

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

BEAUTÉ
Le rituel de
la peau
ultrapropre

SÉLECTION
10 musées pour
voir le vêtement
autrement

RENCONTRE
Iris van Herpen
marie artisanat
et high-tech

MODE

Manteaux, vestes,
chemises: l'automne
sera large d'épaule

SEPTEMBRE 2019

 Le Matin
Dimanche



SEA-DWELLER

Développée pour les aquanautes vivant plusieurs semaines dans des habitats sous-marins pressurisés et dotée d'une valve à hélium, la Sea-Dweller continue de repousser les limites du possible en matière d'exploration des fonds marins.

C'est une histoire d'excellence perpétuelle. L'histoire de Rolex.

#Perpetual

BUCHERER
1888

[bucherer.com](https://www.bucherer.com)



OYSTER PERPETUAL SEA-DWELLER

il suffit d'un rêve





Iris van Herpen,
la designer du Nord **P. 16**



10 musées pour raconter
la mode **P. 30**



Tendances: les
détails prennent
toute la place **P. 28**

Mode | Septembre 2019

SUJETS

14 Beauté

Pour un nouveau rituel de la peau plus propre que propre

15 Shopping

Les sacs de la rentrée s'amusent et se déguisent

36 Horlogerie

Le vert kaki envahit les cadrans et nous mène à l'aventure

37 Cheveux

Elles veulent toutes du long, du lisse et du naturel

38 Elle / lui

Le rose, pour rendre la vie douce et tendre

RUBRIQUES

6 Merveilles: vin, livre, voiture, hôtel, bijou, montre... 10 Trend: des meubles comme des peluches 12 Swissmade: serviettes de bain tissées à Glaris 39 Ses goûts: l'univers esthétique de la Zurichoise Anna Meier



Mode
P. 20
Veste et pantalon
en maille épaisse
et soie, Lanvin.
Bottes en maille
côtelée, Fendi.



UNE

Manteau oversize
en laine feutrée,
Balenciaga. Boucles
d'oreilles Fiorever en or
blanc, serties de
diamants, **Bulgari**.

PHOTOS

Tom De Peyret

STYLISME

Simon Pylyser

Ce que disent nos épaules

Sérieux. Fiabilité. Pouvoir. Confiance (en soi). Pour qui se prend à traduire en mots les messages envoyés par nos tenues, la tendance actuelle des épaules larges ne laisse guère place au doute. Voici des vestes et chemises taillées dans l'étoffe des héros, conçues pour des personnalités qui s'assument. Et si, en plus, ladite veste épaulée se la joue jaune citron (comme sur le modèle Lanvin de notre série mode), la femme qui l'enfile le matin revêt une tenue de combat en faveur d'un monde plus joyeux. Le vêtement à carrure décline un imaginaire à multiples épisodes, qui va de l'uniforme à épaulettes au costume XXL des parrains mafieux du cinéma, en passant par les



Renata Libal,
rédactrice en chef

corps bodybuildés. En version féminine, le tailleur surdimensionné a accompagné, dans les années 1980, le mythe de la superwoman qui accédait aux postes de pouvoir tout en gérant d'une ferme poigne sa maisonnée et ses amours. Les temps ont changé, les rêves aussi... Mais les vêtements parlent toujours. On sent aujourd'hui (voir les tendances que nous avons sélectionnées en p. 30) une volonté de brouiller les clichés attachés au genre. Jupe pour homme? pourquoi pas? Et colerette en fraise pour tous! Et aussi un esprit plus militant, avec force vêtements à slogans. Alors, ces épaules aux couleurs tendres? On a envie d'y voir à la fois l'envie de se lover dans un manteau protecteur et celle d'assumer ses responsabilités. L'alliance de la douceur et de la force.



Le modèle Millenary Philosophique et son aiguille unique

HORLOGERIE

Où est passé le temps?

C’est une affaire de minutes qui filent et zut, déjà en retard... Allons, de minutes? C’est en secondes que le monde s’emballe, avec ce feu qui passe au rouge, cette porte de train qui se ferme. La frénésie ambiante se traduit, dans l’industrie horlogère, par la multiplication de chronographes et autres fuseaux horaires rivalisant de précision. Dans ce tumulte tic-taquant, la nouvelle arrivée dans la ligne Millenary d’Audemars Piguet fait office d’appel au calme. Le modèle Philosophique n’arbore que la seule aiguille des heures et invite à se demander s’il est bien raisonnable de toujours courir après les minutes. La montre résolument féminine attire le regard – après un bref coup d’œil sur l’heure approximative, entre deux *indexes* – sur les scintillements du boîtier au polissage Frosted

Gold, cette finition qui produit l’effet d’une poussière de diamants. Le cadran aussi est martelé à la main, avec des flous qui évoquent les traits d’un pinceau. La Millenary Philosophique n’est pas la première montre à défier l’idée d’un temps tyrannique. Audemars Piguet avait déjà, en 1982, en pleine expansion du quartz, lancé un modèle mono aiguille, inspiré du cadran solaire et des montres du XVII^e siècle. Ce temps émotionnel est souligné par le mécanisme central, qui déplace délicatement l’aiguille ce qui lui permet de tourner rond malgré l’ovale du boîtier. La beauté n’est-elle pas plus importante que le temps qui passe? *Renata Libal*

Millenary Frosted Gold Philosophique, Audemars Piguet, en or blanc et cadran bleu ou or rose et cadran brun. Mouvement automatique. Prix sur demande.

BONNE BOUCHE

Du Vully au Caucase



PAR **PIERRE THOMAS**

En mai, le Concours mondial de Bruxelles s’est tenu à Aigle (VD). À la clé, une forte participation de vins suisses et 7 grandes médailles d’or et 50 d’or. Du jamais vu dans une telle compétition, où les vins suisses, peu ou pas exportés, vont chercher la reconnaissance internationale. On aurait pu ajouter à ce palmarès une 51^e médaille d’or, l’unique sous le drapeau russe... Car, depuis vingt ans, un vigneron du Vully, Renaud Burnier, exploite en parallèle à un petit domaine de 5 hectares à Nant, près de Sugiez (FR), un vignoble dix fois plus vaste (50 ha), qu’il a planté dans les collines du Caucase, à 15 kilomètres de la mer Noire, dans la région russe de Krasnodar. C’est son cabernet franc 2013 qui a décroché une médaille d’or. Un vin rouge simple, au nez frais, avec des notes fumées, de poivron rouge mûr, aux tanins fermes, agréable à boire après ses cinq ans de bouteille. Sur place, dans une nouvelle cave pilotée à distance par WhatsApp, les vins sont mis en bouteilles depuis 2012. A Berne, Renaud Burnier avait connu sa femme, Marina, une Moscovite. Elle avait obtenu une bourse après son master en économie internationale. Avant de se lancer dans leur projet russe, ils ont eu une fille, Alexandra, 21 ans. Mère et fille se passionnent pour le vin. «Je n’y connaissais rien», sourit Marina, qui s’est formée à l’Université du vin de Suze-la-Rousse. Quant à Alexandra, elle suit un apprentissage de caviste à la Station viticole d’Auvernier (NE) et à l’école de Marcelin (VD). Quand elle aura terminé ses études d’œnologie, elle sera appelée à aller vinifier du côté de la mer Noire le Krasnostop Zolotovskiy, un cépage rouge local que son père propose en version ample, riche et puissante, élevée 18 mois en barriques françaises. Seuls 10% de ces vins russes sont bus en Suisse, le reste s’en va à Moscou et à Sotchi, mais aussi en Belgique et à Hongkong.



L’étiquette: Cabernet Franc
Le prix: 19 fr.
L’adresse: domaines-burnier.ch



DESIGN

Cuir et bois, toujours

En 1959, les frères Galimberti ouvrent un atelier du beau meuble à Brianza, dans le nord de l’Italie. Celui-ci ne tarde guère à devenir l’entreprise industrielle Flexform, qui s’attache les noms les plus prestigieux du moment... dont le jeune architecte Antonio Citterio, directeur artistique à ce jour. Pour ses 60 ans, la maison, toujours en mains familiales, brouille les codes du dedans-dehors, avec une première collection outdoor en tissu... et des meubles d’intérieur, comme cet ottoman de bois et cuir, qui semble taillé pour le grand air. *RL*

Flexform, fauteuil Ortigia, en noyer canaletto ou frêne massif, dossier en cuir tressé. La famille de sièges compte aussi un fauteuil à accoudoirs, un de table et un repose-pieds.



Une maison décorée par Axel Vervoordt au Kerala dans le sud de l'Inde.

LIVRE

Maisons de maître

Des couloirs sans fin. Des espaces immenses. Et du vide, beaucoup de vide. Lorsque, il y a quelques mois, la rédaction de *Vogue* a rendu visite à Kim Kardashian et Kanye West dans leur maison de Hidden Hills, en Californie, puis mis une courte vidéo en ligne, les fans de design sont restés bouche bée devant leur écran. Ils ont pu voir que le couple, qui n'est pas forcément réputé en matière de raffinement, vivait non pas dans une maison mais dans un temple de beauté, de simplicité et de tranquillité: blanc crème omniprésent, ameublement minimal, mais air et lumière en abondance. Tout de suite, le nom du designer qui a créé ce palais monastique a été sur toutes les lèvres: Axel Vervoordt. On ne peut pas dire qu'il s'agisse d'un inconnu, du moins dans les cercles du design d'intérieur, mais avec ce film de quelques minutes, le



L'ouvrage dont les textes sont de Michael Gardner et les photos de Laziz Hamani.

Belge de 72 ans est devenu une star mondiale. Voilà qui tombe bien pour sortir un livre qui présente ses projets à travers le monde, avec force texte et images: une maison sur le fleuve au Kerala, un Palazzo à Venise, une maison de ville à Tokyo.... Il suffit de feuilleter quelques pages pour avoir envie de s'installer partout, immédiatement. On y glane aussi quelques conseils du maître: sachez qu'il est plus important de créer quelque chose de réel que quelque chose dont on puisse dire que c'est beau. Ce livre se dévore une première fois, mais il se lit et relit. Car à chaque fois on est saisi par la beauté qui surgit de la simplicité.

Paulina Szczesniak

«Axel Vervoordt, Portraits d'intérieurs», Flammarion, 320 p. env. 105 fr. A paraître le 16 octobre.

PARFUM

Mon royaume, l'Italie



Le bouchon prend la forme d'une couronne avec cabochon esprit lapis lazuli, recouverte de particules d'or vieilli et réalisée de manière artisanale – à poser avec humour sur le goulot du flacon... avant de tordre le cou aux clichés régaliens. Le nouveau parfum de Dolce & Gabbana s'appelle K, pour King, mais celui qui le portera n'aura pas droit aux velours, sceptres et flonflons d'usage. La fragrance est un cocktail tonique d'orange sanguine, citron et pamplemousse, avec un accord inédit de piment et bois de cèdre. «Un homme italien du Sud, sourit Daphné Bugey, qui a conçu le parfum avec sa consœur de Firmenich, Nathalie Lorson. Charismatique et joyeux.» C'est ce côté plein soleil et authentique, avec de vrais ingrédients qui fleurissent bon l'Italie, qui a d'emblée séduit le duo de designers Domenico Dolce et Stefano Gabbana. Ils y ont reconnu ce «roi de sa propre vie» qu'ils avaient envie de traduire en senteurs: bien dans ses baskets et ses jeans, sur sa moto plutôt que sur son destrier. *RL*

K, By Dolce & Gabbana, parfum 88 fr. les 50 ml, after-shave 74 fr. et gel douche 49 fr.



BIJOU

Romance en dentelle

Tissu ou bijou? Charlotte Lynggaard a lancé la collection Lace en 2003, entre fleurs délicates et broderies d'or. La revoilà cet automne, avec de nouvelles pièces en or jaune ou blanc. *RL*

Collection Lace Ole Lynggaard Copenhagen. Bague dès 3500 fr. (sertie à 1 950 fr). Dans les boutiques Kurz www.kurzbijouxmontres.ch



Le Raffles de Singapour a rouvert après deux ans de travaux

HÔTEL

Ça c’est palace

La cure de jouvence aura duré plus de deux ans. Le Raffles, hôtel emblématique de Singapour, a rouvert ses portes le 1^{er} août. «Peu d’hôtels au monde deviennent pour ainsi dire le synonyme des villes qui les accueillent», relève très justement Christian Westbeld, le directeur de ce palace ouvert en 1887, du nom du Britannique Sir Thomas Stamford Raffles, qui n’est autre que le fondateur de Singapour. Déclaré monument historique en 1987, cet établissement a conservé son charme exquis, son style colonial classique qui en fait une adresse incontournable et hors du temps, aussi savoureusement nostalgique



Dessert signé Anne-Sophie Pic, qui a ouvert au Raffles sa première adresse en Asie.

que le Singapour Sling, ce cocktail maison servi au Long Bar de l’hôtel depuis 1915. La rénovation, menée notamment par Alexandra Champalimaud, décoratrice d’intérieure rodée à l’exercice, a permis de conserver la noblesse des lieux et de gagner 12 suites; il en compte désormais 115. Le Raffles accueille trois restaurants dont les cartes et menus sont signés par autant de stars de la gastronomie mondiale. La dernière arrivée, Anne-Sophie Pic, trois étoiles Michelin, a ainsi rejoint le chef Alain Ducasse et Jereme Leung, as de la cuisine chinoise. *Estelle Lucien*
www.raffles.com/singapore/



BEAUTÉ

De poils et de peau

Avec l’accent mis sur le teint – lumineux et frais – les marques de cosmétique rivalisent de fonds de teint, poudres et autres cushions. Le japonais Shiseido sort une impressionnante palette de 30 nuances, où chacune (et chacun: la ligne est aussi masculine) trouvera son pigment. Pour appliquer? Un irrésistible pinceau lissant aussi doux que beau. Inspiré de la forme du camélia, il fonctionne aussi comme doudou déstressant au bureau. *RL*

Ligne Synchro Skin self-refreshing Shiseido, dès 45 fr. Pinceau Hanatsubaki Hake, 76 fr. 50



DÉCO

Si près, si loin

Au début, il y a une balancelle, inspirée de la structure d’un bateau asiatique, que le trio biennois de l’Atelier Oï a imaginée pour la collection des objets nomades de la maison Vuitton. En voici la version aquarelle (par Polly Brotherwood) qui transpose le meuble dans le paysage d’origine de ses auteurs, avec cette touche rétro et nostalgique qui évoque les autocollants des bagages d’antan. *RL*

Affiche 50x70cm, tirage sur papier feutré, 165 fr., boutiques Vuitton de Genève et Zurich.

