

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

DESIGN
Marcel
Wanders
se met
au cirque

VISITE
Monuments
industriels

AUTOS
DEMAIN SUR
NOS ROUTES



Techno

Son et lumière: enceintes et lampes dialoguent en finesse

OCTOBRE 2016

 Le Matin
Dimanche

OMEGA



MEGGA

Seamaster

PLANET OCEAN

Ω
OMEGA

Boutiques OMEGA Genève • Zürich • Luzern • Interlaken • Bern • Crans Montana



JOIN THE MECHANICAL REVOLUTION

swatch 
SYSTEM **51**
I R O N Y



Le designer
Marcel Wanders
twiste le passé P. 16



Montres haute
résistance P. 30



En voiture pour
demain P. 20

Techno | Octobre 2016

SUJETS

12 Swiss made

Le sèche-cheveux au long souffle de Solis

13 Saga

Histoire d'un indispensable de nos armoires, le ceintre

22 Icônes de cuisine

Ces robots qui veulent jouer au chef

23 Créativité

Quand Ikea recourt à la fraîcheur inventive de l'ECAL

RUBRIQUES

6 Merveilles **10 Trend: grosses bagues au petit doigt** **32 Evasion: 10 monuments industriels**
36 Beauté: des métaux précieux dans la peau
37 Elle & lui: patchs partout **37 Ses goûts: l'univers géométrique de Mario Botta**
39 Adresses & Fancy food



Dialogue son
& lumière P. 26



UNE

Enceinte BeoPlay A9,
Øivind Alexander Slaatto pour
Bang&Olufsen.
Lampe de table
Murano, **Bottega Veneta**. Lampe murale
Velum Lighting, **Marco Costanzi** pour **Fendi Casa**. Lampe à LED
Ipnos, **Rossi Bianchi**
pour **Flos**. Haut-
parleur Copenhagen,
sans fil, **Vifa**.

Photos
Daniela & Tonatiuh
Stylisme
Beatrice Rossetti

La passion des machines en fonte

SERAIT-CE DÛ AU TEMPS QUE NOUS PASSONS à nos claviers? A cette faculté que nous avons développée de vivre nos émotions à coups de *like* et de *WhatsApp*, à remplacer l'immersion réelle dans un paysage par une image en fond d'écran? Toujours est-il que par une sorte d'effet compensatoire les voyageurs sont de plus en plus nombreux à s'intéresser à l'héritage industriel. Que d'usines désaffectées dont le cœur se remet à battre pour mettre en scène les machines et techniques du passé; que de mines qui se rouvrent pour les visiteurs, de musées qui reconstituent les ambiances d'antan... Nous en avons sélectionné dix (lire en p. 32), qui racontent à leur manière les racines de nos savoir-faire d'aujourd'hui.



Renata Libal,
rédactrice en chef

Rien de virtuel dans cette expérience: il y est question de vivre le passé en direct, avec la poussière, la sueur, le fracas de l'énorme machine en fonte, la graisse noire qui recouvre le sol. Et parfois, comme dans la mine de sel polonaise, les messes dites sous terre, pour demander la protection des ouvriers. Le contraste est grand avec les merveilles de finesse que nous aimons à porter à nos poignets (lire notre article sur les montres à toutes épreuves, p.30) ou les élégants bolides que nous rêvons de conduire (voir les concept cars, p.20). Mais qu'il s'agisse d'un chrono en carbotech ou d'un casse-noix en acier fini main (comme celui de Marcel Wanders pour Alessi, p.16), tous ces objets nous inscrivent dans une même histoire, dans un patrimoine commun: la fierté d'un travail bien fait.



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



Cravates à franges au motif prince-de-galles classique ou en diagonale, collection Gobigold.

MATIÈRE

En poils du désert

Très loin, entre la Chine et la Mongolie, dans le désert de Gobi, vivent des troupeaux de chameaux dont le pelage couleur miel donne la plus moelleuse des fibres. Ils ne sont plus que 1,4 million et produisent quelque 700 tonnes de laine utilisable pour le vêtement par an – autant dire trois fois rien de matière précieuse et rare. Ce poil est utilisé depuis longtemps mais, jusqu'à présent, il a surtout donné lieu à de lourds manteaux. Cette saison pourtant, une toute nouvelle collection fine voit le jour, collaboration entre deux maisons de prestige qui incarnent l'élégance à l'italienne: le spécialiste de laine Loro Piana et la marque masculine Caruso. La ligne Gobigold – à lui seul, le nom évoque à la fois l'exotisme et le grand luxe – est composée de vêtements et d'accessoires raffinés. Complots légers, cravates, gants, pull-overs, pantalons,

foulards et même une cape... Cette garde-robe de dandy faussement rétro, dans un nuancier automnal, évoque un art de vivre délicat et précieux, tout en assurant des propriétés thermiques de premier plan. L'innovation technique est à rechercher dans le savoir-faire de Loro Piana, qui a réussi à mettre au point une fibre de 17 microns, à tisser en flanelle, toile ou jersey, pour couvrir l'entier du vestiaire masculin, en souplesse et légèreté. Il est même prévu de concevoir des modèles d'été, tant le tissu est versatile. A en croire Umberto Angeloni, à la tête de Caruso, cette matière «est appelée à devenir le choix du connaisseur, qui le préférera au cachemire que l'on trouve partout». Il va sans dire que ledit connaisseur sera doté de quelques moyens: le premier prix est à 59 euros... mais il ne s'agit que d'un pompon décoratif. *Ilaria Longo*

L'ART À MOINS DE 1000 FRANCS

Radiographie externe



PAR LAURENT DELALOYE

Kevin Aeschbacher excelle dans l'exercice de la devinette. Le titre de la toile ci-dessous a pour origine le nom d'un ami

associé à des éléments du tableau. Si son environnement journalier lui inspire les formes et les couleurs de ses peintures, l'étudiant en master en arts visuels de la Haute Ecole d'art de Zurich (ZHdK), préfère rester vague quant à ses intentions: «Cette œuvre fait partie d'une série qui s'articule autour de représentations d'espaces virtuels habités par des pâtes. (...) J'aime combiner les langages visuels du traitement digital avec les coups de pinceau traditionnels.» Cette peinture est plus figurative qu'il n'y paraît. Il s'agit d'un champignon abandonné à son triste sort au milieu de pâtes fusilli en train d'être tranchées par une lame de couteau... Kevin Aeschbacher s'intéresse d'abord au mélange des couleurs, à la combinaison des formes et à leur mouvement. «Tous les éléments que j'utilise dans ma peinture suivent des règles déterminées à l'avance, alors que l'abstraction, elle, se débarrasse des formes aux notations claires.» L'abstrait n'est donc qu'une manière de penser la peinture, pas de la réaliser. A nous de se l'imaginer ensuite.

L'actu: Depuis août en résidence de six mois à la Cité des arts de Paris, offerte par la Ville de Zurich

Site: www.kevinaeschbacher.com

Prix: 1000 francs.

«H.U. More oder an Ode to M.» (90 x 75 cm), huile et acrylique sur toile, 2014



DESIGN

Imprimeur 3D primé

Sa manière de procéder? Il expérimente; il observe la matière et ses interactions. Grand vainqueur de la deuxième édition du Hublot Design Prize, le Vaudois Christophe Guberan réalise ses œuvres grâce à une imprimante 3D. «Je bidouille, confie-t-il, et je n'ai pas peur de ce mot.» Diplômé de l'ECAL, le designer industriel de 31 ans qui évolue entre la Suisse et les Etats-Unis se réjouit de ce prix de 100 000 fr. (l'un des plus dotés au monde!) qui lui permettra «d'aller encore plus loin, de créer une grande structure et d'explorer de nouvelles technologies». Admiratif de la collaboration entre le designer londonien Alexander Taylor et Adidas qui a donné naissance à des baskets fabriquées à partir de plastique recyclé, il rêve par ailleurs de travailler avec Hublot. Alors, une montre imprimée maison? *M.B.*

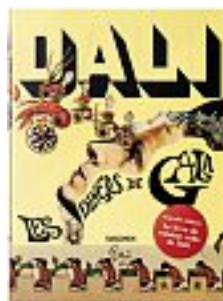


Des recettes mises en scène de façon forcément extravagante.

LIVRE

Chef-d'œuvre dans l'assiette

Des buissons d'écrevisses aux herbes vikings... Des cailles truffées dans l'assiette et des paons naturalisés en guise de décoration, ou peut-être des fruits de mer disséminés ça et là. Voilà le genre d'ambiance qui prédominait chez Salvador Dalí et Gala, son épouse-muse, quand ils donnaient un dîner. Le plus célèbre des peintres surréalistes a toujours accordé une importance de premier plan aux plaisirs du palais, conjugués à ceux des yeux et de la chambre à coucher. «La mâchoire est notre meilleur outil pour atteindre la connaissance philosophique», disait-il. Son livre de recettes est initialement paru en 1973, sous le titre *Les dîners de Gala*, ce qui a ouvert un univers à la fois glorieusement gourmand et totalement onirique à un public bien plus vaste que ses illustres hôtes. La réédition qui paraît aujourd'hui rassemble l'intégralité



«Dali - Les dîners de Gala», Editions Taschen, 320 p.

des 136 recettes de cuisine, classées en 12 chapitres selon les types de plats, y compris les propositions aphrodisiaques. La mise en scène extravagante associe un plat de poisson et un collage, des photos effectivement prises à la table de l'artiste, des illustrations sur mesure ainsi que des peintures Renaissance d'Hieronymus Bosch. Bienvenue dans un univers de folie... Si les recettes restent faisables – pour peu que l'amateur ait le coup de main et l'équipement d'un pro – elles relèvent toutes de la cuisine classique française du siècle dernier. Ce dont même Dalí se rendait compte: «Si vous êtes un disciple de ces peseurs de calories qui transforment les joies d'un repas en punition, refermez ce livre, il est trop vivant, trop agressif et bien trop impertinent pour vous.» Ne reste qu'à le manger des yeux. *Gloria Karthan*

MONTRE

Caréner un classique



Comment redessiner une icône? Avec des pincettes... Mieux: avec de minuscules brucelles d'horloger. C'est ainsi, dans la subtilité, qu'a opéré le designer munichois Konstantin Grcic quand la marque Rado lui a demandé de revisiter son modèle phare de 1989 – le tout premier modèle en céramique. Le cadran original était intégré au bracelet, la nouvelle version le fait légèrement ressortir avec des bords incurvés. «Davantage un instrument qu'un bijou», dit le designer, tout en respectant la pureté unisexe du modèle. La typographie des chiffres est, elle aussi, plus forte, plus contemporaine. Konstantin Grcic est connu pour ses meubles et surtout ses chaises. Jamais il n'avait touché d'aussi près le monde de l'infiniment petit. «C'était, pour moi, comme apprendre une nouvelle langue», sourit-il. Mais ce regard neuf apporte sans doute une belle énergie au projet. D'ailleurs l'homme aime les montres et «cette sensation intime de rester en phase avec le temps à son poignet». *Renata Libal*

Rado Ceramica, 11 références. Ici: céramique mate noire, édition limitée à 701 pièces.

COSMÉTIQUE

Mieux en duo



La guerre aux taches sombres est déclarée! L'arme? Elle est double: un canal contient un sérum éclaircissant, le second une formule sublimatrice. Les deux produits se mélangent dans la paume de la main et promettent l'éclat du visage. La flacon transparent confère une touche techno au principe. *S.A.*

Concentré correcteur et sublimateur anti-taches, Even better Clinical, Clinique, 133 fr. les 50 ml.



Trois tenues de la collection **Kenzo x H&M**, à s'arracher dès le 3 novembre.

MODE

Un petit air sauvage

La file d'attente devant les enseignes H&M est devenue un rituel automnal pour les amoureux de mode. Le 3 novembre, ils ne seront pas déçus: la collection capsule, en partenariat avec Kenzo, déploie sa jungle insolente. Si, à son lancement dans les années 1970 par l'un des premiers créateurs japonais à Paris, Kenzo Takada, la marque a surtout donné dans le romantisme ethnique, l'esprit d'aujourd'hui est beaucoup plus street. Le duo de designers aux commandes, Carol Lim et Humberto Leon, a insufflé une vraie déconfection à la maison de couture. C'est que les deux copains d'université (Berkeley) ont débuté dans la distribution, avant de s'orienter vers



Carol Lim et Humberto Leon, les deux designers de la marque **Kenzo**.

la création. «Notre approche est celle de gosses de banlieue qui ont grandi sans rien», raconte Humberto Leon. Pour nous, des sweat-shirts à logo étaient une manière de nous connecter à une marque. Autant dire qu'ils sont heureux de voir ainsi leurs fameux imprimés tigres et panthères accessibles à tous. «Nous aimerions que les gens s'amuse, sourit Carol Lim. Ces imprimés animaliers ont un tel impact: sauvages et vivants!» La récente campagne pour leur premier parfum Kenzo est du même acabit: l'actrice américaine Margaret Qualley y danse avec une férocité goulue et contagieuse. Timides s'abstenir, ça va rugir dans la rue! *Renata libal*



VIN

Rien à jeter

Dans un lit de velours, trois crus rouges qui peuvent passer pour des icônes du vin suisse: un pinot noir Grand Vin 2014 du Thurgovien Martin Wolfer, un assemblage Irto 2012 des Tessinois Anna Barbara von der Crone et Paolo Visini et un gamaret-merlot Sans Titre 2013, du Fribourgeois du Vully Etienne Javet. Le coffret est l'idée d'Hervé Badan, diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne et un esprit à bousculer les codes; il a été réalisé avec la Gainerie Moderne et un atelier protégé, tous deux à Fribourg. *P.Ts*

290 fr., Iconic, www.swisswineselection



ÉVÈNEMENT

Beau pour longtemps

L'univers du design a désormais intégré la notion de durabilité. A Designgut, la foire suisse des produits à la fois beaux et écologiques, les visiteurs verront le meilleur de la création de jeunes designers (ci-dessus une lampe d'Isabelle Fessler), en mode, mobilier et accessoires. *G.K.*

Casino-Théâtre et Musée de la publicité, Winterthour, du 3 au 6 novembre, 18 fr. l'entrée

Un VTT connecté à l'intelligence

TOYS FOR BOYS

PAR RENZO STROSCIO

Un vélo extraordinaire est un vélo connecté... Forcément! C'est ce qu'indique le buzz autour du lancement du superbike chinois du fabricant LeEco, dont le prototype a été exposé au CES à Las Vegas et lors du dernier Mobile World Congress célébré à Barcelone. Au-delà d'un design futuriste et épuré (cadre en aluminium et structure en carbone), ce vélo est un joyau technologique. Qu'y trouve-t-on? Sur la potence, un écran de 4 pouces très ergonomique (de la taille d'un iPhone 5s) boosté par un processeur 1,3 GHz et 4Go de mémoire



Pas encore commercialisé en Europe, 800 dollars en Chine.

vive. L'interface nommée Bike OS tourne sous Android et donne accès aux fonctions habituelles: GPS, compteur de vitesse et de cadence ainsi que compteur de fréquence cardiaque via les capteurs intégrés aux poignées. Ce n'est pas tout. Sur ces mêmes poignées, le cycliste utilisera les boutons pour klaxonner, actionner les clignotants et régler le volume de la musique qu'il écouterait en Bluetooth avec un casque ou via les haut-parleurs du vélo. En mode nuit, les feux s'allument automatiquement et deux lasers rouges apparaissent de chaque côté du superbike, comme une barrière de sécurité. Pour le verrouillage, un bouton bloque les roues comme l'ordinateur de bord, via un capteur d'empreintes digitales. Enfin, la batterie de ce VTT se branche sur une prise secteur ou... en pédalant. Vivement que le petit bijou soit disponible en Europe!

real watches **for** real people



Oris Big Crown ProPilot Calibre 111
Autonomie de 10 jours
Indication de la réserve de marche
non-linéaire brevetée
Bracelet en cuir croco
www.oris.ch

ORIS
Swiss Made Watches
Since  1904



Dans le sens des aiguilles d'une montre
Collection Cactus, émeraudes, or jaune, cornalines et diamant, **Cartier**. Coussin de tanzanite bleu profond, or rouge, **Gübelin**. Gaïa, or blanc et nacre sertie d'une tourmaline Paraiba en cabochon et de diamants, **Adler**. Sugar Stacks, coll. Paloma, or et diamants, **Tiffany & Co.** Red Carpet Collection, or rose et titane, rubellite en cabochon, saphirs jaunes, tourmalines et améthystes, **Chopard**. Entourage, or rose, améthyste taille cabochon, diamants taille brillants, **Bucherer**. Collection Serpenti Seduttori, or rose, malachites taille poire et diamants, **Bulgari**.

