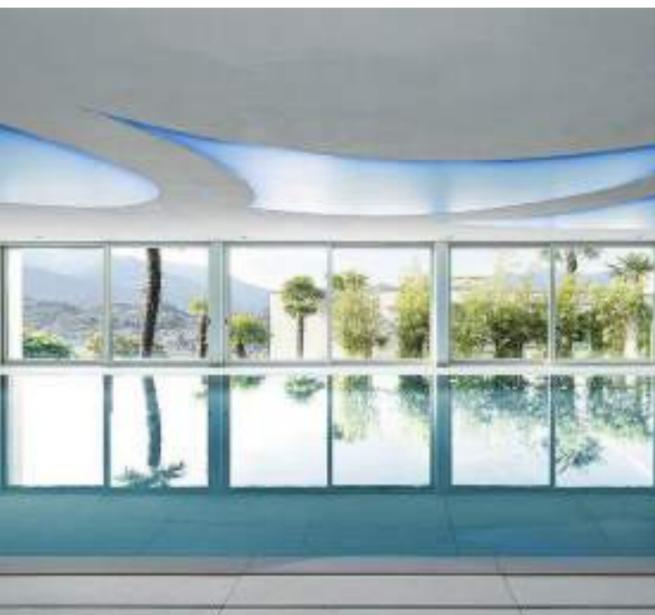
Exposition Werner Bischof «Unseen Colour» jusqu'au 2 juillet 2023 au LAC, Lugano, www.masilugano.ch

3 Contempler Une villa-musée au bord du lac

La promesse C'est un lieu né du rêve d'Hélène Bieber, tour à tour danseuse à Paris puis mécène de Picasso. La Villa Heleneum, construite dans les années 1930, a longtemps été fermée. La demeure renaît aujourd'hui grâce à Bally et à sa Fondation. La maison de luxe aux racines suisses souhaite mêler ici peinture, sculpture, vidéo mais aussi mode et performances artistiques, sous la direction de Vittoria Matarese, tout droit venue du Palais de Tokyo à Paris. L'exposition inaugurale, visible jusqu'au 24 septembre, met en vedette le lac, à travers les œuvres d'une vingtaine d'artistes internationaux.

La surprise Magnifique écrin pour les ambitions culturelles de Bally, la Villa Heleneum se fond dans le lac qui la borde. Visible de chacune de ses pièces, ce dernier s'étale comme un tableau et pénètre dans ses entrailles par un escalier de pierre central qui plonge dans ses eaux. Le jardin peuplé d'essences méditerranéennes est un ravissement à lui tout seul.

Fondation Bally, Villa Heleneum, Lugano. Exposition inaugurale «Un lac inconnu», visible jusqu'au 24 septembre, www.ballyfoundation.ch



4 Goûter S'en mettre plein la vue

La promesse Son nom résume l'un des principaux atouts du lieu: The View peut se vanter de l'une des plus belles vues sur le golfe de Lugano. Perché sur les sommets de Paradiso, ce boutique-hôtel design ouvert en 2015 et membre des Small Luxury Hotels of The World, décline le lac en fil conducteur. Omniprésent où que le regard se porte, ce dernier inspire encore la décoration de style yacht à travers les parquets de teck qui habillent ses 18 suites et son immense terrasse en pont de bateau.

La surprise Dans une ambiance raffinée et un service impeccable et chaleureux, le restaurant The View mérite à lui seul l'ascension vers cette adresse. Avec sa note de 16 sur 20, il a d'ailleurs obtenu son premier macaron l'an dernier. Aux commandes de la brigade, le très timide chef Diego Della Schiava, étoile montante du Tessin 2022 Gault&Millau, que l'on aperçoit au passe dans la cuisine ouverte. Cet Italien sert une partition à la hauteur du décor: savoureuse, raffinée et ludique, des intrigants amuse-bouches nuages aux coussinets mignardises de fin d'agapes.

Via Guidino 29, www.theviewlugano.com/fr/

5 Buller Dans un paradis d'hôtel

La promesse Ici, le luxe n'est pas celui auquel on pourrait s'attendre. Perché sur les pentes du Monte San Salvatore, entre vignes et champs d'oliviers, cet établissement ouvert en 2020 n'affiche «que» trois étoiles. Pourtant, dans cet ancien corps de ferme rénové, le charme opère immédiatement. Articulé autour d'un patio qui cache un pressoir devenu boutique de délices locaux et d'une petite chapelle pour aussitôt expier sa gourmandise, le Bigatt invite à la parenthèse. Au choix: famiente sous le camélia, longueurs dans la jolie piscine avec vue sur le lac ou sieste dans la quiétude des chambres décorées avec goût. Un air de dolce vita, non?

La surprise Dirigés par une coopérative à vocation sociale, l'hôtel et son restaurant sont animés par des personnes en réinsertion professionnelle. Respectueuse des êtres, l'adresse l'est aussi de la nature et des saisons puisque les repas de l'auberge et les petits-déjeuners mettent en avant les produits du potager bio attenants ou issus de la production la plus locale possible. Les saveurs sont là, la créativité aussi.

Bigatt Hotel & Restaurant, Lugano-Paradiso, chambre dès 150 fr. www.hotelbigatt.com

6 Dominer Gastronomie au sommet

La promesse On dit que le Monte Generoso tient son nom de la fertilité de son sommet. La nature est en effet généreuse avec ce mont qui offre, du haut de ses 1700 mètres, l'une des vues les plus spectaculaires de Suisse. Sur l'un de ses flancs, un village revit grâce à la création d'une albergo diffuso, concept d'hébergement venu d'Italie qui transforme des hameaux délaissés en lieux d'étapes authentiques. A Scudellate (900 m), dans le Val Maggio, Oscar Piffaretti, natif de cet ancien repaire de contrebandiers, a créé une osteria, un hôtel, une auberge de jeunesse et un bed & breakfast pour accueillir les accros à la rando et les aspirants au calme.

