

# encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE



**SAGA**  
Le marcel,  
éternel  
classique

**BEAUTÉ**  
Tout pour  
le regard

**ENTRETIEN**  
Virginie Viard,  
seule à la barre  
de Chanel

# MODE

Le choc des couleurs:  
envie de contrastes fous

SEPTEMBRE 2020

 **Le Matin  
Dimanche**





**ROLEX**

YACHT-MASTER

Inspirée du monde de la voile, la Yacht-Master a été créée avec une lunette tournante bidirectionnelle et continue d'évoluer pour répondre aux exigences du grand large.

*#Perpetual*

**BUCHERER**

1888

[bucherer.com](http://bucherer.com)





OYSTER PERPETUAL YACHT-MASTER 42  
EN OR GRIS 18 CT

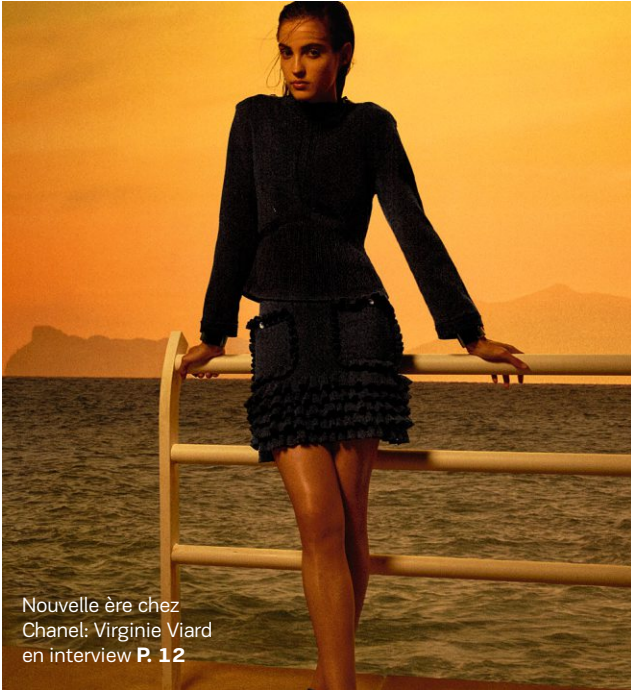


l'esprit sellier



  
**HERMÈS**  
PARIS

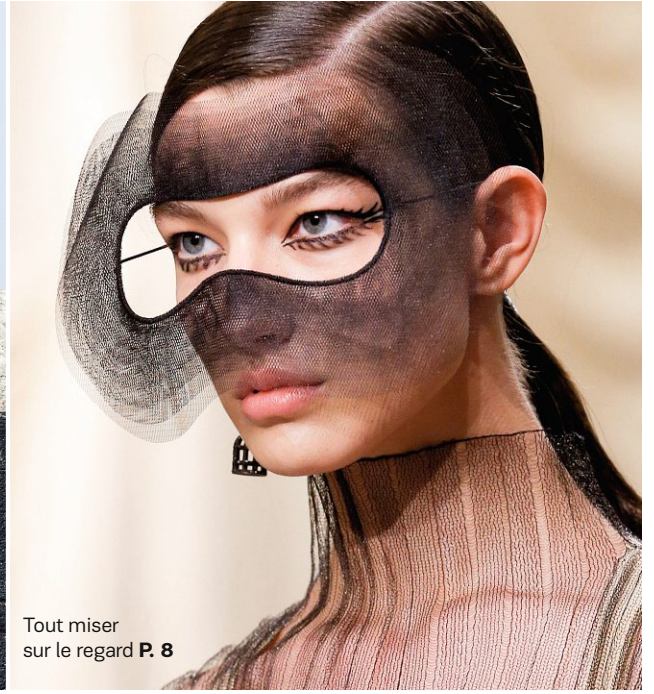




Nouvelle ère chez Chanel: Virginie Viard en interview P. 12



Comme des fleurs précieuses dans nos villes P. 20\*



Tout miser sur le regard P. 8

# Mode | Septembre 2020

SUJETS

## 8 Beauté

Au-dessus du masque, on ne voit qu'eux. Les nouveautés pour prendre soin de ses yeux.

