

# encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

PARFUMS  
LE JEU DES  
FAMILLES

INTERVIEW  
Issey Miyake  
le maître du  
tissu plissé

MONTRES  
Ces chausseurs  
qui inspirent  
les horlogers

# Mode

En rose et satin, voici  
la dolce vita délurée

MARS 2016

 Le Matin  
Dimanche

COCO MADEMOISELLE



CHANEL



OYSTER PERPETUAL  
COSMOGRAPH DAYTONA IN PLATINUM



**BUCHERER**

1888

*bucherer.com*



**ROLEX**



Hello Tomorrow Emirates

Hissez vos conversations  
vers de nouveaux sommets  
Rendez-vous à Dubai

[emirates.ch](http://emirates.ch)

Wi-Fi gratuit\* ♦ Jusqu'à 2200 chaînes de divertissement

\*Sur tous nos appareils A380 et la plupart de nos Boeing 777. Envolez-vous avec Emirates avec deux vols quotidiens de Zurich et un de Genève vers Dubai. Pour obtenir plus d'informations, rendez-vous sur [emirates.ch](http://emirates.ch), contactez Emirates par téléphone au 0844 111 555 ou adressez-vous à votre agence de voyages.



Issey Miyake, génie de l'innovation réfléchie P. 12



Quand l'escarpin flirte avec l'horlogerie P. 11



La bretelle coquine, une tendance de l'été P. 16

# Mode | Mars 2016

SUJETS

10 Beauté

Une illumination nommée strobing

16 Cahier des tendances

Les collections printemps-été 2016 tout en fluidité

28 Parfum

Un jeu des familles où tout le monde gagne

29 Maquillage

Que du bleu, comme dans les années 1970

RUBRIQUES

8 Merveilles 26 Backstage:  
un joyau au cœur de Rome  
30 Les goûts très artistiques  
de Nadia Swarovski 31 Adresses



Rock'n'Rome ou le chic excentrique P. 20

Sautoir en or jaune, avec émeraudes, rubis, diamants, pièce unique des années 1970 de la Vintage Collection, **Bulgari**.

Veste en laine, **Dior Homme**. Chemise en satin de soie, **Burberry Prorsum**. Boutique **Bulgari**, via dei Condotti, Rome



UNE

Pull en maille à dentelles, **Carven**. Short avec voile en soie Georgette, **Emporio Armani**. Soutien-gorge et ceinture, **Barbara Bui**.

Photos

Hanspeter Schneider

Stylistes

Sonia Bedere & Simon Pyllyser  
Image prise à l'Hôtel d'Inghilterra, Rome

## Veut-il? Doit-il? Peut-il? Ose-t-il...?

UNE FLEUR, C'EST BIEN. Quand, il y a quelques saisons déjà, on a vu les chemises masculines se couvrir d'un semis, on a souri. Mignon, ce souffle de douceur. Pareil pour le revers de col ou la broderie au poignet. Mais voilà que le vent de mode printanier nous amène des mâles recouverts de flore, des pieds à la tête. Passe encore pour les chemises découpées dans des manuels de botanique, mais ces costumes alors!? Est-ce raisonnable de se déguiser en prairie (voir Gucci en page 19, mais ce n'est guère différent chez Dolce & Gabbana)? Raisonnable, peut-être pas. Mais depuis quand la mode se pique-t-elle de raison? Au second regard, cette invasion de pétales – renforcée



Renata Libal, rédactrice en chef

encore par les flots de satin et l'intrusion de couleurs layette – a un côté fondamentalement rassurant sur le genre humain. Il est beau, l'homme assez sûr de sa virilité pour se fleurir la barbe et les biceps. Il est drôle, l'homme qui joue avec les codes sans s'encombrer de timidité. Il est fier, l'homme qui porte ses choix en étendard. Après tout, les textiles brodés et les motifs à fleurettes ont fait les grandes années des rois de France, semblent nous rappeler les défilés; il y a du panache dans ces parures qui défient le gris de l'actualité. En ces temps tourmentés, je préfère les fleurs au kaki militaire, et je suis reconnaissante aux hommes de mon monde d'assumer les jeux de mélanges textiles, comme un message sur tout ce que nous avons, hommes et femmes, à savourer ensemble.



Magazine imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées.



Le service de table Carnets d'Equateur, selon les dessins animaliers de Robert Dallet.

ACCESSOIRES

# Rugir de plaisir

Le thème 2016 pour la maison Hermès? C'est parti pour les grands espaces avec «La nature au galop». Du coup, voici réapparaître les extraordinaires dessins de l'artiste animalier Robert Dallet, celui-là même qui a déjà signé plusieurs carrés dans les années 1980. Ses esquisses, aquarelles et peintures à l'huile captent la vie sauvage avec la précision d'un naturaliste, allié à la grâce infinie du trait. Le peintre français est décédé en 2006, mais laisse une œuvre impressionnante. Avec la fondation de protection des félins Panthera, Hermès a monté l'exposition *Fierce and fragile* (féroces et fragiles) qui sera présentée à Milan (du 23 mai au 3 juin) et à Munich



La montre Arceau Tigre, en série limitée à 12 exemplaires.

(du 10 au 24 juin), après ses débuts à New York. Un album paraît aussi à cette occasion chez Actes Sud, rendant hommage à la sensibilité de l'artiste. Dans les vitrines de la grande maison, les fauves seront aussi en bonne place: un service de table Carnets d'Equateur fait office d'invitation au voyage sur porcelaine fine (dès 160 fr. l'assiette). Quant à l'horlogerie, elle participe à la mise en majesté du tigre avec un modèle qui initie une technique extrêmement subtile: l'émail ombrant allie les savoir-faire du graveur et de l'émailleur. Réalisé sur un cadran or gris, le travail tout en transparence laisse percevoir jusqu'aux plus fins poils de la bête. *Renata Libal*

L'ART À MOINS DE 1000 FRANCS

## La réalité augmentée



PAR LAURENT DELALOYE

Le bois le fascine au point qu'il en est devenu le maître du faux-semblant. La fibre artistique de Vincent Kohler, né en

1977 à Nyon, l'habite depuis l'enfance: «J'ai toujours bricolé dans un petit atelier sans trop savoir ce que je faisais.» Il voulait être graphiste «pour avoir un métier», mais sur le conseil de Francis Baudevin, opte pour les arts visuels à l'ECAL. En dehors de l'école et notamment au sein des collectifs PAC ou Abc, où l'individualité s'efface au profit de la collectivité, il défend l'idée de «l'art pour l'art pur» et acquiert un savoir-faire notamment technique. C'est d'ailleurs empiriquement, et aussi en collaborant avec des artisans, qu'il apprend à façonner le verre, la sellerie, la résine. Mais pourquoi ne pas travailler le bois directement plutôt que le revisiter? «Pour amener ailleurs les pièces. Ça permet plus de fantaisie et de manipulation que je ne pourrais faire avec le vrai matériau. En fait, j'aime le faux, la transformation et recréer une fiction. Comme avec l'œuvre ici en illustration. L'idée est de reprendre la palissade dont il ne reste que les agrafes d'affiches.» L'artiste est désormais attiré par le vêtement, des symboles du western californien tels le jeans, le chapeau ou la botte, qu'il transcrit dans son langage, en leur insufflant quelque chose de nouveau, comme des tailles surdimensionnées: «Il n'y a pas de tromperie car on les reconnaît. Mais tous ne sont pas réappropriables. Beaucoup sont à l'état de croquis car je n'ai pas encore trouvé le moyen de les matérialiser.»

**L'actu:** Il a participé à Accrochage Vaud, du 22 janvier au 6 mars, au Musée cantonal des beaux-arts à Lausanne.

**Site:** [www.vincentkohler.ch](http://www.vincentkohler.ch)

**Le prix:** 800 fr.

«Palissade» 1/30° (70x100 cm), sérigraphie six couleurs, bristol et agrafes, 2015, production Prune Simon-Vermot.



EXPOSITION

## 100 ans sur la vague

Le *Vogue* anglais n'est pas anglais pour rien: il a ce petit quelque chose qui le distingue de ses comparses internationaux. Lancé en 1916 quand la guerre empêchait la livraison de son grand frère américain (datant, lui, de 1892), le magazine s'est d'emblée positionné sur un créneau à part: celui de l'ancrage créatif dans la vraie vie. Moins provoquant que la version italienne, moins rock que la française et moins hollywoodienne que l'américaine, le *Vogue* GB joue l'extravagance et l'audace. Une orientation brillamment perpétuée par sa rédactrice en chef actuelle Alexandra Shulman, esprit très indépendant des conventions de l'industrie de la mode. Cette exposition de centenaire raconte ainsi, de fait, l'histoire de la photo de mode, captée par ses plus célèbres acteurs (*ci-contre Kirsi Pyrhönen en Mongolie, en 2011, par Tim Walker*). S.A.

**Vogue 100 - A century of Style, National Portrait Gallery, Londres, jusqu'au 22 mai, [www.npg.org.uk](http://www.npg.org.uk)**





Mise en scène  
d'émeraudes Muzo.

BIJOU

## Plus vert que vert

Il y a bien sûr les diamants De Beers, du nom de la société sud-africaine qui exploite les mines dans maints pays et fournit des pierres brutes à toute l'industrie joaillière, depuis plus de cent vingt-cinq ans. Mais à part ce cas particulier, les pierres précieuses ne portent pas de nom de marque. La situation évolue pourtant, sous l'impulsion de consommateurs et joailliers toujours plus intéressés à connaître la provenance et les conditions d'extraction des gemmes. C'est ainsi que l'émeraude Muzo est en train de s'imposer comme label de qualité et garantie d'une traçabilité de l'ensemble de la filière, de la mine à la distribution. Le lancement officiel de la marque se fait actuellement à Baselworld, avec aussi un showroom à Genève et à Paris. Au départ, Muzo est le nom géographique d'une mine au fin fond de la jungle colombienne, au pied des Andes, à une centaine de kilomètres de Bogotà. Les connaisseurs savent que c'est de là que proviennent les émeraudes les plus pures, d'un vert intense tirant sur le bleu.

Comme la Devonshire, une célèbre pierre non taillée de 1384 carats, offerte à William Cavendish, 6<sup>e</sup> duc de Devonshire en 1831, par Pierre I<sup>er</sup>, empereur du Brésil... La mine n'a jamais cessé d'être exploitée depuis 1594 au moins, avec l'arrivée des conquêtes espagnols – dans des conditions que l'on préfère ne pas imaginer. Or, en 2009, le groupe américain Texma a obtenu les droits exclusifs sur la mine. Depuis, tout est mis en œuvre pour que le lieu devienne un modèle du genre, avec des protocoles de sécurité et d'impact environnemental parmi les plus sévères du monde. La démarche passe aussi par un programme de formation de la communauté qui vit de et autour de la mine (avec forte implication des femmes, pour la première fois) afin de préparer les gens aux nouveaux métiers accomplis dorénavant au sein de Muzo International, comme la taille des pierres. Si le monde de la gemmologie n'en est qu'aux premiers pas d'une approche responsable, l'aventure de Muzo est à suivre de près. *Renata Libal*

LIVRE

## Age? Quel âge?



Ceux – surtout celles! – qui lisent l'allemand dans le texte vont pouvoir découvrir en vo la plume alerte de notre collaboratrice Silvia Aeschbach. Journaliste et blogueuse, la Zurichoise qui signe régulièrement dans nos colonnes est responsable de la version allemande du magazine. Son propos sort aujourd'hui sous forme livresque: «Bienvenue au club, la prise d'âge expliquée aux débutantes.» Elle y raconte sa découverte personnelle de ce nouveau territoire qu'est le milieu de la cinquantaine – rien d'une sinécure! Dans ce no man's land entre plus-vraiment-jeune et pas-encore-vieille, elle se concentre sur l'essentiel: l'ici et le maintenant. Avec humour et pertinence, elle décortique les manières de ne pas se laisser oublier dans un tiroir et de se libérer des idées reçues. Entre deux billets d'humeur, elle tire le portrait (joliment photographié par Gianni Pisano) de treize autres femmes qui ne s'en laissent pas conter par les années qui filent. Le credo: on ne baisse pas les bras et on voit cette étape de vie comme un recommencement. Silvia Aeschbach n'en est pas à son coup d'essai en matière de livres entre conseils pratiques et traits d'esprit: son ouvrage sur les crises de panique a fait un carton en 2014. Aussi en allemand seulement, hélas... *R.L.*

«Älterwerden für Anfängerinnen, Willkommen in Klub!», Wörterseh Verlag, 176 pages, 25 fr.50.