La surprise Des rives de Lugano, on l'aperçoit tout là-haut. Fiore di Pietra est la nouvelle œuvre architecturale du célèbre architecte tessinois Mario Botta. Majestueux, ce bâtiment posé sur la crête offre une vue à 360° de chacun de ses pétales de béton. A l'intérieur, deux restaurants, dont l'un gastronomique, proposent, de mars à octobre, des événements gourmands ou non: dîners monochromes, apéros sunset, brunchs végétales, yoga facial et smoothie.

www.montegeneroso.ch/fr



7 Trinquer

Du jardin...
au verre

La promesse De la magie, il y en a dans les plats du chef de ce restaurant contemporain qui allie le meilleur de la cuisine française et italienne avec un travail d'épices maîtrisé. Situé au cœur de l'hôtel Luganodante, le Flamel est une table qui interprète de manière moderne les produits locaux, voire superlocaux, puisque le potager se trouve sur le toit. Juste en face de la cuisine ouverte sur la salle, le bar, tenu par de jeunes pros de la mixologie – moustachus, barbus et tatoués comme il se doit – attire les clients de l'hôtel comme les locaux grâce à des cocktails, classiques ou inédits, composés d'ingrédients bios cultivés quelques étages plus haut et travaillés en fermentations, infusions ou alcools distillés sur place grâce à l'alambic maison.

La surprise Il faut se laisser emporter par l'imagination du chef et du barman pour un voyage à travers le menu dégustation accompagné d'un pairing mets et cocktails. De subtiles créations à base de kombuchas maison, d'infusions de plantes, de fruits ou de café viennent sublimer les plats.

Flamel Bistrot et Mixologie, Lugano, www.luganodante.com

8 Visionner

En faire tout
un cinéma

La promesse Chaque année depuis plus de 75 ans, le prestigieux Festival international du film de Locarno anime les rues de la ville et illumine sa Piazza Grande, transformée pour l'occasion en plus grande salle à ciel ouvert du monde. Consacrée au cinéma d'auteur de Suisse et d'ailleurs, la manifestation attire stars et cinéphiles du monde entier pour onze jours de projections et de fêtes au bord du lac. Le Grand Hôtel, mémoire glamour de l'événement, n'ayant pas encore rouvert (c'est prévu en 2025), le festival a intégré le PalaCinema qui accueille aussi le concours des Cinéastes d'aujourd'hui et intègre une antenne de la Cinémathèque suisse, des espaces de production et de formation audiovisuelles ainsi que des salles de cinéma accessibles au public toute l'année.

La surprise Pour la première fois de son histoire, le Locarno Film Festival joue la carte de l'inclusivité en ne délivrant plus de prix d'interprétation féminin et masculin mais en attribuant des distinctions non genrées.

76^e édition du Locarno Film Festival, du 2 au 12 août 2023
www.locarnofestival.ch

9 Déguster

Que c'est bio,
que c'est bon

La promesse Quelques lacets suffisent pour arriver au village d'Arogno. L'Azienda Agricola Bianchi profite ici d'une topographie idéale faite de pentes ensoleillées, où sont installés les ruches, les oliviers, les arbres fruitiers et surtout les vignes qui font sa renommée. Le domaine viticole tout en bio, fondé en 1988 par Alberto et son épouse Marcy, en mains, aujourd'hui, de leurs fils Martino et Gabriele, joue les accords parfaits avec dame Nature. Construite en 2017, la cave, étonnant cube de béton, fonctionne en autonomie grâce à des panneaux solaires et au principe de gravité naturelle pour ses cuves.

La surprise Johanniter, solaris, merlot, syrah, chardonnay font partie des cépages cultivés par les Bianchi pour donner vie à des vins blancs et rouges qui leur ont valu le titre de Swiss Wine Rookie 2023 du guide Gault&Millau. Les jeunes vigneronnes produisent également un spumante rosé, le Mara, dont une partie des bouteilles termine sa maturation sur lies immergée dans le lac de Lugano, avant d'être vendue, en série très limitée, sous le nom de Mara del Lago.

Strada da Röv 24 à Arogno, www.bianchi.bio



Le Tessin offre la possibilité
de **vivre de véritables expériences**
qui peuvent être combinées entre elles.



Paysages alpins et méditerranéens
cohabitent au Tessin.

10 Voguer

Croisière
verte

La promesse C'est peut-être un détail pour vous. Mais pour qui décide d'aller admirer Lugano et ses environs vus du lac, cela veut dire beaucoup. Depuis septembre 2021, odeurs d'essence et boucan d'enfer ne font plus partie intégrante de la découverte. Car, depuis cette date, la fée Electricité propulse le Ceresio 193, première pièce posée à l'édifice Venti35, qui vise, souci environnemental oblige, à l'électrification de tous les lacs tessinois. Car grâce à ce petit bijou de technologie, c'est en 25 minutes, dans le silence le plus total, que le navire file sur le lac, de Lugano à San Rocco jusqu'à l'ancien village de pêcheur de Gandria et ses ruelles vertigineuses.

La surprise Il faut se laisser le temps (1h30) de revenir à pied de Gandria, non sans avoir jeté un coup d'œil à sa ravissante église baroque de San Vigilo, par le Sentier des oliviers qui offre un point de vue unique sur le lac. Serpentant sur les hauteurs à travers les bois et les oliveraies, ce parcours romantique est agrémenté de panneaux didactiques sur l'arbre emblème de la Méditerranée et ses propriétés.

Croisière Green Line Lugano-San Rocco-Gandria.
www.lakelugano.ch

Constellation de contrastes



ANGELO
TROTTA
Directeur
de Ticino Turismo

Le Tessin est une destination très prisée par les Suisses. Que dites-vous à ceux qui pensent tout en connaître?

