

encore!

LE STYLE EN PLUS | MARS 2022

MAKE-UP
DU NÉON
PLEIN
LES YEUX

INTERVIEW
Le prêt-à-
couture de
Julie de Libran

MODE

Comme un souffle
d'innocence

BIJOUX
L'esprit
rebelle

MARS 2022

 Le Matin
Dimanche



ROLEX

LADY-DATEJUST

Lancée en 1957, la Lady-Datejust est un modèle intemporel et un symbole d'élégance. Elle continue de transcender son style classique en conjuguant raffinement et savoir-faire unique dans un boîtier de 28 mm.

#Perpetual

BUCHERER

1888

bucherer.com



OYSTER PERPETUAL LADY-DATEJUST



JUSTE UN CLOU
Cartier



Après avoir dessiné l'allure Rykiel, Julie de Libran se lance en solo. Rencontre P.14



Tendances: l'été sera doux et tendre P. 24



Des accessoires qui donnent le sourire P. 28

Chapeau Elettra Panama, **Hermès**. Collier Cœur, Precious Lace, or éthique rose 18 cts, serti de diamants tailles poire, cœur et brillant (total 3.9 cts), **Chopard**. Rouge à lèvres, Phyto rouge shine, Sheer Raspberry 22, **Sisley**.

Mode | Mars 2022

SUJETS

8 Beauté

Les nuances fluos et néon s'invitent sur les palettes de maquillage

10 Bijoux

Ces nouvelles marques qui bousculent les codes de la joaillerie

12 Horlogerie

Le turquoise envahit les cadrans pour un plongeon en lagon

30 Ses goûts

Dans le monde coloré de la socialite et designer Giovanna Engelbert

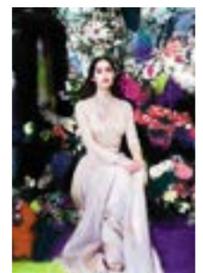
RUBRIQUES

6 Merveilles: des salières comme des toques, une montre pour fumeurs de Havanes, une expo pour les fans d'Elbaz, un vin entre deux vallées...

23 Backstage: l'héritage Bulgari
24 Cahier des tendances



Veston en tulle brodé de perles et de cristaux et jupe crinoline en tulle brodé de sequins, **Giorgio Armani**.



UNE

Top à manches longues en coton et jupe longue en lin et soie, **Zimmermann**. Sandales en cuir avec cristaux, **Giambattista Valli**. Collier de la collection Serpenti en or blanc 18 cts serti de diamants (8.3 cts), **Bulgari**.

PHOTOS
Marie Taillefer
STYLISME
Simon Plylser



Petite chanson douce

NATURELLEMENT, ELLE A RAISON! Quand la grande passionnée de mode qu'est Giovanna Engelbert dit (*lire en p. 31*) que, chaque matin, en nous habillant, nous composons notre autoportrait du jour, elle touche une corde sensible. Alors, quel est le personnage à construire? Quel état d'esprit mettre en avant? Ce qui frappe, en ce printemps de lever de rideau, c'est l'extrême douceur de la mélodie vestimentaire qui se dégage des collections. Elle chantonne au fil de nos pages, avec des effets de fleurs (*le shooting p.18*), des couleurs de bonne humeur (*les accessoires p.28*), des détails pleins de saveur (*les tendances, p.24*), des bijoux partout – un bonheur.



Renata Libal, rédactrice en chef

Cette ambiance de légèreté s'explique sans doute par la volonté de marquer une cassure esthétique avec les mois ternes qui viennent de passer et le désir de renouer avec le frivole. Qu'il est important de garder toujours le sens du frivole! Mais il y a davantage peut-être. Alors que l'air du temps est à la mode inclusive – celle qui ambitionne de vêtir tant les femmes que les hommes, les minces que les enveloppés, les seniors que les juniors, les nantis que les alternatifs – il semble que toute cette foule puisse se retrouver autour d'un thème commun: l'enfance. La mode du moment puise son inspiration dans le jeu, dans les grandes poches pleines de doudous, dans les robes de princesse. L'effet est rafraîchissant. C'est aussi un défi: qui a su garder son âme d'enfant? Qui ose la montrer?



Le nœud papillon surdimensionné cher à Alber Elbaz, dont le défilé hommage est rejoué au Palais Galliera.

EXPO

Alber, salut l'ami!

En octobre dernier, lors du défilé de mode en l'honneur du designer israélien Alber Elbaz, emporté par le Covid, Jean-Paul Gaultier, Maria Grazia Chiuri (de Dior), Rick Owens, Daniel Lee (Bottega Veneta) et Pierpaolo Piccioli (Valentino), installés au premier rang, n'ont pas caché leur émotion. «Love Brings Love», titre du défilé, reprenait l'un des mantras d'Elbaz, dont les créations pour Lanvin, entre 2001 et 2015, ont marqué les esprits par leurs lignes ultra-féminines, d'une élégance toujours teintée d'une pointe d'humour. Près de 50 personnalités de la profession étaient présentes pour un hommage à ce confrère apprécié pour son caractère

chaleureux et généreux. Sur le podium, tout le vocabulaire d'Elbaz a défilé dans un festival de couleurs vives, de maxi volants, de manches bouffantes et de jupes à bouillons – sans oublier le fameux nœud papillon XXL, marque de fabrique, pleine d'autodérision, de ce créateur aussi petit que rond. A l'occasion du premier anniversaire de la mort d'Elbaz, le musée de la mode du Palais Galliera à Paris rejoue le show «Love Brings Love», avec le même ordre de passage, la musique, les effets et les lumières d'origine. *Paulina Szczesniak*

«Love Brings Love»: Le défilé hommage à Alber Elbaz. Jusqu'au 10 juillet 2022. Palais Galliera, Paris.

BONNE BOUCHE

Trio gagnant

PAR PIERRE THOMAS



Souvent, les cuvées de sommeliers sont un prétexte «gagnant-gagnant», où producteur et prescripteur trouvent leur compte. Cette

bouteille, ornée d'une belle étiquette du peintre sierrois Pierre Zufferey, est signée Gautier-Cholet-Favre. Un trio qui est impliqué de A à Z dans l'aventure, commencée en 2016. Les deux premiers sont sommeliers: François Gautier est devenu directeur associé de la Fleur de Sel, à Cossonay, et Stéphane Cholet, à la Cène, à Fribourg, deux excellentes adresses bistro-bistronomiques. Le troisième, c'est Jonathan Favre, qui travaille avec son père Mike et son oncle John à Chamoson, chez Les Fils de René Favre. Les sommeliers ne se contentent pas de vendre leurs bouteilles dans leur restaurant respectif. Ils s'efforcent de participer aux travaux de la vigne et de la cave, de la taille à la mise en bouteilles, même si le «pro» c'est Duke, surnom de Jonathan. Le trio discute des cuvées, car ce qui avait débuté par un «one shot» est devenu une ligne: le cornalin, revêché, a dû être assemblé à du cabernet franc et du merlot dans le N°1 (2016), le N°2 (2019) était une petite arvine macérée en «vin orange», le N°3 (2020) est celui-ci, et le N°4 (2021), un pur cabernet franc, attend sagement dans ses deux barriques...

Avec lui, ce sera un retour aux sources pour les deux sommeliers ligériens – d'où l'étiquette, «Entre 2 vallées», celle de la Loire et le Valais. Le 2020 est donc un blanc, en cuve, que décrit François Gautier: «Sur une attaque franche et frui-

tée, les trois cépages, reconnaissables, apportent chacun quelque chose: la petite arvine (40%), des notes de pamplemousse, le chasselas (40%), de la tension, et le johannisberg (20%), de beaux amers au final.» Bu, et approuvé!

Les trois compères se sont pris au jeu: cet assemblage blanc a été tiré à 800 bouteilles, et il y aura autant de cabernet franc 2021.



L'étiquette: Entre 2 vallées
Le prix: 25 fr./75 cl
L'adresse: www.petite-arvine.com

TABLE

Esprit toqué

L'objet évoque la toque d'un grand chef – en blanc pour le sel, en anthracite pour le poivre. Or, comme tout bon design, l'allusion ne relève pas de la simple astuce esthétique: la forme arrondie, lovée dans la paume, permet une agréable prise en main, tandis que la rainure verticale assure une bonne adhérence pour tourner le moulin sans qu'il ne glisse. Ce nouveau duo nommé Cheffy est dû à l'inventivité d'un designer suisse, Renaud Defrancesco, du Bureau 1.41, à Lausanne. Depuis une dizaine d'années, depuis sa sortie de l'ECAL, les amoureux de belles sobriétés lui doivent vases poétiques, coquetiers empilables et lampes facétieuses. Les actuels salière et poivrier sont produits par la marque danoise d'ustensiles de cuisine élégamment minimalistes Rig-Tig (juste ce qu'il faut). Vite: cap sur Copenhague. *Renata Libal*

Poivrier et salière Cheffy, Rig-Tig, 42 fr 90 sur www.galaxus.ch ou www.sibler.com (dès fin mars).





