

# encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

**MAKE-UP**  
Le phénomène  
des palettes  
collectors

**PRÊT-À-PORTER**  
L'éternelle  
jeunesse selon  
Hedi Slimane

**MODE**  
Force rouge pour  
printemps rugissant

**SAGA**  
Le soutien-gorge,  
petit dessous  
qui en dit long

MARS 2019

 **Le Matin  
Dimanche**

COCO MADEMOISELLE



EAU DE PARFUM INTENSE

#COCOFORVER

CHANEL





DATEJUST

L'archétype de la montre moderne qui a conquis toutes les générations depuis 1945, par son esthétique et ses fonctionnalités intemporelles.  
Bien plus qu'une montre, un témoin de son temps.

**BUCHERER**

1888

*bucherer.com*



OYSTER PERPETUAL DATEJUST 36

Partner of  
**Miles & More**

cornercard

# More miles.



Maintenant jusqu'à  
**30'000 Miles de prime**  
comme bonus de  
bienvenue.

Commandez votre Cornercard Miles & More sur [cornercard.ch](http://cornercard.ch)



Hedi Slimane à propos de son retour en mode P. 16



Des montres qui phosphorent P. 28



Les tendances de la saison P. 26

# Mode | Mars 2019

## SUJETS

### 12 Trend

La sandale Birkenstock adulée par les grands noms du luxe

### 14 Saga

Corsetant, pigeonnant, allégeant... le soutien-gorge épouse les siècles

### 29 Beauté

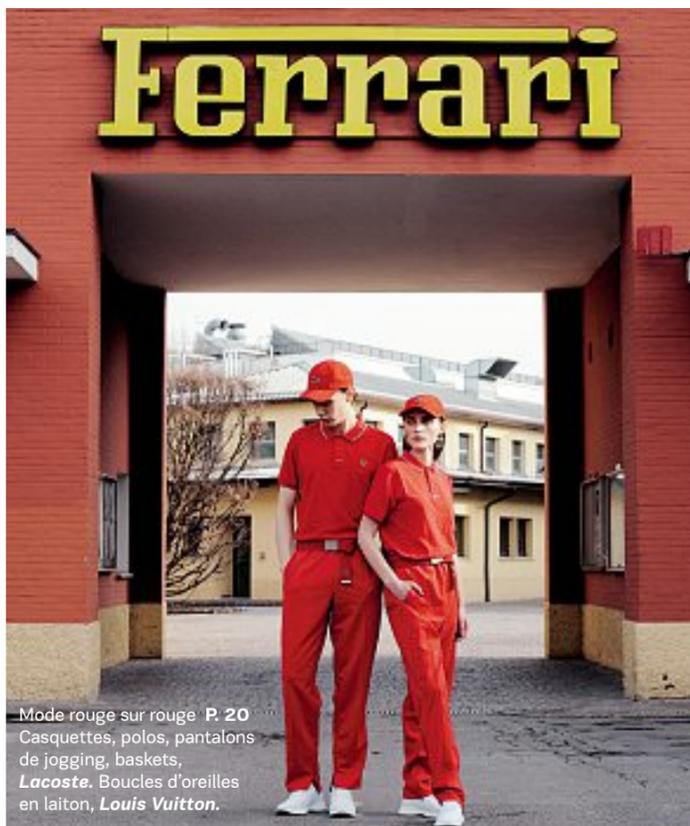
Le succès interplanétaire des palettes

### 30 Elle & lui

Rendez-vous avec Bob, couvre-chef qui monte

## RUBRIQUES

8 Merveilles: vin, expo, parfum, nouveautés...  
13 Swiss made: le charme d'une manufacture de parapluies 31 Ses goûts: les coups de cœur vénitiens de Christine Nagel, créatrice de parfums chez Hermès



Mode rouge sur rouge P. 20  
Casquettes, polos, pantalons de jogging, baskets, Lacoste. Boucles d'oreilles en laiton, Louis Vuitton.



## UNE

**Elle** Manteau en satin doublé, Prada. Boucles d'oreilles disque en argent, Marc Deloche.  
**Lui** Col roulé en nylon, Prada. Pantalon de costume en canvas, Givenchy. Montre Hublot Big Bang Ferrari, automatique, chronographe Unico, 45 mm, boîtier carbone et lunette en céramique, bracelet en cuir Schedoni avec surpiqures rouges et caoutchouc noir.

**PHOTOS**  
Anoush Abrar  
**STYLISME**  
Simon Pyliser

## Le plein d'énergies positives

**P**RENEZ LE ROUGE: bien davantage qu'une couleur, il est un état d'esprit. J'ai, dans ma garde-robe, un long manteau écarlate qui claque au vent. Je le mets, mais pas n'importe quand. Il y faut une détermination, une ardeur. Je l'enfile comme on se draperait d'un étendard. Sans doute n'est-il pas anodin que ce printemps voie arriver autant de tons forts et ambitieux. Le rouge auquel nous avons consacré notre série mode (voir en page 20) envisage la vie comme un voyage à toute allure. Ce n'est pas une teinte pour petits matins duveteux... L'autre tour de force vestimentaire de la saison est le jaune canari. Là aussi, le total look suggéré par tous les gourous de la



Renata Libal, rédactrice en chef

mode (voir les tendances du moment en p. 26) demande un brin de courage, mais mâtiné d'un solide sens de l'humour. L'esprit pissenlit, c'est assumer que les regards convergent et leur répondre d'un large sourire. C'est répandre la lumière dorée à chaque pas. On peut aussi traverser le jour en dansant, tenue fuchsia de pied en cap. Ou alors en blanc éternel, comme une apparition qui échappe aux pesanteurs du monde. En ce printemps où – dans les villes françaises en gilet jaune, à Alger en vert et blanc, partout avec des banderoles vertes – la rue revendique sa visibilité, la mode fait mine d'emboîter ce pas protestataire. Sans ambition politique, mais avec le clair dessein de ne laisser personne se fondre dans la grisaille. La couleur est un acte de foi.



Le plat national péruvien se prête à de multiples variations.

SAVEURS

# A la gloire du ceviche

A l'en croire, le ceviche va devenir le nouveau sushi... En Suisse pourtant, les gourmands avides de légèreté ne sont pas encore tous convertis aux lamelles de poissons ultrafrais, à peine saisies (pas plus de deux minutes) dans la *leche de tigre*, ce «lait de tigre» très relevé, à base de lime, piment, ail, oignon rouge et coriandre. Depuis plus de vingt ans, le grand chef péruvien Gastón Acurio œuvre à mettre en avant le fabuleux terroir de son pays (plus de 3000 variétés de pommes de terre!) et à soutenir la fierté retrouvée des producteurs de ces merveilles. Son adresse gastronomique Astrid & Gastón a



Gastón Acurio, le chef qui veut que le monde tombe amoureux des produits péruviens.

initié un cercle vertueux dans tout le Pérou et bien au-delà, et le voilà aujourd'hui à la tête de plus de 40 enseignes dans le monde. De la simple sandwicherie au plus haut de gamme, tous vénèrent le produit cultivé et cuisiné avec amour. La vague de cet enthousiasme arrive aujourd'hui en Suisse, avec le Yukamanka by Gastón Acurio, qui ouvre au sein de l'Hôtel Mandarin-Oriental, à Genève. Le chef César Bellido, 29 ans, est un disciple convaincu: c'est lui qui s'est installé ici pour incarner l'esprit du maître. Pisco Sour pour tous! *Renata Libal*

**Yakumanka by Gastón Acurio, Mandarin Oriental, quai Terretini 1, Genève.**

BONNE BOUCHE

## Identitaire de luxe



PAR PIERRE THOMAS

Pour le jeune Roman Hermann, 2017 a marqué un tournant. Trentenaire, il a repris l'exploitation du domaine de ses parents, à Fläsch, dans la Bündner Herrschaft (GR). Il a été désigné espoir («rookie») de l'année par GaultMillau. Et il a signé son premier Completer Grand Maître, vin blanc le plus ambitieux de ce domaine de 6,5 hectares. Ses parents avaient déjà adhéré à la Mémoire des vins suisses ([www.mdvs.ch](http://www.mdvs.ch)) avec un Completer en barriques de chêne français et suisse, vinifié en sec, qui vieillit fort bien. Pour la cuvée «de luxe», le jeune homme, formé en œnologie en Allemagne, est allé plus loin. Il n'a utilisé que le raisin des plus vieilles vignes (un peu moins de 50 ans). Le jus a fermenté spontanément dans un fût de 500 litres en chêne zurichois, puis a été mis en bouteilles cet hiver, sans filtration. Le résultat est à la hauteur des ambitions: attaque vanillée, beaux arômes d'agrumes, magnifique structure et une persistance aromatique longue et complexe. Le cépage identitaire des Grisons est mentionné en 1321 dans un parchemin du chapitre de la cathédrale de Coire, d'où son nom, dérivé des «complices», quand les moines pouvaient goûter au fruit de leur travail après le coucher du soleil. Dans ce vignoble grison planté à 80% de pinot noir, le Weingut Hermann est une exception, avec moins de 3 ha du cépage rouge bourguignon. Ce qui n'a pas empêché les douze producteurs du groupement Vinotiv, dédiés au pinot, de nommer Roman à leur tête... Le 4 mai, à la cave Davaz, à Fläsch, ils présenteront leurs vins.

En vedette, la caisse annuelle de 12 pinots noirs Réserve (une bouteille par domaine), tirée à 144 exemplaires, et vendue 480 francs. A quand la caisse de Completer? Sa renaissance est programmée jusqu'en Valais, au Clos Tsampéhro, qui le vinifie en barriques, et chez Marie-Thérèse Chappaz.