## 10 Saga

L'épopée du débardeur, ou comment le marcel est devenu un pilier des vestiaires masculin et féminin.

## 12 Interview

Pour la première fois, la nouvelle directrice artistique de Chanel, Virginie Viard, dévoile sa vision.

## 23 Ses goûts

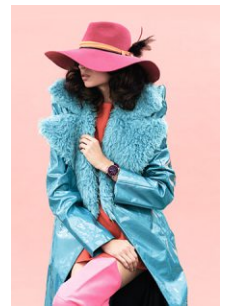
L'architecte japonais Kengo Kuma raconte son univers et son lien à l'écriture.

RUBRIQUES

6 Merveilles: vin, design, mode, accessoires, montre, parfum... 20 Bijoux: fleurs de bitume 21 Décodage: la Tondagraph GT de Parmigiani Fleurier 22 Elle et lui: graphiquement vôtre 23 Ses goûts: Kengo Kuma relie bâti et nature



Sac Musubi mini en cuir, **Acne Studios**. Pochette bicolore à bandoulière et ceinture en cuir d'agneau, **Hermès**. P. 14



UNE

Trench Pagota en cuir vernis, **Balenciaga**. Pull manche 3/4 en laine, **Natan**. Chapeau Fedora en feutre, décoration plume, **Anthony Peto**. Montre Code 11.59 by Audemars Piguet, chronographe, 41 mm, cadran laqué fumé violet avec motif soleillé, bracelet en alligator violet **Audemars Piguet**.

PHOTOS

Nicolas Valois

\* Bagues collection B Dimension, de h. en b.: or jaune 18 cts, diamants taille brillant (0,23ct); or gris 19 cts, diamants taille baguette (1,36 ct) et diamants taille brillant (0,24 ct) et or rose, diamants taille baguette (1,35 ct.), **Bucherer**.

## La force positive de la couleur

MASQUÉS. VOILÀ COMMENT nous avançons désormais. En cette étrange rentrée, pour la première fois, notre rédaction n'a pas eu envie d'élaborer le traditionnel cahier des tendances qui donne le ton de la saison. D'une certaine façon, les principales innovations repérées un peu partout consistent en masques à la fois sanitaires et créatifs... Et, là, très sincèrement, ça ne nous fait pas envie du tout. S'il faut se coller une protection devant les voies respiratoires, allons-y, mais mettons-en une vraiment efficace, sans faire semblant que la bande à deux élastiques est le nouvel accessoire du chic, le summum de la désirabilité... Tant qu'à faire, prenons



Renata Libal, rédactrice en chef

soin de nos yeux (*lire en p. 8*), puisqu'ils représentent désormais la seule partie toujours visible du visage. Pour le reste? Nous continuons évidemment à nous vêtir avec gourmandise, mais pas forcément de la dernière lubie appelée à se démoder. Nous avons choisi de mettre en scène (*voir en p. 14*) des pièces intemporelles, colorées et fortes: des manteaux dans lesquels se lover, des sacs à illuminer les jours, des chaussures pour marcher à grandes enjambées sautillantes. Nos bouches ont beau être cachées, ce n'est pas une raison pour faire la tête. Le cocon textile que l'on se choisit chaque jour est une manière de défier le destin, d'affirmer son choix de bonne humeur tonique. Et ce virus d'esprit positif, nous le souhaitons hautement contagieux.