Lit de sieste Moonkee de la série Eclipse en bois de frêne et cuir.

DESIGN

Turbo dodo chic

Tout le monde lui court après. On n'en a jamais assez. De quoi? Du sommeil. En cinquante ans nous avons perdu entre 1h et 1h30 de sommeil et en Suisse 38% de la population admet souffrir d'insomnie. La généralisation récente et contrainte du home office a sans doute permis à certains de combler un peu ce déficit en s'adonnant à une petite sieste réparatrice et ressourçante de 15 à 20 minutes idéalement. Mais voilà, le retour au bureau a coupé l'élan. Olivier Kamm et Fabien Mock ont peut-être la solution. Le premier est designer et architecte d'intérieur. Le second, professionnel de la santé, a notamment travaillé dans le milieu hospitalier et, en tant que coach, en entreprise. Tout deux Romands, ils ont créé, sous le label

Moonkee, un lit de sieste, meuble-objet répondant à la fois aux exigences du monde de l'entreprise et à celles de la nature humaine. Les deux premiers modèles, de la série Eclipse, sont pensés comme des capsules de récupération. Ces banquettes de cuir protégées d'un paravent sont manufacturées avec soin à Berne chez Girsberger. Réalisé dans des matières nobles et durables – bois de frêne ou PET recyclé selon le modèle – l'ensemble est pur et élégant, comme un cocon protecteur qui incite à lâcher prise et à se laisser glisser dans les bras de Morphée en toute confiance. Mais attention, on a dit 20 minutes maximum... *Estelle Lucien*

Prix sur demande, www.moonkee.ch

DÉCO

Voyage à domicile



Esprit des vacances, es-tu là? Un plat peint à la main, trois coussins sur un sofa et voilà que l'on entend le bruit de la mer, en contrebas, et que l'on enfle ses lunettes de soleil. En l'occurrence, la petite collection capsule proposée par les magasins Bongénie Grieder téléporte ses adeptes à Positano – ses maisons colorées, ses jardins fleuris, ses cafés chics. Coussins et céramiques (produites à Vietri, une référence du genre) sont le fruit (la fleur?) d'une collaboration avec l'hôtel Le Sirenuse, un mythe de la dolce vita sur la côte amalfitaine. Ledit établissement, fondé en 1951, est flanqué d'une boutique, l'Emporio Sirenuse, qui propose vêtements et objets issus de l'univers sophistiqué et artisanal cher à la famille Sersale. Le motif à tulipes exclusivement créé est ainsi inspiré de tapisseries brodées d'Asie centrale du XVIII^e siècle, les Suzani. Cette collaboration entre deux maisons familiales, mues par le sens du beau et la quête de l'exceptionnel, jette un pont ensoleillé entre la Suisse et le plus spectaculaire rivage d'Italie. *Renata Libal*

Edition spéciale Emporio Sirenuse x Bongénie Grieder, deux coloris, dès 98 fr. (en avril).



MONTRE

Volutes horaires

Elle rend hommage à l'épopée d'un géant du cigare, avec les codes chers à la tabacalera dominicaine: feuilles de tabac gravées et coffret en bois laqué, qui sert aussi d'humidificateur. M.B.

Hublot Big Bang Unico Arturo fuente Ceramic, chrono flyback, 44 mm, 72 h de réserve de marche, éd. limitée 100 ex. 26 900 fr.



Un regard néon qui rejoue une partition des années 1990.

L'œil fluo

LES COULEURS FLASHY, RÉMINISCENCE DES ANNÉES 1980 ET 1990, S'INVITENT SUR LES PALETTES DE MAQUILLAGE POUR UN USAGE TOUT EN NUANCES, EN TOUCHES ET À L'ESTOMPE.

TEXTE KATRIN ROTH

POUR CEUX qui ont connu le téléphone fixe à cadran et qui ont vu dans le discman l'une des plus grandes avancées technologiques de leur temps, le fluo n'est pas vraiment une nouveauté. «Les couleurs néon existent depuis de nombreuses années – en fait, elles n'ont jamais vraiment disparu, elles ont simplement évolué, confirme Claudia Jacob, National Makeup Artist de Mac Suisse. La nostalgie des années 1990 entre aussi en jeu et donne à ce look un effet intéressant.»

«En matière de mode, nous pouvons observer un retour des couleurs flashy des années 1980 et aussi du look néon des années 1990!», confirme Samantha Perez, maquilleuse et formatrice chez Nars. Mais contrairement aux maquillages de l'époque, qui étaient plutôt exubérants, les couleurs néon sont aujourd'hui portées en touches, comme un accessoire de mode, d'une manière plus élégante, structurée et fraîche.

Paupières jaune vif, eye-liner rose, cils bleus: les couleurs vives nécessitent absolument une base discrète pour marquer le contraste. «Pour faire ressortir les couleurs de manière optimale, le teint doit être le plus naturel possible», explique Michelle Fischer, maquilleuse nationale chez Dior, qui recommande de mélanger un blush délicat dans une teinte abricot ou un rose clair avec la crème de jour. «Un teint sain constitue la base parfaite, car il ne détourne pas l'attention des couleurs, déclare également Jérôme Bastard, Makeup artiste chez Armani. La plupart du temps, un bon soin de la peau ainsi qu'un léger highlighter suffisent.»

Couleur vive pour look sobre

En revanche, tous les professionnels s'accordent à dire qu'il n'y a pas de règle unique en ce qui concerne le choix des couleurs «Ce look n'est destiné à être porté qu'en soirée ou exclusivement avec des variantes de couleurs vives, estime Michelle Fischer. La plupart du temps, il suffit d'appliquer une couleur intense sur les paupières et de bien l'estomper pour en adoucir un peu l'effet.»

De même, la combinaison d'un crayon à lèvres dans un ton froid et d'un rouge à lèvres dans des nuances chaudes convient pour une touche fluo adaptée à la vie quotidienne. «De cette façon, la couleur est vive, mais le look reste sobre.»

Toutefois, il n'est pas interdit de s'en donner à cœur joie et d'opter pour un regard et une bouche flashy. Chez Clarins on conseille des touches isolées, que ce soit sur les lèvres avec une nuance voyante ou des ombres à paupières colorées. Même son de cloche chez Jérôme Bastard, qui conseille, pour commencer, d'utiliser la couleur avec parcimonie. «Une ombre à paupières néon est particulièrement bien mise en valeur si elle est associée à un accessoire de mode de la même couleur dans une tenue monochrome. Cette version du look néon fonctionne toujours!»

Le maquillage fluo invite à l'expérimentation et une dose certaine d'insouciance, d'audace et de créativité. «Il n'y a pas de bon ou de mauvais choix en la matière», souligne Samanta Perez. Que l'on opte pour des nuances intenses ou moins pigmentées, la palette est vaste. ☺

1. Base de maquillage SOS Primer, corail, **Clarins**, 44 fr.
2. Fluide sublimateur d'éclat, n°2, **Armani**, 18 ml, env. 30 fr.
3. Mascara So Stretch n°3 deep blue, **Sisley**, 65 fr.
4. Diorshow Liner Star, eye-liner, pearly turquoise, **Dior**, 44 fr.
5. Ombre à paupières, couleur matcha, **Nars**, 38 fr.





HERMÈS
PARIS

le cœur léger





Or blanc et diamants pour ce power-bracelet de la collection Bang Bang d'Akillis qui a fait d'une balle de fusil un motif joaillier.

L'esprit **voyou**

UNE NOUVELLE GÉNÉRATION DE MARQUES JOAILLIÈRES LA JOUE PROVOC', PRENANT LES CODES À REBROUSSE-DIAMANTS. DES BIJOUX QUE LES FEMMES SONT LES PREMIÈRES À S'OFFRIR.

TEXTE JENNIFER SEGUI

LOVÉE DANS UNE ROBE bustier rose, le cou et les poignets prisonniers de rangs de cailloux XXL, Marilyn Monroe déclarait la passion des femmes pour la reine des pierres précieuses: «Diamonds are a girl's best friend.» C'était dans *Les hommes préfèrent les blondes* et l'audience ne comptait que des mâles en queue de pie. Si l'attrait pour les beaux bijoux demeure, le côté material girl du personnage a, à l'aube de 2022, quelques carats dans l'aile. Certes, les parures de princesses et autres splendeurs serties allument toujours des étoiles dans les yeux. Mais, aujourd'hui, les working girls n'attendent personne pour se faire plaisir. C'est pour répondre à cette envie qu'une nouvelle génération de marques de bijoux propose des pièces allégées, plus accessibles, qui – surtout – retournent les codes usuels de la joaillerie de luxe, dans un esprit rock, presque punk.