**L'étiquette**  
Completer Grand Maître 2017  
**Le prix** 43 fr./bouteille  
**L'adresse**  
[www.weingut-hermann.ch](http://www.weingut-hermann.ch)



DESIGN

## Réveil en douceur

Lumière de l'aube, éloge de la sagesse... C'est ce que le terme Xi, en chinois, signifie. Et c'est le nom de la nouvelle collection de lampes éditée par Poltrona Frau. Pour ces luminaires, la maison de meubles italienne centenaire, connue surtout pour son travail du cuir, s'est associée à Lyndon Neri et Rossana Hu, duo star du design asiatique contemporain basé à Shanghai. La série Xi – deux suspensions et une lampe de table – diffuse une lumière douce et délicate à la manière d'une lanterne chinoise. Mais le verre qui les habille a été soufflé artisanalement dans un atelier vénitien... Joli mélange de savoir-faire pour un objet qui doit insuffler, conformément à son nom, un esprit de renaissance à chaque journée qui débute. *K.B.*

Lampes Poltrona Frau, collection Xi, en verre soufflé, cuir et laiton, dès 2800 francs environ.



Détail du sac en coton brodé Grocery Bag Bains des Paquis.

## MODE

# Genève sur sa chemise

Esprit des lieux et esprit mode: la jeune marque française en vogue, Kilometre.Paris, parie sur cette association. Pour le magasin Globus à Genève, qui l'accueille ces trois prochains mois en une boutique éphémère, elle a développé une collection de vêtements et d'accessoires dévolue aux emblèmes de la ville du bout du lac. L'élément phare? Les broderies inspirées des bains des Paquis. Parmi les pièces uniques, on notera la chemise vintage avec, sur le devant, un plongeur et le Jet d'eau. Mais aussi un détail: les coordonnées GPS de la ville ont été brodées en rouge sur la manche gauche. Quand on sait que la marque a été fondée, en 2015, par la créatrice de mode Alexandra Senes, née à Dakar, élevée à New York, vivant aujourd'hui à Paris, on comprend



Chemise en coton khadi (filé, tissé main), Kilometre.Paris, 599 fr.

mieux la philosophie cosmopolite qui l'imprègne. Surtout qu'Alexandra Senes est tombée, par hasard, sur un stock de très anciennes chemises qui exigeaient LA bonne idée. A chaque pièce, donc, sa destination symbolisée et brodée: pour Cuba, les perroquets de l'île de Cayo Levisa, pour le Mexique, les fleurs du Jardin Las Pozas, pour Paris, les eaux de la Seine... En prime aussi, un microguide de voyage, qui présente l'endroit et ses bonnes adresses. La démarche du jeune label ne serait pas complète sans la touche artisanale. Ainsi les paniers sont confectionnés dans des ateliers au Maroc, alors que les pièces en tissu sont brodées à la main en Inde et au Mexique. *Kathleen Brosy*

En vente sur [www.globus.ch](http://www.globus.ch) ou au grand magasin Globus, rue du Rhône 48, à Genève, du 1<sup>er</sup> avril au 30 juin.

## MONTRE

# Trompeuse géométrie



Il n'y en avait que pour la Royal Oak, cette icône de la haute horlogerie que les aficionados identifient en un clin d'œil, même sur un poignet à l'autre bout de la pièce, grâce à sa puissance et à son emblématique forme octogonale. Depuis le début de l'année, la ligne phare d'Audemars Piguet a un petit frère. Ou une petite sœur? La toute nouvelle collection Code.1159 se veut unisexue et mise sur une approche subtile. A première vue, la montre est classiquement ronde. Ne pas s'y fier! Le boîtier légèrement octogonal inscrit la nouvelle venue dans la tradition de la maison du Brassus, tandis que le verre doublement incurvé et les cornes ajourées lui confèrent un profil très contemporain – il faut prendre le temps d'apprécier la subtilité de ces lignes qui défient les règles de géométrie. Depuis 144 ans que la maison AP signe des montres au luxe ultime, c'est la première fois qu'une ligne entière est lancée de manière aussi aboutie. Et le nom? Il est 23 h 59: l'aube d'un jour nouveau, où il reste encore beaucoup à créer, à rêver, à perfectionner. *R.L.*

Ligne Code.1159 Audemars Piguet, 13 références unisexue 41 mm, dès 27000 fr.



## ACCESSOIRE

# Playa style

Des femmes se baladant sur la plage, un sombrero sous le bras, voilà pour l'inspiration. Le minimalisme raffiné de Jil Sander a fait le reste: un objet mi-sac mi-panier, tout en grâce, pour emmener la plage en ville. Eté, nous voilà! *K.B.*

Sac Sombrero Jil Sander, 8 coloris, cuir de veau, env. 2200 fr.



L'Art nouveau triomphant: l'Hôtel van Eetvelde construit par Victor Horta en 1897.

EXPO

## Découvrir Horta

Il est la tête de file de l'Art nouveau en Belgique, et Bruxelles regorge de ses bâtiments aux arabesques dansantes. Cette année, la demeure privée de l'architecte Victor Horta fête les 50 ans de sa conversion en lieu consacré à l'œuvre de l'artiste. A cette occasion, ce qui est devenu le Musée Horta propose trois expositions – dans la maison, l'atelier et l'extension – sur le penchant collectionneur de l'architecte. Le Belge, qui aimait dessiner du mobilier, s'entourait d'objets orientaux. On découvrirait ses goûts en errant dans la véranda et le salon de musique. Mais si l'on veut traquer ses réalisations architecturales, la balade s'impose. Arrêt conseillé à la Maison Frison dans le quartier néogothique du Sablon: le corridor principal de cet hôtel particulier privé, dont les murs sont mouchetés de motifs floraux et d'arabesques, s'ouvre sur un jardin d'hiver romantique à l'abri des

regards. La rénovation des étages supérieurs est en cours – le lieu abrite la Fondation Horta – mais l'endroit peut se visiter sur demande. A quelques encablures se dévoile la façade de l'Hôtel van Eetvelde (*photo ci-dessus*), maison de maître achevée en 1897 et classée au Patrimoine mondial de l'Unesco. Ce chef-d'œuvre d'Art nouveau s'articule autour d'un puits de lumière décoré d'une verrière chatoyante posée sur une fine structure métallique. On ne quitte pas Bruxelles sans passer par la... gare (centrale). Ce projet de Victor Horta sera interrompu par les deux guerres mondiales et finalement terminé par un autre architecte qu'Horta, décédé en 1947. Devant la façade ondulante, on n'oublie pas de lever le nez. *Julie Gaudio*

«Collection de collectionneurs. Trois expositions sur le thème Horta-collectionneur», Musée Horta, Bruxelles. Jusqu'au 30 juin 2019. [www.hortamuseum.be](http://www.hortamuseum.be)



SENTEUR

## Vent du Sud

Un souffle d'Italie chez soi? Simple comme Buongiorno, l'un des mélanges de senteurs (citron, menthe, romarin, lavande, jasmin, bois de cèdre, musc) de la Home Collection de la marque Acqua di Parma. Celle-ci s'ouvre en effet aux parfums de maison, bougies et diffuseurs: cinq fragrances pour cinq moments du jour. Dont Caffè in piazza, et surtout, Oh, l'amore! K.B.

Home Collection, Acqua di Parma, dès 85 fr.



EXPO

## Le verre, honneur du vin

Des bouteilles tout en courbes féminines, des carafes en forme d'estomac (si, si), des verres suspendus... Quand art et design s'emparent des récipients du vin, cela donne une centaine d'objets peu ordinaires. Sur 700 m<sup>2</sup>, *Renversant* met en lumière le stylisme verrier; l'occasion de découvrir différentes symboliques du vin. K.B.

Expo «Renversant», du 15 mars au 30 juin, à la Cité du vin, à Bordeaux.

## Et mes vinyles deviennent frisbees

### TOYS FOR BOYS



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

A une discothèque poussièreuse, entièrement ou partiellement composée de vinyles, le Mag-Lev Audio ML1 permet de rendre un lustre technologique enfin digne de ce début de XXI<sup>e</sup> siècle. En bref, le disque vole, et c'est TRÈS cool. Le design de l'engin est minimaliste, puisqu'il s'agit de montrer le plateau tournant en lévitation au-dessus de la platine, elle-même ceinturée d'un cercle de diodes électroluminescentes donnant une touche rétrofuturiste classieuse. Pour rendre ce miracle possible, les ingénieurs slovènes de Mag-Lev ont truffé le moteur de bobines



maglevaudio.com. Disponible en noir, blanc et applique de bois.

électromagnétiques et d'aimants. Le tout ne comporte aucune pièce mobile, ce qui diminue les vibrations, ennemies jurées de tout audiophile qui se respecte. Côté son, justement, le bras, entièrement en fibre de carbone, est un Pro-Ject 9cc, produit autrichien dont on dit généralement beaucoup de bien. La cellule, qui abrite le diamant, est une Ortofon OM 10, dont la précision et la neutralité font référence. Elle peut être changée pour n'importe quel modèle de la marque. Enfin, les bilieux, les maladroits ou plus simplement les malchanceux seront rassurés par les mesures de sécurité mises en place pour éviter tout accident «en vol». En cas de coupure de courant, le système relève le bras et arrête le disque, alors que quatre pieds surgis de la platine viennent soutenir le plateau tournant. Cette merveille vous en coûtera un peu moins de 3000 fr. Un peu cher, pensez-vous? Bah... si le snob de Boris Vian se chauffait au diamant, vous pouvez bien vous échauffer l'âme au miracle de la lévitation!

CARTIER.CH - 044 580 90 90



*Cartier*

GUIRLANDE DE CARTIER



La Birk de l'été par Rick Owens a l'esprit rock: du métal et une sangle qui lèche le sol.

## L'orthopédie griffée

**J**AUNE CITRON, ELLES ÉTAIENT... Sur le tapis rouge qui menait à la cérémonie des Oscars, à Los Angeles, fin février, Frances McDormand a paru en longue robe fuschia signée Valentino haute couture, les pieds chaussés... de sandales Birkenstock acidulées. Certes, l'actrice américaine porte avec panache ses 62 ans, mais son choix avait peu à voir avec des pieds endoloris. Il se voulait manifeste contre une vision sottement sexy de la femme, mais aussi et peut-être surtout, un hommage à une nouvelle icône du style. La fière chaussure orthopédique avait en effet été conçue exclusivement pour la star par Pierpaolo Piccioli, directeur artistique de la marque Valentino. L'Italien est le talent du moment, réputé pour capter au mieux l'air du temps.



