

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

ARCHITECTURE
Bâtir l'avenir,
selon David
Chipperfield

SWISS MADE
L'épopée du roi
des éplucheurs

TECHNO
10 prouesses
du transport
par câble

DESIGN

Indestructibles! Nouvelles matières
pour de beaux objets qui durent

OCTOBRE 2021

 Le Matin
Dimanche

Elegance is an attitude

Kate Winslet
Kate Winslet

LONGINES



The Longines
Master Collection



David Chipperfield,
un architecte anglais
à Zurich P. 14



10 prouesses techniques
pour voyager sur un fil P. 26



Algorithmes et AI s'inventent
en cosmétique P. 30

Design | Octobre 2021

SUJETS

8 Trend

Les tapis de yoga se la jouent en mode haute couture

10 Swissmade

Le célèbre éplucheur en aluminium Rex est fabriqué à Delémont

12 Voiture

Les véhicules électriques peu audacieux en matière de design

31 Ses goûts

Le nez François Demachy demeure fidèle aux senteurs de Grasse

RUBRIQUES

4 Merveilles: une montre super écolo, une valise presque tricotée, un guide pour amateur de crus suisses, une exposition de fleurs et de bijoux...

9 Icône: The Longines Master Collection

29 Décodage: Rega Fleet Limited Edition d'Oris

Sac de voyage Overnighter en cuir de vachette au tannage végétal, **Qwstion**. Couverture d'extérieure imperméable Blanket plaid matelassé avec ouatinage isolant, **Rains**. Lunettes de Soleil LV Dust, monture en nylon injecté, **Louis Vuitton**. Gants Kopenhagen Touch en cuir nappa, avec **Roeckl**. Chaussettes de trekking Ergonomic Sport system TK2, laine mérinos mélangée, **Falke P.18**



UNE

Montre Captain Cook High-tech Ceramic construction monobloc de boîtier en céramique haute technologie innovante, **Rado**. Etrier Soft Up Pro Plus en polymère thermoplastique, **Hermès**. Ecouteurs IE 900 en aluminium, **Sennheiser**. Lunettes de soleil Hero, monture en Grilamid TR90 léger, **Bliz**. Dégaine Shadow/Spectre Hybrid, **DMM 24**, (Cactus Sports, Genève).

PHOTOS

Douglas Mandry

SÉLECTION

Marie Dami

Le plaisir du beau à chaque instant

SUR MA DROITE, la porte monumentale, en or vieilli, qui marque l'entrée de la nouvelle extension du Kunsthaus de Zurich, signée de l'architecte David Chipperfield (*lire l'interview en p. 14*). Sur ma gauche, un petit outil de rien, 20 grammes d'aluminium parfois coloré: l'éplucheur Rex, qui met à nu nos pommes de terre depuis près de 75 ans (*lire en p. 10*). Quel rapport entre les deux? La quête de la pièce parfaitement juste, au bon moment, au bon endroit. La porte, pratiquement celle d'un temple, marque l'encrage historique du musée zurichois, la préciosité de son contenu, la vénération de la culture. L'éplucheur, lui, se contente d'amener sourire et rapidité en cuisine: c'est peu,



Renata Libal,
rédactrice en chef

mais c'est très agréable. Petits ou grands, ambitieux ou modestes, les objets d'architecture et de design réussis nous forgent l'œil et les sens. Ils jalonnent les itinéraires en ville, accompagnent les gestes quotidiens. Si j'avais une baguette magique, je ferais disparaître du paysage des jours toutes les bricoles laides et malpratiquées. Là un crayon trop épais pour être taillé, ailleurs un arrosoir de plastique dont le bec verse l'eau de travers ou un fauteuil tellement inconfortable que l'on passe sa soirée à croiser et décroiser les jambes. L'irritation face à ces inadéquations est souvent inconsciente. Ce n'est que face à l'objet pertinent, rigoureux et bien pensé que l'on réalise à quel point il fait profondément du bien. Quel sentiment de sérénité il apporte. C'est sans doute cela, la beauté.



La nouvelle extension du musée du cinéma à Los Angeles signée Renzo Piano.

MUSÉE

Écrin géant

Un film est le résultat d'une implacable mécanique, entre différents éléments et métiers. Il en va de même de l'horlogerie. Ce n'est donc pas un hasard si Rolex compte parmi les partenaires privilégiés de la création cinématographique en général – et de l'Academy Museum of Motion Pictures, à Los Angeles, en particulier. La rénovation de cette institution consacrée au 7^e art a été confiée à l'architecte Renzo Piano, lauréat du prix Pritzker, et elle vient de s'achever. Situé à l'angle de Wilshire Boulevard et Fairfax, le bâtiment est célèbre pour son angle nord rond, composé de 350 000 carreaux de mosaïques en feuilles d'or, dont près d'un tiers ont été remplacés. L'architecte italien a également conçu une

extension sous la forme d'une immense sphère où prennent place deux nouvelles salles de projection. Dans ce temple dédié à la production cinématographique, la galerie Rolex occupe plusieurs salles au troisième étage sous le titre: «Histoires du cinéma». Le public y découvrira les nombreux aspects de la réalisation d'un film, mais aussi le légendaire Cosmograph Daytona ayant appartenu à Paul Newman. Rolex est lié au cinéma par la présence de ses montres à l'écran, bien sûr, mais aussi par le biais de son programme de mentorat artistique destiné notamment aux jeunes cinéastes. La marque à la couronne compte parmi ses mentors un certain Martin Scorsese. Quand même. *Estelle Lucien*

BONNE BOUCHE

Dessine-moi un vin



PAR
PIERRE THOMAS

La collection «Mémoire du Temps», imaginée par le Vaudois Michel Logoz, le créateur de trente mille étiquettes (!) de vins en Suisse, et l'œnologue Madeleine Gay, a connu vingt éditions, jusqu'en 2015, année de la retraite de la vinificatrice de Provens. Si, au début, c'était un auteur de BD qui s'y collait, à la fin, ce fut un dessinateur de presse qui croquait les événements de l'année, pour le vin le plus représentatif du millésime. Nicolas Wüst, le fondateur du cercle d'amateurs de vins Magnificients (1500 fidèles), a repris l'idée. Il a l'habitude des mariages insolites, comme ces Cuvées X (chiffre romain), l'une de compléter, l'autre de cabernet, assemblages de plusieurs millésimes, lancées ce mois d'octobre pour les dix ans de Magnificients. Le blanc grison vient des von Tschärner, père et fils, le rouge du Genevois Jean-Pierre Pellegrin, qui a aussi fourni le vin de la deuxième cuvée «Sang d'encre», la première l'étant par la Vaudoise Laura Paccot. Tou(te)s sont membres de la Mémoire des vins suisses (www.mdvs.ch). Et pour la troisième édition, c'est la présidente de la MDVS, la Sierroise Madeleine Mercier, qui a voulu ce pinot noir, illustré du casse-tête de la pandémie, signé Pigr, un dessinateur qui publie dans *Vigousse* et *Le Quotidien jurassien*. Né à Delémont, il s'est installé sur les hauts de Sierre. Et c'est de ces coteaux que provient – de quatre sélections, dont deux ont été retenues – ce pinot noir.

Cette cuvée n'a pas connu la barrique, pour une dégustation non pas sur le côté flatteur du pinot, mais sur la structure, vaccinée d'une dose d'ancelotta, une variété donnant couleur et tanins. À la fois souple et bien construit, il n'est réservé ni aux «buveurs d'étiquettes» – les snobs du vin – ni aux collectionneurs – tentés de ne pas le boire... En prime, 2 francs par flacon sont versés à la Maison du dessin de presse de Morges.



L'étiquette: Sang d'encre 2020
Le prix: 21 fr./75 cl (999 bouteilles)
L'adresse: www.magnificients.ch



PARFUM

Né de la terre

En latin, «terrae» signifie «provenant de la terre». C'est exactement ce qui a inspiré le nouveau parfum pour homme de la collection Bvlgari Man. Le nouveau Terrae Essence est un hommage à la puissance de la nature et à la générosité des terres de Toscane, où la nouvelle fragrance a été récemment dévoilée. Le maître parfumeur Alberto Morillas a concrétisé cette idée en une formule vitalisante, composée de notes d'agrumes, de vétiver et de l'accord exclusif Terrae fumé. Le résultat est un parfum chaud avec une signature olfactive intense mais en même temps très délicate qui apporte la juste touche d'*Italianità* sur la peau. *Katrin Roth*
Bvlgari Man Terrae Essence, eau de parfum, 60 ml, 105 fr.



Les bijoux Van Cleef & Arpels se fondent dans les images de Mika Ninagawa

EXPO

Floraison joaillière

On entre dans un kaléidoscope géant: une sombre galerie des glaces, illuminée par des projections de photos aux couleurs flamboyantes qui vous guident comme par magie à travers un labyrinthe onirique. L'exposition intime «Flora», place Vendôme à Paris, propose une expérience immersive, jeu de lumière et de miroirs, entre photographie et art joaillier. Van Cleef & Arpels a donné carte blanche à la Japonaise Mika Ninagawa pour imaginer un hommage aux fleurs, mettant en regard ses œuvres et les créations florales si chères à la maison française. L'artiste et la maison de joaillerie partagent la même passion pour les fleurs. Plus d'une centaine de pièces- bijoux historiques ou créations contemporaines de la collection Van Cleef & Arpels côtoient les clichés de

l'artiste créant un écrin luxuriant et coloré. Dans les vitrines presque invisibles, les visiteurs sont invités à contempler de près certaines des pièces les plus emblématiques de la maison, celles qui ont marqué l'esthétique de certaines époques. Le bracelet Fleurs enlacées, par exemple, a remporté le Grand Prix de l'Exposition internationale des arts décoratifs à Paris en 1925, qui marquait le début de l'Art déco. «Capturer la beauté éphémère de la flore en bijoux éternels, c'est dans l'âme de notre maison depuis sa fondation en 1906», a rappelé Nicolas Bos, Président de Van Cleef & Arpels, lors du vernissage.

Silke Bender

Jusqu'au 14 novembre, Hôtel d'Évreux, 19 place Vendôme, Paris. Entrée libre sur réservation.

DESIGN

Une histoire bien vivante



Ses formes rondes comme des savonnettes ont fait sensation en 1954, quand Gio Ponti a posé son fauteuil révolutionnaire, le Round.D.154-5, dans les bureaux d'Alitalia, à Manhattan et dans le terminal de la compagnie aérienne à l'aéroport de Milan. Bijou de l'industrialisation du meuble, le fauteuil que son architecte de créateur nommait tendrement le «huit pièces» (pour le nombre de ses composants) se pose bien là dans l'histoire du design. À ce titre, il figure en majesté dans le musée de la maison Molteni, qui vient de déménager dans ce spectaculaire cube de glace (Glass Cube) que Ron Arad a construit sur le site de production, près de Milan. L'éditeur de meubles, toujours en mains familiales, ouvre ainsi ses portes aux visiteurs, donnant un aperçu à la fois de son savoir-faire et des icônes qui ont construit notre imaginaire. Mais nul besoin de conjuguer au passé! Moults chefs-d'œuvre sont toujours réédités et respirent l'air du présent. Le fauteuil Round s'est ainsi posé en star du récent salon de Milan, vêtu de son nouveau textile... en PET recyclé. Renata Libal

Le musée Molteni se visite sur réservation www.moltenigroup.com. Un magasin en nom propre vient par ailleurs d'ouvrir à Lucerne.



MAQUILLAGE

Un livret pour les yeux

Quatre gammes chromatiques, quatre livrets cartonnés, pour se dessiner des yeux doux et naturels. RL.

Palette ombres à paupières Mineralist, 95% ingrédients naturels, Bare Minerals, 39 fr.90



Panerai Submersible eLAB-ID™, boîtier en EcoTitanium™ satiné, 44 mm, mvt automatique, étanche à 300 m, bracelet en PET recyclé, 60 800 fr.