encore! est un supplément du **Matin Dimanche** et de la **SonntagsZeitung**. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: encore!, TX Group, Avenue de la Gare 33, case postale 615, 1001 Lausanne, encore! TX Group, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Éditeur**: TX Group AG, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Rédaction en chef**: Renata Libal **Édition**: Estelle Lucien **Mise en pages**: Géraldine Dura (directrice artistique) **Image**: Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro**: **Textes**: Mathilde Binetruy, Katrin Roth, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Photos**: Nicolas Valois, Douglas Mandry **Illustrations**: André Gottschalk **Conception graphique**: Ariel Cepeda **Production alémanique**: Paulina Szczesniak **Secrétariat**: Alessandra Ducret **Photolithographie**: Photomedia **Impression**: Swisprinters AG, Zofingue **Marketing**: Valérie Henzen **Responsable commercial**: Annina Flückiger **Publicité Print Suisse romande**, Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch **Publicité Print Suisse alémanique**, Goldbach Publishing AG, Werdstrasse 21, 8021 Zurich, tél. +41 44 248 42 30, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch **Indication des participations importantes selon article 322 CPS**: Actua Immobilien SA, Adagent AG, 20 Minuten Advertising AG, 20 minuti Ticino SA, Adextra AG, Berner Oberland Medien AG BOM, CAR FOR YOU AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Digital Ad Services AG, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach, Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Management AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV, GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, Meekan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmero AG, Ricardo AG, ricardo France Sàrl, Schaar Holding AG, Schaar Thun AG, swiss radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publications romandes SA, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, Trendsales ApS, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Europa AG, Zattoo Inc., Zattoo International AG, Zürcher Oberland Medien AG  
Tous droits réservés. En vertu des dispositions légales relatives aux droits d'auteur ainsi qu'à la loi contre la concurrence déloyale et sous réserve de l'approbation écrite de l'éditeur, sont notamment interdites toute réimpression, reproduction, copie de texte rédactionnel ou d'annonce ainsi que toute utilisation sur des supports optiques, électroniques ou tout autre support, qu'elles soient totales ou partielles, combinées ou non avec d'autres oeuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.





Un fauteuil arrondi, où se lover et flotter au-dessus du parquet.

DESIGN

# Mon siège, mon île

Il y a quelque chose d'éminemment couture dans cette nouvelle collection que le studio japonais Nendo signe pour Minotti. Cette sensation est peut-être due aux finitions de cuir des coussins: ce liseré pourrait signer un sac à main ou un manteau luxueux. Ou alors est-ce le fait des dossiers à la fois fins et matelassés, avec leur jeu de nervures? Toujours est-il que l'ensemble de salon nommé Torii dégage cette impression de justesse que l'on associe souvent à une pièce vestimentaire. Ce n'est pas la première fois que l'éditeur de meubles italien fait appel à Nendo. Le studio, dirigé par le designer Oki Sato, est du genre touche-à-tout: une table par-ci, un sac à courses enroulable par-là, un bijou inspiré d'un bonbon ailleurs... Mais le point commun de ces créations

reste l'apparente simplicité, l'air de ne pas y toucher, comme un dessin à main levée. La collection Torii ne fait pas exception: ces meubles confèrent «une certaine légèreté visuelle à toutes sortes d'espaces», selon Oki Sato. On dirait qu'ils flottent au-dessus du parquet... Avec une petite dimension spirituelle: les pieds fins mais bien campés sont un clin d'œil au grand portail rouge qui marque l'entrée des temples Shinto, au Japon (portail appelé *torii*, justement....). Quant aux dossiers arrondis, ils existent en plusieurs hauteurs, transformant chaque fauteuil en un îlot intime où s'isoler. Pour méditer? *Renata Libal*

La collection Torii, de Nendo pour Minotti, comprend des sofas, fauteuils et ottomans de diverses hauteurs et profondeurs, ainsi qu'un jeu de tables basses.

