

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

DESIGN

Giulia Molteni
à propos
du meuble
connecté

VIN

Le goût du
chasselas 4.0

HORLOGERIE

10 musées
pour tout
comprendre

TECHNO

Enceintes, casques, écouteurs:
le meilleur des systèmes audio

OCTOBRE 2020

 Le Matin
Dimanche

MOURIR PEUT ⁰⁰⁷ ATTENDRE

SEULEMENT AU CINEMA



JAMES BOND'S
CHOICE



SEAMASTER DIVER 300M
007 EDITION

Ω
OMEGA

OMEGA Boutiques:

Genève • Zurich • Lucerne • Interlaken • Berne • Bienne
Crans-Montana • Zermatt • Bürgenstock



TUDOR

#BORN TODARE

Qu'est ce qui nous pousse à nous dépasser? À braver l'inconnu? À nous aventurer au-delà de nos propres limites? C'est l'état d'esprit à l'origine de la marque TUDOR. Celui incarné par chaque montre TUDOR. Certains se contentent de suivre, d'autres sont nés pour oser.

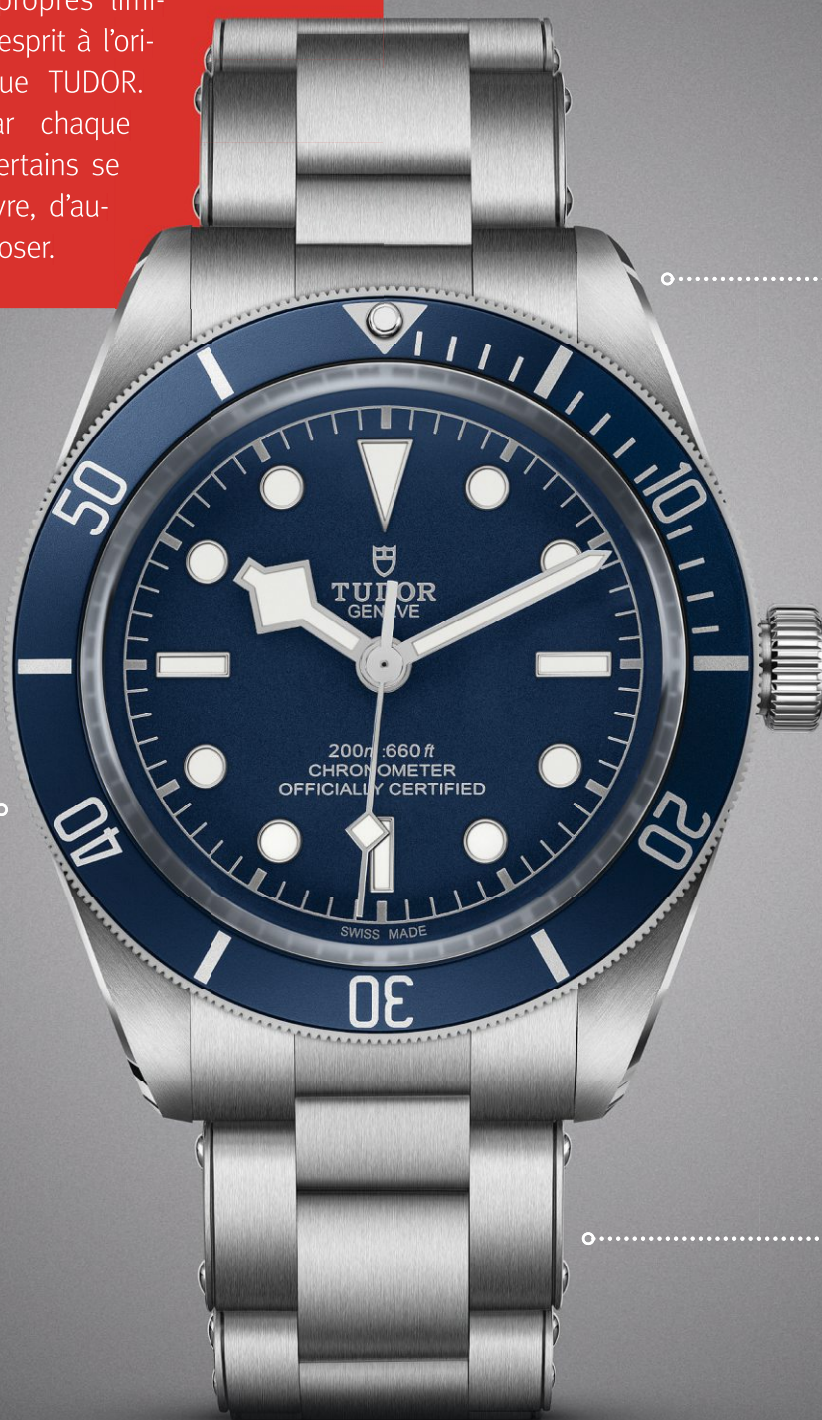
Aiguilles «Snowflake»

Une signature des montres de plongée TUDOR depuis 1969



Calibre Manufacture

MT5402 certifié par le COSC, avec réserve de marche de 70 heures et spiral en silicium



Boîtier 39 mm,
en acier inoxydable 316L



Cinq ans de garantie transférable, sans inscription, ni contrôles intermédiaires requis

BLACK BAY FIFTY-EIGHT



Giulia Molteni,
le beau en héritage
P. 14



La taille idéale?
40 mm!
P. 30



Les secrets de
l'horlogerie en
10 musées P. 26

Techno | Octobre 2020

SUJETS

12 Trend

Le legging signe un retour victorieux en ville, en cuir, en latex, dans une déclinaison sport fashion.

13 Swiss made

Ikône du design à la sauce helvète, l'interrupteur Standard de Feller est fabriqué près de Zurich depuis plus de 100 ans.

25 Vins

Chasselas 4.0: comment se prépare l'avenir du cépage le plus cultivé de Suisse.

29 Beauté

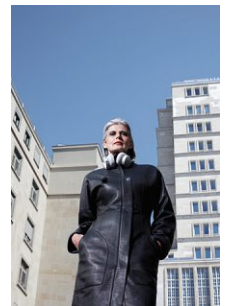
Des dents blanches pour préserver l'éclat et la jeunesse de son sourire.

RUBRIQUES

6 Merveilles: vin, design, mode, expos, accessoires, parfum, montre, bijou, voiture... 17 Décodage: la nouvelle montre tactile T-Touch Connect Solar de Tissot 24 Découverte: la Fondation Beyeler restaure ses Mondrian 31 Ses goûts: Adrien Rovero



Veste en cuir brillant et top, **Chanel**. Casque gaming Lightspeed sans fil PRO x, **Logitech**. Rouge à lèvres Joli Rouge Crayon 742C et palettes yeux, Ombre 4 Couleurs, teinte 05, **Clarins**. P. 18



UNE

Manteau ajusté en chèvre grainé, **Hermès**. Casque Beoplay H95, à réduction active du bruit, **Bang & Olufsen**. Rouge à lèvres Joli Rouge Lacquer 754 L et palettes yeux, Ombre 4 Couleurs, teinte 04, **Clarins**.

PHOTOS
Philippe Biancotto
STYLISME
Simon Pyllyser

Nos matins en musique

DEPUIS PEU, la maison pulse de pièce en pièce, à la faveur d'un nouveau *sound system*, comme on dit en technov-langue. Des boîtiers noirs et interconnectés disposés un peu partout inondent l'espace, ce qui permet à la musique de vous suivre de la cafetière à la brosse à dents, en passant par un tour à la buanderie. Je m'avoue à la fois ébahie et ravie de la performance de ces nouveaux joujoux du son. Mais mon plus grand plaisir – outre celui de pouvoir vocaliser avec les guitares électriques même en suspendant le linge – est dans l'élégante discrétion du dispositif. Les haut-parleurs arborent la touche design qui en fait des objets que l'on a envie de caresser en passant



Renata Libal,
rédactrice en chef

(voir nos favoris dès la page 18). Et surtout (joie!) pas un fil électrique à l'horizon, pas trace de ces platées genre spaghettis noirs qui s'enroulent au pied des appareils et accumulent la poussière. S'il est une percée technologique enthousiasmante, c'est bien celle de la discrétion. Toutes ces puces intelligentes sont cachées, planquées, invisibles, pour ne laisser place qu'à la pureté des lignes. C'est aussi dans ce sens que travaillent les maisons de meubles, à l'image de l'éditeur italien Molteni (*lire l'interview de Giulia Molteni en page 14*). Des tables de salon qui font office de chargeurs, des penderies qui rafraîchissent les vêtements, des cuisines qui s'occupent des rôtis... J'adore l'idée de l'efficacité qui sait se faire oublier. Si ça, ça ne donne pas envie de danser...

encore! est un supplément du **Matin Dimanche** et de la **SonntagsZeitung**. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: encore! TX Group, Avenue de la Gare 33, case postale 615, 1001 Lausanne, encore! TX Group, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Editeur**: TX Group AG, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Rédaction en chef**: Renata Libal **Edition**: Estelle Lucien **Mise en pages**: Géraldine Dura (directrice artistique) **Image**: Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro**: Textes: Mathilde Binetruy, Dieter Liechti, Katrin Roth, Nina Seddik, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Photos**: Philippe Biancotto, Lea Meienberg **Illustrations**: André Gottschalk **Conception graphique**: Ariel Cepeda **Production alémanique**: Paulina Szczesniak **Secrétariat**: Alessandra Ducret **Photolithographie**: Photomedia **Impression**: Swissprinters AG, Zofingue **Marketing**: Valérie Henzen **Responsable commercial**: Annina Flückiger **Publicité Print Suisse romande**, Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch **Publicité Print Suisse alémanique**, Goldbach Publishing AG, Werdstrasse 21, 8021 Zurich, tél. +41 44 248 42 30, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch **Indication des participations importantes de TX Group AG selon l'article 322 CPS** Actua Immobilier SA, Adagent AG, DZB Druckzentrum Bern AG, DZB Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, Meekan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmero AG, Ricardo AG, ricardo France Sàrl, Schaar Holding AG, Schaar Thun AG, swiss radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publications romandes SA, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, Trendsales ApS, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Europa AG, Zattoo Inc., Zattoo International AG, Zürcher Oberland Medien AG. Tous droits réservés. En vertu des dispositions légales relatives aux droits d'auteur ainsi qu'à la loi contre la concurrence déloyale et sous réserve de l'approbation écrite de l'éditeur, sont notamment interdites toute réimpression, reproduction, copie de texte rédactionnel ou d'annonce ainsi que toute utilisation sur des supports optiques, électroniques ou tout autre support, qu'elles soient totales ou partielles, combinées ou non avec d'autres oeuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.



Capsule 6, la nouvelle collection Mosaert fait la part belle à l'uni.

MODE

Vivre en camaïeu

Le chanteur Stromae ne monte plus sur scène dans ses tenues aux nuances tendres, mais il n'a en rien perdu, durant ces cinq ans d'absence, son intérêt pour le vêtement qui raconte des histoires. Le label Mosaert (anagramme de qui vous savez) que Paul Van Haver (son nom civil) a cofondé avec son épouse, la styliste Coralie Barbier, et son frère Luc Junior Tam, lance ces jours sa capsule numéro 6. C'est ainsi que le trio fonctionne: chaque collection en série limitée sort quand elle est prête, peu importe la saison. Celle-ci se sera fait attendre: deux ans, le temps de mettre au point un circuit de production différent. «Nous étions déjà très attentifs à produire en Europe, explique Coralie Barbier, mais cette fois nous avons vraiment envie d'une collection entière écoresponsable. Jusqu'aux étiquettes. Cette approche a entièrement inversé le

processus de création.» En clair, il s'agissait d'abord de trouver les beaux matériaux recyclés ou cotons bios, avant de se demander qu'en faire. Résultat: une jolie palette d'une quinzaine de pièces unisexes à l'esprit sportif mais doux, dans un camaïeu de kaki, gris-bleu et terre poudrée. Loin des semis de fleurettes, wax et imprimés mignons d'avant. C'est que le label multi-tâches fête aussi ses 10 ans de musique, de mode, de production cinéma et qu'un nouveau logo ludique vient marquer le pas: un M tricolore dessiné comme un nuage... «Les couleurs des rêves», sourit Luc. Il fallait donc de l'uni, pour que le logo se voie... Quant au rêve écolo, il tire vers la réalité: «Finalement, quand on fait ce que l'on peut, on arrive à bien davantage que ce que l'on avait imaginé», sourit Coralie. *Renata Libal*
En vente sur store.mosaert.com

BONNE BOUCHE

Un sauvignon champion



PAR PIERRE THOMAS

Voici un vainqueur. Celui du «prix de la presse» de la Sélection des vins de Genève,

choisi parmi les 4 médailles d'or obtenues, pour les 28 concurrents du sauvignon. «Les principales caves genevoises en font toutes, c'est un vin-signature!», confie l'œnologue cantonal, Florian Favre, fils de vignerons vaudois d'Aigle. Et c'est le jeune œnologue Dorian Plajic qui est venu chercher son prix... Ce sportif, qui pratiquait le rugby avec le fils de Didier Fischer, le nouveau copropriétaire du Domaine des Trois-Etoiles, à Peissy, est habitué aux distinctions. Lors de ses études genevoises, grâce à la meilleure note du bac, il a pu voyager six mois dans les vignobles sud-américains. Ensuite, avec ses collègues de l'Ecole supérieure d'œnologie de Changins, dont il est diplômé, il a remporté un concours de dégustation très convoité à l'Ecole hôtelière de Lausanne en 2016. Quant à Didier Fischer (61 ans), ancien président du Servette FC (2015-20) et, surtout, de la Cave de Genève (2008-19), il s'est souvenu du copain (29 ans) de son fils quand il a repris le Domaine des Trois-Etoiles, en 2018. Une promesse de nouveau défi scellée avec son ami et co-investisseur Michel Tuor, trente ans plus tôt, au retour d'un match Milan-Barça...