Donatella Zappieri, consultante en commerce joaillier et directrice du Cycle certifiant haute joaillerie à l'école CREA Genève, confirme cette évolution: «Longtemps, cette industrie a été aux mains des grands noms qu'on connaît tous. Aujourd'hui, dans ce domaine, il y a une belle énergie de la part de créatrices qui ont envie de partager leurs codes, leur style, de s'amuser avec la joaillerie comme on joue avec le prêt-à-porter.»

Créatrices émancipées

A la fin des années 1960, Jean Dinh Van s'est imposé comme précurseur de cette vague qui a pris de l'ampleur aujourd'hui. A l'époque, il a quitté la maison Cartier pour créer sa marque éponyme à travers des pièces épurées, qui continuent à capter l'air du temps. Citons ses célèbres menottes ou son pendentif en forme de lame de rasoir... Et notons au passage que Cartier est l'une des rares marques iconiques à s'amuser aussi avec des éléments du quotidien, comme dans sa collection Juste un Clou. Dans ce même esprit, les jeunes

marques de joaillerie s'émancipent des fleurs et des jolies, pour proposer des collections disruptives: Messika et sa bague Move, Akillis et son pendentif Bang Bang en forme de balle de fusil, Maria Tash et ses Spike Earrings... Ces labels, tous surgis ces derniers 20 ans, sont souvent dus à l'inspiration de designers femmes, qui créent pour celles qui leur ressemblent... et ne courent pas forcément les galas. Certains modèles sont déjà devenus des classiques aux formes plus épurées, que les fashionistas du monde entier enfilent sans complexe et en accumulation, les mélangeant avec des pièces précieuses de marque ou des bijoux fantaisie.

Formes plus rock

Créatrice et designer de la griffe française Akillis, Caroline Gaspard a créé la surprise en 2007, en imaginant un bijou en forme de balle de revolver en or, serti de diamants, qu'elle décline dans sa collection Bang Bang. Une forme subversive, aux contours parfaitement dessinés pour ne pas tomber dans la caricature. Tout juste diplômée d'une école de commerce, c'est à son imagination fertile et son goût pour la mode et le luxe que la jeune femme doit sa détonnante arrivée dans ce monde pourtant très fermé: «J'étais très fâchée, à l'époque, que la joaillerie ne propose que des choses hyperclassiques, très tralala.. Je ne comprenais pas que les bijoux fantaisie puissent être si modernes et la joaillerie si gentille.» A la tête d'une marque qui allie design audacieux et belle qualité grâce à une fabrication traditionnelle française et des sertissages de haut vol, celle qui ne donne vie qu'aux modèles qu'elle aimerait porter elle-même casse les codes: «Je veux que l'on puisse jouer avec ses bijoux comme avec ses vêtements, qu'un jour on puisse porter une pièce qui va avec un jean et un perfecto, puis le lendemain avec un look plus sage. Que l'on puisse aussi échanger ses bijoux avec son amoureux.»

Même philosophie pour Valérie Messika, qui a ouvert, l'an dernier, sa première boutique en Suisse, à Genève. Bien que fille de diamantaire, elle aussi voulu trouver sa propre voie: «Quand j'ai fondé Messika il y a seize ans, il y avait une appréhension autour du diamant. Les femmes en portaient seulement lors d'occasions spéciales. C'est pourquoi j'ai voulu désacraliser cette pierre et la rendre plus facile à porter au quotidien. Aujourd'hui le port du diamant s'est démocratisé. Il est devenu plus audacieux, avec des assemblages surprenants.»

Bijoux tattoos, monoboucle, bagues de phalanges, formes acérées, sujets détournés... Ces pièces font évidemment le bonheur des réseaux sociaux et profitent de l'engouement d'une clientèle nouvelle, faite d'hommes qui ne craignent pas d'atteindre à leur virilité en portant des bijoux sertis et de femmes jeunes et financièrement indépendantes, sûres de leurs goûts. Un public qui colle parfaitement à ces nouvelles griffes à l'ADN affirmé, comme le confirme Donatella Zappieri: «Les hommes qui offrent un bijou ont tendance à miser sur une valeur sûre. Les femmes, elles, vont choisir une pièce qui reflète vraiment leur personnalité, leurs envies.» Et dans ce domaine, elles n'ont visiblement que l'embarras du choix! ☺



1. Bague Lucky Move, or blanc et diamants, **Messika**, 2210 fr.
2. Bague Stella, or blanc et diamants, **Stone Paris** env. 1800 fr.
3. Bague Blast, or noir et diamants, **Repossi**, env. 15 600 fr.
4. Créole à trois pointes, or blanc et diamants, **Maria Tash**, env. 11 700 fr.



FLEXFORM

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

Vert ou bleu, le dilemme et le charme du turquoise décliné ici chez Brioni Hommes.

Cap sur le turquoise

RAZ-DE-MARÉE TURQUOISE! LES CADRANS HORLOGERS INVITENT À UN PLONGEON EN LAGON, À UN MANIFESTE DE LÉGÈRETÉ.

TEXTE MATHILDE BINETRUY

CHARMANT NOM: «baby blue». C'est quoi exactement ce ton? Un ersatz de lagon, un paysage qu'on met en fond d'écran pour que l'hiver passe plus vite. La nuance turquoise fleurit sur de nombreux cadrans de montres. Tout a commencé fin 2020, quand Rolex a sorti sa collection cool, chic, colorée avec cinq opus dont un menthe à l'eau qui donnait soif de grand air. Cette Oyster Perpetual pop a tout de suite ravi les fans. Elle rappelait les grandes heures des éditions Stella, dont les cadrans en émail ont rythmé les années 1970: autant de collectors! Ce twist bien pensé pour une montre sport a également conquis un public plus mode. Le turquoise est à la fois porteur d'élégance et d'un esprit de vagabondage: pile ce qu'il faut à une montre sportive. Richard Mille, Doxa ou encore Oris en font l'heureuse expérience. La romance sied aussi à cette nuance. Zenith a ainsi habilement imaginé une aurore boréale sur sa nouvelle Defy, tandis que Piaget signe une très belle pièce joaillière auréolée d'une turquoise, faisant honneur au code esthétique qui lui est cher: les cadrans de couleur en pierres dures.

Mais c'est de l'autre côté de l'Atlantique qu'un ton turquoise a récemment le plus

fait parler de lui. Il ne figure pas dans le nuancier Pantone classique. Sa teinte, à mi-chemin entre le bleu et le vert, est pourtant parfaitement identifiable. Son numéro? 1837, comme l'année de fondation de la marque de joaillerie dont il est emblématique: Tiffany & Co. Tout le monde a en tête cette fameuse petite boîte bleue décorée d'un ruban blanc... Aussi, quand il a fallu choisir une nuance de cadran pour une série limitée réalisée conjointement avec Patek Philippe, c'est évidemment le Tiffany Blue® qui s'est imposé. Une idée à 5,7 millions d'euros! C'est le montant faramineux qu'a atteint l'un des exemplaires vendus aux enchères par Phillips, en association avec Bacs & Russo, à New York, le 11 décembre dernier. La somme a été versée à l'organisation environnementale The Nature Conservancy - turquoise comme l'espoir et le grand bleu... La bonne nouvelle, c'est que 170 exemplaires de cette même Patek Philippe Nautilus Réf. 5711/1A-018 cadran turquoise ont été édités. La mauvaise, c'est que tous les modèles sont sans doute déjà vendus, étant donné la rareté de cette édition célébrant le 170^e anniversaire de la collaboration entre la marque américaine et la manufacture de Plan-les-Ouates. Ce d'autant plus que Patek Philippe a retiré la référence de son catalogue début 2021... pour éviter la spéculation! ☹

L'HEURE BLUE LAGOON



Piaget Montre de Haute Joaillerie Precious Leaves
Une proposition glamour tout sauf classique: une composition de 316 diamants (26.64 cts) entoure un cadran en opale turquoise aux reflets étincelants (1.91 ct). Délicatesse (or gris), pragmatisme (mouvement quartz) et espièglerie (étanchéité à 30 m) se nichent dans cette pièce. 555 000 fr.



Patek Philippe Nautilus Tiffany & Co, 5711/1A-018
Seuls 170 chanceux pourront porter cette création célébrant le 170^e anniversaire de la collaboration entre Tiffany et Patek Philippe. Le cadran qui arbore le fameux bleu Tiffany se mérite! Et quelle belle idée de le marier avec un boîtier en acier (40 mm)! Env. 52 000 dollars.