Que le Tessin surprend toujours! Sur un territoire somme toute peu étendu coexistent des paysages et des lacs alpins typiques avec leurs palmeraies, des centres-villes débordant d'activité et des vallées tranquilles où l'on peut oublier l'agitation de la vie quotidienne. Ici, nous offrons la possibilité de vivre de

véritables expériences qui peuvent être combinées entre elles.

Vous pouvez apprendre par exemple à cuisiner la polenta, puis découvrir les produits viticoles avec le Swiss Wine Tour.

Est-ce que des nouveautés comme la Fondation Bally peuvent contribuer à attirer un nouveau public?

Cette ouverture consolide l'offre culturelle tessinoise. La Fondation Bally, avec sa Villa Heleneum, est un lieu de référence pour les artistes, ainsi qu'un espace multifonctionnel et de rencontre qui propose non seulement des expositions mais aussi d'autres types d'événements, tels que des spectacles, des ateliers...

Si vous deviez citer trois bonnes raisons de (re)découvrir le Tessin cet été, que diriez-vous?

Evidemment, le Festival du film de Locarno, qui réunit chaque année les grands noms du cinéma international sur la Piazza Grande. En visitant le Tessin, on ne peut pas oublier la nature intacte de ses vallées moins connues, comme le Val Bavona et la Valle di Muggio, où l'on peut pratiquer des sports de plein air et découvrir de belles offres gastronomiques. Enfin, Bellinzona sera la protagoniste, du 21 au 24 septembre 2023, de la Fête fédérale de la musique populaire, qui se déroulera pour la première fois au Tessin. La musique, mais aussi les traditions, la gastronomie et le vin de notre pays en seront les stars. J.S.

Un jardin sans frontières



SVEN WASSMER EST UN CHEF QUI A OBTENU TROIS ÉTOILES AU GUIDE MICHELIN. SA DERNIÈRE MISSION EST EN REVANCHE PLUS TERRE À TERRE – IL VEUT RENDRE SA COMMUNE DE RÉSIDENCE, BUCHS, SISE DANS LE CANTON DE SAINT-GALL, «COMESTIBLE».

Sven Wassmer est un grand chef cuisinier qui travaille pour une clientèle plutôt exclusive. Mais chez lui, à Buchs (SG), l'ambiance est tout à fait décontractée. Ne pas avoir de fausses inhibitions, être proche et authentique, voilà ce que ce père de famille de 36 ans défend: «Réunir les gens, échanger mutuellement des connaissances et des expériences; tout ça, c'est important pour moi, tant sur le plan professionnel que privé.»

Son nouveau projet s'inscrit dans cette optique. L'association Naschbarschaft (qui se traduit par «Voisinage») veut motiver la population de Buchs à cultiver et à récolter ensemble des aliments. L'objectif est de créer un environnement comestible qui utilise les espaces verts publics et privés afin de pouvoir y cultiver des aliments sains pour tous. Sven Wassmer explique qu'il a été inspiré par son fils de 4 ans. Celui-ci

lui a raconté que beaucoup de ses camarades ne savaient pas ce qu'était l'ail des ours. «Cela m'a vraiment fait réfléchir. Je devais faire quelque chose pour que les enfants retrouvent un lien avec les aliments locaux sains.»

Une situation gagnant-gagnant pour tous

Très vite, le projet Naschbarschaft est né. Le principe est simple: tous les habitants de Buchs peuvent cultiver des fruits et légumes de saison sur des terrains ou dans des jardins communautaires. De même, tous doivent pouvoir récolter. Les espaces verts en friche peuvent ainsi être utilisés à bon escient. Et, au final, c'est une nourriture saine et locale qui se retrouve dans les assiettes.

En fait, le projet est une situation gagnant-gagnant pour tous, avec un objectif commun, mais des motivations tout à fait différentes. En effet, pour les uns, Naschbarschaft est avant tout une question d'éducation, tandis que pour les autres, il s'agit d'une interaction sociale. C'est le cas de Linda Märk. «Ma principale motivation est le jardinage communautaire. Cela fait quelque chose aux gens; c'est une expérience merveilleuse», explique cette diplômée en sciences politiques et jardinière.

Une récompense dans l'assiette

Sven Wassmer souligne l'importance d'une alimentation saine: «C'est la condition pour qu'un être humain puisse fonctionner», dit-il. Chez les enfants en particulier, une nouvelle relation avec les fruits et les légumes peut être établie grâce à Naschbarschaft. «Les enfants veulent être récompensés. Et lorsqu'ils peuvent cultiver et récolter quelque chose, ils se sentent automatiquement récompensés.»

Mais l'idée de durabilité est tout aussi centrale: «La nourriture régionale n'est pas seulement bonne pour le corps, mais aussi pour l'environnement. En réduisant les distances de transport, on diminue les émissions de CO₂.» C'est un argument important pour le chef, qui est aussi ambassadeur de la marque Mercedes-Benz. Il considère les objectifs et les étapes de Mercedes-Benz

en matière de développement durable à la fois comme une promesse et une obligation. C'est pourquoi il roule autant que possible à l'électricité avec sa voiture; par exemple lorsqu'il va chercher des produits frais à la ferme locale pour sa cuisine gastronomique à Bad Ragaz.

La durabilité commence au quotidien

Le grand cuisinier est d'avis que la durabilité commence dans l'environnement proche. «La plupart des gens pensent d'abord aux grands enjeux comme les voyages en avion. Pourtant, la durabilité commence déjà par une planification judicieuse des achats et par la prévention du gaspillage alimentaire.» Sven Wassmer en est convaincu: «Nous pouvons aussi faire bouger les choses à petite échelle.»



Un enrichissement pour tous.