Avec ses notes fringantes de pamplemousse, de gingembre, et sa puissance, équilibrée par une acidité tendue, ce sauvignon blanc 2019, sans la moindre trace végétale, frise la perfection. Sur un domaine d'une dizaine d'hectares, planté à 55% en rouge (son

ancien propriétaire Jean-Charles Crousaz fut le pionnier du merlot) et 45% en blanc, en conversion bio et biodynamie, il démontre que le vignoble genevois dispose d'un «vrai potentiel pour faire des vins plus vifs, avec moins d'alcool, moins de sucre» comme l'affirme Didier Fischer. Ces 3000 bouteilles ont tout pour plaire à une clientèle citadine et internationale, qui connaît le cépage, mais pas forcément venant du Mandement!



L'étiquette: Sauvignon blanc 2019
Le prix: 18 fr.
L'adresse: trois-etoiles.ch



BIJOU

Un os, un œil, un bracelet

Quand la créatrice de bijoux Elsa Peretti conçoit, en 1970, pour le joaillier Tiffany, un bracelet inspiré d'un os humain, cette esthétique frappe – c'est le moins que l'on puisse dire. Rarement a-t-on vu, dans l'univers qui brille, des formes aussi organiques... De fait, l'idée émane de la visite d'une crypte d'église, à Rome. Et aussi de l'architecture de Gaudi. Toujours est-il que l'artiste crée un duo de manchettes asymétriques, prévues pour se fondre aux avant-bras gauche et droit. Le bracelet opportunément nommé Bone, os, devient une référence de l'irrévérence précieuse et on le voit porté par Catherine Deneuve comme Sophia Loren. Pour fêter le demi-siècle de cette pièce, voici une édition sertie, comme un œil en plus. *R.L.*

Manchette Bone Elsa Peretti, Tiffany. Jade noir sur argent, 3050 fr. Turquoise sur argent, 8800 fr. Jades verts sur or, 20 000 fr.



L'avenir de la Cinquecento s'annonce électrique et citadin.

VOITURE

La Cinquecento sous tension

Au sens premier du terme «une icône est une image représentant une figure religieuse dans la tradition chrétienne orthodoxe», selon Wikipédia. Figure religieuse, le mot est peut-être un peu *too much*, mais si l'on considère qu'en Suisse la Cinquecento représente près de 70% des ventes Fiat, on se dit que les Italiens sont bien inspirés de préparer l'avenir de cette icône de voiture. Et cet avenir a de fortes chances d'être électrique. La marque italienne a donc mis sa Cinquecento sous tension et l'a baptisée «La Prima», tout simplement! Parce qu'on ne touche pas à une icône, Fiat n'a pas tenté l'expérience d'une refonte stylistique de son petit



Le modèle historique de 1957 et la réédition de 2007 ont inspiré la première Fiat 500 électrique «La Prima».

bolide électrique. Ainsi la voiture la plus contemporaine du groupe rappelle à première vue une vieille connaissance. «C'était important de conserver la silhouette traditionnelle et donc immédiatement identifiable», explique Klaus Busse, directeur du style pour toutes les marques du groupe FCA. Lui et son équipe se sont inspirés du tout premier modèle de la Cinquecento, datant de 1957 et de la deuxième édition de 2007 pour, *in fine*, créer une voiture entièrement nouvelle. Avec ses 118 CV et une autonomie de 320 kilomètres, la 500e est particulièrement adaptée à la ville. La voie du futur pour un ticket à 36 990 francs.

Dieter Liechti

DESIGN

Siège des vanités



Si vous n'en possédez pas un avatar dans votre salon, c'est sans doute qu'il est chez le voisin. Le fauteuil Vanity Fair, créé par l'éditeur italien Poltrona Frau en 1930, est certainement l'une des pièces de mobilier les plus convoitées – et donc copiées – au monde. Ah, ces accoudoirs qui forment chacun un demi-cœur; ah cette rondeur accueillante tellement Art déco; ah, cette rangée de clous recouverts de cuir... Le siège, aussi beau que confortable, s'est imposé comme la matérialisation des valeurs de la maison italienne qui le produit: élégance intemporelle et maîtrise absolue des cuirs, du capitonnage. Pour fêter son 90^e anniversaire, le fauteuil a subi un léger lifting, sous la houlette du designer pisan Roberto Lazzeroni: le voilà un brin plus large dans l'assise et encore plus enveloppant (crin de cheval et duvet d'oie). Mais sans rien perdre de l'âme de ce fauteuil issu d'un croquis *post mortem* de Renzo Frau, maître tapissier de Turin qui avait justement fondé son entreprise sur l'idée du bonheur cossu. R.L.

Vanity Fair XC, Poltrona Frau, dès 5511 fr.



MONTRE

Avant-garde russe

C'est la petite marque qui monte: la russe Raketa (fusée), basée à Saint-Petersbourg, est en phase de relance. Ce modèle arty s'inspire du tableau «Carré noir» (1915) de Malevitch. L'heure abstraite... R.L.

Raketa, Big Zero, 38,8 mm, automatique, acier sur cuir, cadran en jade et violane, éd. limitée 300 ex. 1450 euros. www.raketa.com



Mannequin descendant l'escalier du 31 rue Cambon. Photographie de François Kollar, publiée dans *Harper's Bazaar*, 15 septembre 1937.

EXPOSITION

La légende Coco

Pour sa première exposition après travaux et extension, le Palais Galliera à Paris a choisi une personnalité hors norme, qui a marqué la mode du XX^e siècle plus que toute autre: Gabrielle Chanel. Sous le titre «Manifeste de mode», l'exposition n'entend pas seulement déployer une garde-robe historique ni faire défiler la chronologie d'un destin exceptionnel, mais cherche à mettre en évidence l'œuvre pionnière de cette couturière, née à Saumur le 19 août 1883. De ses débuts de modiste jusqu'à ses dernières collections dans les années 1960-70, en passant par le parfum N°5, le parcours de Gabrielle Chanel n'est qu'une succession de petites révolutions stylistiques, sociétales et techniques, qui ont accompagné les grandes et petites conquêtes des femmes. En effet, Gabrielle, très jeune, emprunta au vestiaire masculin quelques pièces qu'elle fit siennes, un imperméable par-ci, un pantalon par-là

et cette marinière en jersey qu'elle adopta dès 1916, lointaine amorce d'un sportswear aujourd'hui omniprésent. L'héritage de Mademoiselle semble plus que jamais d'actualité. L'exposition s'applique à le décrypter notamment à travers les pièces emblématiques de la marque: tailleur en tweed, escarpin bicolore, sac matelassé 2.55, autant d'objets qui rendent Chanel reconnaissable dans le monde entier. Entre les 350 pièces déployées sur près de 1500 m² se glissent encore dix portraits d'une femme qui, comme un contrepoids à sa notoriété, a gardé sa part de mystère et ses zones d'ombre. Car, si elle a bousculé les codes de la mode et du genre, Coco Chanel a aussi brouillé le récit de sa vie. Elle s'est éteinte le 10 janvier 1971 dans une suite de l'hôtel Ritz à Paris. Chanel est enterrée au cimetière du Bois-de-Vaux à Lausanne. *Estelle Lucien*
Jusqu'au 14 mars 2021, palaisgalliera.paris.fr

BEAUTÉ

Sous le masque...



Depuis que le masque chirurgical accompagne le quotidien, les marques de cosmétiques s'emploient à trouver la formule magique qui puisse redonner du tonus à ce bas de visage qui manque d'air. Dior lance ainsi un baume réparateur inspiré de sa philosophie originale (d'où la date 1967 sur l'emballage): formulation douce et extraction florale. La camomille, une alliée bien connue des peaux soyeuses, œuvre à réparer, rafraîchir et apaiser. Sans parfum, 91% d'ingrédients d'origine naturelle (aussi de l'herbe du tigre, la cica): une caresse... *R.L.*

Baume Cica-Réparateur visage et corps, Dior, env. 65 fr



ACCESSOIRE

Course au sac

Plus qu'un sac, le symbole d'une nouvelle attitude. Le designer new-yorkais Telfar Clemens a lancé sa marque en 2005, avec déjà une vision militante. Le slogan «Not for you – for everyone» promet une mode inclusive et unisexe. Mais surtout l'Américain aux origines libériennes tient à ce que son entreprise soit entièrement en mains noires. Dans le contexte actuel, son sac devient un signe de ralliement et de solidarité à la cause black. *R.L.*

Shopping bag, Telfar, 3 tailles, 17 couleurs, dès 150 dollars, (presque épuisé).

Mon smartphone à l'écran

TOYS FOR BOYS



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

Je veux tout, tout de suite. Le Huawei MateBook X Pro n'a pas la prétention de résoudre cette équation du désir humain. Toutefois, sous l'angle de l'intégration des technologies en un seul écosystème, il s'en approche autant que faire se peut lorsqu'on ne s'appelle pas Apple, qui est clairement la cible ici, tant l'envie de faire mieux est perceptible. L'écran tactile et un processeur (surtout si on choisit la version équipée du chip Intel i7 de 10^e génération) sont ici un cran au-dessus de tout ce qui se fait actuellement. Toutefois, la grande affaire de ce



La fonction Share permet d'afficher l'écran de son smartphone sur celui de l'ordinateur et de le contrôler comme un programme natif.

modèle ultrafin est l'intégration de... votre téléphone portable directement DANS l'ordinateur (pour autant qu'ils soient tous les deux signés Huawei). La fonction Share permet d'afficher l'écran du smartphone sur l'ordi et de le contrôler comme un programme natif. Ouvrir et utiliser les applis, envoyer des messages ou transférer des photos se font ainsi en un seul coup de souris ou de doigt à l'écran. Bluffant! On ajoutera un poids plume de 1,3 kg, mais aussi une autonomie annoncée de 15 heures et tout sera dit. Ou presque, car, ultime détail, la caméra n'est plus placée au-dessus de l'écran mais dissimulée sous une touche du clavier. Elle n'apparaît qu'en cas de besoin, assurant ainsi une protection maximale de la vie privée. Au final, un concurrent sérieux pour le HP EliteBook, chouchou des Suisses en matière d'informatique nomade haut de gamme sous Windows.

Huawei MateBook X Pro, écran de 13,9", processeur Intel i7 10^e, 1To SSD, env. 2400 fr. pour la version la plus musclée.



SYSTÈME D'ASSISES **CONNERY** | DESIGN RODOLFO DORDONI
FAUTEUIL **TORII** | DESIGN NENDO
PETITE TABLE **BOTECO** | DESIGN MARCIO KOGAN / STUDIO MK27
DÉCOUVREZ-EN PLUS DANS MINOTTI.COM/CONNERY

AGENT HENRIK MAASZ
T. 091 7911008 - INFO@PMOBILE.CH
LISTE DE REVENDEURS: WWW.MAASZ.CH

Minotti



Une des chambres d'hôtes de la Maison Alibert et son lit Hästens

ADRESSE

Mange, dors, aime

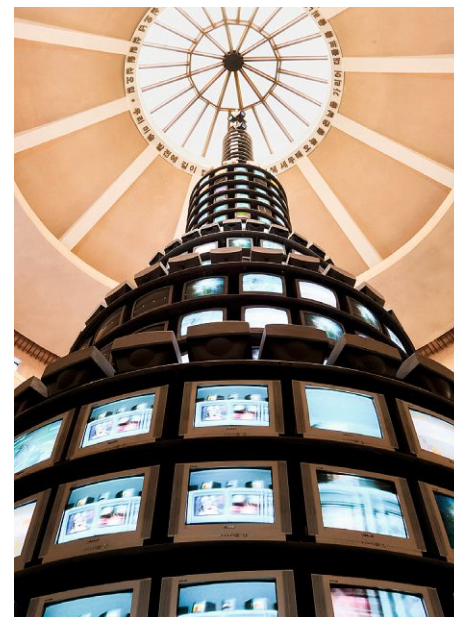
Qui dort dîne. Et qui dîne dort. Voici l'expression consacrée ici transformée en quasi-injonction, tant l'expérience de la table doublement étoilée de la Maison Aribert appelle à être complétée par celle de ses lits. Natif de la région, le chef Christophe Aribert a créé dans le parc d'Uriage-les-Bains, à quelques minutes de Grenoble, un lieu authentique proche de la nature. Fidèle à ses principes, sa cuisine, aussi savoureuse que vertueuse, s'inspire d'ingrédients de saison, locaux, produits à moins de 150 kilomètres. Fruits, légumes et herbes sont cueillis dans le potager attendant cultivé en permaculture. Pour équiper les cinq chambres d'hôtes lumineuses et épurées de la bâtisse du XIX^e, dont il a confié la transformation

à une architecte géobiologue, et où tout n'est que bois, pierre et verre, le maître de maison a également choisi une solution aussi durable que luxueuse. Réalisés en Suède depuis des siècles, faits sur mesure, et entièrement à la main, les célèbres lits Hästens ne sont fabriqués qu'avec des matières nobles: pin, lin, laine et crin de cheval. Recyclables, totalement dans l'esprit de la Maison Aribert, ils offrent un confort et une qualité de sommeil à nuls autres pareils pour un accord mets/lits jusque-là inédit. *Jennifer Segui*

Maison Aribert, 280, Allée du Jeune Bayard, 38410 Saint-Martin-d'Uriage, France. maisonaribert.com
Hästens Store, à Genève, Berne et Saanen [Gstaad, hastens.com](http://Gstaad.hastens.com)

TOP 5

Les plus beaux musées en virtuel, depuis son canapé



1 Six étages d'art contemporain coréen c'est le **Musée national d'art moderne et contemporain de Séoul**. (artsandculture.google.com)

2 Des murs bleus, des portes vertes, c'est la maison d'une grande dame et c'est le **Museo Frida Kahlo à Mexico**. (artsandculture.google.com)

3 La collection du **Musée d'art Fuji à Tokyo** contient près de 30 000 oeuvres et couvre presque toute l'histoire de l'art. (artsandculture.google.com)

4 Sur photographymuseum.org, le **Musée américain de la photographie** est entièrement virtuel et propose des tours guidés en ligne.