Grosse pierre pour petit doigt

LES BAGUES SAGES se portent sur le quatrième doigt de la main. Voilà l'usage pour dames de bon ton. Alliance en forme d'anneau sur la main gauche, puisque l'annulaire a la réputation d'être directement relié au cœur, par la veine de l'amour. Sur la main droite, place aux bijoux en liberté... Mais faut-il respecter les conventions? Les plus belles des bagues en jettent bien davantage quand elles sont portées sur le petit doigt. Là, il n'est plus guère question de romance, plutôt de pouvoir... et de subversion. C'est que l'auriculaire (appelé ainsi en référence à l'oreille qu'il est seul à pouvoir explorer) est le plus insolent des porteurs de bijoux. Mettez-lui des pierres précieuses et il leur donnera l'éclat sulfureux de la provocation. A lui seul, le petit malin cumule les connotations contradictoires et télescope les usages. Du piment sur les diamants... En effet, l'auriculaire est le doigt de la noblesse. Depuis l'Égypte antique, la bague sigillaire permettait au notable d'apposer son sceau sur les documents officiels. Plus

tard, les bien nés se transmettaient les armoiries familiales sur une chevalière cédée de père en fils. En faut-il davantage pour que les filles aient envie de contourner la tradition? D'un autre côté – aussi par esprit de contradiction? – c'est encore sur ce cinquième doigt que s'affichent les démonstrations bling & cool des rappeurs, avec une aura un peu décadente de gangster chic.

S'il retrouve actuellement une nouvelle fraîcheur lors des soirées cocktails, l'esprit subversif du petit doigt ne date pas d'hier. Les garçons des années 1920 ont déjà abondamment détourné ce symbole, et Oscar Wilde, le plus célèbre des dandys, s'amusait aussi de cette douce bravade. Mais surtout, pour garantir l'effet, mieux vaut ne pas la jouer timorée. Ce qui va le mieux au plus discret des doigts? Les bagues patriciennes à sceau, les cabochons géants aux couleurs vibrantes, les dômes structurés. La bague du petit doigt, c'est un geste de crânerie, une défiance... mais surtout un éclat de rire fait bijou. ☺

HELLO CLEAN

IQOS CHAUFFE LE TABAC AU LIEU DE LE BRÛLER, CE QUI LAISSE MOINS D'ODEUR SUR TES CHEVEUX, TES MAINS ET TES HABITS.



PLUS D'INFORMATION SUR WWW.IQOS.CH
L'ACCÈS EST RÉSERVÉ AUX CONSOMMATEURS ADULTES RÉSIDANT EN SUISSE.

IQOS
THIS CHANGES EVERYTHING

Dieses Tabakerzeugnis kann Ihre Gesundheit schädigen und macht abhängig.
Ce produit du tabac peut nuire à votre santé et crée une dépendance.
Questo prodotto del tabacco può nuocere alla tua salute e provoca dipendenza.



HABILETÉ MANUELLE

À GAUCHE Une partie des châssis du modèle Swiss Perfection attend le montage.
 À DROITE Traque des défauts éventuels par un employé du département des plastiques.
 CI-DESSOUS Montage manuel du ventilateur, du moteur et du corps de chauffe.
 TOUT EN BAS À GAUCHE Tests de contrôle finaux.
 TOUT EN BAS À DROITE Opérations d'emballage et d'envoi aux quatre coins du globe.



Un bolide en salle de bains

CHEZ SOLIS, ON N'A PAS LE SOUFFLE COURT. L'ENTREPRISE FAMILIALE SUISSE A LANCÉ SON PREMIER SÈCHE-CHEVEUX EN 1933. ELLE LES PRODUIT À MENDRISIO. AU JAPON, L'OBJET EST UN MUST.

TEXTE ISABELLE STÜSSI PHOTOS CLAUDIO BADER/13 PHOTO

SON DÉMARRAGE ressemble à celui d'une voiture de course: «En deux secondes, on serait à 100 km/h!» C'est ce qu'affirme Tomas Nauer, le CEO de Solis, tout en appuyant sur un bouton pour montrer les performances du modèle Swiss Perfection. Ce modèle remporte régulièrement des prix dans la branche et, au Japon, tout coiffeur qui se respecte possède un sèche-cheveux Solis. Là-bas, c'est un signe de réussite. «Nous ne lui avons pas donné cette forme pour sa beauté, mais parce que c'est la plus efficace, affirme le CEO. La pression de l'air expulsé est décisive pour la rapidité et la douceur du séchage.»

Pour beaucoup de femmes, le foehn est un accessoire capital même si elles ne prêtent pas forcément d'attention à l'objet en soi. Tout autre est l'esprit de l'équipe de développement et production à Mendrisio: «Nous réfléchissons beaucoup à nos sèche-cheveux, raconte Tomas Nauer, à leur ergonomie, leur maniement, leur poids, leur volume sonore. L'équilibre entre la forme, l'expulsion de l'air, la chaleur et l'évacuation de cette dernière, constitue presque une science à part entière!»

A l'origine de ce best-seller, on trouve les rhumatismes d'un chercheur suisse, le docteur W. Schaufelberger... Il a conçu en 1908 le premier coussin chauffant du monde, et fondé du même coup l'entreprise. L'objet qu'il utilisait pour apaiser ses douleurs a posé la base technologique qui servira à fabriquer le premier sèche-cheveux à Zurich. En 1933,

lorsque Solis lance son modèle à poignée en bois et châssis en nickel, la coiffure ondulée façon Marlène Dietrich est à la mode et le brushing une nécessité... Le défi qui se présente alors à la production est d'isoler le châssis et de respecter les normes liées aux câbles. «Un sèche-cheveux était lourd et il pouvait être dangereux à utiliser», rappelle le CEO.

Dans les années 1940, on invente la bakélite, et le premier foehn moulé dans cette matière arrive sur le marché. Un saut technologique important, car le nouveau matériau est peu coûteux, léger et facile à produire. En 1956, le moteur est intégré pour la première fois dans l'appareil. Avec la technologie ion, grâce à laquelle les cheveux sont moins chargés en électricité, les années 1990 apportent la dernière grande évolution technique.

Des appareils faits main

C'est aussi dans les années 1940 que Solis répond à la demande de la Confédération de transférer sa production au Tessin, un canton économiquement affaibli. L'usine et le centre de développement y sont installés dès 1943. L'équipe de 30 personnes compte beaucoup d'Italiens, dont certaines familles travaillent là depuis trois générations. On y fabrique des foehns, mais aussi des moulins à café et des chauffe-assiettes. Mais comment est-ce possible de garder la production en Suisse? «Nous créons des sèche-cheveux pour les professionnels. Au Japon, un coiffeur est prêt à dépenser beaucoup pour son outil de travail, explique Tomas Nauer. Et le label Swiss made compte énormément à l'étranger.»

L'entreprise fabrique ainsi 150 produits dans les domaines de la cuisine, de la beauté, de la climatisation, et réalise plus de la moitié de son chiffre d'affaires hors de Suisse. Le Liban, la Chine et le Japon sont ses plus gros clients.

Depuis huitante-trois ans, la production des sèche-cheveux se fait à la main. On commence par faire fondre des granulés de plastique puis on les verse dans un moule que l'on teinte. Enfin des mains de femmes habiles soulent le cœur de l'appareil – le ventilateur, le moteur et le corps de chauffe avec son générateur d'ions – et intègrent le tout dans le châssis. A une ribambelle de tests succèdent emballage et mise en vente.

Thomas Nauer a grandi dans l'entreprise. Son père, Willy A. Nauer, l'a achetée en 1983 et a frappé fort en commercialisant la première machine à café entièrement automatique: «Nous testions souvent des prototypes à la maison. Lorsque mon père arrivait à faire fonctionner une machine, cela signifiait qu'on pouvait la vendre – tout le monde savait qu'il avait deux mains gauches», rigole Tomas Nauer. L'entrepreneur continue à mettre son matériel à l'épreuve dans sa propre cuisine...

Solis rame à contre-courant de la frénésie consummatrice. Le démontrent son souci de la qualité, ses nouveaux champs d'investigation dans le domaine du gaspillage alimentaire et... cette anecdote: lorsque Tomas Nauer était ado, il travaillait dans un magasin Solis. De vieilles dames ont amené des appareils à réparer: «Ces articles avaient au moins septante ans, voire davantage! Et miracle, on a pu les remettre en état.» ☺



Thomas Nauer

CEO de l'entreprise Solis qui a son siège à Glattbrugg, dans le canton de Zurich, Thomas Nauer est aussi un fou d'orchidées. C'est d'ailleurs pour financer cette onéreuse passion qu'il a étudié l'économie. Il a travaillé pour Nestlé en Chine et appris le mandarin, avant de prendre, en 2013, le relais de son père Willy A. Nauer, qui avait acheté Solis en 1983.

Totalement cintrés

LEUR RÔLE EST CAPITAL: GARDER NOS HABITS EN FORME. LA PETITE HISTOIRE D'UN ACCESSOIRE DE L'OMBRE.

TEXTE GLORIA KARTHAN

VESTES, CHEMISES, T-SHIRTS, robes ou pantalons... on les préfère sans plis, n'est-ce pas – tout le monde ne porte pas du Issey Miyaké! Pour ranger ses vêtements sans les froisser, on les suspend dans sa garde-robe sans accorder moult pensées à l'ustensile qui les tient:

le cintre. Cette pièce aussi humble que nécessaire a des origines à l'image de sa fonction, c'est à dire discrètes. Son histoire épouse celle des vêtements de nos latitudes. On en découvre une première esquisse sur des dessins de Nuremberg du XV^e siècle représentant un tailleur au travail. «Mais ces exemplaires étaient des pièces uniques pour les nobles et les membres du clergé. Chaque habit avait son propre cintre», explique Hans Dunkel, propriétaire du seul musée du monde consacré à l'objet, le Kleiderbügelmuseum à Bâle: une joyeuse collection de 4000 pièces. Ce n'est qu'à partir du XVI^e siècle que le cintre se met à concurrencer le coffre. De robustes modèles en chêne massif percés d'un crochet forgé à la main permettent de porter des manteaux mouillés, tandis que certains, grâce à leurs extrémités recourbées vers le haut, soutiennent les lourdes épaulettes des uniformes d'officier. Après 1600, les innovations ralentissent. Il faut attendre le début du XIX^e siècle, et la mode des cols montants, pour que la forme subisse une modification notable: le centre du cintre se dote d'un renfort comme tuteur du col. A cette époque, les armoires à habits comme nous les connaissons aujourd'hui, n'existent pas. «Le noble possédait des brosses, ou un valet muet auquel il suspendait son costume, tandis que le paysan ou l'ouvrier portait sur lui l'entier de ses possessions», raconte encore Hans Dunkel.

Le voyage comme stimulus

Avec l'avènement du tourisme et les déplacements outre-mer, de nouveaux modèles voient le jour. Dans ses coffres, on transporte en effet quelques cintres car les hôtels n'en mettent pas à disposition. Aux modèles de voyage fabriqués dès 1850 sont jointes des brosses qui rendront leur netteté aux habits malmenés par le transport ou des bourses en étoffe destinées à contenir des sous-vêtements ou des chaussettes...

Le cintre métallique classique que nous connaissons grâce au pressing est inventé un peu par hasard en 1903 aux États-Unis, à Jackson (Michigan). L'employé d'une câblerie et fabrique d'abat-jour, un dénommé Albert J. Parkhouse, arrive un matin au travail et ne trouve pas de crochet où pendre son manteau. Ni une ni deux, il empoigne un fil de fer et en fait un triangle apte à supporter son habit. Son chef, John B. Timberlake, est si enthousiaste qu'il fait breveter l'idée. C'est lui qui empochera les royalties tandis que Parkhouse, le bricoleur, restera pauvre...

Avec des vêtements toujours plus nombreux et des armoires à penderie toujours plus répandues, les cintres en bois – on les appelle bois d'habit à Neuchâtel – sont produits en série. «La fabrication de cintres devient un nouveau marché dans lequel beaucoup d'industriels désirent se lancer», commente Hans Dunkel. Les modèles à pinces pour jupes et pantalons réalisés à partir de 1948 par la maison bavaroise Mawa rencontrent un succès mondial. Les tendeurs de pantalons qui suivent amènent un vrai progrès pour les hommes en costume. Et puis, dès 1961, les spécimens en plastique imposent leur modernité sur le bois et le métal. Le fabricant italien Mainetti inonde le marché. Avec trois milliards de cintres par an, il est le plus gros producteur de la branche, et de loin. En plastique, en bois, en velours optique et paré d'un logo de marque. Mais côté forme aussi, on innove. Les designers se risquent dans des réinterprétations (voir ci-contre). Pour Andreas Bechtiger, qui a conçu les cintres Quarten (2010) pour l'Atelier Pfister, fonction et esthétique doivent jouer de concert. Il s'explique: «Suspendu sur un modèle métallique classique, l'habit se froisse rapidement. Mais grâce à un traitement 3D, un câble replié, nécessitant par ailleurs très peu de matière, conserve le vêtement en forme.» Pour son prototype il a fait de nombreux essais avec du câble de paratonnerre... Jamais il n'a ressenti son travail sur cet objet si ordinaire comme trivial. «Chaque jour, dit-il, nous sommes en contact avec un cintre. Cela vaut la peine de l'améliorer et d'y réfléchir constamment.»



1950

Pas un pli! La parfaite ménagère sait à quoi servent les cintres...

AU FIL DU TEMPS

XIX^e siècle Pour garder en forme les cols montants, les cintres se dotent d'un renfort central.