Zenith DEFY Midnight Borealis Imaginez une aurore boréale qui passe progressivement du bleu nuit au vert émeraude. A cette magie, s'ajoute une pluie de diamants sur la lunette et sur le cadran acier (36 mm). Pour les indécis, la pièce est même livrée avec trois couleurs de bracelets différentes. 11 400 fr.



Rolex Oyster Perpetual
Attention, best-seller. Rien qu'à la mention de ce cadran bleu turquoise, certains visages s'illuminent. Il y a tout Rolex dans cette pièce: un boîtier acier Oystersteel (36 mm), un mouvement automatique, une étanchéité à 100 mètres. Et, une liste d'attente longue comme le bras! 5450 euros.



Oris Big Crown X CerVO Volante La dose d'azur contenu dans ce boîtier en acier (38 mm) est une véritable cure d'évasion à la sortie de l'hiver. Et quelle classe, ce bracelet réalisé en collaboration avec le fabricant suisse de cuir de cerf durable CerVO Volante! 1850 fr.



Doxa SUB 600T Le cadran turquoise en acier (40 mm), l'étanchéité à 600 mètres, le mouvement automatique, autant d'éléments qui vous transportent sur une île lointaine. Rendez-vous en août au sud: cette plongeuse se plaira sur une plage baignée de soleil. 1350 fr.



Richard Mille RM 07-01 Céramiques de Couleurs Pastel Cette céramique n'est rappelle l'architecture Art déco qu'on peut admirer à Miami et qui dégage énergie et personnalité. Son boîtier tonneau (31,40 x 45,23 x 11,85 mm) fait aussi écho à la Floride: Ocean Drive, couleurs pastel... Série limitée à 50 pièces, 143 000 fr. (HT).



FLEXFORM

Hamptons | Outdoor Collection
chaiselongue, canapé composable
Antonio Citterio Design
Made in Italy
flexform.it



Julie de Libran, après avoir œuvré pour les plus grandes marques, se consacre à sa propre ligne de vêtements en éditions limitées conçus dans une démarche écoresponsable.

RETOUR VERS LE FUTUR

POUR JULIE DE LIBRAN, LA MODE LA PLUS BELLE ET LA PLUS SENSÉE EST CELLE QUI SE GARDE. TOUTE LA VIE. AVEC SON PROPRE LABEL, LA CRÉATRICE FRANÇAISE BOUSCULE LA LOGIQUE DU MARCHÉ.

TEXTE SILKE BENDER

E LLE ACCUEILLE ses clientes couture dans sa maison du VI^e arrondissement de Paris, entrepôt des Editions Larousse il y a peu de temps encore... Le salon spacieux, qui fait aussi office de showroom, donne sur les deux espaces verts qui bordent le bâtiment. A côté, une cuisine ouverte où la famille prend son repas le soir. La collection actuelle s'expose ainsi, sur 22 mannequins de couture, entre la cheminée – et sa monumentale hotte en laiton –, les lampes années 1960 de Willy Rizzo en acier poli miroir et le bureau d'angle signé du Genevois Pierre Jeanneret, conçu dans les années 1950 pour l'administration de la ville indienne de Chandigarh. Thème de la collection: la petite robe noire, réinterprétée. La sonnette retentit, une cliente italienne entre. Elle s'intéresse à une longue robe de soirée noire à volants de plumes. Malheureusement, il s'agit d'une pièce unique, pas à sa taille. «Mais, propose Julie de Libran, la robe manteau en cachemire double face et plumes d'autruche aux poignets, celle-là, nous pouvons vous la faire sur mesure.» La robe manteau ressemble en réalité à un long blazer à double boutonnage doré. Pour la créatrice, elle est LA petite robe noire. Ce jour-là, c'est ce qu'elle porte, sans plumes ni broderies, sur des leggings en cuir et des bottes cow-boy Celine, comme au temps de Phoebe Philo. «En soirée, je la mets juste comme robe, avec des collants opaques et de grandes bottes.» Ses collections, qu'elle appelle du prêt-à-couture, elle les vend via sa propre boutique en ligne, ou sur Matchesfashion.com, ou encore chez Tasoni à Zurich, et depuis peu dans sa première boutique parisienne. Elle organise par ailleurs des *trunk shows* (sorties de malle), présentations de ses modèles partout dans le monde mais dans un cadre privé. La prochaine aura lieu le 15 juin à Zurich, dans un lieu encore inconnu.

La petite robe noire est un classique qui traverse une mauvaise période... Pas pour vous apparemment!

Oh, moi j'en porte très souvent. Mais plus en privé que pour des événements publics. Même si je travaille toute la journée seule à ma table, je m'habille comme si j'allais au bureau et que je rencontrerais des gens. Je mets des chaussures à talons, des bijoux... C'est une discipline que je m'impose. Ne pas me laisser aller dans mon apparence m'aide aussi à canaliser mes pensées. Bien sûr, j'aurais aimé fêter dignement l'ouverture de ma boutique et ma nouvelle collection, comme avant, ici dans le salon. J'espère pouvoir organiser ça cet été.

Pendant près de trente ans, vous avez œuvré pour de grandes marques comme Versace, Prada, Louis Vuitton, Sonia Rykiel. Quelle était votre ambition en 2019, quand vous avez créé votre propre entreprise?

A côté des créations de collections de prêt-à-porter, dans ces maisons, j'ai surtout travaillé en atelier, où j'habillais les actrices et autres VIP. J'y ai beaucoup appris sur la psychologie de la mode, comment les femmes pensent leur corps, ce qu'elles aiment porter, ce qu'elles n'aiment pas et pourquoi. J'adore ces échanges en direct avec les clientes, avec leur corps! Et j'ai découvert que c'est quelque chose qui manque aujourd'hui, hors des cercles très élitistes de la mode de luxe, cette expérience, cette mise en valeur de l'artisanat, ce contact personnel avec un professionnel qui ouvre la porte à de nouvelles possibilités... En gros, avec Julie de Libran, j'ai voulu retourner là où toutes les maisons de couture ont commencé: la slow fashion.

Était-ce aussi une réaction à l'industrie de la mode actuelle?

C'était une décision en faveur de la mode, telle que je la voulais! Créer des vêtements intemporels de qualité, qui ont une signification particulière pour la cliente, qui lui vont parfaitement, l'accompagneront toute sa vie et que presque personne d'autre qu'elle ne portera. Les vêtements devraient être comme des photographies, des bijoux ou des morceaux de musique, auxquels sont associés des histoires ou des souvenirs merveilleux.

Qu'est-ce que cela signifie pour vous – une édition limitée?

Ma marinière en cachemire, par exemple: elle est devenue l'un de mes best-sellers pendant la pandémie! Même en prêt-à-porter, il n'en existe que dix par couleur et chacune est numérotée. Ma version du sweat à capuche chic... Comme je ne veux pas avoir de surplus, j'achète mes matières dans les archives ou les fins de stock des meilleurs producteurs de tissus en France et en Italie. En Suisse, je peux également commander des broderies chez Jakob Schlaepfer, que je fais fabriquer selon mes souhaits pour les pièces de haute couture, comme c'est aussi maintenant le cas avec la plupart des tissus à paillettes. Quand une pièce devient un best-seller, je dois parfois dire: désolée, le tissu n'existe plus, j'ai utilisé les dix derniers mètres. Ou alors la cliente doit attendre un mois, jusqu'à ce que nous ayons réalisé un nouveau modèle à sa taille.

N'est-ce pas frustrant pour l'entrepreneuse que vous êtes de ne pas toujours pouvoir répondre à la demande?

Avant le Covid-19, la recherche de matières constituait une partie importante et chronophage de mon travail. Je voyageais souvent d'un producteur à l'autre... Aujourd'hui, je trouve de l'aide auprès de start-up de commerce en ligne, telles que Crearity Luxe, qui rachète de petits ou grands lots de matières premières des maisons de luxe dans un esprit d'économie responsable. Il y a un an, LVMH a aussi fondé Nona Source, une plateforme en ligne où tous les tissus inutilisés du groupe sont désormais revendus au lieu d'être détruits.



L'ESPRIT COUTURE

À GAUCHE
Avec la collection Janvier 2022, Julie de Libran décline et réinterprète le thème de la petite robe noire en des pièces couture en éditions limitées et numérotées.

À DROITE
Ce n'est que récemment que Julie de Libran a dessiné des bijoux en s'inspirant de pièces qu'elle avait ramenées d'Inde. Cette première collection a été réalisée avec l'atelier Goossens.

Vous aimez visiblement les défis...

Je pourrais bien sûr me faciliter la tâche en commandant simplement 300 mètres du tissu précis que je désire. Mais mes parents m'ont enseigné dès l'enfance à ne rien gaspiller. Et le gaspillage de matières est l'un des plus gros problèmes de l'industrie de la mode.

