

# encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

DESIGN  
Hella Jongerius  
tisse la vie  
en couleur

ICÔNE  
Les nouveaux  
visages de la  
cafetière italienne

## TECHNO

Enceintes, jumelles,  
montres, navigateurs:  
le kit chic du grand air

INDUSTRIES  
Les 10 usines à  
visiter en Suisse

OCTOBRE 2019

 Le Matin  
Dimanche



TUDOR

**#BORN  
TODARE**

LADY GAGA  
BLACK BAY  
36 S&G





# Techno | Octobre 2019

## SUJETS

### 8 Matière

Après le chrome, les robinets s'affirment en noir et mat

### 10 Design

La cafetière Moka n'a pas fini de se réinventer

### 24 Horlogerie

Le style industriel inspire des montres de caractère

### 29 Beauté

La lumière bleue des écrans, nouvel ennemi de l'industrie cosmétique

### 30 Audio

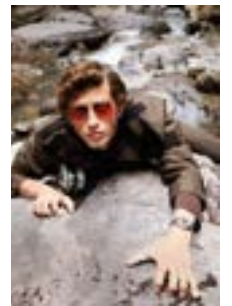
Un son sans fil et de très haute qualité ou quand le rêve devient réalité

## RUBRIQUES

**4 Merveilles:** vins, livre, bijou, montre, instruments d'écriture, bagage... **8 Trend:** le noir s'invite dans les salles de bains **10 Icône:** la machinetta **31 Ses goûts:** David de Rothschild, aventurier engagé dans la cause environnementale



Mode P. 16  
Manteau à imprimé en laine vierge, veste de costume en matière technique, chemise en nylon et pantalon en polyester, **Valentino**. Sneakers Climbers en veau et semelle en caoutchouc, **Valentino Garavani Undercover**.



## UNE

Gilet militaire en toile de laine et mohair à poches zippées, veste croisée en laine et mohair et pantalon à pinces en toile de laine et mohair, **Dior Men's collection**. Col roulé en coton, **Hermès**. Lunettes de soleil en acétate, **Acne Studios**. Montre collection Alpine Eagle Large, 41 mm, en acier Lucent Steel A223, mouvement automatique, cadran gris ardoise, **Chopard**.

**PHOTOS**  
Arthur Delloye  
**STYLISME**  
Simon Pyllyser

## Rencontrer les objets au berceau

**T**OURISME INDUSTRIEL... Qu'avez-vous prévu, au prochain jour de congé? Lecture sur canapé? Balade au grand air? Cinéma? Sans doute, sans doute... Mais nous vous proposons plus inattendu: la visite d'usine (lire nos favoris suisses, en p. 30). Depuis quelques années, le patrimoine industriel d'une région attise presque autant de curiosité que ses parcs naturels ou son offre culturelle. On scrute désormais avec gourmandise les exploits des machines-outils, on s'intéresse aux modes et conditions de fabrication, aux savoir-faire qui leur sont liés. La raison de cet engouement relève de l'évidence. Face à l'avalanche d'objets sous laquelle nous sommes engloutis (une pensée, ici,



Renata Libal,  
rédactrice en chef

pour les postiers dont les remorques charrient toujours davantage de lave-vaisselles commandés en Chine...), la seule manière de garder le cap est de s'intéresser à l'histoire de chaque bricole que nous prenons en main. C'est en connaissant les coulisses de sa conception et de sa réalisation que l'on s'attache vraiment à une montre, un sac... ou une plaque de chocolat. Devant un établi d'horloger, l'amateur ressent une émotion proche de celle qu'il éprouverait devant un berceau: bon sang, ce mouvement, je l'ai vu naître! Une approche à la fois intelligente et émotionnelle, qui donne aussi d'excellents arguments à l'heure des grands tris domestiques - à la mode, eux aussi. Prenez en main chaque accessoire à l'usage discutable et demandez-lui: «D'où viens-tu, toi? S'est-on vraiment rencontrés?»



Quand la lumière frappe la bague, le message est révélé

## BIJOU

# Que la lumière soit

C'est magique, c'est poétique. Qui n'a perdu ses pensées dans les dessins des reflets d'un soleil qui tape dans un verre, ou dans l'eau? Le phénomène est physique. Une start-up lausannoise, Rayform, issue du vivier de l'EPFL, en a percé les secrets pour le reproduire et le discipliner. C'est ainsi qu'est née la nouvelle marque The Rayy qui utilise cette technologie extrêmement pointue. Résultat? Des bagues en or (rose, jaune ou blanc) 18cts au design pur, sobre, qui réfléchissent un message, une date ou une dédicace. Ces derniers ne sont révélés qu'au contact direct d'un faisceau de lumière, artificielle ou



Deux modèles de la collection DOT.

naturelle. La surface de chaque bijou est structurée avec grande précision, de façon à refléter les rayons lumineux pour former le message souhaité – sans que le message secret ne soit aucunement perceptible sur le métal. C'est le soleil qui révèle le mieux la «gravure» cachée qui est alors projetée alentour. Trois collections d'anneaux classiques sont disponibles, pour hommes et femmes, dessinées par la styliste romande Noémie Arrigo. La version solitaire est particulièrement spectaculaire, puisque le diamant contribue à l'illumination de ses propres reflets. Estelle Lucien  
Vente en ligne, dès 2850fr., sur [www.therayy.com](http://www.therayy.com)

## BONNE BOUCHE

# En rouge vif



PAR **PIERRE THOMAS**

Si je vous le décris: robe sombre, reflets violacés, nez profond, attaque en bouche épicée, savoureuse, riche (14,5° d'alcool), chaude, avec une note finale de café, de poivre, qui appelle une viande rôtie ou du gibier, où allez-vous le poser sur la carte vitivinicole mondiale? Si je vous dis qu'il est tiré du cépage «nerolo», croisement de gamaret et de nebbiolo? Que dire, si ce n'est que vous n'en avez (encore!) jamais bu? Voilà donc le dernier vin, en attendant le «comarelo», croisement de gamaret et de cornalin, mis dans le circuit par Christian Dugon. D'accord, je tiens ce vigneron de Bofflens (VD), village viticole improbable (sans pied de vigne...) d'une région méconnue, les Côtes-de-l'Orbe, pour l'un des plus talentueux du pays de Vaud. Et reconnu: il figure dans le top 125 des vigneron de Suisse du jury Gault Millau et dans le cercle d'Arte Vitis, réunissant, par cooptation, une quinzaine des meilleurs vigneron vaudois. Il sera, pour la première fois, parmi les 16 vigneron du deuxième Salon des Côtes-de-l'Orbe, à Daillens, le vendredi après-midi 1<sup>er</sup> et le samedi 2 novembre toute la journée, avec, aussi, quelques confrères du Vully triés sur le volet. Ce «nerolo», comme les autres «nouveaux cépages de Changins», feront l'objet d'une «master class», que j'animerai, à 17 h., le vendredi, après en avoir présentés certains à l'Ambassade de Suisse à Pékin, un mois plus tôt... Parce que, adaptés aux terroirs variés de régions diverses (comme

le «bon côté» du Gros-de-Vaud et le pied du Jura, de Genève à Bâle), au climat qui se réchauffe (du 14,5° sans ajout de sucre d'Aarberg pour un rouge!), ces cépages, élevés en fût de chêne, j'y crois! Pour les dégustateurs sceptiques, Christian Dugon signe un des plus vaillants chardonnays de Suisse, un pinot noir tirés des clones les plus subtils d'outre-Jura et un gamay d'Arcenant, une sélection remise en lumière en Côte-d'Or.



### L'étiquette:

Gamaret x Nebbiolo 2017

Le prix: 35 francs

L'adresse: [www.dugon.ch](http://www.dugon.ch) et [www.lesalondescotesdelorbe.ch](http://www.lesalondescotesdelorbe.ch)

## ÉCRITURE

# Rouge la lutte

Montblanc s'engage et renouvelle sa collaboration avec (RED) pour collecter des fonds destinés à la lutte contre le sida. Pour la deuxième année consécutive, la marque habituée au noir et blanc explore le rouge et présente des pièces labellisées (MONTBLANC M) ROUGE, bagages et instruments d'écriture. A l'achat de ces objets, un don de cinq euros, soit plus de 25 jours de médicaments vitaux, est reversé au fonds mondial pour soutenir les programmes agissant contre le sida. «La mission de Montblanc est de créer des produits pour les personnes qui cherchent à laisser leur marque, qu'il s'agisse de suivre leur propre ambition, d'agir pour le bien ou d'avoir un impact positif sur leurs communautés et sur le monde», explique Nicolas Baretzki, PDG de Montblanc. E.L.

La collection (MONTBLANC M) ROUGE, en palladium nickelé brossé, laqué de rouge sur l'avant du roller (1170fr.) et de la plume (1485fr.).





Une assiette composée comme un tableau.

LIVRE

## Mise en plat

La manière d'organiser les aliments ou le choix de la vaisselle a une influence sur notre perception d'un plat. Au point qu'un livre est consacré à cet art de la mise en scène culinaire ou *plating*. Du tofu aussi fin que la soie qui, une fois découpé, ressemble à une fleur de chrysanthème; du jambon roulé aussi léger qu'un nid de plumes; des biscuits Oreo teintés à l'encre de seiche servis sur du charbon de bois; ou des asperges fraîches ornées de lamelles déshydratées. Fumée, glace et mélanges de couleurs entrent aussi en jeu dans la composition de ces tableaux culinaires. Ces derniers proviennent d'établissements avant-gardistes établis aux Etats-Unis, en



Un ouvrage qui présente des mises en scène culinaires aussi inspirantes qu'appétissantes.

Australie ou au Danemark, dont le Noma de Copenhague est le plus connu. Mais cela vaut la peine de se souvenir des restaurants moins célèbres qui sont présentés dans le livre. *Story on a Plate* est un ouvrage qui met en appétit: beaucoup d'images, peu de texte et une courte section pratique avec des conseils, par exemple, sur le maniement de la pince à épiler. Après la lecture, on a qu'une seule envie: se rendre à la cuisine et tenter de reproduire les photos. L'ouvrage reflète aussi les tendances alimentaires actuelles. On notera que beaucoup d'aliments sont présentés sur du foin. *Claudia Schmid*

«*Story on a Plate*», Gestalten, env. 40 fr.

LUXE

## Montre-moi ta montre...



Un happening? Une installation d'art contemporain? Presque... La vitrine sculpture réalisée en exemplaire unique pour l'horloger Hublot a tout de la rock star: après une première à la foire de Bâle, elle part en tournée au Mexique, à Singapour, à Tokyo. Son show est bien rodé, avec films, musique et effets spéciaux chorégraphiés d'un écran à l'autre, la montre (la vraie) surgissant régulièrement de la fantaisie visuelle pour mieux se faire désirer. Ce séduisant présentoir promotionnel hautement connecté est l'œuvre de l'entreprise familiale Dietlin Swiss Showcases (à l'origine une ferronnerie d'art) sise à Romanel-sur-Lausanne, dans une zone industrielle qui ne paie pas de mine. Xavier Dietlin, ancien footballeur et actuel créatif en vitrines, réinvente là l'art d'exposer les montres. «Il faut attirer l'attention des jeunes générations sur ces objets hors du commun», commente-t-il. Pour cela, il développe un langage visuel et tactile issu du gaming. Comme aussi cette vitrine sans vitre, qui incite à toucher, mais se referme d'un feulement de fauve si la main s'approche trop. Roarr.... *Renata Libal*



ACCESSOIRE

## Le fluo, pour seul bagage

Faussement transparente, réellement fluo et résolument cool: la valise issue du mariage entre voyage et mode street se repère d'emblée sur le convoyeur. Sac à dos léger et port USB inclus. *RL*

Valise Neopulse Samsonite x Diesel, disponible dès le 20 octobre en 4 tailles, dès 350 fr. Existe aussi en sac mou Paradiver Light.



Le fauteuil réédité du complexe du capitole, à Chandigarh, attribué à Pierre Jeanneret.