MAQUILLAGE

## Secouez-moi

S'il y avait un prix pour distinguer le rouge à lèvres le plus original, ce petit dernier de Lancôme aurait de bonnes chances de l'emporter. Compact et gai, il se secoue pour mélanger sa formule biphasée et s'applique comme avec un tampon. Le sourire, tout de suite. *S.A.*

Juicy Shaker, Lancôme, 14 couleurs, 30 fr.



La technique du strobing permet au visage de rayonner quasi naturellement (défilé Dolce & Gabbana).

## Ombres & lumières

**D**ÉPUIS QUE KIM KARDASHIAN s'est lancée dans l'illumination du teint, nul ne peut plus ignorer que le maquillage a un effet 3D. La reine du selfie promeut sur son site internet des initiations à ce qu'on appelle le contouring: des accents mis sur le visage grâce à différentes nuances de poudre afin que les pommettes ressortent, que le nez paraisse fin et le front lisse. Bien sûr, Kim Kardashian dispose pour ses tutoriaux d'un make-up artist perso. Car le contouring n'est pas facile. Peu de femmes arrivent à modeler toutes seules leur visage. Le risque de finir léopardisée avec des taches foncées et claires est relativement élevé, ce qui explique que la pratique ne réussisse pas à s'imposer.

Les visagistes internationaux lancent donc aujourd'hui la méthode du strobing (tiré de stroboscope, la lampe à facettes). Même si «lancer» est exagéré, certaines marques comme Mac pratiquant l'illumination depuis longtemps. Le principe? On applique des enlumineurs adaptés à sa



1. Pour l'hydratation: Strobe Cream Hydratant Lumineux, Mac.
2. Pour la mise en lumière des pommettes: duo de poudre illuminatrice Moodlight, Tom Ford.
3. Pour couvrir légèrement le teint: sérum fond de teint équilibrant, Bobbi Brown.
4. Pour illuminer les zones des yeux, du nez et de la bouche: Touche Éclat, Yves Saint Laurent.

carnation sur certaines parties de son visage et celui-là se met à rayonner de fraîcheur. C'est une technique simple, subtile, qui ne dénature rien. Une touche de clarté sur l'arête du nez, sous les sourcils, sur l'arc de Cupidon ou sur les pommettes, et le tour est joué. Mais attention à ne pas abuser du strobing si l'on ne veut pas aveugler ses vis-à-vis. Comme les mannequins qui ont défilé pour les collections printemps-été d'Isabel Marant, Tom Ford et Dolce & Gabbana...

Mais comment, précisément, se strobe-t-on? On commence par bien nettoyer sa peau (on peut même faire un peeling); on applique ensuite un soin hydratant, un primer (qui combat les rougeurs et les impuretés) et une base légèrement couvrante ou une crème BB. Puis on passe au correcteur les ombres autour des yeux, du nez et des commissures des lèvres. C'est à ce moment-là qu'au pinceau on ajoute l'enlumineur en poudre ou liquide sur l'arête du nez et les pommettes pour les accentuer. C'est tout? Ne reste qu'à s'exercer. ●

TEXTE SILVIA AESCHBACH

# Les horlogers à vos pieds

HABILLER LE POIGNET AVEC UN CUIR D'ESCARPIN, C'EST TENDANCE. QUAND CHAUSSEURS ET HORLOGERS SE METTENT À FLIRTER, ON FREDONNE: «N'oublie pas mon petit soulier.»

TEXTE MATHILDE BINETRUY

**C**HRISTIAN LOUBOUTIN a perché la femme sur ce que l'on fait de plus sophistiqué: 12 cm de talon. Pour parvenir jusqu'à l'homme – plutôt petit – qui met toutes les femmes à ses pieds, il faut traverser une nuée d'admiratrices juchées sur des Pigalle, des So Kate ou des Ron Ron, ses créations mythiques, et patienter le temps qu'une dizaine d'Asiatiques aient cessé de le mitrailler tout en lui demandant quand la référence barrée de rouge sera sur le marché. On parle de la montre, pas des souliers. Car Christian Louboutin est là pour l'horlogerie. Le chausseur a été mandaté par Jaeger-LeCoultre pour habiller la célèbre Reverso à l'occasion de son 85<sup>e</sup> anniversaire. La collaboration a abouti à l'avènement d'une collection de sept cadrans et dix bracelets. L'artiste a travaillé la couleur (vermillon, vert d'eau, nuances, dégradés...), la texture (travail du grain de la matière), et même la transparence (bracelet plastique qui semble flotter autour du poignet). Toutes les propositions intègrent l'Atelier Reverso, un espace de personnalisation de la montre réversible proposé dans les boutiques de la marque. Le partenariat court sur un an. Un premier constat s'impose: Christian Louboutin ne sait pas seulement chausser les pieds des filles de la manière la plus sensuelle qui soit, il possède aussi le don de parer le temps de grâce. «Il y a un parallèle évident entre mon travail et celui d'un horloger, dit-il, et l'on m'interroge souvent sur comment je peux changer tant de choses sur une surface aussi restreinte que celle d'un soulier, ou comment je fais pour que chaque paire soit si différente des autres. Ma réponse est toujours la même: tout est dans le détail.» Gestuelle chirurgicale, patience d'ange... Comme ses réalisations à semelle rouge, les montres synthétisent la contrainte du travail sur une surface déterminée qui au final doit s'adapter à une partie du corps. «En fait, c'est une vraie bouffée d'air que de fonctionner avec de nouvelles limites, ajoute Christian Louboutin. Je l'aborde comme un défi, celui de voir des milliers de détails retranscrits sur un espace ténu.»

## Talents aiguille

Cette même idée de retrouver le glamour d'un soulier au poignet, il semble bien que Roger Dubuis l'ait eue, pour sa part, en s'inspirant de Rita Hayworth. Avec la montre Velvet by Massaro, Alvaro Maggini, directeur de création maison, transpose l'univers de la marque à l'apogée hollywoodienne. Or, argent, plumes, perles, motifs tissés, costumes de cinéma... ces mots-clés, il les confronte à une dynastie de bottiers: Massaro. Elizabeth Taylor, Romy Schneider, Marlene Dietrich ont porté ses créations. C'est maintenant le tour de Lady Gaga avec ses bottes au talon en forme de couteau. Au-delà du travail sur mesure, des heures de conception et de finition, c'est la beauté et l'audace que Roger Dubuis partage avec le bottier parisien, maison d'art qui appartient au groupe Chanel. Au final, cela donne un bracelet en cuir plissé aux nuances d'or chaudes qui pare le modèle Rita, édition limitée à 88 pièces, de charge érotique.

En version masculine, par souci de raffinement, IWC s'est associé depuis plusieurs années avec le fabricant haut de gamme Santoni. «Plus attractive, plus élégante», ainsi Georges Kern, CEO de la marque, qualifie-t-il la nouvelle collection Montre d'Aviateur revêtue en veau et alligator de la maison italienne.

De son côté, Hublot fait appel cette année à Berluti pour revêtir sa Classic Fusion de cuir Venezia au tannage unique. «Après le jeans, la dentelle, nous souhaitons poursuivre l'exploration de matières mythiques», glisse Ricardo Guadalupe, CEO de Hublot. Soumis à la pression de faire tenir une matière vivante – le cuir – dans un boîtier étanche, le cadranier n'a pas ménagé sa peine. Sur le bracelet, on note un rappel historique: une écriture inspirée d'un manuscrit du XVIII<sup>e</sup> siècle rend hommage à la calligraphie. L'édition est proposée en noir et tabac, deux classiques du vestiaire masculin.

Y a-t-il une morale à en retenir? Oui, ce qui sied au poignet vaut aussi pour les pieds en matière d'élégance. Reste qu'il est plus facile de piquer la montre de son homme que ses souliers. ☺



**CI-DESSUS DE HAUT EN BAS**  
La Reverso de **Jaeger-LeCoultre** célèbre son 85<sup>e</sup> anniversaire dans une robe irisée signée **Christian Louboutin**.

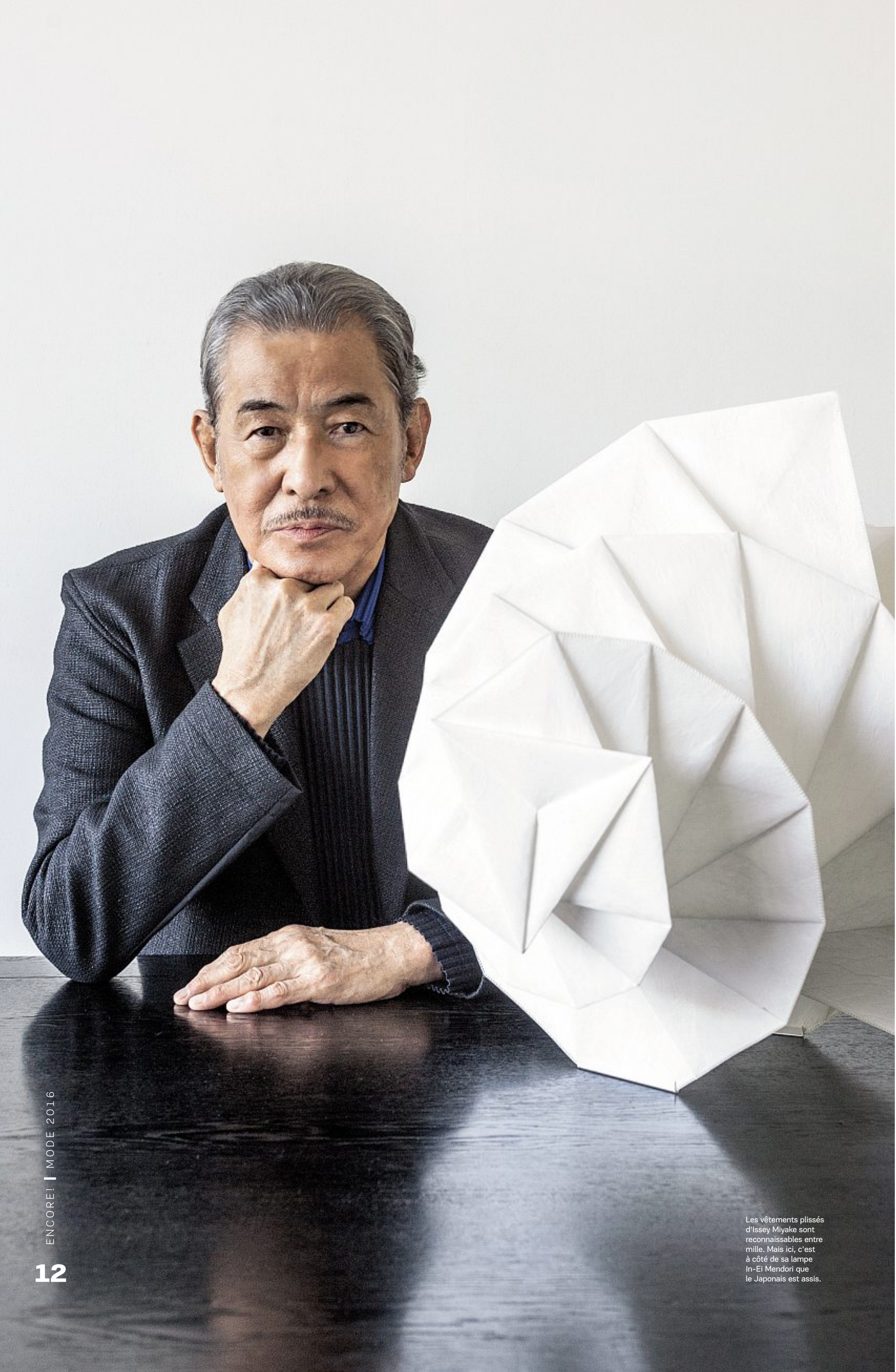
Du cadran au bracelet, **Berluti** habille de son cuir Venezia la **Hublot** Classic Fusion.