MONTRES

Plongeon vert

Plutôt qu'une énième course à la nouveauté, l'horlogerie prône de plus en plus les initiatives engagées. Et, certaines marques accélèrent la cadence. Si Oris a fait du respect de l'environnement son fer de lance depuis de nombreuses années, sa montre de plongée Aquis Date Upcycle fait entrer la marque dans une nouvelle dimension. Son cadran en PTC recyclé «psychédélique» prouve que le plastique peut être recyclé puis revalorisé pour devenir une véritable œuvre artistique. La manufacture d'Hölstein n'est pas la seule à valoriser ses engagements environnementaux au poignet. Panerai a fait du développement durable l'ADN d'une pièce ultra-désirable: 98,6% du poids de sa Submersible eLAB-ID™ provient



Oris Aquis Date Upcycle, boîtier en acier, 41,5 mm, mvt automatique, étanche à 300 m, cadran motif en plastique PET recyclé incrusté dans le cadran, 2100 fr.

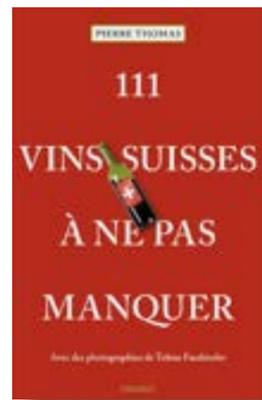
de matériaux fabriqués à partir d'une proportion élevée d'éléments récupérés. Boîtier, cadran sandwich et ponts sont façonnés en EcoTitanium™, un alliage de titane recyclé léger, de qualité aérospatiale, composé de plus de 80% de matériaux reconditionnés. Ce n'est pas tout! C'est la première montre à présenter un cadran et des aiguilles avec du Super-LumiNova™, ainsi qu'un échappement en silicium tous deux 100% recyclés. Du verre saphir aux aiguilles en or, la majorité de ses principaux composants pousse loin la logique de durabilité. Peu présente il y a quelques années, la question de l'horlogerie green est désormais incontournable. Cette bonne conscience a un nom: l'heure propre. *Mathilde Binetruy*



BAGAGERIE

Maille robuste

La maille à motif zigzag représente la signature visuelle de la marque de mode italienne Missoni. Elle se porte en pantalon souple ou petit top aérien. La voilà pourtant sur du plus solide que solide! Un partenariat avec Tumi, géant américain de la valise incassable depuis 1975, rend cette métamorphose possible. Et désirable. R.L. **Jeu de 9 pièces de bagagerie Missoni x Tumi, nylon ou Tegra Lite®, dès 500 fr..**



GUIDE Choix d'expert

Notre chroniqueur Pierre Thomas (*lire en page 8*) s'est plié au choix «terrible et comélien» d'une sélection de 111 vins suisses. Fin connaisseur du vignoble helvète, il signe un livre – les images sont de Tobias Fassbinder – où il a veillé à la bonne répartition géographique, à nos bourses (une majorité de bouteilles de moins de 25 fr.) et mis les vigneronnes à l'honneur. *E.L.* **111 vins suisses, Emons Publishers, 26 fr. 30.**

L'espace en haute définition

TOYS FOR BOYS



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

«Je veux bien passer ma nuit à regarder romantiquement les étoiles dans tes bras, mais alors l'un contre l'autre, dans un bon lit.» Grâce au télescope Vespera, cette injonction paradoxale n'en est plus une. C'est simple: il suffit de dresser le trépied, d'appuyer sur le bouton et... d'apprécier! Cela rappelle des activités que vous pratiquez déjà tout naturellement avec beaucoup de plaisir? C'est le but de cet objet aux formes sensuelles, croisement entre un télescope et un appareil photo. Sous les draps, en camping ou sur



Vespera, de Vaonis, env. 1700 fr., livrable dès le printemps 2022. www.vaonis.com

la terrasse, la connexion wi-fi entre votre tablette (ou votre smartphone) et Vespera permet de contempler les étoiles en moins de 5 minutes.

Dans l'appli embarquée, vous choisissez l'astre que vous voulez observer puis l'appareil pointe vers l'objet céleste désiré, s'y fixe et le suit, compensant automatiquement la rotation de la Terre. Vous pouvez alors prendre des photos en Full HD avec des temps de pause de plusieurs heures si nécessaire. Le résultat? Il est bluffant. Jupiter ou la nébuleuse d'Orion ressortent avec un piqué et des couleurs rarement atteignables par des particuliers. Outre l'optique (focale de 200 mm, ouverture à 50 mm et quatre lentilles), l'excellente exploitation du capteur photo Sony IMX462 fait toute la différence et permet des observations de qualité même en cas de lumière parasite. Le matériel tient facilement dans un sac à dos et la batterie dure 4 heures. Il reste donc une partie de la nuit pour s'adonner à d'autres activités.



FLEXFORM

Gregory XL
canapé modulaire

Antonio Citterio Design
Made in Italy
flexform.it

Agent pour la Suisse
Arquint Home GmbH
T +41 41 710 3917
flexform@arquinthome.ch



Les deux marques espagnoles Loewe (cuir sublime) et Paula's Ibiza (boutique à l'esprit bohème) cosignent un tapis d'inspiration plage.

La mode tête en bas

SANS DOUTE FAUT-IL EN RIRE... Après une séance yoga, la discussion porte plus volontiers sur la bonne manière de préparer les graines de chia que sur la chiquitude du tapis de pratique. Mais les divinités de la planète fashion ne fréquentent visiblement pas les mêmes studios que le commun des mortels. Il semble en effet, que, sur leur Olympe, les logos de luxe incitent à mieux se plier dans la posture de uttanāsana. Car voilà qu'apparaissent un peu partout des tapis de sol siglés des plus grands noms du secteur. Après les incartades dans les tenues de sport, l'esprit de la mode entend donc convertir les adeptes du lâcher-prise. Sans surprise, Prada se positionne en tête de cette croisade de la griffe partout, la marque ayant amorcé le mouve-



Motifs noir et blanc pour le modèle **Prada**.



Monogramme et cuir chez **Louis Vuitton**.

ment dès 2018: après les motifs floraux, le modèle de la saison propose une géométrie de noir et blanc, avec logo en métal émaillé (attention au petit orteil) et se vend avec harnais pour... 1920 fr. De quoi vous désaligner les chakras vite fait. D'autres géants emboîtent le pas: Louis Vuitton et ses monogrammes; Off-White et Karl Lagerfel en noir classieux (plus sobres: tous deux à moins de 200 fr.); alors que, pour Saint Laurent, Anthony Vaccarello cologote une collection à l'esprit rock avec la marque californienne Alo Yoga. On va faire simple: en posture de lotus imperturbable, on ferme les yeux, on se concentre sur sa respiration profonde et on laisse les idées loufoques passer leur chemin, comme autant de nuages dans le ciel. Ooomm... ☯

TEXTE RENATA LIBAL



La mécanique du désir

MOUVEMENTS MÉCANIQUES, UNE PASSION D'HOMME? PAS SI SÛR! THE LONGINES MASTER COLLECTION PROUVE QUE L'ART HORLOGER SE DÉCLINE AU FÉMININ, ENTRE CHARME ET EXPLOITS.

TEXTE LA RÉDACTION

CÔTÉ CHARME, l'actrice Audrey Hepburn lovée dans un grand fourreau noir, la comédienne Kate Winslet retroussant sa chemise blanche avec assurance et aussi la star indienne Aishwarya Rai Bachchan. Toutes posent avec élégance, au fil des ans, pour une publicité Longines. Côté exploits, il y a Amelia Earhart, la première femme à survoler l'Atlantique en solitaire (1932), son chrono Longines au poignet. Et la skieuse Mikaela Shiffrin, dévalant les pistes du circuit de la coupe du monde, ou encore la cavalière Jane Richard. Tant d'autres héroïnes du quotidien ont ressenti ce désir de rendre chaque minute précieuse. Depuis très longtemps, les femmes sont au cœur de l'attention de la marque horlogère Longines, qui leur a dédié moult modèles dits horlogers, soit dotés de mouvements mécaniques façonnés tant pour leur beauté que pour leur précision.

Des formes rondes et des fonctions emblématiques caractérisent The Longines Master Collection. Ces montres s'inscrivent dans une génération de modèles sobres et fonctionnels, toujours dans l'air du temps et qui poseront les jalons de la légende de la marque. On est là à la source d'un style aujourd'hui qualifié d'intemporel. Ce même style qui a accompagné, dès l'entre-deux-guerres l'émergence de femmes actives et indépendantes, en rup-

ture avec les clichés. Chic absolu, esprit de liberté et tradition de savoir-faire horloger.

The Longines Master Collection a peut-être été lancée en 2005 seulement, mais elle incarne très précisément toute l'histoire de la marque. Le petit comptoir fondé en 1832 devient une fabrique au sablier ailé en 1867. Dès 1878, la réalisation d'un mouvement chronographe oriente le destin de la maison vers le culte de la performance. Le sport, sa pratique et son spectacle, son adrénaline et ses héros, gagnent du terrain dès les années 1930. L'engouement se ressent dans tous les foyers et les réalisations de Longines accompagnent ce rêve: le calibre 13ZN chronographe, avec compteur semi-instantané de 30 minutes ou compteur traînant de 60 minutes, confirme dès 1936 la destinée définitivement sportive de la manufacture.

Contemporain et classique à la fois

Dans le même temps, la marque poursuit sa vocation de créer des montres classiques. Cette période démontre combien Longines sait développer simultanément de véritables instruments professionnels et des modèles hautement raffinés. Parfois – souvent! – les créations sont les deux à la fois. L'approche nous ramène à The Longines Master Collection. En effet, c'est au milieu du XX^e siècle, dans un monde qui aspire à la beauté, à la renaissance, au progrès, qu'émerge une nouvelle tendance paradoxale: la pièce contemporaine au style classique.

Là, un cadran bleu soleillé, ici de la nacre parsemée d'index diamants dont les contours rappellent l'horizon un soir d'été. Il y a aussi ce cadran grain d'orge et ses chiffres arabes peints, qui rappellent avec nostalgie le XVIII^e siècle (période de leur introduction en horlogerie car ils offraient plus de possibilités graphiques que les chiffres romains). Autant d'éléments de style qui font de The Longines Master Collection le reflet d'une ligne à la fois noble et référencée. Outre ses versions traditionnelles, on la retrouve également dans des registres variés, allant de la complication sportive (le chronographe) à des matières diverses: or jaune, or rose, ou acier.

Tour de force

Aujourd'hui plus que jamais, cette ligne s'impose aux amateurs – et surtout amatrices – comme emblème de la belle horlogerie à porter en toute occasion. Le tout dernier modèle affiche des phases de lune, complication poétique s'il en est. Introduit il y a deux ans sur les modèles de 40 et 42 mm de diamètre, le voici cette année dans un boîtier de 34 mm – un tour de force! A l'intérieur, se cache un autre trésor: le calibre L899, un mouvement mécanique à remontage automatique. Pure en nacre blanche, bleu soleillé ou grain d'orge, en acier, sur bracelet métal ou cuir alligator: la montre change de personnalité selon les nuances choisies. Mais transmet toujours le cœur de son ADN: une montre forte pour une femme de tempérament. **©**

DE SAINT-IMIER À... LA LUNE

1867 Inauguration de la fabrique des Longines à Saint-Imier

1888 Premier mouvement pour chronomètre certifié

1913 Premier calibre pour chronographe-bracelet

1931 Après son exploit de la traversée de l'Atlantique Nord (1927), le pilote Charles Lindbergh confie à Longines la réalisation d'un instrument de navigation.

1999 Adoption du slogan «Elegance is an attitude»

2005 The Longines Master Collection voit le jour

2021 Lancement du modèle dames à phases de lune



TRÉSOR D'ALU

EN HAUT GAUCHE Le ruban d'aluminium, large de 13 mm, épais de 0,95 mm.

EN HAUT À DROITE Découpe progressive de la lame en acier.

À DROITE Les lames sont chargées à la main pour l'aiguillage.

EN BAS À DROITE Une seule machine assemble les quatre pièces qui constituent Rex.

EN BAS À GAUCHE Les pièces assemblées sortent en vrac.

À GAUCHE Les quatre nouvelles couleurs prévues pour 2022.



Le roi des éplucheurs

DEPUIS 1947, LE PLUS CÉLÈBRE DES ÉPLUCHEURS EN ALUMINIUM N'A PRATIQUEMENT PAS CHANGÉ DE DESIGN. IL EST AUJOURD'HUI FABRIQUÉ, AVEC PASSABLEMENT DE TRAVAIL MANUEL, À DELÉMONT.