5 A partir du British Museum et sur britishmuseum.withgoogle.com **The Museum of the World** permet de se perdre dans des centaines d'expos.



JOAILLERIE

Porte-bonheur

Chez Bucherer, la haute joaillerie s'amuse et s'inspire de la nature, avec cette bague Lady Bird, une bête à bon Dieu dont les ailes, ponctuées de 89 diamants noirs (1,22 ct) et de 114 saphirs jaunes (2,84 cts), s'ouvrent sur une citrine taille poire (2,75 cts). Combien pour cette coccinelle? 29 000 fr. *E.L.*

PARFUM

Fragrances durables



Le tout jeune et frais label *196, c'est l'histoire d'une jolie amitié de longue date et d'une envie commune: celle de recréer les odeurs liées à des souvenirs d'enfance. Diplômées de l'ECAL, Théodora Menthonnex et Tennessee MacDougall fabriquent elles-mêmes des parfums solides à base d'huile de jojoba, de cire de soja et d'huiles essentielles dans leur petit atelier de Lutry. Soucieuses de s'inscrire dans une démarche de développement durable, elles ont imaginé des parfums rechargeables et emballés dans du papier recyclé. Les notes boisées sont au cœur des fragrances élaborées par ces deux jeunes nez de vingt-deux ans, dont la plupart sont produites en édition limitée. Après Tryptique, un trio de parfums et best-seller de la marque, voici une jolie nouveauté pour la rentrée avec le lancement d'un Diptyque composé d'encens, patchouli et poivre noir qui promet en une seule respiration un aller simple pour l'Inde. *Nina Seddik*

En vente sur Instagram, 196olfactory.com et en ligne sur 196olfactory.com, dès 15 fr.

FLEXFORM

MADE IN ITALY





Interprétation urbaine et chic du legging par Anthony Vaccarello pour Saint Laurent Paris, collection automne-hiver 2020-2021.

Victoire à la versatilité

DANS CETTE ÉTRANGE ANNÉE, qui nous voit ramper du canapé au fauteuil, en troquant une visioconférence pour une série Netflix sur un même écran, qui nous voit glisser une séance de yoga entre deux rendez-vous professionnels, tous au salon, une nécessité vestimentaire s'impose: le confort. C'est ainsi que le tailleur féminin comme le costume masculin connaissent une nette chute de désirabilité, de même que les tenues de soirée... puisqu'il n'y a plus de soirées. Or, quel est – devinette... – le vêtement versatile idéal qui se plie en position du lotus, qui supporte les courses rapides au marché comme les joggings en forêt, qui se tient bien à l'heure de l'apéritif et s'enfile sans y penser le matin au saut du lit? Bingo: le legging. Franchement? C'est la poisse... On ne peut évidemment pas parler du grand retour d'une pièce qui n'est jamais sortie des garde-robres,

depuis l'invention du lycra en 1958. Les jambes étroitement gainées des années 1970 ont clamé le déchaînement des corps et des mouvements. A cet égard, Olivia Newton-John et Madonna ont été à l'avant-garde de l'esthétique aérobic qui n'a jamais vraiment quitté ce vêtement. Alors oui: l'élégance voudrait que le legging s'installe définitivement dans le registre du loungewear, qu'il reste à la maison ou à la salle de sport et s'abstienne de trop mouler en public. Mais c'est sans doute beaucoup demander. A l'ère des corps glorieusement à l'aise, le legging est de retour en ville, en version cuir, latex ou dans l'une des déclinaisons de sport fashion qui s'étirent partout. Tant qu'à faire, gloire soit rendue aux créateurs qui pour le moins suggèrent de casser l'esprit avec une très chic veste surdimensionnée, un manteau ample ou un pull-over structuré en belle laine. Merci Saint Laurent... ☺

TEXTE RENATA LIBAL



QUE LA LUMIÈRE SOIT!

À GAUCHE L'interrupteur Standard, est un morceau de l'histoire du design suisse. CI-DESSUS, DE GAUCHE À DROITE ET DE HAUT EN BAS Des plaques métalliques qui permettent d'accrocher l'interrupteur au mur, jusqu'au dispositif interne du Standard, tout est assemblé pièce par pièce par des dizaines de machines – pour autant, le travail manuel reste indispensable selon les étapes.



Clic, clac et culte

DEPUIS PLUS DE 100 ANS, FELLER AG, PRÈS DE ZÜRICH, FABRIQUE UN INTERRUPTEUR ÉRIGÉ EN ICÔNE DU DESIGN PAR MAX BILL. L'USINE ELLE-MÊME EST CLASSÉE MONUMENT HISTORIQUE.

TEXTE PAULINA SZCZESNIAK PHOTO LEA MEIENBERG

CERTAINS OBJETS SONT magiques. Comme celui qui, d'un coup d'œil vif et rapide suffit à nous rendre heureux d'être chez soi. Standard c'est son nom et c'est un interrupteur suisse de la marque Feller, la quintessence du genre: un bouton poussoir, un cercle, une plaque carrée Duroplex, parfois une prise. L'original de 1968 a subi un léger lifting en 2016, mais il faut un regard très pointu pour voir les menues modifications comme par exemple le cercle décoratif autour du bouton-poussoir qui a été à peine agrandi. Et c'est bien ainsi. Car, nous sommes là en présence d'une icône, qui a été présentée dans sa forme originale, c'est-à-dire avec un interrupteur à bascule, comme un exemple en matière de design lors de l'exposition «Die gute Form» (la bonne forme), conçue par Max Bill en 1949.

En réalité, la société Feller à Horgen, au bord du lac de Zurich, où est né l'interrupteur Standard, était un *hot spot* pour les pionniers du design suisse. Richard Paul Lohse réalisait la publicité alors que Hans Fischli (élève de Bill Bauhaus et puis père de Peter Fischli de Fischli/Weiss) a construit l'usine en 1953, aujourd'hui classée monument historique. Sa façade de fenêtres en zigzag domine Horgen comme une élégante dame. La comparaison tombe bien, car c'est une femme qui a dirigé la société Feller pendant plus de 40 ans (1931-1973). A tout juste 21 ans, Elisabeth Feller (*lire ci-contre*) a dû remplacer

son père soudainement décédé et qui avait fondé la société en 1909. C'était il y a tout juste 111 ans. «Nous avons beaucoup de projets pour cet anniversaire, mais voilà: corona crise», soupire Marcel Duff, attaché de presse, alors qu'il traverse la salle d'exposition où l'on peut voir et toucher tous les produits Feller (luminaires, stores, interrupteurs à clé, prises, etc.) mais aussi des pièces historiques comme les premiers interrupteurs rotatifs en porcelaine. Car, un interrupteur doit être aussi agréable au toucher, à la vue. Et, idéalement, à l'oreille: «Écoutez...» Marcel Duff appuie – clic, clac – plusieurs fois sur le commutateur à bascule de Bill. «Le son de mon enfance!»

On le sent dans les jambes

Pendant ce temps, en face à l'usine, les perceuses s'activent, les scies laser et hydrauliques bourdonnent, comme le pouls d'un monstre qui travaille dur et qui avale 800 tonnes de granulés de plastique par an, fondus à 300 degrés, pour être injectés sous forme liquide dans des moules. A cela s'ajoutent 600 tonnes de métal pour les plaques de montage et les petites pièces. La machine, qui perfore les interrupteurs à pression et les cadres, a été développée à l'interne. «Je mentirais si je disais que nous n'en sommes pas fiers», relève Marcel Duff dans un sourire. On peut suivre la fabrication, pas à pas, d'un interrupteur: d'abord les différentes pièces sont insérées dans le boîtier de base, puis le couvercle du boîtier est placé sur le dessus, et enfin les déclencheurs. Le fait que tout cela prenne moins

de dix minutes n'est possible que parce que tous les composants ont été préalablement triés par une machine et alignés de manière à pouvoir être traités par des bras mécaniques. Les machines de triage avec leurs trémies d'alimentation, sortes de gros entonnoirs, en constante action remplissent le hall d'un incessant vacarme; ceux qui se tiennent à côté peuvent sentir les vibrations dans les jambes. Si on fixe son regard dans l'entonnoir, où des centaines de pièces de la taille d'un ongle bougent en cercle, l'effet est hypnotique. «On pourrait regarder toute la journée», s'amuse Mario, qui «alimente» l'engin. Il est l'un des 220 techniciens qui interviennent là où la machine ne peut pas le faire. Quant aux ouvrières, des photos des archives Feller les montrent assemblant des interrupteurs lors de la SAFFA, la Schweizerische Ausstellung für Frauenarbeit, l'exposition suisse du travail féminin en 1958 à Zurich. Sur une images on lit: «L'assemblage exige de la sensibilité, pour lequel les mains des femmes sont particulièrement adaptées.»

Ensuite? L'histoire se répète: Elisabeth Feller meurt, comme son père, soudainement. En l'absence de successeur, Feller AG est cédée en 1992 au concurrent français Merlin Gerin, racheté deux ans plus tard par Schneider Electric. Aujourd'hui, Feller AG fait partie d'un groupe qui exploite plus de 200 usines dans 100 pays et emploie près de 150 000 personnes. Et l'avenir? «Nous voulons nous concentrer encore plus sur le secteur des maisons connectées», déclare Marcel Duff. Encore un peu de magie pour Feller. ☉



Elisabeth Feller

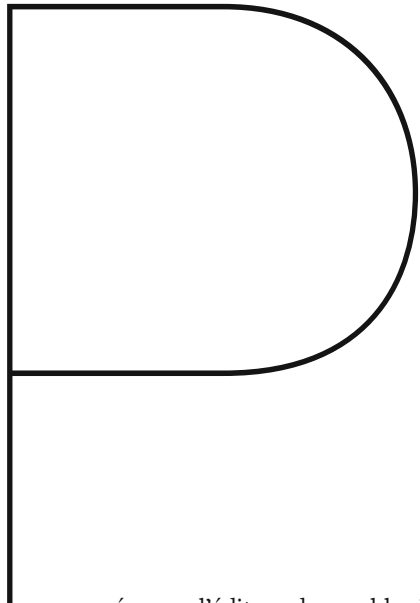
Sa signature sert aujourd'hui encore de logo à l'entreprise. Il faut dire qu'Elisabeth est à Feller ce que la reine est à l'Angleterre: le socle et la boussole. A 21 ans, à la mort de son père Adolf, en 1931, elle interrompt ses études de géographie pour s'installer au bureau du directeur, tous les matins à 7 heures. (Tiens? La toile *Le bûcheron* de Hodler y est accroché...). De là, elle dirige Feller avec passion et une idée claire: des produits de première qualité et des employés satisfaits. Feller est l'une des premières entreprises à disposer d'un fonds de pension et de sa propre crèche.



Giulia Molteni est à la tête du marketing et de la communication de l'entreprise familiale fondée en 1934 par son grand-père Angelo Molteni.

BEAUTÉ INTÉRIEURE

MEMBRE DE LA TROISIÈME GÉNÉRATION AUX COMMANDES DE L'ENTREPRISE DE DESIGN FAMILIALE, **GIULIA MOLteni** RACONTE COMMENT NOS MAISONS SE CONNECTENT À NOS ENVIES INTIMES.



PEUT-ON RÉSUMER l'éditeur de meubles Molteni à une seule sensation? Oui, à la douceur fluide que l'on éprouve en ouvrant la porte d'un meuble. C'est dans la légèreté aérienne du geste – comme un nuage qui se sépare en deux – que l'on réalise, par contraste, à quel point nos bonnes vieilles charnières, à la maison, bruissent; à quel point les panneaux sont lourds; à quel point le geste demande un effort. Tout l'art de l'éditeur de design Molteni tient à cette expertise du détail caché, à la perfection des finitions. Vu de loin, on le voit bien, naturellement, que les sofas, tables et autres bibliothèques signés des noms les plus prestigieux, incarnent le bon goût absolu. Mais c'est de près, dans le soin d'une charpente, dans le choix d'un marbre ou la couture d'un fauteuil que réside le luxe ultime de la marque.

Masquée comme il se doit, assise sur l'un des sofas Octave de la nouvelle collection, Giulia Molteni parle avec ferveur de la mission de la maison familiale. Elle y dirige le département de marketing et communication, mais incarne surtout cette troisième génération actuellement aux commandes, dans ce que cela signifie d'esprit cosmopolite mâtiné d'élégance à l'italienne. Un certain sens de la désinvolture, qui n'oublie jamais la perfection. L'entreprise a été fondée en 1934, par Angelo Molteni, dont Giulia, son frère, sa sœur et ses cousins sont les petits-enfants. Le fabricant a prospéré dans la région milanaise, à Giussano, dans cette région de la Brianza, réputée pour être le berceau du meuble italien. Très vite, Angelo a pris le virage du design, inspiré en cela par la tradition épurée à la scandinave. Il a cofondé, en 1961, le fameux Salone del Mobile, dont l'édition de cette année a été la première à manquer au calendrier. L'homme a travaillé avec une foule de talents qui ont marqué leur époque: Afra et Tobia Scarpa, Aldo Rossi, plus tard Jean Nouvel ou Patricia Urquiola. Aujourd'hui, l'entreprise compte quatre marques, toutes très luxueuses: Molteni pour le mobilier si chic, Dada pour les cuisines, Unifor et Citterio pour l'univers des bureaux. Avec un chiffre d'affaires consolidé de 365 millions d'euros (estimations 2019), 52 boutiques en nom propre dans le monde et près de 1000 employés, Molteni n'est pas un géant. Mais son savoir-faire toujours artisanal, sa production intégrée et son flair pour les nouvelles manières de vivre lui ont valu, ces dernières années, une progression régulière. Giulia Molteni est aussi en première ligne pour mener la révolution qui commence actuellement: celle de la digitalisation. De la vente et de la communication avec les clients, mais aussi – et sans doute surtout – la digitalisation qui unit une armoire à son propriétaire, un réfrigérateur à un four, celle qui permet de parler à ses meubles.