**CI-DESSUS**  
La nouvelle **IWC** Montre d'Aviateur Automatic 36 se révèle grâce la patine typique de **Santoni**.

**CI CONTRE**  
Glamour toujours, le célèbre bottier **Massaro** pare la **Roger Dubuis** Velvet de cuir plissé or.





Les vêtements plissés d'Issey Miyake sont reconnaissables entre mille. Mais ici, c'est à côté de sa lampe In-Ei Mendori que le Japonais est assis.

# SE VÊTIR D'ORIGAMI

LE GRAND ISSEY MIYAKE FAIT L'OBJET D'UNE EXPO ET D'UNE MONOGRAPHIE. RETOUR SUR UN CRÉATEUR QUI ALLIE ONIRIQUE ET TECHNOLOGIQUE.

TEXTE **RENATA LIBAL**

**E**ST-CE UNE CAPSULE SPATIALE, un cocon de lin, une sculpture textile? Devant un vêtement signé Issey Miyake, le néophyte reste toujours un brin perplexe. Pourtant, dès qu'il est porté, ce carré de tissu plié comme un origami, ce tuyau plissé ou cette structure en lampion deviennent des robes qui dansent autour du corps en un ballet magique où l'anatomie féminine dialogue avec les formes géométriques. Dès ses débuts en mode, à Paris, en 1965, le créateur japonais se profile comme un homme au regard différent, en quête de pièces visuelles, de l'art à porter. Quand il lance la première collection à son nom, en 1971, il pose déjà les bases de ce que sera son travail jusqu'à aujourd'hui: une manière de libérer le corps, grâce à des formes amples et graphiques, qui permettent une absolue liberté de mouvement; des matières technologiquement innovantes, agréables à porter et totalement étrangères aux notions de froissé ou de repassage; des couleurs vibrantes aux associations inhabituelles, qui amènent le soleil et le sourire dans la rue. Jamais, durant ses quarante-cinq ans de carrière, l'artiste japonais n'a dérogé à ce principe du bonheur fait vêtement.

Les chanceux qui prévoient un voyage au Japon ce printemps auront le privilège d'accéder à la plus grande exposition jamais consacrée à ce créateur hors normes, qui a toujours suivi la voie de l'expérimentation. A travers trois salles thématiques au Centre d'art de Tokyo, le visiteur découvre sa manière d'appréhender la création. Il y a le corps, d'abord, et ce jeu entre le tissu bidimensionnel et les volumes humains, ainsi qu'avec l'espace vide laissé

entre les deux. Une des premières pièces créées par le Miyake Design Studio était un justaucorps couleur chair, frappé d'un faux tatouage psychédélique: où finit le corps, où commence le vêtement? La seconde salle approfondit cette recherche en se focalisant sur les nouveautés technologiques dans le textile, explorées dès les années 1980. Résines synthétiques, seconde peau en silicone, modelages sans couture... Le champ de l'exploration s'élargit sans cesse. La troisième salle aborde la pratique des collaborations: cette «cross-pollinisation» (comme il dit) des talents est fondamentale dans l'approche d'Issey Miyake, qui l'incite aussi à renouer avec des matières traditionnelles japonaises, comme le crin de cheval, le papier washi ou le raphia. C'est l'époque aussi où il développe, en 1993, cette célèbre collection basée sur le plissé indéformable, nommée Pleats Please. Grâce à son réseau de contacts avec des entreprises avant-gardistes, sur le plan technologique, il parvient à produire des vêtements tubulaires, qui suppriment littéralement toute chute textile. Progressivement, cette quête va aussi dans la direction du polyester recyclé, et des vêtements pliés à plat qui ne prennent virtuellement pas de place et qui ne s'animent qu'une fois portés.

Si son approche du vêtement peut paraître un peu conceptuelle et très éloignée des critères classiques de joliesse et de sexytude, le grand maître n'en est pas pour autant un pur esprit. Son regard sur le monde est empreint de douceur et de poésie – comme le montrent d'ailleurs aussi ses fantastiques luminaires en papier. Retiré des podiums depuis 1999 (sa maison est en mains de ses proches collaborateurs de toujours, Yoshiyuki Miyamae et Yusuke Takahashi), il consacre ses jours à «faire des choses» – comme il



## SYMBIOSE GRAPHIQUE

**DE GAUCHE À DROITE ET DE HAUT EN BAS «Paradise Lost»** (le paradis perdu), tiré de la monographie éditée chez Taschen «Issey Miyake» (p. 76-77). Edition collector de 1000 ex. numérotés, accompagnés d'un sac créé par Miyake.

**Ikko Tanaka Issey Miyake** Robes «vibrantes» des collections printemps-été 2016, inspirées d'œuvres de l'artiste Ikko Tanaka.

**Bamboo Pleats** Collections automne-hiver 1989: le plissé tombe en sections, comme un bambou.

**132 5** (2010): un vêtement origami en PET, coupé en 1 pièce, qui se déplie en 3 dimensions, se plie en 2 dimensions et rêve de 5 dimensions. Ce vêtement est visible à l'exposition en cours à Tokyo.

dit. Il faut entendre par là une toujours forte implication créative, surtout dans des mises en scène artistiques, son engagement envers la fondation pluridisciplinaire 21\_21 Design Sight à Tokyo, qu'il a montée avec son ami, le célèbre architecte Tadao Ando. Et bien sûr la supervision de sa maison, toujours indépendante, qui donne aujourd'hui, outre les vêtements, dans les parfums et les accessoires, souvent d'esprit sportif, et aussi des montres. Parallèlement, mais sans lien direct avec l'exposition, paraît en outre une très belle monographie d'Issey Miyake, aux Editions Taschen, signée de sa collaboratrice Midori Kitamura, présidente du Miyake Design Studio à Tokyo. Là, le propos est sans doute plus intimiste, plus orienté sur l'hommage, mais on retrouve l'incroyable pulsion innovatrice du créateur.

Bien trop occupé à peaufiner ses projets, Issey Miyake n'est pas homme à distribuer des interviews. Il en concède quelques-unes au compte-gouttes, comme celle qui suit, où il a finalement accepté de répondre aux questions par écrit, de son studio à Tokyo. Pourtant, à 77 ans, il vient, en fin d'année dernière, de soulever une grande vague d'émotion en acceptant de parler pour la première fois de la manière dont il a vécu la bombe atomique, lui qui a grandi à Fuchu, la ville voisine d'Hiroshima, et qui a toujours gardé des symptômes de la radiation, avec des inflammations de la jambe. Il raconte comment, le jour de l'attaque, il est parti seul à la recherche de sa mère, grièvement brûlée. Comment celle-ci l'a envoyé à la campagne, puis soigné à la pénicilline, avant de succomber à ses blessures. C'est sur le chemin de ses cours de peinture, plus tard, que le Peace Bridge, le pont de la Paix, dessiné par Isamu Noguchi, lui a donné foi dans la puissance du design, avec sa balustrade spectaculaire évocatrice du soleil levant et de l'avenir. «Je m'étais fait à l'idée que je ne vivrais pas longtemps, explique Issey Miyake au journal *Yomiuri Shimbun*. Alors je ferai ce que je peux avant l'âge de 30 ou 40 ans. Jamais je n'utiliserai la bombe atomique comme une excuse.» Cette énergie créatrice ne l'a plus quitté, conjuguée à une fierté face au savoir-faire japonais. Les vêtements, là-dedans? «S'habiller est un langage commun au monde entier.»

**L'actuelle exposition relate quarante-cinq ans de carrière... Quelles surprises avez-vous eues en regardant ainsi en arrière?**

Il ne s'agit absolument pas d'une rétrospective. Et cela ne m'intéresse pas de regarder en arrière, j'ai toujours préféré regarder en avant. Il ne s'agit pas non plus d'une exposition de mode, mais de design de vêtements, qui sont parmi des éléments fondamentaux de notre quotidien. Je suis persuadé que le regard neuf sera celui qui surgira des commentaires des visiteurs. Je serai stimulé par leurs

Un vêtement est complet s'il interagit avec le corps de celui qui le porte

réactions qui me mèneront à une nouvelle inspiration et à des idées futures. C'est ce qui arrive à chaque fois que l'on est exposé à une nouveauté.

**De quelle manière avez-vous vu évoluer votre travail des premières années à maintenant?**

Quand j'étais en train de préparer l'exposition, ma première réaction a été l'étonnement devant la quantité de travail accompli. Moi et mon travail avons évolué à l'aide de la curiosité et des rencontres avec une multitude de gens talentueux. Et le passage du temps, évidemment.

**Vous n'avez jamais beaucoup aimé la mode.**

**Quelle est pour vous la signification des vêtements?**

Nous ne pouvons pas vivre sans eux. J'aimerais créer un type d'habillement qui libère à la fois le corps et l'esprit. Et qui supprime aussi une partie du gaspillage de matériaux dans notre société.

**Quelles sont les pièces exposées qui réveillent les plus forts souvenirs?**

Vous ne pouvez pas demander à un parent de désigner son enfant favori. J'espère toujours que la plus emblématique est celle qui va encore venir.

**Vos vêtements n'ont pas cherché à suivre les courbes du corps, en créant des formes et des espaces rien qu'à eux. Des tenues plus cérébrales que sensuelles?**

Je ne crois pas. Un vêtement n'est jamais complet s'il n'y a pas interaction avec la personne qui le porte. J'ai exploré la relation entre une pièce de tissu et le corps. Mon processus de fabrication a toujours été basé sur cette idée. Les visiteurs de l'exposition verront comment ces concepts se développent.

**Votre marque bénéficie de la même crédibilité en mode qu'en design. S'agit-il au fond de la même chose?**

En 1960 s'est tenue au Japon, pour la première fois, la World Design Conference, la Conférence mondiale du design, et j'ai écrit une lettre de protestation à son bureau. J'étais alors étudiant à l'Université d'art Tama. Je crois fermement que le vêtement existe non pas comme mode alimentée de tendances, mais plutôt comme une forme de design étroitement connecté à nos vies.

**Quelles ont été vos impressions à Paris, du temps de vos premières collections?**

Quand je suis arrivé à Paris pour la première fois, c'était en 1968, et j'ai été frappé par la liberté des gens. Les jeunes marchaient

dans les rues, chacun bougeant à sa manière, vêtu avec son propre style. C'est cela qui m'a inspiré dans le processus de fabrication vestimentaire. Paris est une ville éternelle. Je suis ému à chaque fois que je m'y rends.