DESIGN

# Retour à Chandigarh

D'habitude, il n'y en a que pour Le Corbusier... On le sait bien, allons, que sa patte a marqué l'esthétique du XX<sup>e</sup> siècle! Depuis des années, l'éditeur de meubles italien Cassina explore les archives modernistes pour continuer à produire ses meubles, au plus près des modèles historiques mais en intégrant les innovations techniques. Or, en y regardant de près, les signatures esthétiques de ses proches collaborateurs sont de plus en plus claires. Dans sa collection *I Maestri*, Cassina édite ainsi de nombreuses pièces de (ou attribuées à) Charlotte Perriand, qui a d'ailleurs fait l'objet d'une vraie réhabilitation, et se voit exposée, jusqu'en février, à la Fondation Vuitton à Paris. Dans ce même esprit de «rendre à César...», Cassina ressuscite cette année quatre pièces de mobilier très certainement dues au talent de Pierre Jeanneret et réalisées dans les

années 1950, dans le cadre du grand projet de Chandigarh. A l'époque, le premier ministre Nehru a chargé Le Corbusier de repenser la ville, en célébration de l'indépendance de l'Inde et de son entrée dans la modernité. Il s'agit sans doute là de l'œuvre la plus aboutie du grand architecte, qui a imaginé la ville comme un corps, avec le complexe du capitole comme tête, où siégeait la Haute Cour, le secrétariat et l'Assemblée. C'est le mobilier de ce capitole qui fait l'objet d'une réédition: une table de travail en teck et verre, un fauteuil de cuir et deux modèles de chaises en bois et rotin rendent hommage à l'inspiration du designer suisse, cousin de Le Corbusier. Pierre Jeanneret a travaillé sur ce chantier jusqu'à sa mort, en 1967, à 71 ans. Il a toujours su concilier une vision esthétique européenne avec une tradition artisanale locale. *Renata Libal*

COSMÉTIQUE

## Double douceur



C'est le matin et le monde, dehors, s'annonce froid et cruel. Outre la consolation d'un café avec croissant, les femmes (et les hommes qui se servent sur leur étagère de salle de bains) peuvent recourir à un adoucissement moins calorique. Mais qui fait, lui aussi, du bien à l'âme. Le nouveau soin de visage Clarins s'inspire de la tradition aromathérapeutique de la maison, pour reproduire le geste prodigué en institut. Puisant à la fois dans l'émulsion et l'huile d'orchidée bleue, le doseur dépose les deux textures au creux de la main. Ah, le régal de ces senteurs qui explosent alors... *R.L.*

Clarins, émulsion-en-huile Plant Gold, 100% d'origine naturelle, 79 fr.



MONTRE

## Fumée de gitane

On peut préférer le modèle *Marine* avec un cadran en nacre blanche. On peut: il est élégant et raffiné, comme toutes les pièces qui sortent de la manufacture Breguet, à la vallée de Joux. Mais la nouvelle interprétation en laque bleue est autrement plus psychédélique, avec son effet de volutes de fumée aléatoires. *R.L.*

Breguet, *Marine* dame automatique avec date, acier sur bracelet cuir ou caoutchouc, 17 200 fr.

# La classe et la puissance

TOYS FOR BOYS



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

Il fut un temps – pas si lointain – où le vélo électrique était considéré avec un dédain unanime. Les cyclistes, les vrais, méprisaient leurs

conducteurs, qualifiés de beaufs paresseux, tandis que les motards moquaient ces bécanes fluettes qui semblaient scotchées au bitume.

Puis Stromer vint, et tout changea. En 10 ans, le constructeur suisse imposa une image de technicité vélocé qui rejaillit sur toute la branche et fit bien des émules. Dès lors, quoi de mieux pour fêter cet anniversaire, que de sortir le vélo ultime,



Stromer ST3 Anniversary Edition: 8490 fr.

celui qui renverra les concurrents directement à leur planche à dessins? C'est tout l'esprit du ST3 Anniversary Edition. Du modèle de base, l'engin reprend le moteur remarquable qui lui assure d'atteindre les 45 km/h en un temps record et de grimper sans effort. On retrouve également la connectivité chère à Stromer qui permet de verrouiller son vélo, de le placer sous alarme ou de le localiser à tout moment via son smartphone, tandis qu'à la moindre panne, un technicien peut établir le diagnostic à distance et proposer des solutions. Côté nouveautés, la capacité de la batterie a été augmentée et offre une autonomie de 180 km (!) avant de devoir «faire le plein». On ajoutera une livrée bordeaux qui lui donne une classe tout anglaise, encore accentuée par la selle et les poignées, signées Brooks, mais aussi par les sacoches imperméables, spécialité de l'équipementier allemand Ortlieb.

stromerbike.com



SYSTÈME D'ASSISES **ALEXANDER** | DESIGN RODOLFO DORDONI  
DÉCOUVREZ-EN PLUS DANS [MINOTTI.COM/ALEXANDER](http://MINOTTI.COM/ALEXANDER)

AGENT HENRIK MAASZ  
T. 091 7911008 - [INFO@PMOBILE.CH](mailto:INFO@PMOBILE.CH)  
LISTE DE REVENDEURS: [WWW.MAASZ.CH](http://WWW.MAASZ.CH)

SERVICE DE DÉCORATION D'INTÉRIEUR DISPONIBLE CHEZ LES REVENDEURS AUTORISÉS MINOTTI

# Minotti



Un robinet comme un bijou,  
Axor, Edge, My Edition Black

## L'eau, en noir

**P**OURQUOI FAUDRAIT-IL DONC que les salles d'eau fussent blanches? Si, à l'origine, à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les bassines et bidets des appartements européens se devaient d'étinceler d'émail immaculé, pour bien souligner l'intérêt nouveau pour l'hygiène, cette pièce a connu moult variations chromatiques au cours des décennies et, plus récemment, des inspirations de design. Ces dernières années, sous l'influence des espaces spas si prisés dans l'hôtellerie de luxe, les salles de bains privées sont devenues des lieux de vie où prendre son temps, parfois dotées de jacuzzi et autres délices délassants. Sur le plan esthétique, la pierre naturelle a souvent accompagné ce mouvement, transformant la pièce en grotte obscure où plonger, comme un ressourcement, à l'intérieur de soi-même. Mais voilà qu'un nouveau pas est encore franchi en direction du monochrome noir sur noir, dans sa conception la plus couture: la robinetterie à son tour renonce

au chrome et aux brillances froides pour flirter avec une esthétique hautement sophistiquée. Un fabricant comme l'Espagnol Noken, qui travaille étroitement avec des designers de renom, propose depuis peu un fini noir mat pour ses lignes Urban et Round – outre, évidemment, les nouvelles technologies qui permettent d'économiser l'eau. Le suisse KWC fait de même avec la ligne très épurée Zoé. De son côté, la marque de référence Axor sort cette année une version très noire et très luxueuse, Edge, peaufinée par le designer Jean-Marie Massaud. On joue là sur des volumes de cubes asymétriques, facettés avec une précision de diamantaire et recouverts d'un fini PDV satin black. «Davantage qu'un robinet, chaque élément est un bijou», se réjouit Massaud. Symboliquement, l'eau redevient ainsi ce qu'elle n'aurait jamais dû cesser d'être: une matière première à honorer, à mettre en valeur, à chérir à chaque mouvement de robinet précieux. ☉

TEXTE RENATA LIBAL





Piaget Possession Bucherer BLUE



“I MAKE INFINITY VISIBLE.”  
**WHAT’S YOUR  
EXCEPTIONAL?**

Claudia Moseley, Conceptual Artist

**BUCHERER**  
**BLUE**

Inspired by Innovation • Driven by Passion • Exclusively for Bucherer  
[bucherer.com](http://bucherer.com)



LA VARIATION RÉCENTE DE LA MACCHINETTA EST SIGNÉE CHIPPERFIELD POUR ALESSI. MAIS L'HISTOIRE



COMMENCE CHEZ BIALETTI EN 1933. ELLE EST SOUTENUE PAR DE VASTES CAMPAGNES PUBLICITAIRES.

# Un p'tit café pour l'éternité

ELLE EST L'EMBLÈME DE LA DOUCEUR DE VIVRE À L'ITALIENNE. EN DÉPIT DES CAPSULES, LA CAFETIÈRE MOKA SE RÉINVENTE AVEC PANACHE CETTE ANNÉE. POUR UN NOUVEAU DÉPART ?

TEXTE RENATA LIBAL

**D**AVID CHIPPERFIELD boit son café le matin. L'architecte anglais est homme de goût, lui qui, dans un esprit minimaliste, a imaginé bien des musées qui font date aujourd'hui, de l'expansion de la Royal Academy of Art à Londres au Neues Museum de Berlin en passant par la nouvelle aile du Kunsthau de Zurich prévu pour 2020. Ce qu'il aime dans le café ? Comme bien des aficionados de la manière classique, il se délecte de l'odeur dans la cuisine, prête oreille au gargouillement du breuvage, savoure le crissement du pas de vis. C'est pourquoi la cafetière qu'il a dessinée cette année pour l'éditeur Alessi reprend – en les modernisant – les lignes de son mythique prédécesseur, le modèle Bialetti. « Je ne voulais pas réinventer la cafetière, explique-t-il. Je voulais plutôt conférer une nouvelle intensité à l'histoire de cet objet. »

Lequel objet en a bien besoin. A l'ère où le café se consomme de plus en plus en capsules minutieusement dosées, la bonne vieille méthode artisanale paraît soudain hautement aléatoire. Pourtant, la cafetière en aluminium garde quelques beaux arguments : outre l'ambiance sonore et odorante en cuisine, elle peut se targuer d'une absence de déchet, d'un coût modique et d'une durabilité pratiquement éternelle, pour peu que l'on veuille à changer régulièrement le joint en caoutchouc.

Diverses techniques permettaient déjà d'obtenir du café plus goûteux que la simple

infusion ou décoction (comme le café turc), grâce à des cafetières à siphon, développées depuis 1825. Deux globes de verre superposés et un brûleur : l'eau, devenue vapeur, passe du bas en haut, s'imprègne de café et redescend, de nouveau liquide, le marc retenu par un filtre. La communément appelée cafetière italienne s'inspire de ce processus. En 1933, Alfonso Bialetti, à la tête d'une fonderie d'aluminium à Crusinallo, dans le Piémont, a eu l'intuition de produire une *macchinetta* utilisable dans toutes les cuisines. Amateur de design, il a voulu une poignée en bakélite et un corps à 8 facettes, selon l'esthétique Art déco en faveur à l'époque. Le succès a été local, avec des ventes sur les marchés. Ce n'est qu'après la guerre, dès 1946, que son fils et successeur, Renato, a vu les choses en grand, en axant toute la production de l'entreprise sur la Moka Express, soutenue par de vastes campagnes nationales.

### Une cafetière toutes les trois minutes

Dans les années 1950 intervient aussi le petit personnage à moustache, caricature de Renato Bialetti par le dessinateur Paul Campani et héros de dessins animés publicitaires. Le succès devient international, la cafetière entre dans les musées de design et plus de 2 millions d'exemplaires sont aujourd'hui vendus chaque année. L'objet devient si affectif qu'au décès, en 2016, de Renato Bialetti, ses cendres sont placées dans une *macchinetta*, conformément à son souhait.

Le succès suscite naturellement moult

copies, mais aussi des vocations créatives. La marque italienne Alessi n'est pas en reste, elle qui a confié le thème de la cafetière à des designers de renom dès 1979, avec le modèle 9090 de Richard Sapper (le premier objet Alessi à entrer au MoMA). Pas moins de 13 variations ont suivi, y compris l'actuelle Moka de Chipperfield, disponible en trois tailles. L'objet réside évidemment au cœur de la démarche Alessi, centrée sur la beauté des plus modestes ustensiles du quotidien. Mais Alberto Alessi a aussi des motivations plus sentimentales, puisqu'il est le petit-fils d'Alfonso Bialetti – du côté maternel (*les deux aïeux sur la photo ci-dessus*). Il faut donc lire l'objet comme un hommage à un certain art de vivre à l'italienne, une manière de prendre son temps, en toute simplicité.