1903 Nécessité fait loi: l'invention d'Albert J. Parkhouse, employé dans une câblerie.

1948 Modèles à pinces pour jupes: la firme Mawa rencontre le succès.

2008 Avec l'élégant Wiredress, Adecco joue l'économie d'espace.

2010 Le cintre Quarten d'Andreas Bechtiger pour Atelier Pfister.

2015 De quoi ranger ses robes et ses écharpes, chez Tangent, de Friends & Founders.

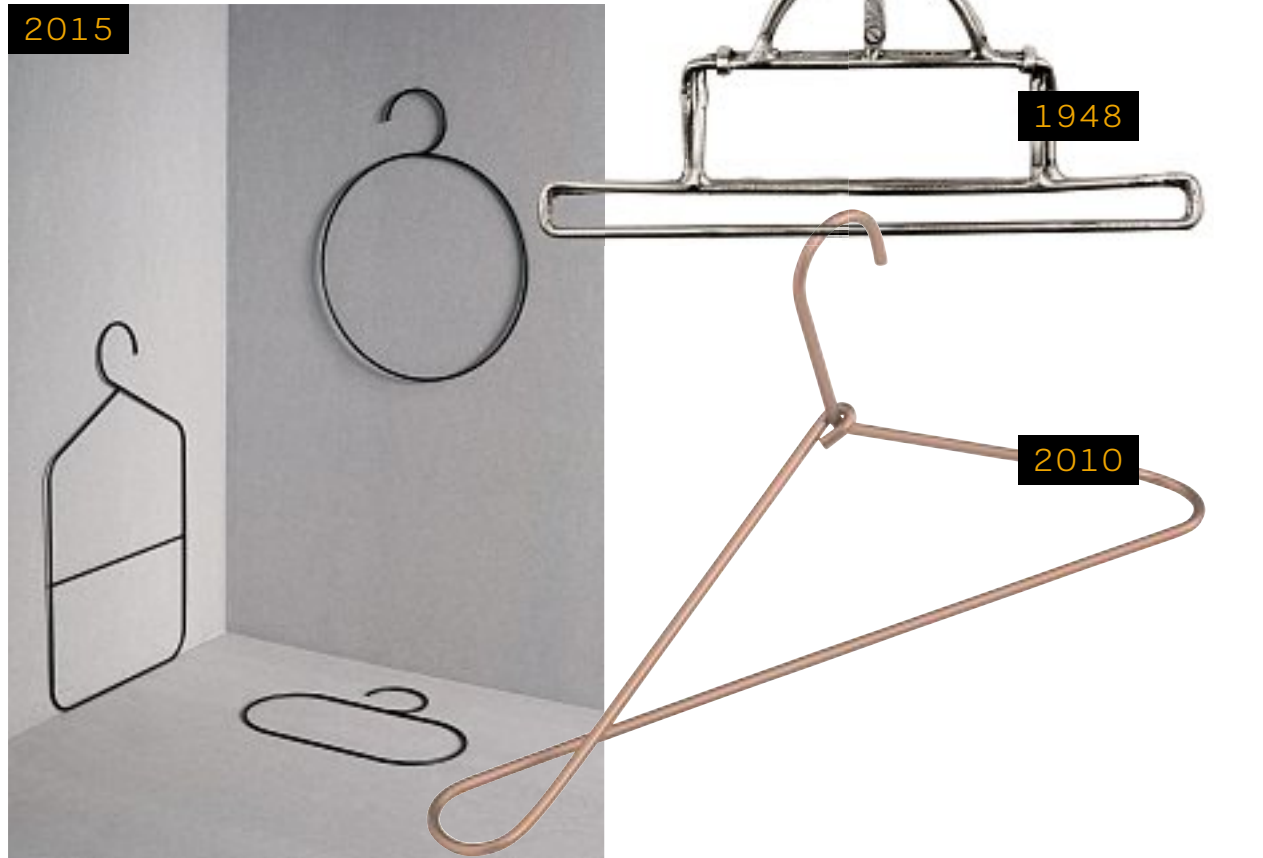
2008



XIX^e

1903

2015



1948

2010



THE NEW FRAGRANCE FOR WOMEN



MARC JACOBS
DECADENCE



WWW.MARCJACOBSFRAGRANCES.COM



RÉINVENTER LE POASSE

LE DESIGNER MARCEL WANDERS FAIT SON CIRQUE: SA NOUVELLE COLLECTION EST JOYEUSEMENT NOSTALGIQUE. ET ÉMOTIONNELLE.

TEXTE RENATA LIBAL

POUR ACCUEILLIR LES VISITEURS, un bouffon en habit à losanges ouvre la porte de l'ascenseur: «Par ici la compagnie! Jouez, orchestre!» Plus loin, une ballerine délicieusement dodue joue les dames éléphants sur ses chaussons roses. Une ambiance incongrue dans un studio de design? C'est peu de le dire! La gent créative contemporaine a habitué ses adeptes à une esthétique plus sobre...

Mais Marcel Wanders entretient un excellent rapport à l'extravagance et la soirée est à la fête. Dans les étages de son antre d'Amsterdam, le plus romantique des designers inaugure la toute nouvelle collection qu'il signe pour la marque italienne Alessi: Circus. Ça crie de jaune et de rouge, ça fait du bruit, ça s'amuse. Des tasses à café, des boîtes à biscuits, des plats, des seaux à champagne: 34 pièces en tout pour une table pétaradante. Et quelques pièces d'exception, en édition limitée à 999 exemplaires, qui ont donné des cauchemars à Alberto Alessi, car un fini main s'est avéré indispensable. Pour la clochette de table, par exemple, tirée par un petit singe sur roulette, il a fallu polir, souder, poser des couleurs manuellement. Ledit Alberto Alessi (troisième génération de la célèbre marque) soupire (mais surtout de joie): «Voici une nouvelle génération de produits: ils sont réalisés industriellement, mais avec une touche humaine. Quel défi...» C'est sans doute pour saluer son engagement dans le projet que le distributeur à bonbons s'appelle Alberto... Marcel Wanders, lui, a donné son nom (Marcello) au casse-noix, inspiré du personnage musculeux d'Hercule en maillot rayé.

A 53 ans, Marcel Wanders n'a rien perdu de son âme d'enfant. Au contraire: il envisage toujours son travail de manière plus goulue, plus goûteuse, plus généreuse. Son studio au cœur du quartier branché Jordaan accueille près de 60 collaborateurs sur une moquette fleurie et colorée (de l'autre côté du couloir, chez les administratifs, le tapis fleuri est gris: on se concentre!). Et les projets se démultiplient de manière presque exponentielle. Depuis sa fameuse Knotted Chair en 1995, cette chaise métallique qui s'amuse à reprendre une structure de macramé, beaucoup de ses travaux trônent dans les musées internationaux. A côté du studio à son nom, Marcel Wanders fonde aussi, en 2000, la très créative marque Moooi («beau» en néerlandais... mais avec un o en plus, pour la surenchère) qui travaille avec de multiples designers, toujours dans un esprit d'humour et de décalage. Les collections de tapis, notamment, réinventent complètement le genre. Depuis peu, on retrouve aussi la patte Wanders dans d'ambitieux aménagements intérieurs et des hôtels délirants, où chaque détail est pensé. En Suisse, par exemple, les 245 chambres du Kameha Grand Zürich invitent à des espaces inspirés... du chocolat ou des découpages, alors que le bar est muré de lingots d'or. Qui a peur d'en faire trop? Lui, jamais!

Pourquoi le cirque, tout à coup?

Depuis neuf ans, nous travaillons avec Alessi sur une collection de tables nommée Dressed, qui donne dans l'élégance des objets usuels. Vous savez, je me souviens tellement bien de ce qu'Alessi représentait pour moi, déjà quand j'avais 20 ans, alors que j'étais aux études. C'était une marque si forte que l'on pouvait se bander les yeux et acheter n'importe quel objet à l'aveuglette, en étant certain qu'il ferait plaisir à la personne qui le recevrait en cadeau. Tout était beau et parfait, d'une qualité extraordinaire. Mais à force d'objets sérieusement magnifiques – ou magnifiquement sérieux! – il arrive un stade où l'on manque de couleurs. C'est dans cette brèche que j'ai voulu inscrire la collection Circus, en explorant les possibilités techniques de la pose de couleurs sur des surfaces métalliques.

Effectivement, au cirque, la couleur prend tout son sens...

Oui, mais il y a plus que cela! Le cirque dégage une aura merveilleusement nostalgique. C'est un univers fabuleux, avec des personnages mystérieux et hors norme. Et surtout, on va au cirque en famille. Avec les grands-parents, les cousins, peut-être le fils de la voisine. C'est ce lien rassembleur qui nous a plu. D'ailleurs, dans le studio, nous sommes une grande famille disparate comme une famille de saltimbanques, et quand on y ajoute l'équipe d'Alessi, cette tribu est encore plus bariolée. Ça nous ramène à l'enfance...

Quels sont vos souvenirs personnels dans ce domaine?

Je me réjouissais chaque été quand le cirque venait en ville! La foule, la sucette géante... Et naturellement, c'est aussi le lieu des marginaux, des gens intrigants... La peur fait partie de la magie.

Votre travail se réfère fréquemment à la nostalgie ou à l'histoire...

Le design contemporain s'est souvent réclamé d'un modernisme qui fait table rase du passé, comme s'il n'était plus pertinent. Cette approche est terrible. Cela postule l'éphémère des choses. Si les objets anciens sont dépassés, c'est que les miens le seront bientôt... Or je suis très sensible à ce que les mêmes objets puissent passer de ma grand-mère à ma fille. Mon travail vise à perpétuer cette transmission.

Vous avez publié un livre en hommage aux grands maîtres du XVII^e siècle, Rembrandt, Vermeer... 40 kilos, un format géant, du papier incroyablement épais, un monument!

Depuis que je suis designer, je considère que ce lien avec le passé relève de ma mission. Là, j'ai voulu faire un pas de côté, pour proposer un regard nouveau sur mes œuvres favorites, avec des zooms sur des détails pouvant passer inaperçus. La peinture ancienne a toujours un sens pour les gens d'aujourd'hui.



De quelle manière votre travail est-il lié à Amsterdam, aux Pays-Bas?

Beaucoup de designers vous diraient que leur lieu de travail importe peu. Pour moi, il compte beaucoup en revanche. J'aime l'idée qu'après avoir tant reçu de cette ville, on peut lui rendre quelque chose. Quand je marche sur un pont au-dessus d'un canal, avec ma fille Joy, je pense à tous les gens qui ont construit cela. Je me sens vraiment privilégié, car d'une certaine manière cette richesse m'appartient. Alors forcément on retrouve ça et là des éléments dans mon travail: un vase qui évoque les porcelaines bleues de Delft, un tapis qui rappelle une nature morte de grand maître. J'ai envie de participer à ce mouvement de dons que nous nous faisons les uns autres à travers le temps.

Pourtant, vous avez mis votre appartement en vente. Meublé de vos créations, avec les œuvres d'art au mur et la douche qui s'allume comme s'il pleuvait les cristaux...

Il n'est toujours pas vendu. C'est un lieu très spécial! J'y habite encore parfois, mais j'ai déménagé à Milan, il y a un an. L'année d'avant c'était San Francisco... Quant à l'année prochaine, je n'en sais encore rien. Je suis dans une phase nomade de ma vie.

D'autres endroits du monde auxquels vous vous sentez relié?

J'éprouve le même sentiment de gratitude dans tous les lieux du monde où je me rends. Hallucinant ce que les gens ont bâti au fil des siècles... Sur ma longue liste, il y a Budapest, Beyrouth, Tokyo, New York. Aujourd'hui, nous avons développé une méthode travail telle, au studio, que je peux me déplacer n'importe où dans le monde, et rester au cœur du processus de création.

Justement! A quoi tient cette recette miraculeuse?

Aux gens évidemment! Nous sommes très reliés – et liés. Avec Gabriele Chiave, le directeur créatif du studio, nous avons une relation fantastique. Nous nous téléphonons très souvent et nous n'avons pratiquement pas besoin de nous parler. Il nous suffit de respirer ensemble au bout du fil pour nous comprendre.

Au mur de votre studio, il y cette photo 2016 de l'équipe, avec des déguisements du XVII^e siècle, en rappel du livre...

La photo annuelle est une démarche intime. Les gens viennent du monde entier pour travailler avec nous. Ils laissent leurs amis, leurs proches, leur nourriture, leur climat... La moindre des choses que l'on peut faire est de leur donner une famille. La photo annuelle participe à cette cohésion. Et on fait des fêtes presque chaque semaine. Nous avons une autre tradition: celle du toast. Il y a quelques années, nous avons commencé à créer des tranches de pain, dans toutes sortes de matières et de techniques, en rapport avec nos projets de l'année. Et nous offrons une de ces tranches à chaque collaborateur, pour son anniversaire. Au fil du temps, il se constitue une collection, qui le lie au travail accompli. C'est drôle, c'est intéressant, ça raconte l'histoire du studio... et sur chaque revers de toast, il est écrit, en néerlandais «Beaucoup de miettes, pour faire un pain». C'est notre manière à nous de dire que nous sommes heureux de gagner notre pain ensemble.

J'aime l'idée de dons que l'on se fait les uns aux autres à travers le temps

Quelle différence entre la création d'objets et celle des intérieurs?

Oh, mais cela n'a absolument rien à voir! En gros, un objet est comme sculpté dans la pierre: vous avez une idée et vous la menez au bout. Tout est au service de cette idée forte. L'aménagement intérieur, c'est plutôt un opéra: les flûtes, la mélodie, l'éclairage, les costumes, le timing... Du coup, cela requiert des compétences différentes. Si vous lâchez des designers d'objet dans un aménagement d'intérieur, ils vont passer trois jours à améliorer la couture au coin du fauteuil et ils ne pourront pas arriver à la vision d'ensemble. Il faut trouver la juste distance. Mais nous ne sommes pas très expéditifs: dans un hôtel, par exemple, nous dessinons tout, jusqu'aux tapisseries.

Cette approche globale, on la sent aussi dans la collection Circus: tout est de vous, publicité, cartons d'emballage, même les papiers pour les bonbons du distributeur...

En 1996, j'ai écrit un livre sur le design dont l'un des sujets principaux était la communication. Si je me borne à dessiner un casse-noix, vous allez peut-être le trouver beau mais il n'atteindra pas votre tête et votre cœur. En revanche, tout ce que vous allez voir, humer, entendre à propos de ce casse-noix va peut-être le faire exister dans vos émotions. C'est l'immatériel qui fait exister un objet. Si un designer ne prend pas la responsabilité de tout l'univers, il n'aura fait que la moitié du boulot.

Et voilà pourquoi on vous appelle la «Lady Gaga» du design: ce talent à créer un univers!

On m'a comparé à tant de choses... Mais ce label de Lady Gaga me colle à la peau. Pas un article qui ne le mentionne. Bon, c'est une artiste passionnante, qui ne laisse personne indifférent et n'est jamais ennuyeuse. Je ne vais pas me plaindre du parallèle. ☺

CRÉATIONS

DE GAUCHE À DROITE L'HÔTEL KAMEHA GRAND ZÜRICH

Marcel Wanders explore volontiers l'héritage des lieux où il travaille. A Zurich, il a utilisé l'idée du chocolat...

LE LIVRE Publié ce printemps, un livre monument rend hommage aux maîtres du XVII^e siècle: *Rijks, Masters of Golden Age*. Une édition grand public, plus petite, vient de paraître.

LA CHAISE La «Knotted Chair», en 1995, est la première icône Wanders à entrer au MoMA.

LA COLLECTION CIRCUS Pour Alessi, Wanders vient de produire une collection de table de 34 pièces (dont ce plateau et ce seau à champagne), jouant la couleur sur le métal.

Travail personnel: l'exposition «Portraits»



A côté de son intense activité en design, Marcel Wanders a présenté, cette année, sa première exposition d'art, à New York. Le spectateur y découvre un univers inquiétant d'animaux déformés, d'installations sombres... «Le design exprime mon rapport au monde, explique Marcel Wanders. J'y mets mon enthousiasme, ma confiance et mon amour des gens. Mais maintenant que je fais cela depuis près de trente ans, je commence à me dire que ce que je laisse n'est pas tout à fait complet. Si je veux être honnête, il y a une autre facette de moi qui a aussi envie de s'exprimer: le doute, la frustration.» Un autre contexte de création.

TRANSFORMEZ VOTRE INTÉRIEUR

Une nouvelle forme de flexibilité fonctionnelle est née. Le nouveau BeoVision Horizon offre l'intégration transparente de contenu avec Android TV™, des images UHD 4K d'une pureté absolue et des performances sonores authentiques Bang & Olufsen. Disponible en versions 40 et 48 pouces.