**Vous avez toujours été fasciné par les matériaux. D'où vous vient cet intérêt?**

J'ai toujours pensé que la période dans laquelle on vit est un facteur clé. On doit imaginer des vêtements parfaitement adaptés aux besoins du moment. J'ai essayé de me montrer ouvert, d'étudier à la fois les traditions vestimentaires du Japon et les dernières technologies en textile. Comment un type de vêtement sied-il à des gens vivant dans une période précise? C'est le point de départ de toute nouvelle réflexion.

**Ce printemps sort une nouvelle ligne Ikko Tanaka Issey Miyake, avec des dessins de l'artiste japonais décédé en 2002 qui a été pour vous un ami cher. Un hommage?**

Les collaborations avec des artistes nous libèrent de notre monde en nous incitant à interagir avec. Toutes commencent par la fascination que j'éprouve pour tel ou tel aspect du travail d'un artiste: la transparence, la lumière ou les couleurs, comme dans le cas d'Ikko Tanaka. J'étais subjugué par sa maîtrise des couleurs. Nous avons essayé de les répliquer fidèlement dans cette collection. Des vêtements vibrants, pour renforcer la vision de son travail.

**Quel est votre rôle aujourd'hui dans la marque à votre nom?**

Tous les designers impliqués travaillent de longue date avec moi. La plupart du temps, je les laisse faire. Mais nous nous voyons beaucoup et discutons. Je supervise. En même temps, je suis profondément engagé dans les lignes que j'ai récemment créées pour eux, afin de leur permettre d'essayer de nouvelles choses et de s'affirmer.

**Et quels vêtements portez-vous le plus volontiers?**

Ces jours, je porte souvent des pièces de la ligne Homme plissé. J'aime les vêtements décontractés, simples et faciles à porter.

**Quels sont les petits plaisirs de vos jours?**

Je passe le plus clair de mon temps avec mon équipe, cherchant toujours de nouveaux défis. Toujours en quête de nouveaux développements, toujours cette combinaison d'innovation et de confort. Voilà ce qui me motive.

**Quelles sont les villes de votre cœur?**

Tokyo est celle où j'ai vécu le plus longtemps et que je considère comme «ma ville».

**En décembre dernier, vous avez évoqué pour la première fois votre enfance à Hiroshima et les séquelles de la bombe. Quelles réactions avez-vous suscitées?**

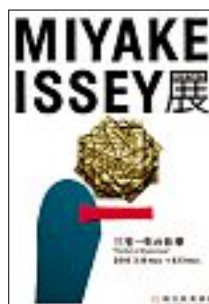
J'ai reçu de nombreux et très beaux mots d'encouragement du monde entier. Cela m'a profondément touché.

**A quoi travaillez-vous en ce moment?**

**De quoi devons-nous bientôt nous réjouir?**

Si je vous le disais, ça gâcherait la surprise. ☺

## Cheminement créatif exposé



**Quarante-cinq années de carrière**

Le travail d'Issey Miyake, des années 1970 à ce jour, est présenté sous l'angle du processus créatif. Trois salles thématiques pour explorer le jeu entre volume humain et tissu, les nouveautés technologiques dans le textile, les collaborations artistiques. *Miyake Issey exhibition «The Work of Miyake Issey»*, The National Art Center, Tokyo, jusqu'au 13 juin.

PUBLICITE



# THE NEW MINI CABRIO.

Au volant de la nouvelle MINI Cabrio, les jours se suivent et ne se ressemblent pas. Découvrez une sensation de karting maximale, les cheveux au vent. Grâce à l'avertisseur de pluie, vous êtes sûr de ne pas être mouillé. 14 teintes de carrosserie exclusives, 15 types de jantes profilées et 8 revêtements intérieurs. Du jamais vu! De nouvelles expériences palpitantes vous attendent lors d'un essai sans engagement. Stay open. [MINI.ch](http://MINI.ch)

STAY OPEN.





ANTHONY VACCARELLO

## Le pixel distingué

Qui donc à part Dries Van Noten pourrait reproduire une photo sur un T-shirt sans se vautrer dans le ridicule? Des punks? On sait en effet depuis l'exposition de ses inspirations aux Arts décoratifs de Paris combien le Belge affectionne ce mouvement. Sur un grand nombre de ses habits masculins, Marilyn Monroe s'affiche: sur un T-shirt qui ouvre le bal et dans le dos d'un kimono qui clôt majestueusement le show. Autre muse, plus contemporaine et presque aussi blonde, chez Anthony Vaccarello: Anja Rubik. Le mannequin polonais et ami du créateur est pixellisé sur une robe mini mini, sur un débardeur ainsi que sur une robe fendue très haut. Chez Victoria Beckham, ce sont des images de surfeurs qui s'étalent sur les jupes et les robes, suggérant des vacances distinguées à l'océan. La photo raconte toujours une histoire. Sur les réseaux sociaux, elle illustre les hauts faits des ego, sur les catwalks, elle met en scène l'immortalité. Rien que ça.

# Revival Attitude

ELLE SÉDUIT SANS CHERCHER À PLAIRE, LUI EST NONCHALANT SANS SE LAISSER ALLER. LA MODE N'EST PAS AUX CHIMÈRES, MAIS AUX VALEURS SÛRES.

TEXTE SARAH JOLLIEN-FARDEL



## Les couleurs France

Trois couleurs fondamentales: le bleu, le blanc, le rouge. Elles bordent un revers de blouson, s'entrechoquent sur une tenue complète, colorient un sac ou s'invitent sur des chaussures. Pure coïncidence? Ou ces créateurs se sont-ils donné le mot pour rendre hommage à la France? Peu importe, le résultat colle au désir du moment qui est de parier sur des valeurs sûres. Les trois tons se retrouvent sur les tenues Chanel, de la casquette aux chaussures en passant par les sweats. Chez Kenzo ou Carven, Ralph Lauren ou Tory Burch, chacune trouvera son bonheur. Du côté de l'homme, le trio s'invite chez Berluti, Acne ou A.P.C., soit transversalement entre pantalon, veste et chaussures, soit en balade sur un accessoire. Même un daltonien ne risque pas de se mélanger les pinceaux. Beau, classique, efficace.

CHANEL



BALLY



BERLUTI

## Le blouson ressuscité

Sortie tout droit des années 1970, la veste en daim, souple, courte, sans chichi renaît magnifiquement. Toujours, dans cette idée fixe, cette saison, de miser sur du solide plutôt que sur des chimères: voici une pièce qui se porte avec tout ou presque, et qui, en plus, embellit avec l'âge. Tant mieux si votre père en a empaqueté un exemplaire sous une housse au galetas. Sinon, filez chez Bally ou AMI. Vous la promènerez une bonne dizaine d'années, puis vous la transmettez un jour, solennellement, à vos rejetons. Pas sûr qu'ils saisiront la valeur de ce geste. Ingrats, ces gosses!

## La mule chic

C'est pesé! La savate, tatane, babouche, mule, depuis quelques saisons, supplantent les talons aiguilles et autres chaussettes surélevées. Le retour du ras-le-planer est initié par Birkenstock qui ravage les shoesings des filles stylées. Puis la papesse du style Phoebe Philo, en 2012, fourre de poils luxueux des sandales de capucin. L'hiver dernier, le nouveau dieu de la mode, Alessandro Michele de Gucci, découpe le talon d'un mocassin et couvre sa semelle d'une généreuse fourrure. Un succès. Cette saison, le plat exhauce l'élégance: mule à dentelle chez Balenciaga, mi-mocassin chez Bally, à bouts carrés chez Jil Sander. Souffrir pour être belle? Dépassé, le dicton.



## La nuisette du jour

Les créateurs ont tout tenté pour faire sortir le pyjama en ville. Mais malgré les blogs et les séries mode des magazines, les ensembles de nuit ne courent guère les rues. A peine un pantalon frou, croisé sur une fille au goût pointu. Cette saison, les créateurs tirent du lit les nuisettes et autres caracos. Givenchy, Saint Laurent, Céline ont dessiné leur rêve de ces tenues intimes prêtes à se montrer au grand jour. Les accessoires qui les pimement sont élégants, classiques ou rock, de la coiffure à la veste (qui se pose sur les épaules) ou au maquillage. Car l'idée n'est pas de passer pour une fille légère. Juste une femme à l'allure un brin décalée. Qui maîtrise l'art de jouer avec la soie et la dentelle. Ailleurs que dans ses appartements. Avec classe.

## L'effet miroir

Les tenues scintillantes arrivent en ville dès le lever du jour. Hier connoté champagne, soirée de fête et extravagance, le lamé se promène désormais peinant au bureau, au café du matin, à la gym, et même à l'épicerie. En passe de devenir un indispensable du vestiaire de la saison. Il est féminin, il est joyeux, il est supercool. Chez la très chic et très en vue Vanessa Seward, le lamé effet miroir se porte de haut en bas ou sur une robette ou un pantalon ample. Chez Akris, Isabel Marant mais aussi Diane von Fürstenberg et Paul & Joe, le brillant est dépoillé de ses airs tape à l'œil. Comment le porter? Comme n'importe quel habit – avec un T-shirt, une chemise, des mules (chaussures phares du moment, voir ci-dessous) ou des stiletto. Sincèrement, une fille qui décide, dans notre Helvétie pépère, de sortir ainsi parée, sait l'effet qu'elle fait. Elle n'a pas besoin de conseils, juste de nos applaudissements..



## Les droites filantes

Elles sont une ou plusieurs, surlignent le bas d'un pantalon, longent la couture d'une jupe portefeuille, traversent une robe ou un top. Et l'effet n'est pas clownesque. Chez Hermès, où l'élégance ne se discute pas, les rayures sont blanches sur noir ou sur rouge. Chez Stella McCartney, elles courent sur les jupes ou les polos. Chez Alberta Ferretti, elles filent à l'horizontale sur les robes et les jupes. Chez Gucci, elles sont une signature. Depuis les années 1950, son trio rouge-vert-rouge ne faillit pas. Là, il change de couleur: bleu-rouge-bleu. Mais l'esprit demeure, très Gucci, très 2016 aussi! Chez Prada, c'est un manteau pistache ou crème qui se voit exhaussé de lignes verticales lamées, en cuir reptilien. Ne rangez pas vos marinières, elles étaient encore nombreuses sur les podiums. Mais variez. Juste pour le plaisir.



HERMÈS

## L'éternel marcel

Affublé de divers noms d'oiseaux, le marcel, débardeur ou camisole, à son apogée de la séduction sur Marlon Brando dans *Un tramway nommé Désir*, demeure un indispensable des commodes des hommes et des femmes. Cette saison voit l'explosion de la cote de cet incontournable presque banalisé. Détourné, remis au goût du jour, il semble daté de toujours mais marque précisément aujourd'hui. Un art bien plus subtil qu'il n'en a l'air... Prenons un débardeur – celui de Chloé, par exemple – gris et gansé de bordeaux. Combinez-le, à choix, avec une jupe longue, et vous serez une baba 2016; avec un jean court sur les chevilles, et vous serez une icône; avec un costume, et vous serez fatale. Pas donné mais prodigieusement rentable. La bonne excuse pour se l'offrir!



CHLOÉ

LOUIS VUITTON



## La veste souvenir

C'est l'un des points culminants de la saison homme. Ces blousons qu'on appelle «souvenir jacket» ou «sukajan jackets» sont nés à la fin de la Seconde Guerre mondiale, quand les soldats américains postés au Japon ont empaqueté dans leurs bagages cet habit asiatique – bombers satinés, ornés de dragons, tigres ou insignes militaires. Balancez vos réticences, le satin chatoyant, ça ne fait pas chochette, et les broderies qui l'ornementent ne minaudent pas. Chez Pringle of Scotland, une veste bleu et bordeaux, brodée sur la poitrine, jersey rayé à l'encolure, fait très blouson universitaire. Nicolas Ghesquière chez Louis Vuitton a, lui, poussé à fond les références japonisantes avec des pyjamas et chemises en soie en sus des fameuses vestes. Chez Valentino, elles sont chics et sobres. Chez Saint Laurent, Hedi Slimane dicte le ton de sa signature juvénile, «je-fais-la-gueule» mais avec quelques grammes de joie grâce, entre autres, à une pièce couverte de palmiers, et une autre, plus subtile, portable par tous et presque partout, noir et doré. Eh non, ça ne fait pas beau!