Vieux singe, nouvelles grimaces

TOYS FOR BOYS



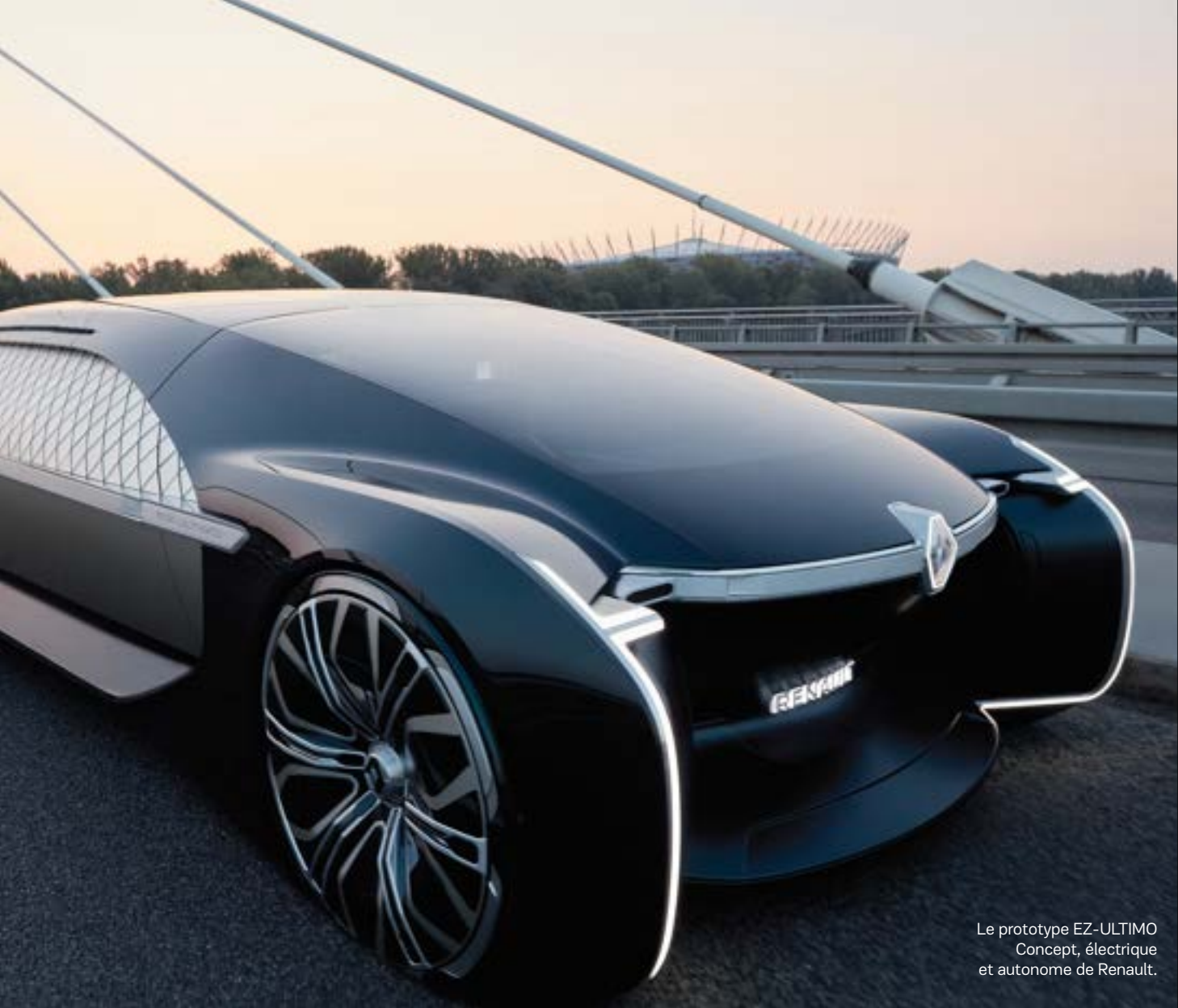
PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

Le Monkey de Honda, né dans les années 60, s’est imposé sur les routes européennes à la faveur des 70’s. Son look décalé, ses mini roues de 5 pouces, ses 50 cm³, son absence de suspension, son guidon torturé et son prix très mesuré en ont fait l’outil rêvé pour ceux qui étaient alors en quête de liberté, mais n’avaient: 1. pas les moyens de s’acheter un VW Combi ou 2. pas envie de partir en stop à Katmandou. Cette petite moto, qu’on ne conduit qu’accroché à son guidon, comme un singe à sa branche – d’où son



La version 2019 du Monkey de Honda, dès 4500 fr.

surnom –, est de retour. Le look reste... mais tout le reste change: les jantes font 12 pouces, le moteur 125 cm³, la suspension est de rigueur, l’ABS est installé de série (à l’avant) et, surtout, le prix prend l’ascenseur. Au point que les arguments émotionnels auront de la peine à persuader la petite voix qui grince au fond de vous: «Tu veux vraiment dilapider plusieurs billets de mille pour un engin inconfortable et frivole juste bon à parader devant tes potes?» Quoi que vous décidiez, sachez tout de même que le Monkey – à peine 100 kg sur la balance – est confortable (même pour les grands), très vif, tourne court et réagit avec vigueur. Dès lors, plutôt que de vous jucher sur un scooter gris, avec protège-poignée en fourrure et chauffe-genou, – qui vous renvoie à la figure votre âge et vos désillusions – vous pouvez opter pour cette bombe libertaire qui vous fera goûter un peu de sauvagerie rétro sur le chemin de l’open space. Top, non?



Le prototype EZ-ULTIMO
Concept, électrique
et autonome de Renault.

AUTOMOBILE

La route easy

Le constructeur français Renault a une façon assez spectaculaire d'envisager la mobilité de demain: son prototype EZ-Ultimo, au design futuriste, est un véhicule électrique entièrement autonome qui devrait un jour servir de navette haut de gamme. Cet engin futuriste sans pilote pourrait, par exemple, servir aux hôtels ou aux compagnies d'aviation privée pour transporter leurs prestigieux hôtes. Les designers de cette limousine de 5,70 mètres de long se sont inspirés de l'architecture des boulevards parisiens du XIX^e siècle et de toute la grandeur Haussmannienne. Les vitres latérales et arrière en losange protègent les passagers des regards indiscrets, tandis que, installés dans de confortables fauteuils, ils peuvent à loisir observer

l'extérieur et voir défiler le paysage. Quant au toit vitré, il assure une vue spectaculaire sur le ciel. Mais le design n'est pas le seul à être spécial: la technologie qui rend possible la conduite autonome est tout aussi remarquable et avant-gardiste. Les passagers n'ont qu'à indiquer la route à suivre via une application sur leur smartphone. Une fois arrivés à destination, les heureux transportés n'auront qu'à laisser la porte latérale coulissante s'ouvrir tandis que la partie supérieure bascule comme une aile. Tout est simple, efficace et sans effort. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si le EZ de EZ-Ultimo se prononce «easy»...
Hanspeter Eggenberger

TOP 5

Les grands chefs se mettent au végété, voire au végane.



1 Au **Dolder Grand** à Zurich, Heiko Nieder, chef de l'année Gault Millau (donc 19/19), propose un menu gastro végétarien de 10 ou 6 plats.

2 Le chef Franck Reynaud (18/20) met un menu tout végane à la carte de **l'Hostellerie du Pas de l'Ours**, à Crans-Montana.

3 Avant de quitter le **Restaurant du Cerf**, à Cossonay, en décembre, son chef, Carlo Crisci (18/20), met «comme du boudin» au menu végétarien.

4 Toute une partie de la carte est végane et végétarienne au restaurant **Sommet** à l'Alpina Gstaad, où officie le chef Martin Göschel (18/20).

5 Au **Jardin Richemond**, Genève, Philippe Bourrel (16/20) propose un menu au nom délicieusement redondant: «Jardin végétarien».



ACCESSOIRE

Ruban au pied

Créé il y a un an pour le mariage de l'entrepreneuse et influenceuse Chiara Ferragni, cet escaprin a déjà connu un succès de star sur les réseaux sociaux. Le voilà disponible pour toutes celles qui sont prêtes à payer les 890 euros que vaut le bijou pour pied, avec ses 230 000 points de broderie et son ruban en liseré. *RL*

TEXTILE

Heureux hasard



Fleurs, feuilles et écorces composent les ingrédients des teintures d'Ottuno. Cette marque suisse existe depuis 2016. Après le temps des explorations, la voici au point pour présenter des collections de plaids en lin et chanvre, des foulards en lin et soie, et des coussins en lin, imprimés selon des processus artisanaux. Par exemple, Ottuna reprend la technique japonaise shibori où le tissu est teint plié pour créer des cadrillages. Ottuno qui travaille aussi sur commande, a installé son atelier et showroom au Flon à Lausanne. «Nous gardons la même approche qui consiste à être rigoureux tout en laissant une petite marge d'«incertitude» pour le hasard», confie Stéphanie Bédar, fondatrice et associée. *E.L.*

www.ottuno.com, rue des Côtes-de-Montbenon 1-3-5, Lausanne. Chez Grimsel à Bâle.



Fauteuil Ours, disponible en trois tailles (Maman, Papa, Bébé), de la collection OOPS, par Pierre Yovanovitch, en chêne massif et peau de mouton

L’esprit de l’ours

PARFOIS, ILS SONT EN PEAU DE MOUTON. Parfois en laine ou fibre synthétique. Mais toujours – toujours! – ces fauteuils et sofas sont doux et chauds, presque vivants. On les caresse en s’y lovant, comme on flatterait un animal de compagnie. Eux, ce sont les meubles de la famille des Teddy Bear, revêtus d’un de ces nouveaux textiles inspirés des animaux en peluche. Au *Salone di Mobile*, à Milan au printemps dernier, on ne voyait qu’eux... et on avait envie de tous les toucher. Le sofa Palomba de Poltrona Frau en fini bouclette, le fauteuil Caratos d’Antonio Citterio pour Maxalto en teddy bear, le tissu Orsacchiotto chez Moroso, la pelucheuse ligne Gentleman de Marcel Wanders pour Poliform... L’hiver dernier, la mode a lancé d’amples manteaux oursons; cet automne, ils viennent hiberner en colonies dans les maisons. Sans doute s’agit-il là d’une même aspiration à la sensualité tactile, du même besoin primal de



La version peluche, en finition Milo 200, des fauteuils Caratos, d’Antonio Citterio pour Maxalto.

plonger ses doigts dans du concret, alors que le monde devient toujours plus digital et éthéré. Ou alors faut-il y voir un repli régressif face à l’insécurité ambiante? Le précurseur de l’esthétique confortablement velue a été le décorateur français Jean Royère, à la fin des années 1940. Sa collection Polar Bear atteint aujourd’hui le demi-million de dollars aux enchères – même Kanye West en possède un sofa. Plusieurs pièces, devenues iconiques depuis lors, y ont ensuite fait référence, comme la fameuse Banquete des frères Campana en 2002, entièrement composée d’animaux en peluche cousus ensemble. Ou la famille d’ours du décorateur d’intérieur français Pierre Yovanovitch. Les grands noms du design contemporain n’ont donc pas inventé le concept, mais ils le popularisent avec bonheur, grâce à des textiles technologiques faciles à vivre. Qui a dit que seuls les enfants avaient besoin d’un doudou? 🐻

TEXTE RENATA LIBAL



EXPECT NOTHING LESS



The House of Gübelin now offers
same day personal delivery.*



gubelin.com

*same day personal delivery within Switzerland for selected products over 5000 CHF, if ordered before 10 a.m.



PROCESSUS

À GAUCHE La souffleuse a fait son travail: les bouclettes de la bande de tissu éponge ont retrouvé leur volume.
EN HAUT À G. Etape de l'ourdissage: les fils sont tirés depuis 2496 bobines...
EN HAUT À DR. Amidonnage. **CI-CONTRE** Amidonnés, les fils obtiennent une texture qui permet le tissage.
EN BAS À G. Passage à la machine à coudre pour les ourlets.
EN BAS À DR. Les serviettes finies, pliées à la main, dans les 5 coloris disponibles.



