

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

HORLOGERIE
Le retour de
la main d'acier

BEAUTÉ
Les hommes
affûtent
leurs sourcils

MODE & PARFUM
Narciso Rodriguez
crée pour les
femmes de tête

MODE

Beige, sable, ocre...
les nuances d'une
élégance épurée

MARS 2021

 Le Matin
Dimanche





SPEEDMASTER MOONWATCH

Créée en 1957, la Speedmaster a marqué l'histoire de l'industrie horlogère.

En 1965, la NASA a sélectionné la Speedmaster pour tous ses vols spatiaux habités suite à une batterie de tests particulièrement pointus. Elle fait depuis lors partie de l'équipement standard de tous les astronautes.

Première montre à être portée sur la Lune, en juillet 1969, elle reçoit depuis lors le surnom de

« Moonwatch ». En 1970, suite à la tragique explosion qui s'est produite lors de la mission Apollo 13, elle a joué un rôle crucial pour assurer le retour de l'équipage sain et sauf.

Notre chronographe emblématique est également certifié Master Chronomètre. Délivrée par l'Institut Fédéral Suisse de Métrologie (METAS), cette certification indépendante est un véritable gage de précision, de fiabilité et de résistance optimale aux champs magnétiques.


OMEGA



DATEJUST

La Datejust a été la première montre-bracelet chronomètre, automatique et étanche à afficher la date dans un guichet. Aujourd'hui encore, elle reste l'archétype de la montre classique grâce à son élégance intemporelle.

#Perpetual

BUCHERER

1888

bucherer.com



OYSTER PERPETUAL DATEJUST 36



CLASH DE *Cartier*



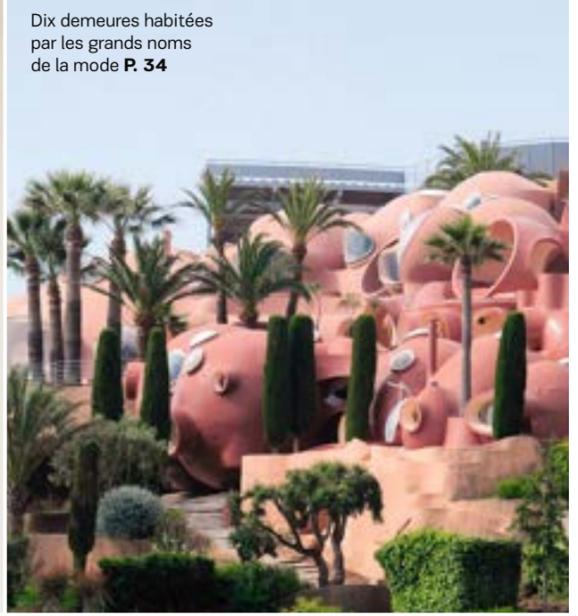
Narciso Rodriguez:
parfums et vêtements pour
des femmes de tête P. 16



Tendances: cinq pistes
pour un nouveau rapport
à la mode P. 22



Dix demeures habitées
par les grands noms
de la mode P. 34



Mode | Mars 2021

SUJETS

12 Trend

Tresses, boucles et rubans: l'ambiance Régence nous monte à la tête

14 Saga

Le sabot, ce presque classique, de retour dans la ronde

20 Montres

Les montres en acier s'offrent une seconde jeunesse

38 Beauté

Le sourcil, objet de toutes les attentions des femmes, comme des hommes

39 Ses goûts

Arizona Muse s'engage pour une mode et une consommation durables

RUBRIQUES

8 Merveilles: un livre habillé en Pucci, de grands crus de Bourgogne, un nouveau sac pour le printemps, un parfum un peu magique, des bijoux de couleur, des robes extensibles... 21 Décodage: le 11.12 de Chanel, dirige héritier du 2.55



Robe fluide, MM6
Maison Margiela.
Sandales à talons,
cuir, Lanvin.



UNE

Robe longue en soie, manches ouvertes en coton, Max Mara. Bracelet Serpenti, or blanc et jaune 18 cts serti de diamants taille marquise (10 cts), d'émeraudes taille poire (1,5 ct) et de diamants (8,4 cts), bague Serpenti, or rose 18 cts., sertie d'une rubellite taille poire (3,2 cts), de deux émeraudes taille poire et de diamants, Bulgari.

PHOTOS
Anoush Abrar
STYLISME
Simon Pyllyser

Avancer d'un pied sûr

ME PERMETTEZ-VOUS un petit souvenir personnel? J'avais 16 ans et je devais me présenter à un examen dans le cadre de mon processus de naturalisation. Je m'étais habillée aussi chic que possible, en jupe cloche en jean, avec mes nouveaux sabots en bois et cuir fauve (oui, c'était de bon ton, à l'époque). J'entends encore le bruit que j'ai fait résonner dans le long couloir de pierres de l'Hôtel de Ville (pourtant j'essayais de marcher sur les orteils...), sur le chemin de la bien nommée salle des pas perdus. L'huissier en livrée à l'entrée m'a écrasée d'un regard plus noir que l'enfer et j'en ai instantanément perdu toute notion d'histoire et de culture politique



Renata Libal,
rédactrice en chef

suisses. J'ai dû repasser l'examen – et j'ai chaussé des semelles de crêpe pour la circonstance. Autant dire que le retour du sabot sur le devant de la scène mode me fait un effet... disons: rajeunissant. Je regarde avec tendresse ce chaussage si chargé de symboles (*lire en p.14*) et j'aime l'assurance de la démarche qu'il implique – même si je n'ai pas su l'assumer ce fameux jour de jadis. Le sabot recèle une valeur fondamentalement terrienne. L'alourdissement du pied qu'il implique plante la silhouette dans le bitume, l'enracine dans le monde. La mode de ce printemps est traversée par ce même sens de l'évidence sans façon. Des vêtements faciles à porter, confortables, intemporels... Peut-être y gagnons-nous une nouvelle manière de marcher droit, une nouvelle fierté d'être soi – bruyamment!

encore! est un supplément du **Matin Dimanche** et de la **Sonntagszeitung**. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: encore!, TX Group, Avenue de la Gare 33, case postale 615, 1001 Lausanne, encore! TX Group, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Editeur:** TX Group AG, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Rédaction en chef:** Renata Libal **Edition:** Estelle Lucien **Mise en pages:** Géraldine Dura (directrice artistique) **Image:** Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro:** Textes: Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Katrin Roth, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Traductions:** Sylvie Ullmann **Photos:** Anoush Abrar **Illustrations:** André Gottschalk **Conception graphique:** Ariel Cepeda **Production alémanique:** Paulina Szczesniak **Secrétariat:** Alessandra Ducret **Photolithographie:** Photomedia **Impression:** Swissprinters AG, Zofingue **Marketing:** Valérie Henzen **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, Adagent AG, AdManufaktur AG, 20 Minuten Advertising AG, 20 minuti Ticino SA, Adextra AG, Berner Oberland Medien AG BOM, CAR FOR YOU AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, dreifive digital marketing GmbH, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Group 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, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, Meekan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Ricardo AG, ricardo France Sàrl, 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 Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Europa AG, Zattoo Inc., Zattoo International 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.



L'actrice Goya Toledo portant une robe en soie, motif «Porticato», printemps-été 2012 (Elle, Espagne).

BONNE BOUCHE

La marque d'un grand cru



PAR
PIERRE THOMAS

Quand vous lirez ces lignes, l'Interprofession viti-vinicole neuchâteloise se sera (peut-être!) entendue sur un règlement à l'appui de la «dénomination grand cru». Depuis ces dernières années, la plupart des encavages neuchâtelois proposent des «sélections parcellaires» de pinot noir. Dans quelles conditions deviendront-elles «grands crus»? Coordinateur scientifique des «Climats bourguignons», inscrits au Patrimoine mondial de l'Unesco en 2015, le professeur Jean-Pierre Garcia, dans le magazine *Bourgogne aujourd'hui* (n° 153), explique que «la notion de lien entre le goût d'un vin et d'un lieu date de l'Antiquité et il aura fallu attendre longtemps pour qu'elle réapparaisse». En Bourgogne, ce lien a failli disparaître au profit du nom des négociants, de la marque, au XIX^e siècle. Avec le retour du «parcellaire», c'est la réhabilitation d'un lieu de petite taille, délimité et planté en vignes, identifié au vin qu'il produit». Piloté par Benoît de Montmollin, 36 ans, ce grand domaine neuchâtelois d'Auvergnier propose plusieurs pinots noirs tirés de ses 47 hectares. Dès 2019, les vins sont certifiés «bio bourgeon»: c'est même le plus vaste domaine de Suisse cultivé en bio! Une majorité de pinot noir s'écoule en œil-de-perdrix rosé. Les rouges sont vinifiés en fonction du lieu d'où ils viennent, séparément. «On fait tout ce travail et on ne le met pas en évidence», déplore le jeune vigneron, défenseur d'une définition légale des grands crus. Nec plus ultra du domaine, ce

vin est issu d'une seule parcelle de vieilles vignes de 45 ans. Il passe 24 mois en fûts de chêne neufs de chauffe légère, pour éviter la sensation de «toasté». Sur 2017, ce rouge éclatant est dense, concentré, sur des fruits plus noirs que rouges, ample en bouche, puissant, taillé pour une garde de dix ans et plus. Un jour, ce «Haute Couture» sera peut-être passé de... mode, mais élevé au rang de grand cru.



L'étiquette: Pinot noir «Haute Couture» 2017 **Le prix:** 48 fr.
L'adresse: www.domainedemontmollin.ch

BEAU LIVRE

Pucci mania

Dites Pucci et vous voilà sous le soleil de Capri. C'est pourtant sur les pentes enneigées des Alpes suisses que l'épopée d'Emilio Pucci a commencé. Cet aristocrate florentin, né en 1914, champion de ski (il a participé aux JO de 1932), s'est fait remarquer en 1947, lorsqu'un photographe captura une amie d'Emilio moulée dans une combinaison de sa création dévalant une piste du côté de Zermatt. Le cliché fit la une du *Harper's Bazaar*. L'engouement fut tel qu'un an plus tard le marquis Emilio Pucci di Barsento créa sa maison à Capri. La suite, on la connaît. Ses tenues fluides aux imprimés psychédéliques ont incarné la dolce vita survitaminée, pop et joyeuse, des



Chaque livre est relié dans une sélection de tissus imprimés originaux provenant de la collection d'Emilio Pucci.

sixties et seventies. Habillées de ses robes de soie et *Capri pants*, les reines du style, de Jackie Kennedy à Marilyn Monroe, ont fait du marquis toscan le «prince des imprimés» et chouchou de la jet-set. Pucci et son style à nul autre pareil font l'objet d'une édition actualisée du magnifique ouvrage *Pucci* (Taschen), qui rassemble des centaines de photos, dessins, instantanés tirés des archives de la Fondation Emilio Pucci. Sous la plume de Vanessa Friedman, l'œuvre d'Emilio Pucci est replacée dans le contexte de l'histoire de la mode. *Estelle Lucien*

«Pucci», Taschen, édition actualisée, Vanessa Friedman, Alessandra Arezzi Boza, Armando Chitolina, 448 pages, 250 fr.



ACCESSOIRE

Nouveau et déjà it

Son petit nom? Dior Caro. Apparu lors du défilé de la collection croisière 2021, ce nouveau venu dans l'univers de la maroquinerie siglée Dior a été dessiné par Maria Grazia Chiuri. Entièrement fabriqué en Italie – 18 000 points de couture – il se présente déjà comme un incontournable, avec son élégance décontractée, chic et efficace. Cuir souple, matelassage avec l'icône motif cannage et boucle XL dorée, qui reprend les initiales CD: rien ne manque au Caro – le nom est inspiré du surnom de Catherine, la sœur de Christian Dior – pour le rendre reconnaissable entre mille. Disponible en plusieurs couleurs et deux tailles, ce presque-déjà-classique s'adapte et se fond aux tenues, grâce à son système de bandoulières interchangeable: un strap d'inspiration militaire pour une allure sport chic ou une chaîne, ponctuée de maillons «CD», pour une combinaison plus précieuse. *EL*

Sac Dior Caro, cuir, 3150 fr. pour la version small et 3800 fr. pour la version large.



La mannequin Adwoa Aboah prête ses traits à la campagne de bijoux exubérants.

BIJOUX

Et la prêtresse changea tout

On ne peut pas dire que la marque autrichienne Swarovski, dédiée depuis 126 ans à l'art du cristal, se soit endormie sur ses lauriers. Que de chemin créatif parcouru depuis les premières figurines d'oursins à facettes! Les lignes de bijoux se sont toujours davantage sophistiquées, avec aussi de belles et inventives collaborations avec les grands de la mode, de Viktor & Rolf à Mary Katrantzou, ou tout récemment avec Dries Van Noten, qui a parsemé sa collection de l'hiver prochain de ces touches de lumière. Or, la marque a franchi l'an dernier une étape supplémentaire en engageant Giovanna Battaglia Engelbert comme toute première directrice de création, avec la mission de rassembler toutes les lignes de la maison en une même vision esthétique, au sein d'un



Giovanna Battaglia Engelbert.

«Wonderlab», un laboratoire à merveilles. La styliste italienne de 42 ans est une figure de la mode – une muse! – grâce à son inspiration de directrice artistique, mais aussi à ses tenues extravagantes dans lesquelles elle se laisse si volontiers photographier. Sa première collection vient de sortir, baptisée #1 en hommage aux premières esquisses du fondateur, Daniel Swarovski. L'ambiance? Des plastrons en diamants synthétiques géants, des manchettes comme des armures glorieuses sur l'avant-bras, des bagues de trésor royal. Et surtout: le cristal dans la splendeur de sa pureté et de ses couleurs. Le bijou fantaisie réinventé. *Renata Libal*

Première collection, dès 59 fr., déjà en prévente sur www.swarovski.com et en boutique dès avril.