TEXTE RENATA LIBAL PHOTOS JEREMY BIERER

VIRE! Il reste trois jours pour emballer le lot d'éplucheurs prévus en boutiques pour le mois suivant. Et voilà sept personnes à table qui déplient

chaque boîte livrée par l'imprimerie et y glissent l'éplucheur correspondant... Il y en a des milliers: courage! C'est que la production du plus célèbre des éplucheurs, le Rex, est en cours de transformation. La machine à emballer va arriver début 2022, en attendant on se débrouille comme on peut. Dans une vie précédente, jusqu'à l'automne 2020, quand le petit outil était encore fabriqué par l'entreprise Zena, dont il a fait la renommée durant trois générations, cette étape de l'emballage était confiée à des ateliers protégés. Mais voilà que Rex – et toute la belle histoire qu'il incarne – a été racheté par Victorinox, dont il est appelé à devenir l'un des joyaux – à côté, évidemment, des célèbres couteaux suisses. «Avec cet investissement, nous pouvons enrichir notre division stratégique «couteaux de ménage» avec des produits intéressants et continuer à aller de l'avant avec courage et esprit d'entreprise, même en ces temps inhabituels», déclare Carl Elsener, CEO de Victorinox.

Flashback. La légende veut qu'un dénommé Alfred Neweczerzal, d'origine tchèque, marchand forain et bricoleur, ait souvent été de corvée patates durant son service militaire. Il aurait alors imaginé un outil qui lui permette d'accélérer la tâche. Petit, aiguilé, simple de concept, léger en main (20 grammes!): voilà

notre Rex. L'inventeur a déjà une entreprise à son nom, où il fabrique des râpes et autres ustensiles de cuisine. En 1947, il dépose un brevet pour son nouveau favori et le numéro de patente 11002 restera gravé sur le manche jusqu'à l'actuel mois d'octobre, quand il est remplacé par le logo Victorinox.

Souvent primé pour son design intemporel et son ergonomie, il a même eu l'honneur d'un timbre-poste. Une boucle d'acier acéré lui permet d'enlever les yeux des pommes de terre et deux cousins agrandissent bientôt la famille: les modèles Star en acier (disponibles avec des lames dentées) et Rapid (avec manche en plastique). Mais le vrai de vrai reste Rex. Et tant pis si l'aluminium s'oxyde au lave-vaisselle.

400 pièces à l'heure

C'est donc ce monument miniature qu'a acquis Victorinox. La production a migré à Delémont, en janvier, à la suite de la fermeture de l'usine d'Affoltern qui l'a vu grandir. Le voilà sur le site racheté en 2005 au coutelier Wenger. Une dizaine d'employés, sur la centaine qui travaille à la production (couteaux et montres), veille à ce que le petit dernier soit traité en roi. Tout commence par un rouleau de ruban d'aluminium. Le dérouleur le transporte sur une machine à découper, qui perce les trous de maintien de la lame et de la butée, qui modèle les deux creux et frappe le logo. «Le processus à l'air simple, explique Laurent Weber, responsable de production. Mais il faut tout de même veiller à ce que l'entre-axe soit placé juste, que le marquage soit propre.» La machine travaille avec son coéquipier humain.

Si le modèle est prévu en couleur, c'est à cette étape que les pièces en aluminium sont envoyées St-Gall, pour un bain de pigments. «C'est l'avantage de l'aluminium, précise Laurent Weber, il est facile à anodiser.» Outre la classique version nue, Rex existe en rouge suisse et dans une prestigieuse édition festive or 24 carats. Et l'an prochain – chut, c'est encore un secret – verra des collections capsules aux nuances contemporaines. Le premier quart? Blueberry, lavande, cannelle et cajou...

Pendant que la poignée prend son bain coloré (ou pas) se fabrique la lame d'acier. Une presse la découpe en 10 étapes, toujours plus finement, puis l'incurve légèrement. Passage ensuite à l'aiguillage: le chargement se fait à la main sur la vieille machine héritée de Zena (la nouvelle arrive!), puis le robot pousse la lame vers la meule, qui en aiguise la surface, d'un côté, de l'autre, dans un grand flot d'eau émulsionnée, pour éviter que la pièce ne chauffe trop et n'y perde en solidité. La lame acérée tombe au final dans un bain d'eau, pour amortir la chute et préserver le coupant. Ne reste alors plus qu'à assembler, dans un processus semi-automatique: la lamelle d'aluminium est chargée manuellement, puis la machine fait tourner la pièce sur plusieurs étages. Elle lui rive le coupe-œil en acier, assemble l'axe d'aluminium, plie l'outil, le rive et finalement insère la lame dans ses orifices. Chaque heure, 400 pièces tombent ainsi dans le bac et Victorinox espère en produire quelque deux millions par an en rythme de croisière. Après? Ne reste qu'à croiser les doigts pour que la machine à emballer ne prenne pas de retard... ☺



Carl Elsener

A la tête de l'entreprise familiale, le CEO représente la quatrième génération de ce bijou de la coutellerie suisse qu'est Victorinox. Fondé en 1884, l'atelier (devenu une imposante manufacture) est toujours situé à Ibach, dans le canton de Schwytz. C'est de là que le légendaire couteau suisse part à la conquête de plus de 120 pays. L'activité s'est diversifiée dans la coutellerie ménagère et professionnelle, puis dans la bagagerie et les montres, plus récemment la parfumerie. En 2019, l'entreprise comptait 2100 employés et assurait un chiffre d'affaires de 480 millions.

Miele



LA NOUVELLE GÉNÉRATION 7000

LA PERFECTION REDÉFINIE

WWW.MIELE.CH/GENERATION7000

#LifeBeyondOrdinary



À l'image de la Mercedes EQS, les constructeurs restent fidèles aux codes de la marque lorsqu'ils passent à l'électrique.

Panne d'e-dée

EN S'AFFRANCHISSANT DE L'ESSENCE, LES VOITURES ONT GAGNÉ EN GRÂCE, MAIS LEURS FORMES RESTENT FIGÉES DANS UNE AUTRE ÉPOQUE. À QUAND UNE RÉVOLUTION DU DESIGN ?

TEXTE CHARLES-ANDRÉ AYMON

AU REVOIR MOTEUR, réservoir, tunnel de transmission. Bonjour batteries et plancher plat recelant toute la mécanique nécessaire. L'avènement de la propulsion électrique a redéfini et considérablement augmenté l'espace disponible sur lequel on pouvait construire l'habitacle d'une voiture ou concevoir son intérieur. Dès lors, toutes les audaces semblaient possibles. A nous les vaisseaux autoroutiers flamboyants, les formes inconnues ou les designs enveloppants, signes d'une utilisation plus apaisée, plus urbaine de l'automobile!

Un œil sur les catalogues des marques suffit pourtant à doucher cet enthousiasme. Les modèles disponibles et les nouveautés annoncées restent fidèles à des formes classiques et les véhicules électriques ne sortent du lot que par quelques gimmicks visuels: inserts bleus ou carrosseries plus enveloppantes.

Ainsi, sur les dernières BMW i4 et le SUV iX, l'énorme double calandre, iconique du constructeur allemand, frappe au premier regard. Pourtant, celle-ci n'a plus à protéger le radiateur, inexistant sur ces modèles, ou à servir de prise d'air pour le moteur thermique. Pourquoi s'encombrer de ce qui peut sembler un anachronisme? «C'est qu'elle ne sert pas seulement au refroidissement, explique sans ambages Domagoj Dukec, chef du design BMW. C'est aussi ce qui nous distingue le plus fortement de nos concurrents. Ce n'est pas parce que la propulsion change, que le look doit suivre. Nos clients n'attendent pas de nous que nous ayons l'air différent, mais que nous leur donnions ce qui se fait de mieux en matière de mobilité, quel que soit le type de moteur.»

C'est d'ailleurs dans ce sens que le constructeur a présenté, début septembre, à Munich, sa collaboration avec Jeff Koons. Le plasticien et sculpteur néo-pop redécorera l'extérieur et l'intérieur

de quelques Serie 8 Gran Coupé, vaisseau amiral de la maison (*lire ci-contre*). Mais il ne touchera pas à la forme générale.

Ce conservatisme dans le design et cette volonté de préserver ce qui fait l'image d'une marque n'est de loin pas unique. La calandre des e-tron, d'Audi, affiche fièrement sa grille sous les quatre anneaux et Peugeot ne traite pas autrement ses e-208. Jusqu'à Mercedes qui assume totalement le positionnement d'un logo démesuré sur la large calandre de ses EQS. «Les premières voitures électriques modernes essayaient de crier à toute force: Hey, je suis spéciale, je suis tout à fait novatrice!», s'amuse d'ailleurs Steffen Köhl, directeur du département Advanced Exterior Design de Mercedes, faisant clairement référence à Tesla. Pour lui, «on peut créer des voitures électriques sans verser dans l'originalité à tout prix, voire dans la laideur.»

Et même lorsque la calandre historique disparaît, son fantôme habite encore cet espace qui, historiquement, porte la patte des marques. Ainsi, la Ford Mustang Mach-E souligne-t-elle, comme d'autres, l'emplacement désormais clos, y apposant le cheval au galop, symbole de performances au-dessus de la moyenne. C'est que, assure Gordon Platto, responsable de l'équipe chargée de son design, «nos clients ne veulent pas conduire un projet scientifique, mais un beau véhicule qui représente bien la marque.»

Audace contre sécurité

Anthony Weck, responsable design et carrosserie automobile à l'école de design Espera Sbarro, comprend la frilosité des grands constructeurs. «Passer du thermique à l'électrique d'une manière aussi brutale que celle que nous vivons est déjà un défi économique et social énorme pour eux. Si en plus ils proposaient des designs de science-fiction, ça deviendrait très compliqué à vendre.» Venant d'une école fondée par le designer et constructeur suisse



La calandre de la BMW iX sert désormais à des fins marketing.



La grille caractéristique a disparu, mais son emplacement est souligné et le cheval au galop reste l'emblème de cette Mustang Mach-E.



Avec l'Oasis, et son micro-jardin, le constructeur suisse transgresse les codes usuels de l'automobile.

de voitures hors du commun Franco Sbarro, cette réalité pourrait paraître quelque peu étriquée aux amateurs de belles choses et de technologiques novatrices.

Toutefois, les spécialistes du secteur abondent: «Il y a 10 ans encore, les acheteurs de véhicules électriques tenaient à sortir du lot, estime Eric Noble, directeur du cabinet de conseil en automobile Car Lab. Désormais, nous constatons que ce besoin diminue rapidement.» Pour Anthony Weck, cependant, «les constructeurs nous habituent peu à peu au changement et c'est normal. Les consommateurs adorent les projets novateurs, mais lorsqu'on leur demande s'ils les achèteraient une fois disponibles, la plupart répond: Non.» Le marketing doit donc louvoyer entre les envies paradoxales d'audace et de sécurité émises par la clientèle.

La sécurité, c'est aussi ce qui retient une partie des acteurs du marché de s'affranchir des codes stylistiques validés par des décennies de succès. Libérées de leur moteur thermique, les voitures pourraient adopter la cabine avancée permettant de disposer de plus d'espace intérieur. «Ce serait tout à fait possible, affirme ainsi Ian Callum, ancien chef du design chez Jaguar, mais les tests de résistance aux chocs sont de plus en plus exigeants et nécessitent de larges zones de déformation à l'avant de l'habitacle. Or, les voitures électriques sont généralement plus lourdes et les exigences à remplir lors de collision sont plus élevées.»

Salons et jardins urbains

Pourtant, avec un agrandissement limité, mais réel, du gabarit des habitacles et un plateau presque plat, la révolution pourrait surgir de l'intérieur. Dans la Mercedes EQS, la console centrale est désormais percée, permettant d'y placer un sac de bonne taille. Dans la nouvelle Hyundai Ioniq 5, cet espace est même laissé ouvert, permettant au chauffeur et à son passager de s'y mouvoir librement, donnant une sensation de liberté renouvelée.

Là encore, les constructeurs y vont à tout petits pas. «In fine, présume Anthony Weck, c'est la vie à bord qui va pousser au changement. Avec l'augmentation de l'efficacité des voitures autonomes, l'utilisation de l'espace va changer et, avec lui, son organisation.» Car, lorsqu'on monte dans un véhicule comme dans un salon sur roues, plus besoin de faire ressembler l'intérieur à une salle de classe avec des rangées de fauteuils les unes derrière les autres.