Comment se sont passés ces mois de confinement pour vous et l'entreprise?

Jamais nous n'avons autant travaillé! Nous avons rapidement pris l'option de digitaliser le lancement de nos nouveautés 2020 et de proposer une visite virtuelle de nos espaces d'exposition, où l'on peut s'arrêter à loisir devant chaque meuble et en inspecter les détails. Cela a représenté un travail de titan, avec des savoir-faire que nous ne possédions pas au sein de la maison. Nous avons recouru à des entreprises extérieures, nous nous sommes formés et tout a été opérationnel dès juin. Pour le moment, l'expérience n'est possible qu'à travers nos détaillants, car évidemment, les risques de copies des meubles sont élevés. Mais je reste persuadée que cette manière de faire va devenir partie intégrante du processus d'achat. Et nous lançons le commerce en ligne, aux USA en novembre et dès l'an prochain en Europe.

L'approche virtuelle s'impose-t-elle, même dans un domaine comme le meuble, où le client a besoin de toucher, de s'asseoir sur le sofa, de s'allonger sur le lit?

Les deux approches sont complémentaires. Je ne crois pas que qui que ce soit va acheter un sofa sans l'avoir essayé d'abord. Mais en même temps, regardez: l'achat de mobilier implique souvent plusieurs avis, les membres de la famille, éventuellement des amis, un décorateur... Un premier regard virtuel, avec un configurateur

des pièces à vivre à l'usage très convivial, permet de préparer la visite en showroom. Et depuis peu, nous livrons aussi des échantillons de textile à la maison, pour que les clients puissent choisir le revêtement de leur canapé dans leur environnement, près de leur tapis, dans leur lumière. Notre mobilier n'est pas bon marché: cette approche multicanale permet d'accompagner le bon choix.

Mais vous souffrez sans doute de retards dans la production...

Pas vraiment. Notre production est à 90% intégrée et la plupart de nos meubles sont réalisés dans les ateliers que vous voyez là, derrière la fenêtre. Nous avons rapidement adapté les distances sanitaires et la production s'est interrompue durant très peu de temps. Nous ne sommes pas dépendants de sous-traitants, ce qui nous assure une grande visibilité sur la situation.

Nous avons tous passé, cette année, beaucoup plus de temps que d'habitude dans nos intérieurs... Qu'est-ce que cette nouvelle relation va changer dans votre approche?

Je crois que nous sommes entrés dans une ère où le mobilier est plus que jamais pensé pour soi, pour l'usage intime, plutôt que pour l'effet qu'il produit sur des visiteurs. La beauté, nous en avons tous besoin. Mais elle doit être alliée à la fonctionnalité. Le confort devient une priorité absolue. Pour Molteni, cela tombe bien: nous avons toujours travaillé dans ce sens de l'usage personnel. Mais la situation nous pousse à aller plus loin encore.

Un exemple, dans votre collection actuelle?

La collection de bibliothèques modulables Hector, créée par notre directeur artistique Vincent Van Duysen, est basée sur des étagères et caissons à disposer à volonté. Or, durant le confinement, Vincent a réalisé que beaucoup de gens cherchaient un lieu, à la maison, pour installer leur bureau. Ce n'était pas le cas avant. Il s'est mis au travail et a ajouté un module écritoire, où l'on peut travailler quand le pupitre est rabattu et conserver ses dossiers et son ordinateur loin des yeux de tous, quand le casier est fermé. Ce sentiment de confort et de sécurité, l'approche «tout à portée de main», est fondamental dans notre vision du meuble.

Le même raisonnement vaut pour vos cuisines...

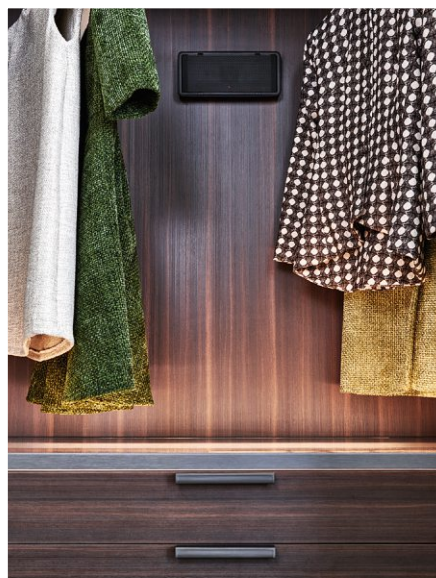
Naturellement! Beaucoup de gens se sont mis à cuisiner... Cela nous pousse à proposer davantage d'équipements pointus comme les fours à vapeur, des réfrigérateurs plus spacieux.

Une autre tendance forte pour les années à venir?

Clairement l'envie de vivre entouré de matières naturelles. Le cuir, la laine, la pierre, le bois... A cet égard, je pense par exemple à la table à manger en marbre de Michael Anastassiades ou les petites tables d'appoint en béton ultraléger de Vincent. Ces matières appellent le toucher et on sent actuellement que le public a besoin de ce réconfort de la nature. Accessoirement, ces matériaux sont aussi beaucoup plus durables – non seulement parce qu'ils traversent les années sans problème, mais aussi parce qu'ils sont faciles à désassembler et à recycler si nécessaire. Cette approche de meubles réalisés en une seule matière prend toujours plus d'importance, pour nous.

Des matières naturelles, mais toujours davantage de technologie...

Effectivement. Nous avons par exemple lancé il y a deux ans l'Air-cub, une installation, dans les armoires, qui permet d'assainir et de parfumer l'air, de débarrasser les vêtements de toute bactérie, à l'aide d'une technique d'ionisation. Nous sommes là dans l'intelligence des objets, avec un système à contrôler avec son smartphone. Inutile de dire que la demande a explosé cette année, avec l'attention accrue portée à l'hygiène. L'étape suivante sera de développer un système analogue pour les cuisines, par exemple pour stériliser la vaisselle.



INNOVATION & HÉRITAGE

DE HAUT EN BAS

RATIO Une cuisine iconique de la ligne Dada où l'excellence se niche dans les moindres détails.

HECTOR & DEVON Une collection de bibliothèques modulables signée Vincent Van Duysen et une chaise dessinée par Rodolfo Dordoni.

AIRCUB Un système connecté, contrôlable à distance, à installer dans les armoires, pour assainir et parfumer l'air. Par ionisation, il débarrasse les habits des bactéries.

PHARE BRUCOLI Ce monument classé a été réaménagé et meublé avec des pièces de Gio Ponti, comme ici le fauteuil D.151.4 et la table basse D.552.2

Et dans les meubles plus traditionnels?

Nous étudions naturellement des solutions où l'on peut recharger son téléphone en le posant sur la table du salon... Et d'une manière générale, nous luttons pour faire disparaître tous les câbles des intérieurs, avec des systèmes de sons et de lumières entièrement intégrés – toujours à contrôler avec son téléphone.

Le tissu industriel de la Brianza repose sur plusieurs maisons de design familiales, comme la vôtre. Quelles sont les forces et les faiblesses de ces entreprises ?

Je ne peux parler que de la nôtre, mais la transmission entre générations nous a clairement inculqué un profond respect des savoir-faire. Depuis tout petits, mes cousins, mon frère, ma sœur et moi avons vécu dans les ateliers. L'ADN de la maison repose sur le culte du produit, dont nous connaissons chaque pièce, chaque vis. Et comme nous relevons tous de cette culture, les décisions peuvent se prendre très vite, avec des processus accélérés.

Et les faiblesses?

On pourrait être tentés de toujours mélanger la vie de famille et le travail... Mais nous nous battons là-contre! Nous sommes sept membres de la famille à être impliqués dans l'entreprise, mais travaillons tous dans des départements différents, sans concurrence directe.

«Comme toute la famille j'ai été élevée dans un rapport très étroit à l'art et à la beauté»

Et vous avez encore envie de fêter Noël ensemble?

Et comment! Il est hors de question de manquer à ce rituel, qui réunit une trentaine de personnes chez ma grand-mère.

Dans quel type de maison vivez-vous?

Dans un immeuble des années 1970, entièrement rénové, à Milan. Mon mari a des goûts plus classiques que moi, donc on compose un brin. Heureusement qu'il aime l'art contemporain, cela nous rassemble sur les pièces à accrocher aux murs. Sinon, nous avons un intérieur assez éclectique, avec aussi beaucoup de souvenirs de voyage. Et le chaos de trois enfants, de 8 ans, 6 ans et 1 an et demi.

Votre itinéraire au sein de l'entreprise a-t-il été tracé d'avance ?

Pas vraiment... Même si – comme toute la famille – j'ai été élevée dans un rapport très étroit à l'art et à la beauté. Avec mes parents, nous habitons une maison, tout près d'ici, dessinée par le couple d'architectes Afra et Tobia Scarpa, avec des fenêtres très hautes, des espaces ouverts... et du mobilier de designers partout. Un tel environnement donne forcément un sens accru de l'esthétique. Mais j'ai d'abord travaillé pour la marque italienne Loro Piana à New York, où j'ai beaucoup appris sur le luxe et ses modes de distribution. Mais si j'ai adoré New York, ce n'est pas une ville où passer une vie. Je suis rentrée en Italie pour rejoindre Molteni en 2007, dans une sorte de mouvement spontané.

Le design et la mode italiens marchent souvent main dans la main. De quelle marque vous sentez-vous proche?

Les deux domaines cultivent un même art du chic et de la qualité... Mais je ne suis pas une obsédée de mode. J'achète plutôt des vêtements vintage lors de mes voyages, des pièces uniques. Cela dit, j'éprouve beaucoup d'admiration pour une marque comme Prada, tellement italienne et toujours familiale. Je suis aussi très sensible au travail de la créatrice Marta Ferri, une amie de la famille, qui réalise beaucoup de textiles pour nous. Elle aussi est tombée dans la marmite du beau: fille d'une décoratrice d'intérieur et d'un photographe de mode. Elle a un talent fou.

En été dernier, la maison Molteni a aussi aménagé l'intérieur du phare Brucoli, un monument historique rénové en Sicile...

Oui, nous l'avons meublé de pièces de Gio Ponti, le grand maître de l'architecture italienne. C'est une belle manière de mettre en valeur l'héritage du pays.

A propos d'héritage, votre musée ouvre en début d'année prochaine, sur le site de l'entreprise, dans une sorte de cube de verre imaginé et scénographié par le designer israélien Ron Gilad. Chaque maison historique veut son musée...

Il s'agit clairement de mettre en valeur un patrimoine et d'ancrer les collections actuelles dans un contexte, un système de valeurs. Il ne sera pas question de faire de l'historique didactique, mais nous proposerons plutôt un parcours sur les traces de nos designers. Des talents qui ont accompagné la maison et qui ont contribué à la rendre unique. Il ne faut jamais oublier le passé. ☺



Au soleil, en Suisse

LE NOUVEAU MODÈLE TACTILE T-TOUCH CONNECT SOLAR MISE SUR UNE TECHNOLOGIE ENTIÈREMENT DÉVELOPPÉE EN SUISSE ET SUR L'ALIMENTATION EN ÉNERGIE SOLAIRE. UN CONCENTRÉ D'INNOVATION.

TEXTE LA RÉDACTION

LE SYSTÈME D'EXPLOITATION

Développé spécialement en collaboration avec le Centre suisse d'électronique et de microtechnique (CSEM) de Neuchâtel, un système d'exploitation à très faible consommation d'énergie permet de relier sa montre à la plupart des smartphones, pour consulter ses messages et utiliser les applications. Il est compatible iOS, Android et Harmony OS. Des mises à jour ultérieures sont prévues, pour augmenter encore les fonctionnalités.

LES FONCTIONS

En mode déconnecté (mouvement quartz), la montre propose une foule de fonctions horlogères classiques, lisibles grâce aux aiguilles, comme l'indication de météo, le chronomètre, la boussole, les alarmes, l'altimètre. On l'a dit, on le répète: il s'agit avant tout d'une montre.

LE PILOTAGE

Le poussoir à 2 heures permet d'activer la glace saphir tactile. Le bouton à 4 heures, lui, fait office de retour dans le menu et fait apparaître l'écran d'accueil.

LA FABRICATION

Pour le coup, le label Swiss made prend toute sa valeur, puisque même le système d'exploitation à basse consommation Sw ALPS a été élaboré en Suisse, tout comme les cellules photovoltaïques.

LE BOÎTIER

En déclinant tous les codes horlogers classiques, le modèle se présente comme une vraie montre et non comme un ordinateur au poignet. Le boîtier de 47 mm (c'est grand!) à lunette en céramique reste extrêmement léger, puisqu'il est réalisé en titane. Les finitions sont raffinées, avec des surfaces satinées et des angles adoucis. Les amateurs ont le choix entre la version titane métallique, le PVD noir et le PVD or rose. Autant de matériaux durables pour une montre que l'on pourra transmettre à ses enfants.

LE CADRAN

Les cellules photovoltaïques, spécialement développées pour leurs qualités esthétiques, composent le cadran et permettent de recharger la montre en permanence, à l'énergie solaire. Voilà qui garantit une très grande autonomie: déconnectée, la montre reste active presque indéfiniment.