MODE

Seconde peau à zip



On peut commencer par une sorte de combinaison de plongée, pour celles qui s'immergent dans la foule plutôt que dans l'eau salée. En rouge, par exemple. Par-dessus, on enfle une minirobe bariolée. Voilà le type de tenues ludiques et très extensibles (grand écart possible) que le couturier Alber Elbaz a imaginées pour la première collection à son nom. Beaucoup se demandaient ce qu'il était devenu depuis son départ de Lanvin en 2015. Voilà la réponse: il a décidé d'empoigner les vraies questions que la mode pose. Les femmes se plaignent de ne rien trouver à leur taille? L'homme (petit et rond) leur fournit des tenues gainantes, qui maintiennent les formes tout en s'étirant à l'infini – ou presque. Plus personne n'a envie de se changer? Il propose une base moulante, dans laquelle faire son yoga avant d'y nouer un jupon en taffetas pour un effet couture. La trouvaille? Le zip à lanière, piqué lui aussi à la combi de plongée, pour fermer seule sa robe dans le dos... Voilà qui change la vie! *R.L.*

Collection AZ Factory, par Alber Elbaz, dès 300 fr. env., en ligne www.azfactory.com



PARFUM

Totem parfumé

Nommé selon le quartier huppé de Tokyo, le nouveau parfum de Shiseido a un effet talisman, avec cette dague qui plonge dans la senteur rose. Modernité et ritualité, grenade et poivre rose: une senteur contre les coups du sort. *R.L.*

Parfum Ginza, Shiseido, dès 66 fr. (30 ml)



Le château de Beaune (partie récente), siège du négociant Bouchard Père & Fils, qui appartient à la famille Henriot et met à l'encan des Romanée de grand âge.

GRANDS CRUS

Nectars centenaires

Le dimanche 18 avril, à l'Hôtel Beau-Rivage, à Genève, la maison Baghera vendra aux enchères 1926 flacons de vin rouge de Bourgogne, de 33 millésimes, compris entre 1862 et 2005. Un seul vin pour cette vente exceptionnelle: La Romanée, à Vosne. Il s'agit des dernières bouteilles entreposées dans les caves de la Maison Bouchard Père & Fils, à Beaune. Couchées «nues» et en piles, il a fallu les habiller pour l'occasion. Les œnologues ont utilisé le seul instrument fiable – le nez – pour valider le contenu des flacons. Une étiquette marquant l'événement a été apposée sur



Ces bouteilles anciennes de plus de 150 ans ont toutes été étiquetées et rebouchées après validation.

chaque bouteille, le bouchon vérifié et régulièrement changé, puis coiffé à neuf de cire. Avec ses 8452 m², La Romanée est plus petite que sa voisine la Romanée-Conti (1,81 ha). Depuis 1815, elle a été travaillée par plusieurs vigneron et son pinot noir vendu à divers négociants. De 1976 à 2001, Bouchard Père & Fils en a eu l'exclusivité. Dès 2002, la famille propriétaire historique de la parcelle, Liger-Belair, a repris la main, redonnant de l'allant à ce grand cru, au sommet de la hiérarchie bourguignonne. P.Ts

La Romanée Memories 1862-2005, vente aux enchères, 18 avril, 14 h., bagherawines.com



ACCESSOIRE

Un pied enchanté

La collection d'été du chausseur Roger Vivier s'est placée sous le signe du cinéma – sans doute dans l'idée de réenchanter le quotidien. Nos pieds et nos sourires disent merci, surtout pour ce modèle de claquette que le directeur artistique Gherardo Felloni (non: pas Fellini...) a dédié au thème de l'île au trésor. Il existe un sac assorti, mais ce serait sans doute trop de luxuriance pour un être humain hors grand écran. R.L.

Slide Blossom Thong, Roger Vivier, bois peint et satin brodé main, 1650 fr. Aussi en noir.



TECHNO

Un café, six tailles

Pourquoi forcément serré? Si les puristes ne jurent que par leur café minuscule, les amateurs sont de plus en plus nombreux à vouloir leur dose de caféine en XXL. La nouvelle machine domestique Nespresso permet toutes les lubies savoureuses en six tailles de tasses, y compris la carafe de plus d'un demi-litre. Encore et encore... R.L.

Machine Vertuo Next Deluxe Dark Chrome, Nespresso, 25 variétés de café, technologie de Centrifusion™, 199 fr.

De la vie sur nos murs

TOYS FOR BOYS



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

Si vous avez moins de 30 ans, vous vous souvenez de la vogue des cadres photos électroniques. Pour la première fois, une photo posée sur la console de l'entrée prenait vie: toujours éclairé, toujours net, le cadre pouvait même changer de vue toutes les heures, passant de votre alerte grand-maman sur le chemin d'un col alpin à celle du petit dernier et sa bouille craquante. Seulement voilà, ce cadre a fini au fond d'une armoire, comme la plupart des gadgets technologiques inaboutis. Or les cadres électroniques d'il y a 10 ans ne pouvaient accueillir



Sur un meuble ou au mur, le Meural présente une résolution full HD.

lir que quelques photos dans leur mémoire étriquée et – surtout – étaient terriblement pixelisés, les écrans d'alors ne permettant pas une résolution qui puisse rivaliser avec le papier (ou alors à un prix démentiel). La fin d'un marché de niche? C'était sans compter les améliorations technologiques de ces dernières années et la persévérance de Netgear, qui présente Meural Canvas II. Posé sur un meuble – pratique pour cacher son câble électrique – ou accroché au mur, le Meural présente une belle résolution full HD, boostée par une techno baptisée TrueArt, qui donne aux photos ou aux tableaux un feeling «papier». L'objet est contrôlé via wi-fi par une appli portable facile à prendre en main et peut accueillir une carte SD de grande capacité. Cent images de tableaux classiques ou contemporains sont proposées gratuitement et plus de 30 000 sur abonnement.

Meural Canvas II, en 21,5 pouces, env. 699 fr. et 27 pouces, env. 899 fr., disponible en bois clair ou foncé.

“Rayonnante de fermeté.”

CLARINS

rendre la vie plus belle

[GLOW PLUS COMPLEX]
Extraits de graines
d'acérola, de baie de goji
bio, de paprika et huile
d'abricot bio.

86%
PEAU PLUS
TONIQUE*

CLARINS
PARIS
Extra-Firming Energy
Crème jour éclat vitaminé, fermeté, anti-rides
Radiance-boosting, wrinkle-control day cream
Toutes peaux – All skin types

Monica Vaughan
Cheffe d'entreprise.

Innovation Extra-Firming Energy

Anti-rides. Fermeté. Éclat vitaminé.

Toute l'expertise fermeté des laboratoires Clarins. Nouveau soin jour enrichi en 12 extraits de plantes, dont le [GLOW PLUS COMPLEX], un concentré de superfruits vitaminés au double effet énergie et bonne mine immédiat. La peau est lissée et rayonne de fermeté!

*Tests consommateurs - 105 femmes - 28 jours.

CLARINS.CH



Tresses et rubans de petite fille pas si sage: l'univers capillaire de la saison, comme ici chez Simone Rocha x H&M, puise dans le registre historique.

Comme un souffle du passé

ENCORE! | MODE 2021

RÉCHERCHE PRINCE CHARMANT, DÉSESPÉRÉMENT... A croire que la mode et les réseaux sociaux ont noyé tout sens pratique, contaminés par cette blquette de série télévisée qu'est *La chronique des Bridgerton*. A force de voir de jeunes premières rosissantes se crêper le chignon (au sens littéral) pour décrocher un mari, une ambiance d'inspiration Régence semble monter à la tête de la gent créative ce printemps. Alors quoi? Il faudrait désormais passer trois heures chaque matin à se torsader les mèches avant de les tisser en une sorte de panier emperlé sur le haut du crâne (comme le personnage de Cressida)? Il faudrait soigner la frange en accroche-cœur comme Daphné? Or la vague capillaire qui puise dans ce registre historique dopé à l'ecstasy ne se borne pas aux perruques sur petit écran et éclot glorieusement dans le

jardin de la mode. Voilà la talentueuse styliste Simone Rocha, dans sa toute récente collaboration avec H&M, qui met en scène des tresses savamment enrubannées. Aux récentes Fashion Weeks, on a ainsi vu défiler des têtes aux boucles frisottées arrangées en nuages élaborés (chez Vivienne Westwood), des couettes nouées en choux compacts (encore Simone Rocha), des tresses en balançoires (Bora Aksu) ou de royales queues de cheval aux volumes soufflés tenus par des nœuds de satin (Giambattista Valli, Haute Couture). Où sont donc passés le naturel et l'effet *je-me-suis-levée-comme-ça* des dernières saisons? Voyons, dans cette nostalgie outrée, dans cette esthétique néo-pâtissière, une envie de bonne humeur. Crêpés, torsadés, enchignonnés, les cheveux mis en scène donnent envie de sortir tête haute. Par les temps qui courent, ce n'est pas un luxe. ☉



HERMÈS
PARIS

l'Odyssée du Faubourg





Avec mes sabots

EN BOIS RECYCLABLE, CONFORTABLE ET MOULÉ SUR PIED, LE SABOT A ÉTÉ UNE CHAUSSURE VISIONNAIRE. RETOUR SUR L'HISTOIRE D'UN NOUVEAU CLASSIQUE EN MODE.

TEXTE RENATA LIBAL

ASSURANCE ET CUIR SUBLIME, voici un nouveau classique: le sabot. Le quoi? Mais oui, le bon vieux sabot, qui n'en finit pas de revenir en mode, prend cette année des allures de chaussure de référence, installée dans les garde-robe pour y rester. Dans une version grand luxe chez Hermès, l'objet se pose en héritier du savoir-faire artisanal, glorieux en veau orange. Chez Bally, il ressort des archives, joliment clouté aussi, témoin d'une tradition de bienfaisance. Pour peu, on serait tenté d'investir, comme on le ferait dans une paire de bottes cavalières ou un manteau en gabardine.

Or le sabot n'a pas toujours bénéficié d'un statut aussi respectable. Ces dernières années l'ont vu décliner plutôt la veine humoristique et décalée, avec par exemple ce modèle 2020 de Barbara Bui, constellé de fleurettes sur fond rose bonbon. Ce printemps, Marni surfe sur les deux faces de la pièce, avec une version sage de son Fussbett en noir ou blanc... et une version plus débridée, en fourrure de veau teinte en fuchsia, pour une allure de patte de yéti sous stupéfiants. Plus loin dans le temps, la génération qui a été adolescente dans les années 1970 se souvient encore de l'uniforme subversif de l'époque: jeans pattes d'éléphant effrangés, chemise folklorique

brodée, bandeau dans les cheveux longs et sabots aux pieds. Le tout unisexe, évidemment. «Et il y avait assurément une dimension contestataire dans le pied nu que cette chaussure implique, rappelle Elizabeth Fisher, professeure et doyenne de la section mode et accessoires de la Haute Ecole d'art et de design, à Genève. Un refus des conventions bourgeoises.» A l'époque comme aujourd'hui, le sabot évoque l'idylle champêtre, l'aspiration à une certaine douceur de vivre et à un retour vers la nature. Ce même bucolisme a d'ailleurs inspiré la jeune créatrice Emma Bruschi pour son travail de master, toujours à la HEAD: elle a imaginé une collection à la gloire de l'artisanat, avec des tenues inspirées du monde rural, sabot peint en majesté. Ce travail lui a valu, l'an dernier, le Prix Métiers d'art que la maison Chanel octroie au Festival d'Hyères, le grand rendez-vous européen de la création en mode et photographie.

C'est que le sabot reste, intrinsèquement, une chaussure des champs. «Il s'agit sans doute de la manière la plus ancienne de se protéger le pied, explique Denis Bruna, conservateur en chef du département mode et textile, au Musée des arts décoratifs de Paris. On trouve des mentions de chaussures en bois, dès l'Antiquité, un peu partout dans le monde.» Sous la forme typique qu'on lui connaît, taillé d'un seul tenant à même la bûche, il semble s'être surtout propagé à partir de la France et des Pays-Bas, décoré de



AU FIL DES SIÈCLES

Vers 1494 Première apparition visuelle du sabot (sous la chaise) dans le tableau «Lithotomie» de Jérôme Bosch.

1768 Déjà l'idylle champêtre, dans le tableau «Les sabots» de François Boucher.

1900 Carte postale illustrant la vie quotidienne, cette fois en ville.

1927 Jusqu'à la moitié du siècle dernier, bien des écoliers se chaussaient de sabots.

1970 La mode contestataire et hippie a mis en majesté l'image folklorique du sabot.

2010 Après quelques (peu de...) décennies de discrétion, Karl Lagerfeld a réinterprété le sabot pour la collection d'été 2010.

2018 Version néo-nostalgique en hommage à l'artisanat, dans le travail primé de la créatrice Emma Bruschi.

2021 Mami (en fourrure fuchsia) et Hermès (en veau orange) consacrent un nouveau classique.

peinture ou en bois tout simple. «Au Moyen Age, poursuit Denis Bruna, le sabot était un objet fonctionnel par excellence: la chaussure des gens qui devaient marcher, agriculteurs, artisans, travailleurs. En opposition à cela, l'aristocratie ne se déplaçait qu'en chaise à porteurs – pensez à la saleté des rues, encombrées de troupeaux, de mendiants, de vagabonds – et leurs souliers ne servaient que d'apparat. Ils étaient d'ailleurs très inconfortables.» Jusque vers 1850, les nobles se contraignaient donc les pieds dans d'étroits fourreaux qui les affinaient... et rendaient chaque pas douloureux. Le bas peuple, pendant ce temps, trottinait dans des sabots presque sur mesure («Souvent le sabotier du village connaissait chaque pied et prenait soin de distinguer le gauche du droit», souligne Denis Bruna), qu'il garnissait de paille quand il faisait froid. Malgré ses presque deux kilos de bois (du hêtre souvent, en tout cas le bois le plus dur disponible sur place), le sabot proposait ainsi un confort presque orthopédique. Le sabotier le réalisait à l'automne, au moment de la coupe de bois, puis on l'abandonnait, usé, au printemps, en alimentant le feu au passage. L'été se traversait souvent pieds nus.

Il a fallu attendre la fin du XVIII^e siècle pour que le mouvement naturaliste – Jean-Jacques Rousseau en tête – s'insurge contre l'absurdité des vêtements trop ajustés des classes privilégiées, qui entravaient les mouvements et comprimaient les organes. Les médecins et scientifiques étaient catégoriques: en matière de mise, il valait mieux oublier rubans et corsets, rien ne valait le pragmatisme paysan... Le sabot a vu grimper sa cote de popularité

Clic-clac sur les pavés...