BONNE BOUCHE

## S'offrir un château



PAR PIERRE THOMAS

Vous n'avez pas vingt millions de francs à placer? Le Château Le Rosey, dominant le village de Bursins, sur la Côte vaudoise, est à vendre. Son propriétaire, l'architecte et esthète genevois Pierre Bouvier, l'a patiemment rénové, depuis vingt ans. Mais, à 55 ans, il s'en sépare, cédant cave, cœnothèque, salles de réception, chambres d'hôtes et les 4,5 hectares de vignes. Si vous n'avez pas les moyens, vous pouvez toujours vous offrir un des vins rouges du domaine. En 2018, trois d'entre eux ont réussi à se hisser en 1<sup>ers</sup> Grands Crus. Les Vaudois sont les seuls en Suisse à attribuer cette mention. Au grand dam des Bordelais, qui ont protesté, le système vaudois ne comportant que le plus haut niveau. Mais la sélection reste sévère... La mention, revue chaque année, était d'abord réservée aux chasselas, pinot noir et gamay. Jusqu'ici, aucun vin des deux cépages rouges n'avait réussi à passer la dégustation sur d'anciens millésimes. Pour 2018, seuls ces trois rouges du Château Le Rosey sont habilités à porter la mention 1<sup>ers</sup> Grands Crus. Qui plus est, en bio certifié, et même en biodynamie non certifiée. Pour avoir droit à la mention, le domaine a dû changer l'habillage de ses quinze vins, logés dans une bouteille à la forme dite «vaudoise».

Un trio s'occupe de la vigne et de la cave: le vigneron bio Yvan Parmelin (Domaine de La Croix), le jeune trublion Alexandre Fischer (du groupement explicite «les raisins de la colère»), et l'œnologue «volant»



Fabio Penta. J'ai apprécié le plus modeste des trois 1<sup>ers</sup> Grands Crus, ce garanoir en cuve, tiré à 2666 bouteilles, d'une belle robe sombre, au nez de fruits rouges et noirs, à la fois frais et étoffé dans la riche année 2018 (14% d'alcool), sur des saveurs persistantes de myrtilles et d'épices (poivre noir, coriandre). Quant au garanoir et au gamaret élevés en barriques (tous deux croisements de gamay avec du reichensteiner), ils méritent d'être attendus.

**L'étiquette:** Garanoir 2018, 1<sup>er</sup> Grand Cru, Château Le Rosey, Bursins (VD)  
**Le prix:** 23 fr.  
**L'adresse:** [www.lerosey.ch](http://www.lerosey.ch)

ACCESSOIRE

## Mon barda au cou

Les dames portaient leurs petites affaires dans un sac à main, *it* ou pas, dont le fouillis est devenu une légende parée de mystère. Or, ces dernières saisons ont vu la montée d'une ribambelle d'alternatives. Les bandoulières pullulent, les bananes aussi (à porter en travers du torse). Mais la famille d'accessoires qui s'impose, c'est la grappe de pochettes à usage précis, à accrocher au cou, à arrimer l'une à l'autre avec des mousquetons mignons. Voilà donc un grand rectangle de cuir pour le passeport, un plus épais pour le smartphone, un petit pour les cartes de crédit. Et peut-être un rond pour la monnaie? Comme un soldat au barda bien organisé: chaque chose à sa place, à portée de main. Un nouveau terrain de jeu pour la maroquinerie de luxe. *R.L.*

Tom Ford, étui AirPods dès 540 fr et étui smartphone dès 560 fr. [www.tomford.com](http://www.tomford.com)







Graphique et vitaminée, la nouvelle ligne sport Kenzo est unisexe.

MODE

## L'énergie sport

Dans les grands bouleversements qui mettent actuellement le monde de la mode tête en bas, on notera cette percée olympique: la glorification des tenues de sport. Mais attention: nulle obligation de s'entraîner pour un marathon dans ces leggings et autres pièces extensibles. L'idée est la suivante: classe et confort. Peut-être qu'après un printemps passé en pantalon de jogging devant l'écran, même les élégants les plus militants ont perdu l'envie de se serrer le ventre avec des ceintures, de se contraindre les mouvements dans des vestes rigides. Voici donc l'ère du vestiaire sport à porter en ville comme chez soi, avec des textiles technologiques qui permettent de faire le grand écart si envie, mais des imprimés et des coupes qui assurent l'allure. Les grandes marques de sport lorgnent de ce côté depuis plusieurs saisons déjà et les références fashion font de même. Cet automne voit aussi l'arrivée d'un nouveau venu dans cette ligue: Kenzo et son univers chamarré. Fondée en 1970 à Paris, par le designer japonais Kenzo Takada, la marque