CÉLINE

## La manche ailée

C'est un détail fort, avec lequel il ne faudra pas s'y prendre comme un manche. Les chemisiers du moment, d'une féminité radicale, s'amuse avec les proportions et les volumes. Bras et épaules sont le point de mire. Les manches sont exagérément volumineuses. A dessein, pour un bel équilibre, les poignets et les avant-bras sont, eux, à découvrir comme chez Céline. Les variétés d'emmanchures gracieuses jouent également des coudes sur des robes réalisées avec brio par la même maison. Manches bouffantes, manches ballon à la sauce contemporaine ou encore manches bishop chez Fendi travaillées avec une dextérité de maître, c'est sans équivoque qu'elles évoquent un envol optimiste. Sur les pulls en maille de Dior – coupés court, une vague en guise d'ourlet – on ne voit qu'elles, prêtes à s'élancer à l'assaut de la stratosphère.

## Le costume libéré

Alessandro Michele, chez Gucci, révèle avec acuité les désirs d'une génération, fédérant et séduisant des hordes de fans sur toute la planète. Les tapisseries de grand-mère, les motifs désuets, il les imprime sur les costumes (mais pas que). Ses ensembles se fichent du sexe: masculin, féminin, l'important est ailleurs. Ce qui compte, c'est un style unique, marqué, déterminé. Peut-être les tenues sont-elle un peu difficiles à l'emploi pour un poste dans une banque privée ou pour la première communion de fiston? Les codes usuels du costume classique de l'homme sont aussi remplacés par des broderies imprimées chez Dolce & Gabbana. Même laïus chez la femme de Vanessa Seward qui se risque avec des impressions bleues sur fond blanc, de la tête aux pieds. Il faut oser: détonner avec un ensemble débarbouillé de ses airs conventionnels; oser être libre, en costard.



RAF SIMONS

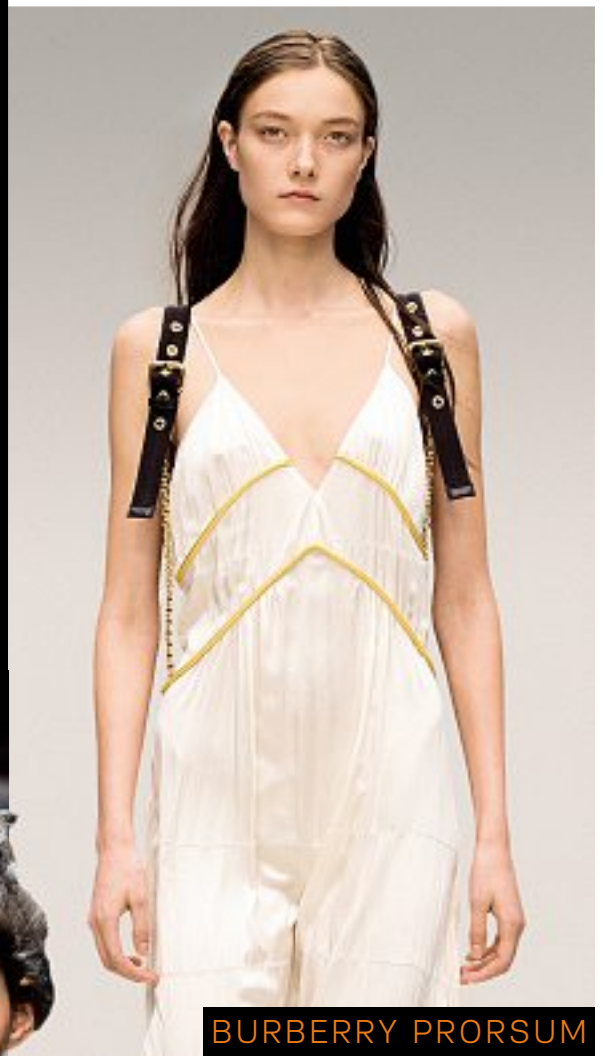
## L'alliance réfléchie

Chaussettes et shorts, c'était bon pour les papis. Ou les ringards. Ou Jacques Chirac. Et puis les hipsters ont débarqué. Ils ont mis en exergue les chaussettes (même blanches) et ils ont apprivoisé notre œil. Cette saison, Raf Simons associe socquettes noires et bermuda. Et vous savez quoi? C'est réussi! Au pied, on mettra des Stan Smith d'Adidas (oui, oui, on sait qu'elles énervent beaucoup) et non pas des moccasins à glands, et pour les chaussettes, des sobres, pas trop longues. Le reste de la tenue estivale? Il le faut impeccable. En résumé, l'approximation et le hasard n'ont rien à faire ici. Cela semble ordinaire, pourrait même passer pour du négligé, mais non: tout est délibéré et réfléchi.



GUCCI

DOLCE & GABBANA



BURBERRY PRORSUM

## La bretelle coquine

Des nuées d'épaules nues ont enchanté les défilés. Sur les robes bohèmes ou endimanchées, espiègles et romantiques, jamais banalement sexy, les bretelles se sont faites extraordinaires. Incitation à la légèreté et à l'insouciance, appel aux soirées tardives et à la sensualité. Et aussi: invitation à muscler ses épaules. C'est à se demander si des gourous du fitness, comme l'Australienne Kayla Itsines ou la Française Sonia Tlev, n'auraient pas instillé des idées aux gens de la mode. Ne riez pas, elles se comptent par millions les adoratrices de ces mentors au corps taillé à la force de la sueur. Un œil sur le compte Instagram @kayla\_itsines, et vous comprendrez mieux le phénomène. Deux haltères et au boulot!



HAIDER ACKERMANN

## La couleur du ciel

Des pieds et une couleur. Pas n'importe laquelle, une teinte céleste qui parle d'infini et de poésie. Bleu ciel, bleu layette, bleu tendre, un coloris que le très doué Haider Ackermann a glissé aux pieds des hommes. La maestria créative du designer associe ces bas à des... babouches, l'effet sans doute de ses années de voyage. Ce qui pourrait passer pour un blasphème mode est ainsi juste sublime. L'idéal que poursuit Haider Ackermann dans son travail? «C'est un long chemin que j'ai entrepris, le but n'est pas d'arriver à la fleur bleue. Mais, par moments, j'aimerais quand même bien la trouver.» En contemplant ces silhouettes d'hommes aux pieds bleu clair, on se dit qu'on déposerait bien une brassée de myosotis aux pieds de Haider Ackermann.

MODE



**ANTICO CAFFÈ GRECO**  
ELLE Manteau duchesse en satin, **Ermanno Scervino**.  
Robe en maille, fil de lin et broderies paillettes, **Just Cavalli**.  
Minaudière cloutée or, **Christian Louboutin**.  
Collant résille, **Wolford**.  
Montre Serpenti Jewelry, 26 mm, or rose 18 cts serti de diamants, cadran avec index sertis de diamants, bracelet double spirale en or rose 18 cts, serti de diamants et onyx noir; Bracelet Serpenti en or rose 18 cts, full-pavé diamants. **Le tout Bulgari**.  
**LUI** Veste en soie détails dorés abeilles, **Gucci**.  
Chemise en coton damassé, **Vivienne Westwood**.  
[www.anticocaffegreco.eu](http://www.anticocaffegreco.eu)

# ROCK'N'ROME

PHOTOS HANSPETER SCHNEIDER STYLISME SONIA BEDERE & SIMON PLYYSER



L'ESPRIT DOLCE VITA SE RÉINCARNE EN EXTRAVAGANCE DE ROSE  
ET DE PIERRERIES, DE MOUSSELINE ET DE SATIN. LES DÉTAILS  
SONT PRÉCIEUX. PAS DE RAISON QUE LE PRINTEMPS SOIT TRISTE.



**À GAUCHE**  
**PIAZZA DI SPAGNA**  
**ELLE** Robe couture transparente avec détails en cuir, **Iris Van Herpen**. Imperméable transparent, **Longchamp**. Baskets tissu et strass, **Dior**. Sac à bandoulière avec franges en cuir, **Chloé**.  
**LUI** Costume en popeline de coton, **Louis Vuitton**. Polo imprimé en laine, **Vivienne Westwood**. Sneakers en veau et tissu technique, **Dior Homme**. Collier Perforated en vermeil jaune et bracelet en vermeil jaune et cuir beige, **Northskull**. Bague à motifs entrecroisés et bague ronde à motifs ajourés en métal vieilli, **Gucci**.

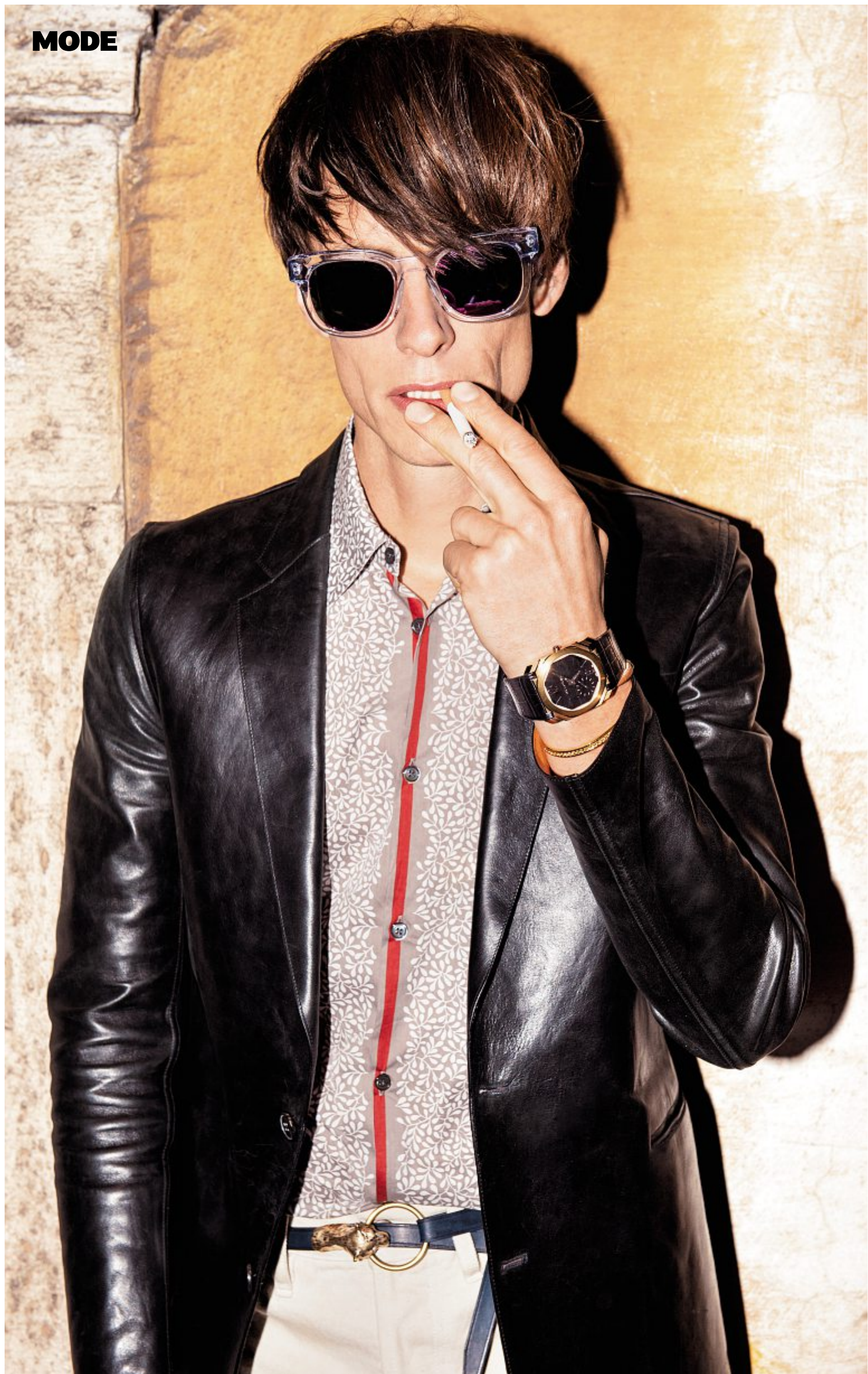
**EN BAS**  
**HOTEL D'INGHILTERRA**  
Manteau ceinturé en dentelle, **Blumarine**. Soutien-gorge, **Etam**. Sac cuir, **Longchamp**. Lunettes de soleil, **Max Mara**. Escarpins, **Dior**.  
[www.hoteldinghilterra.com](http://www.hoteldinghilterra.com)