La réputation un brin insolente du sabot tient évidemment aussi au bruit qu'il fait sur les pavés. Pour la discrétion, on repassera, mais le claquement du bois a aussi donné lieu à bien des débordements festifs, lui qui ponctue les rythmes de diverses danses folkloriques, comme la bourrée provençale. En Angleterre et au Pays de Galles, le *Clog Dancing* s'est développé durant l'ère industrielle, avec des compétitions entre mineurs au moment des pauses, qui utilisaient les plaques d'ardoise extraites de la carrière comme piste de danse, pour diversifier les bruitages des talons. Les historiens font d'ailleurs remonter l'art des claquettes à cette tradition, qui aurait été importée en Amérique par les migrants, avant de s'y confronter aux danses tribales africaines et aux bruits syncopés de la vie moderne. Reste que l'expression «Voir venir avec ses gros sabots» s'ancre évidemment dans ce bruyant héritage. Mais la locution n'est pas la seule à s'inspirer de ce bout de bois au pied: lesdites danses festives se pratiquaient parfois avec des sabots à pointe hautement recourbée, comme une symbolique de danse grivoise. «Un homme disait alors «j'ai cassé son sabot», pour évoquer son passage à l'acte», relève encore Denis Bruna.

Au début du XX^e siècle seulement, la popularité du sabot s'est mise à décliner, avec la production à grande échelle de chaussures en cuir ou en tissu à des prix abordables. Il y avait déjà les galoches – semelles de bois et empeignes de cuir, dont les sabots contemporains sont les héritiers – et voilà que les classes moyennes pouvaient carrément s'offrir une paire de souliers, quitte à les garder pour le dimanche, parfois une vie entière. Mais il suffit de trouver, dans une brocante ou un livre d'histoire, des photographies de classe des années 1950 pour réaliser que les sabots, aux pieds des écoliers, étaient encore bien présents, comme chaussage du quotidien. En fait, à peine cette drôle de chaussure était-elle sortie du domaine de l'utilitaire, dans l'après-guerre, que la revoilà sur le devant de la scène urbaine, portée cette fois par une jeunesse férue de mode et d'insolence. Et même dans les années 1980 à 2010, à l'ère glorieuse de l'escarpin conquérant, le sabot n'est jamais vraiment sorti de production – encore qu'il préférerait alors poser sur les petons de jardiniers chics, un bouquet de pivoines dans une main, un sécateur dans l'autre.

Sa longévité et sa résilience ne trompent pas: le sabot est une invention précieuse. Outre son ergonomie intuitive, voilà une des rares pièces vestimentaires à n'avoir jamais changé de forme au fil du temps. Et l'une des rares aussi («avec la chemise de dessous, cette tunique en lin portée jusqu'à la fin du XIX^e siècle», précise Denis Bruna) à avoir été portée indifféremment par les femmes et les hommes, les enfants comme les vieillards. Valeur universelle! Et pour ceux qui en voudraient un vrai de vrai, en total look aulne, ouvragé sur des machines des années 1920, sachez que le dernier sabotier suisse travaille dans le village de Cornol, dans le Jura. On peut aussi lui en commander une version porte-clés en souvenir d'une riche histoire. ☉





Le créateur Narciso Rodriguez fait le pari de l'élégance minimaliste.

TOUT POUR LA FORCE

SES TENUES COMME
SES PARFUMS
RENDENT HOMMAGE
AUX FEMMES DE
TÊTE. LE CRÉATEUR
AMÉRICAIN NARCISO
RODRIGUEZ RACONTE
SA FASCINATION.

LA ENFILÉ un pullover blanc et orienté la caméra de son ordinateur vers un angle mort de son bureau, comme pour s'extraire du tumulte des jours, pour parler d'une nouvelle page. Le créateur de mode new-yorkais Narciso Rodriguez est célèbre pour ses tenues fastueuses, qui glorifient les courbes et se portent avec des talons vertige – comme l'ont maintes fois prouvé, avec panache, des actrices comme Jessica Alba (une fidèle!), Emma Watson, Claire Danes ou Sarah Jessica Parker. Or lui est plutôt du genre timide. Il parle avec douceur, ponctue ses propos de «you see» pour s'assurer d'être bien compris. Mais surtout, il s'exprime avec une sincérité rare dans le monde très affété de la mode. Peut-être faut-il voir là un (des rares) effet(s) positif(s) des nouveaux entretiens par visioconférence: loin des mises en scène, des flûtes de champagne et des petits fours, il est parfois possible de rencontrer un être humain dans sa simple vérité.

Narciso Rodriguez lance donc son nouveau parfum, *Musc Noir*, une senteur douce et déterminée à la fois, qui s'inscrit dans la lignée *For Her* qu'il décline depuis dix-huit ans. Cette collection olfactive vient ponctuer les créations de la maison de couture qu'il a établie à son nom, en 2001, à New York. Né en 1961 dans une famille d'émigrés cubains installée dans le New Jersey, il a vu son nom murmuré partout avec envie et fascination quand Carolyn Bessette a dit oui à John F. Kennedy Jr., sur l'île privée de Cumberland, dans une robe fluide ébouriffante de sobriété qu'il avait dessinée. C'était en 1996, trois ans avant que le couple ne décède ensemble dans un accident d'avion. Narciso était alors un jeune designer, ami de la mariée, travaillant pour des marques comme Donna Karan, puis Calvin Klein ou Cerruti. Sa vision d'une mode sobre et somptueuse lui a valu une myriade de distinctions, d'expositions, de collaborations avec des artistes.

Aujourd'hui, comme beaucoup d'acteurs en vue de la planète mode, il repense sa manière de travailler, s'interroge sur le sens du vêtement et insiste sur l'importance de l'équilibre entre travail et famille. Une certitude lui colle au cœur: la beauté a des vertus salvatrices.

Comment vivez-vous, depuis un an, dans cette ville de New York cruellement touchée par la crise sanitaire?

C'est dur. Et épuisant de vivre dans cette étrange réalité, avec l'inquiétude pour ceux que l'on aime. Mais il faut rester positif: j'ai deux enfants, des jumeaux de presque 4 ans nommés Ivy et Callum, et il faut leur rendre la vie joyeuse. Nous avons passé du temps à la campagne et ils n'ont pas vu grand monde à part Thomas et moi. Or, à cet âge, on a besoin de nouer des liens et de découvrir. L'expérience du monde ne saurait se réduire à un écran d'ordinateur: il faut pouvoir toucher, sentir, ressentir... Cela dit, mes enfants me rappellent à chaque instant qu'il y a un avenir. Ils viennent de commencer l'école, en janvier, et ils s'adaptent, ils portent le masque toute la journée... Imaginez le tableau: une douzaine de bambins masqués avec leur enseignant. Au fond, ils ne connaissent pas vraiment leurs camarades, dont ils n'ont vu que les yeux! Vivement que cela change...

Et sur le plan du travail?

Nous travaillons un peu au bureau, un peu à la maison. Dans la rue, les gens se montrent très prudents, très respectueux des consignes.

Vous lancez actuellement votre parfum *Musc Noir*.

Comment décririez-vous son caractère?

Ce lancement est un moment merveilleux, car la senteur me plaît par sa clarté, sa sensualité, sa maturité, sa beauté... Son ambiance est aussi intemporelle que nouvelle. J'aime ce qui est classique et moderne à la fois. Je pense que l'on peut expérimenter ce parfum et l'adopter dans un même mouvement. Il a une forme d'évidence. Et j'ai adoré collaborer avec Sonia Constant, un nez d'exception mais aussi une femme extraordinaire.

Comment travaillez-vous à quatre mains, à deux nez... vous le couturier, elle la parfumeuse?

Sonia est passionnée et créative. Au final, elle est la muse de cette senteur. Quel cadeau que de faire ce voyage ensemble! Nous parlons un langage commun, pratiquement non verbal. Comme nous travaillons ensemble depuis longtemps, Sonia comprend la manière dont je crée une robe et elle connaît, pour le vivre souvent, le sentiment que cette robe confère sur la peau. Je dirais qu'il y a un flux d'inspiration et de confiance entre nous, par le biais du vêtement. Sonia est une femme remarquable: indépendante, brillante, accomplie, très belle, très cool, très sensuelle. Voilà un modèle féminin à même d'inspirer les générations montantes.

Vous aimez ce type de femmes: fortes, fières, conquérantes... Vos vêtements sont taillés pour elles.

C'est un compliment que d'entendre cela. Effectivement, c'est un sentiment vertigineux que de pouvoir vêtir ces mêmes personnalités qui m'inspirent pour créer. Michelle Obama ou, à l'époque, Carolyn Bessette-Kennedy. Des femmes qui ne sont pas là par hasard, qui incarnent des valeurs, qui vont rester. Ces femmes-là vous ouvrent l'esprit! Dans tous les cas, elles ouvrent le mien...

Le musc est le fil conducteur de tous vos parfums, depuis le lancement du premier *For Her* en 2003. Que représente cet ingrédient pour vous?

J'ai grandi avec le musc! Tant de mes souvenirs y sont liés... Je me rappelle mon adolescence, quand je montais à New York, alors que j'habitais en périphérie, et que j'achetais ces petites fioles de musc pur à 8 dollars. Une seule goutte emplissait la pièce de sensualité. La senteur était différente sur chaque peau – quelle magie! Cette sensation a toujours fait partie de ma vie, alors il m'a été tout à fait naturel d'y consacrer mon premier parfum. Puis l'histoire s'est déroulée toute seule. J'aime la versatilité du musc. Cette odeur est pour moi celle de la séduction, elle évoque la peau, le toucher.

Quelle importance a joué l'odorat dans votre vie?

J'ai toujours été attentif aux parfums et aux fleurs... Sans doute aussi grâce aux femmes fabuleuses parmi lesquelles j'ai grandi et qui me racontaient des histoires de maisons de couture à La Havane, à Cuba. J'avais la tête pleine de senteurs luxueuses et glamouruses: *Je Reviens* de Worth, *My Sin* de Lanvin... que de mystères!

La jeune mannequin française Lola Nicon incarne votre senteur. Quelles valeurs véhicule-t-elle à vos yeux?

Intéressant que vous mentionniez sa jeunesse... Oui, elle est jeune, mais surtout elle a une présence hors du temps, sans âge. Sa beauté frappe par sa profondeur et cette conscience de qui elle est. Lola appartient à ces femmes puissantes qui représentent tellement plus qu'une jolie façade.

Cette idée de force n'est pas très en phase avec l'actuelle montée du streetwear et de la décontraction...

Il y a une différence fondamentale entre la mode créative telle que je la conçois, que je l'aime, et les tendances. Les trainings et les baskets arpentent les rues de New York depuis les années 1990 et c'est cool, c'est drôle. Il m'arrive de mettre des pulls à capuche, moi aussi. Mais au final, ce qui reste, c'est la beauté, la création. Je pense qu'il y a une vraie place pour les vêtements merveilleusement faits, qui signifient quelque chose pour la personne qui les porte. Il est dommage



FÉMINITÉ EN FLUIDITÉ

A GAUCHE

Une robe à l'élégance épurée de la collection printemps-été 2021.

AU CENTRE

La parfumeuse française Sonia Constant, mouillette en main, dans une tenue signée Narciso Rodriguez.

EN HAUT À DROITE

Michelle Obama porte régulièrement des créations de Narciso Rodriguez comme cet ensemble rose poudré avec manteau de crêpe qu'elle a revêtu en avril 2016, lors d'une visite au Royaume-Uni.

EN BAS À DROITE

Le baiser fuchsia: Jill Biden, en Narciso Rodriguez, félicite son époux, lors de l'acceptation de son élection par le collège électoral, le 15 décembre dernier.

qu'actuellement nous ayons peu d'occasions de nous habiller. Mais j'ai bon espoir que le jour va bientôt revenir où nous aurons à nouveau envie de porter des tenues bien taillées, conçues dans des étoffes merveilleuses.

De quelle manière la crise que nous traversons va-t-elle, selon vous, influencer l'univers de la mode et du luxe?

Nous sommes clairement dans une période de profondes turbulences. Il n'y a pas que la crise sociale et économique liée à la pandémie. Toute la réflexion sur le développement durable et le gaspillage dans la mode était déjà bien entamée quand le virus est arrivé. Le recyclage est devenu une priorité. Les chaînes de production sont en train d'être repensées. Nos besoins en vêtements aussi. Naturellement, ces données nouvelles auront un impact dans le futur.

Et dans votre entreprise?

Chacune de mes tenues est faite pour durer, sans idée de saisonnalité. Et nous puisons beaucoup dans les textiles de nos archives, dans un esprit de valorisation du savoir-faire. Nul besoin de toujours courir après la nouveauté... J'ai d'ailleurs déjà expérimenté cette démarche quand je travaillais en Espagne pour Loewe, à la fin des années 1990. En outre, mes vêtements sont pragmatiques, ce qui simplifie le processus de fabrication. Je ne suis jamais excessif – je déteste ce qui ne sert à rien. Même dans les défilés, j'évite la surenchère et mets un point d'honneur à ce que chaque pièce soit portable et portée. Je ne suis pas un homme qui étale son ego sur le catwalk, je respecte trop la bienfaisance pour la gaspiller. Un vêtement doit être porté et faire partie de la vie d'une femme – c'est à cela que je mesure le succès.

Derrière votre grand renom se cache un petit label indépendant, un fait assez rare pour être souligné...

Effectivement! En l'occurrence, notre petite entreprise est une chance, car elle permet la flexibilité. Nous sommes six, actuellement, suite à une restructuration substantielle il y a un an. Nous travaillons maintenant avec un réseau de collaborateurs indépendants, pour la couture ou les patrons. Le changement est énorme: auparavant, nous fonctionnions en atelier complet, avec tous les savoir-faire sur place, les tailleurs, les patronniers, les toistes... La mode américaine a été durement frappée par les difficultés du commerce de détail et le dépôt de bilan de la chaîne Barneys, avec ses 22 succursales, en été 2019. Mais je continue à créer des robes: c'est ce que j'aime faire et je suis convaincu que cette niche a une véritable raison d'être.