Les concepts ne manquent d'ailleurs pas, mais rares sont ceux qui aboutissent à des automobiles fonctionnelles. Des propositions existent tout de même. Elles éclosent dans des segments de niche, permettant de faire évoluer peu à peu l'industrie et, surtout, le regard des utilisateurs.

Tout près de nous, la Suisse Rinspeed propose ainsi l'Oasis, une voiture autonome, ou plutôt une bulle de verre sur roues incorporant des plantes, une manière de «déconstruire le côté martial des voitures d'aujourd'hui en proposant un véritable petit jardin urbain», qu'on pourra agrémenter à sa guise, de navets, de bonsaïs ou de cactus. Dans un autre registre, l'Ami, de Citroën, montre comment l'électrique peut mener à une simplification ultime de l'expérience automobile urbaine, avec ses 250 pièces en comparaison des 30 000 nécessaires à une auto classique.

Enfin le Cybertruck, de Tesla, avec ses lignes brisées totalement en dehors des standards actuels fait lui aussi preuve d'un courage industriel au-dessus de la moyenne. Une manière de dire avec le designer Mark Stubbs, ancien de Bugatti, Lotus, Ford et... Lego: «Ce qu'il nous faut, c'est quelqu'un d'assez audacieux pour ne pas écouter le consommateur. Pour lui dire: voilà ce que tu veux! Et le séduire dans l'instant.»

Jeff Koons X BMW Quand l'art rencontre l'e-car



Seuls des détails ont été dévoilés de la prochaine collaboration Koons et BMW.

Le 4 septembre, à la Pinakothek Moderne de Munich, BMW annonçait en grande pompe sa collaboration avec Jeff Koons. L'occasion d'inviter le gratin mondial de l'automobile et de l'art tout en restant extrêmement discret sur le projet. L'artiste réalisera une édition spéciale de la M850i x Drive Gran Coupé, dont le style et le nombre sont encore confidentiels. Seuls quelques – très – gros plans fortement colorés de la carrosserie ont été présentés. Unique certitude, on restera dans le néo-pop art, cher à l'artiste:

Qu'est-ce qui vous a poussé à travailler avec BMW?

J'ai produit une pièce unique avec eux en 2010. Mais c'est un projet qui m'avait laissé sur ma faim. De concession en concession, j'avais dû réviser mes ambitions à la baisse. Cette fois-ci, j'ai pu réaliser totalement la vision que j'avais en tête et ça a été fantastique. C'est en grande partie grâce aux équipes de BMW.

Que voulez-vous passer au travers de ce projet?

Les voitures sont des objets qui touchent directement les gens. J'espère ainsi pouvoir donner confiance à ceux qui pensent que leurs envies sont impossibles à réaliser, à les pousser à participer activement au monde qui les entoure.

La Serie 8 Gran Coupé est une super car, vous avez été séduit?

Je ne suis pas fan de voitures sportives, c'est plutôt l'idée de transport, de déplacement qui me séduit. Mes enfants, par contre, ont tout de suite été super enthousiastes. Mais bien sûr, je me vois bien dans ce véhicule un peu voyant, ostentatoire, mais positivement génial.

Rendez-vous à la foire internationale d'art contemporain Frieze Los Angeles, en février 2022, pour la première mondiale de la M850i x Drive Gran Coupé de BMW revue par Jeff Koons.



L'architecture n'est utile que si elle génère une valeur ajoutée pour la société, estime David Chipperfield.

UN DOUX GEANT

LE BRITANNIQUE **DAVID CHIPPERFIELD** NE CONÇOIT PAS L'ARCHITECTURE SANS QU'ELLE AMÉLIORE LE QUOTIDIEN. ENTRETIEN AVEC LE MAÎTRE D'UN NOUVEAU MINIMALISME.

TEXTE **PAULINA SZCZESNIAK**

A

H CES ANGLAIS! Ils ne peuvent pas s'empêcher de se faire remarquer ni de nouer des liens avec la famille royale. Dans le cas de David Chipperfield – pardon: Sir David Chipperfield – il a fait coup double. Au début de sa carrière, à la fin des années 1980, des Londoniens furieux ont envoyé une lettre de protestation au prince Charles pour arrêter les travaux d'un immeuble résidentiel que Chipperfield construisait à l'époque pour le photographe Nick Knight. Ils n'ont pas eu gain de cause. Mieux, en 2010 l'architecte a été anobli par la reine Elizabeth II en personne. Depuis, Chipperfield a transformé son bureau en une entreprise de 250 personnes, avec des succursales à Londres, Berlin, Shanghai et Milan. Il a donné des conférences à Yale, a été le commissaire de la Biennale d'architecture de Venise, a eu quatre enfants – et a offert au monde de l'art et à la planète entière une poignée de bâtiments muséaux, du Museum Folkwang à Essen au Museo Jumex à Mexico. Sa marque de fabrique? Une présence monumentale, qui s'impose sans tourment. Depuis peu, on peut en faire l'expérience au cœur de Zurich, où l'extension du Kunsthaus vient d'ouvrir ses portes dorées au public. Et maintenant? La retraite? Pas du tout. Il y a encore beaucoup à faire, estime l'homme de 68 ans, qui, il y a deux ans, a été l'un des premiers à signer l'initiative «UK Architects Declare Climate and Biodiversity Emergency». Et dans son deuxième pays d'adoption, la Galice en Espagne, d'où il a répondu à nos questions par vidéophone, il est à l'origine de la Fundación RIA, une organisation à but non lucratif pour le développement durable de la région. Noblesse oblige. Et passion encore plus.

Vous souvenez-vous du moment où vous vous êtes découvert une passion pour l'architecture?
Ce n'est pas vraiment un moment spécifique qui l'a déclenché, plutôt une personne. Au lycée, quand j'avais 16 ou 17 ans, j'avais un professeur d'art extraordinaire qui m'a énormément inspiré. Je n'étais pas très bon dans toutes les autres matières, mais j'étais bon en art. Il l'a remarqué. Comme il était lui-même très intéressé par l'architecture, il m'a encouragé à regarder les bâtiments.

Cela a porté ses fruits: en 1985, vous avez fondé votre propre cabinet d'architecture. Votre vision d'alors?

Je n'en avais pas. Ce que j'avais, c'était une forte opinion sur les réalisations d'autres architectes: ils m'ont souvent frustré. En plus, lorsque vous ouvrez un cabinet en Angleterre au milieu des années 1980, le défi n'était pas d'avoir une vision, mais de trouver du travail. Mon premier projet était un magasin. Pas exactement ce dont j'avais rêvé. Mais la vie est faite de coïncidences. On ne peut pas toujours tout contrôler. C'est encore plus vrai en architecture. Un peintre peut avoir le contrôle sur ce qu'il fait. Mais l'architecte dépend de celui qui le commissionne.

Depuis le Neues Museum de Berlin en 1998 et le plan directeur de l'île des musées, toujours à Berlin, les bâtiments muséaux sont devenus votre principal centre d'intérêt. Qu'est-ce qui vous fascine tant?

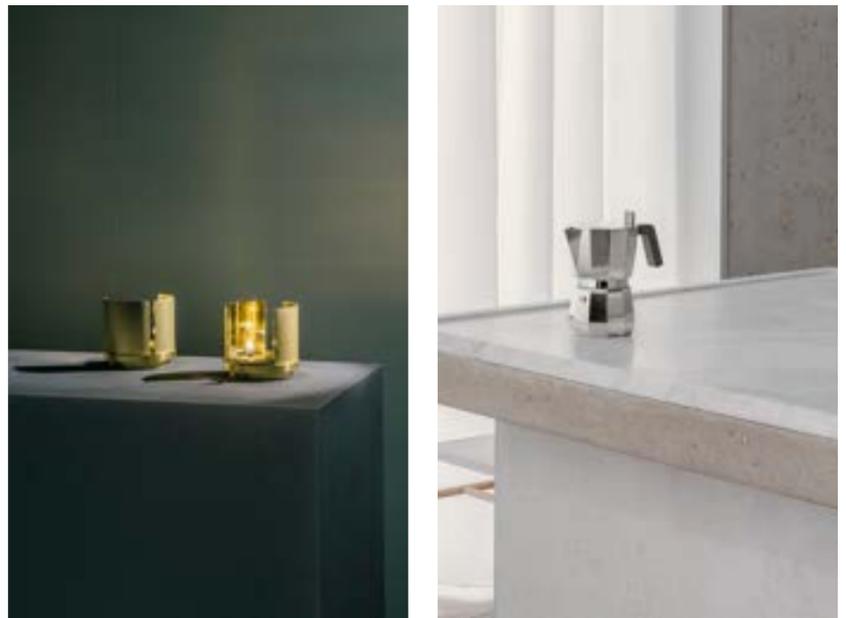
En construisant un musée, on peut se concentrer sur les qualités qui rendent l'architecture passionnante au premier chef: le jeu avec les volumes, la lumière, les matériaux... Pour un aéroport ou un hôpital, l'accent est mis sur la fonctionnalité. Mais qu'est-ce qu'un musée? Une suite de pièces dans lesquelles l'art doit être vécu de la meilleure manière possible. C'est une très belle tâche. Je me sens très chanceux d'avoir pu acquérir très tôt une expérience de ce type de construction. Car plus vous avez d'expérience dans un domaine, plus vous pouvez proposer d'idées et plus vous avez de chances d'être sollicité à nouveau.

L'extension au Kunsthaus Zurich que vous avez conçue vient d'être ouverte au public. Un endroit préféré?

En raison du Covid, je n'ai pu le voir complètement terminé qu'à l'ouverture. Je n'ai donc pas eu l'occasion de me familiariser avec le bâtiment achevé. Son cœur est, bien entendu, l'immense hall principal, qui relie la Heimplatz au jardin à l'arrière et qui peut également être traversé sans billet. Je pense que nous avons très bien réussi à créer ce nouveau point de contact dynamique entre les citadins et «leur» art. J'aime aussi la façon dont les espaces s'alignent. Oh, et puis il y a le bar: je le trouve très bien – et je suis sûr qu'il deviendra un lieu de prédilection pour de nombreux visiteurs.

Cela vous tenterait de construire une église un jour?

Beaucoup! Un musée a deux fonctions: un lieu dynamique, de rencontre et d'échange, et un lieu plus passif, contemplatif. C'est l'un



HORS DU TEMPS

À GAUCHE

L'extension du Kunsthaus de Zurich est sobre et austère. Mais les détails en or mat – comme la porte principale – confèrent au monument minimaliste une certaine élégance intemporelle. Chipperfield et son équipe ont travaillé sur le projet zurichois pendant douze ans.

EN HAUT

Inaugurée en 1968, la Neue Nationalgalerie de Mies van der Rohe à Berlin a été restaurée en partie par David Chipperfield. Le bâtiment semble comme neuf, les interventions restent invisibles.

EN BAS, AU MILIEU

David Chipperfield a conçu plusieurs objets pour la société suédoise Wästberg, comme cette délicate petite lampe à huile Holocene n° 2 en laiton.

EN BAS, À DROITE

Pour Alessi, l'architecte anglais a réinterprété l'icône cafetière conçue par Alfonso Bialetti en 1933. Cette Moka est disponible en quatre tailles.

des rares endroits où l'on réfléchit aux choses en toute tranquillité. Aujourd'hui, tout particulièrement, nous avons un besoin urgent de tels espaces. Et comme l'église en tant qu'institution ne parvient plus à offrir aux gens une orientation morale et spirituelle, l'attrait des musées augmente en conséquence. D'autant que les artistes intègrent les questions de climat, d'éthique, de libertés civiles, de race et de classe dans leur travail. On pourrait donc dire que le musée est la nouvelle église. Vu sous cet angle, j'ai créé des espaces de contemplation.

Où trouvez-vous l'inspiration?

Dans la vie de tous les jours. Dans la normalité. Je ne crée pas des œuvres de grande fantaisie. Je passe beaucoup de temps au Japon. La façon dont les Japonais transforment l'ordinaire en quelque chose de spécial m'a toujours inspiré. Même le trivial y est bien pensé.

Votre architecture est imposante. Et votre univers privé?