Sortie de bain

DEPUIS UN SIÈCLE ET DEMI, L'ENTREPRISE WESETA TEXTIL AG FABRIQUE DES SERVIETTES-ÉPONGES À ENGI DANS LE CANTON DE GLARIS. SI DOUCES ET SI BIOS QU'ELLES ONT SÉDUIT L'ATELIER PFISTER.

TEXTE KATHLEEN BRÖSY PHOTOS LEA MEIENBERG

CONRAD Peyer l'avoue: «Personne ne voulait de cette entreprise. Moi, elle me plaisait, pour son atmosphère multiculturelle, typique de l'industrie textile.» C'est en 1995 qu'il rachète à sa famille et à quelques actionnaires locaux, la manufacture Weseta Vereinigte Webereien Sernftal AG – qu'il a le bon goût d'abréger en Weseta Textil AG. L'économiste, qui a travaillé dans la banque, a réalisé des audits dans le monde du textile; il peut mesurer si son intérêt pour le bien familial a quelque avenir. La société fondée en 1864 par Leonhard Blumer à Engi, dans le canton de Glaris, a au moins l'avantage d'être bien placée question ressources: «L'eau coule des montagnes. Si une entreprise s'installe dans la vallée, elle a accès à cette eau gratuitement», explique-t-il. Aujourd'hui, soit quasi un quart de siècle après son rachat par Conrad Peyer, Weseta affiche des chiffres impressionnants: 150 tonnes de textiles produits par an, 3000 à 5000 linges confectionnés chaque jour par les 32 employées...

A ses débuts, outre les serviettes-éponges, Weseta fabrique toute une variété de tissus, damas, étoffes pour chemises, draps, nappes. Dans les années 1970, elle se spécialise dans les produits en éponge. Et depuis 2018, elle réalise pour l'atelier Pfister la collection de serviettes de bain WALD, imaginée par le designer zurichois Alfredo Häberli. Des mètres de douceur enveloppants, légers et durables en coton 100% biologique. A Engi, cela dit, ne

se déroule que la partie finale du processus de fabrication. Tout commence essentiellement en... Grèce, où le coton est d'excellente qualité. Les petits producteurs qui travaillent pour Weseta l'arrosent par gouttelettes, ce qui réduit de moitié la consommation d'eau. Transformé en minces fils de 60 kilomètres de long enroulés sur des bobines, le coton est alors acheminé vers la Suisse. «La dernière filature, basée en Valais, s'est éteinte il y a dix ans», soupire Conrad Peyer.

Ourdissage et tissage

Sur sol suisse, les fils de coton vont effectuer plusieurs escales avant Engi. La première a lieu à Niederurnen (Glaris Nord), chez Jenny Fabrics AG, entreprise textile vieille de deux siècles, où Weseta loue une halle pour ses machines et ses sept employés. Après un contrôle de qualité, les fils y passent l'épreuve de l'ourdissage: ils sont dévidés de leur bobine pour être assemblés sur une ensouple (rouleau). La machine qui ourdit compte 2496 bobines. Les serviettes en éponge requérant trois fils – pour la base inférieure, la trame et la couche supérieure donnant le volume –, l'ourdissage traite trois fois les centaines de fils. Au terme du processus, le fil épaissi compte 5 à 6 kilomètres de long. Place ensuite à l'amidonnage (qui réduira cette longueur à 3 kilomètres): les fils roulent entre plusieurs cylindres et sont enduits d'un liant qui les durcit. Mais rien de chimique dans ce traitement: Conrad Peyer affirme être écolo «jusqu'aux huiles utilisées». Les fils amidonnés glissent alors dans le métier à tisser. A ce stade affreusement

bruyant, les bouchons dans les oreilles sont obligatoires. C'est à ce moment aussi qu'a lieu la réalisation des motifs et des boucles, ainsi que le tissage en bandes de 30 mètres. Celles-ci sont ensuite amenées manuellement dans les entrailles d'une machine vieille de 100 ans, qui souffle de l'air afin que les boucles aplaties par le tissage se reforment.

La deuxième escale se déroule à Zofingue, à 120 kilomètres, pour la teinture. Les bandes trempent dans des cuves durant trois à huit heures. Finalement, elles sont prêtes pour l'étape finale, à Engi dans l'usine de Weseta, au 2^e étage de la grande bâtisse grise aux nombreuses fenêtres. Pour le bien-être du coton y règnent constamment une température de 20-21 degrés et un taux d'humidité de 65% – un humidificateur géant veille. Une énorme machine à coudre ourle le bord des serviettes de bain, puis les découpe, sous l'œil attentif d'une employée. Les rubans de tissu valsent de gauche à droite et d'avant en arrière, dans un mouvement qui semble perpétuel. Enfin, une seconde machine, plus petite, appose les étiquettes. Ne reste plus qu'à effectuer un dernier contrôle: les employées examinent soigneusement chaque pièce, coupent les fils qui dépassent et enlèvent les peluches au moyen d'un rouleau adhésif. Elles plient la serviette à la main et, pour être sûres de sa bonne tenue, la font passer sous une lampe qui imite la lumière du magasin Pfister. Les serviettes-éponges sont finalement emballées et stockées. L'acheteur qui s'en enveloppera bientôt, pourra s'émerveiller d'une douceur acquise au cours d'un bien long voyage. ☺



Conrad Peyer

Cela fait quasi un quart de siècle que Conrad Peyer, 57 ans, veille aux destinées de Weseta Textil AG. Il a commencé son parcours professionnel par un apprentissage dans la banque, suivi d'études d'économie à Zurich. Un petit tour du côté de Genève chez Credit Suisse, puis dans une banque en Angleterre, lui permet de parfaire son français et son anglais. Après quatre années dans une entreprise d'audit, à 34 ans, il rachète l'entreprise que son grand-père maternel avait acquise en 1929. Un défi visiblement bien gagné.

DÉTENDEZ-VOUS

à Dubai

FLY BETTER

Envie d'une escapade véritablement reposante et ressourçante? Dubai est la destination qu'il vous faut. Venez profiter d'un choix inégalé de luxueux complexes spa et bien-être propices à la détente. Poursuivez l'expérience avec un savoureux repas dans un restaurant étoilé Michelin ou une promenade le long des plages de sable fin de la ville, et vous vous sentirez parfaitement régénéré. Le tout à seulement six heures de vol, avec Emirates.


Emirates



Le gel devient huile,
puis émulsion
laiteuse,
pour le plaisir
des sens

pollution dans l'air. C'est ainsi que le nettoyage s'impose comme un geste routinier, même pour celles qui ne se maquillent pas. On procède couche par couche, en enlevant d'abord le film du maquillage, avant de purifier jusqu'au fond des pores. On imagine bien que le savon standard (souvent irritant) et l'eau ne suffisent pas à un tel traitement. Sans entrer dans la folle multiplication des produits à l'asiatique, relevons la créativité de la branche cosmétique, surtout dans le segment du luxe, en matière de substances démaquillantes. Beaucoup sont technologiquement pointues, avec des formules incluant des soins complémentaires. Et les marques multiplient les textures, afin de varier les sensations et inciter chacune à se composer ses propres gammes agréables au toucher. Chanel, par exemple, lancera en novembre pas moins de quatre produits dans une ligne axée sur l'éveil de la lumière, allant du savon de soin à l'eau micellaire, en passant par le gommage aux grains de vanille.

Mousse toujours

Actuellement, l'engouement va surtout vers les produits qui moussent, comme la nouvelle Crème Eclat de Sisley, démaquillante et dépolluante, ou La Mousse démaquillante visage de Shiseido, qui propose aussi un effet rajeunissant, grâce à une formule basée sur l'eau de source de Kirishima au Japon, particulièrement riche en magnésium et calcium, et diverses substances actives. Quant à la marque suisse Valmont, sa nouvelle ligne purifiante soutient l'écosystème de la peau, grâce à l'eau des glaciers ainsi que des probiotiques choisis. Plusieurs produits jouent aussi l'effet magique: Rivoli avec son gel démaquillant, ainsi que La Prairie, avec le Supreme Balm Cleanser. Ceux-ci se muent d'abord, sur la main, en une huile riche, puis, avec un peu d'eau, deviennent une émulsion laiteuse, enrichie d'agents à effet anti-âge. Un produit analogue sortira aussi chez Chanel: l'efficacité, avec le plaisir ludique de la métamorphose...

Alors non: nous n'avons pas toujours de longs quarts d'heure à disposition pour transformer le geste en cérémonie. D'un autre côté, il faut peut-être envisager ce nouveau rituel de propreté comme une pause dans le quotidien, une manière de se laver - au sens figuré comme au sens littéral - de toutes les contrariétés et débordements du jour. Parfois on a envie d'une douche et que l'eau emporte jusqu'aux mauvais souvenirs. Le rituel du visage pur peut prendre un peu la même dimension: à chaque geste, s'efface aussi un peu de ce qui nous creuse le visage de stress et d'inquiétude. Alors: mousse joyeuse ou huile apaisante? ☺

NOS FAVORIS

- 1. Sublimage, huile en gel de démaquillage, dès novembre, 130 fr., 150ml, **Chanel**.
- 2. Eau micellaire Cristal, yeux et visage, env. 160 fr., 150ml, **La Prairie**.
- 3. Mousse démaquillante visage, 111 fr. 60, **Shiseido**.
- 4. Mousse nettoyante équilibrante visage, Bubble Falls, 69 fr. 150ml, **Valmont**



Propre plus ultra

JADIS ÉTAPE PRESQUE HYGIÉNIQUE DE LA BEAUTÉ, LE DÉMAQUILLAGE S'IMPOSE AUJOURD'HUI COMME UN RITUEL SENSUEL ET DÉSIRABLE. HISTOIRE D'UNE MÉTAMORPHOSE

TEXTE KATRIN ROTH

SÉRUM, huile, gel, mousse, eau micellaire... La main hésite devant le présentoir: de quel produit de démaquillage ai-je envie? Envie... Voilà le maître-mot de la nouvelle philosophie du nettoyage de peau. Là où jadis il n'y avait qu'un passage obligé un peu fastidieux, on voit apparaître les prémices d'un nouveau rituel de beauté, basé sur le plaisir et la sensualité. L'inspiration nous en vient - comme souvent en matière de soins cosmétiques - tout droit d'Asie, où les femmes pratiquent depuis longtemps ce que la branche appelle le *Double Cleansing*, le double nettoyage, voire le... *Triple Cleansing* qui requiert plusieurs produits démaquillants à effets légèrement différents mais complémentaires, à appliquer l'un après l'autre, dans une quête de pureté absolue. Rares sont celles, sous nos latitudes, à investir la demi-heure vespérale que l'exercice exige. Mais, effet dérivé de cet engouement, la palette de solutions et textures s'est incroyablement élargie ces

dernières saisons, ce qui permet à chacune de trouver douce matière à satisfaction. Que le démaquillage constitue la base d'une peau saine ne surprend personne. C'est d'ailleurs la réponse la plus souvent donnée aux journalistes spécialisées qui s'interrogent sur les clés de la beauté - que ce soit dans la bouche d'un top model, d'une dermatologue éclairée ou d'un chimiste développeur de produits cosmétiques. Les divers boutons et comédons qui font le malheur de l'adolescence s'incrument parfois bien au-delà: on estime que 15 à 20% des 600000 personnes souffrant d'acné en Suisse sont des adultes. Dont une large majorité de femmes. Parmi les diverses causes du phénomène, on compte des facteurs comme le stress. Ceux-ci sont difficiles à effacer d'un coup de lavette. Mais parmi les actions plus aisées à maîtriser, on peut compter sur la propreté, qui doit être une priorité absolue, quel que soit l'âge et l'état de la peau. En une journée, les pores s'obstruent de maquillage, certes, mais aussi de substances comme la sueur, le sébum, les bactéries ainsi que diverses particules de

ACCESSOIRES



Shopping Bag XXS en cuir, **Balenciaga**, 1214 fr.



Sac Cap Bag en cuir, **JW Anderson** 800 fr.



Micro sac Sicily en métal, **Dolce Gabbana**, Prix sur demande



Pochette en cuir en forme de sifflet, **Thom Browne**, 1975 fr.



Minaudière blanche en plexiglas et strass, **Chanel**, prix sur demande

Jeu de sac

LUDIQUES, CES OBJETS N'EN SONT PAS MOINS UTILES ET FONCTIONNELS.

TEXTE LÉONORE NOZ



Sac Machine à sous en cuir, **Moschino**, 1495 fr.



Sac Glam Slam en cuir, **Maison Margiela**, 1676 fr.



Sac Toupie, toile monogramme, **Louis Vuitton**, 1658 fr.



Mini-sac à main structuré à effet métalisé, **Y/Project**, 728 fr.



Mini-sac Paula's éléphant en cuir, **Loewe**, 1371 fr.

ÉTRANGE APPARITION

À CHACUN DE SES DÉFILÉS, IRIS VAN HERPEN SOULÈVE DES RÉACTIONS INCRÉDULES. NORMAL, LA CRÉATRICE NÉERLANDAISE, DANSEUSE ET PARACHUTISTE, ALLIE LES CONTRAIRES: HIGH-TECH ET NATURE, AIR ET MER, DEDANS ET DEHORS.