Comment reliez-vous le parfum et la mode?

Je dis souvent qu'un parfum est le meilleur ambassadeur du vêtement. C'est la facette la plus visible de ma marque. L'image et la senteur en transmettent l'esprit de beauté et d'éternité. Je suis très fier de ce segment de mon entreprise. Je considère le parfum comme un miroir de ma manière de créer et de mes émotions face aux femmes que j'habille.

Vous êtes d'origine cubaine, d'ascendance modeste...

Qu'est-ce qui vous a amené à la mode, au luxe?

Très jeune, j'avais besoin de bâtir, de créer des choses. Je me suis montré très passionné et focalisé. Je voyais ma mère coudre et tout faire à la main, comme le reste de ma famille, comme tous les migrants. Il s'agissait de se couper les cheveux les uns les autres, de confectionner des vêtements, de cuire du pain. Un jour, j'ai vu ma tante démonter et remonter une radio en panne. Etrange, me suis-je dit, je ne savais pas qu'elle savait le faire. Elle non plus, d'ailleurs,

Il est important que **chacun célèbre la beauté** comme il l'entend, sans jugement.

ne le savait pas... Il faut du courage pour bâtir ce qui n'existe pas. Pour se bâtir une vie. Je le disais: j'ai vécu entouré de femmes formidables. Elles étaient audacieuses, belles, colorées... Ce sont elles qui ont insufflé l'énergie dans la famille. Je me suis souvent dit que les hommes auraient avantage à les laisser faire.

Les femmes de vos rêves sont incroyablement femmes, presque déesses. Quel regard portez-vous sur le brouillage actuel des genres, les tendances unisexes?

L'évolution des sensibilités est incroyable et j'applaudis sans retenue cette acceptation nouvelle. Vous savez, j'ai été élevé dans un monde où le terme «homosexualité» n'était jamais prononcé, car c'était un gros mot. C'était terrifiant pour un jeune homme gay... Voilà d'ailleurs la raison pour laquelle j'ai développé une personnalité aussi tranquille: j'avais peur de parler... Comme société, nous avons parcouru un très long chemin en finalement peu de temps. Pas partout, évidemment, mais il y a aujourd'hui une vraie discussion sur ces thèmes. Pour moi, il est important que chacun célèbre la beauté comme il l'entend, sans peur des jugements – homme ou femme, robe ou costume, peu importe! Un ami proche au style incroyable porte d'ailleurs mes robes à sa manière, il s'invente des allures. C'est très inspirant, pour un créateur, de voir ses tenues participer à cet élan de liberté. Cela me fascine! Moi, je viens de tout ailleurs...

A propos de changement, de quel œil avez-vous regardé l'investiture de Joe Biden et Kamala Harris et tout le jeu vestimentaire qui y était lié?

Je trouve qu'ils ont lancé un beau message par leur attitude, par les vêtements et les couleurs qu'ils ont choisis. Leur honnêteté m'a touché. Il ne s'agissait pas de se mettre en avant, mais d'annoncer un jour nouveau. Ils ont respecté la solennité du moment. J'ai beaucoup d'admiration pour le président Biden et la D^{re} Jill Biden. Je suis fier de voir la décence revenir à la maison blanche. Et l'espoir.

Vous avez signé le spectaculaire ensemble rouge et noir porté par Michelle Obama à son premier jour à la Maison-Blanche. Jill Biden, elle, a revêtu une de vos robes fuchsia le 15 décembre, quand le collège électoral a choisi son époux.

Oui, nous avons eu cette chance. Je suis fier que D^{re} Biden aime cette robe resplendissante, qu'elle a d'ailleurs mise à plusieurs occasions. J'adore la photo où le couple s'embrasse devant le drapeau américain, après que Joe Biden a accepté son élection. Je crois fermement que nous sortons de la vague toxique qui a arrosé le monde ces dernières années. J'interprète cette image comme un signe que le monde est prêt à aller de l'avant. ☺



NOUVELLE SENTEUR

Le dernier opus de la collection *For Her*, lancée en 2003 décline toujours le thème du musc cher à Narciso Rodriguez. Cette fois, il est traité de manière plus sombre, avec des notes de cuir pour en exacerber la sensualité. Une touche d'héliotrope, de rose et de cèdre blanc ponctue la composition, ainsi qu'un soupçon de prune. Le parfum est conçu pour pouvoir être associé à *For Her Pure Musc*, afin d'obtenir, au gré des dosages, un sillage personnel.

Elegance is an attitude

Kate Winslet
Kate Winslet

LONGINES



Longines PrimaLuna

Main d'acier

TREND PHARE DES SEVENTIES, LA MONTRE DE SPORT TOTAL ACIER SE REFAIT UNE BEAUTÉ.

TEXTE MATHILDE BINETRUUY

JETEZ UN COUP D'ŒIL SUR les nouveautés et vous comprendrez l'ampleur du phénomène: souvent un bracelet intégré, où le premier maillon fusionne avec le cœur du boîtier, une seule matière et un prix qui flirte avec plus de trois chiffres. C'est un fait: la montre en acier de luxe a la cote. On parle même de retour de la tendance «sport chic», à savoir ce créneau né dans les années 1970 avec Gérald Genta, auteur de véritables références en matière de style horloger. En 1972, époque à laquelle les montres de luxe doivent toutes être en or, le designer de génie bouscule les standards en dessinant un octogone d'acier: la Royal Oak d'Audemars Piguet. Si la pièce met du temps à se faire un nom, la suite de son histoire est fulgurante. Ce succès fait rêver. L'intérêt à capitaliser sur de tels modèles à cheval entre l'action et l'élégance n'échappe évidemment pas à Patek Philippe, qui lance à son tour – et toujours avec le concours de Gérald Genta – la Nautilus en 1976. En arrêtant la production de sa référence phare (5711/1A-010 en acier à fond bleu) il y a quelques semaines, la marque a d'ailleurs affolé la bulle spéculative sur le marché de la seconde main. Philippe Stern, le patron de la marque ne souhaite pas qu'un seul modèle occupe tant de place au sein de la maison, qui prépare le lancement d'une nouvelle référence.

Les icônes du style sport chic qui ont traversé les âges inspirent. De nouvelles pièces à la classe décomplexée viennent nourrir cette vague de fond. Quel est le credo de ces références? Outre une carrure d'acier, ce sont des créations qui ne transigent pas sur l'esthétique: une forme originale, une finition soignée, un cadran travaillé... Sur le cahier des charges final, elles doivent être à la fois confortables et sophistiquées, souvent féminines comme masculines. Voilà donc une alternative décontractée qui s'adresse pour autant à des amateurs de belle mécanique. Plus subtil qu'il n'y paraît. Ⓞ

À L'HEURE MÉTALLIQUE

DE HAUT EN BAS ET DE GAUCHE À DROITE

Bell & Ross BR 05 Grey Steel Boîtier et bracelet en acier poli-satiné, cadran gris soleil, 40 mm, mouvement automatique, étanche à 100 mètres, 4900 fr.

Patek Philippe Nautilus à Quantième Annuel et Phases de Lune Boîtier et bracelet en acier, cadran bleu dégradé noir, 40,5 mm, mouvement automatique, étanche à 120 mètres, 42 500 fr.

TAG Heuer Chronographe Carrera Porsche Boîtier et bracelet en acier inoxydable, cadran gris effet asphalte, 44 mm, mouvement automatique, étanche à 100 mètres, 5900 fr.

Jaeger-LeCoultre Polaris Mariner Memovox Boîtier et bracelet en acier inoxydable, cadran dégradé bleu avec traitement soleil, 42 mm, mouvement automatique, étanche à 300 mètres, 16 900 fr.

Cartier Pasha Boîtier et bracelet en acier, cadran blanc, 41 mm, mouvement automatique, étanche à 100 mètres, 6650 fr.

Vacheron Constantin Overseas Automatique Boîtier et bracelet en acier, cadran laqué noir, 41 mm, mouvement automatique, étanche à 150 mètres, 21 000 fr.

Piaget Polo Boîtier et bracelet en acier inoxydable, cadran guilloché horizontal vert, 42 mm, mouvement automatique,

étanche à 100 mètres, série limitée à 888 ex., 12 300 fr.

Longines Spirit Prestige Edition Boîtier et bracelet en acier inoxydable, cadran argenté grené, 40 mm, mouvement automatique, étanche à 100 mètres, 2700 fr.

Zenith Chronomaster Sport Boîtier et bracelet en acier, cadran blanc mat, 41 mm, mouvement automatique, étanche à 100 mètres, 9900 fr.

Tudor Royal Boîtier et bracelet en acier 316L, cadran bleu soleil serti, 41 mm, mouvement automatique, étanche à 100 mètres, 2200 fr.

Oris Whale Shark Limited Edition Boîtier et bracelet en acier inoxydable, cadran bleu avec motif gravé spécial inspiré de la peau de requin-baleine, 43,5 mm, mouvement automatique, étanche à 300 mètres, série limitée à 2016 ex., 2800 fr.

Chopard Alpine Eagle Gstaad Edition Boîtier et bracelet en acier inoxydable, cadran de couleur gris de Vals obtenu par traitement galvanique – finition au motif inspiré de l'iris de l'aigle-, 41 mm, mouvement automatique, étanche à 100 mètres, série limitée à 20 ex., 10 260 fr.

Audemars Piguet Royal Oak Automatique Boîtier et bracelet en acier inoxydable, cadran argenté avec motifs «Grande Tapisserie», 41 mm, mouvement automatique, étanche à 50 mètres, 21 100 fr.

Les secrets du **11.12**

KARL LAGERFELD LUI A DONNÉ VIE: LE SAC 11.12 EST L'HÉRITIER DU FAMEUX 2.55 IMAGINÉ PAR GABRIELLE CHANEL. IL DEMEURE UN MODÈLE D'ÉQUILIBRE ENTRE ESTHÉTIQUE ET PRATICITÉ.

TEXTE LA RÉDACTION

LA POCHE SOURIRE

Au dos du sac se trouve une petite poche plate idéale pour y glisser un mot doux. Son ouverture arrondie est surnommée, dans les ateliers, «le sourire de Mona Lisa», allusion à la réalisation complexe de cette forme peu commune.

LE DOUBLE RABAT

Le 11.12 se dévoile en deux temps. Un premier pan sert à ouvrir et à fermer le sac. Il couvre un second rabat, qui, lui, est le véritable point d'ouverture du sac protégeant et dissimulant son contenu intime aux regards indiscrets.

LA MATIÈRE

Le cuir d'agneau fin, souple et doux (autrefois réservé à la ganterie car jugé délicat pour la confection des sacs à main) habille ce modèle. Le veau, et plus particulièrement le grain également connu sous le nom de «caviar» à l'aspect presque perlé, est également utilisé pour le 11.12, toujours dans ses versions classiques et permanentes. D'autres matières, jersey et tweed en tête, mais aussi broderie, tissus imprimés, parent cette icône au gré des saisons et des modes.

LA CHAÎNE

«Fatiguée de tenir mes sacs à la main, et de les perdre, j'y passai une lanière et les portai en bandoulière», expliqua un jour Gabrielle Chanel. Ainsi, l'emblématique chaîne est née d'une envie d'avoir les mains libres et de la possibilité de les glisser dans les poches. Ce porter a contribué à l'allure décontractée de Chanel, en contraste avec cette manière contrainte de porter les sacs à la main ou au creux du coude. La chaîne en métal, entrelacée avec un ruban de cuir peut se porter en double ou en simple, longue ou courte, sous le bras, à la main ou en bandoulière.



LE MATELASSAGE

C'est une des signatures les plus reconnaissables des sacs Chanel: le matelassage «diamant» en losange. Il est inspiré du monde équestre et plus précisément des vestes matelassées portées par les lads, les garçons d'écurie, mais aussi des tapis de selle matelassés des chevaux. Ce motif cher à Gabrielle Chanel se retrouve aussi sur les coussins du sofa en daim de son appartement du 31 rue Cambon, à Paris.

LE FERMOIR

Le double C du monogramme donne sa forme au fermoir du 11.12. Vissée à l'intérieur du rabat du sac, cette version en métal a été imaginée par Karl Lagerfeld dès le début des années 1980 et marque la différence entre le 11.12 et le 2.55 qui est, lui, orné d'un fermoir à tourniquet rectangulaire.

L'INTÉRIEUR

Pour Gabrielle Chanel, l'envers se devait d'être aussi beau que l'endroit, chic et pratique à la fois. Ainsi a-t-elle imaginé une doublure à l'origine en gros-grain rouge framboise, qui a aujourd'hui évolué, pour les modèles classiques, vers un cuir grenat. La couleur contrastée n'est pas qu'esthétique, elle permet de retrouver facilement ses effets personnels. Mademoiselle aimait aussi l'ordre et adorait les poches. L'intérieur du 11.12 en compte six, dont des étuis à soufflets pour les cartes de visite et de crédit, un poudrier, et désormais un téléphone; ainsi qu'une poche zippée appelée «la secrète», et deux poches plus larges. Sans oublier la poche-étui pour accueillir l'indispensable rouge à lèvres.

LE SAVOIR-FAIRE

Réalisé dans les Ateliers de Verneuil-en-Halatte, labellisés «Entreprise du Patrimoine Vivant» depuis 2016, le sac 11.12 nécessite pas moins de cent quatre-vingts opérations et quinze heures de fabrication. Celle-ci commence par la coupe des morceaux de cuir, qui sont ensuite piqués au point droit de couturière pour former les losanges du matelassage. Un double C est piqué sous le rabat. Le montage du sac s'exécute à plat et sur l'envers. Le corps et le fond sont assemblés selon la technique du «sac dans le sac»: le premier constitue l'intérieur, le second l'extérieur. Montés à la main, ils sont retournés grâce à la méthode du «piqué retourné». Le cuir grenat – sur les modèles classiques – de l'intérieur est posé comme une doublure de vêtement et retenu par des points de bride qui consolident la structure du sac.