BEOVISION HORIZON
BANG & OLUFSEN

LIKE NO ONE ELSE

*Prix de vente indicatif pour le BeoVision Horizon de 40 pouces. Prix hors support mural et pied, disponible à partir de CHF 295.-. Classe énergétique B.



Quels éléments de la luxueuse Vision Mercedes-Maybach 6 verra-t-on vraiment sur la route?

A demain sur la route

SPECTACULAIRES BÊTES DE SALON OU ÉTUDES PROCHES DE LA PRODUCTION, LES CONCEPT CARS NE SONT PAS SEULEMENT DE MAGNIFIQUES ENGINES: ILS PRÉFIGURENT AUSSI L'AUTO DE DEMAIN.

TEXTE HANSPETER EGGENBERGER

LORSQUE GORDON WAGENER a soulevé le drap qui masquait sa nouvelle merveille, le public est resté sans voix. La Vision Mercedes-Maybach 6 a en effet de quoi couper le souffle. C'est au concours d'élégance de Pebble Beach, en Californie, que le chef designer de Mercedes a dévoilé ce spectaculaire concept de coupé, au capot interminable, doté de portes en élytres et de deux fentes à l'arrière en guise de vitres. Sous le capot ne gronde pas un monstrueux V12: les 750 chevaux sont en fait propulsés par quatre moteurs électriques qui se font fort d'emmener la bête au-delà de la barre des 100 km/h en moins de 4 secondes!

Pebble Beach, c'est le lieu de rencontre incontournable pour les collectionneurs au porte-monnaie bien garni. Ce très spectaculaire parcours de golf surplombant la côte accueille chaque année le plus célèbre des concours d'élégance pour oldtimers. Les marques prestigieuses ont bien saisi l'importance de cette réunion et en profitent pour tenter de convertir les amateurs aux carrosseries neuves – oui, mais exclusives!

En l'occurrence, Mercedes n'était pas là pour vendre. «La voiture ne sera sans doute jamais produite sous cette forme», explique Gordon Wagener. Mais il y a fort à parier que certains éléments se retrouveront sur les futurs modèles produits à Stuttgart. Le chef designer miserait volontiers sur la nouvelle grille de refroidissement, adaptable aux modèles de série. Car si les concept cars n'existaient que pour la beauté du geste, aucun constructeur n'y investirait de telles sommes. En réalité, ces études poursuivent d'autres buts. Elles sont,

par exemple, le moyen parfait de tester les réactions à des éléments de design. Et il n'est pas question de seule esthétique. Les concept cars servent aussi de bancs d'essai pour les innovations techniques et technologiques. Toujours dans la Mercedes-Maybach, le pare-brise devient un moniteur géant, qui affiche toutes les informations. Chez Volkswagen, le BUDD-e anticipe l'électrobus du futur, dans lequel tout fonctionne via un écran tactile. Les portes s'ouvrent même par... commande vocale! Ces technologies feront notre quotidien sous peu. Il ne serait pas surprenant non plus que Mazda produise bientôt une version «réelle» de l'étude sportive RX-Vision dévoilée à Tokyo en novembre dernier, dotée d'une évolution du moteur Wankel à technologie rotative qui, durant les années 1960-1970, en Allemagne, équipait les légendaires NSU Ro80.

Du concept à la réalité

Les exemples du passage du concept à la réalité sans trop d'ajustements ne manquent pas. Ainsi le coupé Audi TT est passé en production en 1998, plusieurs années après sa présentation en concept. De son côté, Dodge a entraîné la renaissance des *Muscle cars* américaines avec son concept Challenger en 2006. La voiture est produite en série depuis 2008, même si elle n'est pas officiellement importée en Europe. Pareil pour la BMW électrique i8, née cinq ans après le concept Vision EfficientDynamics, en 2009. Dans les laboratoires des marques, citons encore le projet *Next 100 Years* chez BMW, qui voit, entre autres, des créatifs plancher sur un «kart urbain digitalisé» (pour Mini) ou Rolls Royce imaginer des personnalisations pointues, dans l'idée d'un «intérieur en forme de refuge privé».

Citroën, elle, a présenté en septembre CXperience, un concept annonciateur d'un véhicule qui pourrait se retrouver bientôt sur les routes. La marque française réputée, jadis, pour ses icônes design n'a visiblement pas su conserver cette expertise pour ses concepts. Au catalogue figurent, hélas, surtout des silhouettes de télécabine. L'étude CXperience, qui se revendique de la CX – descendante de la légendaire DS – pourrait devenir un top-modèle de la marque. On nourrit les mêmes espoirs pour le concept Escala de Cadillac. Après des carrosseries incroyablement anguleuses puis des trop sages, Escala promet fraîcheur et élégance. On en saura plus en août prochain, quand elle sera dévoilée. Sur les greens de Pebble Beach, naturellement! ☉



ESCALA, CADILLAC



EXPERIENCE, CITROËN



Mah Jong. Canapé composable par éléments habillé de tissu **MISSONI HOME**, design Hans Hopper.

Domino. Tapis, design **MISSONI HOME** pour Roche Bobois.

Fabrication européenne.

GENÈVE / LAUSANNE - CRISSIER / FRIBOURG - AVRY-SUR-MATRAN / ZURICH



Le Thermomix, cette star des cuisines, séduit les amateurs dans le sillage des professionnels.

Il sait tout faire, soupes, risottos... Difficile alors de **rester le chef** en cuisine

réservé aux cuisiniers professionnels. Et c'est en France, où l'on aime déguster les veloutés fins, que le directeur des ventes de la filiale Vorwerk a eu l'idée de développer un appareil capable à la fois de mixer et de cuire. Le premier Thermomix arrive donc en France en 1971, s'en va conquérir l'Italie et l'Espagne, et depuis, ne cesse de démultiplier ses fonctions.

Tout est dans la vitesse

Les chefs cuisiniers l'adoptent et l'adorent, même s'ils ne le disent pas tous, raconte le chef français deux fois étoilé au Michelin et toqué quatre fois au Gault-et-Millau, Christophe Aribert, cité par le quotidien français *Le Parisien*. Lui y recourt pour les émulsions et les purées qu'il sert dans son restaurant Les Terrasses à Uriage-les-Bains (Isère). «En cinq minutes, explique-t-il, j'ai une purée ultralégère et une texture très intéressante qu'on ne pourrait pas retrouver d'une autre manière. Mais cela reste un robot à qui on demande de faire des choses. Il réalise la recette que je lui dicte.» Ce qui n'est pas forcément l'approche du cuisinier amateur, séduit, lui, par l'omnipotence de la machine. Car le Thermomix semble savoir tout faire: mélanger, mixer, émincer, cuire à la vapeur, peser, moulin, pétrir, fouetter, frapper, chauffer en maîtrisant la température, remuer, émulsionner. Avec l'accessoire vapeur, il est même possible de préparer des repas complets. Et la vitesse de rotation – 10 700 tours/minute – permet un hachage si rapide que les petites herbes, par exemple, n'ont pas le temps de chauffer et gardent donc leur couleur. Bref, l'engin se pose en dictateur de cuisine, surtout que, depuis qu'il s'est digitalisé, les fonctions de cuisson ont la cote. Le Thermomix cuira, par exemple, un risotto sans que l'on doive le remuer sans cesse. Et comme il mémorise les recettes, on n'a plus qu'à lui obéir, au doigt et à l'œil. Des actions qui lui sont inconnues? Il ne rôtit pas, ni ne cuit des gâteaux. Et – mauvaise nouvelle – il ne fait pas non plus la vaisselle.

La success-story du Thermomix a aiguillonné la concurrence. D'autres marques d'appareils ménagers comme Kenwood, KitchenAid et Krups ont aussi fabriqué des appareils multifonctions capables de faire la cuisine, surpassant même – de peu – le père. Mais a-t-on vraiment besoin de ces appareils? Ils permettent d'économiser beaucoup de temps, c'est certain, mais surtout, ils donnent l'illusion à chacun d'être un superchef de la cuisine technologique. Même s'ils finissent parfois au placard... ☪

Robot oui chef

DEPUIS SA NUMÉRISATION, LE THERMOMIX SUSCITE LES CONVOITISES DE TOUS LES AMATEURS DE CUISINE TANDIS QUE LA CONCURRENCE AIGUISE SES LAMES.

TEXTE HANSPETER EGGENBERGER

VISIBLEMENT, le chef Dieter Müller, un Allemand triplement étoilé et champion lui-même de la multifonctionnalité (donne des cours, écrit des livres, intervient publiquement), a trouvé la formule: «Le Thermomix est un des appareils de cuisine les plus importants depuis la découverte du feu.» Sa déclaration court sur internet traversant toutes les pages consacrées à l'engin aux superpouvoirs. Il faut dire que cette «arme de

guerre» fabriquée par l'allemand Vorwerk compte parmi les robots de cuisine les plus prisés depuis le lancement, à l'automne 2014, du nouveau modèle numérisé TM5. Moins de 300 jours après sa mise sur le marché, il s'en était déjà vendu un million d'exemplaires! Et aujourd'hui la production annuelle atteint près de deux millions de pièces. Malgré un prix élevé (1300 francs et des poussières), ce succès s'explique sans doute également par la méthode de vente à domicile, sur le modèle de Tupperware.

Le Thermomix n'a rien de particulièrement nouveau sauf qu'il a longtemps été

Des machines multifonctionnelles qui cuisinent à notre place, sans tablier...



Cooking Chef de Kenwood

Ses mult accessoires lui ont permis de gagner contre le Thermomix dans un test organisé par la fondation allemande Warentest.



Food Processor Artisan de KitchenAid

Il tourne presque aussi vite que le modèle Thermomix, mais pour un peu moins de la moitié du prix.



Prep & Cook de Krups

Un as de la cuisson selon la fondation Warentest. Mais en petites quantités. Meilleur marché que le Kenwood et le Thermomix.



KM-2513 de Rosenstein & Söhne

Beaucoup de fonctions pour un appareil très avantageux. Mais il ne sait pas peser et tourne dans un seul sens.

Sweet labo home

LE SUCCÈS DE LA MAISON DE MEUBLES LA PLUS FLORISSANTE DU MONDE, IKEA, PASSE PAR LA COLLABORATION AVEC LES ÉCOLES DE DESIGN, DONT L'ECAL. VISITE AU CŒUR DE NOS HABITATS DE DEMAIN.

TEXTE LOYSE PAHUD



PORTE-VÉLO

Discret, ingénieux, il épargne l'espace en plaçant le vélo à la verticale.

CANOPÉE

Elle offre une possibilité d'intimité et de repli cosy dans un espace ouvert.

COUSSIN

Pour plus de confort lorsqu'on est assis (soutient le dos) ou qu'on est à plat ventre (buste tenu).

FAUTEUIL VALET

On y dépose les habits portés qu'on voudra remettre bientôt... Plus il y en a et plus la chaise sera confortable!

POT DE FLEURS

Le rebord allongé permet un arrosage plus facile. Disponible en trois tailles.

BUREAU

Quand on le referme, il se transforme en une bête table. Pas besoin de ranger ses affaires...

HORLOGE

Sur le panneau de liège où est fixée l'horloge, on peut épingler divers billets ou annonces.

BOÎTES

Aisées à transporter et à empiler; on y range des livres, des dossiers, des objets...

TRÈS VITE, lorsqu'on assiste à un événement de l'entreprise suédoise, comme ses Democratic Design Days, on comprend pourquoi Ikea, malgré son âge respectable de 73 ans, garde son aura de jeunesse: elle met une énergie folle à identifier les besoins de demain. D'un côté elle lance des études sociologiques, de l'autre elle se branche sur les écoles de design du monde entier, ces nids de jeunes intéressés par les formes et les objets, et représentatifs d'une population à la pointe des tendances. Cette année, lors de la présentation des nouvelles collections à Älmhult, la ville natale de la multinationale au sud de la Suède, l'Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL) était à l'honneur. 50 «essentiels» imaginés par des étudiants de Bachelor design industriel y côtoyaient une salle couverte de panneaux résumant une étude sur ce que représente «vivre chez soi» dans le monde entier.

Des singles en studio

Que dit le rapport «Life at home - What makes a home» qui a sondé 12 670 personnes dans 12 villes du monde entier (Toronto, Mumbai, Moscou, Madrid, Zurich, etc.)? Eh bien que la maison est devenue un lieu où on se connecte à ses amis via les réseaux sociaux tout en mangeant seul dans sa cuisine... C'est un exemple. Qui ne représente que 16% des 18 à 29 ans et 8% des 60 ans et plus de l'étude, mais qui montre que nos modes de vie changent à toute vitesse, qu'il y a plus de monde dans les villes, plus de mobilité - de migrations - toujours plus de gens qui habitent seuls, et qu'internet a changé notre manière de nous relier les uns aux autres. A

Shanghai, ils sont déjà quasi la moitié des sondés à dire qu'avoir un bon wi-fi est plus important qu'un supplément d'espace commun.

Les objets de l'ECAL exposés à Älmhult ciblent ce mode de vie: «Si vous n'aviez que 50 éléments pour meubler votre appartement de 35 m², quels seraient-ils et à quoi ressembleraient-ils?» C'est la mission qu'ont reçue les 32 étudiants de 2^e année en Bachelor design industriel de l'ECAL. Ils ont eu trois mois pour y répondre - le temps réservé à un travail pratique dans leur cursus - avec l'aide du designer danois Nicholai Wiig Hansen, l'artisan de la collaboration via des liens privilégiés avec les deux entités. Les 50 essentiels devaient être flexibles, fonctionnels, abordables, durables. A les voir de près, ils sont en tout cas très multiusages. Avec un plaisir évident, les étudiants présents en juin dernier aux Democratic Design Days n'ont cessé de démontrer les prolongements de leurs objets: un coussin plat pour soutenir le dos mais qui, replié, accueille le buste lorsqu'on se met à plat ventre (devant son ordinateur); les boîtes qui logent les livres (visiblement pas encore morts) mais qui font aussi office de cartons de déménagement; le bâton lumineux à piles qui tout en se rechargeant peut faire lampadaire, applique ou lampe de bureau, et une fois chargé sera baladé n'importe où. Autre point fort: la facilité de rangement à plat (conforme à l'esprit Ikea), que ce soit pour l'égouttoir (en deux éléments), le chariot à commissions ou certain récipient métallique. Un objet rigolo? Le fauteuil-valet de nuit (*ci-dessus*) qui devient toujours plus confortable avec les empilements d'habits! Ou la minuterie de douche qui permet de visualiser le temps passé sous le jet d'eau (pour les ados).

Que fera Ikea de ce «portefeuille d'idées», comme le responsable du département

design industriel de l'ECAL, Stéphane Halmaï-Voisard, qualifie ces 50 essentiels? «Pour l'heure, on sait juste que plusieurs objets ont été récupérés par divers départements de la marque pour une analyse plus précise de faisabilité. Et de notre côté, nous planifions une éventuelle exposition de ces objets en Suisse.»