Reste que, en attendant, l'humeur est un peu maussade auprès de Bialetti, à l'origine de tant de bonheur. Cotée en bourse dès 2007, l'entreprise fête son centenaire cette année mais peine un brin, malgré ses tentatives de diversification, allant des modèles pour induction à la machine en forme de cœur, en passant par une nouvelle ligne d'accessoires pour pâtisserie. Après la fermeture de l'usine historique en 2010 et de lourdes pertes et dettes l'an dernier, un refinancement et une nouvelle stratégie alliant la qualité et une distribution plus pointue devraient permettre de pérenniser la *macchinetta*. Les ventes sont reparties à la hausse au premier semestre. Le combat du café moulu contre la perfection garantie sur dosette n'est pas forcément joué d'avance. ☉

MASTER OF MATERIALS\*

RADO.COM



**RADO CAPTAIN COOK**  
RÉÉDITION D'UN MODÈLE HISTORIQUE. ABSOLUMENT IRRÉSISTIBLE.

**RADO**  
S W I T Z E R L A N D

\*MAÎTRE DES MATÉRIAUX

# L'ÉTOFFE DU TRÈS BEAU

À BERLIN, LA DESIGNER HELLA  
JONGERIUS MILITE POUR LA MATIÈRE  
ET LA COULEUR. UNE MISSION AUSSI  
ARTISANALE QUE TECHNOLOGIQUE

TEXTE **RENATA LIBAL**



La designer Hella Jongerius réinvestit les techniques de tissage qu'elles soient artisanales ou industrielles.

# D

AVANTAGE qu'un canapé, ce meuble est un manifeste. Une manière de faire entrer l'objet dans une dimension sensuelle et intime. Le tissu dont est couvert le sofa n'a pas été conçu comme une enveloppe, il est à l'origine même de la démarche: un nuage de textile moelleux, aux couleurs subtiles et au toucher contrasté, variable d'un motif à l'autre. Le modèle Vlinder, commercialisé ces jours par l'éditeur suisse Vitra, est

un paysage haute couture à explorer des yeux et du bout des doigts. Accessoirement, il représente une prouesse technologique en matière de tissage, réalisée, après moult essais, par une usine textile très pointue, à Bergame, en Italie. Hella Jongerius n'en est pas peu fière – et à juste titre, dans un univers de consommation qui tend à aller au plus facile. La designer d'origine néerlandaise a installé son studio expérimental – le Jongeriuslab – au cœur de Berlin, dans le quartier un peu bohème de Mitte. Elle y a déménagé en famille, il y a dix ans déjà. Avec son équipe de quatre personnes, elle invente les textiles les plus riches, les plus sensuels, les plus subtils dont l'industrie du meuble puisse rêver. Dans cette maison ancienne en briques, dans l'étroitesse de quatre étages superposés (ah, que d'escaliers à parcourir chaque jour!) des métiers à tisser produisent des motifs renversants, autant d'échantillons que les machines industrielles devront reproduire, en conservant l'esprit artisanal, le mélange des fibres, les nuances de couleurs qui évoluent selon la lumière. A 56 ans, Hella Jongerius peut se targuer d'avoir influencé le rapport du design à la couleur, en introduisant une approche délicate et inventive, presque vivante. Outre ses publications (dont «I don't have a favourite colour» paru en 2016, au Gestalten Verlag), elle travaille notamment pour la luxueuse marque américaine de textile d'ameublement Maharam, pour les intérieurs de la compagnie aérienne KLM, pour les carrelages Mutina (une autre manière d'explorer les textures), pour les meubles en édition limitée de la galerie Kreo, à Paris. Et surtout, elle fonctionne comme directrice artistique chez Vitra, responsable de la couleur et des matériaux.

A cheval entre l'artisanat et l'industrie, Hella Jongerius émerge cet automne d'une exposition expérimentale à grande échelle: Interlace, à Paris, a vu évoluer durant l'été le travail sur un métier à tisser géant, sur trois étages, pour que le public assiste à la naissance du tissu. Une performance presque militante en faveur du textile, comme un bien hautement précieux. Revenue maintenant à sa table de travail, entourée de ses prototypes et vêtue, en ce début d'automne, de rose et de vert, la designer parle du tissage comme d'un ami cher.

### **Votre exposition parisienne relevait pratiquement du happening, avec cette création géante en temps réel...**

Je suis ravie du succès et du nombre d'étudiants en école d'art qui sont venus voir travailler mon équipe. Il y avait 12 personnes, pour faire avancer le tissu et pour expliquer. Je tenais à proposer une expérimentation, plutôt qu'une exposition. En effet, je ne crois pas que la place du design soit au musée. Quand un meuble est montré hors de son habitat naturel, il perd sa fonctionnalité. Tout à coup, de simple chose, il devient un objet. Sur un piédestal, mais inutile. Le format de l'expérience créative est plus adéquat, car il permet de comprendre, éventuellement de se laisser séduire, sans aucune pulsion d'achat. Cette démarche me semble beaucoup plus fertile. Et il est fondamental pour moi que les nouvelles générations comprennent et s'éprennent des techniques de tissage.

### **Pourquoi est-il si important de sensibiliser le public au tissage?**

Parce que l'industrie du textile s'est complètement emballée, surtout ces dix dernières années, avec l'expansion de la fast fashion. Le tissu est devenu une denrée jetable. Il n'y a plus qu'une chose qui

compte: produire toujours plus, toujours meilleur marché, avec des tissus ultrasimples, des motifs qu'il est plus facile d'imprimer que de tisser. Vous connaissez comme moi les excès que cette approche entraîne, avec des problèmes d'ouvriers esclavagisés en Asie, des enjeux sociaux et environnementaux. Mais un aspect me préoccupe aussi: la perte des savoir-faire du métier, la disparition des structures complexes, des infinies variétés du jacquard. Or, avec la perte de ces compétences, c'est une partie de notre identité que l'on perd.

### **Notre identité? A ce point?**

Vous ne vous rendez pas compte à quel point! Chaque région du monde a son propre langage textile, sa tradition de tissage, ses motifs, ses trames... Pensez seulement au nombre de métaphores liées au textile dont notre vocabulaire regorge! Nous parlons d'une perte identitaire massive.

### **Sans parler de l'importance du toucher...**

Dans notre âge digital, nous perdons le contact – au sens premier du mot – avec la tactilité. Je ne suis pas du tout opposée aux écrans, mais je pense qu'il y a une complémentarité à trouver avec ce monde lisse et abstrait. Le textile nous aide à renouer avec la perception haptique, avec la sensation sous les doigts, avec les aspérités, les textures, les variations d'une surface. C'est une manière de se reconnecter avec l'intime. Visuellement aussi, d'ailleurs, il faut exercer ce sens qui permet d'imaginer la texture d'un matériau. Un beau tissu, merveilleusement élaboré, donne accès à ce monde.

### **Mais n'est-il pas trop tard pour sauver l'industrie textile de qualité? En Europe, beaucoup d'usines ferment.**

Je crois dans le pouvoir des consommateurs: si nous arrêtons d'acheter des textiles infâmes, l'industrie arrêtera d'en produire. Nous sommes à un moment de prise de conscience très fort. Voyez seulement l'effet Greta, ces derniers mois: nous réalisons que nous sommes sous l'eau jusqu'aux yeux, c'est le dernier moment pour décider si on veut se noyer ou essayer de respirer à nouveau. Je crois que le moment est opportun, avec beaucoup d'énergies positives en place. Et il reste encore de belles usines, en Italie, en Ecosse, en Belgique... Il y a quelques années, j'ai aussi travaillé avec une entreprise suisse, initialement spécialisée dans les cravates, pour réaliser un tissu jacquard, dont le motif se répétait tous les 3 mètres... C'était un vrai exploit, quand on sait que d'ordinaire les motifs reviennent tous les 30 centimètres... voire tous les 3 centimètres. Or, avec un tel textile d'ameublement, on peut revêtir un fauteuil entier, en faire une sorte de pièce unique, avec un effet artisanal, mais accessible à grande échelle. C'est pour cela que je travaille avec l'industrie plutôt que dans l'art: il y a des égarements, mais quel levier de changement extraordinaire aussi!

### **Quelle est la part de technologie dans ce processus?**

Enorme et très mathématique! Nous réalisons les échantillons à la main, mais calibrés sur les contraintes et dimensions des machines à tisser contemporaines, afin que nos motifs et accidents du tissu puissent être programmés par ordinateur. Il s'agit vraiment d'avancer main dans la main avec des usines que nous connaissons, des gens dont nous partageons les valeurs. D'autant que les tests de qualité des tissus d'ameublement sont devenus extrêmement exigeants – pour la tenue de la couleur, la solidité – et nous devons intégrer cette donnée. Je dirais que si les possibilités du tissage étaient représentées par une pizza, nous ne pouvons nous servir que de l'équivalent d'une tranche, un quart... Reste qu'avec l'industrie, nous nous poussons mutuellement à dépasser nos limites.

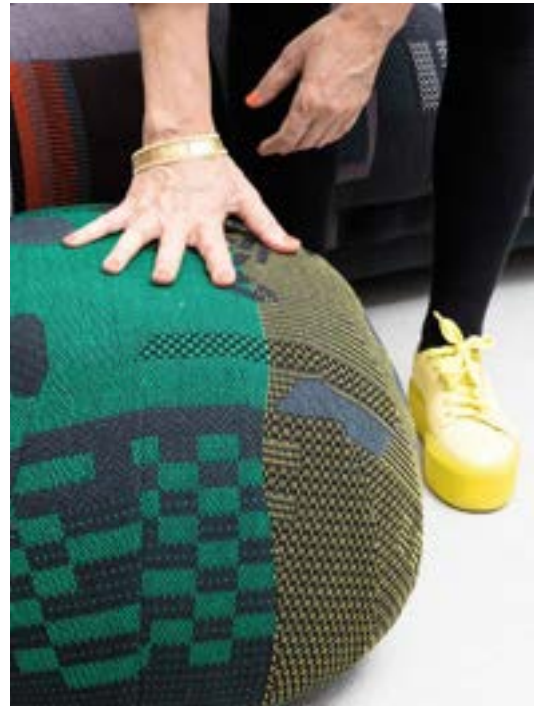
### **C'est ce qui s'est passé dans la réalisation du canapé Vlinder, pour Vitra?**

Effectivement. En 2005, j'avais déjà réalisé pour cette marque le sofa Polder, qui est devenu un classique. Quand Vitra m'en a demandé un autre, j'ai longtemps hésité sur la direction à prendre – et l'utilité d'un modèle de plus! Cela m'a pris cinq ans pour avoir l'illumina-

## LE MEUBLE

Le sofa Vlinder, de Vitra, est une profession de foi dans le pouvoir visuel et tactile du textile. Le motif semble flotter au-dessus de la structure.





tion: il fallait, cette fois, partir de l'extérieur, de la peau du canapé. Ce textile en huit couleurs devenait l'âme même de la pièce, avec ce motif tissé unique qui semble flotter au-dessus du sofa. Il est extrêmement compliqué de réaliser un tel textile tout en respectant la forme du meuble. Il s'agit d'un cas d'école en matière de tissage, un tour de force où les ingénieurs de Bergame et les artisans du métier à tisser ont uni leurs forces. Je savais parfaitement que ces gens seraient partants et ravis du défi. Par ailleurs, je tiens à souligner que ce canapé est un nuage épais de bonheur textile, surtout en position horizontale. Après tout, c'est bien ainsi que nous avons tous envie de nous y lover.

**En quoi consiste exactement votre travail pour Vitra? Qu'est-ce qu'un «directeur artistique de la couleur»?**

Il s'agit effectivement d'un emploi un peu sur mesure... Tout a commencé le jour où Rolf Fehlbaum, de la famille propriétaire de Vitra, toujours très impliqué dans l'entreprise, m'a demandé si le fameux fauteuil Eames me ferait plaisir, s'il pouvait me l'offrir. Les lignes sont magnifiques, naturellement! Mais j'ai décliné le don: la pièce était beaucoup trop sombre pour que je l'installe chez moi. En blanc alors? Non, ça ne marchait pas non plus, trop voyant... Cette discussion a déclenché une vraie réflexion sur le rôle de la couleur juste dans le design et a débouché, il y a treize ans, sur mon poste actuel. J'ai commencé par répertorier les pièces des divers designers, puis par étudier les couleurs à disposition. Qu'y trouvait-on? 25 nuances de rouge, plusieurs verts... mais aucune cohérence. J'ai fini par créer une véritable bibliothèque de couleurs, un nuancier par designer – historique ou vivant – qui résonne avec son univers et fonctionne bien sur ses pièces. Le résultat est beaucoup plus subtil que les couleurs à disposition à l'origine. Et le travail s'est ensuite étendu aux points de vente, aux paniers d'achat, à tout l'univers Vitra. Maintenant, depuis cinq ans, nous poursuivons la même démarche dans le domaine des textiles. Que Vitra produit spécialement pour son propre mobilier.