À propos de Sven Wassmer

Sven Wassmer, né en 1986, occupe la place de chef du restaurant Memories du Grand Resort Bad Ragaz. Ce natif du Fricktal a développé sa propre personnalité culinaire avec sa cuisine contemporaine et proche de la nature. Avec trois étoiles au Guide Michelin, Sven Wassmer est l'un des plus jeunes cuisiniers à faire partie du cercle restreint des 140 chefs dans le monde ayant obtenu cette distinction.



Encore plus d'histoires passionnantes sur la mobilité et le développement durable.



Sven Wassmer et Linda Märk.



Une commune aux pouces verts.

PAID POST



Ce contenu a été réalisé par le Commercial Publishing, en collaboration avec Mercedes-Benz. Le Commercial Publishing est le département de Content marketing qui travaille sur mandat de 20 minutes et de Tamedia

Sous le soleil exactement

L'OMBRE N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI STYLÉE.
LE PARASOL JOUE LA TECHNICITÉ,
L'INNOVATION ET L'ÉLÉGANCE.

TEXTE PATRICIA LUNGI

LÉZARD, SORS DE CE CORPS! La pulsion estivale qui consiste à se tenir immobile en position horizontale, une paire de lunettes sur le nez et un livre à la main, reste irrésistible. On peut désormais savourer cette attitude, sous le soleil exactement, tout en appréciant l'esthétique de la création textile qui nous sépare du ciel. Dans la mouvance du mobilier outdoor qui occupe toutes les maisons de design, le thème du parasol connaît un regain d'intérêt. On peut l'aimer technique, joyeux ou poétique, zénithal ou déporté, rectangulaire, rond ou hexagonal, mais on ne le choisit plus jamais par défaut. Chaque parasol déployé contribue à sa manière à faire d'un espace extérieur une oasis de confort et d'élégance. Petite sélection. ☉



Poésie Le parasol *Om Wood* de *Calma* s'inspire des auvents et des abris méditerranéens classiques. Grâce à sa forme hexagonale et à son mécanisme de déploiement innovant il découpe l'ombre en tranches indépendantes. *Om Wood* s'adapte ainsi à tous les besoins, qu'il soit complètement ouvert, à moitié ou à peine déployé, offrant différents types d'ombre. Son design élégant met en valeur les contrastes entre ombre et lumière, créant au sol des motifs hypnotiques.



Artisanat Spécialiste du tissage artisanal, notamment sur fauteuils et tapis d'extérieur, la maison *Paola Lenti* propose *Mogambo*, un parasol qui ne se ferme jamais. Réalisé avec une corde spéciale, entièrement tissée à la main directement sur la structure, il offre un ombrage haute couture. Disponible en plusieurs teintes sublimes, du vert pomme à l'ocre, du fuchsia au bleu profond, son élégance agrémenté les piscines et les terrasses les plus chics.



Fête La jeune marque hollandaise *HKliving* célèbre la vie en plein air avec une gamme de parasols festifs et chatoyants. Ici la collection *Graphic Twist* composée de quatre types de motifs qui rendent hommage au Flower Power des années 1970. Livré avec sa housse coordonnée, ce parasol est idéal pour la plage avec son mât en bois de hêtre qui se plonge facilement dans le sable.



Géométrie Au contraire du parasol classique dressé sur son pied central, le parasol déporté est doté d'un pied excentré et d'un bras articulé. Chez *Ethimo*, le modèle *Freedom* pivote à 360° et peut facilement être orienté pour obtenir un ombrage parfait à toute heure. Avec sa structure en aluminium anodisé et la toile en tissu acrylique, ce produit fonctionnel, au design sobre et contemporain, est conçu pour durer longtemps et pour s'intégrer harmonieusement dans n'importe quel contexte.

BelleVue

MONTURES XXL, FORMES DÉLIRANTES, COULEURS VIVES... POURQUOI NE PAS OSER LES LUNETTES EXTRAVAGANTES POUR TROMPER SA TIMIDITÉ AVEC BRIO ET STYLE?

SÉLECTION ENDRIT NURCAJ



Lunettes de soleil inspirées des ballons gonflables, **Loewe Eyewear**, 282 fr. Lunettes Ruh avec verres teintés jaunes, **Port Tanger**, 227 fr. Lunettes de soleil futuristes avec verres teintés violets, **Bottega Veneta**, 292 fr.



Lunettes de soleil bombées en acétate italien, **Acne Studios**, 324 fr. Lunettes de soleil Symbole avec bords biseautés, **Prada Eyewear**, 455 fr. Lunettes en forme d'ailes de papillon, **Stella McCartney Eyewear**, env. 230 fr.



Lunettes de soleil rectangulaires Seattle, **Off-White**, 285 fr. Lunettes de soleil oversized Loulou en forme de cœur, **Saint Laurent Eyewear**, 467 fr. Lunettes Spike avec profil tridimensionnel, **Balenciaga**, 494 fr.



Lunettes de soleil ovales Lady 9522 R11 avec branches au design matelassé, **Dior Eyewear**, 530 fr. Lunettes Cat-Eye ornées de cristaux, **Gucci Eyewear**, 998 fr. Lunettes de soleil unisexe en acétate, **Rick Owens**, 565 fr.