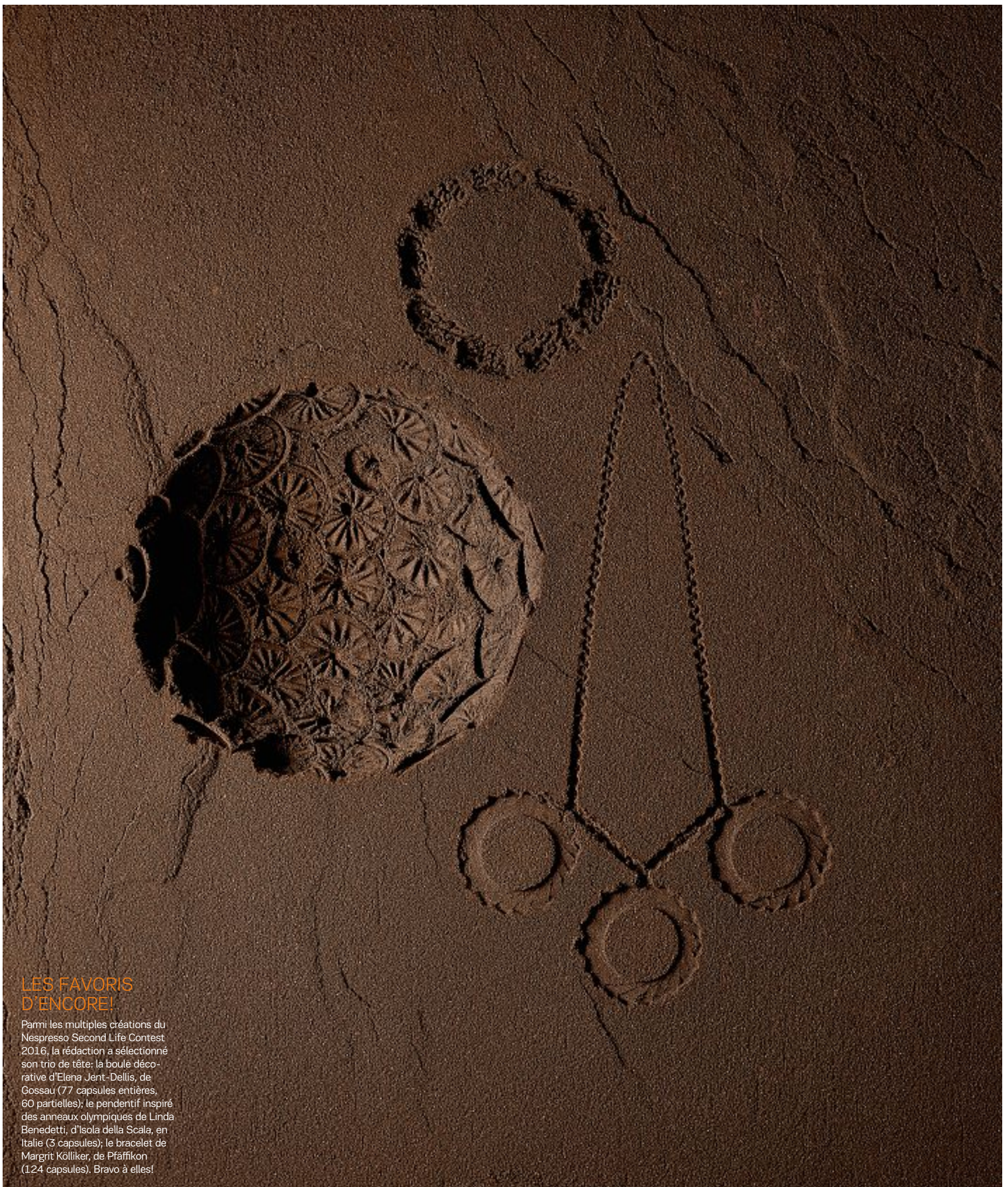
Des jeunes créatifs

Chez Ikea, Sigga Heimis, qui occupe le nouveau poste de project manager des collaborations avec les écoles de design, se montre enthousiaste devant le résultat: «C'est d'un excellent niveau, très professionnel.» Elle précise que «c'est la première collaboration de cette importance avec ces trois mois de travail, un enseignant, un voyage collectif en Pologne sur l'un des sites de fabrication d'Ikea...» L'enthousiasme de Sigga Heimis est déjà une reconnaissance puisque la designer gère les relations avec une vingtaine d'universités ou écoles de design, que ce soit au Japon, en Russie, aux Etats-Unis, au Mexique. De ces échanges, plus que des objets finis, elle attend, dit-elle, «surtout des sources d'inspiration et les moyens de comprendre comment les jeunes pensent». Coller au temps - ou plutôt le devancer - en s'abreuvant à la créativité des futurs consommateurs, c'est sans doute une bonne manière de rester vivant et séduisant. Mais les gains sont partagés: pour les jeunes de l'ECAL, «Ikea Essentials for Modern Living» a été une opportunité d'envergure, «avec une grosse pression, vu la taille d'Ikea», résume Stéphane Halmaï-Voisard. Les prochaines collaborations? «Avec des institutions et entreprises locales, dont une scénographie pour l'école de théâtre lausannoise Les Teintureries.» Dans tous les domaines on a besoin d'inspiration. ●

BASIQUES

50 objets pour habiller un studio de 35 m²: telle est la mission confiée par Ikea aux étudiants de Bachelor design industriel de l'ECAL. Les prototypes illustrent les besoins d'un mode de vie ultraflexible.

EMPREINTES



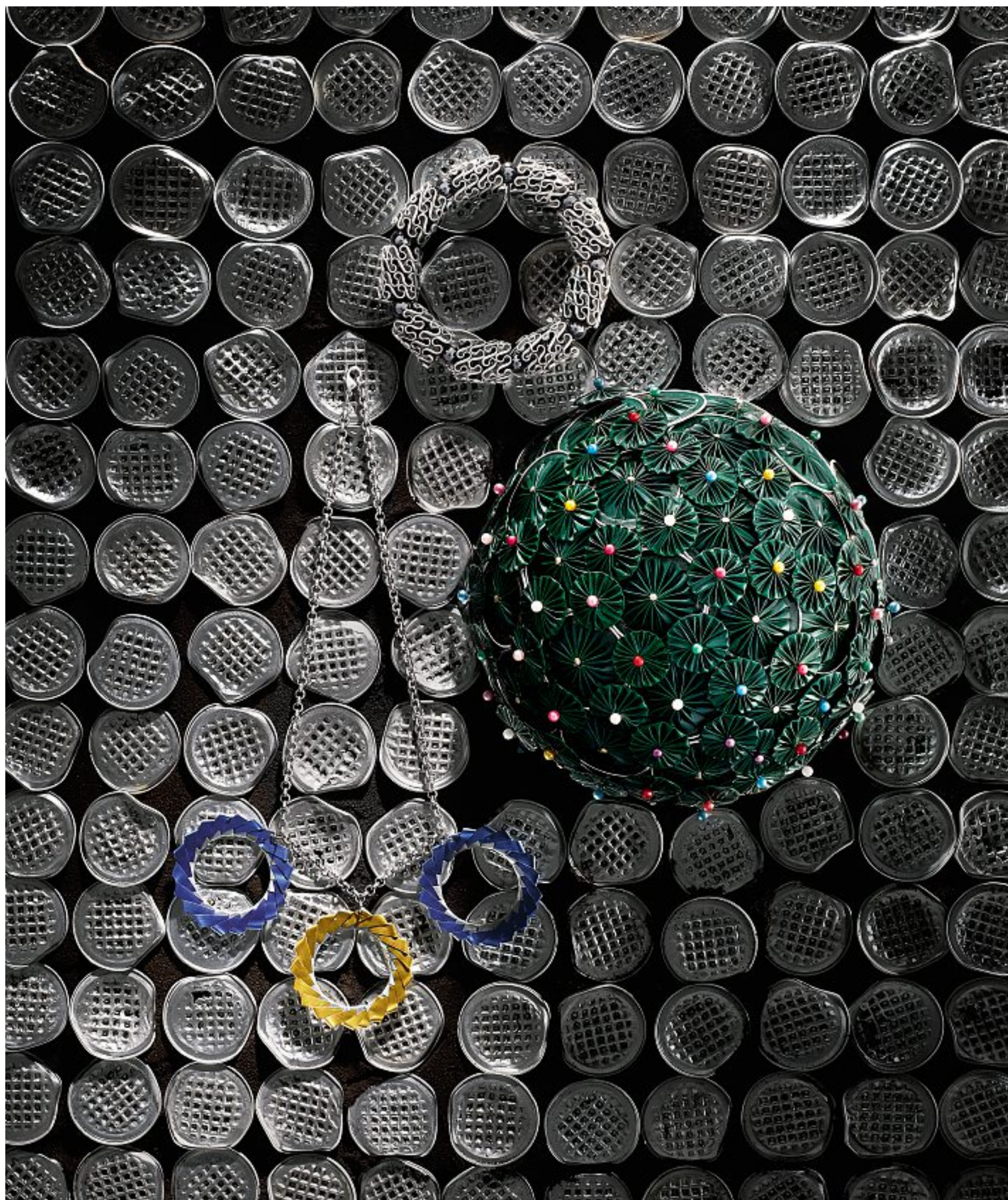
LES FAVORIS D'ENCORE!

Parmi les multiples créations du Nespresso Second Life Contest 2016, la rédaction a sélectionné son trio de tête: la boulié décorative d'Elena Jent-Dellis, de Gossau (77 capsules entières, 60 partielles); le pendentif inspiré des anneaux olympiques de Linda Benedetti, d'Isola della Scala, en Italie (3 capsules); le bracelet de Margrit Kölliker, de Pfäffikon (124 capsules). Bravo à elles!

COMBIEN DE CAPSULES pour faire un couteau suisse? Il ne s'agit pas d'une devinette abstraite, mais d'une réalité: dans le cadre de sa campagne Second Life (nouvelle vie), Nespresso édite une série limitée d'icônes nationales en aluminium recyclé, provenant de capsules de café. Résultat? Il en faut 24 ou plutôt l'équivalent poids de 24 capsules. Et voilà un couteau Victorinox violet profond, comme le sont les capsules Arpeggio, celles qui contiennent un cru pur arabica d'Amérique du Sud et centrale, un des hits de la célèbre maison de café. Dans le même esprit, les amateurs trouveront un éplucheur Rex, avec ce fameux design de l'entreprise Zena, qui n'a pas bougé depuis sa

conception en 1947. D'autres objets suivront ces prochaines saisons, pour souligner l'engagement de Nespresso en faveur de la durabilité. Dès le lancement de la marque en 1986, une réflexion a été menée sur la deuxième vie possible des capsules usagées. En 1991, 34 points de collecte étaient aménagés en Suisse, et aujourd'hui l'entreprise annonce fièrement que près de 100% des capsules consommées dans le pays repartent dans un système circulaire et deviennent – le plus souvent – de nouvelles capsules ou des composants de machine à café. Une telle opération est rendue possible par un maillage serré du territoire, avec un point de collecte pratiquement tous les 5 kilomètres (2700 en tout) et par une collaboration avec la Poste, qui permet la récolte des pièces à domicile. Au niveau mondial, Nespresso déclare

MINIMALES



un taux de recyclage de 85% fin 2015. Quant au marc de café, après récupération le voilà transformé en engrais, qui nourrit, entre autres, le sol du vignoble de Lavaux. Un projet de biogaz vient aussi d'être mis en place en collaboration avec le site d'Henniez. Qui dit mieux? Pour fêter avec panache et implication du public les 25 ans de son activité de recyclage, Nespresso a lancé un vaste concours afin d'inciter ses aficionados à imaginer une nouvelle vie pour leurs capsules. Plus de 390 participants ont ainsi téléchargé les images de leurs créations: bijoux, boutons, abat-jour, bougeoirs et... même des bikinis. Un univers

joyeux aux couleurs du café, où la rédaction de *encore!* a sélectionné son trio favori (*ci-dessus*). Le prix du public, lui, a salué un couple de personnages en aluminium coloré de la Romaine Silvia Peverini, tandis qu'un jury d'experts a récompensé un tissu lamé avec effet tissage de l'Allemande Marianne Simmler. En quoi consiste ce prix? La création sera photographiée et mise en valeur dans l'une des campagnes de publicité Nespresso. Guettez-en la sortie en 2017! En attendant, une fois votre café préféré dans sa tasse, vous regarderez la capsule consommée d'un autre oeil: et si chaque petit serré avait l'étoffe d'une œuvre d'art?

CES PAGES ONT ÉTÉ RÉALISÉES PAR **ENCORE!** POUR **NESPRESSO**
Les œuvres du concours sont à découvrir sur www.nespresso.com/secondlife

DESIGN

SON ET LUMIERE

LAMPES ET ENCEINTES
DIALOGUENT DANS UN
MÊME ESPRIT TECHNO
AUX FORMES FLUIDES.

*PHOTOS DANIELA & TONATIUH
STYLISME BEATRICE ROSSETTI*





PAGE DE GAUCHE (de g. à dr.) Enceinte à suspension Goccia, avec coquille en céramique de Faenza, **Garvan**. Casque Plattan ADV Wireless, Bluetooth, avec micro, interface Swipe, autonomie de 14 heures, **Urbanears**. Enceinte colonne Jolie, **Laboratorio Audio**. Enceinte colonne Iride, diffusant le son à 360 degrés à l'intérieur ou à l'extérieur (rayon minimum de 10 m avec lampe led, **Claudio Niorettini** pour **Laboratorio Audio**. Haut-parleur UE BOOM 2, waterproof Bluetooth diffusant le son à 360 degrés, autonomie de 15 heures, **Ultimate Ears**. Enceinte compacte stéréo, Addon T10, Bluetooth, **Audio Pro**.

PAGE DE DROITE (de g. à dr.) Lampe de table Parola, en trois verres, soufflé opalin pour l'abat-jour orientable, naturel pour la tige, cristal biseauté pour la base, **Gae Aulenti et Piero Castiglioni** pour **FontanaArte**. Lampe de table Buds, abat-jour en verre soufflé, **Rodolfo Dordoni** pour **Foscarini**. Lampe de table Cosmo, finitions soft touch et structure en métal trouée au laser 3D, **Natuzzi**. Lampe de table Decomposé Light, aluminium anodisé (modèle des vases des designers suisses), **Atelier Oï** pour **Danese Milano**.

DESIGN



PAGE DE GAUCHE (de g. à dr.)

Lampe à pied La Petite Floor, base et tige en alu, abat-jour fermé par deux diffuseurs, **Quaglio Simonelli** pour **Artemide**. Lampe de table Duca 2950 dessinée pour l'Hôtel ME Milan Il Duca, **Nicola Gallizia** pour **Oluce**. Lampe à pied Counterbalance Floor, avec réflecteur amovible en alu, **Daniel Rybakken (2014)** pour **Luceplan**. Lampe à pied Captain Flint, éclairage direct orientable, diffuseur photogravé moulé par injection, base en marbre Marquina, **Michael Anastassiades** pour **Flos**.

PAGE DE DROITE (de g. à dr.) Haut-parleur sur pied (aussi mural) Planet L, coaxial 2 voies, **Elipson**. Amplificateur en forme de corne Megaphone, pour iPhone, structure en céramique et support en noyer, **Enrico Bosa et Isabella Lovero** pour **en&is**. Système audio sans fil Sound Touch 20, Bluetooth, télécommande et pilo-tablette du smartphone (ou tablette) avec l'appli spécifique, **Bose**. Enceinte multimédia murale Osound, diffuse de la musique de tout appareil équipé Bluetooth, **Habits Studio** pour **Digital Habits**. Enceinte colonne Beolab 18, inspirée de l'icône BeoLab 8000, son diffusé selon arc horizontal à 180 degrés, structure en chêne, **Torsten Valeur - David Lewis** pour **Bang & Olufsen**. Enceinte Zeppelin Wireless, musique via Bluetooth et wi-fi accès aux systèmes AirPlay et Spotify Connect, 5 haut-parleurs et 5 amplificateurs (jusqu'à 150 watts), **Bowers and Wilkins**.

NOS REMERCIEMENTS À
SOUNDERS (POUR ADDON T10),
WWW.SOUNDERS.
AUDIOGAMMA (POUR ZEPPELIN
WIRELESS), WWW.AUDIOGAMMA.IT
PAUDESIGNCONTAINER (POUR PLANET L)
WWW.PAUDESIGNCONTAINER.COM
ASSISTANTS RÉALISATION
VERONICA LEALI ET WILSON POLEGATO
DIRECTRICE ARTISTIQUE GÉRALDINE DURA
PRODUCTION SOPHIE PERRAUDIN



Rafael Nadal en action arborant la montre antichocs (jusqu'à 5000 G) pensée pour lui: **Richard Mille RM 27-02 Tourbillon**, à remontage manuel, 734 500 fr.