**Comment décririez-vous votre philosophie des couleurs?**

La couleur est la première chose que l'on voit, bien avant la fonctionnalité d'un objet. Alors, cette première impression doit être juste. Vitra est réputé pour l'excellente facture de ses meubles et la couleur, la qualité de la surface sont les touches finales qui font la différence. Or, l'industrie a tendance à simplifier, à ne pas aller jusqu'au bout. Pour moi, une couleur est fluctuante, vivante. Elle change selon les heures du jour, selon les humeurs. Une matière presque tactile. Je ne suis d'ailleurs pas contre le noir, pas du tout. Mais il doit être vraiment noir. Mat ou brillant, mais intensément, profondément noir. Pas un de ces noirs fatigués que l'on voit parfois.

**L'ameublement s'est beaucoup coloré, ces dernières années, non? Et le textile a souvent remplacé le cuir...**

La couleur est une **matière vivante**, qui change selon les heures du jour

Le cuir a longtemps trôné en matériau de choix, car il vieillit indéniablement mieux. Mais les gens se montrent moins timorés qu'avant. D'autant plus qu'un sofa, par exemple, prend une telle place dans un intérieur que l'on a envie qu'il soit spécial. Cette audace a été très valorisée... Chez Vitra, nous avons pour un ainsi dire massé cette transition pour la faciliter. Nous avons incité les clients à enrichir leur monde, à nouer des relations personnelles avec leurs meubles... et à changer de tissu quand vraiment l'ancien a trop souffert. Je suis fier d'avoir contribué, avec mon travail, à la créativité textile que l'on voit aujourd'hui dans le design et à ce renouveau du plaisir des couleurs.

**Quel est notre rapport avec la couleur, dans notre société?**

Je ne tiens pas du tout à entrer dans ce type de considération. Je suis designer, pas psychologue, ni sociologue. Et d'ailleurs je ne me vois pas brandissant une sucette multicolore, pour convertir le monde entier... Personnellement, je porte des couleurs... ou pas. Au fond, c'est une affaire de lumière et aussi de culture. Quand je travaille pour les Etats-Unis, je propose toujours une palette large, car je ne sais pas très bien comment le soleil brille là-bas. Les habitants des pays très lumineux ont souvent envie de couleurs plus paisibles. Mais je connais bien la palette européenne.

**Est-il plus agréable de travailler à Berlin qu'aux Pays-Bas, où vous avez grandi?**

Surtout, Berlin est un endroit très détendu, très vert, très humain. Ce n'est pas un haut lieu du design mais l'énergie créatrice y est forte sans pour autant être plombée par le discours normatif qui va souvent avec. Cette ambiance me donne une grande liberté. Je peux prendre des distances par rapport à ma culture, mais aussi par rapport à la frénésie consumériste, que l'on ne ressent pas vraiment ici.

**Et chez vous? A quoi cela ressemble-t-il?**

Je ne vis pas dans la maison parfaite d'un designer! Je prends certains meubles chez moi, car je ressens le besoin de les tester, de regarder comment ils se présentent selon les moments de la journée. Mais on reste dans une sorte de fourre-tout, avec des enfants adolescents, vous voyez cela...

**Et vos projets à venir? Le pas suivant?**

Actuellement je ne rêve que d'une chose: retrouver mon métier à tisser. Je m'y suis mis vraiment l'an dernier, avec une machine à jacquard digitale...mais elle n'est pas encore revenue de Paris. J'ai lancé des classes, ouvertes aux designers, avec mon experte tisseuse. J'ai vraiment envie d'ouvrir ce monde, d'y inviter d'autres créateurs. Je me réjouis tellement de m'asseoir et d'essayer de nouveaux motifs... ☺

**RECHERCHE**

**À GAUCHE** Le métier à tisser géant Space Loom, avec une trame de 16 mètres de long, qui a ébloui les visiteurs de l'exposition Interlace, à Paris, l'été dernier.

**EN HAUT** Détail de tissage du sofa Vlinder en rouge clair.

**AU CENTRE** Un vase Facet Bottle and Diamond, surdimensionné en céramique, édité par la galerie Kreo, à Paris, qui joue sur les variations de textures et de teintes.

**À DROITE** Le repose-pieds pour le sofa.

**Miele**



LA NOUVELLE GÉNÉRATION 7000

**LA PERFECTION REDÉFINIE**

[WWW.MIELE.CH/GENERATION7000](http://WWW.MIELE.CH/GENERATION7000)

*#LifeBeyondOrdinary*

A man with curly hair, wearing a grey tweed suit and black boots, is walking on a grassy mountain slope. He is looking back over his shoulder. The background shows a valley with mountains under a cloudy sky.

# AU SOMMET DU CHIC

TWEED, LEDS,  
CHRONOS: LES  
INGRÉDIENTS  
D'UNE CERTAINE  
ÉLÉGANCE ALPINE.

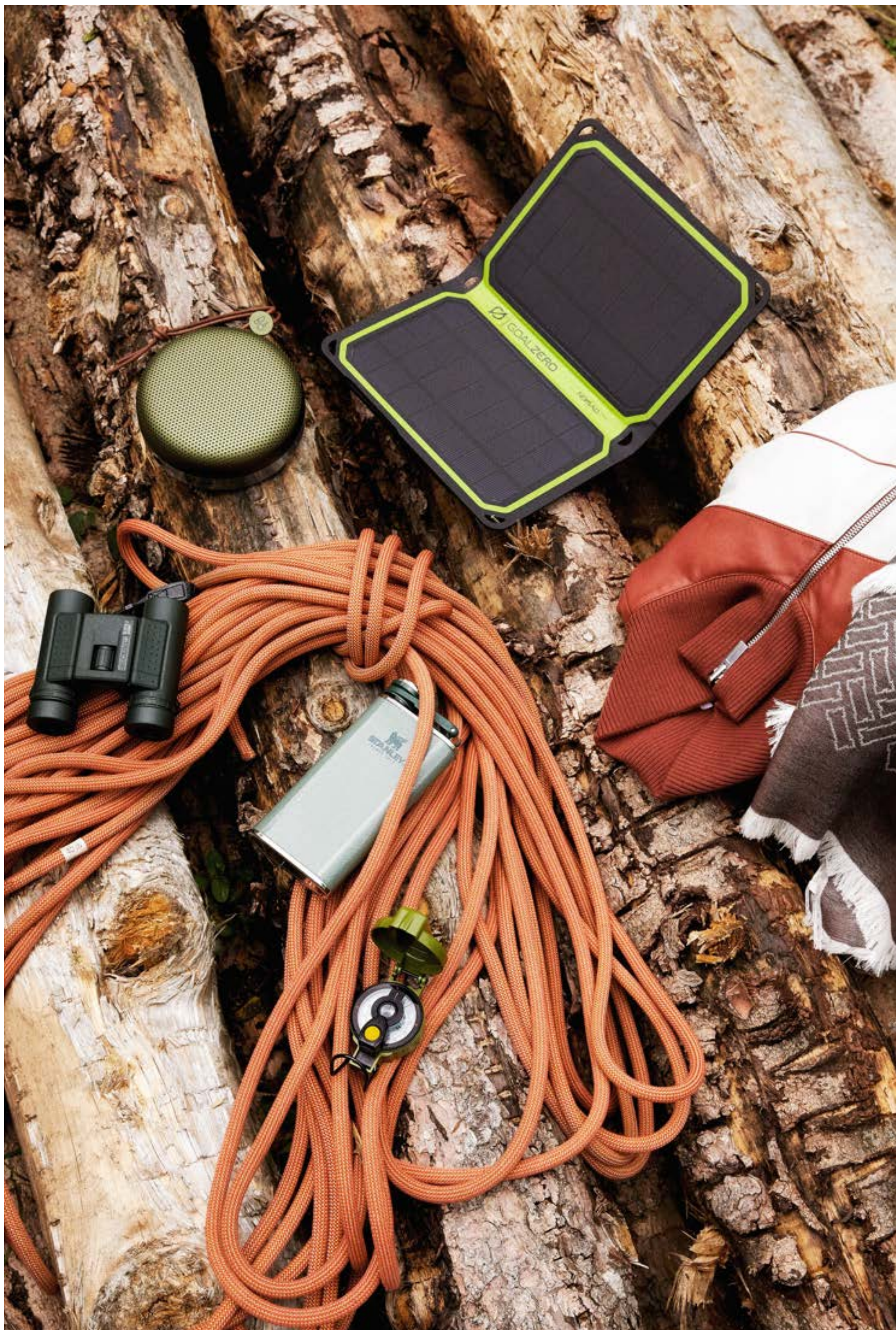
PHOTOS ARTHUR DELLOYE  
STYLISME SIMON PYLYSER





**SUR CETTE PAGE** Montre bicolore collection Alpine Eagle Large, 41 mm, acier Lucent Steel A223 et or éthique rose 18 cts, mouvement automatique, cadran gris ardoise, **Chopard**. Bouteille isotherme cuir, **Nature & Découvertes**. Casque de vélo doré, **Thousand (Globus)**. Monoculaire aventure M 8 x 25, **Eschenbach, (Bächli)**. Radio DAB+, **Sangean**. Couteau astronomie, **Deejo. (Nature & Découvertes)**. Coupe-vent zippé en poulain, **Ermenegildo Zegna**. Pantalon en mouliné, **Prada**. **PAGE DE GAUCHE** Veste croisée et pantalon en mouliné, chemise en popeline de coton, ceintures en nylon et cuir de veau, **Prada**. Bottines en cuir, **Tod's**.





**SUR CETTE PAGE** Flasque 147 ml, **Stanley**. Jumelles sektor F, 8x25 compact, **Eschenbach**. Panneau solaire, Nomad 7+, **Goal Zero (Bächli)**. Boussole graduée à visée et LED, **Nature & Découvertes**. Bluetooth speaker, moos green, **Bang & Olufsen (Globus)**. Etole marron en laine, cashmere et soie, **Chopard**. Blouson à motifs incrustés en agneau gomme, **Hermès**. **PAGE DE GAUCHE** Montre collection Alpine Eagle Large, 41 mm, acier Lucent Steel A223, mouvement automatique, cadran bleu, **Chopard**. Écouteurs sans fil MW07, marbre, **Master & Dynamic (Globus)** Trekking backpack, **White Mountaineering x Eastpak**. Veste en laine brodée, col roulé en laine et élasthane, **Haider Ackermann**.



**SUR CETTE PAGE** GPS Satellite portable, **Garmin**. Assureur REVO, **Wild Country**. Mousqueton, **Black Diamond**. Piolet, **Black Diamond**. Lampe de camping, **Black Diamond**. (Bächli). Casque audio bluetooth, **Sennheiser**. Enceinte bluetooth portable, **Marshall**, (Globus). Lunettes de soleil, monture brune en aoutchouc et fibre de carbone, verres polarisés, **Chopard**. **PAGE DE DROITE** Manteau oversize double boutonnage en laine **Ami**. Chemise en popeline de coton, pantalon en coton et ceinture en cuir, **Louis Vuitton**. Sac Saddle en veau grainé et boucle Christian Dior, **Dior Men's collection**.