Au cours des 18 derniers mois, le centre de ma vie s'est inévitablement déplacé vers la sphère privée. Avant le Covid, j'étais sur la route chaque semaine. Bien que le cabinet soit basé à Londres, j'ai passé beaucoup de temps à Berlin, Milan et ailleurs. Mais je viens depuis 30 ans dans ma maison de Corrubedo, un petit village de Galice. J'ai là une vie quotidienne normale: le marché, la cuisine, les repas entre amis, la navigation...

Utilisez-vous les objets que vous avez dessinés?

Mais oui, tous! Et il y a même un bar à Corrubedo qui fait le service dans mes assiettes et mes tasses Alessi!

Quel lien entre ces objets et vos bâtiments?

L'important est que ces objets améliorent la vie quotidienne. J'aime à penser que ma cafetière, par exemple, devient une sorte d'amie que l'on aime avoir près de soi quand on se réveille le matin.

Même si on ne demande pas à un père quel est son enfant préféré, laquelle de vos œuvres choisiriez-vous?

Je me souviens très bien du Neues Museum de Berlin. Du bâtiment, mais aussi de tout le travail culturel qui a été réalisé dans le cadre de ce projet, dans ce moment critique, au tournant du millénaire, où Berlin a été repensé. Je repense avec autant d'affection à beaucoup d'autres projets et clients, à ces relations fortes: en Corée, à Mexico. C'est formidable de travailler dans des cultures autres que la sienne.

Y a-t-il quelque chose que vous avez appris sur vous-même grâce à vos réalisations?

Moins sur moi en tant que personne que sur moi en tant qu'architecte: en 35 ans de carrière, je n'ai jamais perdu ma foi dans le pouvoir de l'architecture en termes physiques et sociaux.

la question de l'avenir est celle du logement: comment créer une communauté?

Y a-t-il un projet précis dont vous rêvez?

Il y a 20 ans, j'aurais probablement parlé d'aéroport... Or, aujourd'hui, nous devons envisager l'avenir différemment. La grande question à Londres, à Berlin ou ailleurs en Europe, est celle du logement. Comment l'utiliser pour créer une communauté, renforcer l'espace urbain, l'aider à ne pas dégénérer en centre commercial, mais à devenir un lieu de vie attrayant? Ces questions me tiennent à cœur.

Vous aurez 68 ans: envie de lever le pied? De vous consacrer à des projets différents?

Deux fois non (*rires*). Il n'y a aucune raison de travailler moins dur si vous pouvez utiliser vos compétences, votre expérience, votre autorité pour quelque chose de significatif. Et c'est ce que nous faisons ici en Galice, en travaillant davantage dans la planification, l'environnement et les transports. Avec mes autres bureaux partenaires, avec lesquels je reste très proche, nous sommes de plus en plus intéressés par les questions de durabilité. Nous devons l'être. L'architecture doit faire partie de la solution.

Comment reconnaître un bâtiment réussi?

Une bonne architecture doit répondre à deux critères: être esthétique (en termes de méthode de construction, de lumière, de matériau) et avoir un sens. Un bâtiment contribue toujours à son environnement et doit apporter des réponses – même excentriques – aux questions ambiantes. Vous sentez d'emblée s'il s'harmonise avec son environnement ou s'il constitue un corps étranger. Et pour cela il y a une chose très importante.

Laquelle?

Il faut faire l'expérience d'un bâtiment et pas seulement le regarder. Notre époque est très visuelle et beaucoup ne connaissent un bâtiment que sur Instagram ou les pages d'un magazine, sans y être jamais entrés. Or, à la différence d'autres supports artistiques, un bâtiment se vit de l'intérieur. ☺



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

INDESTRUCTIBLES

VOYAGE, SPORT, DESIGN: LES ACCESSOIRES EN NOUVELLES MATIÈRES TECHNO SONT LÀ POUR DURER.

PHOTOS DOUGLAS MANDRY SÉLECTION MARIE DAMI

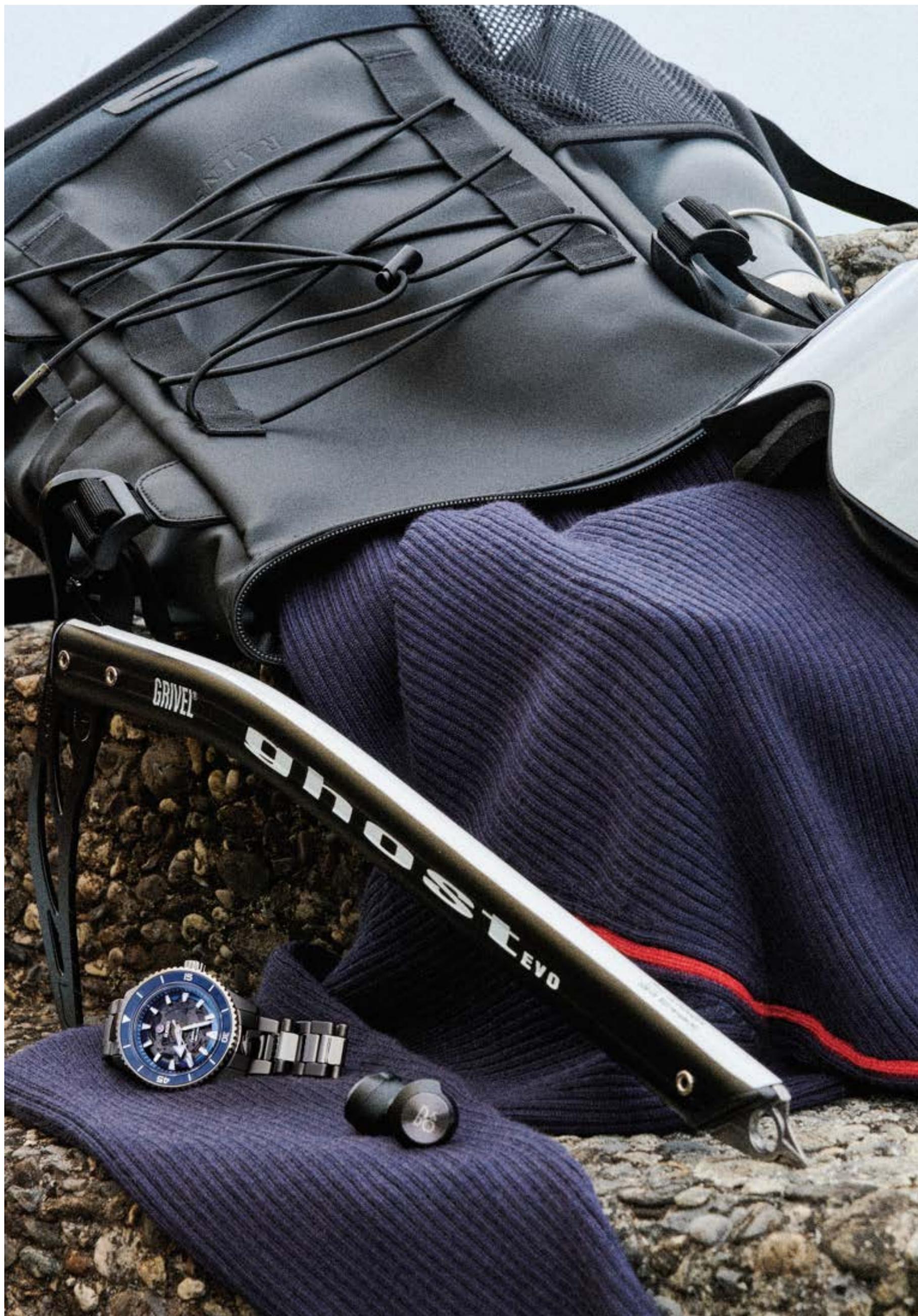




PAGE DE GAUCHE Valise originale Check-in M en aluminium anodisé haut de gamme, **Rimowa**.
CI-DESSUS, DE GAUCHE À DROITE, DE HAUT EN BAS Mug isotherme Nordic Kitchen, 0,35 l, en acier inoxydable, **Eva Solo**, chez Batipius. Boutons de manchette H au carré en métal finition plaqué or froid, **Hermès**. Enceintes bluetooth d'extérieur Beosound explore, **Bang & Olufsen**, (La boutique Genève). Jumelles CL Pocket 10x25 double pont amélioré et boîtier en aluminium solide, remplissage de gaz inerte, **Swarovski Optik**. Pliulier Thumprint design par Elsa Peretti en argent fin, **Tiffany & Co**. Montre True Square Automatic Open Heart, boîtier carré monobloc injecté en céramique haute technologie, **Rado**. Briquet à cigare Classic Ess Prestige double flamme en palladium, **Davidoff**.

DESIGN





À DROITE Splitboard Rider 3.0 noyau en carbone, kevlar et bois léger, **Radical**.
CI-DESSUS, DE GAUCHE À DROITE, DE HAUT EN BAS Sac à dos Mountaineer tissu déperlant, polyester et polyuréthane, **Rains**, (Globus). Bouteille isotherme iso Cool en acier affiné, 0,7 l, **Eva Solo**, (Batiplus). Masque de ski Medium Ecran cylindrique catégorie 3, **Vuarnet**. Pull à col roulé Ergonomic Sport system, laine vierge et polyamide, **Falke**. Piolet d'alpinisme et de randonnée Ghost EVO, manche en G-bone, lame en acier, **Grivel**, (Cactus Sports, Genève). Montre Captain Cook High-tech Ceramic construction monobloc de boîtier en céramique haute technologie innovante, **Rado**. Ecouteurs de sport sans fil Beoplay E8 Sport, résistants à l'eau, **Bang & Olufsen**, (La boutique Genève).

DESIGN





Direction artistique Géraldine Dura
Production Endrit Nurcaj
Assistant photo Felix Lehmann
CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ
EN PARTENARIAT AVEC RADO

À DROITE Chaise Guhl ou fauteuil Loop, design par Willy Guhl, boucle infinie avec une plaque de fibreciment, **Eternit**.

CI-DESSUS, DE GAUCHE À DROITE ET DE HAUT EN BAS Lampe de table Atollo, design par Vico Magistretti, en métal bronze satiné, **Oluce**, (Teo Jakob, Genève). Pot de fleurs Hourglass en métal, **Ferm Living**, (Globus). Etui à cigares deux compartiments en cuir de vachette, **Longchamp**. Montre True Square Automatic Open Heart boîtier carré monobloc injecté en céramique haute technologie, **Rado**. Service La Boule Iconic composé de 2 bols, 2 coupes plates, 2 assiettes universelles, 1 assiette à servir en porcelaine, **Villeroy & Bloch**, (Globus). Lampe de table sans fil Salt & Pepper, batteries rechargeables et tête de lampe tactile, en aluminium, **Tobias Grau**, (Teo Jakob, Genève). Crochets muraux Mushroom et Lemon en acier inoxydable, **Ferm Living**.

La céramique permet la réalisation d'un boîtier de montre en un seul bloc.



Pure et dure

INRAYABLE MAIS SOYEUSE, POUR RADO, LA MATIÈRE PHARE DE LA SAISON EST LA CÉRAMIQUE HAUTE TECHNOLOGIE RADO À PORTER COMME UNE CARESSE, POUR RÉSISTER À TOUT, SAUF À LA DOUCEUR.

TEXTE LA RÉDACTION

TOUT EST AFFAIRE DE SENS. Et ce n'est pas en horlogerie qu'on dira le contraire. Tout compte: le mouvement qu'on entend battre (l'ouïe), le design qu'on admire (la vue), le «waouh» émis en découvrant un chef-d'œuvre (le son), l'odeur qui règne dans un atelier d'horloger (l'odorat), la saveur du café offert dans la boutique en achetant sa montre (le goût) et la délicatesse d'une matière portée au poignet (le toucher). Chez Rado, on utilise l'expression: «Feel it». Ou comment, à partir d'une matière, provoquer le désir absolu de ne plus jamais porter autre chose. La matière en question est la céramique. Cette substance légère qui résiste à l'usure est – incroyable mais vrai – soyeuse au poignet. Cette impression est renforcée par une construction monobloc où les principaux composants du mouvement sont fixés directement au boîtier, sans cadre métallique lourd. Tout en un, donc.