L'ÉCRAN

La partie inférieure du cadran fait office d'écran, quand la montre est connectée: c'est là que défilent les messages, par exemple. Les caractères sont petits, mais très lisibles.

LE BRACELET

Le bracelet caoutchouc fait très sport, particulièrement dans sa version rouge suisse et vibrant. Les férus d'élégance urbaine peuvent toutefois préférer le modèle avec bracelet de titane (un peu plus cher, 1125 fr. plutôt que 995 fr. pour le bracelet caoutchouc). Les maillons très légers coulent sous les doigts...

LA MARQUE

Ils étaient père et fils: Charles-Félicien et Charles-Emile Tissot ont fondé ensemble, en 1853, le comptoir horloger à leur nom. La marque est l'une des plus emblématiques du savoir-faire des Montagnes neuchâteloises et le siège est toujours établi dans sa ville d'origine, Le Locle. Aujourd'hui, membre de Swatch Group, la marque continue à miser sur l'innovation, comme elle l'a toujours fait avec son fort engagement en tant que Chronométrier Officiel de nombreux rendez-vous sportifs. En 1999 déjà, Tissot lance la première montre tactile au monde, la T-Touch. Le modèle est révolutionnaire, dans le sens où il amène l'interactivité au poignet. L'actuelle T-Touch Connect Solar est une fière descendante de cet héritage pionnier. Elle allie l'expertise horlogère au design et à la durabilité.

LA PHILOSOPHIE

Avec cette dernière version de la T-Touch, la grande obsession de Tissot a été de ne pas créer un gadget électronique, mais bien une montre durable et ancrée dans la tradition horlogère. Le CEO Sylvain Dolla énumère avec gourmandise: «La glace saphir vient du col des Roches, à 2 km du Locle. Les aiguilles ont été fabriquées à 4 km, le cœur de la montre a été élaboré entre Neuchâtel et Granges.» L'idée était de ne surtout pas dépendre d'un système d'exploitation existant, pour garantir la sécurité des données. Ni la montre, ni son application n'envoient de données à un tiers. Cette indépendance a nécessité un travail de recherche amorcé il y a quatre ans déjà, financé par Swatch Group, qui va se prolonger: des mises à jour sont prévues, pour que la montre ne se démode jamais.

TECHNO



MUSIC *IN THE CITY*

CASQUES, ENCEINTES, ECOUTEURS: LE SON PARFAIT MET LA VILLE SENS DESSUS-DESSOUS. LES MELOMANES CHANGENT DE DIMENSION.

PHOTOS **PHILIPPE BIANCOTTO** STYLISME **SIMON PYLYSER** SÉLECTION AUDIO **CHARLES-ANDRÉ AYMON**



PAGE DE GAUCHE Tailleur blanc en laine et soie et lunettes 30 Montaigne, **Dior**. Top imprimé, **Dries Van Noten**. Rouge à lèvres Joli Rouge Laquer 754 L et palettes yeux, Ombre 4 Couleurs teinte 05, **Clarins**. Enceinte transportable Eupho E3, **UB+**.

CI-DESSUS Veste en laine, jupe longue à franges, collants en coton et escarpins en cuir, **Prada**. Embellisseur Lèvres 05 et palettes yeux, Ombre 4 Couleurs teinte 05, **Clarins**. Enceinte sans fil Phantom Reactor 600 blanc, sur pied, ultra compacte (3 litres), niveau sonore jusqu'à 98 dB SPL, puissance jusqu'à 900W, **Devialet**. Deux enceintes omnidirectionnelles Planets, dont les sphères génèrent un rayonnement à 360°, **Duevel**. Enceinte Geneva DeCon, système Hi-Fi «tout en un», le plus complet du marché: wifi, bluetooth, internet radio, Apple airplay 2 et Google Chromecast, **Geneva**. Enceinte Bluetooth Hyperboom, **Ultimate Ears**.

TECHNO





PAGE DE GAUCHE Veste en cuir, *Miu Miu*. Rouge à lèvres Joli Rouge Laquer 754L et palettes yeux, Ombre 4 Couleurs teinte 05, *Clarins*. Ecouteurs sans fil Redemption ANC, matériaux durables, bluetooth 5.0 *House of Marley*.
CI-DESSUS Manteau en cuir, *Fendi*. Collants, *Falke*. Boots en cuir, *Haider Ackermann*. Enceinte intelligente Uxbridge à commande vocale, assistant Google, *Marshall*. Enceinte One SL, applications Sonos ou Apple AirPlay 2, *Sonos*. Enceinte Sound X, *Huawei*, avec double woofer et système anti-vibration, conçu avec *Devialet*.



Veste coton, blouse à col Claudine en soie et bermuda en velours, **Celine**. Montre Black Bay Steel, mouvement manufacture MT5612 (COSC), 41 mm, **Tudor**. Rouge à lèvres Joli Rouge Velvet 742V et palettes yeux, Ombre 4 Couleurs, teinte 04, **Clarins**. Casque audio stéréo WH-1000XM4, couleur argent, sans fil, à réduction de bruit, **Sony**.

MISE EN BEAUTÉ CLARINS POUR TOUTES LES PAGES
SOIN DE LA PEAU Double Serum, Nutri-Lumière Lotion, Nutri-Lumière Emulsion Jour, Total Eye Lift **TEINT SOS** Primer 00-universal light, fonds de teint Everlasting teinte 112C (dès novembre), Everlasting Concealer teinte 03 (dès novembre), Joli Blush teinte 02 cheeky pink **YEUX** Mascara Wonder Perfect 4D teinte 01 noir, Brow 2 Go, teinte 03 Cool Brown, Graphik Ink Liner.



Blazer en coton et viscose,
Dries Van Noten. Rouge à
lèvres Joli Rouge Laquer 754L
et palettes yeux, Ombre 4 Couleurs,
teinte 04, **Clarins**.

Beautiful lady

CLAUDIA MARIA FERREIRA DA COSTA EST MANNEQUIN ET CHAMPIONNE D'ESCRIME. EN LA CHOISSANT COMME ÉGÉRIE DE SA LIGNE NUTRI-LUMIÈRE, CLARINS S'EST LIÉE À UNE PERSONNALITÉ RADIEUSE.

TEXTE LA RÉDACTION

PERCHÉE AU SOMMET de la tour Bel-Air, au cœur de Lausanne en cette belle journée de fin d'été (voir les images pages précédentes), Claudia Maria Ferreira Da Costa photographie le paysage en mode panoramique et n'en finit pas de s'extasier. Ce lac! Ces montagnes! Ces bâtiments Belle Epoque! Ces terrasses sur les toits! «J'ai envie de déménager, raconte-t-elle, de vivre dans un environnement plus vert... Et Zurich, c'est comment?» Actuellement, la modèle a posé ses bagages à Paris, mais son itinéraire l'a menée de Rio à New York ou au Nouveau-Mexique. En vraie cosmopolite aux origines bigarrées (il y a en elle un peu d'Italie aussi...), la dame parle cinq langues et son appétit de découvertes ne s'est en rien émoussé. Au contraire: «Si je pose à nouveau pour des magazines, des marques ou de la publicité, à près de 60 ans, avec mes cheveux gris, c'est que j'ai envie de faire passer un message, insiste-t-elle. J'espère incarner de manière dynamique les femmes de mon âge et montrer qu'il reste toujours des rêves à réaliser.»

Cet état d'esprit a séduit la marque de cosmétiques Clarins: depuis le début de l'année, Claudia Maria est le visage de la ligne de soins Nutri-Lumière, destinée aux peaux matures mais joyeuses. «Claudia Maria incarne toutes les valeurs de la Maison, explique-t-on chez Clarins: l'authenticité, l'audace et la confiance en soi. Nous sommes convaincus que sa beauté naturelle, sa volonté de toujours se challenger, sa passion pour l'escrime et son amour de la vie inspireront de nombreuses femmes, comme cela nous a inspirés». Effectivement, cette nouvelle égérie est bien davantage qu'un mannequin: une

vraie personnalité, avec un tempérament bien trempé. Que l'on ne s'y trompe pas: elle ne joue pas un rôle. «Sur la publicité du produit, où l'on me voit en escrimeuse, je pose avec mon masque et mon épée, raconte-t-elle. J'ai passé l'âge de faire semblant.»

Au musée sur la piste féminine

Claudia Maria Ferreira Da Costa a connu une première période de mannequinat, dans les années 1980. Elle a déjà vécu à Paris, défilé pour de grands noms, posé pour des magazines. Elle a notamment été une muse pour feu le couturier Louis Féraud, un grand maître de l'élégance. Le goût de l'escrime lui est venu sur la tard, il y a 15 ans, quand ses jumeaux avaient 3 ans. «Je cherchais quelque chose de sportif et d'harmonieux, se souvient-elle. J'ai suivi un cours à l'essai en septembre et en décembre, je participais à mon premier tournoi. J'adore cette pratique!» Elle choisit l'épée, plus lourde que le fleuret, et s'entraîne avec une telle assiduité qu'elle représente actuellement le Brésil aux championnats du monde, catégorie vétérans. A Paris, quand la salle d'armes n'est pas fermée pour cause de Covid-19, elle croise le fer avec les membres de l'équipe de France qui s'entraînent pour les Jeux olympiques, sous la houlette du maître d'armes Daniel Levavasseur. «Quel privilège de pouvoir m'exercer avec des athlètes de ce niveau», se félicite-t-elle. Et de rire: «Me faire battre par eux est un honneur...»

Le mannequinat est revenu dans sa vie presque simultanément à ses cheveux blancs, vers 2012. Claudia Maria travaillait alors dans le luxe et les relations publiques. En plein divorce, lasse de tout, elle décide de se lâcher la bride et renonce à sa teinture. Du coup, elle coupe sa chevelure presque à ras, ce qui lui donne une allure un peu extraterrestre à

l'époque. Parallèlement, elle tombe, à Santa Fe sur la plus belle fille du monde et décide de la lancer dans le mannequinat en devenant son agente. La beauté en éclosion deviendra Arizona Muse et Claudia Maria décroche des jobs pour sa protégée et, à sa grande surprise, pour elle-même. Départ pour une nouvelle étape de vie: «Il a fallu que j'accepte de me regarder différemment, raconte-t-elle. Que je cesse de chercher, dans le miroir ou sur les photos, celle que j'avais été. Ce n'est pas facile. Mais une fois le pas franchi, on apprend à trouver que, zut, ce n'est pas mal du tout!» Qu'une marque de beauté, comme Clarins, choisisse une femme de cette trempe est une vraie bonne nouvelle. Cheveux blancs, port altier, teint lumineux et personnalité brillante: voilà une perspective qui fait envie pour les années à venir. ☺

Dites «Silver» et souriez



Pour les femmes à peau mature ou «silver generation» pour parler chic, Clarins lance une ligne basée non pas sur le lissage des rides, mais sur l'illumination du teint, nourri et revitalisé. Les quatre produits des soins Nutri-Lumière reposent sur la force régénérante des fleurs et des fruits du marronnier d'Inde. Fidèle à son savoir-faire et aux principes actifs tirés des plantes, la marque de cosmétique signe là une gamme qui tend à l'harmonie. En outre les plantes utilisées sont issues de l'agriculture durable et du commerce équitable. Les packagings, eux, intègrent 25% de plastique et de verre recyclé.



Piet Mondrian, «Tableau N°. I», 1921-1925, fondation Beyeler. On peut voir l’empreinte digitale de Mondrian dans le petit rectangle jaune en bas à droite, sur place en s’approchant de très près ou en zoomant en ligne.

LE GÉNIE PUR

LA MARQUE SUISSE DE COSMÉTIQUES DE LUXE LA PRAIRIE S’ASSOCIE À LA FONDATION BEYELER POUR PRÉSERVER L’ŒUVRE D’UN PIONNIER DE L’ABSTRACTION.

TEXTE LA RÉDACTION

PIET MONDRIAN

Son vrai nom était Pieter Mondriaan. Mais la simplification était l’éllixir de vie de ce peintre né aux Pays-Bas en 1872 et mort à New York en 1944. Il a inlassablement cherché un art fondamentalement nouveau qui non seulement dépeigne la réalité mais la révèle dans sa vérité la plus profonde. Il fut l’un des premiers peintres rigoureusement abstraits, inspirant le Bauhaus en Europe et le Minimal Art américain – jusqu’à la culture et à la mode pop. Les robes Mondrian de Saint Laurent, 1965, atteignent aujourd’hui des prix à cinq chiffres aux enchères. Le record actuel pour un tableau de Mondrian est de 50,6 millions de dollars (2015).

LORSQUE la Fondation Beyeler l’a appelé, il n’a pas réfléchi une seule seconde avant d’accepter. «Ce projet nous correspond tellement, c’en est presque effrayant», se souvient en riant Greg Prodromides, Chief Marketing Officer de La Prairie. Ce projet est une double «première». Jamais dans son histoire, la Fondation Beyeler, le musée le plus visité de Suisse, n’avait entrepris une campagne de conservation de l’ampleur de celle qu’elle ambitionne pour les œuvres de Piet Mondrian (1872-1944) dont sa collection comporte de beaux spécimens. Et, de son côté, La Prairie, l’entreprise de cosmétiques la plus exclusive de Suisse, soutient pour la première fois dans le cadre de son parrainage culturel une restauration d’art.