L'HISTOIRE

Tout commence en février 1955, lorsque Gabrielle Chanel dévoile un sac élégant, facile à porter et dans lequel on retrouve ses effets. La créatrice se distingue des maroquiniers et agit en «couturière». Elle inscrit le sac dans son style épuré et le nomme 2.55 en référence à la date. Elle choisit un cuir d'agneau traditionnellement utilisé pour la ganterie, qu'elle rehausse d'un matelassage en losanges puis, plus tard, en chevrons – deux motifs devenus des signes identitaires des sacs Chanel. Très vite, les femmes et les stars l'adoptent: Brigitte Bardot, Catherine Deneuve, Romy Schneider. Dès son arrivée chez Chanel en 1983, Karl Lagerfeld revoit le 2.55 et crée son héritier le 11.12, ces chiffres faisant écho à la référence commerciale initiale du modèle. Aux versions permanentes, s'ajoutent chaque saison des variations de ces icônes en rapport avec les collections.



Pour ses silhouettes du printemps, Stella McCartney, précurseuse de la sensibilité durable, mise sur un esprit intemporel et des matières qui restent – y compris le cuir végétal.

STELLA MCCARTNEY

CINQ NOUVEAUX RÉFLEXES

APRÈS DES MOIS EN SURVÊTEMENT, EN PLEINE CRISE DE CONSCIENCE ÉTHIQUE, LA MODE TENTE DE SE RÉINVENTER EN PLUS... MODERNE. LES PISTES À SURVEILLER.

TEXTE RENATA LIBAL

STELLA MCCARTNEY a été la première. Dès le lancement de sa marque, il y a vingt ans, elle a posé les bases d'une entreprise transparente sur les conditions de production et attentive à l'éthique autant qu'à l'environnement. Ce que l'on appelle aujourd'hui «écoresponsable». Alors que le monde émerge, sonné et avide de nouveautés, de sa chambre à coucher transformée en bureau, l'art de se vêtir est devenu un thème central. Les envies ont changé durant ces mois en textile extensible et le confort est devenu un luxe désirable. C'est sans doute ce qui contribue à expliquer, par exemple, le grand retour des pantalons larges à taille haute. Mais surtout, dans l'urgence environnementale que la pandémie a si cruellement mise en lumière, l'industrie du vêtement se profile comme la deuxième plus polluante qui soit (après le pétrole), avec les concepts de gaspillage et de surconsom-

mation pratiquement érigés en principes identitaires. Du coup, les marques se peignent en vert à qui mieux mieux, brandissant là une sneaker en PET recyclé, ailleurs une étiquette bio. «Il y a tellement de greenwashing dans le milieu, que j'arrive à peine à savoir encore ce que signifie le mot «durable»», disait Stella McCartney à l'automne dernier, tout en rédigeant un manifeste de A à Z sur les bonnes pratiques du métier. Elle est, depuis, devenue la conseillère spéciale sur les questions de développement durable auprès de Bernard Arnault et du Comex de LVMH. Sa voix n'a plus rien d'excentrique et maints labels de luxe empruntent aujourd'hui la route qu'elle a tracée, en pionnière. Si la transparence n'est pas encore de mise – loin s'en faut – plusieurs pistes offrent des solutions séduisantes à l'œil comme au porter et annoncent un nouveau rapport au vêtement. Cinq verbes pour réfléchir autrement à la mode de demain. ●

SIMPLIFIER

Peut-être faut-il y voir la réaction la plus forte au rythme frénétique de la mode, où chaque nouveauté avait coutume de chasser la précédente. Les férus de belles matières ont aujourd'hui le plaisir de voir arriver des pièces simples et magnifiquement coupées, dont on voit à l'œil nu qu'elles sauront traverser les saisons sans rien perdre en fraîcheur ou en actualité. Il faut penser chemise blanche. Pantalon large. Imperméable (comme le modèle ci-contre de Christophe Lemaire). Robe noire (ou blanche comme chez Chanel). Tailleur avec jupe au genou (très beau chez Akris). Robe chemisier (en nuance chocolat chez Jil Sander).



DIOR

DÉCONTRACTER

Durant des mois, les plus flamboyants des noceurs, les plus spectaculaires des frimeurs se sont lovés, comme tout le monde, dans des vêtements doudous, des secondes peaux souples et moelleuses. Dans ce confort réapprivoisé, chaque pantalon de laine se met à gratter, chaque ceinture se vit comme une compression du corps. Alors, pour répondre à la double envie de beauté et d'aisance, voici une nouvelle génération de tenues habillées mais souples, sans fermeture éclair qui dérange, sans couture qui entrave. Cette mouvance fluide a un nom, le *soft tailoring*, et concerne les habits festifs comme les uniformes de bureau. Même une marque aussi liée à la silhouette structurée que l'est Dior s'évade dans cet univers du doux-à-porter (ci-dessus). Bienvenue à la maille, au pantalon fermé d'un cordon, à la robe extensible qui s'adapte à toutes les silhouettes.



LEMAIRE

L'ENGOUEMENT ACTUEL POUR **LES VÊTEMENTS DOUX COMME DES COCONS** SE TRADUIT PAR UNE MODE PLUS SOUPLE, PLUS CONFORTABLE.



HERMÈS

RÉPARER

Parce que réparer, c'est ramener un objet à la vie. «Restaurer l'émotion cachée qui l'habite», dit-on chez Hermès (sac Western en photo). Le luxe tend de plus en plus à se définir par cette capacité à guérir les blessures que la vie laisse sur les vêtements et objets. Hermès compte 15 ateliers dédiés dans le monde, mais même des marques moins rodées dans ce processus de réhabilitation s'y mettent. A Londres, le designer Christopher Raeburn offre des raccommodages à vie pour ses vêtements. Il anime aussi des ateliers grand public pour que chacun s'y essaie et vend des kits de réparations (à 7 fr. 90), avec patches et mode d'emploi. La cicatrice se voit? Et alors? La pièce n'en sort que grandie, valeureuse, aimée.

ZEGNA



MCQUEEN 2009

RACHETER

Faut-il toujours posséder? C'est la question que pose la styliste américaine Diane von Furstenberg, qui lance un service de location (aux Etats-Unis seulement, pour l'instant): un abonnement donne droit à une boîte de quatre tenues par mois, au choix, et service de pressing inclus. Qui veut vraiment garder une robe, la garde à prix réduit. Cette idée novatrice de vêtements en circuit se retrouve aussi chez une marque comme Alexander McQueen, qui incite ses clients de la première heure à rapporter leurs tenues anciennes (contre des bons d'achat). Remises en état et officiellement authentifiées, ces pièces seront alors vendues une seconde fois sur le site Vestiaire Collective sous le label «Brand Approved». Alors, petite robe à franges de 2009 (en photo)? Plus fiable que la simple filière du vintage, cette démarche pourrait inciter d'autres marques à faire de même.

UN VÊTEMENT
SURCYCLÉ **CONNAÎT**
UNE NOUVELLE
VIE MÉTAMORPHOSÉ
DANS LA COLLECTION
SUIVANTE.

RÉCUPÉRER

C'est l'un des enjeux principaux de la machine mode: que faire des invendus? Comment limiter les pertes au découpage? Plutôt que de brûler des tonnes de textile (par an, 13 millions de tonnes de nouveaux vêtements finissent ainsi – tout de même!), les marques réfléchissent à la manière de les réutiliser dans les collections suivantes – quitte à devoir produire de petites séries, en fonction des matériaux à disposition. Le label italien Zegna ambitionne ainsi de parvenir à 50 % de tissu recyclé, alors que la collection de ce printemps (ci-dessus) en compte 35 %. La très militante parisienne Marine Serre travaille elle aussi sur cette idée de surcyclage, même si sa marque reste confidentielle. Victor & Rolf puisent aussi dans ces «dead stocks» de textile, comme Stella McCartney ou, en Suisse, Kevin Germanier. Evidemment, la démarche est plus simple en pièce unique...

From our collection to yours



swatch[®]  × MoMA

TIME IS WHAT YOU MAKE OF IT

Vincent van Gogh (Dutch, 1853–1890). *The Starry Night*. Saint Rémy, June 1889. Oil on canvas, 29 x 36 1/4" (73.7 x 92.1 cm). The Museum of Modern Art, New York. Acquired through the Lillie P. Bliss Bequest (by exchange) © 2020 The Museum of Modern Art. The Museum of Modern Art, MoMA, and related logos are Trademarks of The Museum of Modern Art.

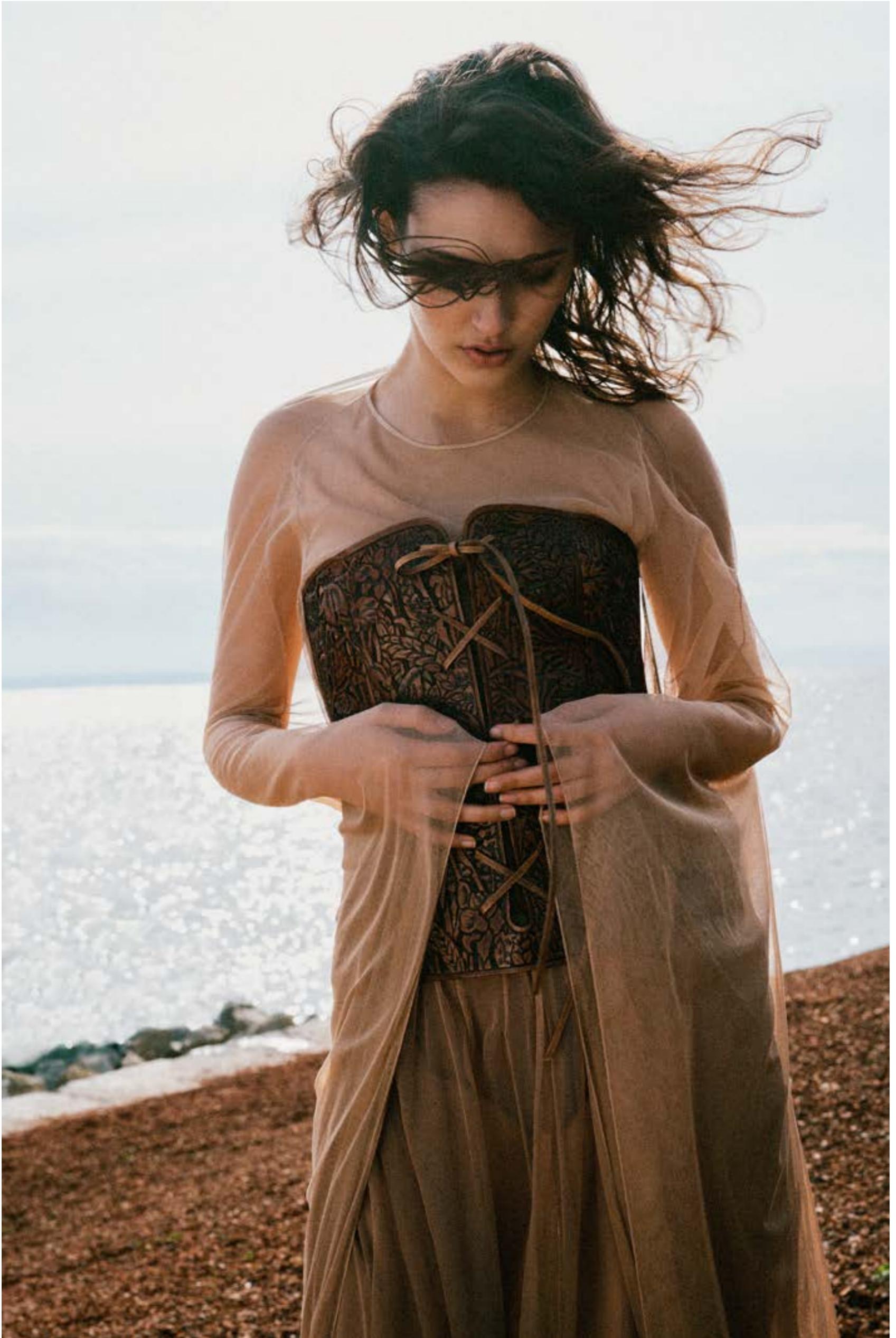




PALETTE TERRE

DU ROSE AU GRÈGE, DE L'OCRE AU BEIGE, LA MODE JOUE DES NUANCES POUR UNE SILHOUETTE ÉPURÉE.

PHOTOS ANOUSH ABRAR STYLISME SIMON PYLYSER



Robe longue en tulle de coton et bustier en cuir, **Christian Dior**.
PAGE DE GAUCHE Robe fluide, **MM6 Maison Margiela**. Sandales à talons, cuir, **Lanvin**.



Blouson zippé, bandeau et short, cuir de cerf, **Hermès**. Collier Serpenti, or jaune 18 cts, avec pompon serti d'un diamant, yeux en malachite et pavé diamants, **Bulgari**.



Veste et robe, cuir tressé main, sac et chaussures, cuir Nappa, **Bottega Veneta**.



Ensemble veste et pantalon, viscose, **Emporio Armani**. Montre à double spirale Serpenti Spiga, boîtier et bracelet en or rose 18 cts serti de diamants et cadran noir, bracelet deux tours Serpenti Viper, or rose 18 cts avec pavé diamants et bague assortie, bracelets joncs fins Serpenti Viper, or rose 18 cts serti d'éléments en malachite et cornaline, bracelet Serpenti, or rose 18 cts avec yeux en rubellite et pavé diamants, bracelet Serpenti, or rose 18 cts, avec yeux en saphir, serti d'éléments en malachite et pavé diamants, **Bulgari**.



Trench en mousseline de lin de blé avec broderies à motifs de roses, **Fendi**. Sandales en cuir effet python, **Michael Kors**.



Robe trench-coat, sergé de coton, **Alexander McQueen**. Collier Serpenti Viper, or rose 18 cts, serti d'éléments en nacre et pavé diamants, **Bulgari**.

Direction artistique Géraldine Dura Production Endrit Nurcaj Assistant photo Armand Yerly Coiffure et maquillage Michèle Anderhub Modèle Sofia Surlan

Merci à l'Hôtel Palaffite, à Neuchâtel, pour son accueil (www.palaffite.ch)

CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ EN PARTENARIAT AVEC BULGARI

Un amour de serpent

SÉDUCTION, MYSTÈRE... BULGARI A FAIT DU SERPENT SA SIGNATURE ET UN RAPPEL DE SES ORIGINES GRÉCO-ROMAINES. SO SEXY!