**Assistante photo** Pauline Nogue **Coiffure et maquillage** Camille Amaud **Assistant opérateur** Frédéric Bergue **Casting** Bananas Models Guillaume **Mannequin** Alexis Maçon **Production** Endrit Nurcaj **Direction artistique** Géraldine Dura  
CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ EN PARTENARIAT AVEC CHOPARD



Victor, un pygargue à queue blanche, s'élançant du sommet de la Zugspitze (2962m) muni d'une caméra 360 embarquée



# Sous le signe de l'aigle

LES ALPES EN MAJESTÉ: LA NOUVELLE COLLECTION ALPINE EAGLE DE CHOPARD REND HOMMAGE À L'ÉCOSYSTÈME FRAGILE VISIBLE SUR NOS IMAGES DE MODE. HISTOIRE D'UNE PASSION.

TEXTE LA RÉDACTION

**A**VEC SON ENVERGURE de près de deux mètres, l'aigle est l'emblème par excellence de la majesté du milieu alpin. Si un heureux hasard vous a montré deux grandes ailes dans le ciel, entre Chamonix et Saint-Moritz, ces derniers jours, il se pourrait bien qu'il s'agisse de Victor, un pygargue à queue blanche dressé, muni d'une caméra miniature. En effet, une spectaculaire opération nommée Alpine Eagle Race vient de se dérouler sur le toit de l'Europe, entre la Suisse (Piz Corvatsch), l'Allemagne (la Zugspitze), l'Autriche (le Dachstein), l'Italie (la Marmolada), la France (Mont Blanc et les Aiguilles du Midi): Victor a rallié ces massifs à tire-d'aile, filmant chaque pierre sur son parcours. L'idée est de dresser un panorama des Alpes, telles que vues par leur plus noble habitant. Cette vision animalière (à suivre sur le site [www.eaglewingsfoundation.org](http://www.eaglewingsfoundation.org)) est à superposer avec celle que perçoit l'œil humain – en l'occurrence celui de la photographe allemande Nomi Baumgartl – et l'image technologique relevée par les satellites. Il s'agit de sensibiliser ainsi le public à la fragilité de l'écosystème alpin et de lancer une nouvelle fondation pour la protection des alpes, co-fondée par la marque de montres et joaillerie Chopard, Eagle Wings. «Outre ma passion personnelle pour la montagne, raconte Karl-Friedrich Scheufele, co-président de Chopard, nous avons voulu affirmer l'engagement de la marque pour la nature, le plus grand artisan qui puisse être.» Cette promesse accompagne la mise

sur le marché d'une nouvelle ligne horlogère, qui synthétise la philosophie: les modèles Alpine Eagle (dix références, en 36 et 41 mm. de diamètre) se positionnent en hommage à l'aigle, à l'esthétique alpine et à tous les aventuriers qui voient loin. Exceptionnellement pour la maison Chopard, experte en métaux précieux, ces montres sont basées sur l'acier – mais pas n'importe lequel, puisqu'il s'agit d'acier durable, issu de la seule fonderie en Europe qui produit du métal recyclé. La démarche s'inscrit dans le prolongement de l'engagement, fait l'an dernier, de ne plus travailler que de l'or équitable. L'alliage utilisé pour la nouvelle ligne, proche de l'acier chirurgical, a été baptisé Lucent A223, en référence à la mesure de sa dureté ainsi qu'à son exceptionnelle brillance. «Fondu deux fois, l'acier est débarrassé de beaucoup d'impuretés explique encore Karl-Friedrich Scheufele, ce qui le rend plus solide et plus lumineux. C'est parfait pour nous, qui le travaillons avec le même souci de finissage que l'or.»

L'idée de cette nouvelle ligne («Dont nous n'avons guère besoin, juste très envie...») relève aussi d'une histoire de transmission au sein de l'entreprise familiale: les pièces ont été conçues pour ainsi dire à six mains, unissant grand-père, fils et petit-fils dans un même élan créatif (Lire ci-contre). Résultat? Une montre sportive chic très contemporaine. Le cadran nervuré en relief évoque l'iris de l'aigle – le seul animal à regarder le soleil en face sans être ébloui. Cette structure aléatoire contraste avec la rigueur très industrielle des indexes et du boîtier, qui évoquent la solidité et l'éclat froid du granit. La petite aiguille, elle, est légère... comme une plume. ●



## DE RETOUR

L'actuelle collection Alpine Eagle (devant) est inspirée du modèle Saint-Moritz de 1980 (derrière) – lui aussi en acier – resté au catalogue durant 25 ans.



## De grand-père à petit-fils

Tout aurait, dit la légende familiale Chopard, commencé par un tiroir distraitemment tiré, il y a presque cinq ans. Karl Fritz Scheufele, 22 ans aujourd'hui, étudiant à l'école hôtelière de Lausanne, serait ainsi tombé sur un ancien modèle nommé Saint-Moritz, la seule montre de sport en acier de la maison. Coup de cœur: Et si on en faisait une réédition contemporaine? Mais Karl-Friedrich Scheufele a d'autres priorités et son fils s'en va discrètement convaincre son grand-père Karl, le fondateur de la maison en 1963, toujours très impliqué dans les affaires. Les trois générations finissent par se retrouver avec enthousiasme autour du projet. L'histoire fait ainsi un clin d'œil à la complicité familiale, puisque la fameuse Saint-Moritz a été le premier projet de Karl-Friedrich Scheufele, à 22 ans. Il avait su convaincre son père que l'esprit joyeux et jet-set de la station de ski grisonne était porteur d'une vision contemporaine. La Alpine Eagle d'aujourd'hui fait écho à un rapport nouveau à la montagne, plus respectueux et aventurier. Alors, fier de fiston? «Dans la famille, ne rien dire équivaut à un compliment», sourit le co-président.

Ma soeur adore Emirates pour le

**WI-FI GRATUIT\***



**FLY BETTER**

Postez, likez, partagez ou tweetez votre expérience à bord à 12 000 mètres d'altitude.

**VOUS PROFITEZ DE TELLEMENT PLUS EN CLASSE ECONOMIQUE EMIRATES**

  
**Emirates**

Envolez-vous avec Emirates vers plus de 150 destinations dans le monde avec deux vols par jour au départ de Genève.

\* Wi-Fi disponible sur tous les A380 et sur certains Boeing 777. Des frais d'itinérance à l'international peuvent s'appliquer. 20 MB de données gratuites via Wi-Fi pour les deux premières heures.



## Métal hurlant

APRÈS AVOIR GAGNÉ LES INTÉRIEURS ET LE MOBILIER, LE STYLE INDUSTRIEL S'INVITE EN HORLOGERIE. MASSIVES ET PUISSANTES, CES MONTRES JOUENT SUR LES FINITIONS ET LES EFFETS DE MATIÈRE.

TEXTE MATHILDE BINETRU Y

**R**OBUSTE, BRUT, VIRIL. Le trio du style industriel (ou «indus» pour les connaisseurs) est la grande tendance du moment. Tout droit venu des Etats-Unis et inspiré de l'époque du fordisme (référence à Henry Ford (1863-1947) fondateur de Ford et d'un modèle de développement d'entreprise), ce thème a traversé l'Atlantique pour envahir nos intérieurs: les usines désaffectées sont devenues d'immenses lofts ou des ateliers d'artistes new-yorkais. Les designers se sont ensuite intéressés au potentiel de cette esthétique pour transformer des objets utiles en accessoires décoratifs: chaises, lampes, etc. C'est alors que les matériaux ou les finitions sont devenus un outil de travail intéressant pour les horlogers. Résultat: des montres à l'allure brute qui vont à l'essentiel. Côté matériaux, on s'appuie sur l'acier qui reste la signature du style «usine» comme dans

la Cartier Santos Chronographe XL. Le titane concentre lui, le nec plus ultra de la technologie actuelle et impose sa force inoxydable. Son poli brillant et éclatant, sa résistance aux rayures en font un allié précieux pour des pièces de haute voltige telles l'Omega Seamaster Aqua Terra «Ultra Light», véritable poids plume, l'Audemars Piguet Royal Oak Offshore Chronographe Automatique, l'Oris Big Crown ProPilot X Calibre 115 ou la Parmigiani Fleurier Kalpagraphe Chronomètre. Côté effets, on surfe sur les aspérités de la matière, comme sur le cadran en météorite très graphite de l'Hermès Arceau L'Heure de la Lune. Pour contrecarrer les nuances froides, les tons gris et le noir le plus souvent, on met en perspective les fonctions horlogères. Ainsi, la Vacheron Constantin Traditionnelle Twin Beat joue la semi-transparence avec vue sur les rouages de son quantième perpétuel. La pièce résume bien le nouvel usage de l'esprit industriel: fonctionnel et diablement esthétique. Ⓞ

**DE HAUT EN BAS ET DE GAUCHE À DROITE**  
**Cartier Santos Chronographe XL**, mouvement à remontage automatique, acier, 43,3 mm de largeur, étanche à 100 mètres, 8 550 fr.

**Hermès Arceau L'Heure de la Lune**, mouvement à remontage automatique, or gris, 43 mm de diamètre, étanche à 30 mètres, série limitée à 100 exemplaires, 26 000 fr.

**Omega Seamaster Aqua Terra «Ultra Light»**, mouvement à remontage manuel, titane, 41 mm de diamètre, étanche à 150 mètres, 48 500 fr.

**Vacheron Constantin Traditionnelle Twin Beat Quantième Perpétuel**, mouvement à remontage manuel, platine 950, 42 mm de diamètre, étanche à 30 mètres, 272 000 fr.

**Oris Big Crown ProPilot X Calibre 115**, mouvement mécanique à remontage manuel, titane, 44 mm de diamètre, étanche à 100 mètres, 7 200 fr.

**Audemars Piguet Royal Oak Offshore Chronographe Automatique**, mouvement à remontage automatique, titane, 44 mm de diamètre, étanche à 100 mètres, 32 200 fr.

**Parmigiani Fleurier Kalpagraphe Chronomètre Titane**, mouvement à remontage automatique, titane, 48,2 x 40,4 mm, étanche à 30 mètres, 39 500 fr.





Equipé d'un projecteur, ce drone a été mis au point par l'artiste Julian Charrière pour son expédition en Arctique.

# LA RECHERCHE EST **ART**

LA MARQUE SUISSE DE COSMÉTIQUES LA PRAIRIE COLLABORE ÉTROITEMENT AVEC DES ARTISTES. OU COMMENT LA QUÊTE DE LA BEAUTÉ PASSE PAR DES CHEMINS INHABITUELS.

TEXTE LA RÉDACTION

**D**es icebergs surgissent de la pénombre. Pointus et acérés, ils brisent l'obscurité de la nuit. La lumière vive qui rend cette scène irréelle parfaitement visible provient d'une source circulant à l'aplomb et qui produit un faisceau conique. Un OVNI, pense-t-on brièvement avant de repousser cette pensée naïve. Mais il y a quelque chose, c'est sûr, qui rend cette vision possible au milieu des glaces éternelles et qui fait apparaître le jour en pleine nuit. A moins que ce ne soit quelqu'un? Pendant des semaines, le Lausannois Julian Charrière a fait voler des drones, la nuit, en Arctique. Les uns étaient équipés de projecteurs, les autres de caméras pour filmer ce qui apparaissait dans les rais de lumière. Le jeune homme de 32 ans et son équipe ont dû élaborer, en grande partie, eux-mêmes ces équipements; les gadgets vendus dans le commerce n'étant pas fait pour fonctionner par moins 30 degrés. A vrai dire, les utilisateurs non plus. Pendant le tournage, Julian Charrière portait plusieurs paires de gants les unes sur les autres, sans pour autant éviter d'avoir les doigts congelés. A cela se sont ajoutés les sandwiches surgelés pendant des jours et quelques crises existentielles au sein de l'équipe. Tout ça pourquoi? Pour l'art.

Pour la science aussi. Car quand Julian Charrière se met au travail, c'est à la manière d'un héros de Jules Verne. A savoir qu'il part en excursion dans des contrées peu explorées - l'Arctique et l'Antarctique, les lacs salés pourvus de lithium dans les Andes boliviennes, les anciennes zones dévolues aux essais nucléaires de l'ex-Union soviétique - avec des moyens que personne n'avait pensé à employer jusque-là. L'artiste est guidé par la soif d'aventure, la joie de la

découverte, une indispensable pointe de naïveté -et une vision.