Une même volonté d’aller toujours plus loin pour créer ce qui n’existe pas, relie les deux partenaires à Mondrian. Tout au long de sa vie, ce dernier a poursuivi sa vision d’un art novateur; un chemin qui l’a mené de l’impressionnisme au cubisme et finalement au néoplasticisme qu’il a lui-même théorisé. Il s’agit d’une pratique d’art abstrait où l’image est décomposée en éléments de base de la peinture – surface, lignes et couleurs primaires. Des décennies de recherche pour une épuration maximale. Chez La Prairie, lors du développement d’un nouveau produit, des dizaines de milliers d’ingrédients sont testés jusqu’à ce que le bon soit identifié. Et tout restaurateur d’art le sait aussi: il faudra peut-être des mois – analyse des pigments, des liants, des supports d’images, infrarouge, ultraviolet, rayons X – pour percer les mystères d’une œuvre d’art et pouvoir y intervenir enfin.

Là comme ailleurs, le défi consiste à laisser derrière soi quelque chose qui permette aux générations suivantes de s’y projeter. Et que cet héritage soit d’une telle évidence et harmonie qu’il fasse oublier tout le sang versé, toutes les réflexions engagées, tout le labeur enduré mais aussi toutes les fausses routes qu’il a fallu pour arriver au résultat. Mondrian incarne merveilleusement ce cheminement. Car celui que Pierre Matisse décrivait à son père Henri comme «l’apôtre de l’abstraction» a développé son langage pictural minimaliste – fond blanc, lignes noires, rectangles dans les couleurs primaires bleu, jaune, rouge – pour rendre visible une idée complexe: sa vision théosophique du monde, selon laquelle derrière les phénomènes qui nous entourent se cache un autre niveau de réalité, idéal, une sorte d’harmonie cosmique, clé d’une vie belle.

Pionnier à moustache

Piet Mondrian a été jusqu’à tailler sa moustache asymétriquement pour que son visage apparaisse plus équilibré, c’est dire à quel point il croyait en la puissance de la composition millimétrée. Il faut parfois un grain de folie pour créer l’extraordinaire. Mais, comme le sait aussi Patrick Rasquinet, PDG de La Prairie, il faut l’envie et une âme de pionnier: «Ce qui nous relie aux artistes, c’est cette audace passionnée – et finalement la recherche d’une beauté intemporelle.» Dès sa fondation en 1978, la société de cosmétiques de luxe a cultivé sa proximité avec l’art. Les formes géométriques et les pointes de couleur qui caractérisent le design des emballages de La Prairie s’inspirent des codes du Bauhaus. Depuis 2017, la marque est partenaire d’Art Basel et soutient de jeunes artistes suisses

comme Julian Charrière, participant de la Biennale de Venise et dont la première exposition personnelle en Suisse est visible au Musée des Beaux-Arts d’Argovie (Aargauer Kunsthau jusqu’au 3 janvier 2021). Pour Greg Prodromides, cet état d’esprit se résume en une seule phrase: «L’art est le prisme à travers lequel nous, à La Prairie, regardons le monde.»



Mondrian à la Fondation Beyeler

Sept tableaux de Piet Mondrian – trois du début de carrière et quatre plus tardifs – font partie de la collection de la Fondation Beyeler. Dans la perspective d’une grande exposition Mondrian à l’été 2022, où elles seront exposées aux côtés de nombreux prêts, ces œuvres font l’objet d’un projet de recherche et de conservation de trois ans (2019-2021). Le travail sur les œuvres tardives créées entre 1921 et 1938, qui vient de commencer, est soutenu par La Prairie. Il est continuellement documenté en ligne: www.laprairie.com/fr-ch/the-art-journal. Il est aussi possible d’observer sur place les artisans à l’œuvre à travers une paroi de verre dans l’atelier de restauration.



Le chasselas représente 3665 des 14 704 hectares du vignoble suisse.

Chasselas 4.0

DEPUIS DIX ANS À RIVAZ, ET RÉCEMMENT À FÉCHY, UN CONSERVATOIRE FAIT ÉVOLUER LE PREMIER CÉPAGE BLANC DE SUISSE.

TEXTE PIERRE THOMAS

NÉ DE LA VOLONTÉ d'un «baron» du vin vaudois, Louis-Philippe Bovard, 85 ans, de Cully, le Conservatoire mondial du chasselas, à Rivaz, a dix ans. Il porte ses premiers fruits: à la lumière des observations faites sur cette parcelle de vigne d'un demi-hectare, le vigneron propose désormais une étiquette «Bois Rouge». Un vin blanc tiré de deux anciens chasselas, le «bois rouge» et le «giclet».

On ne sait rien des ancêtres du chasselas: la recherche ADN n'a pas réussi à déterminer ses parents. Mais, selon une règle appliquée par les spécialistes de la vigne, les ampélographes, là où le cépage est le plus représenté réside son origine. Pour le chasselas, c'est le bassin lémanique, les cantons de Vaud (2267 ha) et de Genève (293 ha), mais aussi le Valais, où il a gardé son nom historique, le fendant (825 ha) et la région des Trois-Lacs - Neuchâtel, Bière, Morat - (280 ha). Le chasselas représente 3665 des 14 704 hectares du vignoble suisse.

La science a sélectionné, par croisement naturel, un clone; pour le chasselas, il est connu sous le nom de «haute sélection». Après le gel de 1956, presque tout le vignoble vaudois en a été replanté, réduisant la biodiversité du cépage à presque rien... Cette «haute sélection» répondait aux souhaits d'assurer une grosse et régulière production de raisin. C'était le 2.0... 75 ans plus tard, le discours est inverse. Pour des raisons économiques, la vigne suisse ne devrait pas produire plus que le marché ne peut absorber. Avant la Covid-19, les stocks étaient lourds et la crise menaçait déjà les vigneronnes suisses. La pandémie n'a rien arrangé. De son côté, la science travaille sur le long terme. Il a fallu dix ans pour concrétiser les recherches du Conservatoire du chasselas. Dans les années 1990, la version 3.0, lancée par Agroscope Changins, l'institut fédéral de la recherche agricole, soit cinq variétés de chasselas «différentes» n'a pas eu un grand succès. Les vigneronnes sont conservateurs même si leur milieu

a changé en trente ans: mécanisation là où c'est possible, limitation de la production, et reconversion en culture biologique et biodynamique, qui s'accélère depuis cinq ans. La biodiversité du cépage n'est qu'un paramètre parmi d'autres. Des descendants du chasselas croisés avec un ou des cépages résistant aux maladies nécessitant peu ou pas de traitement dans la vigne, ce sera pour le 5.0. En attendant, le 4.0 consiste, aujourd'hui, en la mise à disposition de cinq nouvelles sélections de chasselas, dont des polyclonales (mélanges de plusieurs clones). Le Conservatoire de Rivaz, au cœur de Lavaux, est doublé, sur la Côte vaudoise, au Petit-Clos dont a hérité par sa mère la vigneronne Laura Paccot, 30 ans, à Féchy. Sous l'œil des chercheurs d'Agroscope, elle suivra l'évolution de ces clones cultivés en biodynamie. Les premiers essais de vinification sont pour cet automne.

Pas un, mais des chasselas

Le consommateur va-t-il suivre? Sous l'égide de la Fondation pour la promotion du chasselas, à Aigle - qui organise depuis neuf ans le Mondial du chasselas (www.mondialduchasselas.com) - Changins, mais aussi la Haute Ecole des sciences agronomiques, forestières et alimentaires, à Zollikofen (BE), et la Haute Ecole zurichoise des sciences appliquées, à Wädenswil, vont mener la première étude nationale sur la réceptivité d'un vin par les consommateurs. Un sociologue sera amené à tirer des conclusions. Dans un second temps, des panels expliqueront pourquoi ils préfèrent tel ou tel vin. On peut espérer que les essais de chasselas diversifiés seront soumis à ces «cobayes» du goût. Car on savait déjà, par la notion de «terroir», auquel le chasselas, cépage neutre (au contraire du sauvignon ou du gewurztraminer), est sensible, que ce blanc peut être différent d'un endroit à l'autre. En remontant à la biodiversité de la plante, on devrait pouvoir se convaincre que n'existe pas seulement «le» chasselas. Mais «des» chasselas. Et qui plus est, propres à la Suisse, comme la croix blanche sur fond (de vin) rouge. ☺

swissflex®

Swiss Premium Beds



CLICK après CLICK – voilà le lit de vos rêves!

Swissflex® CLICK révolutionne le principe traditionnel de la literie. Tout d'abord, vous choisissez sommier et matelas en fonction de vos goûts. Puis vous vous transformez en designer. Le cadre et la tête de lit que vous choisissez sont tout simplement « clipsés » sur le sommier. Voilà comment créer votre lit design personnalisé, en aspect bois ou en revêtement tissu et avec un vaste choix de têtes de lit et de couleurs.

Maintenant chez le revendeur Swissflex® de votre région.



Notre système Click en vidéo

swissflex.com



Le bâtiment spirale du Musée Atelier Audemars Piguet adossé au siège historique de la marque.

10

MUSÉES OÙ DOMPTER LE TEMPS

LES HORLOGERS OUVRENT
LEUR UNIVERS ET
DÉROULENT LEUR HISTOIRE.
ON Y OUBLIE L'HEURE.

TEXTE MATHILDE BINETRUY



1 Le Brassus

Dans la spirale d'Audemars Piguet

Le lieu Audemars Piguet, l'une des dernières maisons horlogères familiales, a décidé de raconter son épopée aux jeunes générations. Ainsi, un bâtiment en forme de spirale de verre est venu s'adosser cette année au siège historique de la marque, au cœur de la vallée de Joux. Voilà donc la rencontre entre 145 ans d'histoire et une muséographie visionnaire, avec automates et effets technologiques, didactiques et spectaculaires.

Le plus Le parcours, imaginé par le scénographe allemand Atelier Brückner, offre un plaisir émotionnel et poétique, inspiré de la musique. Chaque thème est pensé comme un interlude (une table géographique qui se décompose et recompose; un arbre généalogique en forme de sculpture; un automate qui promène un personnage dans la forêt du Risoud pour expliquer un mouvement), suivi de variations. Et derrière la vitre, on voit travailler les horlogers qui passent des heures à peaufiner grandes complications ou montres exclusives des métiers d'art.

Musée Atelier Audemars Piguet, www.museeatelier-audemarspiguet.com, réservation online obligatoire

2 Besançon

Un palais historique raconte le temps

Le lieu On pourrait croire que le Musée du temps n'est accessible qu'à des spécialistes de l'horlogerie... Eh bien non. La preuve en trois étages: au rez-de-chaussée, une salle d'exposition temporaire; au premier, les tentures racontant la vie de Charles Quint, la galerie de la mesure du temps avec ses cadrans solaires, ses calendriers et ses planétaires; au deuxième, des centaines de montres et de réveils retraçant trois siècles d'évolution horlogère où l'on peut admirer la montre horloge astronomique Leroy 01, qui fut, de 1900 à 1989, la montre la plus compliquée du monde. Enfin, au troisième, le visiteur découvre sous une charpente impressionnante le plan-relief de la ville franc-comtoise. Le musée est situé dans le Palais Granvelle qui vaut à lui seul le détour.

Le plus Dans la tour du palais, un pendule de Foucault de 4,5 mètres de diamètre est suspendu à 13,11 mètres du sol et permet de vivre une expérience extraordinaire: voir tourner la terre sur elle-même.

Musée du temps, www.mdt.besancon.fr, tél. (+33) 3 81 87 81 50

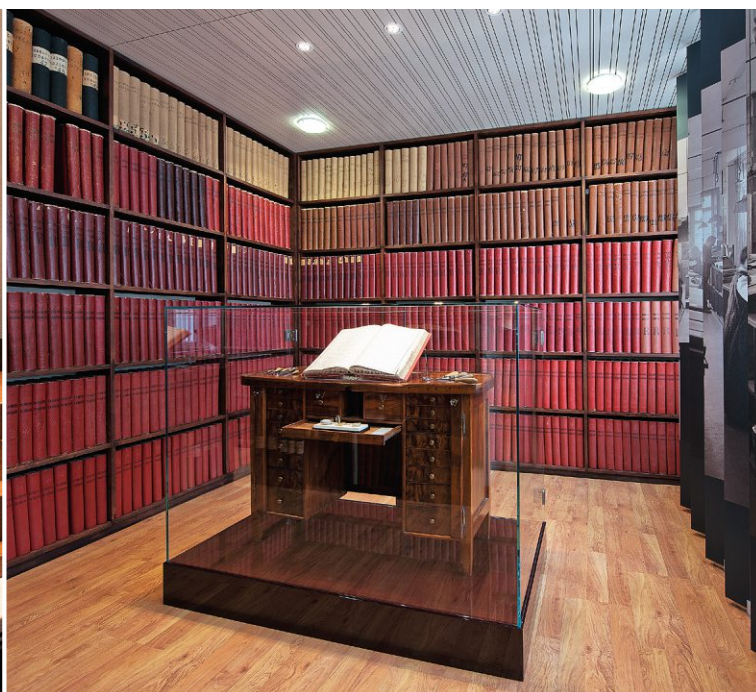
3 Genève

A l'heure poétique de Patek Philippe

Le lieu. Devant la grande porte du Patek Museum, rue des Vieux-Grenadiers à Genève, une formule nous vient: «Sésame, ouvre-toi». Dans ce magnifique bâtiment Art déco, la maison historique livre sur quatre étages une version horlogère du conte persan *Les Mille et une nuits*. Que de fabuleuses collections d'émaux, d'automates à musique, de pièces exceptionnelles y sont présentées! Le musée inauguré en 2001 comprend également une bibliothèque de plus de 8000 ouvrages relatifs à l'horlogerie et à ses branches annexes ainsi que de nombreuses archives.

Le plus A l'étage consacré aux montres anciennes (du XVI^e au XVIII^e siècles), la séquence nostalgie se transforme en cabinet de curiosités. Oiseaux, insectes, fleurs, fruits, tabatières, pistolets, longues vues... autant de motifs insolites qui donnent l'heure de manière poétique, sous forme de montres de poche, pendentifs, broches ou encore bagues. La créativité des horlogers dépasse l'imagination.