La complication se trouve... à l'extérieur de la montre

Comment décrire la céramique haute technologie? Elle est douce, légère, évoque une caresse sur la peau. On ne la sent presque pas au poignet. Voire pas du tout. Il y a autre chose évidemment. Elle coche toutes les cases techniques: maîtrise d'un savoir-faire, qualité esthétique, approche innovante. C'est pour cela que Rado a choisi son utilisation dès les années 1980. Elle répondait aux exigences voulues de résistance, de tolérance cutanée, en un mot d'innovation, mais n'avait jamais été appliquée à l'industrie horlogère. La céramique avait été utilisée dans la

médecine et la Formule 1 mais aussi comme composant du bouclier thermique permettant le retour de la navette spatiale dans l'atmosphère terrestre. Sa grande stabilité dimensionnelle a conquis Rado. Le lancement de la Rado Ceramica (1990) fait ainsi découvrir au monde une montre complètement noire au bracelet et au boîtier intégrés et conçus à partir de verre saphir et de céramique haute technologie. En 1993, la Rado Sintra présentait le cermet, une céramique à base de titane et associée au métal. Enfin en 1998, la Ceramica devint la meilleure ambassadrice de la céramique haute technologie plasma, une association de matériaux fascinants qui distillent un éclat métallique sans le moindre métal.

Poussière de céramique

De la première montre Ceramica (1990) à la Captain Cook (2021, lire ci-contre), les qualités de la céramique ont donc fait leur preuve, à commencer par le caractère inrayable de la matière. Mais au fait, que contient la céramique de si «magique»? Comment est-elle préparée? La fabrication tient en une poudre ultra-fine d'oxyde de zirconium mélangée à des pigments, puis injectée dans un moule de précision sous haute pression. L'oxyde de zirconium et les pigments colorés fusionnent, se rétractent et atteignent leur nuance et leur propriétés mécaniques finales lorsqu'il sont cuits à 1450°C dans un four spécial. C'est comme une recette de cuisine. Sauf que là, disons, cela sort du four avec une dureté juste inférieure à celle du diamant, entre 8 et 8,5 sur l'échelle internationale de Mohs, contre 10 pour le diamant ou encore 5 pour l'acier et 2,5 pour l'or. ◉



CAP VERS L'INNOVATION

Cette montre de la Collection Captain Cook, entrée au catalogue Rado en 1962, s'habille pour la première fois de céramique noire haute technologie. Autres innovations: son boîtier de 43 mm; son nouveau calibre automatique, le R734 équipé d'un spiral en Nivachron™ antimagnétique doté de 80 heures de réserve de marche et étanche à 300 m. Quatre modèles sont proposés: céramique haute technologie noire avec détails en or rose (photo); céramique haute technologie noire avec détails argentés, avec bracelet en caoutchouc en option; céramique haute technologie plasma argentée avec lunette bleue. Rado Captain Cook High-Tech Ceramic, 43 mm, dès 3300 fr.



RECOMMANDÉ PAR LES DERMATOLOGUES.

UN SOIN COMPLET POUR TA PEAU SENSIBLE.

D'UNE PEAU SENSIBLE
5
SIGNES



ÉVASION



Le téléphérique Ngong Ping 360 à Hongkong survole le parc national de Lantau North.

10

FOLIES DES HAUTEURS

CES PROUESSES DU VERTIGE TRAVERSENT VILLES ET MONTAGNES SUR UN FIL. VUES ET ÉMOTIONS EN SUS.

TEXTE CHARLES-ANDRÉ AYMON



1 Hongkong

En montant vers Tian Tan Bouddha

L'installation De 2004 à 2007, le chantier du Ngong Ping 360 a pris des allures d'épopée. Devant lutter contre l'humidité, la chaleur, la jungle, ingénieurs italiens et ouvriers hongkongais ont développé des techniques innovantes. Au final, le téléphérique s'étend sur près de 6 km à travers la nature presque intacte du parc national de Lantau North et propose des solutions écologiques inédites. Après 10 minutes, à mi-parcours, se dresse au loin, majestueux, le Tian Tan Bouddha, géant de 35 m et plus grande statue de bronze du monde.

Mais encore A l'arrivée, avant d'accéder à la statue, on traverse Ngong Ping, une réplique de village médiéval chinois en plastique et béton armé peint. Puis, après avoir gravi les innombrables marches menant au Bouddha, on se restaure au monastère de Po Lin, situé à un jet de pierre. L'expérience est végétarienne et authentique, même si les plus timorés en matière de gastronomie doivent faire montre d'un peu d'audace. **Dès env. 20 fr., 24 minutes, www.np360.com.hk/en. Monastère de Po Lin, www.plm.org.hk**

2 Nidwald

En décapotable sur l'alpe de Stans

L'installation Tour de force encore unique au monde, le Stanserhorn Cabrio s'enorgueillit de cabines à deux étages, dont le second permet de contempler le paysage à l'air libre. La prouesse est réelle. Il ne suffit en effet pas d'ôter le toit, encore faut-il que les câbles, normalement situés au-dessus de la cabine, ne cachent pas la vue. Le carrossier Gangloff et le bureau Kuechler Design ont donc placé le chariot transporteur autour de la cabine, qui ne passe plus sous, mais à travers les pylônes pour atteindre le Stanserhorn, à 1898 m. Là-haut, la vue s'étend des Alpes au Plateau, des Diablerets à la Jungfrau, des Vosges à la Forêt-Noire.

Mais encore Clash des générations, c'est un funiculaire de bois de 1893, qui mène en bringuebalant de Stans (NW) à Kälti, où se trouve le départ du téléphérique dont le 2^e étage (parquet et escaliers attenants) est couvert de bois, clin d'œil aux installations précédentes. Les stations du Cabrio sont, elles, habillées de plastique transparent et se fondent dans le paysage.

Dès 18 fr. 50 la montée, 25 minutes, www.stanserhorn.ch

3 Vénézuéla

Au-delà des 4000 mètres

L'installation Le téléphérique Merida-Pico Espejo, inauguré en 1960, a marqué l'entrée du Vénézuéla dans la modernité. Et quelle entrée! Après 12,4 km de trajet, on culmine à 4765 m, ce qui fut longtemps la plus haute altitude mondiale d'une installation par câble. Depuis 2008, le Dagu Glacier Gondola en Chine le dépasse de 80 m. Subissant les soubresauts politiques du pays, le téléphérique a fermé en 2008. Ce n'est qu'en 2016 que les équipes de Garaventa, à Thonne (BE), ont mené à terme la refonte de l'installation. Les cabines, repeintes aux couleurs du Vénézuéla, mènent désormais les touristes en haut du Mukumbarí, le pic ayant retrouvé son nom précolombien, en l'honneur de la population autochtone du pays.

Mais encore En six heures de marche, depuis la station d'arrivée on atteint le Pico Bolivar (4978 m), plus haut sommet du pays. Acquis de la révolution bolivarienne qu'a connue le pays, les Vénézuéliens, eux, profitent d'un prix de passage fortement subventionné. **Dès 50 dollars pour les touristes étrangers, 50 minutes.**



4 Bolivie

Métro aérien à La Paz

L'installation Parcourant et reliant les villes de La Paz et d'El Alto, qui forment la plus grande métropole bolivienne, Mi Teleférico a ouvert sa première ligne en 2014. Depuis, il ne cesse de s'étendre, remplaçant métro, bus ou tramway dans cette ville trépidante, aux ruelles encombrées et aux collines vertigineuses. Désormais, il compte 36 stations réparties sur 10 lignes totalisant 30,5 km, ce qui en fait la plus longue télécabine urbaine du monde. L'emprunter, c'est imaginer combien les grandes villes européennes pourraient profiter de ce type d'infrastructures, à la fois légères et écologiques.

Mais encore Si les cabines de Mi Teleférico vous font penser aux œufs de vos dernières vacances de ski, ce n'est pas dû au hasard. Un même fournisseur, le suisse CWA, signe en effet les équipements d'une grande partie des stations européennes. Seule concession à la durabilité pour une installation destinée à fonctionner toute l'année, 18 heures par jour: les sièges sont en bois. **Dès 40 ct, de 3 à 17 minutes de trajet, www.miteleferico.bo**

5 Croatie

Le câble miraculé de Dubrovnik

L'installation Le téléphérique de Dubrovnik, qui relie la cité fortifiée de l'Adriatique au Mont Srđ, 415 mètres plus haut, offre une vue absolument unique sur la vieille ville et ses remparts. L'installation, inaugurée en 1969, fut aussi le témoin malheureux de la guerre en ex-Yougoslavie. Lors du siège de la ville, en 1991-92, la station supérieure fut détruite et ce n'est qu'en 2010 que le téléphérique fut rouvert. Dans ce site privilégié et inscrit au patrimoine mondial, il n'était pas question de démesure clinquante. Ainsi, la station à l'aval et son look brutaliste ont été préservés, tout comme le seul pylône du trajet. Au sommet, les bâtiments reprennent la couleur sable du vieux fort napoléonien qui y est érigé, tandis que l'orange des cabines rappelle les toits de tuiles de la ville.

Mais encore Au sommet du Mont Srđ autrefois couvert de chênes – appelés *dubrava*, ils ont donné son nom à la ville – un sentier de 1,25 km, reliant le fort Impérial au Fort Strinčjera offre une balade panoramique avec vue sur la ville, la mer et les îles. **Dès env. 6 fr., de 3 à 4 minutes, www.dubrovnikcablecar.com**

6 Canada

D'un pic à l'autre

L'installation Peak 2 Peak, est né du rêve de deux hommes, Hugh Smythe et Paul Mathews, lors d'un voyage en Suisse, à Zermatt. En effet, ces deux Canadiens étaient impliqués dans le développement des stations de ski de Whistler Mountain et Blackcomb, situées sur les pentes de deux montagnes opposées, culminant à près de 1840 m chacune. C'est en survolant en hélicoptère le téléphérique du Petit-Cervin que ces entrepreneurs ont eu l'idée de combler les 4,5 km de vallée entre leurs domaines skiables. Seule solution, un téléphérique à va-et-vient de deux cabines permettant d'emmener à peine un millier de personnes par heure. C'était compter sans l'austro-suisse Doppelmayer qui y construisit ce téléphérique débrayable unique à multiples cabines, doublant le débit horaire.

Mais encore L'impression de vol libre au-dessus du panorama grandiose de la Fitzsimmons Creek est encore accentuée par la hauteur maximale de 436 m au-dessus du sol et par des cabines presque entièrement vitrées. Deux sont d'ailleurs munies d'un plancher de verre pour un supplément de sensations. **Dès env. 60 fr., 11 minutes, www.whistlerblackcomb.com**



7 Chine Aux portes de l'éternité

L'installation On monte, on monte, on monte encore... car le tracé s'étend sur 7 km au travers de ces montagnes karstiques noyées de végétation qui symbolisent la Chine éternelle pour la plupart d'entre nous. L'éternité, nous n'en sommes pas loin, puisque le monastère du mont Tianmen, but du voyage, a été établi durant la dynastie Tang, c'est-à-dire il y a plus de treize siècles! Pour l'atteindre, il fallait auparavant parcourir la route aux 99 contours, une voie spectaculaire à plus d'un titre. Pour la remplacer, il fallait bien entendu une première mondiale. Chose faite avec cette télécabine, la plus longue du monde d'un seul jet.

Mais encore Une station intermédiaire permet aux visiteurs du parc naturel de Tianmen d'accéder au Portail vers le paradis, une arche naturelle de 135 mètres de haut qui perce la montagne. Exactement 999 marches y mènent, nombre symbolique représentant l'éternité. Une fois au sommet, des passerelles à fond de verre réjouiront les plus aventureux.

Dès env. 33 fr., 30 minutes, www.tianmenshan.com.cn

8 Valais Le carrosse du Cervin

L'installation Due au crayon du studio Pininfarina, c'est la télécabine de tous les superlatifs pour ceux qui exigent le meilleur, à la ville comme à la montagne. En choisissant l'option Cristal Ride, on est convoyé de Trockener Steg au Petit-Cervin dans une des quatre cabines VIP disponibles. Celles-ci sont équipées de deux planchers dont le vitrage opaque devient transparent après 3 minutes de voyage. Le sol semble alors s'ouvrir sous les pieds, dévoilant sur 360 degrés le panorama de la station. Les vitres extérieures sont ornées de cristaux Swarovski, qui décorent également les dossiers des sièges (chauffants).