TEXTE LA RÉDACTION

UN RACCORDEMENT AU gaz de ville. C'est en observant un tuyau que Bulgari a imaginé ce qui allait devenir l'une des plus grandes icônes horlogères et joaillières. Nous sommes dans les années 1940 et les créateurs de la marque romaine s'inspirent d'un «Tubogas» pour créer un bracelet de montre en or, sans maillon ni soudure. Tout naturellement, ce long ruban prend le corps d'un serpent et voici la ligne Serpenti. Son sort est jeté le jour où la star Elizabeth Taylor est immortalisée sur le plateau de la mégaproduction *Cléopâtre* (le film sort en 1963), cette montre autour du poignet. Prodigieuse idée que d'avoir proposé ce bijou à la star américaine! Les coulisses du tournage bruissent à propos du coup de foudre (scandaleux, mais terriblement glamour) entre Richard Burton et Elizabeth Taylor. Dès lors, le monde entier a les yeux tournés vers ces deux monstres sacrés du cinéma. Pour Bulgari, cette spectaculaire mise en lumière est une aubaine: le serpent d'or à l'avant-bras devient un sulfureux objet de désir – surtout s'il s'enorgueillit d'une tête à crête de diamants taillés en navette et d'une queue incrustée de diamants. L'icône est née.

Le bracelet galbé et ultrasouple qui s'enroule autour du poignet se décline progressivement. La première évolution apparaît dans les années 1950. La maille tubulaire rend le corps du reptile tridimensionnel et annonce l'arrivée des écailles dans les années 1970. La proposition séduit. Diana Vreeland, journaliste américaine de *Vogue* et lanceuse de tendances (elle conseille Jackie Kennedy et la duchesse de Windsor), martèle comme un mantra: «N'oubliez pas le serpent. Il devrait être sur chaque doigt et à tous les poignets et partout ailleurs.[...] On n'en voit jamais assez.» Elle fait alors sensation en enroulant autour de son cou une ceinture en or jaune façonnée en forme de serpent, avec des yeux en saphirs poire.

Trait d'union entre toutes les collections de la marque

Serpenti cimente progressivement l'identité de Bulgari. Le mythe de l'animal est décliné malicieusement, quand la tête de l'animal est représentée par la montre, alors que le corps s'enroule autour du poignet en un double tour de bracelet Tubogas. Comment se fait-il que personne n'ait pensé plus tôt à s'inspirer du mystère vénéneux du reptile, pourtant largement présent tant dans la mythologie que dans l'histoire gréco-romaine? Le spectre symbolique est riche, le serpent incarnant l'immortalité comme la guérison, la sensualité comme le péché, la beauté comme le danger, le poison comme son antidote. Modernité sans faille! Pas étonnant que

la fascination du serpent ait valu un statut de mythe à la collection, dès les années 1980. En 2014, une montre Serpenti en émail et diamants de 1965 s'envole pour 1,1 million de dollars chez Christie's, un record. En 2015, la Serpenti «Head over Tail» présente un serpent enroulé, sa tête reposant sur le bout de sa queue. En 2016, Bulgari décline les variations et présente les collections Serpenti Spiga, Serpenti Five-coil Tubogas et ce Serpenti Incantati, (serpent enchanteur), avec un serpent géométrique se mordant la queue en s'enroulant autour de la lunette d'un cadran rond. Pour cette version revisitée, Fabrizio Buonamassa Stigliani, Bulgari Product Creation Executive Director, s'est inspiré d'une broche en diamants des années 1930 et a imaginé une forme inédite à l'origine de quatre nouvelles collections de montres joaillières. Le design de l'Incantati Tourbillon Lumière Skeleton, la première Serpenti à complications, remonte, lui aussi, à cette inspiration.

Fabriquer une icône ne se décrète pas. L'histoire en décide. En plus de quatre-vingts ans, la montre Serpenti a complètement intégré l'identité Bulgari et a imprégné bien des collections, à côté des emblèmes de Rome – l'autre inspiration esthétique de la marque. Fabrizio Buonamassa Stigliani, immergé depuis vingt ans dans le patrimoine Bulgari, le reconnaît volontiers: «Aujourd'hui, le serpent est tellement ancré dans l'ADN Bulgari qu'il est présent dans les montres, les bijoux et même les accessoires. C'est la franchise la plus importante de la marque.»



Elizabeth Taylor en 1962 lors du tournage de «Cléopâtre» avec à son poignet une montre-bijou Serpenti de Bulgari.



UNE MUE ENDIAMANTÉE

Une étreinte sensuelle... voilà ce qu'offrent les trois nouvelles éditions Serpenti Spiga (signifiant épi en italien) au bracelet motif matelassé. Pour la première fois, les joailliers Bulgari ont réussi à réaliser un bracelet en or à la fois extrêmement flexible (ressort caché!) et qui peut être entièrement serti. Une gageure! «La difficulté à surmonter résidait dans l'extrême finesse du point à 12 h et dans l'asymétrie de la pièce», explique Fabrizio Buonamassa Stigliani. Le modèle propose deux versions en or, boîtier 35 mm, munies d'une couronne sortie d'une rubellite taille cabochon, avec cadran blanc ou noir comme le modèle ci-dessus, ainsi qu'une édition haute joaillerie parée de 800 diamants et d'un saphir bleu taillé en cabochon sur la couronne.



CHARMEUSE DE SERPENT

Parmi les pièces spectaculaires qui ont forgé l'image de Bulgari, ce bracelet en or de 1955 propose un boîtier de montre (cachée dans la tête) serti de rubis et diamants. Le musée de la marque, au premier étage de la boutique romaine, compte de multiples trésors de cette veine.



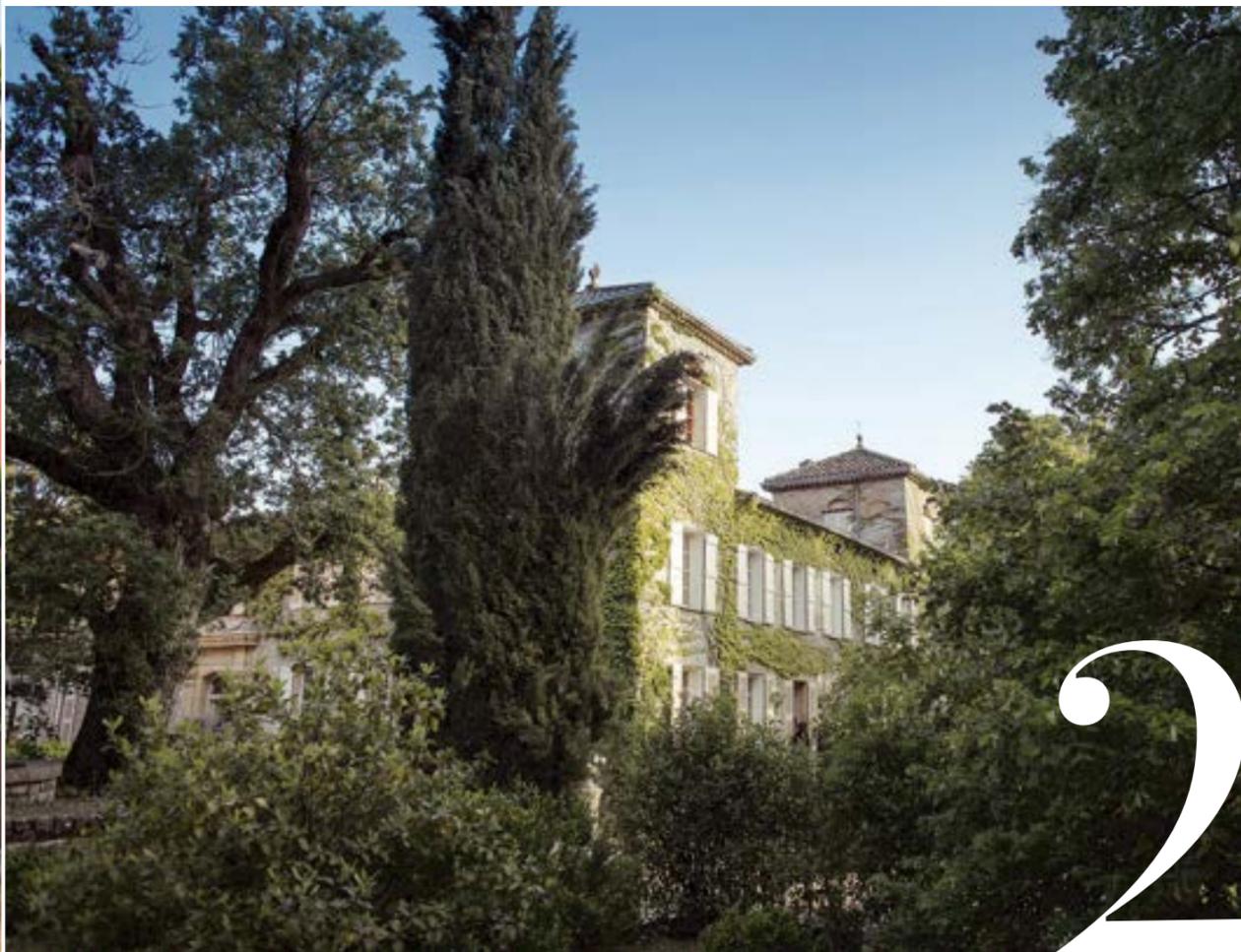
Au cœur du massif de l'Estérel, le Palais Bulles, emblématique résidence de Pierre Cardin.

10

MAISONS COUTURE

CES DEMEURES ONT ÉTÉ
HABITÉES PAR CELLES
ET CEUX QUI ONT MARQUÉ
LA MODE. VISITES PRIVÉES.

TEXTE ESTELLE LUCIEN ET PAULINA SZCZESNIAK



Christian Dior

L'édén provençal d'un Normand

Le château «Cette maison-là, je voudrais qu'elle fût ma vraie maison (...) Celle où je pourrai vivre enfin tranquille, oubliant Christian Dior pour redevenir tout simplement Christian», écrivait le couturier à propos du château de La Colle Noire, à Montauroux dans le Var, qu'il racheta en 1950. A 52 ans, l'inventeur du *New Look*, alors au sommet de sa gloire, pensait déjà à ses vieux jours et se souvint de cet arrière-pays provençal où il s'était réfugié sous l'Occupation. Les premières pierres de La Colle Noire – le nom vient de colline – datent du XV^e siècle. Christian Dior engagea une grande rénovation des lieux accordant une attention particulière au jardin, qu'il planta de fleurs à parfum, roses, jasmin et lavandin. Cette propriété au cœur du pays grassois est intimement liée aux créations olfactives de la maison. Si *Miss Dior* (1947) est un hommage à Catherine, la sœur du couturier, ce sont bien les senteurs de la Provence qui en ont inspiré la palette, alors que le muguet de La Colle Noire est à l'origine de *Diorissimo* (1956). Disparu en 1957, Christian Dior profita peu de son édén. Racheté par la maison Dior en 2013, le château de La Colle Noire, entièrement rénové, est désormais un lieu dédié à l'univers des parfums Christian Dior. Dans le sillage de ce «temple», inauguré en 2016, est née la fragrance *La Colle Noire*, sublimant la rose de mai chère au créateur de l'avenue Montaigne et dont un parterre a été replanté dans le parc du domaine provençal.

La surprise Le groupe de rock anglais Oasis a enregistré une partie son album *Standing on the shoulder of giants* au château de La Colle Noire, en 1999.

Montauroux, Provence-Alpes-Côte d'Azur. Non ouvert au public.

1 Pierre Cardin

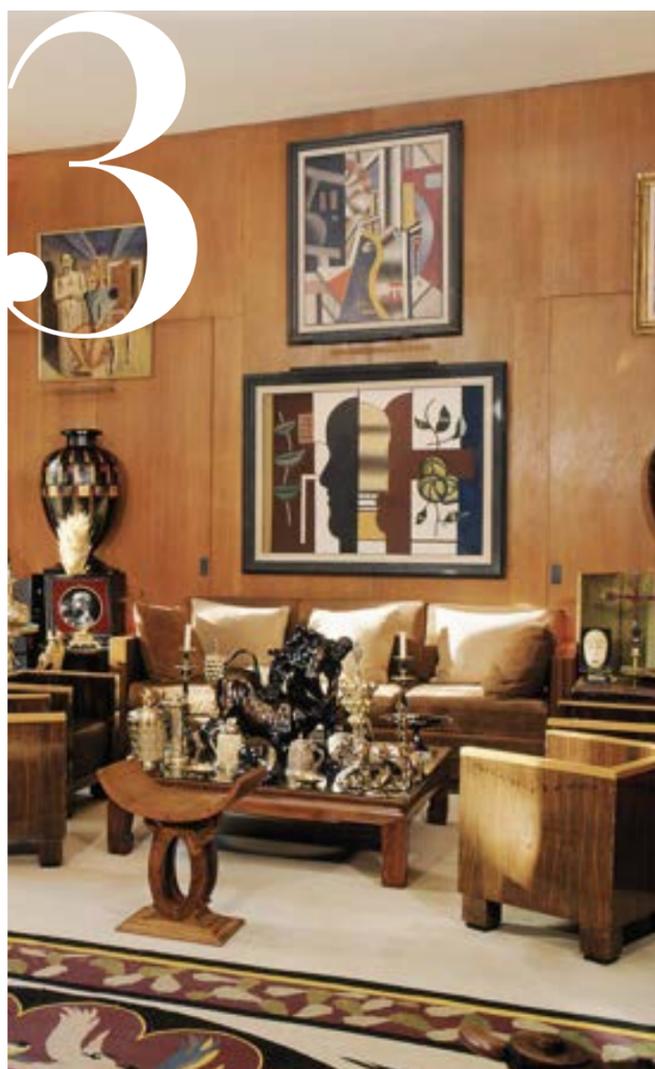
Bulles en délire dans l'Estérel

Le palais Si ce n'est pas pour lui qu'il a été construit, le Palais Bulles semble avoir été conçu sur mesure pour Pierre Cardin (1922-2020). Le couturier français, mort en décembre dernier, avait même suivi le chantier depuis sa propriété voisine. Lorsque le commanditaire, Pierre Bernard, décéda en 1991, l'inventeur de la robe bulle n'hésita pas à se porter acquéreur. Il s'installa dès 1992 dans ce délire architectural, qui tient à la fois de l'habitat troglodyte et de la maison des Barbapapa. Composé d'une dizaine de suites-boules ocre – comme les Calanques alentour – de piscines et de jardins ronds et même d'un amphithéâtre (la pierre que Cardin lui-même apporta à l'édifice), l'ensemble s'étend sur 1.200 m² et domine la grande bleue face à la baie de Cannes.