TEXTE **PAULINA SZCZESNIAK**

EXTRÊME. C'est ainsi qu'on qualifie le plus souvent ses créations. Originales à l'extrême, futuristes à l'extrême, technomorphes à l'extrême. Ceux qui ont assisté à Paris à la présentation de la haute couture automne-hiver 2014 d'Iris van Herpen n'en sont toujours pas revenus: emballés sous vide dans une feuille de plastique, les mannequins glissaient sur le podium tels les embryons d'une espèce inconnue. Apparitions fantastiques, voire effrayantes, entre essais de laboratoire, alien et salle de torture... On a vite compris que cette Iris des Pays-Bas ouvrait une nouvelle ère. Et que la mode, pour elle, était davantage que l'art de se vêtir: une discipline à la croisée de la science et de l'art qui interroge les relations non seulement avec les autres mais avec soi-même. La «robe squelette» d'Iris van Herpen (2011), impression 3D en plastique moulé, n'expose-t-elle pas notre structure interne? Littéralement, porter du van Herpen amène à se transcender soi-même. Ce n'est pas un hasard si ce sont les icônes avant-gardistes, telles Björk, Lady Gaga ou Beyoncé qui arborent ses tenues. Sur le tapis rouge de l'avant-première de *Game of Thrones*, en avril dernier à New York, on a vu apparaître Gwendoline Christie – l'impressionnante Brienne de Torth de la série – enrobée d'un

voile d'or rose palpitant au moindre souffle. On l'aurait dit vêtue d'une matière vivante, comme si l'on assistait à sa renaissance. Eh oui, quand on rencontre Iris van Herpen, on éprouve cette même sensation d'apparition, due à la finesse de son corps, à son front haut et ses cheveux longs, très longs qui lui donnent un air de madonne. A son maintien et à sa manière de se mouvoir, on devine de longues années de danse. On sait aussi qu'elle a les pieds sur terre, non seulement à cause des incroyables godillots qui tiennent à la fois du sabot de cheval et du soulier de montagne, mais aussi parce que son travail s'impose dans la durée... Elle a fondé sa marque en 2007, à seulement 22 ans, après avoir fait ses premières armes auprès d'Alexander McQueen. Le label est vite devenu une étoile au firmament de la haute couture. Ou mieux: une planète mystérieuse et scintillante. Ce qui explique sans doute les rapports étroits qui unissent Iris van Herpen et Swarovski. Pour les 10 ans de la boutique Swarovski Kristallwelten de Vienne, la créatrice a été invitée à concevoir des vitrines hors normes. Pas seulement des tissus high-tech! Au rez-de-chaussée, happant comme des mouches les adeptes de selfies, une énorme tête de femme repose, cachant la déchirure de son cou sous des boucles blondes authentiques. Monstrueusement belle. (A voir jusqu'à la fin du mois d'octobre.)



Iris van Herpen: à 34 ans, la créatrice néerlandaise repousse régulièrement, depuis douze ans, les limites du vêtement.

Votre dernière collection est plus facile à porter...

C'est ce qu'on me dit chaque fois! (*Elle rit.*) Je crois que le mouvement qui anime ces nouvelles pièces plaît beaucoup. Elles sont sculpturales, mais aussi souples et fluides. Cette association est le but de chaque collection. Je crois que qu'avec le temps nous nous approchons toujours plus de l'équilibre entre ces deux pôles.

Vous avez créé votre marque il y a maintenant douze ans. Qu'est-ce qui a changé le plus dans vos modèles?

Ils deviennent toujours plus interdisciplinaires. Au début, je mettais surtout l'accent sur l'artisanat. Avec les années, j'ai commencé à introduire de nouvelles techniques, à vouloir croiser la technologie et le fait main. C'est sans doute le plus grand changement. Et les collections sont devenues plus féminines. J'avais 22 ans quand je me suis lancée, entre-temps je suis devenue adulte. La féminité fait désormais partie de mon langage créatif.

Et puis, il y a soudain tellement de couleurs dans vos créations! D'où vient cette nouveauté?

La couleur vient en grande partie de l'inspiration que je tire des œuvres de Kim Keever, artiste new-yorkais dont le travail est à la

croisée de la peinture et de la photographie. Kim dilue de la couleur dans l'eau et capte le moment le plus fort avec son appareil photo. Et puis, il y a aussi mes livres, plus exactement des manuels de cartographie céleste vieux de plusieurs siècles. Ils sont incroyablement colorés et les formes humaines y côtoient les formes animales. L'univers représenté est éclatant de couleurs. Je voulais faire se rencontrer ces deux mondes colorés. Ils ont tant de force!

Savez-vous précisément quand vous opté pour la mode?

Presque! (*Elle rit.*) Cela s'est passé ainsi: lorsque j'étais plus jeune, j'étais surtout intéressée par la danse classique. Parallèlement, je suivais aussi des cours de peinture. Très tôt, il a été clair que j'allais faire un métier artistique. Je ne savais juste pas dans quelle discipline, danse, peinture, sculpture... Donc quand j'ai eu 16 ans, j'ai décidé, pour voir, d'aller passer un semestre dans une école d'art. Et là j'ai pris conscience que tout ce qui me fascinait – le mouvement, le sculptural, la transformation – faisait partie du design de mode.

Vous avez été élevée par des parents hippies, sans télé ni écran. Un rapport avec votre attirance avec l'art?

Il est vrai que mes parents étaient assez nomades, genre hippies.



Ils étaient très conscients des effets de notre mode de vie sur la nature. Ils m’ont élevée dans cette évidence que toutes nos décisions ont un impact sur le monde qui nous entoure. Aujourd’hui, cette manière de penser semble se propager, mais à l’époque elle restait peu courante. Je l’ai vraiment intériorisée. Quant à la télévision que nous n’avions pas, ce n’était pas un dogme. Mes parents trouvaient simplement qu’il y avait d’autres choses plus intéressantes à faire. C’est vrai, non? Moi je suis heureuse qu’il n’y ait pas eu cette tentation à la maison, je ne crois pas que j’aurais si vite été au clair sur moi-même, si j’avais passé tout mon temps devant la télévision plutôt qu’à peindre ou danser.

Vous dites souvent que la danse est très importante pour votre créativité. De quelle manière?

A travers la danse, j’ai appris à quel point le corps humain est modelable. Et qu’il y a beaucoup de force et de beauté dans cette malléabilité. Le corps féminin, c’est ma toile, tandis que la danse est, et reste, ma source d’inspiration la plus féconde.

Dancez-vous encore?

Malheureusement pas assez. Je devrais danser beaucoup plus.

D’autres sources d’inspiration? Vos modèles évoquent des méduses et d’autres habitants des mers...

Exact! La mer, bien sûr... Mais en réalité, la nature dans sa totalité est le terrain où je puise mes idées. Plantes, animaux, la manière dont ces vies se développent, tous les processus naturels qui peuvent être rendus visibles par la science. Les forces présentes derrière les formes, les structures, les métamorphoses, les cycles de vie... Il y a tant d’intelligence là-dessous. C’est pourquoi le mimétisme est une partie essentielle de mon travail.

Quand vous réalisez un projet, qu’y a-t-il au départ? Une image? Une forme? Une couleur?

Il arrive que j’aie une idée très claire d’une silhouette ou d’une texture. Mais la plupart du temps, je joue avec une matière sans savoir exactement où cela va me mener. Et quand je me sens vraiment à l’aise, alors je vais chercher un mannequin et je me mets à faire des essais de drapage.

Un mannequin de couture ou en chair et en os?

Parfois l’un, parfois l’autre. Ou je me transforme moi-même en modèle et je commence à draper la matière autour de mon corps. Je ne réfléchis pas trop encore, à ce stade. Trouver la forme est un processus fondamentalement intuitif. Cela avance assez naturellement jusqu’à l’accomplissement définitif. Mon intellect et mes mains participent à parts égales.

J’aime travailler de nuit, lorsque le monde se tait

Lorsque vous cherchez des idées pour de futurs projets, êtes-vous seule ou brainstormez-vous avec d’autres personnes?

J’aime que l’on s’asseye avec les collaborateurs de mon studio autour d’une table et que l’on manipule des matières. Ce processus peut être très productif. Mais à l’étape du moulage, je préfère être seule. Ce sont des moments tranquilles, intimes, artistiquement très féconds. C’est pour cela que je me’y mets souvent la nuit, lorsque le monde se tait.

Vous ne travaillez pas en musique?

Ça arrive. Il y a des phases où je préfère la musique au silence absolu.

Quelle sorte de musique?

Très mélangée! Mon compagnon est musicien (*Salvador Breed, designer sonore ndlr.*), il m’apporte toujours des nouveautés. C’est mon DJ privé... Sinon, Björk, avec laquelle je me sens sur la même longueur d’onde. J’ai pu collaborer quelquefois avec elle – un grand plaisir, car, ado, j’écoutais déjà sa musique.

Vous êtes d’ailleurs l’auteur des tenues de «Cornucopia», le concert que Björk a donné à New York au printemps, sur la scène de The Shed, à Manhattan, lieu culturel à la mode...

Oui. Pour cela, je me suis totalement plongée dans l’univers artistique de Björk, qui est étonnamment proche du mien. La nature rencontre le futur... New Nature, dans une certaine mesure. La plupart du temps j’ai travaillé avec des matières neutres, claires, de sorte que les vêtements interagissent avec les projections vidéo du show.

Vous avez aussi habillé Beyoncé et Lady Gaga. Comment cela se passe-t-il? Les artistes vous disent-ils «Iris, propose-moi quelque chose qui m’aïlle»?

En général, on élabore le modèle ensemble. Les femmes avec lesquelles je travaille me décrivent l’humeur qui les habite, ce qui les inspire à ce moment-là. Et c’est à moi de décider dans quelles

ART ET NATURE

La collection «Hypnose», automne 2019, s’appuie une fois de plus sur des éléments de la nature et de l’art avec les sculptures cinétiques de l’artiste américain Anthony Howe (à gauche), et des bijoux de visage (à droite), baptisés «Cellcherry». Ces accessoires ont été imprimés en 3D à l’Université Technologique de Delft.



TAPIS ROUGE

Iris van Herpen a appelé sa collection couture printemps 2019 «Shift Souls». Parmi les 18 pièces présentée, la robe que que Gwendoline Christie a porté lors de la première de la dernière saison de «Game of Thrones» début avril. Ce n’est pas la première fois, que l’actrice se fait remarquer sur le tapis rouge en Van Herpen.



forme, couleur, texture, je vais traduire ces informations. Tout cela repose sur un immense respect réciproque. Je suis consciente que les femmes qui choisissent de se faire habiller par moi ne se satisferont pas de quelque chose d’ordinaire. Elles me font confiance et me confient leur corps comme on tendrait une toile à un peintre.

Le corps féminin comme surface de travail...
Et comme muse!

La mode masculine n’a-t-elle aucun intérêt pour vous?
Tout dépend de ce qu’on entend par mode masculine. Il y a effectivement des hommes qui portent mes créations. Mais ce sont des hommes qui voient la féminité et la masculinité d’une manière peu traditionnelle.

Et vous, comment les voyez-vous?
Je pense que le fossé qui divise le soi-disant féminin du soi-disant masculin se réduit de plus en plus. Ces anciens pôles se rapprochent. La nouvelle génération voit la mode comme inspiration et moins comme quelque chose qui nous permet de souligner son appartenance à un genre défini. Si un homme trouve de la beauté dans mon travail, je suis ravie s’il le porte. Mais s’il désire un costume classique, il faut qu’il aille chercher ailleurs. *(Elle rit.)*

Les femmes que vous habillez ont l’air de guerrières ou de déesses d’un autre monde. Une approche féministe?
Bonne question. Il faut d’abord y voir beaucoup de féminité. Peut-être pas dans un sens conventionnel d’ailleurs. La définition de ce qui rend une femme femme et de quoi elle doit avoir l’air évolue beaucoup actuellement. Tout comme la manière de regarder une femme. L’idée que mon travail participe de ce nouveau mode de penser et de voir me plaît.

La mode peut-elle être politique?
Euh, je dirais oui... La mode reflète le monde dans lequel nous vivons, et la politique est une partie de ce monde. De ce point de vue, on peut dire que mes créations sont politiques. D’un autre côté, elles ne transmettent aucun message déterminé par l’actualité. Elles sont intemporelles. Si message il y a, il serait plutôt: et si nous redéfinissions la beauté? Et si chacun et chacune était libre de s’habiller à sa guise?

Et vous? Comment définissez-vous la beauté?
Elle est dans le contraste. Dans le ying et le yang. C’est pourquoi je réunis artisanat traditionnel et technologie de pointe. Il faut la tradition, mais en même temps il faut briser cette tradition. Il faut du sculptural, mais en même temps des formes douces et fluides. Là où on réunit les opposés surgit la beauté.

Vous avez collaboré avec des scientifiques, des architectes... N’avez-vous jamais éprouvé le désir de dessiner les plans d’une maison?
C’est drôle que vous me posiez cette question. Ces dernières années, j’ai effectivement travaillé à un projet de construction. Mais c’est encore top secret, je ne pourrai en parler qu’en automne.