**BOUTIQUE BULGARI**  
**ELLE** Robe asymétrique en double soie rose et short en cuir, **Barbara Bui**. Escarpins cuir, **Louboutin**. Collier MVSA en or rose 18 cts avec améthyste, topaze bleue, perles en rubellite et pavé diamants. Collier Serpenti Haute Joaillerie, or blanc et diamants. Tous deux **Bulgari**.  
**LUI** Veste en coton rayée, **Vivienne Westwood**. Pull en laine, **John Galiano**. Pantalon à carreaux en laine, **Paul Smith**. Chaussures en cuir, **Lanvin**.





**MODE**







**À GAUCHE**

**VIA BOCCA DI LEONE**  
 Veste en cuir, **Paul Smith**.  
 Chemise à col droit souple  
 en popeline de coton imprimé  
 «Rameaux étain», **Hermès**.  
 Pantalon en coton, **Marni**.  
 Lunettes de soleil en acétate  
 translucide, **Thierry Lasry x  
 Garrett Leight** chez **Colette**.  
 Ceinture en cuir et boucle en  
 métal doré, **Lanvin**.  
 Bracelet vermeil et cuir,  
**Northskull**. Montre Octo  
 Finissimo petite seconde,  
 mouvement à remontage  
 manuel, boîtier octogonal  
 en or rose brossé et poli,  
 verre saphir et bracelet  
 alligator, **Bulgari**.

**EN HAUT**  
**FONTANA BOCCA DI LEONE**  
 Veste cuir, **Burberry**.  
 Brassière dentelle, **Etam**.  
 Jupe longue en soie,  
**Rochas**. Sandales lacets  
 gladiateur, **Louboutin**.  
 Lunettes de soleil, **Chloé**.  
 Sac, **Louboutin**.

**À DROITE**  
**VIA DEI CONDOTTI**  
**ELLE** Total look robe soie  
 et sandales cuir rose,  
**Gucci**. Sac, **Louboutin**.  
**LUI** Costume lamé et bottines  
 cloutées, **Maison Margiela**.  
 Chemise, **Acne Studios**.  
 Lunettes en acétate  
 (privé). Collier Perforated  
 en vermeil jaune, **Northskull**.  
 Bagues, **Gucci**.

ASSISTANT PHOTO TOMAS DIKK  
 COIFFEUR MAQUILLEUR NORBERT  
 CHEMINEL@KATHRIN HOHBERG  
 POUR M.A.C. COSMETICS MANNEQUINS  
 HELENA SOPAR ET FREDDY DRABBLE@  
 SELECT MODEL MANAGEMENT  
 DIRECTION ARTISTIQUE GÉRALDINE  
 DURA PRODUCTION SOPHIE PERRAUDIN  
 ET MMPRODUCTIONS.

CES PAGES ONT ÉTÉ RÉALISÉES  
 GRÂCE À UN PARTENARIAT  
 AVEC LA MAISON BULGARI  
 SUISSE WWW.BULGARI.COM





Le «salottino Taylor», dans la boutique Bulgari, où Liz Taylor choisissait ses gemmes.

# Un joyau dans la ville

À ROME, ON VISITE LE COLISÉE ET SAINT-PIERRE... MAIS AUSSI LA BOUTIQUE BULGARI. LE JOAILLIER EST SI INTIMEMENT LIÉ À LA VILLE QUE SON ANTRE HISTORIQUE MÉRITERAIT D'ÊTRE CLASSÉ MUSÉE.

TEXTE RENATA LIBAL

**U**NE FOIS LE SEUL franchi, le visiteur de passage se trouve nez à nez avec Claudia Cardinale. Sublime comme dans les années 1960, elle sourit de toute la lumière du bonheur. Normal, diront les habitués, c'est qu'elle est en train d'essayer un énorme pendentif en or et diamants... La magnifique photographie en noir et blanc orne un mur de la boutique Bulgari à Rome, témoin d'une époque joyeuse où les actrices de Cinecittà jonglaient avec les pierres de couleur et semaient les paparazzis, juchées en amazone sur les vespas, derrière de beaux garçons en col roulé blanc. Un faux souvenir, construit par les fantasmes collectifs? Sans doute. Reste que les sublimes parures qu'arborent les stars de ce monde sont toujours pavées de superlatifs. La boutique, comme les bijoux qui s'y montrent et s'y vendent, est un havre de luxe et de joie de vivre colorée, comme une version sertie de la dolce vita. Plus loin, toujours au mur, l'irrésistible Anna Magnani. On pivote sur ses talons: où est donc Monica Vitti?

## L'ADN 100% romain

Si Tiffany appartient à New York et Cartier à Paris, Bulgari rayonne à travers le monde avec son esprit résolument romain. Pourtant, l'entreprise a été fondée par un orfèvre grec né à Paramithia: Sotirios Voulgaris. L'artisan émigre vers Corfou, puis Naples, avant de planter ses racines à Rome, en 1881. Sa première boutique est sise dans le quartier de la via Sistina, une rue peuplée d'antiquaires, graveurs, marbriers... Toute une population créative qui attire les badauds en promenade. La première enseigne clamait: «S. Bulgari - Argenteria Artistica, Antiquités, Curiosités, Bijoux», une large palette destinée à attirer

l'attention des Anglo-Saxons, dont le traditionnel Grand Tour d'Europe passait forcément par là. Une deuxième boutique prend le relais, puis finalement une troisième, en 1923, à la via dei Condotti 10 - l'actuel emplacement de ce qui est devenu un monument érigé à la virtuosité joaillière et horlogère. Au début du siècle, les deux fils, Costantino et Giorgio, sont déjà de la partie. Mais ce n'est qu'en 1910 que la maison quitte le marché des Curiosités pour se spécialiser réellement en bijoux d'exception. Dès le départ, chaque pièce ou presque est un hommage à Rome: la collection Monete intègre de vraies pièces anciennes de l'Empire romain, les pierres précieuses s'associent en harmonies colorées inspirées des mosaïques anciennes, les détails reprennent des éléments architecturaux. Jusqu'à aujourd'hui, d'ailleurs, où la bague B.zero1 stylise le volume du Colisée.

## Splendeur dolce vita

Avec le succès, la boutique emblématique s'agrandit et gagne en faste. En 1934, le fameux architecte Florestano Di Fausto n'y va pas par quatre chemins: il découpe l'espace en salons bordés de colonnades en marbre vert d'Afrique, suspend des lustres de cristal, crée des arches, des niches, des ornements dorés, dessine la fameuse étoile à huit branches, au sol, en mosaïque de porphyre rouge - un joyau qui restera. Les jalons de l'exubérance luxueuse sont ainsi posés pour que le lieu devienne, dans les années 1960 et 1970, avec les heures de gloire du cinéma italien, le repaire favori des plus belles du monde. Outre les stars italiennes, outre Grace de Monaco, Romy Schneider et Ingrid Bergman, Liz Taylor, la plus célèbre des croqueuses de diamants, est évidemment là comme chez elle. «Le seul mot qu'elle connaisse en italien est Bulgari», ironisait à son propos son mari et principal pourvoyeur de bijoux Richard Burton. Un salon a

d'ailleurs été spécialement aménagé pour elle, avec une entrée secrète cachée derrière un grand miroir, qui lui permettait de se faufiler dans la boutique sans passer par la très voyante entrée principale, surveillée par les paparazzi postés au Café Greco, juste en face. La récente rénovation, en 2014, par la star de l'architecture d'intérieur Peter Marino, a préservé le «salottino Taylor» - le miroir en moins.

Alors, au gré de ses pérégrinations romaines, le flâneur passe forcément devant ce temple de la vie en XX glam. Il n'aura pas à pousser la lourde porte, à l'entrée taillée en émeraude: le portier s'en chargera pour lui. On baisse la voix: entre marbres et dorures, tant de rêves scintillants sommeillent là. ☺

## Musée privé

### Des archives resplendissantes

Au premier étage de la boutique, l'espace privé Domus a de quoi faire chavirer les yeux et les cœurs. C'est là qu'est exposée la Vintage Collection, soit les pièces uniques de haute joaillerie, créées à la folie des dieux contemporains entre 1920 et 1980. La montre-bracelet en forme de serpent, par exemple (*ci-contre*), qui annonce la collection Serpenti. Ce modèle a été conçu pour Elizabeth Taylor, quand elle tournait à Rome le film *Cléopâtre*. Le corps est réalisé selon la technique Tubogas, qui allie brillance et élasticité. La tête, elle, se veut réaliste et furieuse, avec ses incrustations de diamants et ses yeux d'émeraude. Une autre pièce phare est cet hallucinant sautoir en or jaune, sertie de diamants, rubis et émeraudes (*voir*

*en page 7*), avec lequel le mannequin Veruschka a posé pour l'édition de mars 1970 du magazine *Vogue USA*. L'énorme émeraude en cabochon compte 300.93 carats et provient sans doute d'une ancienne parure de maharadja. Ces associations de couleurs audacieuses marquent clairement l'empreinte de Bulgari et sont documentées dans un large livre de croquis, où chaque modèle renoue avec son histoire. Hélas, ce lieu intime n'est accessible qu'aux clients privilégiés de la maison. Mais des événements privés y sont parfois organisés. Reste à trouver une astuce pour s'y faire inviter...



# Hotelcard – le demi-tarif pour les hôtels

## Découvrez les plus beaux hôtels de la Suisse à moitié prix !



En Suisse, que ce soit pour faire de la randonnée et du sport en plein air, ou bien pour profiter de son séjour et se détendre, des dizaines de milliers de personnes réservent leurs hôtels exclusivement avec l'Hotelcard. En effet, avec ce système de demi-tarif pour les hôtels, vous pouvez séjourner à moitié prix dans des centaines de superbes hôtels, dans les plus belles régions. Et comme vous pouvez séjourner à l'hôtel aussi souvent que vous le désirez avec une réduction de 50% grâce à l'Hotelcard, le potentiel d'économie est énorme !

Profitez du beau temps pour faire une randonnée depuis le village de Kandersteg jusqu'au col du Hohtürli, sur la Griesalp, à 2778m d'altitude, et admirez en chemin les neiges éternelles des glaciers ainsi que le magnifique lac d'Oeschinen. Escaladez l'étrange et légendaire Fiamma, sommet de la vallée d'Albigna dans le Val Bregaglia, et profitez d'une vue à couper le souffle, ou faites directement l'expérience de l'union

entre l'homme et la nature sur la célèbre Haute Route du Valais ! À tous points de vue, la Suisse a beaucoup à vous offrir. Grâce à l'Hotelcard, vous trouvez les hôtels qu'il vous faut, partout et à moitié prix !