Le créateur de cette ronde folie est Antti Lovag (1920-2014), architecte hongrois ou plutôt... habitologue comme il préférerait se présenter.

La surprise Le Palais Bulles accueille des défilés et de mémorables fêtes, notamment lors du Festival de Cannes, comme en 2002, pour les 40 ans de James Bond, avec Pierce Brosnan en invité vedette.

www.palaisbulles.com, non ouvert au public.



Yves Saint Laurent

Œuvres d'art à tous les étages

L'appartement Les uns conservent leurs biens les plus précieux dans de petits coffres bien cachés. Yves Saint Laurent préféra offrir à ses trésors un appartement de 520 m² situé dans un immeuble peu spectaculaire (selon les normes parisiennes) des années 1890 dans le VII^e arrondissement. C'était par hasard que son compagnon Pierre Bergé était tombé sur ce bien de deux étages, habillé de chêne jusqu'au plafond, disposant d'un élégant jardin (où habitaient des tortues!). Comme l'ancienne maison du couple devenait peu à peu trop petite, cette trouvaille arriva au bon moment. En 1970, les deux hommes commencèrent par louer ce nouveau nid, alors propriété de la collectionneuse et reine de la tapisserie, Marie Cuttoli. Huit ans plus tard, ils finirent par l'acheter, l'emplantant d'œuvres d'art, jusqu'à la mort de Saint Laurent en 2008. Le joyau de cette collection est un Goya, légué par la suite au Musée du Louvre.

La surprise Canapés Art déco, porcelaines chinoises et peintures du XIX^e siècle... comment assortir l'ensemble? Yves Saint Laurent et Pierre Bergé se seraient inspirés du goût de la vicomtesse de Noailles, grande collectionneuse d'art et arrière-arrière-petite-fille du marquis de Sade.

Rue de Babylone 55, Paris. Non ouvert au public.

ÉVASION

4 Louis Vuitton Délicat écrivain Art nouveau

La maison Louis Vuitton (1821-1892) ne se souciait guère de luxe. Lorsqu'il déménagea en 1859 sa florissante entreprise de malles de la place Vendôme vers un site plus grand à Asnières, en banlieue parisienne, il s'installa simplement avec sa femme et son bébé Georges au-dessus des ateliers. Ce n'est que lorsque l'affaire continua de croître qu'il décida de construire une maison à côté. Pratique et sans chichis: cuisine, salon, salle à manger, chambre à coucher et accès direct à l'atelier. C'est son fils Georges qui donnera à la villa le cachet qu'on lui connaît, en ajoutant, au début du XX^e siècle, un petit salon dans le pur style Art nouveau: vitraux peints, murs vert pistache et stuc floral. Que les fans de Vuitton puissent aujourd'hui encore faire le voyage à Asnières (et peut-être s'offrir une pièce sur mesure dans l'atelier encore en activité) et trouver les lieux pratiquement inchangés, avec le mobilier d'époque signé Guimard, c'est en partie grâce à l'épouse de Georges. Elle a vécu dans cette demeure jusqu'à sa mort en 1964 (à l'âge de 102 ans!) – sans s'embarrasser de modernités... dans la lignée du beau-père.

La surprise C'est Georges Vuitton qui a conçu le célèbre monogramme LV, quatre ans après la mort de son père Louis. Il aurait été inspiré par les carreaux de la cuisine de la maison d'Asnières: blancs avec un motif floral brun...

www.louisvuitton.com. Ouvert au public selon certaines périodes.



Jeanne Lanvin La passion Art déco

L'appartement Jeanne Lanvin (1867-1946) acheta en 1920 l'hôtel particulier du 16, rue Barbet-de-Jouy à Paris qui appartenait à la marquise Arconati-Visconti, surnommée la Marquise rouge. En effet, celle-ci tenait entre ces murs de nombreux salons littéraires, mais aussi politiques, comme celui des jeudistes qui réunissait les défenseurs de la cause du capitaine Dreyfus. Jeanne Lanvin, elle, s'appropriait les lieux en les confiant à l'un des décorateurs les plus singuliers de l'Art déco, à savoir Armand-Albert Rateau. Chez la couturière, il déploya son esthétique hybride, mélange très personnel entre les styles antique et moderne: bestiaire imaginaire, meubles en bronze à patine, bois doré...

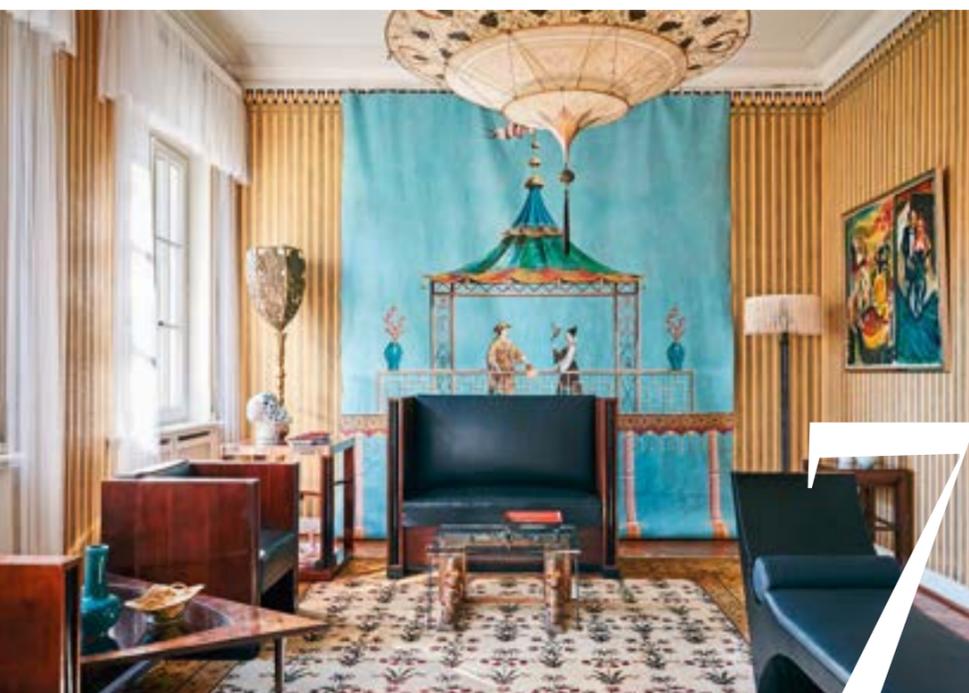
La surprise L'hôtel particulier a été détruit en 1965, mais le Musée des arts décoratifs de Paris s'est vu offrir l'installation complète (y compris les sols et les boiseries) de l'appartement privé de Jeanne Lanvin, qui comprend sa salle de bains, sa chambre et un boudoir, tel que sa fille, Marie-Blanche de Polignac, l'avait conservé depuis la disparition de sa mère en 1946. Le tout se visite également en virtuel sur le site du musée.

Musée des arts décoratifs, Paris, www.madparis.fr.

6 Gianni Versace Folie néo-Renaissance à Miami Beach

La villa C'est sur les marches de cette villa que Gianni Versace a été abattu le 15 juillet 1997 par un tueur en série. Pas étonnant que la Casa Casuarina, sur Ocean Drive à Miami, soit l'une des maisons les plus photographiées des États-Unis. Un intérêt d'ailleurs entretenu par la série Netflix, où la maison tient presque un rôle à part entière. Construite en 1930 par un riche globe-trotter dans un style néo-Renaissance, elle a tapé dans l'œil de Versace en 1992. Le designer italien l'a achetée pour un peu moins de 3 millions de dollars et en a investi une bonne dizaine de plus dans des rénovations folles, dont une piscine dorée à l'or fin 24 cts. Malheureusement, il en a peu profité. Ensuite, la propriété a changé plusieurs fois de mains, avant d'être acquise aux enchères par l'entrepreneur Joe Nakash en 2013 et convertie en hôtel de luxe: une dizaine de suites opulentes, dont la Gianni's Master Suite qui tient toutes ses promesses.

La surprise Versace a fait extraire, galet après galet, la mosaïque de la Méduse dans sa ville natale, Reggio de Calabre, pour la réimplanter dans son jardin à Miami. vmmiamibeach.com, dès env. 800 fr. la nuit.



Karl Lagerfeld L'invendable Villa Jako

La villa On est un peu désolé pour cette villa du quartier chic de Blankenese, à Hambourg, car, d'une certaine manière, personne ne l'aime vraiment. A commencer par son constructeur, Hermann Witte, assureur maritime, qui en déménagea quatre ans seulement après son achèvement, en 1922. Karl Lagerfeld (1933-2019), qui en est devenu le troisième propriétaire en 1991, l'a redécorée avec enthousiasme pendant plusieurs années et un brin de démesure: plafonds dorés, sols en marbre, meubles design... Le chantier terminé, il sortira même un livre de photographies, *Une maison allemande* (1997), avant de mettre en vente, lui aussi, cette maison qu'il avait amoureuxment baptisée Villa Jako en souvenir de son grand amour défunt, Jacques de Bascher... Et maintenant? La villa cherche de nouveau preneur. L'éditeur de musique Michael Haentjes, qui a succédé à Lagerfeld, en a eu son compte en 2003.

La surprise La Villa Jako est-elle marquée d'une malédiction? Les experts accusent plutôt son état de conservation et sa forte pente. Lagerfeld prétendit quand même y avoir entendu les voix de ses parents décédés...

Wilmans Park 17, Hambourg. Non ouvert au public.

8 Gabrielle Chanel

La Pausa, refuge monacal

La villa Même lorsqu'elle se fit construire une maison, Gabrielle Chanel (1883-1971) n'oublia pas d'y glisser son chiffre fétiche, le 5, soit le nombre de fenêtres qui surmontent l'entrée principale de La Pausa. La couturière s'installa dès 1930 dans cette villa azuréenne, sur les hauteurs de Roquebrune-Cap-Martin, face à la mer. La demeure a été conçue par l'architecte belge Robert Streitz selon les volontés de Mademoiselle. L'ambiance austère des lieux, le hall basilical, ainsi que le patio rythmé d'arches vitrées tel un cloître sont autant d'éléments qui font écho à l'abbaye cistercienne d'Aubazine, où Coco passa une partie de son enfance. Pendant près de 25 ans, la couturière a accueilli dans cette vaste propriété – plus de 1000 m² d'habitation et un jardin méditerranéen de 4 hectares – ses amis, Misia Sert, Jean Cocteau, Igor Stravinsky, Pablo Picasso ou Somerset Maugham. Aujourd'hui en rénovation et propriété de Chanel, La Pausa est appelée à faire rayonner la marque.

La surprise Si Salvador Dali a réalisé à La Pausa plusieurs toiles, en 1938, ce fut aussi le cas de Winston Churchill, venu peindre dans ses lieux à l'invitation de son ami et éditeur Emery Reves, qui racheta la propriété à Chanel en 1953.

www.chanel.com. Non ouvert au public.



9

Azzedine Alaïa

L'appartement du maître, pour soi

L'appartement Les amateurs de mode devraient s'asseoir avant de poursuivre leur lecture. Parce qu'il ne s'agit pas d'un Shangri-La inaccessible et imaginaire. La maison d'Azzedine Alaïa (1940-2017), dans le quartier du Marais à Paris, est disponible à la location. Chargé d'histoire, cet ancien bâtiment industriel – on y fabriquait autrefois des matelas – du XVII^e siècle abrite trois appartements, un à chaque étage. Le grand Alaïa, qui est venu de Tunis à Paris en 1957 pour couper le souffle au monde entier avec ses créations aux formes impitoyables et aux cuirs épais, l'a achetée en 1988 pour y installer son petit univers: un studio, un showroom pour les défilés de mode, son appartement privé – et le micro-hôtel où il aimait recevoir ses amies Grace Jones et Naomi Campbell. Il leur cuisinait son fameux poulet au citron.

La surprise Ici, vous êtes entouré de classiques du design que le propriétaire a collectionnés avec passion. Et qui a aidé à décorer l'appartement? Le peintre-cinéaste Julian Schnabel, meilleur ami d'Alaïa. Si vous voulez sortir (mais a-t-on vraiment envie?): juste en face se trouve la Fondation Azzedine Alaïa – avec la collection de mode du maître exposée et un délicieux café.

www.lagencedeparis.com/en/properties/634/lhotel-azzedine-alaia, prix sur demande.

10 Madeleine Vionnet

C'est une Maison Blanche

La maison Les colonnes majestueuses de la façade, qu'on voit sur une ancienne photographie, n'ont pas survécu. Mais la villa que Madeleine Vionnet (1876-1975) fit bâtir dans les années 1920 à Sanary-sur-Mer, face à la Méditerranée, a conservé les façades immaculées qui lui ont donné son nom: la Maison Blanche. L'inventrice de la coupe en biais et reine du drapé y passait une partie de ses étés, elle qui, bien avant les congés payés, avait octroyé des vacances à ses employés. Assez modeste dans ses proportions, la Maison Blanche était décorée dans le goût Art déco avec du mobilier signé Pierre Chareau, Francis Jourdain, René Herbst ou encore Jean Dunand.

La surprise La Maison Blanche est aujourd'hui proposée en location de vacances, tout en conservant une partie dédiée à la couturière. Un mini-musée a été aménagé à l'étage par l'actuelle propriétaire, où l'on peut découvrir comment Madeleine Vionnet moulait ses toiles en format réduit sur une poupée de bois. Figurine qu'elle garda dans sa chambre jusqu'à la fin de ses jours.

www.locationmidi.com/la-villa-blanche



Gabrielle Chanel et ses amis, dans le jardin de sa villa La Pausa à Roquebrune, en 1938.