Patek Philippe Museum, www.patekmuseum.com, tél. 022 707 30 10



4 Paris

Breguet cultive son patrimoine

Le lieu Le musée Breguet est situé place Vendôme, soit l'écrin des joailliers où les plus riches de la planète viennent dépenser leurs économies. L'exposition est sise au-dessus de la boutique. Autrement dit: au rez-de-chaussée, on grève son budget, à l'étage, on s'enrichit de culture avec des trésors historiques datant de plus de deux siècles et des pièces exceptionnelles, comme une montre de poche à tourbillon, l'une des premières, vendue en 1809 au comte Stanislas Potocki.

Le plus Breguet, l'une des plus anciennes marques horlogères encore en activité, a sa manufacture à la vallée de Joux. Mais c'est à Paris, là où elle a noué des relations avec les grands de ce monde, que se trouve la plus importante exposition permanente de ses pièces historiques. Fait rare, des documents d'archives couvrant 200 ans y sont conservés: registres, certificats, lettres de clients... C'est Emmanuel Breguet, descendant du fondateur Abraham-Louis Breguet (1747-1823), qui en est le conservateur.

Musée Breguet, www.breguet.com/fr/histoire/musees-breguet, tél. (+33) 1 47 03 65 00, réservation conseillée

5 Saint-Imier

Sport et aventure avec Longines

Le lieu Ils ont réalisé la première traversée de l'Atlantique en avion, exploré les pôles, inventé des méthodes de navigation... Amelia Earhart, Paul-Emile Victor, Philip van Horn Weems, Elinor Smith, Howard Hughes ont, comme tant d'autres, conquis l'impossible avec l'expertise de Longines. Une salle est consacrée à leurs exploits dans l'un des deux étages qui composent le musée de la marque au sablier ailé. A tous ceux qui trouvent les murs de leurs chambres trop étroits et leurs rêves trop grands pour s'y épanouir, foncez dans cet endroit qui incite à s'extraire d'un métro-boulot-dodo monotone.

Le plus Depuis 1878, Longines imagine des instruments pour mesurer le temps sportif. Ski alpin, sports équestres, gym, tir à l'arc, Commonwealth Games... l'espace dévolu au chronométrage présente les diverses inventions que la marque a imaginées pour fixer les records et les exploits. Le risque est réel d'avoir envie de s'offrir une montre pour son run matinal.

Musée Longines, www.longines.com/fr-ch/entreprise/musee, tél. 032 942 54 25, réservation par téléphone ou online

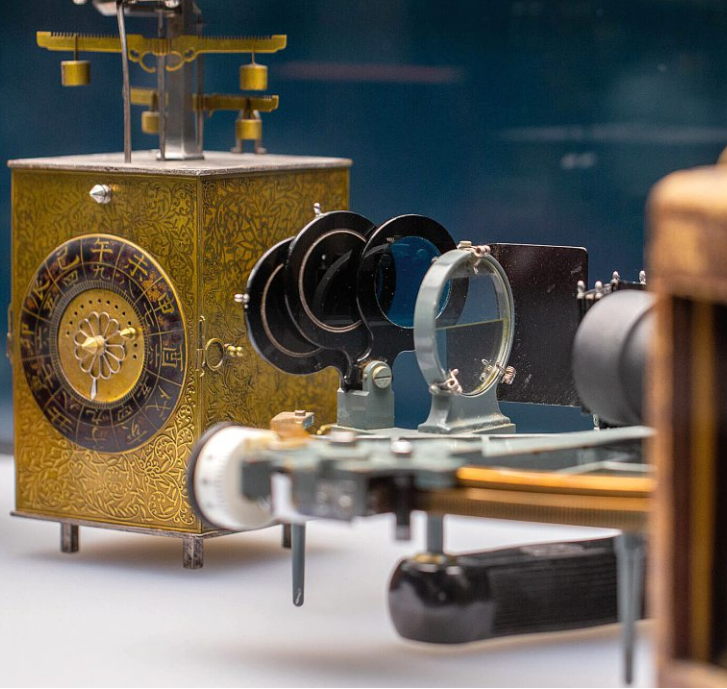
6 Chaux-de-Fonds

A pleine vitesse avec TAG Heuer

Le lieu Étape incontournable sur la «Route de l'horlogerie», ce musée célèbre les racines de TAG Heuer qui ont fait de ses montres et chronographes des références à l'échelle internationale, notamment dans le sport automobile. Les bolides surpuissants, les courses de légende, la vitesse extrême: TAG Heuer est historiquement liée aux records sur bitume et nourrit sa réputation d'excellence en imaginant des chronographes d'une précision stupéfiante. Accro à l'adrénaline? Vous êtes au bon endroit.

Le plus La salle circulaire est bâtie autour de trois éléments clés: le verre de cristal, qui symbolise le verre sur la montre et diffuse en continu un film d'images d'archives de TAG Heuer; une frise chronologique, évoquant le bord du cadran et retraçant l'histoire de l'entreprise, dans le sens des aiguilles d'une montre et neuf écrans circulaires contenant les modèles les plus beaux et les plus emblématiques de la marque. Tout est pensé suivant un concept muséographique sur 360 degrés.

Musée TAG Heuer 360, www.tagheuer.com, tél. 032 919 80 00, visite sur rendez-vous



7 Bienne Visite survitaminée chez Omega

Le lieu La Cité du Temps à Bienne promet l'aventure. Au premier étage du bâtiment conçu par l'architecte japonais Shigeru Ban, le Museum Omega offre une bonne dose d'adrénaline avec des animations à sensations: une piste de neuf mètres pour libérer l'athlète qui dort en soi, un espace consacré à l'univers de James Bond et un autre permettant de grimper sur le marchepied du Rover Lunaire. Au deuxième étage, Planet Swatch propose un (autre) voyage en orbite autour de 6500 montres colorées, fun et décalées.

Le plus Un baladeur audio sur les oreilles, on suit 64 vitrines thématiques formant un bracelet de montre d'une cinquantaine de mètres qui ondule tout au long de l'exposition, emmenant le visiteur du premier atelier de l'horloger Louis Brandt au record mondial de plongée réalisé par la Seamaster Planet Ocean «Ultra Deep» à 10 928 mètres de profondeur en 2019, sans oublier la naissance du mouvement coaxial dans lequel le visiteur «pénètre» littéralement.

La Cité du Temps, www.citedutemps.com,
tél. 032 343 89 00

8 Le Sentier Plongée 3D dans le mouvement

Le lieu Après dix-huit mois de travaux, l'Espace Horloger de la vallée de Joux a rouvert ses portes en décembre 2019 avec toujours la même mission, celle de valoriser le patrimoine horloger de la combe. Ainsi l'EHVH a misé sur une scénographie estampillée «nouvelle génération», riche d'écrans tactiles, d'installations interactives et d'ateliers pédagogiques. Ainsi, l'EHVH propose un outil 3D – Le Ludotemps – qui permet de remonter un mouvement mécanique et procéder à son emboîtement (virtuellement).

Le plus Le must est l'espace dévolu aux expositions permanentes. Elles présentent 135 pièces de collections diverses ainsi que Top chrono!, dernière exposition temporaire en date. Une immersion au cœur du chronométrage sportif réalisée en collaboration avec Dubois Dépraz et Omega.

L'occasion de découvrir des montres iconiques entre deux trails dans la forêt voisine du Risoud.

L'Espace horloger de la vallée de Joux,
www.espacehorloger.ch, tél. 021 845 75 45

9 La Chaux-de-Fonds La Mecque

Le lieu On le sait, La Chaux-de-Fonds est la Mecque incontestée de l'industrie horlogère. Pas étonnant qu'un musée y célèbre, dès 1902, le savoir-faire local. Agrandi à quatre reprises, puis déplacé, en 1974, dans un bâtiment spécialement construit, le musée propose une immersion dans l'une des plus importantes collections de l'histoire de la mesure du temps.

On est dans l'ambiance dès l'entrée monumentale, un plongeon dans un volume souterrain de 20 000 m³, à la recherche du temps qui passe. Compter deux bonnes heures pour découvrir des pièces magnifiques de toutes les époques et appréhender la notion du temps et sa mesure à travers les siècles. C'est beau et instructif à la fois.

Le plus La clepsydre, le cadran solaire, la pile Volta, l'émaillage ou encore le montage et démontage de montres n'ont plus de secrets pour les 4-12 ans.

Le secrétariat du musée organise régulièrement des ateliers pédagogiques et ludiques pour le jeune public.

Musée international d'horlogerie, www.mih.ch,
tél. 032 967 68 61.



10 Cluses Zoom sur le décolletage

Le lieu C'est la Silicon Valley du décolletage! De Chamonix Mont-Blanc à Genève s'étend le tissu industriel gravitant autour des métiers du décolletage. Tous y sont représentés: usineurs, traiteurs chimique et de surface, fournisseurs matières, outillage et machines... Installé dans l'ancienne usine Carpano et Pons, le musée raconte l'histoire horlogère de la vallée de l'Arve, sous son angle industriel.

Le plus La visite théâtralisée! Virginie, l'une des médiatrices, se costume pour évoquer avec beaucoup de verve l'activité du décolletage au début du XX^e siècle. Elle devient Célestine, ouvrière qualifiée et reconnue aux Etablissements Paul Rachon, fabrique de roues et de pignons, chargée d'accueillir et former les apprentis de tout âge et pour toute tâche: décolletage, metteur de barres, essoreur, travail de reprise...

Vous saurez tout sur la vie à l'atelier, le fonctionnement des machines, les tâches, les noms de l'industrie locale, la longue tradition horlogère de la vallée. Allez, on remonte ses manches!

Musée de l'Horlogerie et du Décolletage,
musee.2ccam.fr, tél. +33 4 50 96 43 00

«Nous aimerions que les visiteurs touchent, essaient et **ressortent un peu transformés**»



Le mouvement de l'Universelle, chef d'œuvre de complications, présente 1168 composants et fait partie de la collection Patrimoine Audemars Piguet.

Ressentir la montre pour la comprendre

La muséographie contemporaine a tiré un trait sur ces lieux où les objets s'empoussièrent sur des étagères. Le musée, pour son bâtiment et la collection présentée, est devenu une destination touristique à part entière. La culture horlogère opère aussi ce tournant, avec des expériences muséales hors normes. Le tout récent Musée Atelier d'Audemars Piguet est emblématique de cette transition vers l'expérience culturelle, le désir d'un lieu de vie partagé, entre artisans, employés, fournisseurs,

collectionneurs et grand public. Sébastien Vivas, directeur du musée et du patrimoine Audemars Piguet, explique l'intention: «Nous voulons un espace vivant, où les visiteurs ressentent l'énergie des deux familles toujours propriétaires de la marque et très impliquées. Nous aimerions qu'ils touchent, essaient et ressortent un peu transformés.» Le bâtiment est pensé comme une grande complication architecturale, avec cette spirale vitrée sans aucun pylône pour soutenir le toit. Cette

transparence ouvre sur le paysage de la vallée de Joux et son climat rude qui explique la naissance de l'art horloger. Partout, en réel derrière la vitre comme en merveilleuses interprétations artistiques, la forêt du Risoud s'impose en thème dominant. Comme le musée Guggenheim a contribué à placer la ville de Bilbao sur la carte des lieux à visiter, gageons que la vallée de Joux verra converger les esthètes amoureux – ou pas encore... – des rêves en mouvement.



Blanc pour dents

UN BON BROSSAGE, UNE GOUTTIÈRE, UN TRAITEMENT EN CABINET? IL Y A PLUS D'UNE MÉTHODE POUR RETROUVER LE SOURIRE DE SA JEUNESSE.

TEXTE KATRIN ROTH

POUR CHARLIE CHAPLIN, «une journée sans rire, était une journée perdue». Il avait raison. De nombreuses études démontrent que rire ou sourire a des effets positifs tant sur le corps que sur l'esprit. Mais dans le même temps, une enquête menée aux Etats-Unis en 2019, a révélé que beaucoup de personnes dissimulent pourtant leur sourire derrière leurs mains, par honte de leurs dents. «Contrairement au reste du corps, les dents ne sont pas seulement une partie biologique et anatomique, mais révèlent notre statut social et culturel», précise en effet Ana Stevanović, dentiste et responsable de la formation professionnelle chez Curaden, entreprise de fournitures et services pour les dentistes. Les dents peuvent-elles influencer l'image qu'on a d'une personne? C'est ce qu'a mesuré Tim Newton, professeur de psychologie appliquée à la dentisterie au King's College de Londres en présentant à des volontaires trois portraits de personnes souriantes. La première image montrait un individu avec des dents naturelles, sur la deuxième les dents avaient été blanchies à l'aide d'un logiciel alors que sur la troisième photo on pouvait distinguer des signes de caries. Or, ce n'est pas le sourire naturel qui a eu le plus de succès, mais celui dont les dents avaient artificiellement été éclaircies.

Ce n'est donc pas étonnant que le marché de la dentisterie esthétique et cosmétique soit en forte croissance. Celle-ci devrait réaliser un chiffre d'affaires mondial de 27,95 milliards de dollars en 2024, selon une étude de la société de conseil américaine Grand View Research. Les prévisions sont similaires en ce qui concerne le marché mondial des soins bucco-dentaires et des produits dentaires, qui, selon Statista, passera d'environ 38,4 milliards de dollars actuellement à 42,2 milliards de dollars d'ici à 2024.