Résiste!

ANTICHOCS, ÉTANCHES, INCASSABLES... LES MONTRES D'AUJOURD'HUI SONT FAITES POUR SURVIVRE AU PIRE. UNE ILLUSION D'IMMORTALITÉ?

TEXTE MATHILDE BINETRUUY

LES PREMIERS ARTICLES consacrés à Rafael Nadal, au milieu des années 2000, font fait état d'un jeu étourdissant. Le tennisman aux cuisses d'airain et au mental d'acier, véritable machine sur le court, donne l'impression de flirter en permanence avec un point de rupture. C'est sans doute ce qui a plu à Richard Mille qui a décidé d'en faire son ambassadeur et d'imaginer une montre à la hauteur de sa puissance: la RM 27-02. Son système d'absorption peut encaisser sans faillir une accélération de 5000 G.

Les modèles qui résistent aux conditions extrêmes sont de plus en plus présents dans les collections horlogères. Ils permettent aux marques d'afficher leur maîtrise technique et sont souvent associés à des records sportifs qui cautionnent leurs performances. L'histoire regorge de montres accompagnant des champions en plein exploit. Ainsi, l'Oyster de Rolex accrochée au cou de la Britannique Mercedes Gleilze en 1927 lors de sa traversée de la Manche. Quelle meilleure preuve de son étanchéité? Mais aussi l'Omega Speedmaster Professional, au poignet de Buzz Aldrin lorsqu'il foula le sol lunaire en 1969, connue depuis sous le nom de Moonwatch. Avant d'obtenir son passeport pour la lune, la montre survit à une batterie de tests: magnétisme, variations de température, humidité, apesanteur, chocs, accélération linéaire, vide, pression et vibrations. Citons aussi la Mark XI signée IWC qui rendit un fier service à la Royal Air Force dans les années 1950 en satisfaisant ses besoins spécifiques en conditions de vol avec son mouvement amagnétique.

Aujourd'hui, les marques vont encore plus loin et empruntent à l'industrie automobile et aéronautique des matériaux high-tech. Ainsi, le titane grade 5, qui offre une grande résistance à la corrosion et une rigidité extrême mais également la céramique, ultrarésistante et très légère. L'objectif? Gagner la course à l'innovation en développant des modèles destinés à Terminator... Le meilleur exemple en la matière est Casio. Avec sa G-Shock, la marque nipponne a inventé en 1983 la montre dotée de superpouvoirs. Elle a capitalisé sur un «Triple 10» soit dix ans de durée de vie pour la pile, 10 bars de résistance à la pression, 10 mètres de résistance aux chutes. Imaginée à l'origine pour les ouvriers du bâtiment japonais qui avaient besoin d'une montre adaptée aux conditions de leur métier, elle n'a cessé de se renouveler avec l'ajout de nouvelles fonctions.

Esprit warrior

Dans la vie 2.0 qui est désormais la nôtre, cette solidité à toute épreuve est justement le bonus. En plus de donner l'heure et de chronométrer les longueurs en piscine du dimanche, la montre a tout à gagner à proposer ce mérite supplémentaire. Certes, nous passons le plus clair de nos jours à pianoter sur un clavier, mais dans nos têtes, nous sommes tous des aventuriers, parés pour l'impossible. Avec sa Big Bang Unico Saphire, Hublot propose ainsi un matériau presque aussi dur et résistant aux rayures que le diamant: le saphir. La Panerai Luminor Submersible 1950 Carbotech™ est taillée dans un matériau composite insensible à la corrosion tandis que la TAG Heuer Aquaracer 300 m en version Black Titane résiste aux flammes. On n'oublie pas la Victorinox dont le bracelet peut dérouler des filins de survie ni la Tudor North Flag qui survit à un séjour dans les glaces...

Evidemment, ce n'est pas fini. On est toujours dans l'expectative d'une nouvelle innovation. «Qu'est-ce qu'on pourrait bien inventer de plus?» Cette question hante les départements R&D dont le job est de surenchérir. On ne peut s'empêcher de se la poser à soi-même. On a en effet fort peu de chance d'être un jour confronté à des températures extrêmes, de lancer sa tocane depuis un building pour vérifier qu'elle fait toujours tic-tac une fois en bas, de voyager dans la stratosphère, etc. Les marques le savent pertinemment. C'est un rôle qu'elles nous vendent et pour notre plaisir frissonnant, elles nous font entrer, nous, grands enfants, dans la peau de James Bond. ●



Casio G-SHOCK Mudmaster, résistante aux chocs, aux salissures, aux vibrations. Equipée d'une pile ayant une durée de vie de dix ans. 998 fr.

Victorinox I.N.O.X. Paracord Bracelet en paracorde ultrarésistant (250 kg de rupture), mouvement quartz, Ronda 715, 585 fr.

TAG Heuer Aquaracer 300 mètres Résiste à la corrosion, au feu. Mouvement mécanique à remontage automatique. Calibre 5, 2600 fr.



Tudor North Flag Résiste 50 heures à -20°C (froid, glace) mouvement mécanique à remontage automatique. Calibre MT5621, 3500 fr.

Panerai Luminor Submersible 1950 Carbotech™ Résiste à la corrosion. Étanche 300 m. 47 mm, automatique. Calibre P.9000, 16 000 fr.

Hublot Big Bang Unico Saphire Inrayable, mouvement mécanique à remontage automatique. Calibre HUB 1242 Unico. 55 000 fr.

LIBÉREZ LA CRÉATIVITÉ DU CAFÉ

PAR NESCAFÉ® DOLCE GUSTO®



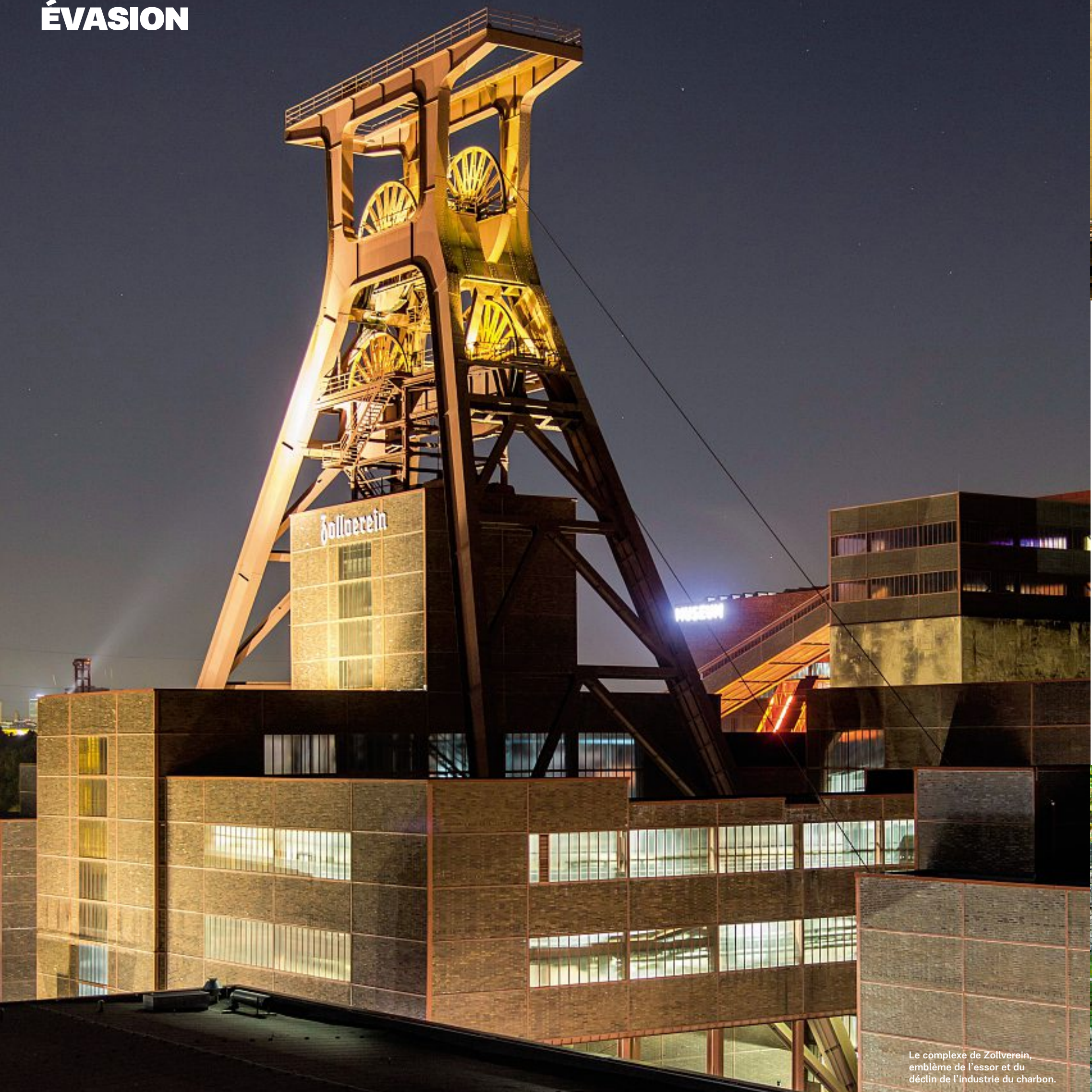
NESCAFÉ® Dolce Gusto® donne une nouvelle dimension au café en présentant son dernier design : Eclipse

En un seul geste, la machine s'ouvre et se ferme d'un mécanisme qui transforme une pièce de design en une incroyable machine à café. Sa technologie intuitive «touch» permet de créer de puissants espressi, mousseux latte machiattos ou Grande tout en passant par de savoureux chocolats chauds.

Disponible sur www.dolce-gusto.ch

COFFEE IS NOT JUST BLACK





Le complexe de Zollverein, emblème de l'essor et du déclin de l'industrie du charbon.

10

MONUMENTS INDUSTRIELS

POUR VOYAGEURS EN QUÊTE DE MÉMOIRE, LE PATRIMOINE INDUSTRIEL EUROPÉEN INVITE À UN PLONGEON DANS LE PASSÉ.

TEXTE GLORIA KARTHAN ET RENATA LIBAL



1 Essen, Allemagne

A la gloire du charbon

Le site Les habitants de la région l'appellent la «Tour Eiffel de la Ruhr»: avec ses 55 mètres d'acier, le puits d'extraction est le symbole de la houille de Zollverein. De 1851 à 1986, l'activité minière battait son plein sur l'immense complexe en périphérie nord de la ville d'Essen. Aujourd'hui, cette zone fréquentée par les touristes compte aussi le Musée de la Ruhr ainsi que le Red Dot Design Museum, une ancienne chaufferie reconverte en musée par l'architecte vedette Norman Foster. (Ci-dessus: le restaurant Casino Zollverein logé dans l'ancienne halle du compresseur).

Le contexte L'extraction du charbon commence dans la Ruhr, surnommée «Kohlenpott» (pot à charbon), dès le début du XIX^e siècle. Pendant la période faste, la région compte quelques 300 puits, indispensables à la production de fonte et d'acier pour l'Allemagne industrielle. Depuis que la mine de Zollverein est inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO, la région est une destination prisée.

Ruhr Visitorcenter, Gelsenkirchener Straße 181, Essen. Tlj 10-18 h. Billets combinés, visites guidées. www.zollverein.de

2 Kinderdijk, Hollande

Moulins au vent

Le site A l'est de Rotterdam, les siècles ont vu se succéder d'âpres combats entre les marécages et les terres cultivables, qui ont conduit à l'élaboration d'un système de drainage dès 1277. Ce petit chef-d'œuvre de travail hydraulique d'assèchement n'a cessé de se perfectionner au fil des siècles, avec digues, réservoirs, stations de pompage... et surtout les fameux 19 moulins à vent, dont les derniers ont été construits en 1740. Le paysage est préservé (réserve naturelle) et les itinéraires à pied ou à vélo rendent l'expérience ludique, tandis que le froid hivernal permet, parfois, de patiner sur les canaux gelés.

Le contexte Outre les moulins charmants de ce site, la Hollande en compte plus de 1000, qui symbolisent la créativité et le génie hydraulique dans un pays dont les terres les plus basses sont à 7 mètres en dessous du niveau de la mer.

Nederwaard 1, Kinderdijk. Deux moulins-musées et une station de pompage ouverts à la visite, tlj 9-17 h 30 mars à fin octobre; 11-16 h en hiver (fermeture annuelle du 31.12 au 10.2) www.kinderdijk.com

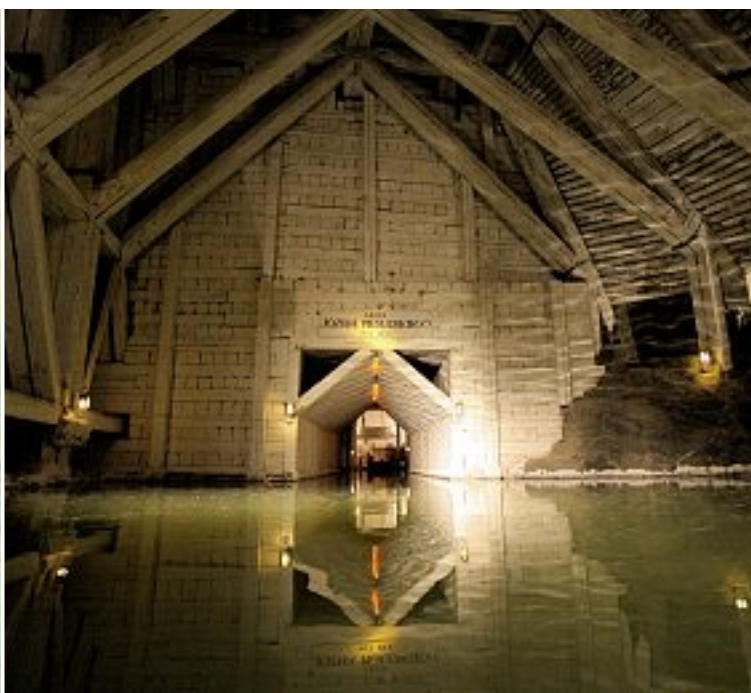
3 Calais, France

La dentelle sur son métier

Le site Un musée en cinq espaces a été aménagé dans l'ancienne usine de dentelles Boulart. Le bâtiment d'origine date de 1874 et, au pic de sa prospérité, il résonnait du bruit de 2744 métiers à tisser, conduits par 31 000 salariés. Aujourd'hui, le visiteur découvre de vastes galeries expliquant les diverses techniques de fabrication du tissu arachnéen. D'autres galeries laissent la place à des créations textiles, anciennes et contemporaines.

Le contexte Le premier métier à tisser mécanique arrive d'Angleterre en 1809 – illégalement en raison du blocus édicté par Napoléon et donc en pièces détachées. Voilà qui explique que la région Nord-Pas-de-Calais se soit lancée très tôt dans la production de tulle, puis d'autres dentelles somptueuses grâce aux machines Leavers. Au début du XX^e siècle, cette industrie faisait vivre la moitié de la ville. Aujourd'hui, seule une dizaine de fabricants fournissent la haute couture en dentelles de Calais.

Cité internationale de la dentelle et de la mode, quai du Commerce 135, Calais. Ouvert tlj sauf mardi 10-18 h.