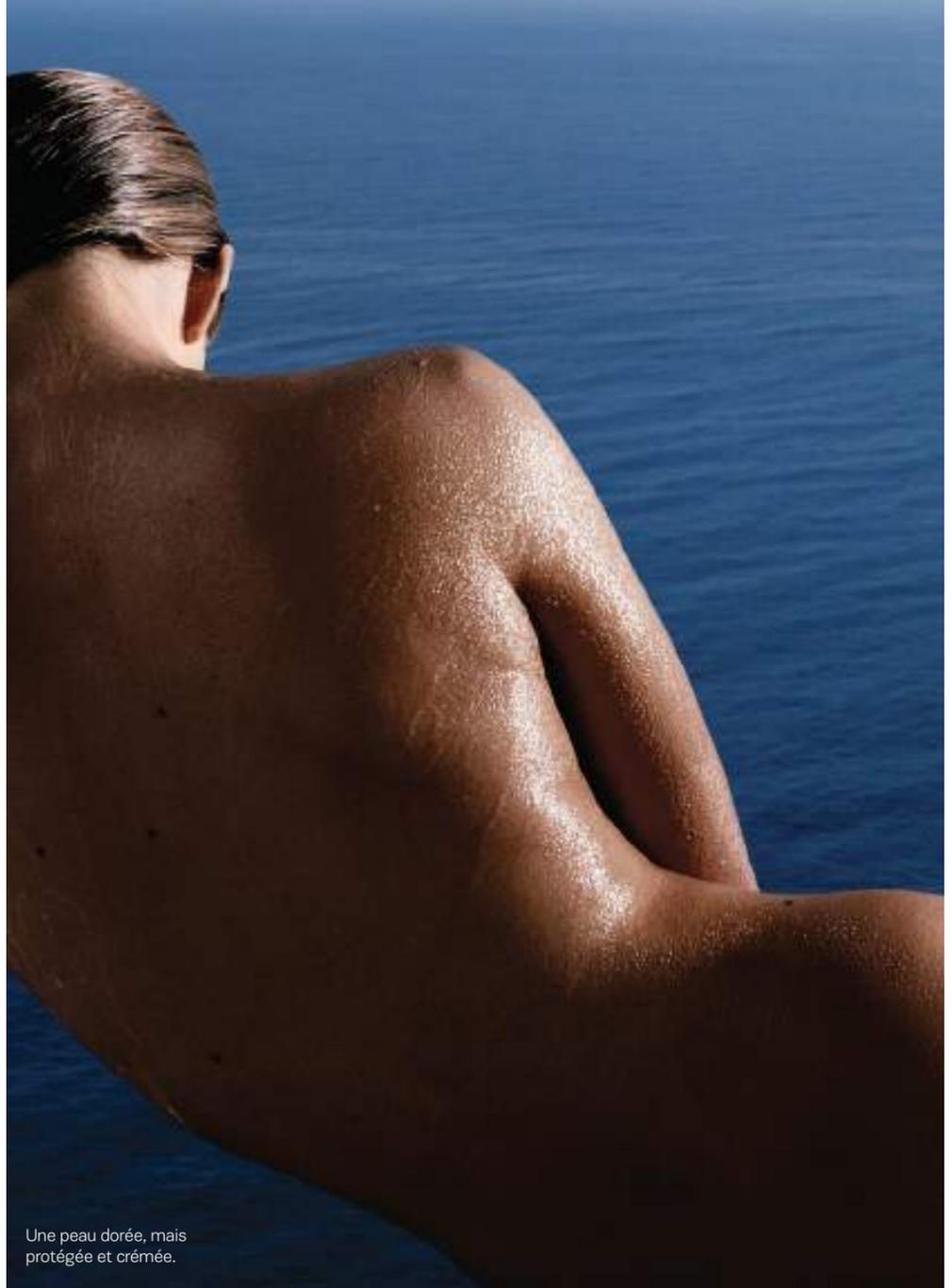
L'été 5 sur 5

TOUJOURS PLUS PERFORMANTS, LES SOINS SOLAIRES S'EMPLOIENT À RENDRE LE GESTE VOLUPTUEUX. LA PREUVE EN CINQ INNOVATIONS.

TEXTE KATRIN ROTH

NOUS SOMMES BEAUCOUP À LE VIVRE: dès que le soleil déploie ses rayons, tout semble un peu plus léger, plus beau et plus simple. Il n'est donc pas étonnant que la bronzette soit l'une des activités privilégiées, comme s'il fallait faire le plein d'énergie et de bonne mine. On a beau savoir que 80% des signes visibles du vieillissement de la peau sont dus aux rayons UV, que les étés torrides menacent de se répéter jusqu'à terrifier les plus endurcis des adorateurs du soleil, l'attrait de la peau dorée demeure. Mais régulièrement crémée, s'il vous plaît! Une recommandation plutôt suivie, selon Nathalie Broussard, directrice de la communication scientifique chez Shiseido: «Les consommateurs sont de plus en plus conscients de l'importance de se protéger quotidiennement contre les effets nocifs des différents rayons du soleil - UVA, UVB, mais aussi les infrarouges».

Le secteur cosmétique s'emploie d'ailleurs à innover, pour rendre le geste non seulement prudent et protecteur, mais aussi voluptueux, de sorte à convertir les plus réfractaires. D'ailleurs, la marque Nuxe vient d'ajouter un code QR sur l'emballage qui propose une liste musicale pour l'été... C'est dire si la crème solaire entend aussi soigner l'humeur! En cinq familles de produits, voici donc les pistes pour ajouter du plaisir au rituel d'avant soleil. Les doses recommandées restent, quant à elles, inchangées: au moins une cuillère à café de produit pour le visage et environ 30 grammes pour le corps. ☺



Une peau dorée, mais protégée et crémée.

1. LES SENSORIELS

Les marques de beauté misent sur différentes textures. «Il s'agit de proposer des produits avec des textures invisibles, non collantes et non grasses, qui offrent une protection optimale. La sensorialité joue un rôle central», explique Mathilde Thomas, cofondatrice de Caudalie. Ainsi il est facile d'intégrer à sa routine un produit solaire, sachant qu'une protection efficace dépend de la fréquence d'application, avant et pendant l'exposition au soleil.

Vinosun Protect, eau solaire très haute protection, SPFS50+, Caudalie, 150ml/30 fr. Spray Solaire Délicieux, SPF 30, Nuxe, 150ml/30 fr. Dior Solar, lait protecteur, SPF 30, Dior, 125ml/53 fr.