s'est imposée d'emblée par son rapport décomplexé à la couleur et à l'imprimé. Beaucoup de créateurs se sont succédé au départ du fondateur, mais l'esprit décontracté et intrépide a toujours été préservé. Depuis l'été dernier, les lignes sont entre les mains de Felipe Oliveira Baptista, auparavant chez Lacoste. Ceci expliquant peut-être cela, voici donc une toute nouvelle collection Kenzo sport unisexe, basée sur des tenues qui bougent bien, au graphisme très puissant. Un nouveau logo – le nom redessiné et positionné en X – signe cette approche survitaminée. Des T-shirts, des casquettes, des coupe-vent, des leggings, des parkas légères à grandes poches, des pull-overs à capuches... Voici un vestiaire pragmatique, dans lequel il est peut-être difficile de puiser pour une séance de direction, mais qui s'avère parfait pour les loisirs. Et qui sait? Au vu de la vitesse avec laquelle évoluent nos habitudes ces temps, il se peut que la garde-robe de bureau s'oriente elle aussi vers le moultant facile à vivre, facile à courir. *Renata Libal*

PARFUM

## L'odeur du vent et de la glace



Dans le segment olfactif, la maison Bulgari fonctionne par collections. La série Man a déjà parfumé les hommes aux senteurs brûlées des volcans (Man Black), puis aux profondeurs végétales (Man Wood). Le dernier opus frais sorti conquiert, lui, l'air pur des altitudes. Alors? Que sentent le vent, la glace et le vertige? Le parfumeur Alberto Morillas apporte sa réponse: genévrier, gingembre et géranium pour le shot de fraîcheur, apaisé ensuite par des notes de bois de santal, iris et artemisia. Et du musc aussi, naturellement – on est chez Bulgari. L'effet est bluffant: on prend de grandes respirations oxygénantes, qui donnent force et confiance en soi. On le traverse, ce paysage neigeux! Comme le lancement – pandémie oblige – n'a pu se faire en grande pompe, la marque a mis au point une expérience de réalité virtuelle: les alpinistes en chambre peuvent tutoyer le sommet du Cervin, avec crevasses, chutes de pierre et montée d'adrénaline. Le parfum, comme un Graal... *R.L.*

Man Glacial Essence, Bulgari, 60 ml, dès 101 fr. Expérience en 3 D disponible sur l'oculus store.



MONTRE

## L'heure du jeans

Deux savoir-faire traditionnels unis au poignet: l'horlogerie made in Hölstein (Oris) et le jeans fait main à Kojima (Momotaro). Le denim japonais déteint magnifiquement pour s'harmoniser avec le cadran vert vintage. *R.L.*

Modèle Diver 66, Oris X Momotaro, 2100 fr.



Plus que jamais,  
le regard est objet de  
toutes les attentions



# J'ai dit «dans les yeux»

A L'HEURE DU MASQUE, ON NE VOIT QUE LUI.  
LES NOUVEAUTÉS POUR PRENDRE SOIN DE SON REGARD.

TEXTE KATRIN ROTH

**ILS SONT LE MIROIR DE L'ÂME.** Et, à l'heure du Covid-19, ils restent le dernier signe d'expression d'un visage désormais souvent masqué. Mais parfois nos yeux en disent trop: nuits courtes, stress ou nombre grandissant des bougies sur le gâteau d'anniversaire... Autant d'indices qui se traduisent par des rides, des cernes et des poches.

«Nous clignons des yeux environ 10 000 fois par jour.