Vos clientes vous suivent-elles dans votre démarche?

Elles me comprennent de mieux en mieux, et cela est dû au fait que je parle beaucoup avec elles et que je privilégie le contact personnel. Partout dans le monde, j'ai des clientes fidèles qui apprécient précisément cet esprit. Elles sont enchantées du *making-of* et acceptent que certains modèles demandent davantage de temps. Elles n'ont d'ailleurs pas forcément besoin d'attendre: il y a toujours la possibilité de faire des achats spontanés selon le principe du *see now, buy now*. Surtout en prêt-à-porter.

Portiez-vous déjà le même intérêt à la question des ressources lorsque vous étiez directrice artistique chez Sonia Rykiel?

Je pense être la première à avoir eu le réflexe de puiser dans les archives de matières et d'exploiter les trésors amassés en cinquante ans d'histoire! A l'époque, la direction était strictement opposée à ce qu'on en fasse davantage qu'une collection spéciale, qu'on appelait durable. On me prenait pour une dingue. Malheureusement, la France met plus de temps que les autres pays à évoluer sur ces questions. On me comprend seulement maintenant!

Quelle est la taille de votre garde-robe?

(Rires) Oh, j'en ai plusieurs! J'ai quand même travaillé durant trente ans dans les plus belles maisons de mode! Avec la pandémie, cependant, j'ai réalisé que le moment était arrivé pour moi de m'alléger. Ma nièce et ses amies viennent se servir dans mes armoires: elles se lookent comme des influenceuses... Et puis je vends aussi de nombreuses pièces au profit d'une bonne cause via JL Vintage Closet, sur ma page d'accueil.

Comment a commencé votre passion pour la mode?

A travers ma grand-mère et ma mère, deux femmes très attentives à la mode. Quand nous avons quitté la Provence pour nous installer à San Diego, en Californie, j'avais 8 ans. C'était les années 1980 aux USA, la vie sur la plage, le culte du corps, les T-shirts, les shorts... Un choc culturel! La garde-robe de ma mère, pleine de Kenzo, d'Yves Saint Laurent ou de Sonia Rykiel, est devenue la maison que j'avais perdue. Aujourd'hui encore, je porte certaines de ces pièces, elles sont sacrées pour moi. J'ai passé des heures à contempler la veste Chanel de ma mère, admirant les détails, le motif du tweed, les boutons... bref, la qualité et le savoir-faire qu'elle exprimait. A 18 ans, j'ai voulu apprendre tout cela exactement et c'est ce que j'ai fait, d'abord à Milan, puis à Paris.

J'aime l'idée qu'on enfile une robe et qu'on soit stylée sans devoir ajouter quoi que ce soit.

Le bling-bling et le glamour ne vous ont pas fascinée?

Pas du tout. Plus tard, on s'est souvent moqué de ma stricte éthique de travail. C'est peut-être parce qu'à l'âge de 14 ans, je devais travailler après l'école et le week-end dans les bistrot français que mon père avait ouverts en Californie. C'était normal à l'époque pour les familles d'immigrants qui voulaient s'en sortir. Bling-bling, glamour... je ne connaissais ça qu'à travers *Vogue*, le magazine auquel ma mère était abonnée à double, le français et l'américain!

Votre style est-il aujourd'hui un mélange d'Amérique, d'Italie et de France?

Absolument. D'Amérique vient probablement l'aspect confort et multifacettes de ma mode, d'Italie le côté ludique, et de Paris l'élégance discrète, classique.

Ce qui frappe dans vos créations, c'est que les bijoux y sont souvent intégrés en tant que fermoir, broche, ceinture ou collier.

Je l'ai fait dès le début. J'aime l'idée qu'on enfile une robe et qu'on soit parfaitement stylée sans devoir ajouter quoi que ce soit. Les bijoux sont ma deuxième grande passion après la mode. Je les collectionne et ils ont toujours eu une grande importance dans ma famille. Pour chaque événement important de nos vies, il y a un bijou en cadeau. C'est une tradition que nous maintenons. Pendant le confinement, il y a deux ans, à Paris, je me suis mise à dessiner des bracelets, des sautoirs, des bagues et des boucles d'oreilles et j'ai eu le bonheur de pouvoir réaliser une première collection avec Goossens, la maison de joaillerie de Chanel. Je travaille avec Goossens depuis longtemps, en particulier pour les boutons.

N'avez-vous jamais regretté votre décision de suivre votre propre chemin de manière aussi définitive?

Bien sûr, la pandémie nous a prises à froid, moi et ma petite équipe... Mais maintenant mon fils me voit me lever tous les matins de bonne humeur. J'ai le gouvernail entre mes mains et je suis heureuse de faire ce en quoi je crois et ce qui me fascine. ☺



L'ÈRE RYKIEL

De 2014 à 2019, Julie de Libran a marqué de son empreinte la maison Sonia Rykiel. Directrice artistique de l'ensemble des collections, elle y a créé, en 2018, une ligne appelée l'Atelier à l'occasion des 50 ans de la marque.

Miele



LA NOUVELLE GÉNÉRATION 7000

LA PERFECTION REDÉFINIE

WWW.MIELE.CH/GENERATION7000

#LifeBeyondOrdinary

MODE

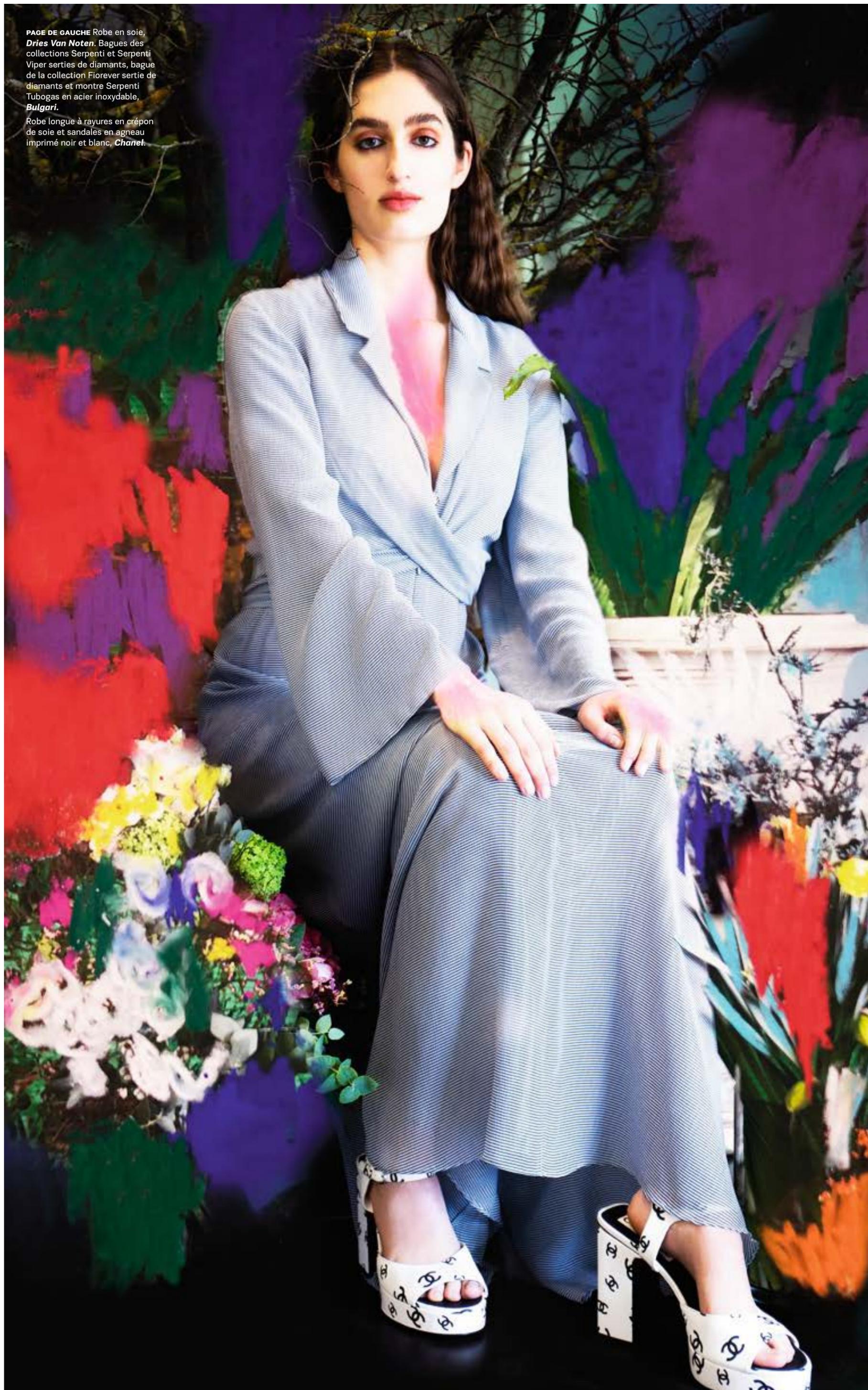
NOUVEAU ROMANTISME

FLUIDITÉ, TRANSPARENCES ET
MOTIFS FLEURIS: LA ROMANCE
SE REDESSINE AVEC PANACHE.