Et le design de meubles? Y aura-t-il une fois un mobilier signé Iris van Herpen?
Plutôt pas. J’aimerais beaucoup avoir plusieurs vies à disposition car, en fait, j’aime avoir d’autres projets à côté de la mode. Mais je dois me concentrer.

Dites-nous à quoi ressemble votre intérieur...
J’habite dans l’un des plus anciens districts d’Amsterdam, dans un bâtiment qui date du XVI^e siècle. Cela signifie qu’il y a beaucoup de bois, beaucoup de détails architectoniques. Et donc, l’aménagement est très minimaliste. Je ne suis pas très matérialiste. Je n’ai pas besoin de posséder grand-chose. Je crois que ce détachement est aussi une des caractéristiques de ma génération. Pour nous, le luxe n’est pas lié à l’accumulation de biens matériels mais à la manière de vivre, de voyager, d’apprendre, d’être libre. J’aime un environnement pur. Ceux qui achètent mes créations partagent souvent cette posture: ils veulent posséder peu, mais ce peu doit être unique.

Parmi vos réalisations, avez-vous une pièce favorite?
Une? Très difficile à dire... Toutes celles auxquelles je dois d’avoir grandi, artistiquement parlant, celles dans lesquelles mon évolution se manifeste.

Pourtant l’une d’elles est déjà presque une icône?
Vous pensez à la «robe squelette»? *(Elle fait partie de la collection du Metropolitan Museum of Art de New York, ndlr.)* Elle est considérée comme représentative du point de vue de l’histoire du design, parce qu’elle est l’une des premières robes de haute couture réalisée en impression 3D. En elle, se rencontrent l’artisanat couturier traditionnel et la technologie. Ce qui me plaît, c’est qu’elle est à la fois très humaine et très animale. Elle retourne notre intérieur vers l’extérieur, met en dialogue ces deux faces de nous-mêmes. C’est une pièce très intime.

Est-il vrai que pour cette création vous avez exploité vos expériences de parachutiste?
En effet. Je vais toujours sauter en parachute lorsque je veux réinitialiser mon mental! Cela m’inspire de sentir mon corps fendre l’air. Les peurs, les petites choses de la vie, on laisse tout ça derrière soi au moment du saut. C’est ma manière de méditer. ☺

SANS LIMITES
Ci-dessus
Deux pièces de la collection «Shift Soul», printemps 2019, une robe avec son plissé soleil, et une autre (à droite) qui montre l’influence de l’impressionniste aquatique Kim Keever.

EN HAUT À DROITE
La fameuse robe squelette (H/W 11/12). Iris van Herpen a examiné les détails de divers os d’animaux pour composer le fichier 3D. Il a fallu une semaine à l’imprimeur pour matérialiser la robe, aujourd’hui conservée au Metropolitan Museum of Art de New York.

ARCHI-ÉPAULÉE

UN PEU DE CARRURE POUR ENTAMER L'ARRIÈRE SAISON
AVEC LA FORCE D'UNE SILHOUETTE QUI NE CRAINT RIEN.

PHOTOGRAPHE TOM DE PEYRET · **STYLISME** SIMON PYLYSER





À GAUCHE Robe en laine texturée, **Stella McCartney**. Sac à bandoulière Serpenti Forever, **Bulgari**. À DROITE Blazer oversize et pantalon droit en laine, **Courrèges**. Sac Tunilla Circle en cuir, **Nico Gianni**.



SUR CETTE PAGE Pull à paillettes en alpaga mélangé, **Dries Van Noten**. Montre Serpenti Seduttori en or rose, bague Diva's Dream en or rose, sertie d'un diamant taille poire et de diamants, bague Diva's Dream en or rose sertie de pierres de couleur et de diamants et bracelets joncs Serpenti Viper (en arrière-plan), **Bulgari** **À DROITE** Manteau en laine à chevrons, **Prada**. Bracelets joncs Serpenti Viper en or rose sertis de cornaline, de malachite et de nacre, boucle d'oreille «cuff» Serpenti Viper en or rose, or jaune, or blanc et céramique, **Bulgari**.







À GAUCHE Veste Coco Jacket en coton et viscose, Andreas Kronthaler pour **Vivienne Westwood**. Chemise en popeline de coton, **Prada**. SUR CETTE PAGE Veste de costume à manches oversize et pantalon en laine, **Maison Margiela**. Collier Fiorever en or blanc 18K serti de diamants et collier Diva's Dream en or blanc avec cascade d'éventails et serti de diamants, **Bulgari**.



La Glass House abrite les bureaux et réceptions de la marque. Elle encadre le premier atelier d'orfèvre de la région, datant du XIX^e siècle.

Majestueux écrin à bijoux

CADRE DE NOS IMAGES DE MODE, LA NOUVELLE MANUFACTURE BULGARI – LA PLUS GRANDE D'EUROPE – INCARNE LE RENOUVEAU DE LA RÉGION JOAILLIÈRE DE VALENZA. VISITE EN COULISSES.

TEXTE LA RÉDACTION

À L'HEURE du déjeuner, des files d'employés vêtus de bleu quittent les ateliers, pour converger vers la cafétéria, que tout le monde ici appelle restaurant. Ça rit dans les couloirs, ça se presse devant la pizza au feu de bois, cuite à la minute. Ou plutôt un risotto aux bolets? L'ambiance est jeune, énergique et joyeuse: les 710 artisans orfèvres font montre d'un plaisir contagieux à participer à l'élaboration de ces étincelles de rêve qui feront briller les yeux dans le monde entier. Il y a une poignée d'années encore, il n'y avait là, dans cette grande plaine près de Valenza, dans le nord de l'Italie, qu'un vaste champ de blé. Seul point commun avec la réalité d'aujourd'hui: la couleur or, celle des grains comme de la matière précieuse qui se transforme ici en bagues, chaînes ou parures serties. En 2017 est sorti de terre le très élégant bâtiment de la manufacture Bulgari, signé de la société d'architecture et ingénierie Open Project. Après plus de 130 ans de tradition dans les parures de star (depuis 1884 exactement), la marque de luxe italienne a ainsi rassemblé sous un même toit la production de tout son secteur joaillier - à l'exception des pièces uniques de haute joaillerie, toujours réalisées à Rome. Du site de Valenza sortent donc les bagues Bzero1, celles dont le design reprend les courbes du Colisée, les pièces Serpenti qui s'enroulent autour des doigts et des poignets, mais aussi les pendants lourdement sertis, à plusieurs centaines de milliers de francs. L'emplacement de Valenza ne doit rien au hasard: «La

région bénéficie d'une solide renommée dans la bijouterie, depuis le XIX^e siècle, raconte Nicolò Rapone, directeur des opérations de Bulgari Joaillerie, recruté tout spécialement pour la mise en place de la manufacture, la plus grande unité de production de bijouterie en Europe. L'usine est ancrée dans la «ferme de l'orfèvre», l'atelier du premier bijoutier du lieu, Francesco Caramora. C'est lui qui, dès 1817, a transmis son savoir-faire à des apprentis, qui, à leur tour, ont contribué à faire de Valenza la Cité d'Or. Aujourd'hui, Bulgari est le principal acteur - et le plus gros employeur - du renouveau de cette expertise *made in Italy*.» De fait, la nouvelle usine, dans sa conception, incarne cette volonté d'unir la tradition et la vision futuriste. Le bâtiment flamboyant neuf est réalisé conformément aux principes de durabilité, selon des technologies innovantes, mais en totale élégance. L'atelier historique *Cascina dell'Orrefice* s'est vu entièrement rénové et inclus dans une structure avant-gardiste en verre, le Glass House, qui met en abîme la rencontre des deux mondes. C'est là que sont installés les bureaux et les salons de réception. La production proprement dite occupe une surface de 14 000 m², avec une immense cour intérieure, selon les principes du forum de l'architecture romaine: un espace extérieur est ainsi garanti pour les pauses, ainsi qu'un éclairage naturel dans tous les ateliers. Le bâtiment est protégé par une sorte de voile perforé, noir et translucide, surnommé «la peau». Voilà le geste artistique qui transforme la structure industrielle en un objet architectural qui en impose. L'écrin est à la hauteur des pièces joaillères qui naissent en son sein. ●



«Nous réveillons la passion pour la joaillerie»

NICOLÒ RAPONE
Directeur des opérations pour Bulgari Joaillerie

Quel est l'avantage d'une production ainsi intégrée?

La rationalisation du travail, naturellement. Mais le principal est ailleurs: en faisant cohabiter les métiers traditionnels de l'orfèvrerie avec les nouvelles technologies, nous voulons réveiller la passion pour la joaillerie auprès des jeunes générations. Le geste ancien côtoie l'imprimante 3D, les jeunes et les plus expérimentés échangent les savoir-faire. Voilà notre philosophie.

La moyenne d'âge est basse...

Oui, elle a baissé de 46 à 40 ans en 18 mois. Nous recrutons dans les écoles d'art de tout le pays et assurons une longue formation interne, la Jewelry Academy. C'est notre manière d'investir pour le futur: 60% de nos artisans sont en début de carrière, car nous nous refusons à débaucher chez la concurrence.

C'est toute une région qui revit!

La région est en train de récupérer ce qu'elle a perdu avec la crise. Quelque 7000 personnes travaillent ici au prestige de l'art joaillier *made in Italy*. D'autres grands noms nous rejoignent.

cornercard

Partner of
Miles & More

More miles.



Maintenant jusqu'à
30'000 Miles de prime
comme bonus de
bienvenue.

Commandez votre **Cornercard Miles & More** sur cornercard.ch

PETITS EXCÈS D'AUTOMNE



1 TOUS EN JUPE

L'affaire est courante chez nos amis Ecossais, qui l'arborent fièrement à chaque occasion. La jupe conjuguée au masculin s'impose aussi parmi les tendances de cette saison. Esprit folklore ou streetwear, elle n'a jamais été autant prise au sérieux sur les podiums de mode et contribue ainsi à diversifier le vestiaire des garçons. En plus, ils ont le choix: longue et plissée chez **Louis Vuitton**, courte, en denim ou en tartan chez Charles Jeffrey, légère et colorée chez Iceberg. On la porte avec une paire de chaussettes hautes, un collant opaque ou même par dessus un pantalon fluide pour plus de confort et de style!

2 JEU DE JAMBES

Accessoire indispensable de notre garde-robe hivernale, aussi stylé que fonctionnel, le collant se présente comme un incontournable mode de l'année. On l'adopte avec excentricité, décoré d'imprimés géométriques comme chez Gucci ou de façon logotype comme aperçu lors des défilés Moschino et **Fendi**. Idéal pour contrebalancer un look un peu trop strict et dynamiser la silhouette, il se porte avec élégance sous une jupe crayon, une robe ou un tailleur. Il est permis de s'amuser avec les motifs, les textures et les couleurs, histoire d'égayer une tenue de bureau avec efficacité.

3 RÉTRO CHIC

Dior en a fait son motif phare dès 1938. Chanel l'a réinventé dans les années 80. Puis, il est revenu en force dans les collections de Yohji Yamamoto en 2003, Marc Jacobs en 2008, ou encore Salvatore Ferragamo en 2011. Enfin, il fait son grand retour en 2019! L'imprimé pied-de-poule est un phénomène de mode qui traverse les cycles de la mode par intermittence, sans pour autant prendre une ride. Au contraire, son petit air suranné lui donne tout son chic. Il est capable de sophistiquer une tenue en une touche, alors on n'attend pas plus longtemps pour l'adopter, même en total look comme chez **Chanel**.

4 FAN ZONE

Présente dans les vestiaires depuis maintenant plusieurs saisons, la tendance du sportswear s'étend désormais à un registre jamais atteint: la fan zone. En effet, la pièce de prédilection à adopter cet hiver, c'est le maillot de son club favori. Supporters et supportrices, arborent fièrement les couleurs de leurs équipes préférées. Pour sublimer le tout, ils choisissent d'associer vêtements et accessoires ultraféminins pour éviter l'allure dimanche-après-midi-chips-télé. Noué en mini-jupe chez Burberry et façon afterwork glamrock chez **Alexander Wang**: c'est oui!

5 MAXI ÉCHARPE

Chez les messieurs, la maxi-écharpe s'impose comme le Must have de la saison. Elle se porte longue, très longue. On la préfère en coton et colorée. On la noue négligemment autour du cou, pour un effet dramatique et stylé tout en adoptant l'attitude nonchalante qui va avec. On choisit l'association monochrome comme chez **AMI Alexandre Mattiussi**, ou le port gracieux sur un costume, à la manière Dries Van Noten. Qu'il pleuve, qu'il vente ou qu'il neige, l'écharpe protège efficacement des courants d'air et des intempéries tout en assurant une cool dégaîne.

L'HIVER S'ANNONCE LONG – TRÈS LONG.
MAIS AUSSI ENROBÉ – TRÈS ENROBÉ. PLUMES, SLOGANS, VOLUMES:
TOUS LES DÉTAILS DE LA SAISON POUSSENT À LA DÉMESURE.