Valentino x Birkenstock



Rick Owens x Birkenstock

Et il signe par ailleurs une collaboration avec le chausseur allemand, qui se matérialise en un modèle Arizona rouge vibrant ou noir laqué, siglé du logo VLNT, lit de pied en cuir (en vente online à... 440 fr.). Comme Kate Moss en 1990 dans le magazine *The Face*, les rebelles de la mode ont souvent porté la Birk par défi, pour casser une allure. Mais voilà que les grands noms de l'ultra-luxe se l'approprient et l'adulent sans modération. La marque fondée en 1774 - 30 millions de paires vendues par an - vient d'ailleurs d'implanter un bureau créatif à Paris pour être dans l'œil du cyclone fashion, et sort ces jours la deuxième collection du designer américain Rick Owens. Chez lui comme chez Piccioli, pas de second degré ni d'ironie: juste de l'amour. ☺

TEXTE RENATA LIBAL



45 MINUTES DE TRAVAIL

À GAUCHE Le modèle tessinois ou l'expression joyeuse du travail manuel bien fait.

À DROITE EN HAUT Tout commence avec la toile. Anna D'Agostino, couturière, est responsable des étapes de découpe et de couture jusqu'à la pose de la noix (dr.).

AU MILIEU ET EN BAS Tout ce qui concerne la poignée est l'affaire de Matteo Alfano, en poste depuis trente-sept ans.

# A l'abri sous mon paradis

POUR STROTZ SA, LE MAUVAIS TEMPS EST DU PAIN BÉNIT. DEPUIS 168 ANS, L'ENTREPRISE FAMILIALE SAINT-GALLOISE D'UZNACH COUVRE LA SUISSE DE SES PARAPLUIES DE TOUT STYLE.

TEXTE PAULINA SZCZESNIAK

**U**NE POIGNÉE, de la toile, quelques baleines: c'est simple comme bonjour, un parapluie. Non? Roman Strotz a un sourire: «Tout dépend. Un modèle sophistiqué peut compter jusqu'à 200 pièces, entre les rivets, les joints, les vis...» L'homme est bien placé pour le savoir. Avec son oncle et sa cousine, il dirige – en cinquième génération – la plus ancienne fabrique de parapluies de Suisse. L'arrière-arrière-grand-père faisait le marchand ambulant de parapluies et réparait les pépins cassés. L'arrière-grand-père a ouvert la boutique à Urznach, travaillant au grenier, habitant à l'étage et vendant au rez. Les années 1950 ont vu les ventes fleurir à tel point qu'il a fallu s'agrandir. On a donc construit à l'orée du bourg le bâtiment où, aujourd'hui encore, quelque 5000 parapluies labellisés Swiss made sont fabriqués, à la main, chaque année. Ce n'était pas gagné: «En Suisse, dans les années 1970, on comptait 17 manufactures, souligne Roman Strotz. Maintenant nous sommes les derniers.»

Dans le vaste atelier de couture où de larges fenêtres font face à des montagnes de tiroirs pour l'outillage et les petites pièces, les machines témoignent de la longue histoire de la maison. Ici la machine à broder dernier cri («livrée avant Noël, car les parapluies signés sont un cadeau toujours apprécié»), là les poinçonneuses et machines à coudre qui semblent sorties d'un vieux film. «De beaux appareils, s'exclame Roman Strotz, le

problème, c'est que leurs fabricants n'existent plus et, lorsqu'il faut faire réparer quelque chose, on cherche longtemps le spécialiste qui saura quoi faire.»

**Noix, baleines et aiguillettes**

Dans la même salle, des rouleaux de tissus de toutes les couleurs possibles s'empilent sur des rayonnages. Sur une grande table, juste devant, sont coupés les triangles de toile, qui forment, par lot de huit, le toit du parapluie. On commence par couper au ciseau. Ensuite place à l'emporte-pièce. «Lorsqu'on travaille sur un imprimé qui doit composer un motif une fois le parapluie ouvert, les morceaux doivent être parfaitement ajustés», explique Anna D'Ascoli. Elle est l'une des sept couturières, aucune ne compte moins de dix ans dans la maison... Après les ourlets vient l'assemblage, puis l'ajout de la lanière de fermeture («avec une vraie pression, non pas un velcro bon marché»), et celui des aiguillettes, ces petites pièces à l'extrémité de la toile dans lesquelles s'inséreront les baleines. Les aiguillettes sont cousues l'une après l'autre sur un appareil spécial (sorte de machine à coudre): un bref chuintement, et c'est fait. Reste à fixer la noix, le point central du parapluie sur lequel viennent se joindre les baleines, et déjà, la toile peut être tendue sur l'armature. Un dernier contrôle pour s'assurer que le parapluie s'ouvre et se ferme bien, et c'est le tour de Matteo Alfano. C'est lui qui s'occupe de mettre la poignée. Dans son antre, vis-à-vis de l'atelier de couture, les cartons remplis de toutes sortes de modèles de poignées

s'entassent presque jusqu'au plafond tandis que sur l'établi gisent perceuse et pistolet à colle. Matteo Alfano est en poste depuis trente-sept ans (ça ne se voit pas, à croire que la fabrication des parapluies conserve) et son habileté en fait l'homme des spécialités, pour l'Opéra et le «Sechseläuten» (la fête du printemps de Zurich) ou des réparations. Il y a vraiment des gens qui portent leur pépin à l'atelier? «Bien sûr! Quand on possède un beau modèle, on le garde des dizaines d'années.»

Et pourtant: les 45 minutes que requiert la fabrication d'un parapluie coûtent fort peu... en Asie. C'est pour cela que 90% environ de la production de Strotz se fait, depuis le début des années 1990, à Shenzhen, en Chine. Par ailleurs, Strotz SA fabrique aussi des parasols et des pare-soleil pour bateaux, histoire de moins dépendre du temps. Car, comme dit le patron, «quand il ne pleut pas, on se retrouve à sec».

Et que dit le futur? Y a-t-il des innovations en vue? Selon Roman Strotz, la recherche de matériaux plus légers et plus robustes reste d'actualité. Mais surtout, l'important, depuis quelques années, est la question de la durabilité: «Nous venons de développer un imperméabilisant sans composants perfluorés. Désormais, ce produit est un standard pour tous nos parapluies. Et son favori à lui? Il doit bien en posséder des dizaines... «Non, je n'en ai qu'un, un parapluie de concours, que nous avons créé pour la finale 2011 de la Ligue des Champions à Londres. Mon cœur, en effet, ne bat pas que pour les parapluies, mais aussi pour le football!»



**Roman Strotz**

S'il fait depuis douze ans partie de la direction de l'entreprise Strotz SA, Roman Strotz, 47 ans, a commencé par s'en aller. Après un apprentissage dans une banque, il suit la Haute Ecole des sciences appliquées de Saint-Gall puis part à l'étranger. Son travail de diplômé sur le calcul des coûts dans la fabrication de parapluies, le relie, en revanche, à l'univers parental... Durant onze ans, Roman travaille à la Kibag, à Zurich, au Controlling, jusqu'à ce qu'à 36 ans, il entre – premier de la 5<sup>e</sup> génération – dans l'entreprise familiale. En 2014, sa cousine Andrea Strotz le rejoint. Dès lors, avec l'oncle de Roman, Edgar Strotz, les cousins dirigent Strotz SA qui, à Urznach, occupe 15 employés.



Harmonie et douceur des formes font écho à la quête actuelle de naturel. Modèle de NOO Paris, collections 2019.

# Caprices de décolleté

ACCESSOIRE SÉCULAIRE, LE SOUTIEN-GORGE ÉPOUSE LES CIRCONVOLUTIONS DE L'HISTOIRE. AUJOURD'HUI, LE SÉDUISANT DESSOUS ADORE LA LÉGÈRETÉ.

TEXTE LAURENCE DESBORDES

**A**UJOURD'HUI, il peut être invisible pour laisser la place au vêtement, ou discrètement apparent, ou encore visible au point de devenir une pièce d'habillement. Quoi qu'il en soit, le soutien-gorge se doit d'être présent. Et cela fait des siècles que cela dure... Mais avant le Moyen Age, la tendance était plutôt à cacher les attributs féminins.

En Grèce antique, la silhouette androgyne était un must: ressembler aux hommes, c'était avoir un accès à l'instruction et au pouvoir... Pour dompter leurs formes, les femmes utilisaient des bandelettes et les jeunes filles se bardaient d'une sorte de ruban pour empêcher les seins de se développer. La même volonté de gommage s'observe chez les Romaines qui, avec le strophium, aplatissaient leur poitrine. Le Moyen Age semble plus enclin à assumer les rondeurs, et un premier soutien-gorge fait son apparition, très semblable à celui des débuts du XX<sup>e</sup> siècle. Les encolures des robes étant peu échancrées, les seins n'étaient pas

exposés aux regards. Le but de ce sous-vêtement n'était plus de comprimer la poitrine mais de la soutenir. Seules les femmes de haute distinction étaient concernées.

## Une période corsée

C'est alors que se profile le corset, au début cousu autour d'une armature en bois, puis en métal. Durant plus de 400 ans, il affine les tailles, faisant ressortir les hanches et les poitrines, devenues symboles de la féminité et de la beauté. Mais ce carcan n'est pas porté par toutes les femmes, «privilège» des nobles et des grandes bourgeoises, mais aussi des filles de petite vertu, qui devaient séduire pour survivre. Le corset, au propre comme au figuré, empêche la femme de respirer et de vivre librement. Réduite au rang d'objet consommable, elle doit soit se faire épouser, soit vivre de ses charmes.