PHOTOGRAPHIE MARIE TAILLEFER STYLISME SIMON PLYSER

PAGE DE GAUCHE Robe en soie,
Dries Van Noten. Bagues des
collections Serpenti et Serpenti
Viper serties de diamants, bague
de la collection Fiorever sertie de
diamants et montre Serpenti
Tubogas en acier inoxydable,
Bulgari.

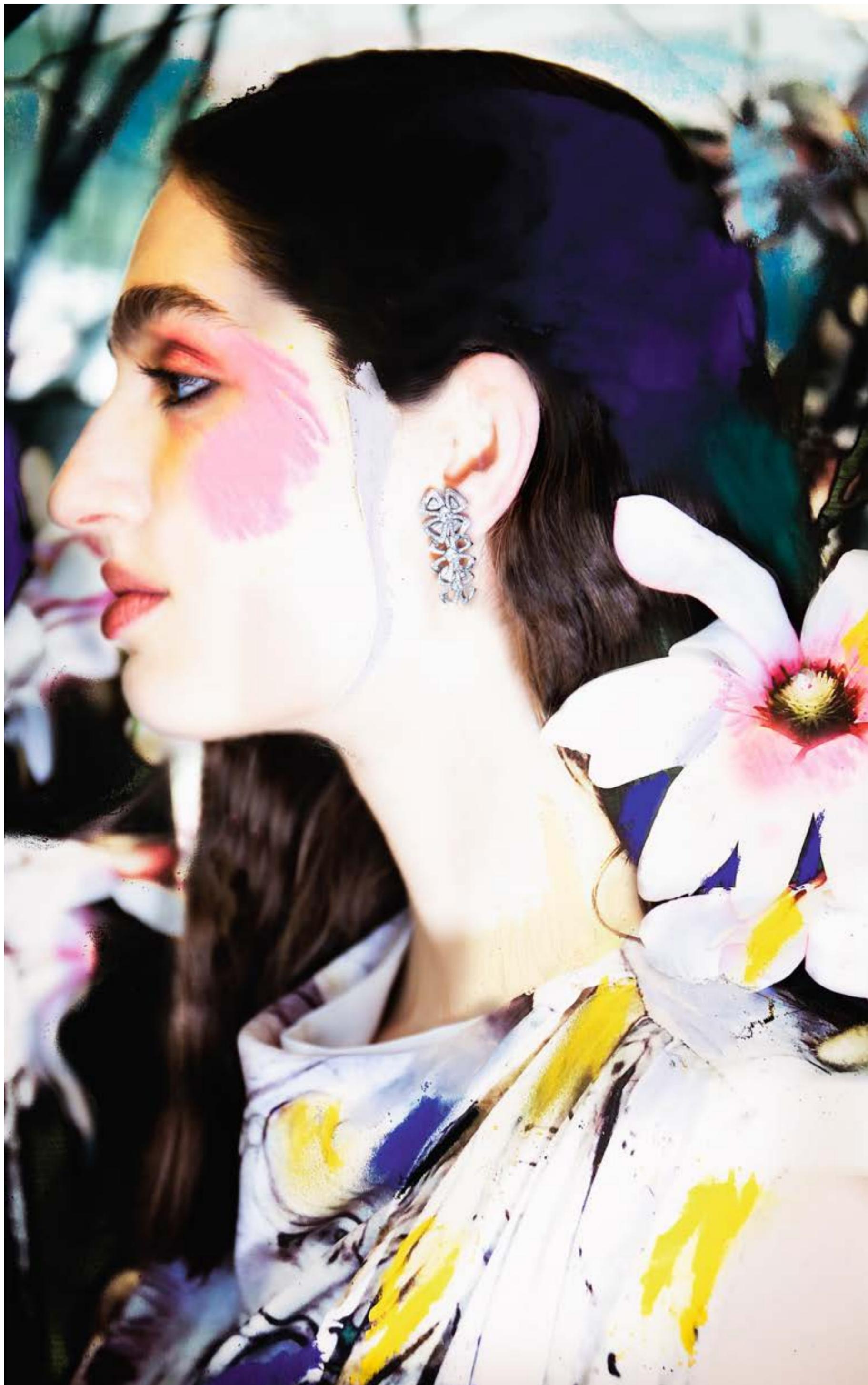
Robe longue à rayures en crépon
de soie et sandales en agneau
imprimé noir et blanc, **Chanel**.





Combinaison à fleurs en mousseline de soie, **Giambattista Valli**. Sandales Fendi First à lanières en cuir, **Fendi**.

PAGE DE DROITE Robe asymétrique multicolore à imprimé William Blake Dante en crêpe de Chine, **Alexander McQueen**. Boucles d'oreilles de la collection Fiorever en or blanc 18 cts serties de diamants (2 cts), **Bulgari**.





Robe et pantalon en soie, Giorgio Armani. Bague et bracelet de bras de la collection Serpenti Viper sertis de diamants (4,4 cts) et bracelet de la collection Fiorever sertis de diamants, Bulgari.

DIRECTION ARTISTIQUE Géraldine Dura
PRODUCTION Endrit Nurcaj
COIFFURE ET MAQUILLAGE Giuseppe Larusso
MODÈLE Níca
Merci au fleuriste Remy Jaggi,
à Lausanne, pour l'accueil
CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ EN PARTENARIAT
AVEC BULGARI



Dessin d'archives d'un modèle Serpenti, dont la première apparition remonte aux années 1940.



Montre à secret haute joaillerie, Serpenti Misteriosi Romani, 2022. Une très luxueuse déclinaison du célèbre motif de Bulgari, qui rend aussi hommage à la Rome classique. Pièce unique.

L'éclat en héritage

COMME LA HAUTE JOAILLERIE, TOUTES LES COLLECTIONS BULGARI S'ANCRENT DANS L'HISTOIRE ET LES CODES DE LA MAISON. L'ANALYSE DE LUCIA BOSCAINI, CURATRICE DU PATRIMOINE.

TEXTE LA RÉDACTION

SERPENT. Rome. Diamant. Pierre de couleur. Qui suis-je? Bulgari, évidemment! Depuis sa fondation en 1884, le joaillier n'a cessé de réinterpréter ses codes, affirmant ainsi une identité reconnaissable en un clin d'œil. Comment construit-on une image si claire? L'explication d'une des plus fines connaisseuses de Bulgari, Lucia Boscaïni, curatrice de l'héritage de la marque.

Quelle pièce historique vous a épatée?

Il y a en a beaucoup, bien sûr! Mais je pense à ce collier des années 1950 que nous avons racheté récemment, qui a appartenu à Brooke Astor, connue sous le surnom de «Grande Dame» de New York. Une harmonie unique entre des diamants sertis d'une façon très stricte, géométrique, et la liberté d'une énorme émeraude, dont la forme naturelle évoque un cœur. Ce collier incarne vraiment l'âme de la haute joaillerie Bulgari, avec cette approche artistique qui consiste à concevoir une pièce à partir de la pierre fabuleuse que l'on a pu trouver.

Procède-t-on toujours ainsi?

En principe oui. Mais l'offre en pierres précieuses est aujourd'hui plus vaste et Bulgari produit beaucoup plus de pièces uniques depuis les années 1980. Pensez: sur nos 300 boutiques dans le monde, 25 proposent des pièces de haute joaillerie. Du coup, la création est organisée de manière plus professionnelle, plus structurée. Avec des collections plutôt qu'une totale carte blanche.

Les pièces anciennes rachetées viennent enrichir votre musée...

C'est très important! Notre collection a pour vocation de raconter l'histoire extraordinaire de la marque. Nous prêtons des pièces pour des expositions, éventuellement à des personnalités pour des occasions spéciales, ou pour des images de mode. Un bijou doit vivre ailleurs que dans un coffre-fort! Mais le musée constitue surtout une source d'inspiration pour nos équipes créatives. A mon arrivée, il y a sept ans, nous avions 500 pièces et nous approchons des mille, aujourd'hui.

Cela requiert d'énormes moyens...

Et beaucoup de diplomatie! Outre aux enchères publiques, nous rachetons aussi à des privés. Mon travail est celui d'une chasseuse de trésors! Je pense à ce sautoir des années 1970 que nous avons acquis... puis je suis tombée sur une peinture qui le représentait et, de fil en aiguille, j'ai pu rencontrer la dame du portrait, une Suisse nonagénaire, qui avait reçu ce collier en cadeau de son mari et qui m'a raconté l'histoire romantique qui l'accompagnait. Notre collection reflète aussi ce pan émotionnel des bijoux.