TEXTE LEONORE NOZ



6 MAILLE ARTY

Après le T-shirt à slogan, c'est au tour de la maille imprimée de se faire une place sur les podiums. Elle est la pièce arty de la saison et du dressing masculin. De la nature morte à l'autoportrait, de l'impressionnisme au pop art, tout s'imprime sur la maille, toile parfaite pour exprimer la créativité des designers. Jonathan Anderson, directeur artistique chez Loewe, la présente façon pull oversize. Kim Jones expose sa collaboration avec l'artiste Raymond Pettibon pour Dior Homme, tandis que Pierpaolo Piccioli, à la direction artistique de la maison **Valentino**, nous révèle un cardigan haut en couleur.

7 OISEAU RARE

Elle a orné les chapeaux des dames de la Belle Epoque. Zizi Jeanmaire en avait fait son truc. La plume se se veut aujourd'hui plus spectaculaire, généreuse, insolente et sensuelle. Les plus audacieuses pourront s'en couvrir de la tête aux pieds, la plume s'imposant comme la tendance phare de la saison. Fluorescent chez Saint Laurent, étouffant chez Loewe ou opulent chez **Marc Jacobs**, le plumage se rend irrésistible et fera aussi briller sans concession celles qui se l'approprieront avec subtilité, finesse et poésie. On mise tout sur cette tendance désinvolte et festive pour jouer les oiseaux de nuit avec panache.

8 LA BONNE CAUSE

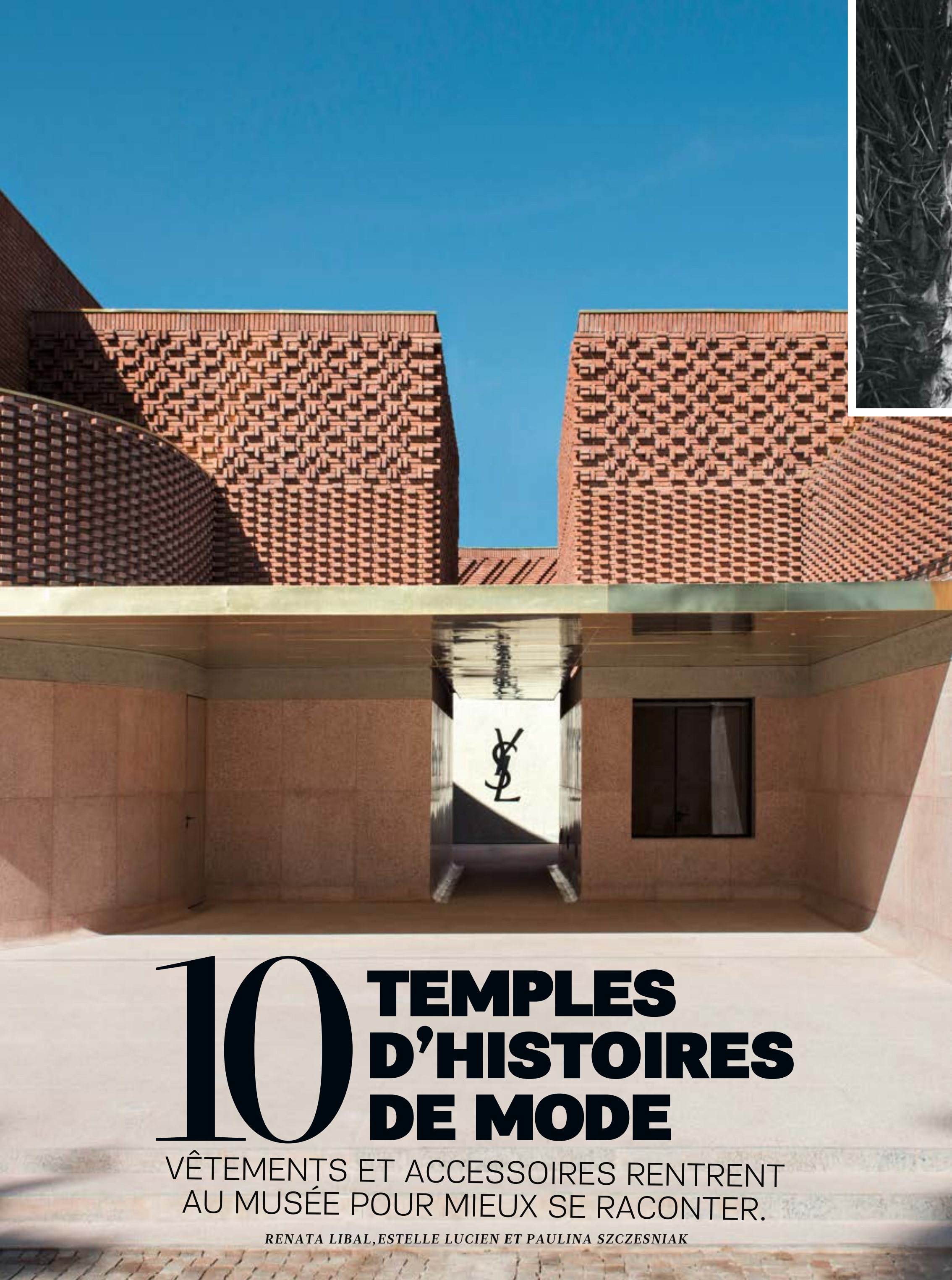
La mode, reflet de la société, a accompagné et incarné à travers les décennies de nombreux mouvements. Des hippies aux punks, tous se sont appropriés des codes vestimentaires représentatifs et annonciateurs de leurs causes et idéaux. Le vêtement, moyen d'expression considérable, s'impose aujourd'hui encore comme un amplificateur de message avec la tendance du T-shirt à slogan. On l'a encore repéré chez **Jeremy Scott** et lors du défilé Vivienne Westwood. Une chose est sûre, en 2019, si on a quelque chose à dire, ou une cause à défendre, le mieux est de s'en vêtir.

9 FROUFROU

Fantaisie et romantisme sont les mots d'ordre de la saison avec la tendance du col frou-frou. Descendant de la fraise, collerette en vogue dans les cours européennes du XVI^e, ce col à godets est apparu dans les collections automne-hiver 2019 avec des volumes démesurés chez Rodarte, en imprimés fleuris chez Louis Vuitton ou encore froufrouant et fuchsia pétant chez **Roksanda**. Il structure la silhouette pour une allure élégante en toutes circonstances, idéal pour rafraîchir une tenue de tous les jours ou ajouter un peu d'originalité à son look du soir.

10 EMMATELASSÉ

On le retrouve habituellement sous forme de doublure. Le matelassage est entré dans notre dressing avec ses multiples connotations équestres mais voici qu'on le découvre cette saison avec des propositions hors du commun: en pantalon chez Gucci, cape chez Marine Serre, combinaison chez Off-White, manteau oversize chez Dries Van Noten, jupe chez Bottega Veneta ou encore en total look chez **Givenchy**. L'effet matelassé s'impose sur les podiums avec l'optique suivante: s'emmitoufler comme sous la couette tout l'hiver, tout en restant à la pointe de la tendance. Que rêver de mieux?



10 TEMPLES D'HISTOIRES DE MODE

VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES RENTRENT
AU MUSÉE POUR MIEUX SE RACONTER.

RENATA LIBAL, ESTELLE LUCIEN ET PAULINA SZCZESNIAK



Rigoureux Victoria & Albert Museum, Londres

Le lieu Certains pourraient passer tout le temps de leurs vacances à Londres au V & A. Il faut dire que cette vénérable institution est le plus grand musée de design d'Europe - et l'accès à la collection est gratuit. Elle contient près de 14 000 pièces, couvre cinq siècles, rien que pour la mode ! Il y a aussi des bijoux, des meubles, des affiches à volonté et un morceau du plus vieux tapis du monde. Et si cela ne suffit pas, depuis l'automne dernier, le V & A a un petit frère en Écosse à Dundee qui vaut le détour, ne serait-ce que pour le bâtiment signé Kengo Kuma.

La surprise Que seraient les Anglais sans leurs chapeaux ! En la matière, le fonds du V & A est exceptionnel. Autre trésor du musée, le bijou préféré de la reine Victoria, une couronne en diamants et saphirs créée par son époux, le prince Albert.

Le souvenir Le 21 septembre débute une expo solo du photographe de mode Tim Walker, dont l'esthétique se situe entre Renaissance et punk chic. Le catalogue est déjà un must-have !
www.vam.ac.uk

1 Culte YSL Marrakech

Le lieu Sur 400 m², ce tout nouveau temple du beau (ouvert en 2017) raconte la trajectoire et l'esthétique d'Yves Saint Laurent - tant l'homme que la maison de couture. La mise en scène spectaculaire, avec force projections et jeux de lumière, fait vivre une cinquantaine de tenues, organisées par thèmes et puisées dans le fonds de la fondation, à Paris, avec une rotation régulière. Une salle très émouvante rend hommage à Catherine Deneuve vêtue en YSL, au travers de photographies somptueuses.

La surprise A l'ouverture matinale, les visiteurs (adorateurs ?) en file sont vêtus comme s'ils se rendaient à un défilé de la Fashion week... On vient là en pèlerinage et un site précis (vue sur le logo géant) semble spécialement conçu pour offrir un bon angle à selfie.

Le souvenir La boutique-librairie propose (outre des rééditions de bijoux signés Loulou de la Falaise) les livres et films qu'aimait le grand Yves. Et aussi ce troublant carnet de photos intimes prises par Pierre Bergé sur leur temps passé là-bas : «Une Passion marocaine». Un amour, une lumière, un pays.
www.museeyslmarakech.com



Intime Musée Dior Granville

Le lieu Rien ne vous marque plus que l'enfance. Pour Christian Dior, la villa Les Rhumbs de Granville, sur la côte normande, où il a grandi avec ses quatre frères et sœurs, est restée une de ses premières sources d'inspiration. La maison récemment rénovée et fidèlement peinte à la chaux rose, est aujourd'hui un musée géré par la municipalité. Elle est la seule demeure dédiée à un créateur de mode à porter le label «Maison des Illustres», qui regroupe deux cent lieux en France.

La surprise La modeste collection de la maison n'est pas comparable aux grandes et complètes expositions consacrées à Dior, mais si l'on veut comprendre ou tenter de saisir l'homme derrière le créateur de mode, alors Les Rhumbs semblent être la bonne adresse.

Le souvenir Le parfum ! C'est ici que le petit Christian s'est imprégné des senteurs emblématiques qui ont inspiré les parfums de Dior (les historiques sont en vente sur place) : le jasmin, le muguet, la brise marine et, par-dessus tout, les dizaines de variétés de roses. Fin juin et début juillet restent les meilleurs moments pour y aller. Inoubliable.
www.musee-dior-granville.com



3 Patrimonial Cité de la dentelle, et de la mode, Calais

Le lieu Installé dans un site industriel anciennement voué à l'activité dentellière, la Cité de la dentelle et de la mode de Calais fête ses dix ans. Et offre une carte blanche au Belge Olivier Theyskens, grand amateur de dentelle, Chantilly en particulier.

La surprise Une cabine d'essayage 3D permet de fixer ses mensurations et de se créer un avatar pour ensuite enfiler (virtuellement donc) les robes des plus grands stylistes.

Le souvenir La fine dentelle de Calais est réputée au-delà des océans et des mers. S'en offrir un échantillon c'est rendre hommage à un savoir-faire unique.
www.cite-dentelle.fr



5 Historique

Musée du textile, St-Gall

Le lieu Fondé en 1878, le Musée du textile de St-Gall avait pour mission de servir de source d’inspiration aux professionnels du secteur et de former «le bon goût». Aujourd’hui encore, le musée entend jouer ce rôle pour les créateurs et les stylistes tout en valorisant la tradition textile suisse avec des collections historiques de premier ordre. L’exposition actuelle dévoile un ensemble de costumes de cirque à l’occasion du 100^e anniversaire de Knie (*photo*).

La surprise En démonstration, la brodeuse mécanique, machine datant de l’âge d’or de l’industrie de la broderie, vers 1890, donne une idée concrète du temps et du travail nécessaire à la réalisation d’une pièce.

Le souvenir Les grands noms du tissus made in St-Gall sont présents à la boutique, de Bischoff à Jakob Schlaepfer.

www.textilmuseum.ch/fr



Magistral

Cristòbal Balenciaga Museoa, Getaria

Le lieu Getaria, ville de 2000 habitants, située sur la côte atlantique basque, vit du poisson et du vin. Et, depuis le 7 juin 2011, de la mode. Ce jour-là, la reine Sofia en personne a inauguré le «Museoa», entièrement dédié à l’enfant du pays, fils de couturière, qui après avoir fui la guerre civile espagnole, est devenu une star à Paris: Cristóbal Balenciaga. Les 1200 pièces présentées sont des dons, parmi lesquels ceux de l’ami et confrère de toujours, Hubert de Givenchy.

La surprise Bien sûr, Getaria n’est pas la porte à côté. Mais Balenciaga est un maître, «notre maître à tous», disait Christian Dior. Ungaro et De la Renta ont aussi été ses élèves. Les créations du Basque font partie de l’ADN de la mode du XX^e siècle.

Le souvenir Les ateliers où il est possible de personnaliser un souvenir du musée, sont très convoités, il faut s’y prendre à l’avance.

www.cristobalbalenciagamuseoa.com

Les musées ont répondu
à un engouement et mis
la mode à leur programme.