À l'aube du XX<sup>e</sup> siècle, à l'Exposition universelle de Paris, le corset paraît pour la première fois scindé en deux, entre gaine et «maintien-gorge». La mode s'empare de cette invention et la pousse sur le devant des magazines. *Vogue*, qui, à l'époque, n'existait qu'aux États-

Unis, choisit pour nommer le soutien-gorge le terme bra (brassière). Les Américaines adoptent ce dessous, conçoivent des bonnets triangulaires reliés par un ruban et jettent les corsets aux orties. Progressivement, cet accessoire s'installe dans le quotidien des femmes. L'après-guerre met en avant les fortes poitrines, la plénitude, l'opulence. On entre dans le règne des pin-up et des soutiens-gorge qui transforment les seins en obus, pointus et lourds. Marilyn Monroe, Jayne Mansfield, en sont les icônes, tandis que Playtex lance, en 1954, le fameux cœur croisé, confortable. Une décennie plus tard, au tour de l'allemande Triumph de se rendre incontournable avec le modèle Doreen.

L'esprit fifties et ses seins pointus règne jusqu'aux années 1970. Le couturier Jean-Paul Gaultier en reprend les codes claironnants, les poussant jusqu'au paroxysme dans les années 1990, avec ses gaines et soutiens-gorge immortalisés par Madonna et Mylène Farmer. Coïncidence ou pas, Wonderbra connaît elle aussi un énorme succès au début 1990 avec ses push-up imaginés dès 1961, qui font pigeonner les gorges comme pâtes à gâteau levées.

IV<sup>E</sup>

1907

XIX<sup>E</sup>

1956

## GRACIEUX SOUTIEN

**IV<sup>e</sup>** Le strophium aplatissant des Romaines.  
**XIX<sup>e</sup>** Tout pour le maintien, rien pour le confort: le corset de nos aïeules.  
**1907** Publicité pour un modèle «indispensable aux dames qui font du tennis».  
**1956** Jayne Mansfield ou l'opulence conquérante.  
**1969** Le confort d'un bon maintien proposé par la marque Triumph – avant que les femmes renoncent à leur soutien-gorge.  
**2012** Madonna en Jean Paul Gaultier.  
**2018** Modèle signé Mary Katrantzou pour Victoria's Secret.  
**2019** Dernière collection Eres: brassière Azalée, coloris végétal. Presque une chemisette.



1969



2012



2018

2019



## LÀ OÙ NAÎT L'ESPRIT DE PÂQUES

spruengli.ch/shop

Les années 1970 débarrassent les femmes de nombreuses contraintes et beaucoup choisissent de ne plus porter de dessous. Mais dès 1980, les balconnets renaissent dans un esprit de séduction libérée. Entre amplifier, exhiber ou sobriifier, diverses philosophies coexistent depuis. Et aujourd'hui, les marques de lingerie fleurissent. Le soutien-gorge est devenu un accessoire de mode tel que chaussures, collants et dans une moindre mesure sacs à main.

Mais les codes ne sont pas les mêmes partout! Les ventes d'une maison comme Victoria's Secret fléchissent en Europe car ses créations hypersexuées répondent davantage aux fantasmes masculins qu'aux envies féminines. Et ce, même si la marque américaine, après avoir collaboré en 2017 avec la très sexy maison Balmain, a demandé à la joyeuse Anglaise Mary Katrantzou de signer une collection tout en fleurs.

Il semble qu'en Europe nous nous soyons installés dans une ère d'harmonie, celle du «Golden ratio» ou «nombre d'or». Cette sorte d'équation, dont le résultat doit toujours être 1,61803398875, définit les proportions idéales en géométrie. Utilisée depuis l'Antiquité dans les domaines artistique et architectural, elle est aussi devenue règle d'or dans le secteur de l'esthétique. Sandrine Grept-Locher, médecin esthétique à Genève, applique cette référence à la poitrine et confirme la tendance: «On n'est plus dans la démesure. Celles qui se sont fait outrageusement gonfler les seins choisissent de revenir à des proportions plus normales. Les femmes veulent aujourd'hui des poitrines rondes, gracieuses et douces à regarder.» Directrice de studio pour la maison française Erès, Marie-Paule Minchelli appuie

ces observations: «Nous sommes dans un mouvement naturel. Le bio, la phytothérapie, le végétarisme, tout cela se ressent dans la mode et dans les dessous.» Erès continue à développer ses formes triangles, mais aussi des balconnets ou corbeilles emboîtants sans mousse ni coussinets. En outre, cette marque de lingerie a développé depuis peu des brassières ou caracos très habillés, qui maintiennent tout de même la poitrine. Dépassant des blazers ou des pulls, ils sont de plus en plus utilisés en guise de chemisiers.

Même son de cloche auprès de Kiki de Montparnasse, petite marque new-yorkaise: ses tops soutiennent les seins tout en s'affirmant un vêtement à part entière. Idem aussi chez La Perla qui oscille entre les triangles en dentelles et les caracos soutiens-gorge. Quant à Dior, il ne s'y fait «plus de ligne de lingerie depuis l'arrivée de Maria Grazia Chiuri, mais des pièces en transparence avec des brassières qui habillent les looks», explique Benjamin Bourgeron, attaché de presse international de la maison de couture française.

Les marques plus grand public comme l'italienne Intimissimi, qui a loué les services de l'actrice Sarah Jessica Parker pour sa campagne publicitaire, prêchent l'harmonie et le confort: les soutiens-gorge caracos en dentelles se portent sous une veste de smoking.

On laissera le mot de la fin au docteur Sandrine Grept-Locher, qui pense qu'en Suisse et dans les pays voisins, «les Barbies à la poitrine volumineuse n'ont plus la cote. C'est à partir du moment où les volumes et les proportions sont respectés que l'on entre dans le domaine du beau.» Kim Kardashian et Nicki Minaj n'ont qu'à bien se tenir. ☉



Hedi Slimane, un créateur français passionné par la photo, la musique rock et la Californie.

# UN STYLE, UN TRAIT

ALORS QUE SA PREMIÈRE COLLECTION POUR LA MAISON CELINE ARRIVE EN BOUTIQUE, LE DESIGNER HEDI SLIMANE SORT DE SON SILENCE LÉGENDAIRE.

TEXTE LAURENCE BENAÏM © LE FIGARO

**D** EPUIS SES DÉBUTS, il y a vingt ans, Hedi Slimane n'a donné qu'une poignée d'interviews. Il ne s'était pas exprimé à l'annonce, par LVMH, le 21 janvier 2018, de sa nomination en tant que directeur de la création artistique et de l'image de la maison Celine. Une nomination surprise à la tête de cette maison créée en 1945 par Céline Vipiana, qui propulse une nouvelle fois le Français sur le devant de la scène. Sa première collection qui arrive en boutique marque son grand retour dans la mode, deux ans après son départ de Saint Laurent. Visionnaire, Hedi Slimane fait corps avec ses passions – de

la photographie à la mode et à la scène rock – pour tracer ses lignes de force. Manière pour l'ancien élève d'hypokhâgne qui rêvait d'être journaliste, de «documenter» l'époque, comme il le dit, avec des images et des silhouettes à fleur de nerfs. Dans cet entretien, il parle à cœur ouvert de sa famille, de ses affinités électives, des réseaux sociaux, révélant une personnalité hors norme qui fascine et intrigue.

**Comment avez-vous vécu ce retour à la mode après deux années d'absence?**

Je suis heureux de retrouver une maison française, une tradition, des métiers, des ateliers. Paris a gardé une spécificité en termes de «main»,



La femme Slimane, racée et androgyne, telle qu'elle apparaît dans la collection printemps-été 2019, chez Celine.

un chic irréductible. Ce savoir-faire correspond à un état d'esprit, une forme particulière de ressenti qu'on ne peut trouver qu'à Paris.

**Voilà dix ans que vous vivez aux Etats-Unis. Amorcez-vous une nouvelle vie en Europe?**

J'y réfléchis. Je n'ai pas encore pris ma décision. Je suis arrivé en Californie en 2008, déjà très attiré par Los Angeles, où je me rendais régulièrement. Je commençais toutes mes collections Dior là-bas, dans ma chambre d'hôtel. La ville était encore endormie, c'était parfait pour remplir une page blanche. Il n'y avait guère de stimulation créative ou artistique, ni l'émergence d'une scène musicale forte. Cela s'est précisé plus tard, à partir de 2008. La victoire de Barack Obama a joué un rôle important, elle signifiait quelque chose de prometteur. A contrario, l'élection de Donald Trump a créé un climat d'incertitude assez fort auquel il est impossible d'échapper. La Californie est entrée en résistance, mais l'énergie a changé irrémédiablement.

**Le fait que la maison Celine soit installée dans un hôtel particulier parisien du XVII<sup>e</sup> siècle a-t-il été déterminant?**

J'ai eu la chance de trouver ce lieu à mon arrivée. C'est un endroit unique, le contrepoint de mon studio californien, une boîte blanche minimale où je dessine mes collections. L'Hôtel Colbert de Torcy est d'une grande rigueur. L'ordonnance élégante des bâtiments de pierre nue et de la cour carrée est en ligne avec le projet.

**De quelle manière avez-vous réorganisé les lieux?**

Il était indispensable de renforcer les ateliers et d'ajouter un atelier tailleur destiné à la création des collections homme, et femme par extension.

**En quoi votre vision de Celine tranche-t-elle avec celle de Phoebe Philo (la précédente DA de Celine, *ndlr*)?**

Nos styles respectifs sont identifiables et très contrastés. La vision est naturellement distincte. Du reste, on n'entre pas dans une maison de couture pour imiter celui qui vous a précédé, encore moins pour s'approprier l'essence de son travail, ses codes et éléments de langage, ni à l'inverse aller contre ce qui a été fait. Ce serait un contresens. Un couturier, c'est quelqu'un qui s'exprime authentiquement

à travers ce qu'il sent. A chacun sa manière de raconter son époque. Ma perception de la mode a toujours été nourrie par un certain classicisme, et l'héritage de la couture, l'esprit de Paris, où je suis né, où j'ai grandi, de jour comme de nuit. J'ai trouvé mon style, à moins que cela ne soit l'inverse, il y a plus de vingt ans. Il passe par une ligne, un trait, une allure et une silhouette que je poursuis obsessionnellement depuis, et qui définit ce que je suis. Il m'appartient, et je suis en retour son obligé.