La peau du contour de l'œil couvre 22 muscles qui sont constamment en mouvement. Au fil du temps, la peau perd donc de sa vitalité et les marques du vieillissement apparaissent plus facilement autour des yeux», annonce d'emblée la Dr Jacqueline Hill, directrice de l'innovation et de la science pour La Prairie. Karin Marschall, responsable de formation chez Estée Lauder et Clinique, ajoute: «Non seulement la peau autour des yeux est trois fois plus fine que celle du reste du visage, mais elle est aussi plus sensible et plus sèche, c'est pourquoi c'est dans cette zone que les effets du vieillissement apparaissent plus facilement.» Ces derniers peuvent surgir dès le milieu de la vingtaine. «C'est important de prendre soin de la zone oculaire au bon moment, explique Marie-Hélène Lair, responsable de la communication scientifique et directrice Innovation chez Clarins. Il est essentiel de traiter cette région sensible avec des produits spécialement adaptés comme le nouveau concentré de soins pour les yeux Total Eye Lift de Clarins, à base d'ingrédients actifs qui renforcent la densité de la peau du contour des yeux.» Suivant l'adage «Mieux vaut prévenir que guérir», Karin Marschall conseille également d'intégrer rapidement dans sa routine beauté des produits spéciaux tels que le sérum de beauté classique Advanced Night Repair Eye Serum d'Estée Lauder tout en précisant: «Qui achète une crème ou un sérum pour la première fois doit aussi choisir le soin pour les yeux qui l'accompagne.»

Jacqueline Hill de son côté cite une étude IPSOS qui révèle que 71 % des femmes de 25 à 55 ans ont des rides autour des yeux. «Il n'est donc pas surprenant que le lifting des paupières soit la chirurgie du visage la plus courante au monde et que le besoin en produits pour les yeux augmente, relève-t-elle. Avec Skin Caviar Eye Lift et Skin Caviar Luxe Eye Cream, La Prairie offre une alternative efficace au lifting des yeux.»

Quant au nouveau fluide Contour des Yeux à la Rose Noire de Sisley, il promet un regard neuf. Il contient en effet les ingrédients actifs emblématiques de la fameuse collection Rose Noire, mais dans une concentration élevée, lissant, illuminant et réduisant les

gonflements en un seul geste. Nuxe, de son côté, propose un soin pour les yeux 99% naturel de sa nouvelle ligne biologique qui associe le sarrasin de Bretagne à la vitamine E naturelle pour protéger le contour des yeux et réduire les rides et les cernes. Quant aux chercheurs de Guerlain, ils ont utilisé la gelée royale pour réduire différents types de rides autour des yeux avec la nouvelle Crème Yeux Correction Multi-Rides de la collection iconique Abeille Royale.

## Le masque agit en 15 minutes

Avec un choix toujours plus important de produits de soins pour les yeux, il peut être difficile de trouver celui qui convient. Les experts comme Jacqueline Hill recommandent de demander conseil: «Vous devez savoir clairement quels sont les avantages des produits et quels sont les bénéfices que vous attendez en termes de principes actifs et de textures.» Karin Marschall confirme que le choix du soin doit être guidé par les besoins personnels. Elle recommande aussi, lors de l'application, de tapoter doucement de l'intérieur vers l'extérieur avec l'annulaire. On peut aussi opter pour des masques qui, en 15 minutes seulement, rafraîchissent le regard, comme les nouveaux masques yeux de Neutrogena, Hydro Boost 2-en-1 et Cellular Boost.

Enfin, de l'avis général, pour garder les yeux frais, il faut se démaquiller tous les soirs, masquer les cernes avec un correcteur et porter des lunettes de soleil aussi souvent que possible, ce qui non seulement protège efficacement la zone sensible autour des yeux contre les rayons UV, mais a l'avantage encore de dissimuler les yeux et ce qu'ils sont tentés de révéler de notre vie. Mesdames, lunettes en haut, masque en bas, bienvenue dans l'ère de l'incognito! ☺

## NOTRE SÉLECTION

**De gauche à droite:** Fluide Contour des yeux à la Rose Noire, **Sisley**, 145. fr. Total Eye Lift, concentré zone regard lift-redensifiant, **Clarins**, 89 fr. Skin Caviar Lift Regard, sérum yeux liftant et raffermissant, **La Prairie**, 540 fr. Advanced Night Repair Eye Serum, sérum contour des yeux, **Estée Lauder**, 87 fr. Abeille Royale crème yeux correction multirides, **Guerlain**, 148 fr.