De quelle manière ces trésors du passé inspirent-ils vraiment la création?

Les stylistes s'imprègnent de ce que j'appellerais notre chic à l'italienne: des volumes assumés (même les petites pièces soignent cette prise en main), des formes inattendues, une désinvolture, une audace dans les thèmes, les couleurs, et aussi une absolue portabilité: chaque bijou, même surdimensionné, est taillé comme un costume, pour couler avec fluidité sur le corps.

La figure du serpent s'inscrit dans ces thèmes audacieux...

La collection Serpenti est effectivement un des piliers de la maison. Sa première apparition remonte aux années 1940, avec une petite montre en or jaune, dont le bracelet tourne deux fois autour du poignet. Le serpent est une figure mythique, que l'on retrouve en bijou, à Pompéï, dès le II^e siècle av. J.- C. et qui incarne le pouvoir, le renouveau, l'éternité... Durant toutes ces années, le serpent a été constamment réinventé chez Bulgari, parfois de manière très naturaliste, dans les années 1950, puis très colorée et joyeuse dans la décennie suivante. Mais ces dix dernières années surtout ont vu éclore une multitude de visions, avec une créativité folle, en matière de textures, d'abstraction, de représentations, de travail sur la souplesse du corps...

Cette créativité va-t-elle jusqu'aux collections plus commerciales?

Certainement! Mais il est évidemment plus difficile de plaire à une foule qu'à une seule personne. Chez Bulgari, les mêmes designers travaillent sur la haute joaillerie et sur les collections. Les différences ne sont pas dans l'inspiration – toutes deux appartiennent au même monde – mais dans la production. Les techniques sont différentes.

La pierre de couleur est une signature de la maison. Et le diamant?

Au début du XX^e siècle, le diamant était très à la mode et Bulgari en a travaillé énormément. Ce qui nous caractérise est sans doute une taille inhabituelle, des associations surprenantes. ☺



TRAVAIL DE MÉMOIRE

Depuis plus de 20 ans qu'elle travaille chez Bulgari, souvent aux côtés de Paolo et Nicola Bulgari, petits-fils du fondateur Sotirio, Lucia Boscaïni connaît tout de la Maison. Ces derniers sept ans, elle en est la curatrice de l'héritage - une mission d'historienne... et de détective.

UNE CERTAINE INNOCENCE

COULEURS, FORMES, MATIÈRES, HOMMES ET FEMMES PARTAGENT UN MÊME ÉLAN DE DOUCE CANDEUR.

REPÉRAGES **ENDRIT NURCAJ**



MARSHMALLOW

Bouquet de lilas. De toutes les couleurs pastel de la saison (ce jaune tendre, ce rose ému...), c'est le violet pâle qui l'emporte. Sur toutes les pièces de la garde-robe. Avec toutes les nuances de peau. A tous les âges. La teinte sied évidemment aux tenues détendues pour instants entre amis. Mais portez-la au bureau, en tailleur strict, et vous verrez à quel point s'adoucissent les heures devant l'ordinateur.



TAILLE BASSE

Que bougent les hanches! Après toutes ces saisons de tailles hautes qui pinçaient les basses côtes, voilà que les pantalons se posent de nouveau sur le bassin. Il les faut larges, fluides, avec une fourche suffisamment basse pour créer comme une illusion de sarouel. L'effet est dansant, mouvant, vivant... En haut? Filles et garçons déleurés le porteront avec un haut court qui place le nombril au centre des événements. Les autres opteront pour un corsage ajusté.



OAMC



SACAI



FENDI

NEW URBAN WARRIOR

Baroudage plein de poches. Tout porter sur soi! Voilà l'ambition de ces nouvelles vestes surdimensionnées, où chaque objet intime trouve poche à sa taille. Inspiré du barda militaire, ce vêtement la joue guerrier urbain, mais il se porte avec un short de petit garçon, car la guerre, c'est pour de faux.

LA BASE DE LA BASE

S'il n'en fallait qu'un... A contre-courant de la silhouette filiforme, qui norme l'élégance classique, un nouveau standard s'impose: le jean extralarge, un peu tombant, flirtant avec le macadam – uni ou délavé, peu importe. Ce qui compte, c'est l'allure, ce mélange de décontraction assumée, de confort revendiqué, qui fait marcher la tête haute. A partir de cette base, de cette page blanche, on construit le style à sa guise, du T-shirt élémentaire aux tenues brodées et vestes de smoking.



VALENTINO



BLUEMARBLE

UNE DISTINCTION DÉCONTRACTÉE POUR LES **GRANDS ENFANTS** QUE NOUS SOMMES



FENDI



MIU MIU



CHANEL

ESPRIT D'OUVERTURE

En soutien-gorge, et alors? L'idée n'est pas de le revendiquer. Pas de le brandir comme un étendard d'on ne sait quelle cause sensuelle ou féministe. Le soutien-gorge apparent se porte comme une évidence, comme une touche délicate, comme une vulnérabilité assumée. Il est joli, il fait chaud, on se déboutonne... Cela gêne-t-il quelqu'un?



Presque tout pour presque tous les styles

99.-
Uvex Sportstyle 231

ACCESSOIRES

AVEC CHOPARD



Bob réversible à imprimé fleurs en coton, **Lanvin**. Robe en satin, **Prada**. Trois bracelets Happy Hearts, or éthique rose 18 cts, avec un grand cœur rouge, ou rose, ou en nacre, entouré de diamants et avec – pour les trois – un petit cœur muni d'un diamant mobile; deux bracelets Happy Hearts-Golden Hearts, or éthique rose 18 cts avec un grand cœur en or éthique rose 1.8 cts entouré de diamants ou un grand cœur en turquoise, avec – pour les deux – un petit cœur muni d'un diamant mobile, **Chopard**. Rouge à lèvres Coco baume, My Rose 918, **Chanel**.

TOUCHES DE **BONHEUR**

UN CHAPEAU, UN CŒUR, UN FOULARD,
DES LUNETTES ROSES... IL SUFFIT PARFOIS
DE PEU POUR VOIR LA VIE EN MODE HAPPY.

STYLISME **SIMON PLYSER** PHOTOS **BENOÎT PEVERELLI**



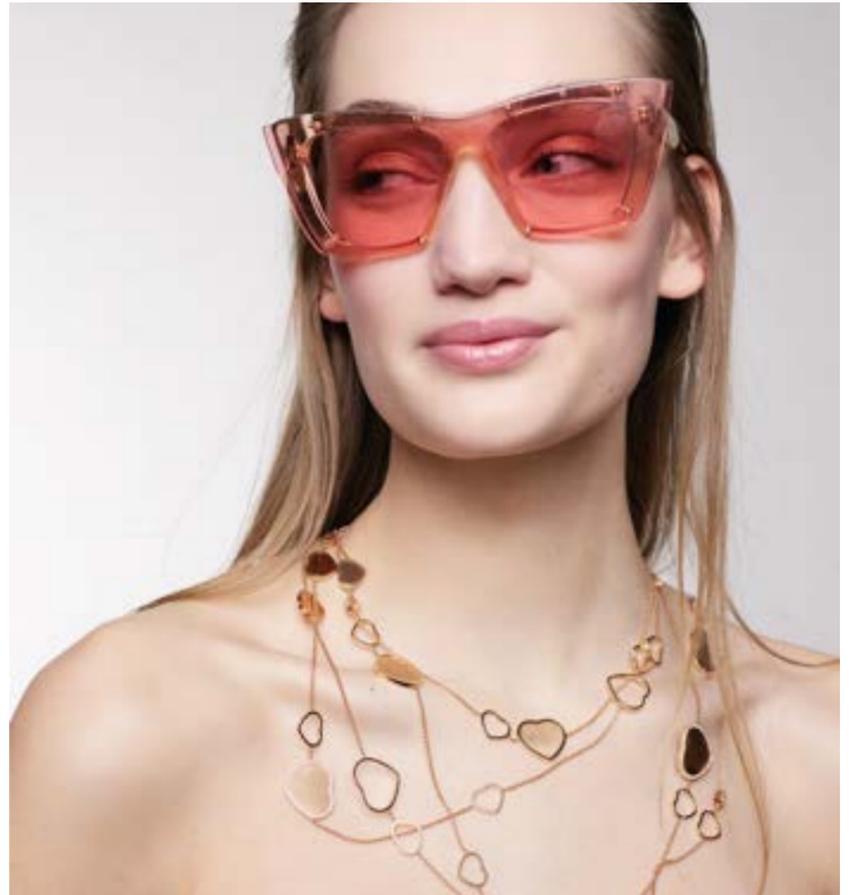
Carré en soie La selle imaginaire (foulard de tête), **Hermès**. Boucles d'oreilles Happy Hearts, or éthique rose 18 cts avec grands cœurs sertis de diamants et d'œil de tigre et petits cœurs munis de diamants mobiles, étoile Arbre de Vie en mousseline de soie biologique rose pâle, **Chopard**.