#### Trouvez votre hôtel de rêve

L'idée de l'Hotelcard est basée sur l'abonnement demi-tarif des CFF que la société Hotelcard AG a adapté avec un grand succès au secteur hôtelier. Un concept qui séduit entre autres par sa simplicité d'utilisation. Pour profiter d'un séjour à moitié prix dans un hôtel de rêve, la marche à suivre est très rapide : trouvez l'hôtel qui vous convient sur [www.hotelcard.ch](http://www.hotelcard.ch), envoyez la demande de réservation et présentez l'Hotelcard lors de l'enregistrement à l'hôtel. Trois étapes suffisent pour des vacances fabuleuses avec 50% de réduction !

#### Plus de 500 hôtels à moitié prix

Chaque jour nous élargissons notre offre d'hôtels à moitié prix sur le site

[www.hotelcard.ch](http://www.hotelcard.ch). À ce jour, vous pouvez déjà réserver dans plus de 550 hôtels. Vous avez le choix entre les plus beaux hôtels de montagne, dédiés aux sports d'hiver, au bien-être ou au sport en général, en Suisse et dans les pays voisins. Vous trouverez l'hôtel qu'il vous faut : de la charmante auberge familiale au luxueux hôtel 5 étoiles, il y en a pour tous les goûts !

#### Utilisable aussi souvent que vous le souhaitez

Le potentiel d'économie est illimité puisque l'Hotelcard peut être utilisée à volonté pendant toute sa période de validité. Cerise sur le gâteau, vous pouvez venir avec votre conjoint(e) puisqu'une seule Hotelcard suffit pour réserver une chambre double.

#### Les hôtels offrent des chambres à moitié prix

Les hôtels payent les coûts de personnel et d'infrastructure même si les chambres sont vides. C'est pourquoi il est décisif pour eux d'avoir un taux d'occupation élevé des chambres. En plus d'optimiser le taux d'occupation de leurs chambres, les hôtels

peuvent augmenter leur chiffre d'affaires en proposant des services supplémentaires, comme les offres de restauration ou les prestations bien-être. Le fait de pouvoir réserver dans les hôtels partenaires pendant les trois quarts de l'année est à lui seul un gage de la qualité d'Hotelcard, et montre que non seulement les clients mais aussi les hôtels tirent des avantages de l'Hotelcard : le taux d'occupation des chambres est plus élevé et le chiffre d'affaires plus important, ce qui profite au secteur touristique suisse en général.

#### Une merveilleuse idée cadeau

L'Hotelcard est un cadeau parfait pour offrir du repos, du temps pour soi et des moments inoubliables à ceux que vous aimez. Avec l'Hotelcard, le bénéficiaire séjourne une année durant dans des centaines d'hôtels de qualité à 50%, et ce, quand, où et aussi souvent qu'il le souhaite ! Commandez un bon cadeau sur [www.hotelcard.ch](http://www.hotelcard.ch); un moyen simple, pratique et rapide pour faire plaisir à vos proches.

## Voici quatre exemples parmi 550 hôtels à moitié prix :

★★★★★

Grand Hotel Eden

Lugano | Tessin



Junior Suite, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF 250.- au lieu de CHF 500.- (par chambre)

★★★★★

Rustic Hotel Walliserhof 1896

Zermatt | Valais



Harmony chambre double, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF 140.- au lieu de CHF 280.- (par chambre)

★★★★★

Hotel Meierhof

Davos-Dorf | Grisons



Chambre double, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF 112.- au lieu de CHF 224.- (par chambre)

★★★★

Hotel Rigi

Vitznau | Suisse centrale



Chambre double standard, petit-déjeuner inclus, à partir de

CHF 65.- au lieu de CHF 130.- (par chambre)

#### Les avantages de l'Hotelcard :

- Les hôtels sont disponibles à la réservation à moitié prix en moyenne 75% des jours.
- L'Hotelcard est amortie dès la première nuitée.
- La garantie du meilleur prix dans tous les hôtels.
- Une seule Hotelcard suffit pour réserver une chambre double.
- L'Hotelcard est utilisable aussi souvent que souhaité.
- Aucune obligation de consommer.

**Hotelcard**  
pour un an

**CHF 79.-**  
au lieu de CHF 95.-

[www.hotelcard.ch/encore](http://www.hotelcard.ch/encore)

☎ 0848 711 717 (code de réduction *encore01*)



# Le jeu des familles

DE PLUS EN PLUS, LES GRANDS PARFUMS SE DÉCLINENT EN VARIATIONS AUTOUR D'UNE SENTEUR DE CŒUR ET D'UN NOM DE BASE. COMMENT S'Y RETROUVER DANS CETTE GALAXIE DE NUANCES?

TEXTE SILVIA AESCHBACH PHOTO DANIELA & TONATIUH

**A**TTENDEZ... BERGAMOTE, mandarine, prune, avec une touche de patchouli, bois de santal et cannelle: je reconnaitrais cet accord entre mille – c'était le parfum favori de ma mère. Opium, lancé en 1977 par Yves Saint Laurent, est un de ces épicés orientaux qui marquent les sens. J'y pensais ce matin en humant le nouveau Black Opium Nuit Blanche, variation sur un thème connu. Quelle différence? Une touche de modernité, un peu moins plantureux. En première note s'impose le café, qui évolue ensuite vers le poivre, le jasmin et la vanille. Un air de famille, mais une autre personnalité. Opium et sa petite sœur un peu différente n'ont rien d'exceptionnel. Depuis le milieu des années 1990, les marques de luxe se sont mises à décliner leur valeur sûre en variations olfactives. Le cœur reste le même, mais ici on ajoute un ingrédient, là on en enlève un autre. Auparavant, un même parfum se vendait en diverses intensités: eau de toilette, parfum, eau de parfum... à porter selon le moment. Aujourd'hui, il n'est plus guère question de concentration, mais plutôt de réinterprétation, selon les ajouts. Ainsi le parfum féminin Si, lancé en 2013 par Armani, voit son accord de rose de mai enrichi de rose de Turquie, pour un effet distinctement plus fleuri. Si Rose Signature s'affiche toujours dans le même flacon, mais cette fois d'un rose pâle voilé, avec bouchon en onyx. D'autres grands noms exploitent ce filon des jeux de familles parfumées, au gré des saisons, d'ajouts ponctuels, d'éditions limitées. Citons le tout récent Dior Homme Intense City (un Robert Pattison très homme d'affaires décontracté incarne le parfum dans le clip), qui met en valeur l'iris, dans des accords très masculins. Record? L'Eau d'Issey, la senteur d'Issey Miyake, se décline en 8 versions (homme et femme).

Reste que, si le domaine gagne ainsi en richesse de choix, le consommateur se trouve pris au dépourvu en entrant dans une parfumerie. Quel est exactement le parfum qu'il venait acheter? S'agit-il bien de lui ou de son cousin? La confusion possible ne pèse sans doute pas lourd face aux avantages commerciaux de cette stratégie. Werner Abt, de Spitzenhaus, une toute nouvelle parfumerie exclusive à Zurich, explique cette évolution: «Elaborer un nouveau parfum représente un investissement qui se compte en dizaines de millions et personne ne sait si le résultat prendra sur le marché. Il est plus facile de se raccrocher à une valeur sûre et de construire une nouvelle histoire sur cette base.» Ils sont nombreux, les parfums à aura, sur lesquels bâtir. Dominique Ropion, vice-président

et parfumeur senior chez IFF (International Flavors & Fragrances), ne dit pas autre chose. C'est lui qui vient d'élaborer la dernière variante de La Vie est Belle de Lancôme lancée en 2012 et parfum préféré des Européennes en 2015. «Rééquilibrer un parfum est un joli exercice de style. C'est amusant, intéressant, pas très difficile. On révèle une facette différente du parfum.» Cette nouvelle version de La Vie est Belle Eau de Toilette Florale, 6<sup>e</sup> de la famille, tourne autour de l'osmanthus, une petite fleur chinoise qui éclot deux fois l'an et dont la senteur fraîche rappelle l'abricot, la pêche. L'effet est très aérien, presque pétillant. Les déclinaisons de La Vie est Belle ont cela de particulier qu'elles mettent chaque fois une fleur différente à l'honneur: l'iris dans l'Eau de Parfum, le musc blanc dans l'Eau de Parfum Légère, les tubéreuses dans l'Eau de Parfum Intense, puis le magnolia dans l'Eau de Toilette... Un vrai bouquet. «Mais attention, souligne Dominique Ropion, le plus difficile, c'est de concevoir la structure de base d'un parfum. C'est cette œuvre maîtresse qui donne la clé des variations à venir.»

## Ingrédients à remplacer

Outre sa relative facilité, la multiplication de parfums accrochés au même nom représente un argument marketing de poids: il est plus aisé, ainsi, de hisser une senteur sur le très convoité top cinq des marques les plus vendues. L'effet fait boule de neige, en quelque sorte, et l'attrait d'une version rejaillit sur les autres. Et on peut espérer que les passionné(e)s s'offriront la gamme entière! Mais il y a une autre raison encore à cette déclinaison: selon une réglementation récente de la Communauté européenne, 26 ingrédients usités en parfumerie devront être remplacés ou utilisés avec précaution, en raison de possibles effets allergènes. Cette liste pourrait s'étendre à près d'une centaine de produits, dont certains types de musc et des matières premières naturelles, comme la mousse de chêne ou diverses huiles de rose. Voilà qui incite les marques à anticiper le mouvement et à chercher des produits de substitution. «On peut tenter de sauver les grands parfums classiques en remplaçant les ingrédients naturels par des formules aussi proches que possible», explique Werner Abt. Ou alors on lance d'emblée une variante du parfum célèbre, mais avec des substances garanties inoffensives – et tant pis si la senteur évolue un peu.

Je reprends mon Black Opium Nuit Blanche, m'en glisse quelques gouttes sur le revers du poignet... et décide d'acheter l'original. Aucun parfum n'est plus précieux que celui qui vous rappelle des êtres aimés. ☉

## CROÛTRE EN MULTIPLIANT

**DE GAUCHE À DROITE ET DE BAS EN HAUT**  
Les 6 versions de **La Vie est Belle** de Lancôme:  
L'Eau de Parfum  
L'Absolu de Parfum  
L'Eau de Parfum Intense  
L'Eau de Parfum Légère  
L'Eau de Toilette Florale  
L'Eau de Toilette.

Les 4 versions d'**Eternity for Men** de Calvin Klein (toutes eaux de toilette):  
Eternity, Eternity Aqua, Eternity Summer, Eternity Now.

Les 6 versions d'**Opium** (pour femme) d'Yves Saint Laurent:  
Opium (eau de parfum)  
Opium Vapeur de Parfum (eau de toilette)  
Opium (eau de toilette)  
Black Opium (eau de parfum)  
Black Opium Nuit Blanche (eau de parfum)  
Black Opium (eau de toilette).

# Clin d'œil au ciel

AZUR, TURQUOISE OU MARINE, SUR LES ONGLES OU LES PAUPIÈRES, LE BLEU LAISSE PARTOUT SON EMPREINTE. C'EST VRAIMENT LE RETOUR DES ANNÉES 1980.