7 Glamour

MET, New York

Le lieu Quelle est la rue la plus célèbre de Manhattan? La Cinquième Avenue. C’est exactement là que se trouve le Metropolitan Museum of Art, le Met, dont le département mode, le Costume Institute, abrite près de 35 000 vêtements et accessoires. Point d’orgue de l’année, le fameux Met Gala, qui ouvre la saison, au printemps, en conviant le gotha artistico-fashion qui rivalise d’imagination pour s’habiller selon de thème de la prochaine exposition. A noter encore, pour les rats de bibliothèque que celle du Met, unique, rassemble plus de 30 000 ouvrages sur la mode.

La surprise Depuis 1995, c’est Anna Wintour, prêtresse de la planète fashion, rédactrice en chef du *Vogue USA* qui a repris la direction du Met Gala. Depuis 2014, après une profonde rénovation le Costume Institute a été rebaptisé Anna Wintour Costume Center et inauguré par Michelle Obama.

Le souvenir Dans les boutiques du Met, vous trouvez tout ce que vous voulez. Mais pour être honnête: les photos des tenues des célébrités qui font le tour du Net le lendemain du Met Gala - gratuites- sont plus excitantes qu’un objet souvenir.

www.metmuseum.org/about-the-met/curatorial-departments/the-costume-institute



8 Encyclopédique

Fashion Museum, Bath

Le lieu C'est à Doris Langley Moore (1902–1989) que Bath doit son Musée du costume. Cette érudite a légué à la cité anglaise une fabuleuse collection de mode. Ouvert en 1963, le musée conserve près de 100 000 pièces, des gants de l'époque de Shakespeare, aux vêtements actuels, en passant par des robes victoriennes, *of course*.

La surprise Chaque année, le musée convoque un expert du monde de la mode pour désigner *The dress of the year*, une tenue qui est acquise pour le fonds, comme l'ensemble Dior en 2017 (*photo*).

Souvenir A Bath, même au Musée de la mode on ne peut échapper à la Jane Austen mania, avec des objets de style Georgien, époque de l'auteur de *Raisons et sentiments*, qui avait élu domicile à Bath.

www.fashionmuseum.co.uk



10 Romand

Musée suisse de la mode, Yverdon-les-Bains

Le lieu C'est dans un bâtiment qui logeait les officiers que le Musée suisse de la mode, créé il y a près de 35 ans, a pris ses quartiers et conserve son fonds. Soit plus de 12 000 pièces, vêtements et accessoires allant du XVIII^e siècle à nos jours. La plupart proviennent de dons privés, au rythme de un par jour, des garde-robes haute-couture et, plus rares, des vêtements de paysannes dont l'intérêt historique est précieux. Le MuMode fait vivre ses collections au fil d'expositions, telle celle présentée actuellement au château d'Yverdon, KIDS, sur la mode enfantine.

La surprise Il a été le maître de Christian Dior, de Hubert de Givenchy et de Pierre Balmain. Robert Piguet, grand couturier disparu en 1953, a marqué la mode parisienne d'avant-guerre. Ses archives, dont près de 3000 croquis, sont conservées au MuMode d'Yverdon, où précisément Robert Piguet vit le jour en 1898.

Le souvenir En attendant que le MuMode dispose d'un espace d'exposition propre, on peut se consoler avec *Haute couture à voix basse*, le livre commémoratif qui présente en 80 photographies une sélection de la collection du musée, entre pièces historiques rares et créations signées des plus grands couturiers du XX^e siècle.

www.museemode.ch

9

Pionnier

Museo Salvatore Ferragamo, Florence

Le lieu Installé dans un bâtiment médiéval sur la chic Via Tornabouni, le Musée Ferragamo raconte le vrai conte de fées d'un homme parti de son Italie natale pour devenir le cordonnier des stars en Amérique, avant de rentrer chez lui, acheter un palazzo et diriger un empire de la chaussure.

La surprise Des chaussures réalisées sur mesure pour Audrey Hepburn, Greta Garbo ou Marilyn Monroe. Les diamants sont peut-être les meilleurs amis des filles, mais les chaussures sont le point d'orgue de leur tenue.

Le souvenir. On en ressort avec une leçon de vie. En effet le parcours de Ferragamo s'inscrit dans une période passionnante de l'histoire. Guerres, sanctions, raréfaction des ressources: Ferragamo a su en tirer le meilleur parti.

www.ferragamo.com/museo/



La mode, un sujet rentable qui parle à tout le monde.

La mode entre au musée

«Dans les années 80, la France classe la mode comme élément du patrimoine national», explique Elizabeth Fischer, historienne de la mode et responsable du Département Design Mode, Bijou et accessoires à l'HEAD-Genève. Dès lors, les musées et collections de mode se développent: le Musée de la mode de la Ville de Paris (actuellement en travaux) et le département mode du Musée des arts décoratifs. A New York, au Met, Diana Vreeland, journaliste et éditrice de mode, orchestre des expos de mode spectaculaires. «Elle fut la première à présenter des créateurs vivants comme Yves Saint-Laurent, en 1983», rappelle Elizabeth Fischer. Même la Suisse cède à la mode... de la mode avec l'exposition *Modedesign Schweiz 1972-1997* au Musée national à Zurich et l'entrée de stylistes suisses dans les collections. Ces événements attirent un

public aussi nombreux que large et s'avèrent très rentables. Les institutions répondent à cet engouement en mettant la *fashion* à leur programme. Aujourd'hui, après les patrimonialisations nationales, on assiste au même phénomène mais à titre privé. «Dans les années 2000 sont apparus des responsables d'archives et des curateurs spécialisés», souligne l'historienne. Des marques, telle Dior, ont leur propre département dévolu au patrimoine.

Un bon musée de la mode c'est...

«C'est important qu'il définisse sa mission, comme le Musée Balenciaga qui est ancré dans un contexte et un territoire.» A Yverdon aussi, la collection, constituée principalement de dons venant de Suisse romande, offre une photographie des habitudes vestimentaires de cette région du XVIII^e jusqu'à nos jours, notamment masculine.» *E.L.*



Le puits de Saint Patrice, qui plonge à 50 mètres de profondeur, a été construit entre 1527 et 1537.

L’orvieto sort du puits

L’ANCIENNE CAPITALE ÉTRUSQUE, ORVIETO, AU SUD DE L’OMBRIE, VEUT REDORER SON BLASON GRÂCE À SON VIN BLANC. VOILÀ QUI MÉRITE LE DÉTOUR.

TEXTE PIERRE THOMAS

PREMIERS jours d’été. Dans la chaleur d’un dimanche, la nouvelle syndique d’Orvieto a coupé le ruban rouge-blanc-vert du premier «Benvenuto Orvieto di Vino», une manifestation à la gloire du vin blanc local. Il est l’un des plus connus d’Italie, très présent dans les linéaires des supermarchés et il se cherche aujourd’hui une nouvelle identité, d’un blanc plus authentique et plus... profond. Ce jour-là, la vérité se trouvait au fond d’un puits, le Pozzo San Patrizio, extraordinaire témoin de la Renaissance. Les Etrusques avaient

établi leur cité (et capitale) au pied du bloc de tuf, la «Rupe», laissé par un volcan, le même qui créa, non loin, la dépression du lac de Trasimène. Les habitants creusèrent des centaines de cavités, à la fois comme logements, locaux divers, tels des pigeonniers ou des tombes. Ces cavités, qui font ressembler la Rupe à un emmental, se visitent (parcours «underground», billets à côté de l’Office du tourisme). Le puits de Saint-Patrice, ou Pozzo di San Patrizio, occupe une place à part dans ce dédale souterrain. On y descend à plus de 50 mètres de profondeur par 450 marches en pente douce, on jette une piécette en passant par-dessus le puits proprement dit

et on remonte par le chemin inverse de ce double escalier hélicoïdal, prouesse technique de l’architecte Antonio da Sangallo le Jeune, au XVI^e siècle. Des ouvertures donnent l’impression d’une tour de Babel évidée... C’est là que des sommeliers, taste-vin argenté en sautoir, faisaient déguster des orvietos d’une vingtaine de producteurs du Consorzio de tutelle.

Le fief des frères et filles Cotarella

Si la glorieuse cité étrusque est retournée dans l’ombre après le siège et le sac par les Romains, en 264 avant Jésus-Christ, elle ne renoua avec le faste qu’à l’édification du duomo, un monument pour célébrer le



Le domaine Decugnano dei Barbi à Orvieto.

Corpus Christi, qui lui valut un rayonnement comparable à celui de Sienne. Avant de rentrer dans le rang d’une sage province italienne... Pour le vin local, les hauts et les bas de l’Histoire sont comme une métaphore. Populaire, à l’instar d’un autre blanc, le frascati romain, l’orvieto fut longtemps considéré comme un produit d’appel des voisins toscans pour mieux valoriser leur chianti. Encore aujourd’hui, 70% des 12 millions de flacons sont mis en bouteilles en dehors de la zone de production (sur 2000 hectares). Mais, entre Ombrie et Latium, la renaissance récente des grands vins italiens doit beaucoup à deux œnologues locaux: les frères Riccardo et Renzo Cotarella. Le premier, président de l’Union internationale des œnologues, est un consultant à succès dans plus de 80 caves dans (presque) toute l’Italie. Le second commença sa carrière au Castello de la Sala, au nord de l’appellation Orvieto, pour la famille Antinori. Il est, aujourd’hui, un des responsables de l’entreprise florentine, une des plus fameuses de la Toscane. Il y a deux ans, les deux frères, 71 et 65 ans, ont remis les clés de leurs propres domaines à leurs trois filles. Elles

ont placé les vins les plus prestigieux sous le nom commun de la Famiglia Cotarella, plutôt que sous les appellations des domaines (400 ha, répartis entre Montefiascone, Falesco et depuis peu, Le Macioche à Montalcino). Si Dominga est chargée de la distribution des vins, Marta a ouvert une école hôtelière pour jeunes sommeliers, à Castiglione in Teverina, en face d’un musée du vin, à quelques kilomètres d’Orvieto, et Enrica s’occupe d’un projet de ferme pour les enfants handicapés, en collaboration avec un hôpital romain.

Plus de fruits et plus d'originalité

La Famiglia Cotarella ne commercialise pas d’orvieto, mais Riccardo conseille la coopérative Monrubio (700 hectares), le petit domaine remarquable Decugnano dei Barbi et l’ensemble du Consorzio. C’est lui qui a jeté les bases du renouveau de ce blanc, vin frais et facile à boire, qui veut remettre en lumière les cépages locaux grechetto, procanico (nom local du trebbiano), malvasia et verdello, pour donner plus de fruit et d’originalité au breuvage. Et cet été, on a trinqué à ce renouveau avec un essai d’effervescent et la promesse de concurrencer le prosecco! ☺

Nos adresses week-end

A 165 km de Florence et 120 km de Rome (par l’A1) et à moins de 3 heures de train régional de Florence et (un changement) de l’aéroport de Rome-Fiumicino, Orvieto mérite d’y séjourner deux ou trois jours.
www.inorvieto.it

Se loger
Deux jolies adresses, sans restaurant:
Le **Palazzo Piccolomini**, situé dans le quartier médiéval, www.palazzopiccolomini.it.
Le **Virgilio**, avec vue sur l’imposante cathédrale zébrée de noir et blanc, propose des chambres petites mais confortables.
www.orvietohotelvirgilio.com

A Rocca Ripesena (à 6 km), au milieu des vignes, le moderne **Altarocca Wine Resort**: un restaurant, deux piscines, un spa, avec des produits tirés du domaine viticole, cultivé en bio.
www.altaroccawineresort.com
Style classique, face à la Rupe, **La Badia**, ancienne abbatale du VIII^e siècle transformée en hôtel cinq étoiles, avec un restaurant.
www.labadiahotel.it

Bien manger
Sur la Piazza del Popolo, au centre d’Orvieto, deux cuisines de femmes, une traditionnelle, **Da Mamma Angela** (fermé jeudi), l’autre inventive, **Capitano del Popolo** (fermé

mardi). A deux pas, **Da Carlo**: le jeune chef est le mari de la propriétaire du domaine **Argillae** (bon orvieto classico superiore Panata).
www.argillae.eu

Bien boire
Les vins de la **Famiglia Cotarella** sont dans toutes les œnothèques. En face de la Rupe, les 100 hectares du domaine **Le Vette** valent la visite: Corrado Bottai, propose des orvietos (classico et superiore) à prix aimable, un étonnant pur grechetto élevé en fût et d’excellents rouges, de sangiovese, de sangiovese-cabernet et de merlot.
www.levette.it

Offrez
des truffes
Cru sauvage
en ligne



DÉLICE
ARTISANAL
POUR
GOURMETS.

Démarquez-vous
avec du chocolat.

Sprüngli ch



Le vert-brun est une invitation à l'aventure automnale.

Vert le grand air

ESPRIT SAFARI, TENDANCE MILITAIRE OU PROMESSE D’AVENTURE: LE KAKI INCARNE CES TROIS TENTATIONS. PRÉSENT DANS TOUTES LES COLLECTIONS 2019 CHEZ LES CRÉATEURS ET LES HORLOGERS, LE VERT-BRUN EST AUSSI LA COULEUR PARFAITE POUR PASSER DE L’ÉTÉ À L’AUTOMNE.