Mais encore Culminant à 3883 m, le Crystal Ride Zermatt est la télécabine la plus haute d'Europe. Depuis le sommet du Petit-Cervin, trente-huit 4000 et quatorze glaciers des Alpes françaises, italiennes et suisses se dévoilent au regard en un panorama stupéfiant. Par ailleurs, les parois des gares d'arrivée et de départ sont constituées par des panneaux solaires, dont la transparence laisse passer le jour.

Dès 10 fr. (été), 9 minutes, www.matterhornparadise.ch

9 Ukraine Bienvenue en 1967

L'installation La télécabine de Yalta, en Crimée, semble sortir d'un vortex spatio-temporel qui aurait placé, inchangé, ce morceau de la société des loisirs du temps glorieux de l'Union soviétique sur les bords de la mer Noire. Les anciennes cabines à ciel ouvert ont laissé place à des coques en résine, mais leur couleur et, surtout, leur exigüité sont restées intactes. Le passager ou le couple, très amoureux et pas trop athlétique, profite d'une vue plongeante sur les parcs et les balcons du centre-ville à un rythme issu d'un autre temps. On finit sur une hauteur boisée peu élevée d'où on prend le thé en contemplant un panorama tout méditerranéen.

Mais encore Ancienne station balnéaire des tsars, puis des apparatchiks communistes, Yalta reste l'apanage d'une clientèle largement russophone. On y admire toujours la datcha d'Anton Tchekhov, (1860-1904) pieusement conservée. Aujourd'hui, l'ambiance y rappelle les grandes heures de Rimini en Italie ou de Salou en Espagne, dans les années 1970. Un must! Env. 2 fr. 50, 10 à 12 minutes, www.kanatka.com/gorka/



Il reste du chemin pour que
les télécabines urbaines soient
prises au sérieux en Europe.



La cabine Atria de CWA a reçu le prix de design Red Dot en 2020. On la voit dans cette vue d'artiste survolant Chicago.

10 Brésil Samba des airs à Rio

L'installation Pouvant s'enorgueillir de posséder l'un des quatre premiers téléphériques au monde, Rio de Janeiro emmène résidents et touristes de la plage au sommet du Pain de Sucre depuis 1912, survolant au passage les baigneurs puis la jungle humide, avant d'offrir une vue à couper le souffle sur la montagne symbole de la métropole brésilienne. Les cabines, au design merveilleusement années 1960, ont été inaugurées lors de la reconstruction du site, en 1972. Signe de l'attachement des Cariocas à leur *bondinho*, lors du remplacement des cabines, en 2008, les autorités ont demandé au Suisse CWA de leur en fournir des versions modernisées répliquant exactement les anciennes.

Mais encore On se souvient de cette scène de *Moonraker* (1979) dans laquelle James Bond affronte le tueur Requin, sautant d'une cabine à l'autre. En réalité, le *bondinho* est une des installations les plus sécurisées qui soit. Son moteur, surdimensionné, a même été prévu pour supporter les sautes de tension électrique du réseau brésilien.

Dès env. 20 fr., 4 minutes 30, www.bondinho.com.br

Le transport par câble, si rapide à réaliser



CHRISTOPH GROB

Directeur marketing chez CWA, Olten, un des leaders mondiaux de cabines pour transport par câble

Quels sont les avantages du transport par câble, en ville?

D'abord, l'installation d'une télécabine est rapide. Entre la décision et la réalisation, il se passe beaucoup moins de temps que pour un projet de train ou de métro. Dans une ville bloquée par le trafic, cette variable peut être cruciale. Ensuite, c'est un moyen de transport très confortable. Grâce aux systèmes débrayables actuels, une cabine est toujours disponible. Et pensez aussi aux trajets difficiles, comme le franchissement d'un cours d'eau ou d'une falaise...

Et pour convaincre?

Il est primordial d'inscrire l'installation dans le contexte de la ville et du réseau existant: la lier avec un grand parking ou le réseau de transport. A Coblenze, en Allemagne, par exemple, le téléphérique pour l'exposition horticole fédérale du Bundesgartenschau, a été adopté par la ville et même validé par l'Unesco, puisque la région est inscrite au patrimoine mondial.

Il faut essayer, en somme...

L'exemple de prestigieuses réalisations aide beaucoup. Je pense au survol de la Tamise, conçu pour les Jeux olympiques de Londres. Ou aux projets en cours à Toulouse et Paris. Ce dernier, long de 4,5 km prendra le

relais du métro à Créteil pour irriguer toute une partie de l'Île-de-France.

Or les cabines restent rares...

En Europe, la télécabine rime avec ski. On imagine mal ces installations en ville. Celles-ci sont pourtant très différentes de ce qu'on trouve en montagne. Désormais, les cabines sont sonorisées, équipées d'écrans, accessibles aux personnes à mobilité réduite, disposent du wi-fi... on est loin des «œufs» des années 1980.

Mais personne n'a envie de voyeurs devant ses fenêtres...

Cet élément peut être bloquant. Mais on peut désormais opacifier automatiquement les fenêtres des cabines à certains endroits du trajet.

Vice et versa

POUR LA TROISIÈME FOIS, ORIS S'ASSOCIE AVEC LA REGA, LA GARDE AÉRIENNE SUISSE DE SAUVETAGE, AVEC LE MODÈLE REGA FLEET LIMITED EDITION, CETTE TRADITION A PLUS DE 80 ANS.

TEXTE LA RÉDACTION

LA COLLABORATION

Bien des points rapprochent industrie horlogère et aviation. Toutes deux conçoivent des mécaniques de précision et envisagent l'importance du temps comme paramètre central. Voilà pourquoi la Rega Fleet Limited Edition est la montre la plus collaborative réalisée entre Oris et la Rega. C'est la troisième édition conçue par la marque pour les pionniers du sauvetage aérien (après 2016 et 2018) et elle intègre toutes les propriétés nécessaires aux interventions en vol: lisibilité parfaite, fonctions utiles, résistance, fiabilité et même un étui étanche en Ventile® rouge doté de plusieurs bandes élastiques pour y stocker brucelles, pansements et bandages, ce qui permet de le transformer en trousse de premier secours.

LE MOUVEMENT

Afin que les sauveteurs ne soient jamais pris au dépourvu, Oris a placé au cœur de son boîtier un mouvement automatique avec une réserve de marche de 42 heures. Avec une fréquence de 28 800 A/h, le calibre 798 propose par ailleurs une fonction GMT qui permet à la Rega d'enregistrer les heures sur un carnet de bord.

LE BRACELET

L'un des détails les plus design de la pièce, c'est ce bracelet équipé du système de verrouillage «LIFT» d'Oris, qui fonctionne comme la ceinture de sécurité d'un avion, avec une boucle à clic revêtue d'acier de PVD gris «canon de fusil». Petite attention supplémentaire, la montre est livrée avec un bracelet supplémentaire en caoutchouc rouge équipé d'un système de changement rapide et d'un outil pour changer le fermoir. Attachez vos ceintures!

LE BOÎTIER

Pour ne pas perdre des minutes précieuses en sauvetage aérien, la Rega a besoin d'une montre au boîtier généreux, d'où ces 41,5 mm de diamètre pour lire l'heure rapidement en vol. Une taille qui se marie à merveille avec l'acier inoxydable au revêtement PVD gris «canon de fusil», très baroudeur, adapté à un sauvetage en haute montagne ou à un quotidien d'aventurier.

LA GRAVURE

Prenez une calculatrice: la Rega exploite 18 hélicoptères de sauvetage et trois avions-ambulance. Chacun de ces 21 aéronefs, identifiés par un numéro d'immatriculation, est immortalisé sur un fond de boîtier gravé et ensuite édité à 100 exemplaires. Combien cela fait-il de montres? Vous l'aurez compris, seuls 2100 chanceux porteront une pièce ornée d'un Airbus Helicopters H145, ou d'un AgustaWestland Da Vinci, voire d'un Bombardier Challenger 650. C'est un pilote qui a eu l'idée d'associer les montres à des aéronefs de la flotte pour refléter le lien étroit que les équipages et les patients développent souvent avec eux.

DE FACE

LE CADRAN Comment ne pas succomber à ce cadran noir sportif et viril. Évidemment, il est doté d'aiguilles et de chiffres blancs très contrastés, recouverts de Super-LumiNova® pour faciliter la lecture des heures, minutes et du deuxième fuseau horaire. Et, ce guichet de date instantané à trois heures: n'est-il pas crucial pour immortaliser ce jour où la Rega vous a sauvé?

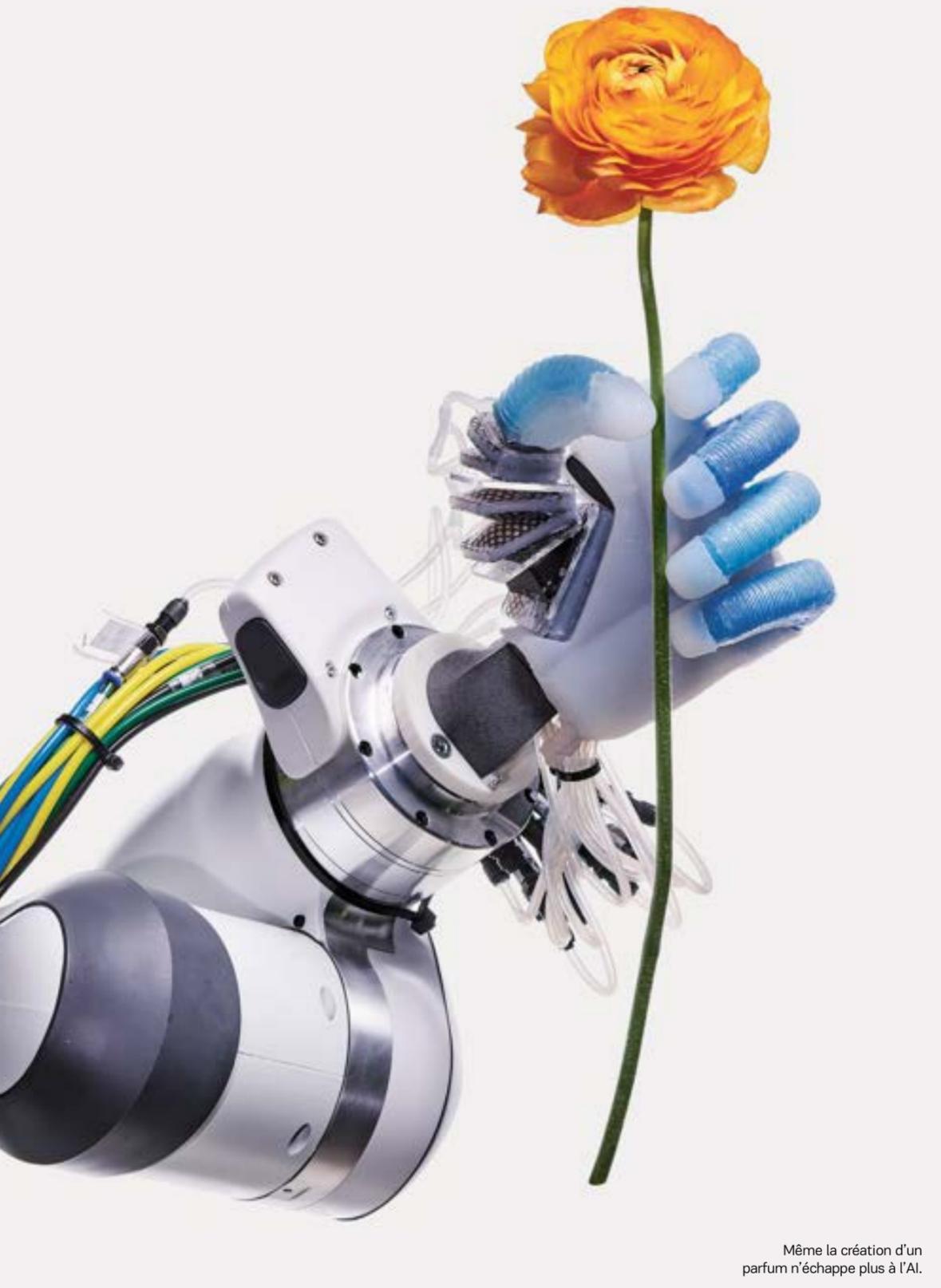
LA LUNETTE TOURNANTE Utile, précise et fiable, l'une des pièces maîtresses de la montre est sa lunette tournante bidirectionnelle. Deux détails ont leur importance. D'abord, un triangle rouge permet de chronométrer «l'heure d'or», la première heure après une blessure pendant laquelle les chances de guérison d'un patient sont les plus élevées. La seconde? Un pulsomètre fait office de back-up aux machines électroniques mesurant le rythme cardiaque des blessés.