**Comment appréhendez-vous la griffe en elle-même?**

J'ai toujours été sensible à cette notion de grande qualité, de savoir-faire inhérent à la maison, ce sens de la tenue. Dans ce contexte, l'idée de jouer avec les codes de la bourgeoisie est intéressante. De plus, chez Celine, le poids du passé n'est pas aussi fort que chez Dior ou Saint Laurent. On peut davantage s'en affranchir. Celine, c'est une vision de Paris. Un certain porté...

**Les réactions provoquées par la suppression de l'accent de Celine rappellent celles de la suppression du «Yves» devant Saint Laurent? Pourquoi cette volonté presque obsessionnelle de marquer graphiquement votre territoire?**

Il ne s'agit en aucun cas de marquer mon territoire, bien au contraire. Tous les fondamentaux doivent être considérés avec beaucoup d'attention sans perdre de vue le long terme. C'est de l'orthodoxie, tout simplement. Il y a toujours des réactions très affectives sur les logos, cela est aujourd'hui amplifié par l'effet viral et participatif des réseaux sociaux. C'est un passage obligé. Les grandes maisons sont vivantes, elles doivent à la fois évoluer et retrouver l'essence de ce qu'elles sont vraiment.

**Votre esthétique a souvent été qualifiée d'androgynie ou, plus précisément, d'ambisexuelle. Pouvez-vous la redéfinir dans un contexte marqué par la multiplication des collections mixtes et le triomphe de la mode inclusive?**

Je campe sur mes principes. Pourquoi renoncerais-je à ce qui me définit? Historiquement, dès qu'on touche à la silhouette, les réactions sont toujours très sensibles, je pense au New Look de Christian Dior, comme à la collection Libération d'Yves Saint Laurent, en 1971. Une



## La jeunesse, c'est l'énergie pure, la vie à toute allure

ligne, c'est toujours tabou, et en même temps c'est la base de tout. J'ai remis, il y a vingt ans, les épaules à leur place, puis redéfini une ligne de taille. J'ai reconstruit ce qui avait été déstructuré en intégrant, dans le porté, la notion de mouvement, de «filant» pour reprendre un terme photographique. Cela fait partie de mes obsessions. J'ai toujours interprété l'idée du «masculin», en l'incarnant autrement qu'à travers le corps, les muscles, les lieux communs de la virilité.

**Le noir, à travers lequel chaque grand couturier ou créateur exprimait sa différence, est aujourd'hui un refuge, il s'est comme uniformisé, standardisé. Parlez-nous de votre noir...**

Le noir, c'est le trait acéré, la ligne sans artifice. Il est indissociable de mon style en mode ainsi qu'en photographie. J'ai beaucoup travaillé sur les effets de noir, notamment les effets laqués, satinés, lustrés, cuivrés, par opposition à la matité. Dans la création de tissus ou cuirs exclusifs pour Celine, le noir demande une attention toute particulière. Cela passe par des centaines d'échantillons de recherche afin de trouver la veste noire ou la petite robe noire parfaite.

**De quelle manière votre enfance a-t-elle été déterminante?**

Il y a toujours eu du tissu autour de moi... Posé sur des rouleaux de flanelle, j'attendais ma mère pendant des heures. Enfant, j'aurais préféré jouer au parc, plutôt qu'être au marché Saint-Pierre. Adolescent, tout était toujours trop grand sur moi. A quelques exceptions près, des blazers Ivy League dénichés aux Puces au milieu des années 1980, des costumes de Savile Row chinés à Notting Hill à 18 ans, il était impossible de trouver la bonne veste. Je flottais dans tout. Ma mère savait couper les vestes «au chic», sans patron. Celles qu'elle me confectionnait étaient parfaites. Je viens du reste d'une famille de tailleurs de Pescara, dans les Abruzzes, en Italie. Au fond, faire ce métier, c'est peut-être poursuivre sans fin cette tradition familiale.

**En quelques photos postées sur le compte Instagram de Celine, vous avez tout de suite créé le buzz...**

Ce sont des premières impressions, une galerie de portraits, celui d'une génération. Le portrait photographique précède toujours la mode que je crée. Je ne suis pas sensible à la beauté, mais à l'énergie,



à la personnalité. Aujourd'hui, j'ai en face de moi des filles et des garçons qui viennent chaque jour essayer des modèles: ce sont nos complices, je les admire, leur présence est capitale. Les couturiers ne sont rien sans leurs mannequins. Je les vois comme des artistes. Une robe à laquelle je tiens ne passera pas sur le défilé si elle n'est pas incarnée, «enlevée» avec naturel par un mannequin avec lequel le modèle finit par se confondre.

**Aujourd'hui la jeunesse semble vampirisée par la notion de «millennials», génération 2.0... Votre définition à vous?**

J'ai toujours photographié, documenté et habillé la jeunesse. Elle a été au cœur de tout ce que j'ai fait à ce jour, en photographie et en mode. Elle règne sur mes podiums, maison après maison. Cette terminologie récurrente des millennials, façon école de commerce, est assommante. La jeunesse qui la précède n'était pas moins intéressante et engagée, et celle qui la suivra sera tout autant décisive. C'est comme si on découvrait aujourd'hui le lien ténu et fondamental entre jeunesse et mode, ou le lien organique entre jeunesse et musique. Cela tombe sous le sens, avec ou sans internet et réseaux sociaux. Quelle que soit l'époque, c'est l'énergie pure, l'exaltation de chaque instant, l'émotion à fleur de peau, la vie à toute allure.

**Qu'en est-il de Lady Gaga, qui a enflammé la planète numérique avec votre premier sac Celine?**

Je lui ai offert ce sac en privé parce que c'est une amie de longue date.

**Comme elle, vous souffrez d'un mal particulier. Pouvez-vous parler de ce qui vous atteint chaque jour?**

Je souffre d'acouphènes sévères et chroniques. C'est arrivé il y a près de deux ans, un matin, des bruits persistants et obsédants. J'ai vu de nombreux spécialistes mais il n'y a pas de remède. J'ai tout d'abord perdu pied et suis passé par une période très noire, des phases d'anxiété difficilement supportables. L'idée de ne plus connaître le silence m'était inconcevable. C'était une spirale, une souffrance au quotidien. Dieu merci, mes amis, mes proches m'ont été d'un grand secours. J'ai aussi réalisé ce qui me semblait le plus précieux, ce qui donnait du sens à ma vie, notamment la joie et la nécessité vitale de créer, d'associer la mode à la photographie.

**Votre définition du style?**

Le style, le style personnel en l'espèce, est une discipline faite de renoncements. C'est quelque chose en vous, et qui est plus fort que vous. Enfin, un style est toujours confronté à une époque, il vibre avec elle.

**Votre devise?**

Tenir. Quels que soient le but, les postures, les avis, le bruit, les agendas, la clé de tout, c'est préserver l'enchantement. ☺

**SILHOUETTES FORTES**

**PAGE DE GAUCHE**

(En haut) La première collection Celine (printemps-été 2019) a suscité passablement d'émotion: et si le créateur ne faisait que se répéter? Les jupes mini sont-elles toujours dans l'air du temps?

(En petit à droite) Cette image de la campagne Celine 2019 renforce l'identité sexy et sauvage qui accompagne toujours le créateur.

(En bas) Le smoking revisité est l'emblème de l'esprit rock et ligne slim, qui ont fait la renommée d'Hedi Slimane, à l'époque Saint Laurent (collection printemps-été 2014).

**SUR CETTE PAGE**

Pour sa première collection Celine homme (automne 2019), Slimane dédaigne le streetwear ambiant afin de renouer – toujours – avec les pièces de tailleur, à la minceur post-punk.

**swissflex®**

Swiss Premium Beds



swiss made



**Swissflex® Box – se coucher dans le luxe**

La nouveauté unique des lits Swissflex® Box donne des ailes à un confort de sommeil de classe supérieure.

Surtout pour les amateurs du look Boxspring, Swissflex offre un cocon de douceur incomparable – dans des matières nobles et un design élégant. Le sommier à lattes en bois haut de gamme ainsi qu'un réglage automatique pouvant compter jusqu'à quatre moteurs vous offrent un confort inégalé.

Maintenant chez le revendeur Swissflex® de votre région.

swissflex.com

# FORCE ROUGE

C'EST LA COULEUR DU MOMENT,  
CELLE QUI FAIT VOIR LA VIE  
EN MODE INCANDESCENT.

PHOTOGRAPHE ANOUSH ABRAR STYLISME SIMON PYLYSER



Veste de smoking en laine vierge, **Sébastien Jondeau** pour *Karl Lagerfeld*.  
Polo en coton, *Fendi*. Pantalon de jogging en coton, *Christian Dada*.



Manteau en laine et coton, **Paul Smith**. T-shirt en coton, **Moncler**. Montre **Hublot Big Bang Ferrari**, automatique, chronographe Unico avec fonction date, boîtier titane, 45 mm, bracelet en alcantara avec surpiqûres rouges et caoutchouc noir.



Robe de soirée drapée en satin, **Balenciaga**. Boucles d'oreilles disque en argent, **Marc Deloche**. Escarpins en daim et métal, **Luis Onofre**.



Combinaison zippée, en toile de coton à rayures, ajustée d'un cordon de serrage, **Hermès**. Maillot de bain en coton, **Jour/né**. Boucles d'oreilles en laiton, **Louis Vuitton**. Sandales en cuir, **Elie Saab**.



Veste de costume en canvas et chemise classique en coton, **Givenchy**.

Manteau Barbade en laine et soie, **Akris**. Robe pull en coton, **Karl Lagerfeld**. Boucles d'oreilles en laiton, **Louis Vuitton**. Sandales montantes en veau et toile technique, **Hermès**. Montre **Hublot Techframe Ferrari Tourbillon Chronograph**, mouvement mécanique, tourbillon chronographe doté de 115 heures de réserve de marche, 45 mm, boîtier saphir et or blanc, bracelet en caoutchouc gris.