TEXTE MATHILDE BINETRUY

KAKI. Vous avez dit kaki? Mais oui, ce vert-brun, couleur officielle de l’armée colore les tendances automnales avec son potentiel d’évasion, d’aventure et d’action. Elle tient son origine non pas du fruit...mais bien d’une action hasardeuse. Celle d’un gradé anglais, qui, en 1846, alors qu’il est en mission en Inde, a la bonne idée de tremper son uniforme dans un mélange de boue et de plantes pour le teindre. Résultat, son habit devient «couleur poussière», qui se dit en hindoustani «khaki». Presque 150 ans plus tard, le kaki reste de mise. Adoptée sur les podiums, la nuance a gagné les horlogers qui, chacun à sa manière, en réinterprètent les codes. Les premières à exploiter le grand potentiel du kaki sont les marques du monde sportif: Anonimo, Hamilton, TAG Heuer présentent des modèles customisés et des rééditions qu’Indiana Jones lui-même n’aurait pas boudés. Autre univers à en pincer pour la «couleur poussière», l’aéronautique. Les amateur de voltige se retrouveront dans les modèles Bell&Ross, Breitling ou encore Zenith. Bourlingueurs et aventuriers de l’extrême sont aussi des habitués de tenues kaki qu’ils sauront assortir avec les pièces signées Montblanc, dont la référence 1858 série limitée par exemple, qui à elle seule se présente comme une invitation la vie sauvage. Enfin, pour ceux qui apprécient l’esprit militaire mais avec une dose de chic et de précieux, l’Aquanaut de Patek Philippe est tout indiquée. Cette pièce est dédiée aux néo-aventuriers, baroudeurs urbains qui, quoi qu’il arrive s’adaptent avec style et décontraction. L’Aquanaut résume parfaitement l’évolution du kaki, qui, d’un coloris guerrier, est devenu une couleur emblème de la subculture puis icône populaire. Bien décliné – sur un cadran, un bracelet, ou via une matière – il a l’avantage de s’associer avec presque toutes les couleurs, offrant ainsi une alternative au noir. ●

- DE HAUT EN BAS ET DE GAUCHE À DROITE**
- Anonimo** Epurato Verde Natural, acier poli satiné soleil, mouvement à remontage automatique, 42 mm de diamètre, étanche à 50 mètres, bracelet cuir de veau, 2290 fr.
- Bell & Ross BR 03-92 Diver Green** Bronze 999 Limited Edition, bronze CUSN8 polissatiné, mouvement à remontage automatique, 42 mm de diamètre, étanche à 300 mètres, bracelet caoutchouc, 4100 fr.
- Zenith Pilot Type 20** Extra Special, bronze, mouvement à remontage automatique, 45 mm de diamètre, étanche à 100 mètres, bracelet en Nubuck gris brun doublé de caoutchouc, 7400 fr.
- TAG Heuer Autavia**, bronze, mouvement à remontage automatique, 42 mm de diamètre, étanche à 100 mètres, bracelet nato, 4200 fr.
- Hamilton Khaki Field Mechanical**, acier inoxydable, mouvement à remontage mécanique, 38 mm de diamètre, étanche à 50 mètres, bracelet nato, 545 fr.
- Breitling Aviator 8 Automatic 41** Curtiss Warhawk, acier noir, mouvement à remontage automatique, 41 mm de diamètre, étanche à 100 mètres, bracelet textile, 3950 fr.
- Montblanc 1858 Automatic** Limited Edition – 1858 pièces, acier et bronze, mouvement à remontage automatique, 40 mm de diamètre, étanche à 100 mètres, bracelet nato, 5080 fr.
- Patek Philippe Aquanaut, or gris**, mouvement à remontage automatique, 42 mm de diamètre, étanche à 120 mètres, bracelet composite, 35000 fr.



PHOTOS: TRUNK ARCHIVE/DR

Raides dingues!

PARTOUT, AU CINÉMA ET DANS LA RUE, LES FILLES PORTENT LE CHEVEU LONG, LISSE, ET NATUREL. CE QUI NE VA PAS SANS SOINS.

TEXTE ISABEL HEMMEL



CHEVEUX longs, lisses et raides. C'est la coiffure du moment. On la voit partout. Dans le dernier film de Quentin Tarantino *Once Upon a Time in Hollywood*, comme dans nos rues, nos cafés, trains et trams. Cette coupe naturelle a depuis longtemps quitté le seul papier glacé des publications fashion pour devenir une tendance à long terme visible au quotidien. Cette durabilité est d'ailleurs confirmée par les experts capillaires de L'Oréal. En effet, 78% des jeunes femmes portent aujourd'hui des cheveux longs et raides, soit deux fois plus qu'en 2005. Chez L'Oréal, on a d'ailleurs vite réagit à ce courant, en sortant la gamme Elsève Dream Long. Ces produits combattent les pointes fourchues, limitent les cassures tout en renforçant les cheveux longs. Depuis toujours, les cheveux longs et brillants sont synonymes de santé et de naturel. Même si chacun est libre d'adopter la coupe qu'il veut, il semble que les cheveux longs et lisses conservent leur attractivité. Il n'y a qu'à voir les larmes des jeunes filles lorsqu'un casting impose le «hair off». Il est révolu le temps où porter des cheveux courts relevait de l'acte politique ou presque. Au contraire, souffle le vent nostalgique des années 70 avec leur célébration d'une vie au plus proche de la nature, où, les cheveux défaits et longs, on vivait d'amour et d'eau fraîche. Une tendance qui en plus s'inscrit parfaitement dans l'actuel et omniprésent besoin de se rapprocher de la nature, aussi bien dans la manière de vivre que dans le rapport et le soin au corps.

Ce trend a entraîné le mouvement No Poo qui s'est trouvé des ambassadrices célèbres, telles Jessica Alba et la chanteuse

britannique Adele, qui ont décidé de se laver les cheveux à l'eau claire dans le but de retrouver une structure capillaire au naturel.

Plus qu'une mode, le No Poo est l'expression d'une nouvelle façon de penser qui concerne, d'une part, l'environnement et, d'autre part, les exigences liées à notre chevelure.

Des cheveux beaux de l'intérieur

Mais, une chose est sûre: plus une coiffure paraît naturelle, plus il y a de chance qu'elle ait nécessité bien plus de soins qu'il n'y paraît. Très peu de femmes ont la chance d'avoir des cheveux naturellement soyeux, brillants et sans frisottis. C'est pourquoi, l'industrie de la beauté propose des produits, soit pour fortifier et démêler les cheveux (avec la gamme Repair & Targeted de Nivea par exemple), détoxifier (soins Repair & Detox de John Frieda), ou les nourrir de l'intérieur, avec la garantie que ce qui est bon pour les cheveux n'est pas nocif pour l'organisme. C'est sur quoi s'appuie Marlies Möller qui a lancé Miracle Hair Food, un complément alimentaire de vitamine B8, L-cystine, biotine et millet pour plus de volume et de brillance.

Sans aller jusqu'au radical No Poo, la tendance est quand même à limiter les produits et à les choisir le moins dommageables possible. Cela s'applique aussi bien aux soins qu'au matériel de coiffure.

Plus personne ne veut abîmer ses cheveux avec des fers à lisser. On préfère une brosse à ions lissante, comme la Satin Hair de Braun, ou le tout dernier Supersonic Ion de Dyson, qui sèche avec un jet d'air précis et mesure régulièrement la température. Une technologie qui permet également de se faire une crinière lisse.

À l'inverse des années 80 avec leurs brunnings permanents et laqués, aujourd'hui, les efforts fournis pour une coiffure passent totalement inaperçus. C'est bien de s'en souvenir à l'heure où vous enviiez une jeune femme à la crinière longue et soyeuse. ☺

LES PRODUITS

- 1. Masque revitalisant Don't Despair, Repair! Sans sulfates, ni silicones, ni parabènes, env. 40 fr. les 236 ml. **Briogeo**
- 2. Complément alimentaire MM Miracle - Hair Food, 29 fr. 90 **Marlies Möller**
- 3. Elsève Dream Long Steam Masque, 8 fr. 80, 40 ml **L'Oréal**.
- 4. Sèche-cheveux Supersonic, nouvelle édition, 479 fr. **Dyson**



PHOTOS: JOSHUA JORDAN / TRUNK ARCHIVE



L'ÉVÉNEMENT
CINÉMATOGRAPHIQUE
DE L'ANNÉE

Downton Abbey

LE 25 SEPTEMBRE
SEULEMENT AU CINÉMA

COMME UN ROUGE ASSAGI, LE ROSE LAISSE
DANS SON SILLAGE UNE TENDRESSE INFINIE.

SÉLECTION LÉONORE NOZ

1. Manteau en laine à taille ceinturée, **Emilio Pucci**, 2304 fr.
2. Echarpe à logo, **Kenzo**, 192 fr.
3. Bustier, **Rick Owens**, 533 fr.
4. Rouge à lèvres rose clair, Roman Holiday, **Nars**, 35 fr.
5. Créoles à franges, **Katerina Makriyanni**, 198 fr.
6. Pantalon évasé à taille haute, **Gucci**, 1207 fr.
7. Eau de parfum Rose&Rose, 100ml, **Issey Miyake**, 142 fr.
8. Sac Torfilla en cuir, **Yuzefi**, 387 fr.
9. Escarpins Love 85 en cuir verni, **Jimmy Choo**, 630 fr.
1. Manteau Dickies, **1922 x Opening Ceremony**, 405 fr.
2. Blazer en laine à coupe boxy, **Calvin Klein**, 1652 fr.
3. Pull col roulé en laine, **Laavin** 483 fr.
4. Chevalière à logo en laiton, **Balenciaga**, 324 fr.
5. Pantalon à bandes latérales contrastantes, **Maison Margiela**, 570 fr.
6. Porte-monnaie classique en cuir, **Acne Studios**, 164 fr.
7. Montre Grip, bracelet en alligator, **Gucci**, 1850 fr.
8. Lunettes de soleil Lina, **Prada**, 213 fr.
9. Basket Oversize en cuir, **Alexander McQueen** 434 fr.



Anna Meier

ELLE CAPTE LES COURANTS AVANT TOUT LE MONDE ET PRÔNE UNE CONSOMMATION MODÉRÉE MAIS EXIGEANTE. AVEC SES SŒURS, LA ZURICHOISE DIRIGE LE LABEL ENSOIE.

TEXTE PAULINA SZCZESNIAK

CRÉATIVITÉ? Tradition familiale! Anna Meier (28 ans) est la fille cadette du génial musicien et touche-à-tout Dieter (le groupe Yello, c'est lui, tout comme... l'agriculture respectueuse en Argentine) et de Monique (qui a redonné vie à la marque enSoie). Ambiance non conformiste, cosmopolite et cuturelle à la maison... Aujourd'hui, la jeune femme se pose en influenceuse, de celles qui annoncent le monde de demain. Il y a huit ans, elle a repris, avec ses deux sœurs, enSoie, marque culte fondée en 1894 et relancée par sa maman. Comme directrice artistique, elle perpétue l'esprit artisanal de cette entreprise de mode et d'objets de design, en insistant sur le style, la durabilité et le fait-main, tout en préparant un livre pour enfants dont la sortie est prévue cet automne. Anna Meier est une Zurichoise pur sucre qui sillonne la ville avec ses deux enfants et son chien.

Où puisez-vous l'inspiration créative?
D'une part dans les archives de la maison

enSoie, qui remontent à plus de 100 ans, d'autre part dans l'exubérance chromatique de *l'Inde* (3). L'enjeu consiste à traduire cette inspiration en objet. J'essaie d'orchestrer les impressions selon une forme contemporaine. En gardant toujours en tête le contexte suisse.

Votre définition de la beauté?

Le naturel! Les femmes qui m'impressionnent sont celles qui se sentent bien et belles, même sans maquillage. Mon élixir à moi c'est la **crème de jour à la rose** (6), de Dr. Hauschka.

Le parfum du bonheur?

J'ai eu la chance de pouvoir développer un parfum personnel pour enSoie, le **«1990»** (2), basé sur tout ce que j'aime: la soie, la rose, le cuir, le bois... et la fumée de cigare.

On dit que dans la famille Meier, on cuisine fort bien... Votre spécialité?

Le curry de notre ancienne nounou. Même si je ne prétends pas le réaliser à son niveau,

il réveille des souvenirs d'enfance. Il figure d'ailleurs dans le livre de recettes familiales publié par ma sœur Sophie. Globalement, je suis plutôt un bec à sel. J'adore les **pommes frites** (1).

Une adresse zurichoise?

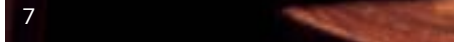
Le **Schnupf** (7) à la Neuf Frankengasse 29, car on y passe aisément de la table au bar, pour continuer la soirée.

Zurich et vous, c'est une histoire d'amour... Mais avez-vous d'autres lieux de cœur?

Clairement Calcutta: il s'y passe tant que choses en simultané que l'on ne sait pas où donner de la tête. Sinon, j'aime **l'Hôtel Waldhaus** (4) à Sils, en Engadine, avec les musiciens dans le lobby. Et l'Hôtel Alvear à Buenos Aires: un vrai voyage dans le passé.

Un film que vous recommandez?

Je dirais **«De rouille et d'os»** (5) de Jacques Audiard, avec Marion Cotillard. En grande partie pour la bande-son. ☺





GABRIELLE. L'ESSENCE D'UNE FEMME.

CHANEL

LA NOUVELLE EAU DE PARFUM