2. LES MOBILES

La plage et les bords de piscine? Evidemment! Mais plus de la moitié des dommages causés par le soleil surviennent dans la vie courante, en faisant du sport, en se promenant en ville ou en prenant l'apéro au bord du lac. La crème solaire, c'est donc en tout temps, et en tout lieu, surtout sur les zones exposées: nez, joues, lèvres, oreilles, mains, nuque et pieds. Les protections solaires compactes sous forme de stick, proposées par de nombreuses marques, sont idéales et se glissent dans le plus petit des sacs à main. Faciles à appliquer, ces formules modernes pénètrent sans laisser de traces.



Super stick solaire teinté, zones sensibles, SPF 50+, Sisley, 106 fr. 50. Stick solaire invisible, zones sensibles, SPF 50, Clarins, 33 fr. Glow Stick, stick protecteur à l'huile sèche, SPF 50, Supergoop!, 25 fr.

3. LES MULTITÂCHES

Particulièrement appréciés en ville, les soins solaires multifonction protègent des rayons UV, mais prennent également soin de la peau. La demande est particulièrement forte pour les hybrides de haute qualité, dotées en actifs de référence, comme l'acide hyaluronique. Résultat: une foison de formules 2 en 1 pratiques, qui allègent la routine en combinant la protection avec le sérum anti-âge, l'hydratation du visage ou la lotion corporelle. Reste la question: si on applique plusieurs produits, où va la protection solaire? Toujours en dernier geste.



Moisture Surge, hydratant fini transparent, SPF 25, Clinique, 50ml/49 fr. UV Essentiel, protection globale, SPF 50, Chanel, 30ml/69 fr. Urban environment Age Defense, SPF 30, Shiseido, 30ml/53 fr.

4. LES MATIFIANTS

Les peaux grasses et à tendance acnéique ont besoin d'une protection supplémentaire contre les UV, alors même que les crèmes grasses entraînent encore plus d'impuretés. «Environ 50% de la population en Europe a une peau mixte à grasse pour laquelle il est difficile de trouver un produit solaire qui n'aggrave pas la brillance de l'épiderme», explique Drenushe Jahiu de L'Oréal Suisse. La solution? Des produits matifiants dernière génération, avec des substances actives pour réduire les imperfections cutanées et/ou pour prévenir les impuretés.



Day Shield, gel ultraléger, SPF 30, Dr. Liv, env. 50 fr. Capital Soleil UV-Clear, fluide anti-imperfections, SPF 50+, Vichy, env. 30 fr. Anthelios Uvmune 400, gel-crème Oil Control, La Roche-Posay, 50ml/env.30 fr.

5. LES DURABLES

Pendant longtemps, l'indice de protection, le parfum ou la résistance à l'eau étaient déterminants dans le choix d'une crème solaire. Mais depuis quelque temps, l'enjeu environnemental intervient aussi, tant du côté des producteurs que des consommateurs. La marque suisse Daylong a ainsi introduit un écolabel, étant entendu que les formules dites propres ne contiennent pas de filtre chimique, ni de parabène. En effet, les océans et leurs écosystèmes écopent de quelque 25 000 tonnes de produits solaires par an.



Waterlover Sun Mist, brume solaire, SPF 30, Biotherm, 200ml/53 fr. Coola Piña Colada Classic Body Sunscreen, lotion solaire, SPF 30, Coola, 148ml/41 fr. Crème minérale Sensitive, SPF 30, Daylong, 50ml/33 fr. 50.

La force faite ongle

FORMULE MAGIQUE: OPI, LE SPÉCIALISTE DE L'ONGLE SAIN ET COLORÉ, INNOVE AVEC LE PREMIER SÉRUM QUI RÉPARE LA KÉRATINE DE L'INTÉRIEUR. EN MODE FACILE ET UNISEXE.

TEXTE LA RÉDACTION



L'ACTION

Il a fallu des années de développement aux équipes de recherche américaines pour mettre au point ce premier produit qui renforce les ongles de l'intérieur, en restaurant les liens structurels de la kératine. Le sérum Repair Mode™ d'OPI, avec la nouvelle technologie Ulti-Plex™ brevetée, ne se contente pas de recouvrir l'ongle en surface d'un film protecteur, comme la plupart des durcisseurs sur le marché. Il répare vraiment la texture à l'intérieur de l'ongle, qui devient plus lisse et plus résistant. Le produit miracle coûte 29 fr. 90 et on oublie dédoublement, écaillage et casse: toutes griffes dehors!

LE PACKAGING

Comme toute marque de produit de beauté qui se respecte, OPI a opté pour des matériaux écoresponsables: une bouteille en verre et un bouchon fabriqué avec des matériaux recyclés. A noter par ailleurs que la formule du produit est végane.

LA TEXTURE

A peine plus épais que l'eau, mais beaucoup plus fluide qu'un gel, le sérum concentré ne laisse aucune trace, ne nécessite aucun séchage... ni aucune habileté de pose et peut s'inscrire dans une routine unisexe. Un coup de pinceau – ou deux! – et le tour est joué. Les plus contemplatifs peuvent observer à l'œil nu la manière dont l'ongle absorbe le produit, comme un buvard.

LE RITUEL

Pour un résultat maximal, le plus efficace est d'opter pour une cure de six jours:

1. Sur ongles nus, repousser les cuticules et limer les ongles.
2. Éliminer la poussière de limage et tout autre résidu – comme la crème pour les mains – à l'aide d'une solution d'alcool isopropylique (disponible en pharmacie) et d'une lingette de cellulose qui ne peluche pas (Expert Touch Nail Wipe, OPI), bien plus efficace et économe qu'une rondelle de coton...
3. Appliquer Repair Mode™ en fine couche, après avoir bien essoré le pinceau au col de la bouteille. A répéter deux fois par jour, matin et soir, pendant 6 jours. On peut aussi appliquer Repair Mode™ sous le vernis à ongle ou le gel, à chaque manucure, pour un effet réparateur et un renforcement des ongles.