**Assistante photo**  
Diane Deschenaux  
**Coiffure** Ana Rodriguez  
**Maquillage** Chiara Guizetti  
**Casting** Isadora Banaudi  
**Mannequin femme**  
Anna Koszegi  
**Mannequin homme**  
Lucas Dambros  
**Production** Lucie Voisard  
**Direction artistique**  
Géraldine Dura

CE SHOOTING A ÉTÉ  
RÉALISÉ EN PARTENARIAT  
AVEC HUBLOT.



Flavio Manzoni, dans son bureau du nouveau Centro Stile, avec une Techframe Ferrari Tourbillon au poignet.

# Montres bien carrossées

À LA TÊTE DU DESIGN DE LA MARQUE FERRARI, FLAVIO MANZONI SUPERVISE AUSSI LA COLLABORATION AVEC LA MARQUE HORLOGÈRE HUBLOT. IL DÉTAILLE LES PONTS ENTRE CES DEUX UNIVERS.

TEXTE LA RÉDACTION

**L**A TOUTE PREMIÈRE montre Hublot estampillée Ferrari date de 2011. Depuis, une bonne cinquantaine de modèles ornent les poignets des amoureux de mécanique d'exception, de ceux qui pensent qu'un moteur doit allier performance, précision et esthétique, qu'il soit conçu pour donner l'heure ou pour faire avancer un bolide. A l'époque, l'architecte et designer automobile Flavio Manzoni venait d'arriver à la marque au cheval cabré, qui comptait quatre personnes au département design (le travail était confié à des entreprises externes comme Pininfarina). Aujourd'hui, ce studio de design est l'un des atouts majeurs de la maison avec plus de cent talents à demeure. Un bâtiment dédié – le très spectaculaire Centro Stile – a été inauguré en septembre dernier au sein du complexe Ferrari, à Maranello, conçu par Manzoni lui-même. Et c'est lui aussi qui s'investit avec passion dans l'art horloger. Interview.

## Qu'y a-t-il de Ferrari dans une montre Hublot?

On pourrait croire qu'une montre réalisée avec une marque de voiture déploiera des éléments aérodynamiques, mais ce n'est pas du tout ainsi que nous réfléchissons. Une montre n'a aucun besoin d'être aérodynamique. Chez Ferrari, nous mettons vraiment la forme au service de la fonction, avec une dimension artistique. Le pont, entre les montres et nos voitures, c'est la fierté du moteur parfait, mis en valeur en tant qu'œuvre d'art.

## On voit beaucoup de moteurs dans les musées Ferrari...

Exactement. Ils sont l'âme de notre savoir-faire. Et de celui de Hublot. Les premières montres ont été réalisées pour ainsi dire à quatre mains entre nos deux entreprises. Puis, en 2017, pour notre 70<sup>e</sup> anniversaire, nous avons vraiment livré le regard Ferrari, pour la première fois: le chronographe Techframe Ferrari Tourbillon, avec son boîtier évidé plutôt que moulé, comme nous le faisons pour un cockpit. Il est léger en poids et à l'œil, avec un jeu de vides et de pleins. Le cadran est pour ainsi dire flottant, avec une disposition asymétrique des affichages. Comme pour une voiture, nous nous sommes inspirés de ce qu'il y a sous la peau, de ce qui est invisible.

## Comment en êtes-vous arrivés à ce résultat?

A l'interne, j'ai lancé le projet sur une base volontaire, et l'équipe a réagi avec beaucoup d'enthousiasme. C'est toujours très motivant de réfléchir à d'autres objets que la voiture, pour faire sortir la pression et susciter des courts-circuits intéressants dans le processus créatif. Au départ, nous avons travaillé sur cinq projets en parallèle, puis nous avons choisi le meilleur. Tout le processus a duré environ 18 mois, pour créer cette sorte de «supercar» de l'horlogerie.

## Allez-vous travailler ainsi dorénavant?

Non, cela dépend de cas en cas. La plupart du temps, nous nous renvoyons la balle avec les équipes de Hublot. Le modèle Classic Fusion Ferrari GT qui sort maintenant est une alternative plus élégante et plus discrète, mais beaucoup moins complexe, naturellement. Je la trouve très belle et non conventionnelle.

## Un modèle très différent...

C'est tout l'enjeu de notre philosophie, chez Ferrari comme chez Hublot: chaque pièce doit répondre stylistiquement à des objectifs techniques différents. Elle doit donc être différente – forcément. Mais malgré cette diversité, il faut rechercher une identité commune forte, un air de famille.

## Quel est l'objet Ferrari que vous aimeriez créer?

Nous avons déjà de belles collaborations, comme avec l'éditeur de meubles Poltrona Frau, qui fait sens par rapport à notre expertise ergonomique du siège. Mais j'adorerais repenser le vélo, par exemple, dans un esprit de performance, de matériaux et de technicité. C'est aussi une machine incroyable et extrêmement désirable.

## Et ce Centre du Style, avec son enveloppe tel un voile à triangles d'aluminium doré que vous venez d'inaugurer?

Comme mon père et maître, je suis architecte de formation et j'ai eu le bonheur d'être fortement soutenu par feu Sergio Marchionne, pour cette création ambitieuse. Nous avons réalisé toutes les maquettes en 3D à l'interne, en fonction de la manière dont nous avions envie de travailler dans ces espaces. Trois bureaux externes nous ont aidés à finaliser le projet. L'idée maîtresse est celle de la lumière du jour, mais la transparence est protégée des regards extérieurs par des panneaux incurvés qui réfléchissent les brillances.

## Les voitures électriques: comment expliquez-vous que leur arrivée change si peu le design automobile?

Comme vous, je n'en reviens pas. Cette révolution marque un tournant dans notre industrie, qui ne se remarque absolument pas sur les routes. Pourtant, il y aurait vraiment matière! Je crains que ce ne soit l'effet d'un manque de courage, de pures barrières mentales.

## Et chez Ferrari, la voiture électrique...?

Allons, vous ne pensiez pas que j'allais vous répondre!

## Retour aux montres: à quel point les aimez-vous?

Je dois avouer que je ne m'y intéresse vraiment que depuis quelques années. Mais je me suis pris de passion pour cet art de créer quelque chose d'infiniment complexe, de parfait, dans un si petit espace. ☉



## MOTEUR

Le nouveau modèle issu de la collaboration entre Hublot et Ferrari sort ces jours. Comme ses prédécesseurs, le chrono automatique en carbone 3D Hublot Classic Fusion Ferrari GT met en valeur le mouvement, le «moteur» de la montre. Ce modèle de 45 mm (avec fonction date) se porte sur bracelet en cuir Schedoni et caoutchouc noir.

# 10 BELLES FAÇONS DE VOIR L'ÉTÉ



1 LOUIS VUITTON

2 VERSACE

3 ÉRIKA CAVALLINI

5 DIOR

4 WATANABE

## 1 Paradis Blanc

Naturellement élégant, le costume blanc est l'idylle du vestiaire masculin de la saison. Ce look frais et lumineux se réalise avec précaution, en portant grande attention au choix de la coupe et de la matière. Chez **Louis Vuitton**, le modèle blanc cassé oversize façon sport est traité chic par Virgil Abloh, qui vient de reprendre la direction artistique de la maison. Des silhouettes d'une élégance poétique et décontractée traversent aussi la collection Dior Homme que présentait Kim Jones, pour la première fois en tant que directeur créatif de la marque.

## 2 Solaire

On n'y pensait guère mais oui, le jaune s'impose... et en total look! Sans plus hésiter, on mise donc sur cette teinte acidulée pour faire le plein d'énergie. Afin d'assurer le coup, on choisit des coupes simples et élégantes, qu'on associe à une paire de baskets comme chez **Versace** par exemple, pour un aspect décontracté. On peut encore opter pour le tailleur droit qu'on accessoirise avec des sandales, un look inspiré des défilés Hugo Boss et Escada. Sobre mais boostant le moral et la silhouette.

## 3 Vêtu de paille

Nattée, frangée, tressée, la paille décline ses atouts. Cette fibre naturelle se porte avec grâce en ville, à la campagne, à la plage. On retrouve les classiques comme le chapeau opulent chez Valentino ou le panier ultrachic chez Chanel et Michael Kors. Mais on se laisse surtout tenter par la robe de paille Dolce Gabbana ou la jupe Christian Cowan. Plus séduisant encore, le voyage dans la ville catalane de Cadaqués que propose la collection d'**Erika Cavallini**: on aime cet ensemble aux proportions amples, à accompagner d'accessoires à l'esprit artisanal, comme le veut la créatrice.

## 4 Multipoche

L'homme de cette saison sera aventurier ou ne sera pas. La tendance de l'outwear tout terrain se répand partout avec ses habits fonctionnels... Et même si l'on a pour habitude de zapper devant le programme télévision chasse et pêche, il faut se préparer à voir débarquer le gilet multipoche en territoire urbain. Le plastique, le nylon et les matières techniques composent ces tenues pour une protection optimale contre vents et marées. Lanvin, Junya **Watanabe**, Haud Studio ou encore Louis Vuitton... tous, ils l'ont adopté.

## 5 Filet de pêche

Fini l'hippie cool! Entre exotisme et romantisme, la robe «filet» s'impose. En balade sur la plage? On adopte le modèle Altuzara parsemé de coquillages, qu'on porte avec des sandales nouées à la cheville. Un dîner aux chandelles? On craque pour la version sexy-mais-pas-trop de Maria Grazia Chiuri qui réinterprète à la perfection les jeux de transparence chez **Dior**. Longue et efficacement combinée à des tissus satinés, on la retrouve chez JW Anderson, Ports 1961, Pyer Moss ou Salvatore Ferragamo. Audacieuse, elle est la pièce à avoir dans son dressing.

# ON ASSUME LE TOTAL LOOK POUR L'AMOUR DE LA LIGNE. OU L'ON ALLUME LES CONTRASTES DE TONS ET DE MATIÈRES.

SÉLECTION **LÉONORE NOZ**



## 6 Or qui brille

L'année s'annonce étincelante avec une foison de sequins et de paillettes. Mais c'est avant tout le doré qu'on célèbre. Il illumine la silhouette le soir comme le jour, en pantalon chez Marc Jacobs ou Victoria Beckham. On adopte également la veste portée façon casual (oui, oui, c'est possible) chez Michael Kors ou le blouson sport et sexy chez Saint Laurent. Applaudissements à Hedi Slimane qui en avait fait sa signature quelques années plus tôt dans cette dernière maison, et qui a su l'imposer en jupes avec audace cette saison chez **Celine** (lire aussi p.16).