LA MARQUE

C'est à Hölstein que Paul Cattin et Georges Christian fondent leur atelier d'horlogerie et lui donnent le nom d'un petit ruisseau et d'un vallon des environs de la ville. Quand Oris voit le jour en 1904, la petite entreprise compte 24 employés. Sept ans plus tard, elle donne du travail à 300 personnes. Très vite, elle devient une référence et malgré la crise de 1970, rebondit en conservant les éléments phares qui la caractérisent, comme son célèbre «rotor rouge» (marque déposée). Depuis 1985, Oris ne produit que des garde-temps mécaniques et demeure reconnue pour la qualité de ses productions et son univers sportif. Après des années de transition, en 2014, pour ses 110 ans, Oris reprend la production de ses mouvements horlogers, cultivant un esprit d'indépendance et de savoir-faire en suivant son propre chemin, forte de sa philosophie: «Go your own way».

LA REGA

Quand le ciel se teinte de rouge, cela signifie que ses anges gardiens ne sont plus très loin. La garde aérienne suisse de sauvetage compte parmi les organisations de secours les plus reconnues et respectées au monde. La Rega (pour Rettungsflugwacht et Garde Aérienne) a été fondée en 1952. Avec ses 13 bases hélicoptère et une flotte ultramoderne, la fondation privée est une partie intégrante du système de santé helvète. Sa force? Elle peut atteindre n'importe quel point de la zone qu'elle couvre dans les 15 minutes qui suivent un appel d'urgence, 24/24, 365 jours par an. Ses missions couvrent les sauvetages en haute montagne, toutes les urgences médicales, des accidents de la route aux maladies aiguës, comme des problèmes cardiaques. Son credo: «Apporter son aide partout où, grâce à son intervention, la vie ou la santé d'autrui peut être préservée, ménagée ou protégée».



Même la création d'un parfum n'échappe plus à l'AI.

Algorithmes aux petits soins

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET ALGORITHMES ENVAHISSENT LE SECTEUR DE LA COSMÉTIQUE, QUI UTILISE LA TECHNOLOGIE POUR UNE PERSONNALISATION TOUJOURS PLUS FINE DE L'OFFRE.

TEXTE KATRIN ROTH

L EST MIGNON, comme un jouet d'une autre époque, où on sauvegardait des données sur des disquettes. Mais derrière le joli robot qui sert de packaging au nouveau parfum pour homme Phantom de Paco Rabanne se glisse une innovation beauté où la parfumerie traditionnelle rencontre l'intelligence artificielle.

«Avec ce parfum, nous avons voulu créer une utopie où chacun peut être qui il veut», explique Paco Rabanne à propos de la vision qui a conduit à cette nouvelle fragrance masculine, conçue pour stimuler la confiance et l'énergie de celui qui le porte, grâce à une formule olfactive sophistiquée. Quatre grands parfumeurs d'International Flavors

& Fragrances Inc. (IFF) se sont réunis pour relever ce défi, qu'ils ont mis en œuvre à l'aide des dernières découvertes en matière de neurosciences, d'algorithmes et d'intelligence artificielle. Pour cela, selon le fabricant, ils ont soumis les formules sur lesquelles ils travaillaient pendant la phase de développement à un algorithme, qui a suggéré de nouvelles combinaisons ou dosages permettant d'accentuer l'effet émotionnel souhaité. Phantom se présente aussi comme le premier parfum connecté, grâce à son bouchon vaporisateur muni d'une puce. Il suffit d'approcher le smartphone de la tête du flacon pour charger des filtres interactifs, des listes de lecture personnalisées et des petits films en réalité augmentée ou des jeux de divertissement.

Innovation et technologie sont également à la base d'une start-up du groupe L'Occitane, qui a travaillé pendant six ans sur une solution innovante de soins de la peau en collaboration avec le groupe SEB – spécialiste en petit équipement domestique – en réponse à la demande croissante des consommateurs pour des produits individualisés. C'est ainsi qu'a été mise au point la solution Duolab, présentée en avant-première à Las Vegas en janvier 2020 et désormais disponible en Suisse. «Qu'il s'agisse d'un temps changeant, d'un horaire de travail ou d'hormones, vous pouvez adapter vos soins de la peau à votre quotidien», peut-on lire sur www.duolab.com à propos de cet appareil, dans lequel le contenu de deux capsules est mélangé selon des dosages personnalisés. Pour qui le souhaite, il est même possible de prendre un selfie sur la page d'accueil du site dédié et de procéder à une analyse numérique qui détermine l'état de la peau à l'aide de l'intelligence artificielle et suggère les capsules adaptées.

Etat de la peau et météo

Présenté par L'Oréal en 2020 et disponible en Suisse l'an prochain, l'appareil de soins YSL Perso fonctionne selon le même concept. Mieux, il devrait être capable, dans un avenir proche, de produire des formules individuelles de maquillage et de rouge à lèvres. La création de soins personnalisés ne se base pas seulement sur l'état et les besoins de la peau, mais tient également compte de facteurs environnementaux, tels que la météo, la température, le niveau de pollen, l'indice UV et l'humidité.

En raison notamment de la crise sanitaire, cette tendance technologique a connu un essor massif. Les professionnels du secteur parlent d'«âge d'or de l'intelligence artificielle dans le secteur de la beauté». «La pandémie a durablement influencé notre façon de vivre et de faire du shopping», explique au site *The Coveteur* Melissa Hago, vice-présidente de Fashion Snoops, une agence spécialisée dans la prévision des tendances. «Grâce à différentes plateformes, les marques de beauté s'adressent désormais à leur clientèle par le biais de produits pilotés par l'IA, de la réalité augmentée et d'expériences en 3D qui transforment les ordinateurs et les téléphones en un paysage numérique passionnant.»

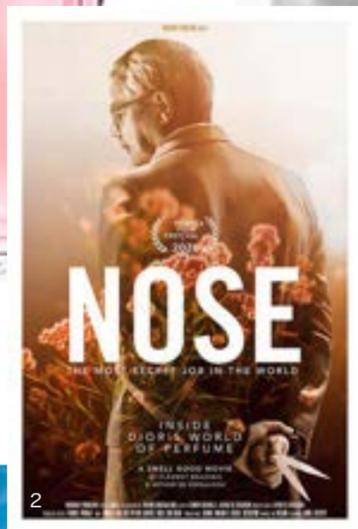
Outre les applications d'analyse de la peau, proposées depuis un certain temps par plusieurs marques sur tous les segments, la réalité augmentée basée sur l'intelligence artificielle est appelée à jouer un rôle de plus en plus important, car elle permet de découvrir les produits de beauté d'une manière totalement nouvelle. «Les règles d'hygiène dues au Covid-19, dont la question du testeur sur un point de vente, obligent à trouver des solutions numériques», confirme Asita Morgan, responsable innovation chez Cosnova, dans une interview à l'agence d'information Redaktionsnetzwerk Deutschland (RND).

Le potentiel de l'intelligence artificielle dans le domaine de la beauté se révèle immense. Néanmoins, il est déjà clair que ces technologies ne sont pas une garantie de succès en soi. Car, in fine, ce sont toujours les goûts personnels qui décident si l'on aime ou non un produit - indépendamment de ce que l'algorithme aura choisi pour vous. 📍

SOINS CONNECTÉS

1. Phantom, parfum pour homme, rechargeable, bouchon connecté, **Paco Rabanne**, 100 ml, 109 fr.
2. YSL Perso, appareil pour créer des soins sur mesure, **L'Oréal**, disponible en Suisse en 2022
3. Duolab, appareil pour personnaliser les soins, **L'Occitane**, 250 fr.





François Demachy

LORSQU'IL NE VOYAGE PAS, LE NEZ MAISON DE DIOR, HÉROS DU RÉCENT DOCUMENTAIRE NOSE, SE POSE CHEZ LUI À GRASSE, SA VILLE D'ORIGINE, OÙ NOUS L'AVONS RENCONTRÉ.

TEXTE KATRIN ROTH

LE CHANT DES GRILLONS est assourdissant, le soleil haut et l'ambiance méditative. François Demachy hume les feuilles de menthe fraîchement cueillies et à peine écrasées dans ses mains. «Je trouve toujours de nouvelles idées pour mes créations dans la nature», explique le chef parfumeur de Dior et protagoniste du documentaire «*Nose*» (2) (sur Apple TV, Google Play et Amazon Prime Video). Nous le rencontrons à Grasse dont il est originaire, sur son lieu de travail, «Les Fontaines Parfumées», nom d'une propriété érigée en 1640 au cœur de la ville provençale, que les maisons Christian Dior et Louis Vuitton ont entièrement restaurée. Elle abrite un laboratoire de haute technologie ainsi qu'un atelier de formation olfactive. La bâtisse est entourée d'un jardin où s'épanouissent plus de 350 essences rigoureusement sélectionnées. «Tout ce que je perçois est source d'inspiration. En tant que parfumeur, je suis une sorte de traducteur de mon environnement», explique François Demachy.

Christian Dior était très lié à la Provence, où il a vécu et trouvé l'inspiration pour de nombreux parfums. Quel est votre «lieu refuge»?
C'est probablement Grasse, dans le sud de la France: à cause des fleurs, des souvenirs d'enfance et, bien sûr, des parfums!

Les roses sont présentes dans la dernière version de Miss Dior, parfum lancé en 1947 et dédié par Christian Dior à sa sœur Catherine. Comment avez-vous honoré cette relation dans le nouveau Miss Dior?

Le parfum original Miss Dior a été créé après une période très difficile et devait apporter joie et bonheur. La nouvelle *Eau de Parfum Miss Dior* (1) poursuit la même idée, de nous rendre attentifs à la beauté et à ce qui rend heureux. J'ai concrétisé cette vision avec une formule spéciale qui s'accorde parfaitement avec tous les autres parfums Miss Dior. De cette façon, la dernière version est étroitement liée au parfum original. La boucle est bouclée.

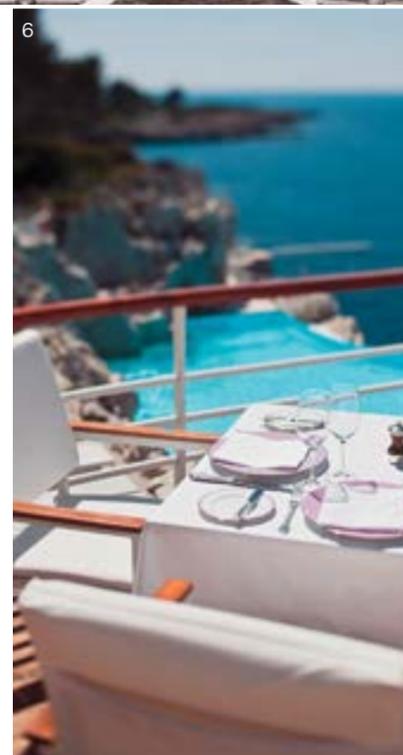


Cuisine et parfum ont beaucoup en commun. Votre table préférée?
Le restaurant de *l'Hôtel du Cap-Eden-Roc* (6). Bien sûr, uniquement lors d'occasions très spéciales, comme l'anniversaire de ma femme chaque année.

En parfumerie, on parle aussi en notes. Quelle musique vous rend heureux ?
Mon cerveau est ainsi programmé que *Les Beatles* (5) me transportent en vacances.

L'odeur du bonheur pour vous c'est...
Sans hésiter: le *jasmin de Grasse* (4)! Et tout particulièrement au retour d'une fête, à vélo, en traversant des champs de jasmin à l'odeur envoûtante.

Vous voyagez beaucoup. Quelle est votre prochaine destination?
Le désert d'Atacama au Chili (3), par exemple, est en tête de ma liste, car j'adore les déserts! Je suis également très intéressé par la région du Ladakh et j'aimerais voyager davantage au Japon. ☺



BORN IN LE BRASSUS



AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

RAISED AROUND THE WORLD



SÉBASTIEN FOUCAN

BOUTIQUES AUDEMARS PIGUET : GENÈVE | CRANS-MONTANA