Petit sac cabas en cuir brossé, **Prada**. Bague Happy Hearts Flowers, or éthique rose 18 cts avec au centre un diamant mobile et cinq cœurs en nacre disposés en corolle, bague Happy Hearts Twist, or éthique rose 18 cts avec un grand cœur rouge et un petit cœur muni d'un diamant mobile, **Chopard**. Ombre à paupières Première, or ambré 27, **Chanel**.



Chemise, **Miu Miu**. Coque iPhone, **Rimowa**. Montre Happy Sport The First, 33 mm, acier, cadran argenté munis de 7 diamants mobiles, mvt. automatique Chopard 09.01-C, bracelet à maillons galet en acier, 5 saphirs cabochons, et bracelet Happy Hearts, or éthique blanc 18 cts avec un grand cœur en nacre rose et un petit cœur muni d'un diamant mobile, **Chopard**. Rouge Shine 40, Sheer Cherry, **Sisley**.



Lunettes de soleil Cat-Eye en acétate, **Alexander McQueen**. Deux sautoirs Happy Hearts - Golden Hearts Collection, or éthique rose 18 cts avec grands cœurs en or éthique rose 18 cts entourés ou non de diamants, de cœurs ajourés et de petits cœurs munis de diamants mobiles, **Chopard**.

ALORS QUE L'AMBIANCE S'ALLÈGE, que le soleil réapparaît, que les sourires sont à nouveau visibles, l'envie est forte de se brancher sur le mode positif. Cette année, plus que jamais! Le printemps a toujours été prétexte à un renouveau joyeux. C'est sans doute pour cela que les Nations Unies ont fixé la date du 20 mars pour célébrer le bonheur, en une Journée internationale, dont l'année 2022 accueille la première édition. Le joaillier genevois Chopard s'associe avec entrain à cette initiative optimiste.

Une Journée internationale du bonheur

Dans l'agenda des Nations Unies, ce happiness officiel pourrait sembler incongru. Jusqu'à peu, on y croisait surtout des journées internationales de l'abolition de l'esclavage (le 2 décembre) ou de la charité (5 septembre). L'accent mis sur le bonheur résulte d'un lobbyisme du Bhoutan: le royaume himalayen a instauré, dès 1970, un principe de calcul du Bonheur national brut, qui nuance la vision purement économique qui prévaut dans le monde, celle du Produit national brut. Maints pays, comme la France ou l'Allemagne, réfléchissent à la manière d'intégrer cette donnée (et à la manière de la mesurer!) à la politique intérieure. En attendant, autant profiter de ce coup de pro-

jecteur pour se mettre au diapason et opter pour des tenues – surtout des accessoires! – qui rendent l'humeur belle et le cœur sautillant, comme dans nos images de mode ci-dessus.

S'il est une marque qui entre parfaitement dans cet état d'esprit, c'est bien la maison joaillière Chopard. Ses collections déclinent l'idée du bonheur depuis 1976 (Happy Diamonds, Happy Hearts...), quand, pour la première fois, une montre a fait danser des diamants gaiement entre verre et cadran. L'idée: les diamants sont plus heureux en liberté. Cette attitude n'a cessé d'accompagner les créations de la Maison, sous l'impulsion aujourd'hui de Caroline Scheufele, coprésidente de Chopard et directrice artistique. Le 20 mars, les boutiques se couvriront de roses, pour célébrer une «chaîne du bonheur», où chaque sourire en entraîne un autre. L'ambassadrice de la maison, Julia Roberts, donnera l'exemple et désignera une association caritative à laquelle la maison de luxe reversera une partie des ventes faites à cette occasion. Une autre manière de souligner aussi l'engagement de Chopard en faveur d'un luxe durable: son or est aujourd'hui garanti à 100% issu de filières éthiques et le joaillier soutient diverses actions, notamment en faveur de la scolarisation des enfants de régions défavorisées.

Alors, un cœur au cou ou un sac rouge vif ne changera peut-être rien au cours du monde... Ou alors changera tout! Il sera emblème d'une vision positive, que l'on souhaite hautement contagieuse. ☺



1



2



Giovanna Engelbert

LA SOCIALITE ITALIENNE EST UNE DES PLUS PUISSANTES INSPIRATRICES DE MODE DU MOMENT. ELLE AIME CE QUI BRILLE...

TEXTE PAULINA SZCZESNIAK

LA ROBE DE MARIÉE, signée Alexander McQueen, valait le détour. Giovanna Battaglia, qui est devenue Mrs Engelbert à Capri en 2016, ressemblait à une déesse sortie des flots. La jeune mariée n'en était pas à son coup d'essai. Googler cette femme de 42 ans, c'est tomber sur un feu d'artifice de couleurs, d'imprimés et de paillettes – mais toujours de bon goût! Car cette fille de sculptrice semble avoir reçu le sens du beau dès le berceau... Deux décennies passées dans le milieu de la mode en tant que mannequin et styliste chez *Vogue Italia* et *W*, et dans le monde des riches et célèbres – que «BatGio» partage volontiers sur Instagram – ont aussi laissé des traces. Une it-girl parmi d'autres? Pas vraiment. Giovanna Battaglia est devenue, en 2020, la première directrice de la création de l'histoire de Swarovski depuis la création de la marque en 1895. A l'occasion de l'ouverture du nouveau magasin de la Bahnhofstrasse à Zurich, en automne dernier, elle nous a répondu en costume d'homme blanc Umit Benan et d'un rire rauque légendaire.

Vous avez pris vos fonctions de cheffe de la création en pleine pandémie...

Bon timing, hein? (*Rires.*) La situation nous a donné des ailes! Aujourd'hui, après deux ans d'écrans, nous voulons offrir, avec les **nouvelles boutiques Swarovski (4)**, quelque chose qui vaille la peine de sortir dans le monde réel.

Les boutiques sont roses, jaunes ou vertes. Pourquoi?

Chaque **crystal (1)** Swarovski, bien qu'il soit le produit d'un savoir-faire technique, reste magique: un cristal blanc porte tout le spectre des couleurs. Le vert rappelle le Tyrol, berceau de l'entreprise; le rose tour à tour attribut féminin ou masculin, selon le cours de l'histoire, représente une dualité extrêmement actuelle. Le jaune symbolise la joie de vivre.

Qu'est-ce qui vous inspire?

La passion! Si on ne fait pas ce travail à fond, on n'y arrive pas. L'inspiration est dans les livres, au musée, dans la rue... je fonctionne



3



4

comme une éponge. J'aime les œuvres de de Vinci comme celles de **Jeff Koons (3)**; tous ont influencé mes collections Swarovski.

De tous les mythes mode rencontrés, qui vous a le plus marquée?

Anna Dello Russo (5) de *Vogue Italia*! Mais aussi la directrice artistique Carine Roitfeld, le photographe Peter Lindbergh... Ce qui les relie? La discipline! Elle différencie les bons des meilleurs.

A quoi ressemble votre garde-robe?

Combien de temps avez-vous? (*Rires.*) J'avoue qu'elle est extrêmement bien organisée. Dire que l'habit n'est pas important est absurde! C'est notre autoportrait quotidien.

Vous êtes de Milan, avez fait carrière à Paris et à New York et vivez avec votre famille à Stockholm. Où vous sentez-vous chez vous?

Bonne question. Ma maison est probablement le monde entier – avec **New York (2)** comme capitale. Je suis une nomade créative! ☺



5

Clarins
N°1
des soins
Prestige
en Suisse¹.

CLARINS

rendre la vie plus belle



INNOVATION
DOUBLE SERUM
DOUBLE PUISSANCE

Dès 7 jours,
la peau est
visiblement
plus jeune.²

Double Serum & Double Serum Eye Duo d'Exception Anti-Âge Global

Innovation : le traitement anti-âge intensif disponible maintenant pour vos yeux.

La double puissance d'un duo unique infusée en extraits de plantes pour booster les 5 fonctions vitales de la peau et agir visiblement sur tous les signes de l'âge.

CLARINS.CH

¹Nielsen Prestige panel : Janvier-déc, 2021, ventes totales en valeur en parfumeries et drogueries en Suisse au niveau marques.
²Test de satisfaction, Double Serum & Double Serum Eye de manière séparée. Panel multiethnique, 362 femmes.



CHANEL.COM

CHANEL