## 7 Autour du cou

Après la banane, un autre accessoire issu du streetwear séduit le monde fashion: la pochette de cou. Façon étui ou protège-passeport, elle se porte sur la poitrine, attachée autour de la nuque par une lanière ou une ficelle. Elle est repérée pour la première fois au défilé **Jacquemus**, alors que ce créateur fait ses débuts dans la mode masculine. La micro-sacoche voit son potentiel monter en flèche et fera bientôt partie de la panoplie du «mec cool». On la rencontre dès lors chez Valentino, Fendi ou encore Neil Barrett.

## 8 Seconde peau

Chez l'homme comme chez la femme, le cuir souple s'affiche généreusement. T-shirt, pantalon, chemise ou manteau en font leur bonheur dans la fluidité. Ce qu'on préfère: le total look, loin de la version ultravirile façon gang de motards californiens. On s'y enfle comme dans une seconde peau, subtile et délicate. Là où ça fonctionne? Chez Hermès, version workwear féminin, en cuir surpiqué, ultradésirable. Chez les messieurs, on craque pour le look **Paul Smith** aussi pop qu'élégant, inspiré *of course* du style british.

## 9 Asymétrie

C'est le détail qui tue: une bretelle ou une manche qui tombe, ou n'existe simplement pas. Et l'épaule de se dévoiler... Jadis d'une frivolité jugée provocante, cette tendance dessine aujourd'hui des silhouettes sensuelles assumées. On adore chez **Chanel** la robe à volants inspirée d'un tableau de John Singer Sargent: la bretelle cousue contre le bas laisse croire à un tombé accidentel, mais elle est un choix stylistique de feu Karl Lagerfeld. A retenir aussi: looks estivaux et coupes déstructurées chez Jacquemus, et drapés géométriques chez Max Mara.

## 10 Cycliste

Incontournable dans les années 1980, mais rapidement disparu des radars, le cycliste fait officiellement son retour. Une montée en force que l'on doit à l'influence du sportswear. A mi-chemin entre le bermuda et le legging, on peut dire qu'il est passé des podiums du Tour de France à ceux de la mode. Il se fait chic chez Fendi et Chanel, associé à une veste structurée ou des talons, fidèle à son origine sportive chez Marine Serre, ou «active wear» à la fois sauvage et romantique chez **Blumarine**. Bref, il mène une campagne de séduction tout-terrain.



Les éléments en LumiNova surlignent la structure et les axes de la pièce

conséquences des rejets radioactifs n'ont plus de secret pour personne. Les gadgets émetteurs d'ions négatifs, les porte-clés clignotants, tous les objets du quotidien deviennent soudainement suspects. Y compris les montres lumineuses.

C'est alors qu'Albert Reinhard Zeller, à la tête d'une entreprise spécialisée en matières phosphorescentes (future RC Tritec), rapporte de Chine une céramique luminescente à base d'aluminate de strontium. Non radioactif, non toxique, l'élément coche toutes les cases pour plaire aux horlogers (et au public). En 1994, le LumiNova est breveté, fruit des recherches du partenaire de longue date, le japonais Nemoto. Le développement du LumiNova constitue une révolution à la fois par son ampleur et par son large spectre: il sera adopté dans de nombreux domaines. En 2007, le Super-LumiNova, SLN pour les initiés, fabriqué à Appenzell par LumiNova Switzerland (joint-venture entre Nemoto et RC Tritec), prend la relève et devient LE produit dévolu à l'horlogerie. La matière à l'état de poudre collée sur le cadran fonctionne comme un accumulateur de lumière. Il suffit d'exposer sa montre au soleil ou à une lumière artificielle pour le charger.

Mais concrètement, où est la plus-value horlogère? Au-delà d'un usage purement fonctionnel, les éléments en LumiNova surlignent la structure de la pièce, stabylobossant certains axes ou éléments. On notera, par exemple, les heures découpées de la Cartier Santos Squelette Noctambule ou les indications de plongée de de la Blancpain Fifty Fathoms Automatique en titane. Ailleurs, les éléments luminescents se marient à une autre couleur pour renforcer la lisibilité (index blancs et bleus de la Panerai Submersible Chrono Edition Guillaume Néry) ou pour évoquer une filiation (les deux nuances de vert Munsell et blanc cassé de la Bell & Ross BR 03-92 Bicompas rappelant le code couleur de l'aéronautique).

Sunlights ad vitam

Des sources qui font réfléchir la lumière, il en existe encore d'autres... Bulgari utilise des barres vertes en ITR2 (matériau composite unique chargé de particules de nanotubes de carbone) et SLN (matière luminescente de haute technologie), permettant aux index de l'Octo Tourbillon Saphir de rendre la nuit toute la luminosité qu'elle a reçue le jour. L'entreprise MB-Microtec restée fidèle au tritium – sans les inconvénients de la radioactivité – propose, elle, d'encapsuler la matière dans des tubes de verre. Dit ainsi, cela rappelle les cours du «parfait petit chimiste»... Rien ne vaut d'admirer ces lumières en situation, notamment dans la marque maison, Traser. Ainsi peut-on se perdre dans le Grand-Nord avec la Traser P68 Pathfinder Automatic équipée d'une boussole luminescente (on parle de procédé Trigalight garanti vingt ans). Autre option: lire l'heure sous une aurore boréale islandaise avec la Luminox Ice-Sar Artic 1000 Series au poignet (qui bénéficie de la Luminox Light Technology soit des micro-tubes de gaz éclairant en continu durant vingt-cinq ans). Mais alors dans les eaux thermales du Blue Lagoon, à 39 degrés. ☺

Ça phosphore!

À LA NÉCESSITÉ SUCCÈDE LE PLAISIR... BRILLER DANS LE NOIR EST AINSI DEvenu UN ART TRÈS DÉCORATIF. ÉCLAIRAGE SUR L'HISTOIRE DE CES LUMINESCENCES.

TEXTE MATHILDE BINETRU Y

**R**EYKJAVÍK, FIN 2018: l'Ice-Sar, association de secours islandaise, tient son assemblée générale au bord de l'océan Atlantique Nord (qui doit friser les 4 degrés). Les garde-côtes présentent leur attirail pour résister aux conditions extrêmes du pays, hélico Super Puma, motoneige, tente de survie, navire amiral Thor... Tout pour parer aux dangers guettant une île isolée, sauvage, plongée dans les ténèbres une grande partie de l'année. Rien d'étonnant donc à ce que l'association ait choisi Luminox pour équiper les poignets de ses sauveteurs, soit une marque dont les montres de sport à haute performance font briller leurs aiguilles dans l'obscurité durant vingt-cinq ans garantis.

Ce qui a mis le feu aux poudres, ou plutôt la luminescence sur les poignets, c'est la découverte du radium, en 1898, par Pierre et Marie Curie. Cette matière réunit toutes les conditions pour briller la nuit, s'est réjoui

le Dr George F. Kunz, l'un des premiers à en couvrir les aiguilles de sa montre et à breveter le procédé. Très vite Panerai s'est intéressé aux développements possibles de la technique et a osé, en 1910, mélanger le radium avec des pigments phosphorescents tel le sulfure de zinc. La naissance de la célèbre Radiomir est suivie de l'avènement de modèles qui font le bonheur des plongeurs (on y voit enfin sous l'eau!), futurs Guillaume Néry dont le poignet devient luciole, même au bout du bout du monde.

Mais le radium est dangereux pour les ouvriers qui fabriquent les pièces. Et, en 1963, les montres qui contiennent des matériaux radioactifs sont interdites. Le radium est remplacé par le tritium (variante de l'hydrogène), supposé non nocif pour la santé tout en étant légèrement radioactif. C'est alors qu'un événement va tout remettre en cause. Le 26 avril 1986, à Tchernobyl, le réacteur de la centrale Lénine, situé à l'époque en Ukraine, explose. La population mondiale comprend que plus rien ne sera comme avant. En dix jours, les

DE HAUT EN BAS ET DE GAUCHE À DROITE

- Cartier Santos Squelette Noctambule
- Anonimo Nautilo LeOpard 2019
- Panerai Submersible Chrono Edition Guillaume Néry
- Blancpain Fifty Fathoms Automatique
- Luminox Ice-Sar Artic 1000 Series
- Bell & Ross BR 03-92 Bicompas
- Traser P68 Pathfinder Automatic
- Bulgari Octo Tourbillon Saphir

Dégradé de marron et de cuivre, de la palette Nude Skin Deep, de Nars.



# L'appel de la palette

QUI AIME SE MAQUILLER NE PEUT QUE SUCCOMBER AUX SIRÈNES DE LA... PALETTE. MAIS D'OÙ VIENT CETTE VAGUE DEVENUE COMPULSION? EXPLORATION.

TEXTE ISABEL HEMMEL

**F**INI. TERMINÉ. PUNKT SCHLUSS. Oui, les larmes ont coulé, l'an dernier, chez les fans de tutos beauté. De quoi s'agissait-il? Quelqu'un était-il mort? En quelque sorte... Une petite palette de fards couleur chair quittait les rayons. Mais pas n'importe laquelle: la palette Naked, d'Urban Decay. Du coup l'it-girl américaine Nicole Richie et ses amies influentes ont convié leurs suiveuses à un enterrement symbolique. C'était la fin de la première, la plus célèbre, des palettes de la série Naked, dégradés de poudres mates ou légèrement brillantes. Naked 2, Naked 3, Naked Heat, Naked Basics ont suivi, sans ternir le succès de l'originale, mise sur le marché en 2010 et qui a rapporté à l'entreprise quelque chose comme un milliard de dollars. Plus de 20 millions de palettes vendues, dans le monde entier, une Naked tendue chaque 6 secondes par-dessus un comptoir... De quoi s'émouvoir, non?