TEXTE SILVIA AESCHBACH



1. Ombre à paupières Dual-Intensity, teinte irisée Cressida, à appliquer sèche ou humidifiée, **Nars**, env. 34 fr. 2. Poudre à paupières ou sourcils Maestro, couleur Navy Blue, **Giorgio Armani**, env. 36 fr. 3. Vernis à ongles bleu roi Mezzmerised, **Essie**, 19 fr. 90. 4. Vernis à ongles mat Vernis in Love, couleur Aqua Bleu, **Lancôme**, env. 25 fr. 5. Palette 5 Couleurs, couleur Carré Bleu, **Dior**, env. 52 fr. 6. Crayon tout en un (ombre à paupières, crayon à sourcils et eye-liner) Phyto-Eye-Twist, couleur Lagoon, **Sisley**, env. 42 fr. 7. Crayon à paupières waterproof, couleur Blue Fiesta, **By Terry**, édition limitée, env. 30 fr. 8. Ombre à paupières Eye Colour Silk, couleur Stone Blue, **Burberry**, 75 fr. 9. Ombre à paupières Artist Stroke Mineral Loose Eyeshadow, couleur mate Skill Blue, **Kiko**, 8 fr. 90. 10. Ombre liquide Eye Tint scintillante, couleur Minuit, **Giorgio Armani**, env. 40 fr. 11. Palette Mineralize Eye Shadow x4, couleur A Sprinkle of Blues, **Mac**, 66 fr. 12. Stylo Yeux Waterproof couleur Fervent Blue, **Chanel**, env. 35 fr.

PHOTOS: CAHNEL, DR.

EAU THERMALE

Avène

# PhysioLift



## INNOVATION ANTI-ÂGE

- Comble les sillons profonds
- Lisse les rides installées
- Recharge\* la peau en collagène
- Ravive la luminosité et raffermi la peau

88%\*\*

Réduction visible des rides dès 3 semaines



\* Tests in vitro

\*\* Front, intersourcilères, patte d'oie; Auto-évaluation, Combleur, 33 sujets, 3 semaines d'utilisation.



## Nadja Swarovski

LES BIJOUX LA PASSIONNENT. LA PREMIÈRE FEMME FORTE DE LA CÉLÈBRE ENTREPRISE DE CRISTAL A AUSSI DÉVELOPPÉ UNE FASCINATION POUR LES ARTS ET LE DESIGN.

TEXTE ILARIA LONGO

**L**ES CRISTAUX n'ont pas de secret pour elle. Première femme à faire partie de la direction de l'entreprise familiale, dès 2011, Nadja Swarovski gère tout ce qui relève de la communication et de l'image de la marque autrichienne fondée par son arrière-arrière-grand-père. C'est elle qui fait exister la maison Swarovski dans les univers de la mode et du design, elle qui la fait évoluer en un label ultracréatif.

**Vous travaillez dans un temple du bijou. Votre pièce favorite?**

Ces temps, je porte des pièces de l'actuelle collection printemps-été de l'Atelier Swarovski. La ligne Armory est dessinée par le duo de designers avant-gardistes Fredrikson Stallard, installé à Londres. J'aime beaucoup le bracelet doré et **la bague (1)**.

**Le design fait partie de vos passions. Chez vous, c'est très avant-gardiste?**

Nous avons trois enfants, si bien que notre maison est aménagée de façon plutôt fonc-

tionnelle. Mais je mélange volontiers ancien et moderne. Par exemple, comme lampe nous avons la suspension led en cristal Blossom de **Tord Boontje (2)**. Elle représente beaucoup pour moi, car c'est l'une de nos premières collaborations artistiques.

**Vous avez la charge de la collaboration avec les designers. Avec lequel avez-vous toujours rêvé de travailler?**

Avec Daniel Libeskind, cet architecte visionnaire. Nous travaillons ensemble à quelques pièces pour notre première collection Atelier Swarovski Home. A l'Expo de Milan, nous avons eu le grand bonheur de pouvoir installer une exposition de photos dans son **pavillon Vanke (3)**.

**Quel est le créateur de mode que vous appréciez le plus?**

J'ai toujours été une inconditionnelle d'**Alexander McQueen (4)**. Dans ses vêtements, on se sent à la fois féminine et puissante. Je trouve que la directrice artistique Sarah Burton assure bien la continuité.

**Vous avez étudié l'histoire de l'art à Dallas. L'artiste qui vous parle le plus?**

J'admire Marc Quinn, ses sculptures et ses **tableaux de fleurs (5)**. Dans son œuvre, il fait se rencontrer l'art et la science. J'aimerais beaucoup avoir l'un des énormes coquillages en bronze qu'il a réalisés avec une imprimante 3D.

**Quels sont vos lieux préférés à Londres, où vous vivez aujourd'hui?**

J'adore le quartier Mayfair où se côtoient toutes sortes d'adresses dans l'art, la mode, le luxe, l'artisanat. Et aussi la Mount Street où l'on trouve des boutiques de bijoux et des designers comme Nicholas Kirkwood. Sur cette rue, il y a encore la boutique Balenciaga. Très belle.

**Où nourrissez-vous votre inspiration?**

Par exemple au **Victoria and Albert Museum (6)**. On y oublie le temps à se plonger dans des cultures et des époques différentes. On y trouve de tout, céramique, verre, tissus. Une évasion très agréable. ☺



## ADRESSES

**ACNE STUDIOS**  
www.acnestudios.com

**BARBARA BUI**  
www.barbarabui.com

**BERLUTI**  
www.berluti.com

**BLUMARINE**  
www.blumarine.com

**BOBBI BROWN**  
www.bobbibrowncosmetics.com

**BULGARI**  
www.bulgari.com

**BURBERRY**  
www.burberry.com

**BY TERRY**  
Bongénie Lausanne  
Bongénie Genève  
Marionnaud parfumeries  
www.byterry.com

**CALVIN KLEIN**  
www.calvinklein.com

**CARVEN**  
www.carven.com

**CHANEL**  
www.chanel.com

**CHLOÉ**  
www.chloe.com

**CHRISTIAN LOUBOUTIN**  
www.christianlouboutin.com

**COLETTE**  
www.colette.fr

**DIOR**  
www.dior.com

**EMPORIO ARMANI**  
www.armani.com

**ERMANNO SCERVINO**  
www.ermannoscervino.it

**ESSIE**  
www.essie.com

**ETAM**  
www.etam.com

**GARRETT LEIGH**  
www.garrettleight.com

**GIORGIO ARMANI  
BEAUTY**  
www.armanibeauty.com

**GUCCI**  
www.gucci.com

**HERMÈS**  
www.hermes.com

**ISSEY MIYAKE**  
www.isseymiyake.com

**IRIS VAN HERPEN**  
www.irisvanherpen.com

**JOHN GALLIANO**  
www.johngalliano.com

**JUST CAVALLI**  
www.robertocavalli.com

**KIKO**  
www.kikocosmetics.com

**LANCÔME**  
www.lancome.ch

**LANVIN**  
www.lanvin.com

**LONGCHAMP**  
www.longchamp.com

**LOUIS VUITTON**  
www.louisvuitton.com

**MAC COSMETICS**  
www.maccosmetics.ch

**MAISON MARGIELA**  
www.maisonmargiela.com

**MARNI**  
www.marni.com

**MASSARO**  
www.massaro.fr

**MAX MARA**  
www.maxmara.com

**NARS**  
www.narscosmetics.com

**NORTHSKULL**  
www.northskull.com

**PAMELA LOVE**  
www.pamelalove.com

**PAUL SMITH**  
www.paulsmith.co.uk

**ROCHAS**  
www.rochas.com

**SANTONI**  
www.santonishoes.com

**SWAROVSKI**  
www.swarovski.com

**THIERRY LASRY**  
www.thierrylasry.com

**TOM FORD**  
www.tomford.com

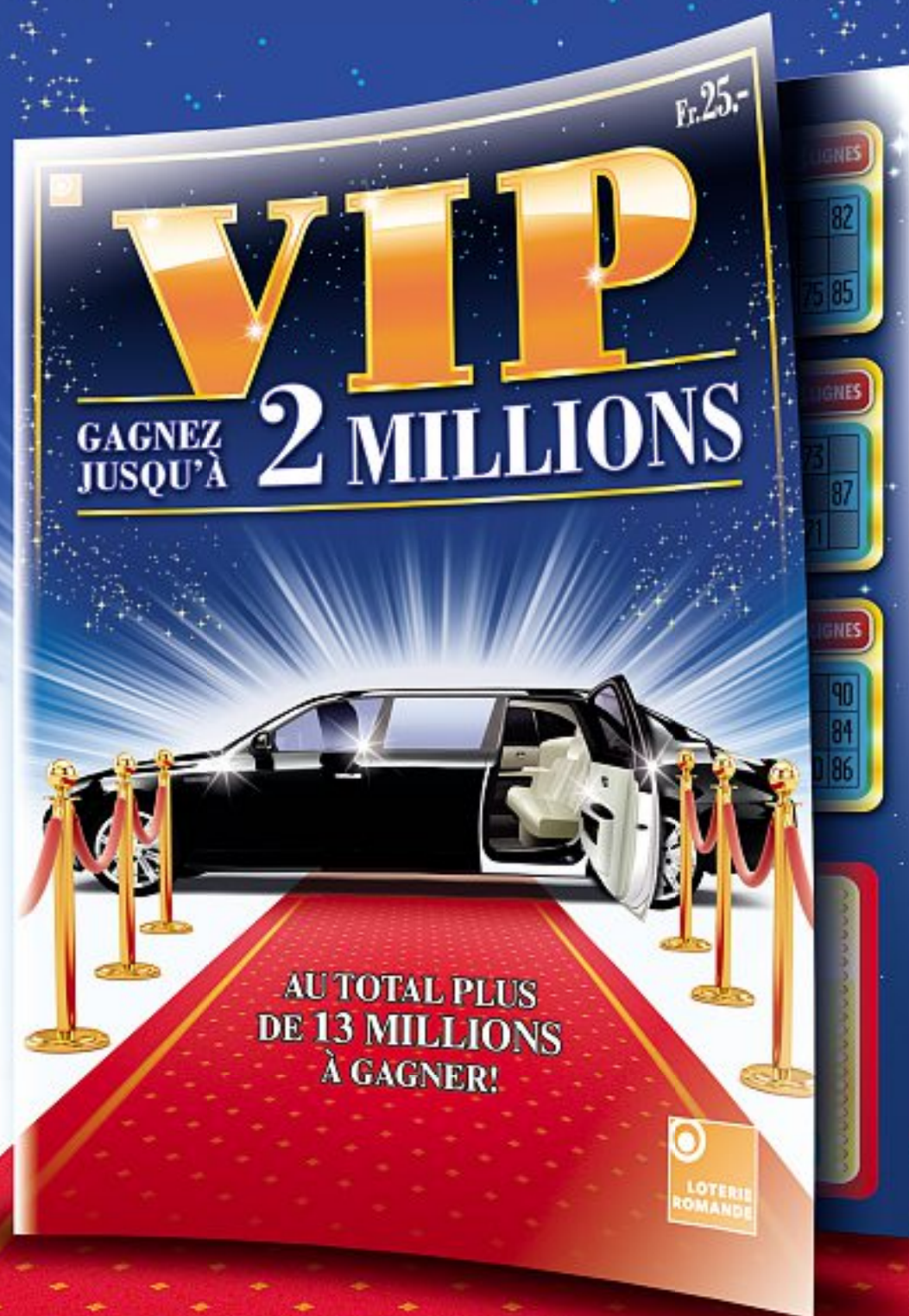
**VIVIENNE WESTWOOD**  
www.viviennewestwood.com

**WOLFORD**  
www.wolfordshop.com

**YVES SAINT LAURENT**  
www.ysl.com

+16  
ans

# NOUVEAU BILLET À GRATTER



Jouer  
n'a jamais été  
aussi chic !

LOTÉRIE  
ROMANDE

www.loro.ch