C'est précisément ce mix qui a attiré l'attention de l'entreprise suisse de cosmétiques de luxe La Prairie pour l'artiste suisse établi à Berlin. Depuis plusieurs années, l'entreprise zurichoise s'engage pour l'art contemporain; en 2017, elle a participé pour la première fois à Art Basel et exposé ses produits au côté d'œuvres d'artistes sélectionnés (*voir ci-contre*). Une curieuse association? Au premier coup d'œil seulement. Car La Prairie travaille exclusivement avec des artistes qui présentent des valeurs communes essentielles à la marque: le désir de faire œuvre de pionnier, la volonté et la patience de travailler à un objectif pendant des années sans se laisser décourager par les revers. Et, bien sûr, à la fin, le résultat doit avoir un tel impact qu'il efface tous les efforts qu'il a nécessités. Ou, pour reprendre les mots de Patrick Rasquinet, PDG de La Prairie, «ce qui unit les artistes et nous, c'est l'audace passionnée - et finalement la quête de la beauté éternelle».

### Carte blanche aux artistes

Si des artistes tel Charrière, qui a déjà exposé à la Biennale de Venise, s'impliquent dans ces partenariats, c'est aussi parce qu'ils ont carte blanche pour leur projets. L'année dernière, lors du salon Art Basel à Hongkong, La Prairie a dévoilé sa nouvelle White Caviar Crème Extraordinaire, contenant la molécule lumidose, hautement concentrée, qui inhibe la production de mélatonine par l'organisme: pas moins de 50 000 ingrédients ont été testés, pendant plusieurs années, pour mettre au point ce soin. Charrière, qui a voyagé d'un bout à l'autre du monde pour collecter du matériel pour son film *Towards No Earthly Pole* au Groenland, en Antarctique, mais aussi sur les glaciers

suisés (*voir encadré à gauche*), a répondu artistiquement à la découverte de la «molécule légère» en montant une partie des images vidéo exclusivement pour La Prairie.

Et la magie opère. Les deux approches partagent la même ambition: mettre en lumière la beauté. Un objectif commun, poursuivi sans relâche et porté par la force de la nature. «Ce qui est incroyable lorsqu'on travaille avec des artistes dont l'esthétique nous parle, relève Patrick Rasquinet, c'est que les œuvres racontent toujours quelque chose sur les valeurs et l'histoire de La Prairie.»



### Un certain regard

Ce regard! Un peu effrayé ou irrité, avec une pointe de mélancolie. Le regard dit tout d'une femme. Car ce ne sont que des femmes qui ont été conviées devant l'objectif de trois artistes photographes, en juin dernier pour La Prairie à l'occasion du

lancement du nouveau Skin Caviar Lift Regard sérum à Art Basel. A chaque pression sur le distributeur, les légendaires perles de caviar sont mélangées à l'émulsion gel-crème innovante qui agit pour un contour des yeux ferme et un regard frais.

### CHARRIÈRE AU MUSÉE

*Towards No Earthly Pole* est le nouveau film de Julian Charrière pour lequel il a sillonné l'Arctique, entre autres, afin de capturer des paysages de glace d'une manière totalement insolite et innovante. C'est sous ce même titre qu'il présente une exposition personnelle au Museo d'arte della Svizzera italiana MASI Lugano (du 27 octobre au 15 mars 2020), où le film sera projeté pour la première fois en intégralité. [www.masilugano.ch](http://www.masilugano.ch)

**GUIDE**



# 10

## **USINES À VISITER EN SUISSE**

LE TOURISME INDUSTRIEL  
MET EN LUMIÈRE LE SAVOIR-  
FAIRE ET LA VITALITÉ  
ÉCONOMIQUE DU PAYS.

*ESTELLE LUCIEN ET LOYSE PAHUD*



## 1 Mode

### Bâches de camion à tous les étages

**La fabrique** Depuis 2011, la F-abrique de Freitag est installée dans un immeuble de près de 7500 m<sup>2</sup> dans le quartier Zurich-Oerlikon. C'est le «NERD», où s'activent environ 200 employés. La récupération ne concerne pas seulement les bâches de camion qui arrivent ici chaque jour pour être transformées en sacs ou vêtements (soit près de 55 000 unités par an), mais la production elle-même. Par exemple: c'est l'eau de pluie collectée sur les toits du NERD qui sert à laver les bâches. Une eau qui est réutilisée plusieurs fois lors des différents cycles de lavage.

**La visite** Difficile de dire ce qui est le plus impressionnant, de la citerne d'eau de pluie, à l'arrivée des bâches, à leur découpe sur des tables immenses et à leur lavage dans d'énormes machines à laver. Les designers interviennent ensuite, munis de cutters pour tailler les différentes parties des sacs dans le matériaux récupéré, et dont chacun sera une pièce totalement unique.

**Pratique** En groupe, sur inscription et réservation. Durée de la visite guidée, 1 h 30 à 2 h, 250 fr./groupe. Freitag Nerd, Zurich, [www.freitag.ch/fr/noerd](http://www.freitag.ch/fr/noerd)

## 2 Energie

### Le plus grand du monde

**L'ouvrage** Une hauteur de 285 m de haut, un poids de 15 million de tonnes (trois fois la pyramide de Khéops), 6 millions de m<sup>3</sup> de béton, 375 m<sup>3</sup> d'eau retenue... la Grande-Dixence, barrage-poids – résistant à la pression de l'eau par son propre poids – est le plus grand du monde. Construit en huit ans, mis en service en 1961, il est la pièce maîtresse d'un système de captage des eaux de 35 glaciers qui alimente des centrales hydroélectriques souterraines et produit plus de 2 milliards de kWh, soit la consommation de 500 000 ménages.

**La visite** Pénétrer dans les entrailles du monstre et marcher dans ses galeries, c'est prendre la mesure de son épaisseur, de 195 m à sa base pour 15 sur sa crête, et aussi le sentir respirer. Car le mur bouge d'une dizaine de centimètres selon la masse d'eau retenue.

**Pratique** Vu l'altitude de 2365 m, le ventre du barrage se visite de mi-juin à fin septembre. 4 visites guidées quotidiennes de 1 h 15, 10 fr., ou 14 fr. avec la montée en téléphérique. Réservations au 027 328 43 11.

**Barrage de la Grande-Dixence, val des Dix (VS), [www.grande-dixence.ch](http://www.grande-dixence.ch)**

## 3 Biscuit

### Tout l'univers d'un papillon à croquer

**La biscuiterie** Pour des biscuits minces comme les ailes d'un papillon, la riche terre de l'Emmental offre d'excellentes matières premières: farine et lait. Comme aux premières années du XX<sup>e</sup> siècle, le moulin et la laiterie de Trubschachen fournissent Kambly, la biscuiterie familiale devenue leader suisse de la branche.

**La visite** Les fameux Butterfly ont plus de 100 petits frères et sœurs. On peut les déguster si on se rend à Trubschachen (35 min de Berne) où se déploie l'univers Kambly. A part manger (et acheter), on assiste au travail en laboratoire des maîtres confiseurs, on regarde un film détaillant les processus de fabrication et on s'émerveille devant la reconstitution de la première boulangerie. On peut aussi participer aux ateliers pour réaliser ses biscuits, mouler son Saint-Nicolas, créer sa maison en pain d'épices.

**Pratique** L'univers de Kambly, gratuit, ouvert tous les jours de 8 h 30 à 18 h 30 (sa et di 17 h). Participation aux divers ateliers payante, inscriptions en ligne. (L.P.) Kambly, Trubschachen (BE), [www.kambly.com](http://www.kambly.com)



## 4 Energie

### Sueurs froides au pied de la tour

**La centrale** Le projet de Gösgen naît en 1969 alors que la centrale expérimentale de Lucens est stoppée à la suite d'un accident. Dix ans plus tard, en 1979, le réacteur à eau pressurisée de Gösgen entre en service: il s'agit de la quatrième – sur cinq avec Leibstadt dès 1984 – centrale nucléaire suisse et la première à dépasser la barre symbolique des 1000 mégawatts de puissance brute (1060). Quelque 550 personnes travaillent sur le site à Däniken, entre Olten et Aarau. Actuellement, Gösgen produit 8 milliards de kWh d'électricité couvrant environ 15% de la consommation électrique suisse.

**La visite** Se retrouver au pied des 150 mètres de la tour de refroidissement donne presque des sueurs... Mais on n'y entre pas, au contraire des salles de commande et des machines – grosses turbines et réservoirs. Dans un pavillon dévolu, outre les explications sur la fission, on accède à une «chambre à brouillard» qui rend visible la désintégration des noyaux d'atomes.

**Pratique** Visite guidée de 3 h sur inscription, gratuite, au 0800 844 822 ou en ligne, dès 12 ans. Pavillon d'infos ouvert lu à sa de 8 h à 17 h. (L.P.)

**Centrale nucléaire de Gösgen, Däniken (SO), [www.kkg.ch](http://www.kkg.ch)**

## 5 Café

### Torréfaction à 1000 m d'altitude

**L'usine** Près de 25 000 sacs de café vert, 10% de robusta et 90% d'arabica, provenant de plantations sélectionnées, sont importés chaque année par La Semeuse. Ils sont entreposés dans l'entreprise à La Chaux-de-Fond. Depuis sa fondation en 1900, le lieu est inchangé. Cette fidélité a une raison: son altitude de 1000 m. Cette situation géographique présente des avantages: la température ne porte pas atteinte aux arômes, ni aux saveurs des grains. La pression atmosphérique étant plus basse, l'ébullition se fait à une température moins élevée, ce qui agit favorablement sur la qualité des cafés.

**La visite** Après un petit film de présentation, on suit le café à la trace dès le stockage. Mais c'est l'étape de la torréfaction qui est impressionnante et qui fait la réputation de La Semeuse. Les cafés sont passés dans des torréfacteurs à tambour. Cette méthode artisanale est couplée à des outils modernes. La visite se termine par une dégustation.

**Pratique** En groupe (8 à 20 personnes), sur inscription et réservation en ligne. Durée de la visite, 2 h, 8 fr. (E.L.) La Semeuse, La Chaux-de-Fonds (NE), [www.lasemeuse.ch](http://www.lasemeuse.ch)

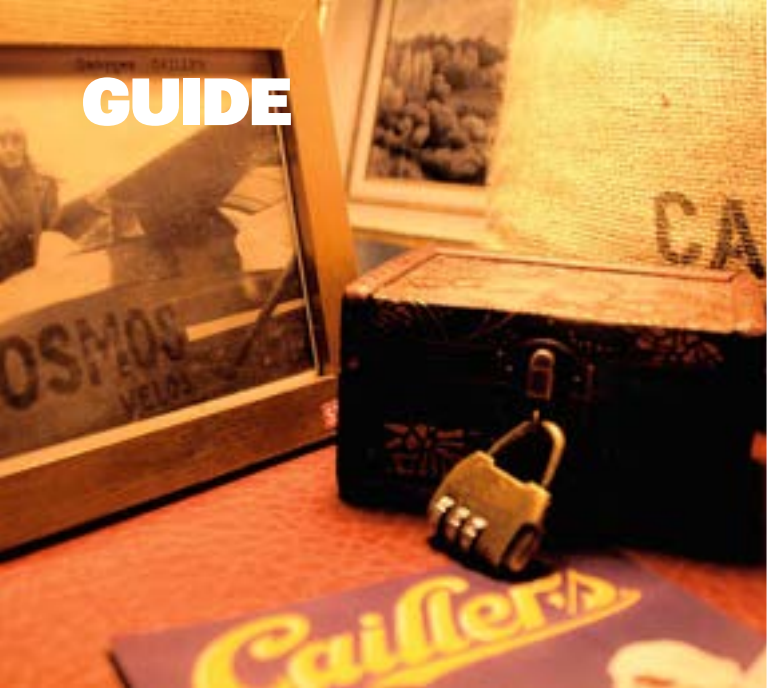
## 6 Design

### Le nez dans la rolls de la casserole

**L'usine** Qui ne connaît pas Duromatic, l'autocuiseur qu'on appelait marmite rapide? Depuis son lancement en 1949, 12 millions de ces casseroles ont été vendues. Mais avant, en 1926, il y a eu la Duro, première batterie de cuisine pour plaques électriques. Et encore avant, quand l'histoire a débuté sur les bords de la Töss à 10 km de Winterthur, une usine textile! Aujourd'hui, la fabrique Kuhn Rikon, équipée d'un staff de designers et de ses 200 employés, multiplie les gammes d'ustensiles et de batteries de cuisine. Et en couleurs s'il vous plaît! Ils sont en vente partout dans le monde, y compris dans la boutique du MoMA à New York. Et figurent en bonne place dans la cuisine de Paul Bocuse.