Des lieux chargés d'histoire et sources d'inspiration

«Accueillir les amis de la maison», telle est la vocation du château de La Colle Noire racheté en 2013 par LVMH, propriétaire de Dior, avec comme mission de faire revivre le domaine tel qu'il était du temps du créateur. La marque a déjà soutenu, dès 1993, la réhabilitation en musée de la villa familiale Les Rhumbs à Grandville. De même, lorsque Chanel a annoncé en septembre 2015 l'acquisition de La Pausa, la maison de luxe a indiqué vouloir y faire rayonner la culture et les valeurs de la marque. C'est dans cet esprit aussi qu'est conservé l'appartement de Coco Chanel, à l'étage du 31, rue Cambon, où rien ne semble avoir bougé depuis la disparition de

Mademoiselle en 1971. L'endroit se visite sur invitation, là encore pour «les amis de la maison». Depuis quelques années, on assiste à un intérêt grandissant des enseignes de luxe à acquérir des adresses emblématiques, dans le but de consolider leur identité – on pense au Jardin Majorelle à Marrakech d'Yves Saint Laurent, couplé à un musée dédié au couturier. Ces lieux chargés d'histoire ont valeur d'archives et de patrimoine. Accueillant régulièrement des événements sélects, ils servent admirablement le *storytelling* des marques, nourrissant l'inspiration des designers appelés à faire perdurer l'esprit et le style de celles et ceux dont ils perpétuent le nom. E.L.



Bichonner ses sourcils, une tendance qui séduit les hommes autant que les femmes.

Sourcil, mon souci

DOMPTÉS, COLORÉS OU ÉBOURIFFÉS, LES SOURCILS FONT LA PART BELLE À NOTRE REGARD. UNE BONNE RAISON DE S'EN OCCUPER EN CETTE PÉRIODE OÙ NOS YEUX TIENNENT LE HAUT DU PAVÉ. MÊME LES HOMMES S'Y METTENT.

TEXTE KATRIN ROTH

VOUS SUIVEZ les tendances sur Pinterest? Alors celle-ci ne vous aura pas échappé: le sourcil, à l'origine destiné à protéger nos yeux de l'humidité et de la poussière, en voit (littéralement) de toutes les couleurs. Sans habiller les vôtres de rose ou de bleu, peut-être vous laisserez-vous tenter par un «soap brow», où le poil, brossé vers le haut, est fixé au savon? Ou céderez-vous plutôt à un variant gothique, ultradessiné et noir *of course*? Si ces extravagances sourcillaires n'ont guère de chances de devenir la norme entre la rue du Rhône et la place Pury, elles signalent que les femmes et même les hommes sont de plus en plus nombreux à soigner ce détail pileux de leur anatomie: «Désormais habitués à se rendre régulièrement chez leur barbier, ils se sont mis à entretenir leurs sourcils», constate Fabienne Pauli, maquilleuse et fondatrice de l'agence MakeItUp.

Ce n'est pas Florence Stumpe, fondatrice du Brow Bar à Genève, qui affirmera le contraire. L'endroit, qui compte désormais cinq succursales dans toute la Suisse, est incontournable pour tout sourcil qui se respecte: «Lorsque nous nous sommes lancés il y a sept ans, nous recevions au maximum trois hommes par semaine, contre une quinzaine en ce moment. Ils viennent de tous les horizons socio-professionnels et sont de plus en plus nombreux.»

Le temps des «beauty boys»

Une tendance que confirme Kim Petri, copropriétaire du Schminkbar — une chaîne de salons de beauté établie à sept adresses en Suisse allemande. Elle est loin, l'époque où son équipe accueillait son tout premier client masculin: «Nous avons improvisé une cabine avec un paravent pour lui éviter de se faire repérer pendant sa manucure! Les hommes n'avaient alors pas l'habitude de s'occuper d'eux-mêmes», se rappelle-t-elle en souriant.

C'est en Corée du Sud que ce changement s'est amorcé. Un pays où les ventes de cosmétiques au masculin ont augmenté de 44% entre 2011 et 2017, selon une étude de marché Euromonitor. Les experts s'attendent à les voir encore grimper de moitié ces trois prochaines années. Flairant un marché juteux, les marques de luxe, de Chanel à Tom Ford en passant par Marc Jacobs, ont lancé, en 2018, des cosmétiques et du maquillage pour hommes. Les «beauty boys» ont inondé les réseaux de tutoriels. Résultat: si les paupières colorées sont encore rares, il est devenu socialement acceptable —

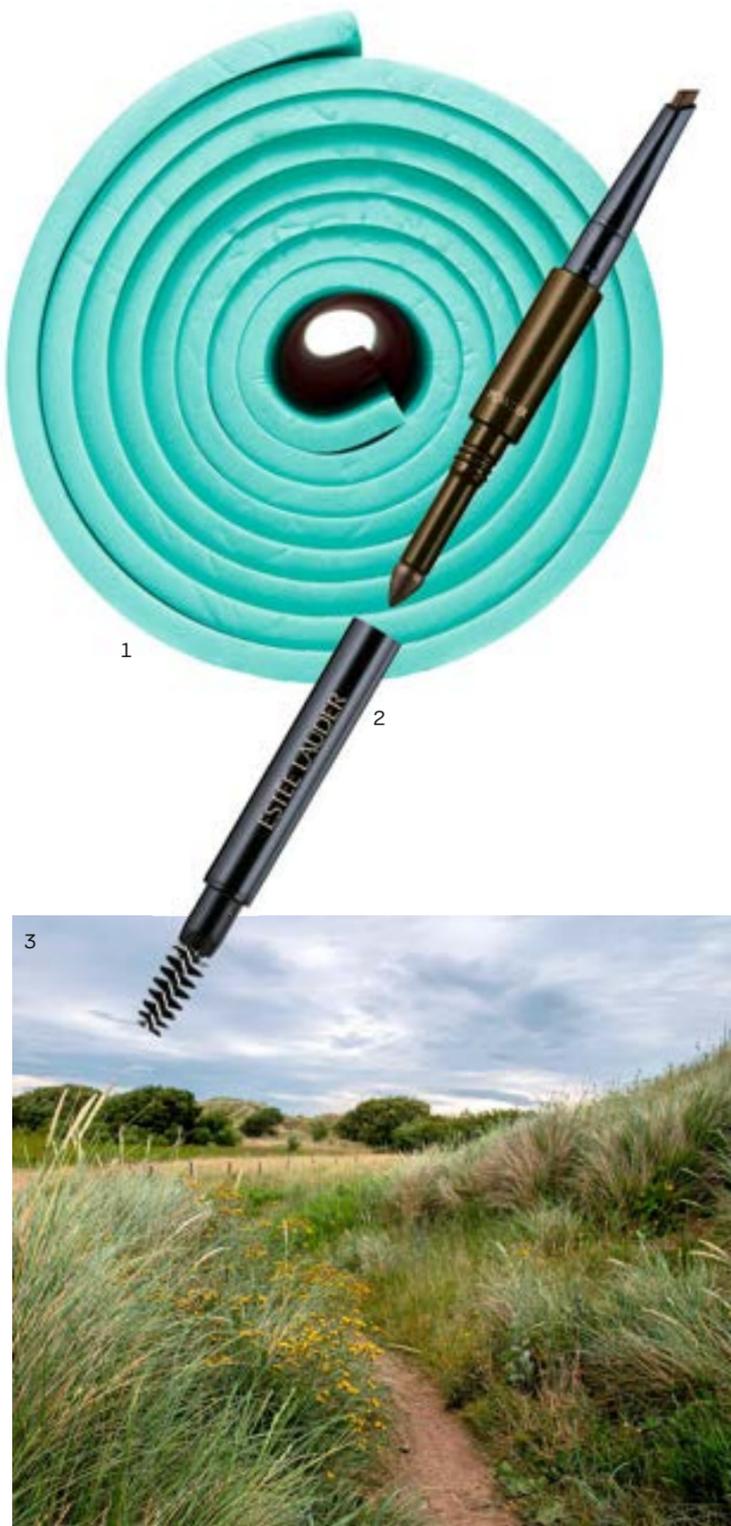
voire recommandé — de s'occuper de ses sourcils. «Au Brow Bar, nos clients cherchent le naturel, une ligne claire et masculine qui ouvre le regard», résume Florence Stumpe. Avec juste un effet de propreté, qui sépare les deux sourcils et chasse les poils épars. Elle poursuit: «Les femmes, elles, préfèrent les lignes géométriques, qu'elles n'hésitent pas à parfaire au pinceau, au crayon ou à la poudre.» Et de rappeler toutefois que des lanceuses de tendances comme la top modèle Cara Delevingne ont aussi mis le naturel, un brin fourni, au goût du jour, y compris chez les femmes. Du coup, l'allure du sourcil tend à s'uniformiser entre les sexes.

Pour entretenir cet ornement de l'œil, Fabienne Pauli recommande d'utiliser un crayon, une poudre ou un gel teintés de la même couleur que la racine des cheveux. Mais pour une première mise en forme de la zone, nos deux spécialistes sont unanimes: mieux vaut s'adresser à des professionnels. «Ensuite, il suffit d'épiler régulièrement la repousse.» Les hommes n'ont pas besoin de se faire prier, préférant laisser des mains expérimentées s'occuper de cette partie de leur visage. Et ils y prennent goût: «Un client était venu au Brow Bar à reculons — sa femme l'y avait obligé. Mais depuis leur séparation, on l'y voit encore plus souvent», sourit Florence Stumpe. Quant au premier client du Schminkbar, il est lui aussi resté fidèle et confie à l'équipe de Kim Petri ses ongles, comme ses sourcils. Il fait bien: «Lorsque les sourcils sont beaux, ils peuvent transformer un visage, ce serait dommage de s'en priver.» ☺

CRAYONS ET BROSSES

1. Crayon poudre et gel pour les sourcils, **Marc Jacobs**, env. 45 fr.
2. The BrowGal, crayon et brosse à sourcils, **Tonya Crooks**, env. 30 fr.
3. Gel définition sourcils, pour hommes, **Tom Ford**, env. 60 fr.
4. Crayon à sourcils à effet poudré et longue durée, **Boy de Chanel**, env. 53 fr.
5. Brow Definer, crayon et brosse à sourcils, **Anastasia Beverly Hills**, 44 fr.





Arizona Muse

EN PLUS DE SA CARRIÈRE DANS LA MODE, LA MANNEQUIN S'ENGAGE POUR LA PLANÈTE ET UNE CONSOMMATION RESPONSABLE.

TEXTE KATRIN ROTH

MARQUER une pause et prendre conscience de ce qui nous entoure. C'est la définition du luxe selon Arizona Muse, top-modèle anglo-américaine. S'entourer d'objets de design coûteux? Très peu pour elle. La jeune femme de 32 ans, qui porte le nom de son lieu de naissance, abonnée des couvertures de *Vogue*, préfère **les promenades dans la nature (3)**. «Ça a l'air ringard, mais ça marche», dit en riant cette mère de deux enfants, mariée à Boniface Verney-Carron, un ostéopathe français, et qui partage parfois sa vie de famille à Londres sur Instagram. Un réseau qu'elle utilise aussi volontiers pour attirer l'attention sur ce qu'elle considère comme «la tâche la plus urgente pour la société»: la protection de l'environnement.

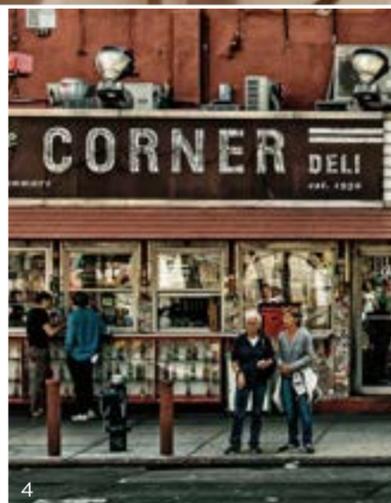
Comment éveillez-vous la conscience militante de vos followers?

En suivant la devise *Less is more* (moins, c'est plus), j'encourage à limiter notre

consommation. Par exemple, ne pas dépenser d'argent pendant une journée, est déjà un bon début. Ou encore, s'informer sur les produits que nous consommons, car de cette façon, nous achetons plus consciemment. Si vous avez vraiment besoin de quelque chose, vous pouvez chercher à obtenir l'article d'occasion. La plupart des vêtements de mon foyer et de ma garde-robe sont de seconde main, ou issus d'une **production durable (5)**.

Quelles marques conseillez-vous?

En matière de mode, j'aime bien Kitx, label australien, et la marque française **Olistic (6)**, avec laquelle j'ai développé ma propre collection. En ce qui concerne les soins capillaires, je suis fan d'Aveda et devenir leur ambassadrice était une envie qui remonte à loin. Enfant, avec mes parents, j'utilisais le shampoing Aveda Rosemary Mint, qui sentait comme un jardin, j'adorais ça! Aujourd'hui, je me fie au shampoing et à l'après-shampoing de la nouvelle ligne **Aveda Nutriplenish (7)**.



4



5



6

Quel est le meilleur conseil de beauté que vous ayez reçu?

Ma mère m'a interdit de m'épiler les sourcils. Bien sûr, je l'ai fait quand même, mais seulement une fois (*rires*). Je les laisse pousser naturellement et je comble les petits trous avec le **Duo de crayons à sourcils d'Estée Lauder (2)**.

D'autres secrets de beauté?

Épilation chez Lacquered + Stripped à Londres et bains au sel d'Himalaya de Grass & Co. Pour mes ongles fins, les capsules de compléments alimentaires de Wild Nutrition font vraiment des merveilles.

Comment gardez-vous la forme?

Grâce au **yoga (1)**. Il ne s'agit pas seulement de remise en forme, mais aussi d'équilibre émotionnel.

Vous avez vécu à New York.

Une bonne adresse?

La Esquina (4) à Soho! Grande cuisine mexicaine, également à l'emporter. ☺

7



CHANEL