La vague, ensuite, n'a cessé de grossir. Toutes les marques de maquillage ont intégré de jolies palettes dans leurs lignes. Et le succès a suivi. Comment expliquer cet engouement? L'esprit boîte à coloriage pour grandes filles? Chez Naked, 12 nuances veloutées, rangées comme des chocolats, allant du pâle champagne au gris métallisé, permettent de dessiner un parfait smoky eye. Mais ne pourrait-on acquérir les deux, trois ombres à paupières convoitées séparément? Mathieu Arzac, directeur marketing de Nars, ne le pense pas: «Pour beaucoup de clientes, il est difficile de savoir quelle teinte va avec telle autre...» L'industrie cosmétique comble cette lacune avec bonheur. «Si ça ne valait pas la peine, souligne le spécialiste, nous ne produirions pas ces palettes.»

Nars aussi, en effet, propose ces boîtes de couleurs. Deux modèles viennent d'être lancés, l'un dans les tons nude, beige et brun (The Skin Deep Palette), l'autre dans les rose-violet (Ignited Palette). «Nos couleurs sont assemblées pour créer une harmonie optimale. Certaines combinaisons vont de soi, d'autres sont plus inattendues.» Aux fans à l'affût des dernières tendances, les palettes permettent de tester de nouveaux effets, réservés jusqu'alors aux professionnels du maquillage. Grâce aux tutoriels et vidéos produits par les marques et qui circulent

sur YouTube, des modèles de texture sortant de l'ordinaire trouvent leur public. Exemples? La palette de la collection Café Bônheur chez Lancôme (printemps 2019) qui juxtapose cinq pastels irisés et pailletés. Ou celles aux tons forts comme Obsession de Huda et Norvina Eye Shadow d'Anastasia Beverly Hills, ou celles qui déclinent d'improbables rouges chez Nars et Urban Decay (Naked Cherry).

## Eventail de promesses

Tout compte dans le succès de ces camaïeux en boîte: la qualité des teintes, les textures, le mélange, l'emballage. Comme dans une œuvre d'art, la composition est essentielle. De fait, avec le dessin sculpté sur la poudre, de nombreuses palettes paraissent si artistiques (par exemple la Palette 5 couleurs de Guerlain dans son style Art déco) qu'on a envie de les acheter rien que pour leur esthétique. Dur, dur de briser la poudre.

Pour Mathieu Arzac, la palette devient aujourd'hui «une obsession». Avec leur armada d'ambassadeurs, d'artistes et de designers, les marques réussissent à maintenir vif le désir. «Une palette est comme un petit jouet ou une sucrerie, analyse Mathieu Arzac. On veut l'avoir et l'essayer. Parce qu'elle est jolie et parce qu'elle est liée au monde de la mode. Repérés sur les podiums, dans les magazines ou sur Instagram, les looks et les techniques sont copiés et reproduits.» En plus du besoin d'être dans la tendance, il y a bien sûr l'envie d'être belle... C'est précisément ce que semble promettre l'objet à chaque individu avec son éventail de possibilités.

Les désirs s'allument par la peur de manquer... De nombreuses marques, dont Chanel avec Les 9 ombres, par exemple, ne mettent que des éditions limitées sur le marché faisant soudain flamber la demande. Ou alors, telle Urban Decay, on met à mort le plus célèbre des produits au moment opportun puis on console la communauté endeuillée en lui proposant un nouveau joujou, encore plus attirant.

Le succès de la palette, une histoire très marketing? Sans doute, mais de tout son chatonnement coloré, l'objet n'a aucune difficulté à devenir addictif. ☺



1. Palette Topaz Obsession, ombres à paupières mates et nacrées, **Huda Beauty**, 39 fr. 50. 2. Ombres à paupières, Naked Cherry, **Urban Decay**, 70 fr. 3. Palette Café Bônheur, 5 teintes ultra-pailletées et 5 nacrées, édition limitée, **Lancôme**, env. 55 fr. 4. Les 9 Ombres, Edition N°2 Quintessence, création de Lucia Pica, édition limitée, **Chanel**, 109 fr. 5. Palette Norvina, 14 teintes fantaisie, **Anastasia Beverly Hills**, 64 fr. 90. 6. Palette 5 couleurs N° 6 Bois des Indes, **Guerlain**, 84 fr. 90.

# RDV avec Bob

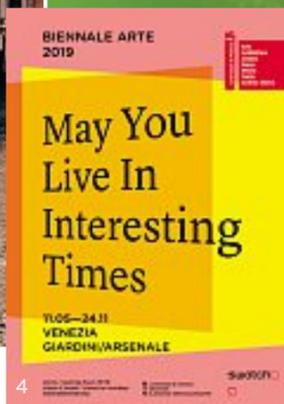
IL RAPPELLE LES ROBERTS DE L'US ARMY OU LES DANSEURS DE HIP HOP. LE VOICI VERSION STYLÉ.

SÉLECTION LÉONORE NOZ



- 1. Bob à plaque logo en nylon, **Maison Michel**, env. 460 fr.
- 2. Robe longue drapée en serge, **Oscar de la Renta**, env. 3647 fr.
- 3. Boucles d'oreilles clips en métal doré, **Kenneth Jay Lane**, env. 62 fr.
- 4. Ceinture en corde, **Kassl**, env. 59 fr.
- 5. Porte-monnaie en cuir de veau zippé, **Bally**, env. 320 fr.
- 6. Rouge Coco Flash 54 Boy, **Chanel**, env. 40 fr.
- 7. Cabas Teddy en lin, **Saint Laurent**, env. 1655 fr.
- 8. Sandales Rosa en cuir de veau, **ATP Atelier**, env. 233 fr.

- 1. Bob classique en nylon, **ACNE Studio**, env. 137 fr.
- 2. Polo Riviera en coton, **Sunspel**, env. 131 fr.
- 3. Pull à empiècements en maille, **Coohem**, 390 fr.
- 4. Lunettes de soleil à monture ronde, **Giorgio Armani**, env. 268 fr.
- 5. Pantalon Cargo en coton et matière technique, **Burberry**, env. 567 fr.
- 6. Chaussettes jaune moutarde, **Howlin'**, env. 30 fr.
- 7. Banane Grand Sac d'épaule, **Woolrich**, env. 307 fr.
- 8. Sandales à boucle et bride scratch, **Prada**, env. 480 fr.



# Christine Nagel

SA DERNIÈRE SENTEUR RACONTE UN JARDIN SECRET À VENISE, UNE VILLE DONT LA PARFUMEUSE AIME CHAQUE RECOIN. ON L'Y SUIT AVEC DÉLECTATION.

TEXTE RENATA LIBAL

**C**OMME des coups de cœur en cadeau, les parfums de Christine Nagel respirent la joie de vivre. Depuis trois ans que l'Italo-Suisse a été nommée à la tête de la création en parfumerie de la maison Hermès, elle a déjà conçu cinq senteurs à la forte personnalité. Son dernier jus propose une interprétation poétique et florale de Venise. La maître parfumeur raconte si bien les lieux – en mots comme en effluves – qu'on s'y croirait avec elle.

**Quel est votre lien avec Venise?**  
Depuis trente ans que je la fréquente, je trouve la ville merveilleuse, quelle que soit la saison. On parle de l'invasion touristique – réelle – pourtant la magie opère à chaque fois. Il y a toujours une poésie cachée dans une venelle et surtout cette incroyable **lumière (3)**.

**De là à y voir une ville fleurie...**  
De minuscules jardins sont cachés partout, et on sent – oh si légèrement – la rose ou le jasmin, mêlés à l'air marin. Mais pour le

parfum **Un Jardin sur la Lagune (2)**, je me suis inspirée d'un vrai jardin, secret.

**Racontez!**  
Sur l'île de la Giudecca se cache **le jardin d'Eden (5)**, du nom du lord qui a fait pousser là, dès 1884, le paysage de ses rêves, à l'anglaise. C'était un travail de titan, car la salicorne, cette algue salée, avait raison des deux tiers des plantes. A sa mort, le parc a plusieurs fois changé de propriétaire avant d'être racheté par l'artiste autrichien Friedensreich Hundertwasser. Lui n'aimait que le sauvage et il a laissé la nature reprendre ses droits. Il adorait les orties... Il n'avait pas tort, leurs feuilles sont magnifiques.

**Le lieu n'est pas ouvert au public...**  
J'ai eu le privilège d'y aller plusieurs fois. En hiver, les racines d'arbres marquent le sol comme des veines. En mai, on lève le nez pour capter la senteur des **magnolias (1)** comme un parfum tombant du ciel. En juin, les pittosporums se couvrent de milles fleurs odorantes et plongent leurs branches dans la

lagune... J'ai voulu évoquer toutes les saisons, et toutes les vies de ce lieu unique. Une ambiance de fleurs, mais aussi de bois et de sel.

**Quelle est votre bonne table à Venise?**  
La **trattoria Antiche Carampane (6)**, (Rio Terà de le Carampane). J'adore me perdre en y allant et son poisson est un régal.

**Un objet que vous aimeriez rapporter?**  
Ce ne serait pas raisonnable mais je rêve d'un de ces peignoirs en velours dévoré de la maison **Fortuny (7)**. Si sensuels, ils racontent la riche histoire des marchands de Venise.

**Et l'hôtel où vous descendez?**  
Je bois avec plaisir un verre au mythique Gritti, mais je préfère la chambre d'hôte, au hasard d'un palazzo un peu décrépi, à la beauté délicate. J'y ai toujours fait de belles expériences.

**Irez-vous à la Biennale d'art, dès mai?**  
Naturellement! Je ne regarde jamais les têtes d'**affiche (4)**: je préfère flâner sans but et revenir avec des émotions imprévues. ☺

PHOTOS: NARCISA/GETTY IMAGES, ERIK HAGEMAN/GETTY IMAGES, BIENNALE DI VENEZIA, SOFIA MAURO, PAOLO DELLA CORTE, SEBRAN D'ARGENT, DR



il suffit d'un rêve