**La visite** Après la découverte, dans le petit musée, d'anciennes traditions et objets culinaires, on assiste à la fabrication d'une casserole, de la plaque de métal à la fixation des poignées. On constate alors qu'une casserole est un objet à exposer plutôt qu'à cacher.

**Pratique** Musée ouvert les mercredis à 14 h sur réservation. Gratuit. Visite du centre de production, 2 h, dès 10 personnes. Inscriptions au 052 396 01 01. (L.P.) Kuhn Rikon, Rikon im Tösstal (ZH) [www.kuhnrikon.com](http://www.kuhnrikon.com)



## 7 Chocolat

### Voyage au pays de la fève

**La chocolaterie.** C'est en 1898 qu'Alexandre-Louis Cailler, petit-fils du fondateur de la marque en 1796, ouvre à Broc une chocolaterie et lance la production à grande échelle de chocolat au lait. Dès 1904, on trouve dans les documents des traces de la fameuse branche Cailler. Tablettes et pralinés ont suivi avec toujours une exigence: utiliser du lait condensé en lieu et place du lait en poudre. Pas moins de 300 000 chocolats sortent chaque jour de la fabrique de Broc.

**La visite** En 2010 a été inaugurée la Maison Cailler. Après un parcours interactif sur l'histoire du chocolat et une salle des matières premières, on découvre une ligne de production des branches Cailler, avant d'assister à une fabrication plus artisanale de douceurs chocolatées. La dégustation finale reste le point d'orgue d'une visite qui, chaque année, attire plus de 400 000 gourmands. On peut également participer à un atelier pour fabriquer une plaque personnalisée.

**Pratique** Tous les jours de 10h à 18h (sauf 01.01 et 25.12), réservation en ligne conseillée. 15 fr., 1 h. Maison Cailler, Broc (FR), [www.cailler.ch](http://www.cailler.ch)

## 8 Montres

### L'épopée d'un chronographe

**La manufacture** La marque Zenith, 150 ans d'histoire et logo à étoile, a été la première à s'ouvrir au public pour transmettre sa passion du métier. Plus de 1400 visiteurs se sont rendus au Locle l'an dernier. Presque autant déjà cette année. L'expérience immersive est si concluante qu'une exposition «Monde étoilé» virtuelle tourne actuellement. Après une première à Singapour, cap sur l'Asie et le Moyen-Orient en 2020.

**La visite.** Outre les divers métiers, l'accent est mis sur l'épopée du calibre El Primero, premier chronographe automatique, ultraprécis, qui fête ses 50 ans. Espace très émotionnel, le grenier historique rappelle que l'horloger Charles Vermot a caché là les éléments essentiels de ce mouvement, à l'insu du propriétaire d'alors, quand il eut été décidé de ne produire que du quartz. Ce trésor enfoui a permis de relancer la production de cette icône en 1984.

**Pratique.** Tous les vendredis matin, inscription en ligne, 3 h, 40 fr. En français (anglais, allemand, espagnol, japonais et chinois avec audioguide). (R.L.) Zenith, Le Locle (NE). [www.explorewatch.swiss/zenith](http://www.explorewatch.swiss/zenith).

## 9 Tonneau

### Les secrets d'une barrique

**L'atelier** Quand on sait que Martin Thurnheer a fait son premier tonneau à 10 ans, on se dit qu'il y a trente-six ans, ce fils et petit-fils de tonnelier aurait aussi pu naître dans un tonneau. La tonnellerie, c'est toute sa vie, comme celle des cinq générations au-dessus de sa tête puisque la marque date de 1854. Dans son atelier de Berneck, pas loin du Rhin, Martin fabrique quelque 200 barriques par année, mais aussi des cuves sur mesure, jacuzzis, jardinières, foudres hauts de 3,5 m, et même cabines de douche! Du choix du bois, chêne ou mélèze suisse ou français, qu'il fend et scie, au cerclage en passant par la mise en rose, la chauffe, le cintrage, l'homme fait tout.

**La visite** Au milieu des outils et des barriques en cours de fabrication, dans une bonne odeur de bois, Martin Thurnheer détaille l'entier du processus, démonstrations à l'appui. La visite se conclut avec un verre de vin du coin.

**Pratique** Inscriptions pour visite en groupe sur rendez-vous (payant), au 071 744 15 31. 1 h 30. Tonnellerie Thurnheer, Berneck (SG), [www.kueferei.com](http://www.kueferei.com)



## 10 Bière

### Un château pour une blonde

**La brasserie** Quelle bière préférez-vous? Le choix offert par Felschlösschen, première brasserie et plus grand distributeur de boissons en Suisse, est impressionnant: plus de 40. La préférée reste la Felschlösschen originale: 1 bière pression sur 4 bues en Suisse arbore son blason. L'entreprise, née en 1876 et passée en 2000 dans les mains de Carlsberg, est à la taille de cette affection, avec ses 1200 employés sur 21 sites, sa production de 340 millions de litres et surtout, son immense château au bord du Rhin, aux portes de Bâle.

**La visite** La salle de brassage Art nouveau, avec ses cuves en cuivre, ses marbres et ses catelles bleues vaut bien une salle de bal. On y apprend tout sur les étapes du brassage et l'histoire de la bière. Une visite qui se termine par une dégustation et même un apéro accompagné de bretzels maison. Autres trésors à voir: les écuries et leurs pur-sang belges, les anciens véhicules et le musée historique de la famille.

**Pratique** Inscription obligatoire au 058 123 42 58 ou en ligne, env. 20 fr. Felschlösschen, Rheinfelden (AG). [www.schlossbesuch.ch/fr](http://www.schlossbesuch.ch/fr)

Les entreprises jouent la transparence, montrent une **image positive** et gagnent ainsi de nouveaux clients.



Zenith a été le premier horloger à ouvrir ses ateliers au grand public

## Un tourisme d'expérience

Les visites d'usine ont le vent en poupe. Alors que le guide *Le Routard* s'est fendu d'une édition entière consacrée au tourisme industriel en France (2017), ici aussi le sujet intéresse. «Le pays offre pas moins de 125 possibilités», précise Barbra Albrecht, chargée de promouvoir la Suisse en tant que destination de séminaires, congrès et voyages de motivation. Ces offres sont prisées des associations privées ou professionnelles. Elles tendent à remplacer le «team Building» classique.» Une bonne visite dure entre 1h30 et 2 h. Elle permet de voir les gens à l'œuvre, de toucher, goûter les produits. «Ces entreprises jouent la transparence, montrent une image positive et gagnent ainsi de nouveaux clients en les fidélisant sur une expérience concrète», observe Barbra Albrecht. En ouvrant leur portes, ces sociétés trouvent un

moyen moderne, efficace et contrôlé de communication à large échelle. Chaque année de nouvelles industries viennent grossir l'offre: «le secteur pharmaceutique et l'horlogerie se montrent de plus en plus intéressés», relève encore notre interlocutrice. En effet, après Zenith, Corum s'est également lancé dans l'aventure. Aux candidats, Suisse Tourisme donne des clés pour mettre sur pied ces visites qui nécessitent quand même des adaptations et un certain investissement. Le jeu en vaut la chandelle, car au-delà de l'entreprise c'est toute une région, souvent reculée, qui peut profiter de cette attractivité, les exemples de Kambly qui propose un tour entier en train, et de Cailler, qui, avec 408 000 entrées par année, est le site touristique de Suisse le plus visité, sont emblématiques. (E.L.)



Débrancher les écrans n'est pas seulement salvateur pour le cerveau mais aussi pour la peau.

# Le mal bleu

LA LUMIÈRE BLEUE QUI S'ÉCHAPPE DE NOS ÉCRANS EST LE NOUVEL ENNEMI DE NOTRE PEAU. VOICI COMMENT LA COMBATTRE ET S'EN PROTÉGER.

TEXTE KATRIN ROTH

**P**ROTÉGER NOTRE PEAU du soleil fait partie de notre routine beauté, au même titre que la douche ou le démaquillage. D'innombrables études ont en effet démontré les effets nuisibles de l'exposition solaire sur la santé. En revanche, l'impact de la lumière bleue sur la peau est moins connu. Ce rayonnement est présent dans la lumière naturelle du jour, ainsi que dans celle, artificielle, des écrans numériques. «Peu de gens savent que la lumière bleue, aussi appelée «lumière à haute énergie visible», ou HEV, est plus nocive que l'ensemble des UVA et UVB solaires», résume la docteure allemande Barbara Sturm. Et de citer entre autres une étude réalisée au Japon sur des souris qui démontre que la lumière bleue induit un stress oxydatif qui accélère le vieillissement cutané. Ce phénomène, relativement nouveau, appelé «vieillesse numérique», peut entraîner la formation de rides, de taches pigmentaires et autres signes de vieillissement cutané prématuré. Christian Stanek, directeur national de la formation pour Sisley, la marque de cosmétique à base de plantes, confirme: «Soumise au stress oxydatif de la lumière bleue, la peau produit une enzyme qui détruit les fibres de collagène, induisant la formation de rides.»

L'industrie cosmétique s'est donc mise en quête de substances à même de protéger l'épiderme des méfaits de la lumière bleue. L'une d'entre elles est l'extrait de buddleia qui aurait un effet photoprotecteur à large spectre, bouclier naturel contre l'ensemble du spectre lumineux.

La marque berlinoise de cosmétiques naturels i+m a ainsi enrichi tous ses soins pour le visage d'extraits de buddleia. Deux labels suisses ont élaboré des substances qui agissent de façon similaire: Hanzz + Heiddi présente des produits qui contiennent de l'InfraGuard, combinant de jeunes pousses de tournesol et un extrait de tanins de tara (*Caesalpinia spinosa*), plante originaire des Andes, alors que le dermatologue Felix Bertram a mis au point pour sa marque Viliv, un principe actif exclusif, appelé Vidermative 7, qui protège la peau du vieillissement numérique. Quant à Barbara Sturm, elle mise sur ses gouttes «antipollution», mélange d'antioxydants concentrés, d'acide hyaluronique et de principes actifs naturels comme l'extrait de fèves de cacao. Ensemble, ces substances formeraient une barrière contre les rayons HEV tout en renforçant les défenses cutanées. D'autres marques jouent la carte des principes actifs naturels. Chez Sisley, l'extrait de feuilles de ginkgo biloba est utilisé dans le soin anti-âge SisleYouth. Et dans le maquillage pour le teint, le japonais Naturaglacé mise sur la lutéine, caroténoïde naturellement présent dans les tagètes.

Les experts recommandent, en plus d'employer des produits ciblés, d'adopter une alimentation équilibrée et riche en antioxydants; baies, agrumes ou chou renforcent l'organisme de l'intérieur. Evidemment, autre mesure efficace pour parer au vieillissement numérique: s'octroyer des pauses loin de l'écran. Alors, au lieu de consulter Instagram toutes les cinq minutes ou passer des heures devant des séries, débranchez, votre peau vous dira merci. ☺

## ANTI-BLEU

1. Gouttes anti-pollution, env. 155 fr., 30 ml, **Dr. Barbara Sturm**
2. Vi-lift your skin, 24h unwrinkling & urban protecting serum, 99 fr., 30 ml, **Viliv by Felix Bertram**
3. Activating 24H Emulsion SNA Blend Cell Protection 98 fr. 50, 50 ml, **Hanzz+Heiddi**
4. SisleYouth antipollution, protection lumière bleue, 189 fr., 40 ml, **Sisley**
5. Neotone Radiance, protection lumière bleue, env. 30 fr., 30 ml **Isispharma**



swissflex®

Swiss Premium Beds



EXCLUSIVITÉ MONDIALE



swiss made



## Swissflex® Box – se coucher dans le luxe

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

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

Maintenant chez le revendeur Swissflex® de votre région.

swissflex.com

# Son libre

UNE NOUVELLE MÉTHODE DE TRANSMISSION DU SON, SANS FIL, PERMET D'ALLIER PLAISIR DES OREILLES ET ESTHÉTIQUE. ENFIN!