LES RÉSULTATS

Les ongles abîmés? Merci les produits de nettoyage, les savons... ou les gels désinfectants. «Notre objectif était de révolutionner les soins pour les ongles fragilisés et abîmés, et de combattre l'usure quotidienne avec une technologie qui rétablit les liens structurels à l'intérieur des ongles», explique Sarah Faimeny, vice-présidente OPI pour la recherche et le développement. L'innovation pionnière repose sur une technologie biomimétique, qui imite les structures biologiques. Les tests ont montré que la cure de six jours, suivie selon les indications, parvenait à une réparation de 99% de la kératine de l'ongle et à 94% de protection de la protéine de kératine contre l'endommagement. Résultat? Des ongles 4 x plus forts.

LA MARQUE

De la marque OPI, les amatrices – et amateurs! – de beaux ongles connaissent surtout les vernis, déclinés dans un nuancier vertigineux de 250 couleurs, avec 12 nouveautés par saison à découvrir régulièrement sur instagram: OPL_SWISS. Et ces noms! Chaque teinte est désignée par une expression pleine d'esprit – en anglais of course, puisque la marque sise près de Los Angeles est un leader du marché mondial. Pour cet été, on aime surtout le violet *I Sold My Crypto*, j'ai vendu mon portefeuille en crypto-monnaie. Ce que le public sait moins, c'est que la marque, lancée en 1981, est issue de l'orthodontie (acronyme de Odontorium Products Inc) et de l'acrylique dentaire utilisé pour créer des extensions d'ongles. Est-ce lié à ce passé paramédical? Toujours est-il qu'OPI est très fort aussi pour les produits de soin des pieds et des mains.

LA FOLIE ONGLES

Si les ongles bien tenus ont toujours fait partie des rituels de beauté, le vernis rouge s'est longtemps (dès sa mise au point dans les années 1930) imposé en seule possibilité. Or l'explosion de créativité liée à l'utilisation de la fibre de verre pour les extensions d'ongle, dans les années 1980, puis le vernis semi-permanent vers 2011, ont ouvert les horizons. Couleurs folles, strass, nail art, stickers, ongles artificiels: tous les délires se pratiquent aujourd'hui, tant au masculin qu'au féminin. Le marché mondial du soin des ongles est évalué à 10,9 milliards de dollars en 2021 et devrait plus que doubler d'ici à 2031 (étude Transparency Market Research - TMR). OPI est le leader dans le domaine professionnel des ongles, surfant sur les nombreuses ouvertures d'ongleries. En Suisse, la marque est présente dans plus de ... 3000 points de vente et de service.



Les montres de plongée sont techniquement élaborées pour profiter du monde sous-marin en toute sécurité.

Heures profondes

NON, LES MONTRES DE PLONGÉE NE SERVENT PAS SEULEMENT À FRIMER SUR LA PLAGE. ELLES PERMETTENT D'ALLER TOUJOURS PLUS PROFOND, PLUS LONGTEMPS.

TEXTE MATHILDE BINETRUJ

AU LARGE DE L'ATOLL de Rangiroa, en Polynésie française, vit un animal à la tête de brosse d'aspirateur. Le *sphyrna mokarran*, c'est son petit nom, est un requin marteau. Il fait l'objet de toutes les attentions de Blancpain, via la mission Tamataroa. De quoi s'agit-il? D'un projet porté par un comité de plongeurs passionnés – constitué entre autres du CEO de Blancpain, Marc A. Hayek, et du photographe documentariste Laurent Ballesta – qui vise à sauvegarder ce poisson fascinant. L'animal mystérieux inscrit sur la liste rouge des espèces en danger évolue dans les grands fonds. Là où le bleu du ciel devient le noir des abysses. Pour le croiser, l'*Homo sapiens* doit devenir *Homo delphinus*. Et porter un allié fiable: une montre de plongée. Blancpain a justement développé une pièce pour des sorties sous-marines de l'extrême: la Fifty Fathoms Tech Gombessa. Son atout? Elle mesure la durée de longues plongées hautement techniques, de sorties d'un ensemble de saturation pouvant aller jusqu'à trois heures.

Si le commun des mortels passera plutôt trois heures sur la plage qu'au fond de l'océan cet été, les horlogers continuent d'imaginer

des montres vraiment faites pour les immersions longues et techniques. Ces créations allient la robustesse à la fonctionnalité pour s'immerger en toute sécurité. D'abord, elles proposent une lunette tournante unidirectionnelle. A certaines profondeurs, l'erreur peut être fatale. Létale, même. Afin d'éviter cette déconvenue, la lunette permet de mesurer le temps d'immersion et de remonter avant l'accident, avant l'épuisement de l'oxygène dans la bouteille. Evidemment, les chiffres et index du cadran sont visibles à une distance d'au moins 25 cm dans l'obscurité grâce à une matière luminescente. Pas de summer body pour ces pièces, qui affichent crânement une taille XXL pour mieux résister à la pression. N'oublions pas non plus la valve à hélium qui sert à évacuer le surplus de pression interne lors des phases de décompression en caisson hyperbare, fonction qui aurait été utile à Jules Verne dans *Vingt mille lieues sous les mers*.

Si ces sirènes servent quotidiennement aux grands explorateurs, les marques n'ont pourtant jamais perdu de vue leur succès sur le macadam. Voilà pourquoi on note également la présence de «petits plus» annexes chers aux bipèdes des villes: design chic, couleur flashy et aussi des fonctions utiles comme le GMT. ●

MÉCANIQUES SOUS-MARINES



Taillée pour les abysses

Elle mesure jusqu'à trois heures de plongée, une première mondiale. Son boîtier (47 mm) est équipé d'une valve à hélium. Pouvez-vous rêver mieux pour le jubilé de platine de la Fifty Fathoms créée en 1953 (étanche à 300 m)? 28 700 euros, **Blancpain Fifty Fathoms 70th Anniversary Act II Tech Gombessa**.