4 Laponie, Finlande

L'or des rivières

Le site Il y a l'éclat de l'or mais surtout le romantisme de sa prospection au grand air dans un paysage de forêt boréale. Au-delà du cercle polaire, le long des rivières Ivalojoki et Lemmenjoki, les chercheurs d'or se succèdent depuis les années 1870 quand la Finlande dépendait de la Russie des tsars... On se plonge dans l'atmosphère d'alors à l'ancien QG de l'administration impériale, le petit village de Kultala (le village de l'or) aujourd'hui restauré. La balade au fil d'un sentier de l'or de 7,6 km côtoie mines et concessions anciennes, tandis qu'au musée Tankavaara Gold Village, on apprend tout sur l'or, s'initiant même au travail de l'orpailleur. Et celui qui trouve des pépites les garde!

Le contexte Si la ruée vers l'or a débuté à Kultala au XIX^e siècle, aujourd'hui l'extraction de l'or s'effectue très sérieusement dans la mine lapone de Kittila, principal producteur d'or primaire d'Europe. Ses réserves contiendraient 4,4 millions d'onces d'or... L.P. Visite libre du village Kultala; musée de Tankavaara ouvert tlj 9 - 17 h et du lundi au vendredi 10-16 h entre octobre et mai. Visites des endroits encore exploités depuis Njurgalahti. www.visitfinland.com

5 Wieliczka, Pologne

Une ville de sel

Le site Inaugurée il y a plus de sept siècles, la mine de sel au sud-ouest de Cracovie est la plus ancienne entreprise de Pologne. Cette véritable ville nichée à 300 m sous terre dispose de plusieurs chapelles, d'un musée et d'une auberge. Les touristes peuvent opter pour la visite classique ou pour la route des mineurs. Equipés de la tenue de travail typique, ils expérimentent alors la vie souterraine en mesurant la concentration de méthane et en extrayant du sel. Une fois remontés, ils peuvent profiter de l'un des nombreux soins proposés par le centre de cure, de l'inhalation de sels à la photothérapie.

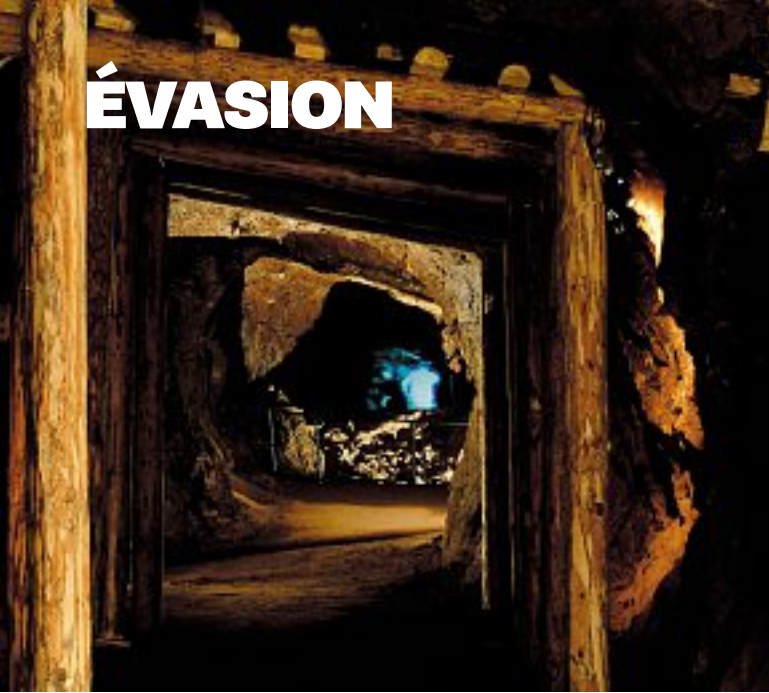
Le contexte L'extraction du sel débute en Pologne dès le Moyen Age et Wieliczka a toujours été la capitale du sel. Le précieux minéral est obtenu, à l'époque et à nouveau de nos jours, par tamisage à partir de multiples sources. Au XIV^e siècle, les mines de sel représentaient près d'un tiers des revenus de l'Etat. Elles finançaient l'entretien des châteaux et de la cour royale avant de devenir un instrument de puissance. Mine de sel de Wieliczka, Daniłowicza 10, Wieliczka. Tlj d'avril à octobre 7 h 30-19 h 30, novembre à mars 8-17 h.

6 Meisenthal, France

L'art de la boule

Le site La verrerie de Meisenthal, dans les Vosges du Nord, est un centre d'excellence dans les années 1900, servant de laboratoire créatif au fameux Emile Gallé, celui des vases Art nouveau. Depuis 1704, des dizaines de pièces utilitaires sont réalisées là. Mais l'usine rate le virage de la modernisation et ferme dans les années 1970. Or le savoir-faire resté vivace et le site désaffecté reprennent vie en 1978 – d'abord avec un musée, puis avec un centre verrier de démonstration. D'anciens ouvriers transmettent leur technique et proposent des démonstrations publiques. Une collection de boules de Noël (anciennes ou imaginées par des artistes contemporains) donne une nouvelle vocation au centre.

Le contexte La création artisanale de verre, en Europe, s'est pratiquement éteinte. Restent, ou parfois renaissent, des centres de compétences pointus, qui créent des pièces d'exception avec des artistes. Centre international d'art verrier (CIAV), Meisenthal, Ouvert tlj 14-18h (sauf mardi) de mars à octobre. Du 11 novembre au 29 décembre: démonstration et vente de Noël. www.ciav-meisenthal.fr



7 Travers, Suisse

Roulez-les dans l'asphalte!

Le site Il n'y a plus de chevaux dans les couloirs souterrains (plus de 100 kilomètres). Le dernier a quitté la mine d'asphalte en 1973, avec la mécanisation de l'extraction d'asphalte. Mais la mine (la seule d'asphalte végétal au monde) a définitivement fermé en 1986, incapable de résister à la concurrence étrangère et aux bitumes artificiels. Depuis, un kilomètre de couloir a été dévolu à la narration in situ et le visiteur y découvre les conditions de vie des mineurs durant plus de deux siècles, depuis la découverte du gisement en 1711. Le café attenant sert du jambon cuit à basse température dans sa coque d'asphalte: une gourmandise parfumée inspirée des repas de fête des ouvriers d'antan.

Le contexte L'asphalte du Val-de-Travers a servi au revêtement de rues à Rio de Janeiro ou New York. Plus près de nous: le grand pont de La Chaux-de-Fonds ou les galeries anti-avalanche au Simplon.

Site de la Presta, Travers (NE): visite tjl à 10 h 30 et à 14 h d'avril à fin octobre; du vendredi au dimanche à 14 h 30 de novembre à mars (ou sur réservation). Jusqu'au 4 décembre: exposition «Bleu de travail et salopette».

8 Carrare, Italie

Noble marbre à l'ancienne

Le site Les cimes sont blanches et miroitent de loin, mais ce n'est pas de neige qu'il s'agit. Dans plus de 150 carrières à ciel ouvert de la région de Carrare, en Toscane, les ouvriers brisent le marbre immaculé. Chaque an voit 5 millions de tonnes de cette pierre superbe partir dans le monde entier. La montagne a été métamorphosée en amphithéâtres successifs, aux contours estompés par les nuages de poussière, durant les heures de travail. On peut visiter la carrière encavée de Fantiscritti, avec des explications sur les techniques d'extraction.

Le contexte Le marbre exceptionnel de la région (uniforme, avec très peu de veinules) a incité les Romains déjà à s'approvisionner là. Mais la renommée de Carrare tient surtout au sculpteur de la Renaissance, Michel-Ange, qui venait sur place choisir ses blocs.

Visites guidées (en jeep) proposées par divers agences. Possible aussi en solo (vélo, treck). Infos à l'Office du tourisme: www.apmassacarrara.it/ En ville: Musée municipal du marbre, via Miseglia Fantiscritti, ouvert tjl (sauf dimanche) 9-17h.; Duomo, église pleine de statues...

9 Chatham, Angleterre

On the docks

Le site C'est en 1586 que les premiers bateaux sortent du chantier naval de Chatham, sur la rivière Medway, à 50 km au sud-est de Londres. Fermé en 1984, il accueille désormais les visiteurs pour admirer un trois-mâts ainsi qu'un sous-marin ou fabriquer des cordages dans la plus longue corderie du monde. Tout proche s'étend le parc de loisirs Dickens World: on y découvre en partie la même période, sous un angle davantage axé sur la vie sociale.

Le contexte L'Empire britannique n'aurait sans doute jamais existé sans sa vaste flotte maritime. Le chantier naval de Chatham a joué un rôle important dans l'histoire navale du pays grâce à ses 1600 constructeurs de navire, forgerons, voiliers et cordiers. Idéalement situé dans la ville portuaire du comté du Kent, au sud-est de l'Angleterre, le chantier a ainsi pu fournir quelque 400 navires de guerre de la Royal Navy et les lâcher directement en pleine mer.

The Historic Dockyard, Chatham, Kent. Ouvert tjl d'avril à octobre 10-18 h; de novembre à mars 10-16 h. Fermé de début décembre au 11 février. www.thedockyard.co.uk



Pour mieux comprendre **l'âme de l'industrie** les lieux sont souvent présentés en l'état, avec bruit et poussière



Un voyage dans le passé, avec ce cheval de la mine d'asphalte du Val-de-Travers.

10 Pilsen, Rép. tchèque

Source de bière

Le site Avant tout, il y a l'odeur, chaude et douce-reuse, de houblon et de malt. La bière légendaire portant le nom de Pils se fabrique derrière le monumental portail historique de la brasserie Pilsner-Urquell depuis 1842, avec la première recette à base de fermentation basse. Le succès de cet or liquide ne s'est jamais démenti depuis... Les installations sont ultramodernes, mais le visiteur peut toujours admirer une partie de la bière produite à l'ancienne, dans des cuves en chêne.

Le contexte Le goût de la bière est intimement lié à l'histoire tchèque et le pays bat tous les records de consommation par habitant (dans les 135 litres par an). Les premières brasseries datent du XII^e siècle, souvent au cœur des monastères. D'autres brasseries se visitent, à Prague (Staropramen), à České Budejovice ou Trebon. Mais c'est bien Pilsen qui a révolutionné cette industrie.

Pilsner Urquell Visitor Centre, Brasserie et musée, U Praždroje 7, Plzeň, ouvert tjl 10-18 h d'avril à septembre, 10-17 h d'octobre à mars. <http://pilsnerurquell.com>

L'avènement du tourisme industriel

Les voyageurs modernes ont visité bien des églises, arpenté mille musées, photographié moult paysages bucoliques. Pour varier l'attrait de la découverte, une nouvelle approche touristique se développe depuis quelques années, qui met en valeur le patrimoine industriel et permet de mieux comprendre son évolution économique. Et les sites qui se multiplient, rivalisant d'ingéniosité muséologique, n'attirent pas que les élèves en course d'école – loin s'en faut. Anciennes mines de charbon ou de sel, usines reconstituées, souffleries de verre de démonstration... l'intérêt est grand pour ces activités qui nous relient à un héritage. Le site www.erih.net/fr recense d'ailleurs de manière très complète les principales routes industrielles en Europe. A l'évidence, ce sont les régions industriellement pionnières qui ont le mieux opéré cette conversion vers

la démonstration: l'Allemagne et surtout la région de la Ruhr, la Pologne, la République tchèque, l'Angleterre...

Si parfois la mise en scène lorgne vers le parc d'attractions (comme l'expérience Heineken à Amsterdam, où l'on nage, en film 3D, dans une piscine de bière), la plupart des sites révèlent l'âme des lieux et du contexte culturel dans lequel ils sont inscrits. Ainsi, la célèbre mine de sel de Wieliczka, en Pologne, ouvre ses chapelles aux visiteurs, avec ses sculptures saintes et ses messes dites dans les profondeurs, en résonance avec la foi qui a toujours accompagné les mineurs. Dans l'ancienne mine de charbon Michal, près d'Ostrava, en République tchèque, les guides sont souvent d'anciens mineurs et les galeries sont restées en l'état, avec des objets comme abandonnés lors d'un départ précipité. On pénètre dans ces lieux pour vivre le passé en direct.

Hotelcard – le demi-tarif pour les hôtels

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



À l'évocation du qualificatif «typiquement suisse», on pense immédiatement au fromage, au chocolat et au yodel. Mais notre pays aux multiples facettes a bien plus à offrir que la fondue, le Toblerone ou l'accordéon schwytois.

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, après une balade dans les petites ruelles typiques d'Ascona, savourez la «Dolce Vita» sur la fameuse promenade du lac. 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, 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 580 hôtels à moitié prix

Chaque jour nous élargissons notre offre d'hôtels à moitié prix sur le site www.hotelcard.ch. À ce jour, vous pouvez déjà réserver dans plus de 580 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; un moyen simple, pratique et rapide pour faire plaisir à vos proches.

Voici quatre exemples parmi 580 hôtels à moitié prix :

★★★★★
Park Weggis

Weggis | Suisse centrale



Chambre double park sud à partir de

CHF **200.-** au lieu de CHF 400.- (par chambre)

★★★★

Hotel National Resort & Spa

Champéry | Valais



Junior Suite classic à partir de

CHF **190.-** au lieu de CHF 380.- (par chambre)

★★★★

Eiger Selfness Hotel

Grindelwald | Oberland bernois



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

CHF **160.-** au lieu de CHF 320.- (par chambre)

★★★

H&R Les Inventions

Ecublens | Région lémanique



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

CHF **95.-** au lieu de CHF 190.- (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 ou deuxième 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

☎ 0800 083 083 (code de réduction *encore04*)

Le métal dans la peau

LA BEAUTÉ ADORE LES MÉTAUX PRÉCIEUX... LES PRODUITS DE SOIN EN CONTENANT TOUJOURS DAVANTAGE, ON ESPÈRE QUE LA PEAU RAYONNE DE LEUR ÉCLAT.

TEXTE SILVIA AESCHBACH

FINANCIÈREMENT, investir dans l'argent, l'or ou même le platine passe pour un choix sûr. En cosmétique, les choses sont légèrement différentes: les produits de soin enrichis de métaux sont très chers et d'une efficacité discutée. Glissées dans les fards, les poudres précieuses offrent, en revanche, un soutien apprécié depuis longtemps à cette jolie illusion qu'est le maquillage. Leurs propriétés réfléchissantes permettent de lisser les irrégularités et d'unifier le teint. Dans les crèmes et dans les lotions, les métaux sont supposés avant tout renforcer l'effet des substances actives, protéger l'épiderme des bactéries, stimuler la production de collagène et des fibres élastiques. Tiennent-ils vraiment ces promesses de l'industrie beauté ou ne sont-ils rien d'autre qu'un coûteux gadget? Il est certain que la cosmétique de luxe relève de l'émotionnel. C'est ce qu'indiquent les résultats d'une étude allemande actuelle: la moitié des consommatrices disent que l'achat de tels produits les rend plus heureuses et détendues, et les trois quarts qu'elles renonceraient plus volontiers aux bijoux qu'à leur soin exclusif...

Un voile doré

Revenons à la question de l'efficacité des métaux précieux dans les soins de la peau. Très utilisé dans les produits antiâge, l'or est connu pour son action antibactérielle, mais aussi irradiante: le métal diffracte la lumière sur la surface de la peau et la couvre ainsi d'une sorte de voile. Les produits contenant des nanoparticules et nanopeptides d'or peuvent en outre apporter élasticité et hydratation. C'est en tout cas la promesse. «Mais il n'existe aucune étude, déclare la spécialiste en médecine esthétique Mandana Péclard, qui prouve que les métaux précieux combattent les rides. Au contraire des cosméceutiques qui interviennent sur les couches profondes de la peau, les lotions et les crèmes qu'on trouve en grand magasin ou parfumerie ne pénètrent pas au-delà de la surface de l'épiderme.» Dans son cabinet zurichois la doctoresse prescrit pourtant régulièrement des crèmes à base de zinc ou d'argent aux vertus anti-inflammatoires. Le directeur de la recherche clinique de l'hôpital Mount Sinai de New York, Joshua Zeichner, se montre, lui, très confiant dans les produits enrichis au platine. «Ce métal rend la peau plus saine, plus résistante et plus lumineuse», assure-t-il.