TEXTE CHARLES-ANDRÉ AYMON

**L**ES CÂBLES constituent le côté obscur de la musique. Inesthétiques, poussiéreux et vicelards (combien de fractures du crâne leur sont imputables...), ils font planer une malédiction centenaire au-dessus du mélomane. Heureusement, magie de la technologie, une parade est disponible, l'aptXHD.

Si le Bluetooth est déjà capable de transmettre le son de votre portable vers vos oreillettes, la qualité reste médiocre. Pour une conversation téléphonique ou du matériel moyen de gamme, c'est tout à fait acceptable. En revanche, lorsqu'il s'agit de très haute-fidélité, les choses se corsent et les oreilles souffrent.

L'aptXHD résout l'intégralité du problème, unissant hi-fi et sans fil. Au final, le signal est de qualité supérieure. Désormais, seuls les musicopathes les plus obtus et ceux qui ne jurent que par des fils de haut-parleur en or pur et des amplis à lampes – resteront bloqués sur le câble. La technologie étant, relativement, nouvelle, les appareils intégrant ce Bluetooth haut de gamme ne sont pas légion. Voici notre sélection. ☉



## LE PORTABLE

LG a été la première marque de téléphone portable à proposer un modèle compatible avec l'aptXHD. Le V50 ThinQ 5G est donc le dernier avatar – extrêmement bien né – d'une longue série. Ce modèle haut de gamme, qui intègre la 5G, est réellement taillé pour l'écoute mobile. Son DAC 32 bits est signé Meridian, tandis qu'il profite de haut-parleurs stéréo puissants. Il est en outre résistant aux chocs et complètement imperméable à l'eau ainsi qu'aux poussières de toute sorte. LG - V50 ThinQ 5G, env. 1.300 fr.



## LE BALADEUR

Le SE100 constitue le tout haut de gamme du fabricant coréen Astell & Kern. Ne vous fiez d'ailleurs pas à l'origine asiatique de la marque, nous sommes ici dans l'excellence en matière de musique nomade. Son convertisseur analogique/numérique, le DAC, possède une qualité et une finesse que lui envient tous les autres acteurs du marché. Il peut contenir jusqu'à 528 Go de musique et forme une chaîne d'excellence avec des enceintes ou un casque aptXHD. Astell & Kern – A&Futura SE100, env. 1.700 fr.



## L'ENCEINTE

Le fabricant français Elipson allie conception soignée et finitions de qualité. Ces enceintes trônent donc parmi ce qui se fait de mieux pour une écoute sans fil de très haute qualité. Le pourtour des haut-parleurs, en gomme synthétique, limite l'effet de baffle, tandis que leur puissance confortable de 2x150 watts est suffisante pour sonoriser une pièce de belles dimensions. La connectique, généreuse, permet de se passer de préampli pour y brancher, par exemple, une platine vinyle aptXHD, comme la Cambridge Alva TT. Elipson - Prestige Facet 14F BT, env. 600 fr.

## LE CASQUE

Les casques intégrant l'aptXHD sont de plus en plus nombreux. Rien d'étonnant à cela puisqu'il s'agit d'un des accessoires qui profite le plus de cette technologie. L'ATH-DSR9BT ne se contente pas de faire le job, il délivre également une qualité sonore inégalée à ce niveau, tout comme une batterie incroyable, pour des heures d'écoute audiophile. Compact et très design, grâce à ses appliques en aluminium, il signale également l'écoute d'une source HD par l'allumage d'une micro-LED violette. Audio-Technica – ATH-DSR9BT, env. 500 fr.



## L'AMPLI

Jetez vos chaînes stéréo, vos amplis, vos disques durs pleins à rabord de musique. Délaissez ordinateurs et tablettes qui vous servaient à streamer vos titres préférés sur Spotify, Qobuz et compagnie! Le M10 BluOS fait tout et mieux. Connecté à votre musique, où qu'elle se trouve, il est capable de la rediffuser partout dans la maison, de manière simple et – surtout – avec une qualité sonore inégalée. Reste un problème. Trouver des haut-parleurs à la hauteur. NAD-M10 BluOS Streaming, env. 2.500 fr.

## LE TOURNE-DISQUE

Le vinyle n'est plus cette vieille chose vendue au poids sur les marchés dans des cartons à bananes. Summum de la hype – et douce vengeance –, d'ici la fin de l'année, aux Etats-Unis, ses ventes devraient dépasser celles du CD. L'Alva TT est l'objet idéal pour accrocher le trend. Posé en hauteur, entre deux enceintes, il permet de balancer, comme en suspension, son signal analogique en 24 bits et 48 kHz. Enfin, son élégance intemporelle et sa cellule de haut niveau en font un incontournable. Cambridge Audio Alva TT, env. 1.900 fr.



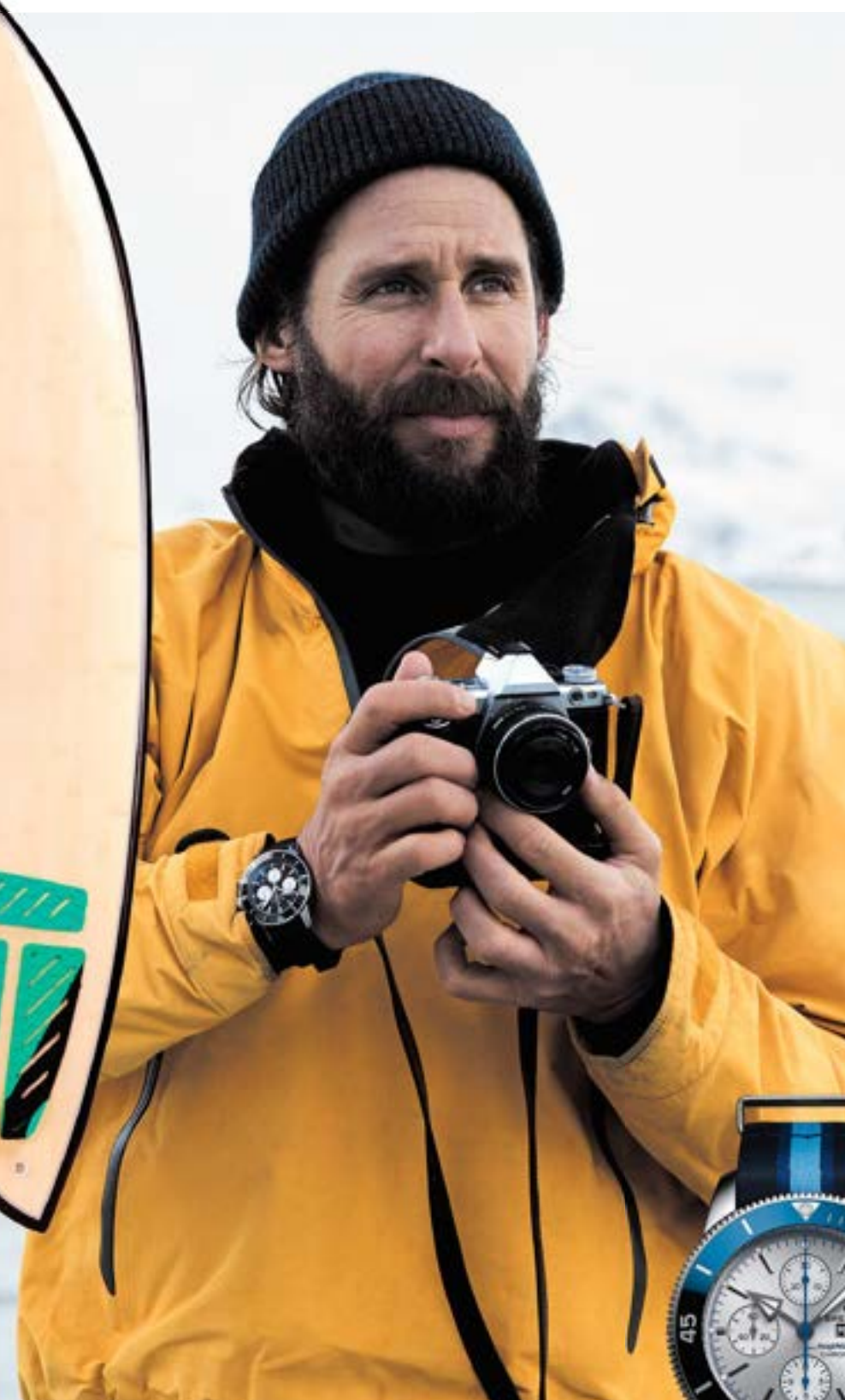


1



2

3



5

# David de Rothschild

L'AVENTURIER ANGLAIS A EXPLORÉ LES CONTRÉES LES PLUS REÇULÉES. IL SE VOIT AUJOURD'HUI EN ACTIVISTE ENVIRONNEMENTAL.

TEXTE MATHILDE BINETRU Y



4



6



7

**T**ORSE XL moulé dans un sweat zippé, longs cheveux bruns frisés, le fils de bonne famille David Mayer de Rothschild incarne la figure du héros moderne. Il aurait pu être banquier, comme papa, mais il n'est pas le genre à passer sa vie derrière un écran. Diplômé en médecine naturelle, il achète une ferme bio en Nouvelle-Zélande, avant de prendre part à une expédition polaire. Le plus jeune Britannique à avoir atteint les deux pôles géographiques, il traverse en 2010 le Pacifique à bord d'un catamaran construit à partir de 12500 bouteilles en plastique. A la tête de sa fondation «Sculpt The Future», il éveille désormais les consciences sur les questions environnementales. Pas étonnant que l'horloger Breitling l'ait choisi comme ambassadeur, dans son Explorers Squad aux côtés de Bertrand Piccard et Inge Solheim. Résidant à Londres, New York ou sur un bateau, ce citoyen du monde se sent «partout chez lui sur la planète». Cela va bientôt changer avec l'arrivée d'un bébé. «C'est un point d'ancrage, non?»

## Petit, qui était votre héros?

J'ai grandi en regardant à la télé les documentaires de **Jacques-Yves Cousteau (4)**. L'homme a contribué de manière considérable à la vulgarisation de l'écologie.

## Quelle est votre icône «verte»?

Tellement de personnalités m'inspirent. Par exemple, le scientifique espagnol Enric Sala qui passe son temps à explorer les océans. C'est un homme incroyable, il pointe les menaces planant sur les écosystèmes marins (*ndlr: on le surnomme le Shérif des océans*).

## Comment servir l'environnement sans être scientifique ni explorateur?

En créant ce qui n'existe pas encore. C'est typiquement ce que **Tesla (7)** est parvenu à réaliser! La voiture (le produit) n'est qu'une composante soutenue par une mission ambitieuse: accélérer la transition du monde vers l'énergie renouvelable.

## Comment vous déplacez-vous?

En train, parce que l'esprit peut vaga-

bonder à loisir. C'est encore mieux si on voyage à bord d'un train très lent comme le **Transmongolien (6)** (- & \*!' +%\$\*%)

## Un luxe auquel vous ne pourriez pas renoncer?

Mamontre **Breitling Superocean Heritage B01 Chronograph 44 (5)**. Le luxe, c'est de prendre du temps pour soi et les siens. Etre ambassadeur de Breitling me rappelle tous les jours que le temps est précieux.

## Un autre moyen d'échapper au temps?

J'écoute de la musique! Du jazz au blues en passant par le rock. J'ai une tonne de morceaux dans mon smartphone et une playlist pour chaque moment de la vie. Je dois avouer qu'un génie a beaucoup influencé mes choix musicaux: **David Bowie (1)**.

## Vos sports favoris?

**Le surf! (2)** J'aime aussi **la plongée (3)** sous-marine et en général tous les sports qui ont trait aux animaux, comme l'équitation. ☺



CHANEL

#HANDBAGCHANEL19