BIENVENUE CHEZ GÜBELIN  
LAISSEZ-VOUS INSPIRER

  
GÜBELIN  
JEWELLERY

  
BAUME & MERCIER  
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830

  
BREITLING  
1884

BVLGARI

*Cartier*

CHANEL

DIOR

GIRARD-PERREGAUX  


*Glashütte*  
ORIGINAL

  
HUBLOT

  
HERMÈS  
PARIS

IWC  
SCHAFFHAUSEN

  
JAEGER-LECOULTRE

MONT  
BLANC

PARMIGIANI  
FLEURIER

ROGER DUBUIS

  
TAGHeuer  
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

  
TITONI  
OF SWITZERLAND

ULYSSE NARDIN  
SINCE 1848 LE LOUVE - GENEVE

  
ZENITH  
LE LÉVEIL DE LA HAUTE HORLOGERIE SINCE 1885





1930

Renée Perle  
photographiée par  
Jacques Henri  
Lartigue en 1930,  
à Juan-les-Pins.

# Chauffe **Marcel!**

TOUT BLANC, SANS MANCHES, IL A TRAVERSÉ LES MODES ET S'EST JOUÉ DU GENRE. COMMENT LE DÉBARDEUR S'EST IMPOSÉ DANS NOS VESTIAIRES.

TEXTE RENATA LIBAL

**S**IMPLE. Voilà l'adjectif que le monde de la mode associe au débardeur. Un jean? Avec un simple débardeur. Une folie longue en tulle? Avec un simple débardeur. La pièce de base s'impose dans la garde-robe avec une fonction clé: mettre en valeur. Comme une page blanche qui révélerait, par contraste, ce qu'il faut retenir dans une silhouette. Le gagnant de cette mise en forme est le corps, ce grand moulu. Jamais les biceps et trapèzes rebondis du rappeur 50 Cent – pour ne citer que lui – ne ressortent aussi puissamment qu'encadrés par cette absence de manches.

Si le maillot de corps plaît tant, c'est qu'il s'inscrit dans une lignée de vêtements atemporels, si valorisés actuellement, par opposition à une mode éphémère et dispendieuse. Des pièces fortes qui traversent le temps, qui vont avec tout. Des pièces si bien conçues qu'il faudrait les inventer si les premières machines à tricoter mécaniques spécialisées en bonneterie ne s'en étaient pas chargées à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, en France et en Angleterre. Comme son nom l'indique, le débardeur est né de l'économie portuaire, avec la nécessité d'alléger les tenues des ouvriers suant à décharger (débarder...) les cargaisons arrivant par bateau, à Londres ou Marseille. Il fallait

un vêtement aéré, qui absorbe la transpiration et surtout une tenue près du corps, qui ne risque pas de se prendre dans les rouages d'une machine.

## **Des ouvriers des Halles aux stars de Hollywood**

Or, depuis près d'un siècle, les métiers à tricoter circulaires produisaient bas et chaussettes sans couture. Cette technique a été adaptée pour produire des maillots de corps. Les vrais de vrais sont tricotés à la maille dite richelieu, avec des côtes serrées sur les côtés, plus larges de face, assurant ainsi une grande élasticité au vêtement de coton, bien avant l'invention de l'élasthanne. A Paris, les forts en bras des Halles, ceux qui déplaçaient les caisses de victuailles de ces fabuleux marchés centralisés, ont fini par couper les manches de leur pull-over. Un bonnetier de Roanne, Marcel Eisenberg, a vite reproduit cette idée et la nouvelle tenue s'est vu baptisée «marcel», comme lui.