En mode chrono

Est-ce que chaque seconde compte? Cette plongeuse (étanche à 300 m) répond oui. C'est la première montre immersive de la marque disposant d'un chronographe. Sa lunette tournante unidirectionnelle indique le temps de plongée restant. Avec boucle déployante, 16 500 euros. **Glashütte Original Chronographe SeaQ**.



Nomade

C'est la plus voyageuse des montres de plongée (étanche à 200 m)! Irrésistible avec son allure néovintage et sa technologie de pointe, son échelle multicolore sur le cadran indique aux plongeurs les temps de décompression. En bonus, elle affiche une fonction world-timer. 1270 fr. **Mido Ocean Decompression Worldtimer**.



11 000 mètres sous les mers

C'est la montre qui repousse les limites puisqu'elle peut emmener son propriétaire à 11 000 mètres de profondeur! Son boîtier en titane RLX est équipé d'une valve à hélium et d'un système Ringlock (pour résister à la pression exercée à de grandes profondeurs). 25 750 euros. **Rolex Oyster Perpetual Deepsea Challenge**.



Esprit

Sa teinte noire parsemée d'éclats verts vient faire écho à celle de la nouvelle série de bateaux à moteur de luxe Brabus Marine Shadow. Elle est réalisée en Carbotech, un matériau plus léger que l'acier ou le titane et résistant à la corrosion (étanche à 300 m). Série limitée à 200 ex., 49 500 fr. **Panerai Submersible S Edition BRABUS Verde Militare**.



Deux temps, un mouvement

Cette plongeuse de référence abrite ici un nouveau mouvement doté d'une fonction GMT. Non content de savoir à quelle profondeur ils se situent (étanche à 200 m), les amoureux des grands fonds pourront aussi situer l'heure dans un second fuseau horaire. 1700 euros. **Seiko Prospex GMT**.



Résister à la pression

Elle ne craque pas sous la pression extrême: 1000 mètres de profondeur! Cette superdiver de 45 mm est la pièce idéale pour ceux qui ont soif d'aventures aquatiques et gardent un œil sur leur sécurité grâce à une lunette tournante unidirectionnelle et une valve à hélium. 6500 fr. **TAG Heuer Aquaracer Professional 1000 Superdiver**.



Joana Vasconcelos

L'ARTISTE PORTUGAISE ASSUME UN FÉMINISME EXUBÉRANT ET S'AMUSE AVEC DES MEUBLES AUX COULEURS DE L'ÉTÉ. RENCONTRE À MILAN.

PROPOS RECUEILLIS PAR RENATA LIBAL

ELLE ARRIVE EN RETARD, mais ravie, lèvres peintes en orange et paupières en bleu, un cabas griffé à la main. En avril dernier, l'artiste polyforme portugaise Joana Vasconcelos a présenté à Milan, lors du Salone del Mobile, une malicieuse et charmeuse collection de meubles de jardin. L'espace Roche Bobois, au centre-ville, était envahi par une *Walkyrie géante* (7), une de ces installations en textile (40 mètres de long sur 8 de haut, tout de même) dont l'artiste ponctue son message féministe: «Je me réfère à ces déesses de la guerre de la mythologie norvégienne: puissantes, mais toujours prêtes à travailler ensemble.» Ce printemps, elle a aussi installé un *Arbre de Vie* (110000 feuilles tissées à la main!) dans la Sainte-Chapelle du château de Vincennes, aux portes de Paris (à voir jusqu'au 3 septembre). Magnifique énergie!

Je vois un sac Balmain... Shopping?
Oui! J'ai acheté une paire de *sneakers bleus* (2). La mode fait partie de ma dé-

marche artistique. Pour chaque vernissage, depuis vingt-cinq ans, je me fais faire une robe par un designer portugais, comme Filipe Faisca ou Alexandra Moura. Ma collection a d'ailleurs été exposée au Musée de la mode et du design de Lisbonne, où je vis.

Vos installations sont souvent textiles, vous maîtrisez ces techniques?
Je sais tout faire! Avec ma grand-mère, j'ai appris *le tricot* (1), le crochet, le macramé... Mais je ne suis pas une obsédée. Dans mon atelier, nous sommes 57: une vraie maison de haute couture! Je dessine toujours l'installation sur place, puis elle est réalisée à la main chez nous et montée sur une structure gonflable.

Vous signez aussi des meubles...
La collection *Outdoor BomBom* (5) s'inscrit dans une collaboration avec la marque française Roche Bobois, dont j'aime la joie de vivre. Je viens d'ailleurs d'acheter une petite table très pop pour ma fille de 11 ans.

Ces couleurs pastel... Effet guimauve?
Étrangement, je ne pensais pas du tout à des sucreries. La gamme chromatique et les courbes douces de cette ligne s'inspirent plutôt d'un coucher de soleil sur *Lisbonne* (4). C'est la seule capitale d'Europe à bénéficier d'une plage et la lumière y est unique. Cela incite à beaucoup vivre dehors.

S'il fallait choisir une seule couleur... L'orange (6), car il est tellement vibrant.

Une artiste aussi vivante que vous est forcément gourmande... Votre adresse?
J'adore ce restaurant au nord du Portugal, qui s'appelle *Casa de Chá da Boa Nova* (3). Le chef Rui Paula (2 étoiles au guide Michelin) est formidable. Mais ce n'est pas tout! Le restaurant semble avoir poussé sur la roche de bord de mer. C'est une réussite de l'architecte Alvaro Joaquim de Melo Siza Vieira, un lauréat du Prix Pritzker. On atteint là la pure perfection, tant gustative qu'esthétique. Qui cherche un moment de plénitude le trouvera là. ☺





LOVE
Cartier