Des prévisions à mettre en perspective avec l'évolution des réseaux sociaux où tout le monde peut facilement améliorer son aspect en quelques clics et filtres, ce qui rend les attentes en matière d'image de soi irréalistes, en particulier chez les plus jeunes. «Dans la vraie vie, les gens s'attendent à avoir le même aspect qu'avec un filtre. Même si ce n'est pas du tout possible», relève ainsi la dentiste britannique Rhona Eskander dans une interview à *Vogue* anglais. En réalité, les dents ne conservent pas leur couleur d'origine. «Au fil des années, l'émail dentaire devient plus fin et

laisse apparaître la dentine plus jaune et foncée. A cela il faut ajouter la décoloration causée par des dépôts colorants comme le café, la nicotine ou le vin rouge», confirme Alessandro Devigus, dentiste et propriétaire du cabinet de groupe dentist.ch. Dans un premier temps, le praticien conseille un nettoyage dentaire professionnel en cabinet, pour éliminer les résidus sur les surfaces dentaires tachées.

Pour Ana Stevanović, une visite régulière chez le dentiste reste la base pour avoir de belles dents. «Les interventions esthétiques pour améliorer son sourire ne peuvent être envisagées que sur une dentition saine. On commence toujours par traiter les problèmes bucco-dentaires en cabinet, chez un professionnel», explique la spécialiste. Mais apprendre aux patients comment garder une bonne hygiène buccale et utiliser les instruments adéquats est tout aussi important que le traitement des caries, des gingivites ou autres affections. A ce titre, Ana Stevanović conseille l'utilisation quotidienne de brossettes interdentaires calibrées, d'une brosse à dents souple et d'un dentifrice sans substances nocives.

Blanchir et aligner

Quid des remèdes de grand-mère censés avoir un effet blanchissant comme le bicarbonate de soude, le sel, le jus de citron ou les fraises mixées? «Acides ou abrasifs, ces «remèdes maison» peuvent endommager l'émail des dents et causer des dommages irréversibles», prévient Alessandro Devigus, qui recommande de blanchir les dents dans le cabinet d'un dentiste où l'agent blanchissant est dosé individuellement.

Pour ceux qui veulent changer non seulement la couleur de leurs dents mais aussi corriger l'alignement, Ana Sevanović conseille la facette dentaire. Il s'agit d'une fine couche de céramique appliquée sur la surface de chaque dent (comme un ongle artificiel) et qui permet de masquer la plupart des imperfections. L'autre traitement du moment en matière de santé et d'esthétique dentaires est la gouttière d'alignement transparente, connue aussi sous le nom de clear-aligner. «C'est une grosse tendance qui ne cesse de croître», confirme Ana Stevanović. Sinon, on peut encore suivre le système D, méthode des pros du maquillage qui consiste à mettre du bleu sur les lèvres. En effet, en tant que couleur complémentaire, il s'oppose au jaune et l'annule, faisant apparaître les dents plus blanches. C'est rapide, sans traitement invasif. Et ça vaut bien un sourire. ☺

NOTRE SÉLECTION CHIC & SWISS

De gauche à droite: Brosse à dents Hydrosonic Black Is White, 169 fr. Brossettes interdentaires, dès 9 fr. 90, **Curaprox**. Pâte dentifrice blanchissante, Snow White, 32 fr. 90. Gel dentaire d'or (23,75 carats d'or pur sous forme de poudre ultra-fine) avec brosse à dents ultra-soft, 99 fr., **Swiss Smile**.



40 mm et c'est tout

LE BOÎTIER DE 40 MM S'IMPOSE COMME UN NOUVEAU CLASSIQUE. CE DIAMÈTRE, NI GRAND NI PETIT, AUSSI FÉMININ QUE MASCULIN, SEMBLE ATTEINDRE L'ÉQUILIBRE PARFAIT.

TEXTE MATHILDE BINETRUY



L'ESPRIT NATURE

Son cadran, ses couleurs, son boîtier en or éthique 18 carats certifié Fairmined, orné de feuilles et son bracelet au tannage végétal sont autant de gages du respect que la marque porte à l'environnement. **Chopard L.U.C XPS Spirit of Nature, 18 000 fr.**

INFLUENCE 50'S

Fidèle au design des fifties, la montre propose avec sa mono-aiguille une lecture simplifiée de l'heure sur un cadran bleu saphir soleil. Elle trouve sa place au poignet des esthètes avertis avec son bracelet en maille milanaise si chic. **MeisterSinger Neo Plus Pointer Date, environ 1300 fr.**

L'ALU CHIC

Voici la réédition d'un modèle jet-set de 1998, revisité en plus résistant et esprit tuxedo épuré. Le chic, sans le prix vertige. Aussi en blanc et chrono. **Bulgari aluminium cadran noir, automatique, 2850 fr.**

EN COURBES DOUCES

La nouvelle ligne Streamliner s'inspire des courbes et rondeurs de l'esthétique des trains des années 1920-1930. Une élégance fluide et intemporelle, avec cadran vert fumé. **H. Moser & Cie, Streamliner Centre Seconds, cadran Matrix Green, 19 900 fr.**

RÉTRO GLAM

Avec son look teinté d'une touche vintage, cette pièce mixe les styles et les époques. Sa nouvelle couleur de cadran brun sépia renforce son caractère rétro. Un esprit chic et authentique à porter au quotidien, en toutes occasions! **Vacheron Constantin Fiftysix automatique, 20 000 fr.**

ACIER TREMPÉ

Matériau rare chez Patek Philippe, l'acier habille la Calatrava d'une armure sexy. La touche graphique? Elle la doit à sa large lunette bombée et à son cadran à la géométrie rythmée. **Patek Philippe Calatrava référence 6007A-001, édition limitée à 1 000 pièces, 25 000 fr.**

PIONNIÈRE

Comment se glisser dans la peau d'un Paul-Emile Victor, d'une Elinor Smith ou d'un Howard Hughes, grands explorateurs? En portant cette montre inspirée des exploits dans les airs, en mer et sur terre de ces pionniers qui portaient des modèles Longines. **Longines Spirit, 2 000 fr.**

ÉLÉGANCE, TOUJOURS

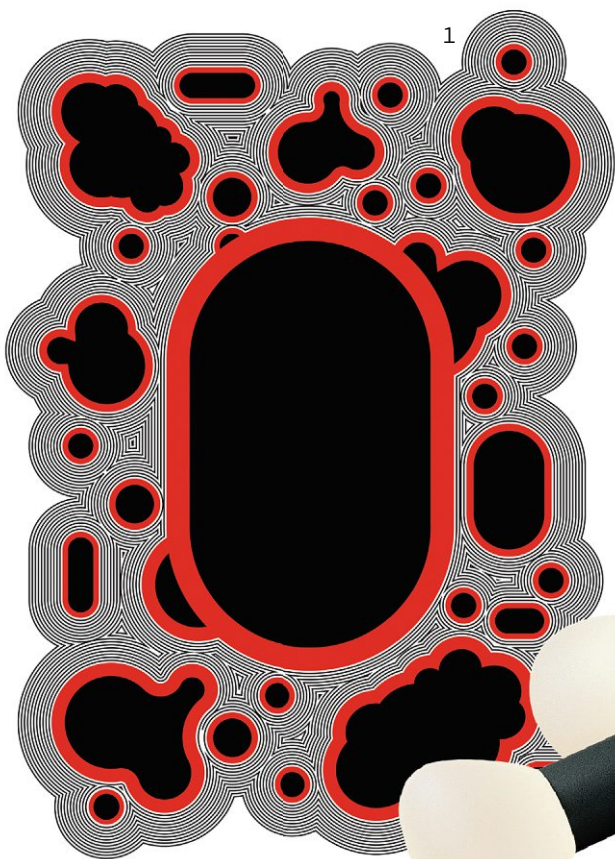
Une pièce inspirée d'un modèle historique qui trouve parfaitement sa place dans les nouvelles collections. Sa fonction minuterie est quand même plus sexy qu'un rappel sur le smartphone, non? **Jaeger-LeCoultre Minuterie Master Control Memovox, 15 700 fr.**

POUR RENDRE une montre désirable, il n'y a pas que le calibre, le design et l'aura de la marque. De fait, ses proportions servent aussi admirablement sa cote de popularité. Coup d'œil au poignet: quel est le diamètre de votre tocante? Choisir un 34, 36, 38 ou 42 mm dépend certes des morphologies (aux attaches fines, les montres petites; aux ossatures solides, les modèles volumineux), mais aussi des modes, des goûts et de la complexité horlogère. Car, faire rentrer une répétition minute dans un «petit 36», c'est un peu comme demander une taille au-dessous dans une boutique de jeans: on aimerait y croire mais cela reste du domaine du rêve. Autre variable culturelle: la testostérone se mesure rarement au-dessous des 44 mm et la préciosité descend parfois jusqu'à 28 mm. Sans parler du choix cornélien de l'effet désiré. Accoler un nombre de millimètres à un modèle équivaut à convoquer, mentalement, les images que va en avoir son futur propriétaire (et son entourage): discrète, audacieuse, virile...

L'ère du consensus

Choisir une taille de montre c'est aussi s'inscrire dans la grille historique et stylistique

d'une époque. Dans les années 1990, la surenchère était de mise et il n'y avait rien d'étonnant à porter une mini soucoupe volante sous un trois-pièces (attention poids lourd!). Deux décennies plus tard, en 2010, le slim – et sa course aux records – remettait au goût du jour le côté «less is more». Or nous voici en 2020 et une ère du consensus se profile. C'est-à-dire un mix entre technologie et discrétion, entre mouvements raffinés et matériaux performants, mais toujours cet art de l'*understatement*. Vive ainsi la montre au diamètre parfait, la 40 mm. «On peut dire qu'il s'agit là de la taille archétypale, qui signe la belle horlogerie sans esbroufe», souligne la CEO de Jaeger-LeCoultre, Catherine Rénier. Pascal Brandt, responsable de la communication des montres Bulgari, ne dit pas autre chose quand il assure que «les clients sont fatigués des extravagances et désirent des pièces plus calmes, plus rassurantes. Des modèles forts à porter longtemps.» Par ailleurs, un diamètre de 40 mm ancre la montre dans le quotidien: élégant, classique, chic, universel. Et mixte! Le temps où la montre était un marqueur de genre est passé, lui aussi... En ce moment historique qui prône le durable et l'indémorable, quoi de mieux qu'un classique parfaitement équilibré, qui sied à tous? ☺



Adrien Rovero

LE DESIGNER LAUSANNOIS EST AUSSI À L'AISE AU MUSÉE QUE DERRIÈRE UNE TABLE À REPASSER.

TEXTE ESTELLE LUCIEN



IL NOUS REÇOIT SUR LES HAUTS de Renens, la barbe ténébreuse et soignée, la marinère classique, le California garé devant le studio. Le designer Adrien Rovero est un quarantenaire ancré dans son temps. Une époque qu'il scrute dans les détails, parfois les plus infimes et insignifiants. Il nourrit ainsi sa créativité, teintée d'un humour subtil et d'une dose de poésie. Le Lausannois formé à l'ECAL, où il enseigne désormais, collabore avec des musées dont il réalise les designs d'exposition. Il signe aussi pour de grands noms, Hermès – il vient de redessiner la boutique de Zurich – ou encore Pfister qui édite ses créations. Dernièrement, il s'est plié à l'exercice du repassage pour le fabricant d'électroménager Miele, qui a demandé à des artistes de créer des motifs à appliquer au fer sur des vêtements, dans l'idée de les réparer et de les transformer.

Qu'est-ce qui a guidé votre collaboration avec Miele?

Pour moi l'idée de la réparation est associée aux rustines, ces petits caoutchoucs

qui servent à réparer une chambre à air. C'est aussi visuellement un motif intéressant. Depuis quelque temps j'ai développé des *Doodle Drawings* (1), sur l'idée des gribouillis qu'on fait lorsqu'on est au téléphone. J'ai donc installé un stylo sur une machine à découper. Cela donne lieu à des motifs qui peuvent se retrouver dans des expositions ou sur des tapis et ici pour Miele. Je suis attaché à la poésie du processus de fabrication comme à celui de la réparation.

Est-ce que vous-même vous réparez?

Oui, je dois réparer une cafetière italienne, à laquelle je tiens beaucoup, elle m'a été offerte par un stagiaire italien. Il s'agit du modèle signé *Aldo Rossi pour Alessi* (6). Le manche a eu chaud et je veux en faire quelque chose...

Qu'est-ce qui nourrit votre inspiration?

J'essaie de palper le pouls de la vie quotidienne. Je me remémore des expériences. Enfant j'étais scout, et ce qui m'en est resté ce sont ces constructions qu'on faisait avec trois bouts de bois.

Que voudriez-vous qu'on retienne de votre travail?

Parmi les plus récents, *la lampe Parc* (2) pour Lambert & Fils me tient à cœur car elle est liée à l'année que j'ai passée à Montréal entre 2018 et 2019 et à une affaire de famille qui continue de tout fabriquer au Canada.

Quelle personnalité vous inspire?

Achille Castiglioni (1918-2002). Il y a dans ses objets un humour entre intelligence et étonnement ainsi qu'une grande économie du geste.

Un lieu où vous vous ressourcez?

Tenerife (3)! J'adore le surf et l'idée d'être sur un volcan au milieu de l'océan.

Et à Lausanne?

Le Pavillon Bar & Kitchen (5). Un lieu multifacette que j'aime. Quand j'étais petit j'allais y manger des glaces Mövenpick...

Un mets qui vous fait craquer?

Rond, beau, bon et folklorique: *le carac* (4)! ☺





CHANEL.COM

VANESSA PARADIS

CHANEL

J12

UNE HISTOIRE DE SECONDES

MOUVEMENT AUTOMATIQUE MANUFACTURE

MONTRE EN CÉRAMIQUE HAUTE RÉSISTANCE. FABRIQUÉE EN SUISSE. GARANTIE 5 ANS.