Si le platine dans la peau est encore une nouveauté, l'argent a fait ses preuves depuis belle lurette. Employé contre les infections lors de la Première Guerre mondiale, l'argent colloïdal (en nanoparticules) est toujours d'actualité comme antiseptique, cicatrisant et anti-acnéique.

La présence du cuivre dans un produit de soin est relativement nouvelle, même si les anciens Egyptiens soignaient leurs blessures avec une mixture à base de copeaux de cuivre, de graisse de vache et de miel... Dans la Chine ancienne aussi, on était si convaincu des vertus antiseptiques du cuivre que les pièces de monnaie ont été fabriquées dans ce métal pour éviter la transmission des maladies. Longtemps ce métal a été utilisé sous forme de gel dans les hôpitaux à cause de ses propriétés antibactérielles, aujourd'hui il fait le trend dans la dermocosmétique. Sachant que la quantité de cuivre

présent dans nos cellules diminue avec l'âge et que nos tissus perdent leur élasticité, on espère que les produits contenant cet oligoélément peuvent en nourrir directement la peau. «Ce métal booste l'élastine et le collagène», affirme la dermatologue américaine Rachel Nazarian. Elle se dit persuadée de l'efficacité du cuivre «car il est très bien absorbé par la peau». Ce qui est sûr, c'est que les produits de soin enrichis de métaux précieux sont plutôt destinés aux peaux matures; les plus jeunes pourraient surréagir (rougir ou boutonner) à tant de richesse soudaine. ☺



Platine

Pour raffermir la peau sous les yeux. *Essence Cellulaire Platine Rare* pour le contour des yeux, **La Prairie**.

Argent

Pour apaiser, pour lutter contre l'oxydation. Soins de nuit régénérant *Renewing Night Conditioner*, **Dr. Hauschka**.

Or

Pour donner de l'éclat, du rayonnement. *L'Or de Vie - La Crème*, **Dior**.

Cuivre

Pour apaiser et raffermir. Crème antiâge réparatrice *Powerful Wrinkle Reducing Cream*, **Kiehl's**.

Tous décorés

MOTIFS DE FLEURS, D'ANIMAUX, D'ARMES... LES PATCHS PIMENTENT ALLÈGREMENT LES TENUES DE L'AUTOMNE.

SÉLECTION MARIE DAMI & GLORIA KARTHAN



- 1. Blouson 100% laine, **Stella McCartney**, 2053 fr.
- 2. Bague en or jaune avec un quartz et des diamants, **Thomas Sabo**, 1750 fr.
- 3. Pantalons en soie **Valentino**, 1485 fr.
- 4. Top à bretelles en soie, **81 Hours**, 113 fr.
- 5. Bottines en cuir sauvage, **Buffalo**, env. 150 fr.
- 6. Eau de Parfum La Femme, **Prada**, 125 fr. les 50 ml.
- 1. Bague en titane, **Tiffany & Co.**, 510 fr.
- 2. Chemise viscose, **Saint Laurent**, env. 550 fr.
- 3. Blazer laine, **Philipp Plein**, 1713 fr.
- 4. Pantalon laine et mohair, **Givenchy**, env. 690 fr.
- 5. Broche en laiton doré, **Soho Soho**, env. 20 fr.
- 6. Eau de Parfum Uomo The Red, **Trussardi**, 105 fr. les 100 ml.
- 7. Sneaker en cuir, **Gucci**, 700 fr.



Mario Botta

L'ARCHITECTE SUISSE CONNU POUR SA GESTION INGÉNIEUSE DE LA LUMIÈRE CRÉE AUSSI DES OBJETS DE PETITE TAILLE. SES VASES GÉO RAYONNENT DE MILLE FEUX.

TEXTE ILARIA LONGO

DIRE DU TESSINOIS qu'il a dédié sa vie à l'architecture n'a rien d'une formule. Pour le septuagénaire, le concept vacances n'existe simplement pas! Parmi ses très nombreuses réalisations, citons le siège UBS à Bâle et la Banque Cantonale de Fribourg, mais aussi le Musée d'art moderne de San Francisco et la synagogue cymbaliste de l'université de Tel Aviv. Réaliser de petits objets intéresse toutefois également Mario Botta. Il a dessiné la collection de vases Géo pour le maître verrier Lalique.

A quoi ressemble votre intérieur?

J'ai des meubles de **Le Corbusier (1)**, des œuvres d'Alexander Calder, Alberto Giacometti... L'arrangement de sa maison représente la biographie de la personne, sa signature. C'est aussi notre dernier lieu de repli possible, quand on se sent mal par exemple. Ce ne sont pas que des mètres carrés, c'est le lieu d'appartenance à la collectivité, le lieu du souvenir. Un thème central pour un architecte.

Vous avez étudié à Venise. C'est une ville que vous fréquentez beaucoup?

Oui, le lien est très fort, j'y ai vécu cinq ans... Je travaille actuellement à la restauration d'une bibliothèque. Venise, c'est aussi chez moi!

Qu'emportez-vous toujours avec vous?

Du papier et un crayon pour faire des esquisses. Le crayon est le prolongement de mes pensées. D'ailleurs, cette année, j'ai dessiné un crayon pour **Caran d'Ache (2)**.

Vous vous êtes aussi intéressé aux spas... Comment sont vos loisirs?

C'est l'architecture qui me détend! Même quand je lis – Dürrenmatt, Calvino – je cherche des liens avec l'architecture. Je n'aime pas l'idée de loisirs car elle implique que le travail est une servitude. Je n'ai jamais pris de vacances, cela m'irriterait d'interrompre mon rythme quotidien.

Etes-vous un amateur de vins?

Disons que je remarque quand un vin me

plaît! Cela dit, j'ai dessiné beaucoup de caves à vins comme par exemple celle du **Château Faugères à Saint-Emilion (3)**.

Votre bureau est à Mendrisio, où vous avez grandi. Un restaurant du coin?

L'Ateneo del Vino (4). Le local fait aussi office d'œnothèque.

Vous avez dessiné les vases Géo pour Lalique, «miniatures d'un grand palais» selon vos mots... L'inspiration?

L'idée était de créer un objet qui amène de la lumière... **Les vases (5)** se composent de petits tétraèdres qui diffractent les rayons. Pour la forme, je me suis inspiré du Palais des Diamants de Ferrare.

Vous suivez la mode?

J'aime les créateurs italiens comme **Giorgio Armani (6)**. Je reconnais aux artisans de la mode cette capacité de faire rayonner une représentation de la beauté. Sortes d'interprètes qui réunissent des disciplines comme les mathématiques, la mécanique, l'art... ☉

Ces smørrebrød qui mettent en joie

FANCY FOOD



PAR HANSPETER EGGENBERGER

J'étais à Copenhague l'autre jour, mettant le pied en Scandinavie pour la première fois de ma vie. J'ai donc enfin pu déguster cette «nouvelle cuisine nordique», dont j'avais tant entendu parler et lu tant de descriptions. Mais ce que j'ai trouvé le plus surprenant, ce sont ces fameux smørrebrød que je ne connaissais que par le biais du *Muppet Show*: un chef danois y braillait *smørrebrød, smørrebrød som, pøm, pøm, pøm*. Je savais seulement qu'il s'agissait d'une construction au pain entre le canapé et le sandwich.

A Copenhague, j'ai découvert cette trouvaille fascinante: sur des tranches de pain noir, voire très noir, excellent – les Danois sont très forts pour le pain – poisson ou fruits de mer, saucisse ou rôti, fromage ou pomme de terre, lard ou légumes se combinent allégrement. Aussi joliment composés que décorés dans les endroits les plus gastronomiques, ils sont dégustés dans les formes, avec un couteau et une fourchette.

Le Danois mange généralement ses deux ou trois smørrebrød à midi, en guise de «frokost» (déjeuner). Il prend le temps de les apprécier, bien assis à une table, alors que chez



nous, les obligations réduisent le plus souvent le repas de midi à un sandwich avalé en vitesse par un travailleur multitâche.

Le Danois ne se laisse pas facilement stresser. Il aime les choses tranquilles, confortables, agréables. Il a un mot pour cet état: *hygge*. Que le français n'a pas, mais que l'allemand connaît un peu avec son fameux *gemütlich*. Visiblement *l'hygge* rend heureux. Selon la plus récente édition par l'ONU du World

Happiness Report (le bonheur mondial), les Danois sont les êtres les plus heureux du monde. Nous, les Suisses, nous trouvons juste derrière, au deuxième rang, les Allemands pointent au 16^e rang, les Français au 32^e.

Malgré notre score, je pense qu'un peu de décontraction nous ferait le plus grand bien. Un rien de *hygge*... Ce qui signifie aussi: prendre du temps pour manger. Et donc smørrebrød plutôt que sandwich. ☺

Plus beau, plus goûteux, plus souriant qu'un sandwich, le smørrebrød rend aussi plus heureux.

ADRESSES

81 HOURS & STELLA MCCARTNEY

Via www.mytheresa.com

ADLER

www.adler.ch

ARTEMIDE

www.artemide.com

AUDIO PRO

www.audiopro.com

www.sounders.it

BANG & OLUFSEN

www.bang-olufsen.com

BOSE

www.bose.ch

BOTTEGA VENETA

www.bottegaveneta.com

BOWERS AND WILKINS

www.bowers-wilkins.de

www.audiogamma.it

BUCHERER

www.bucherer.com

BUFFALO

www.buffalo.de

BULGARI

www.bulgari.com

CARTIER

www.cartier.com

CHOPARD

www.chopard.com

DANESE MILANO

www.danesemilano.com

DIGITAL HABITS

www.digitalhabits.it

ELIPSON

www.elipson.com

www.paudesigncontainer.com

EN&IS

www.enandis.com

FENDI CASA

www.luxurylivinggroup.com

FLOS

www.flos.com

FONTANAARTE

www.fontanaarte.com

FOSCARINI

www.foscarini.com

GARVAN

www.garvanacoustic.com

GIVENCHY

Via www.farfetch.com

GOBIGOLD

www.carusomenswear.com

GÜBELIN

www.gubelin.com

GUCCI

www.gucci.com

H&M X KENZO

Dans les magasins suivants:

rue de la Croix-d'Or 4, Genève

rue du Pont 16, Lausanne

Bahnhofstrasse 71, Zurich

Bahnhofstrasse 92, Zurich

Marktgassee 6, Berne

Clara Shopping,

Greifengasse 36, Bâle

Piazza Dante 1, Lugano

et sur www.hm.com

HUBLLOT

www.hublot.com

LABORATORIO AUDIO

www.laboratorioaudio.it

LUCEPLAN

www.luceplan.com

MARCEL WANDERS & MOOOI

Via www.connox.ch

NATUZZI

www.natuzzi.ch

OLUCE

www.oluca.com

PHILIPP PLEIN

www.plein.com

PRADA

www.prada.com

RADO

www.rado.com

SAINT LAURENT

www.ysl.com

SOHO SOHO

www.soho-soho.com

TASCHEN

www.taschen.com

THOMAS SABO

www.thomassabo.com

TIFFANY & CO

www.tiffany.com

TRUSSARDI

www.trussardi.com

ULTIMATE EARS

www.ultimateears.com

URBANEARS

www.urbanears.com

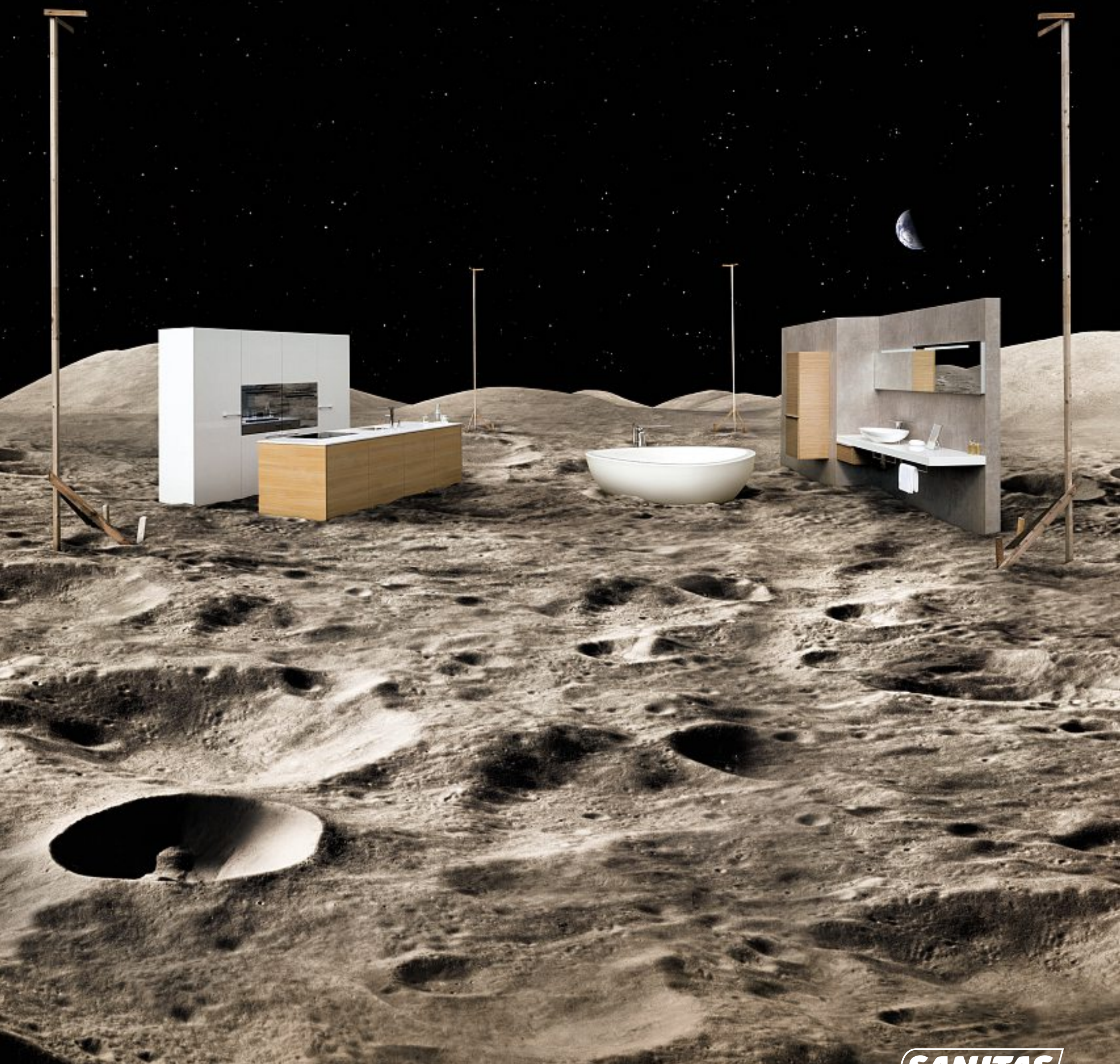
VALENTINO

Via www.stylebop.com

VIFA

www.vifa.dk

Avant tout, demain aussi: une cuisine et une salle de bains de Sanitas Troesch.



Visitez nos expositions à Basel, Biel/Bienne, Carouge, Chur, Contone, Cortaillod, Crissier, Develier, Jona, Köniz, Kriens, Lugano, Rothrist, Sierre, St. Gallen, Thun, Winterthur et Zürich. www.sanitastroesch.ch

**SANITAS
TROESCH**