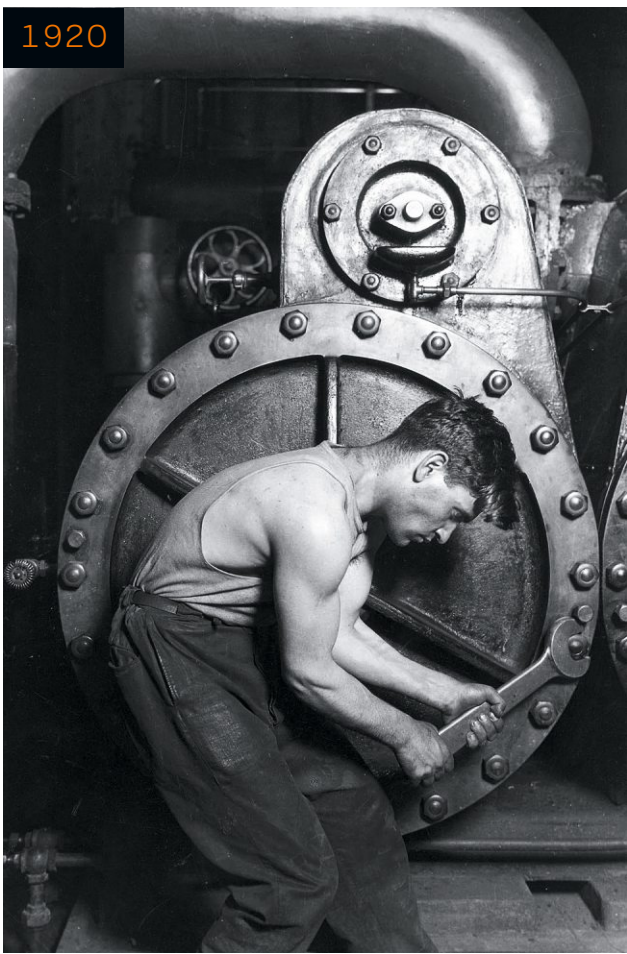
Ce sous-vêtement reclassé en tenue de travail est devenu l'emblème de la classe ouvrière, laborieuse et nécessaire. A un moment où l'industrialisation déposait les travailleurs manuels du sens de leur labeur, le débardeur est venu souligner les corps masculins, les exposer aux regards dans toute leur force sauvage et leur impuis-

sance face aux machines. C'est à cet imaginaire que s'attache Hollywood: dopé à la testostérone, au muscle saillant et à la sueur, le maillot de corps signe le mauvais garçon. L'égérie de cette vision reste évidemment Marlon Brando dans *Un tramway nommé Désir*, en 1951. Il y campe Stanley Kowalski, ouvrier brutal d'origine polonaise, auto-décrit comme «common as dirt» – vulgaire comme la saleté – que la frustration sociale et le désir sensuel poussent au-delà de tous les interdits. Une prestigieuse lignée de caïds en liquette et bras nus lui emboîte le pas, d'Yves Montand dans *Le salaire de la peur* (1953) à John McClane dans *Die Hard*, en passant par James Dean, Rambo ou Robert De Niro. Un vocable américain un peu vieillot continue à désigner le débardeur comme «wife beater» – cogneur d'épouse – en référence au cliché du prolétaire à bout, qui passe ses nerfs sur sa femme.

Une vision plus hygiéniste, mais non moins musclée, cohabite pourtant avec la symbolique brutaliste: c'est le maillot de sport. Les lutteurs et autres haltérophiles utilisaient déjà des tenues sans manches pour rendre leurs efforts bien visibles aux spectateurs. D'autres disciplines s'y mettent au début du XX<sup>e</sup> siècle, quand la médecine découvre les bienfaits du mouvement. La natation surtout contribue à populariser cette



1920



1951



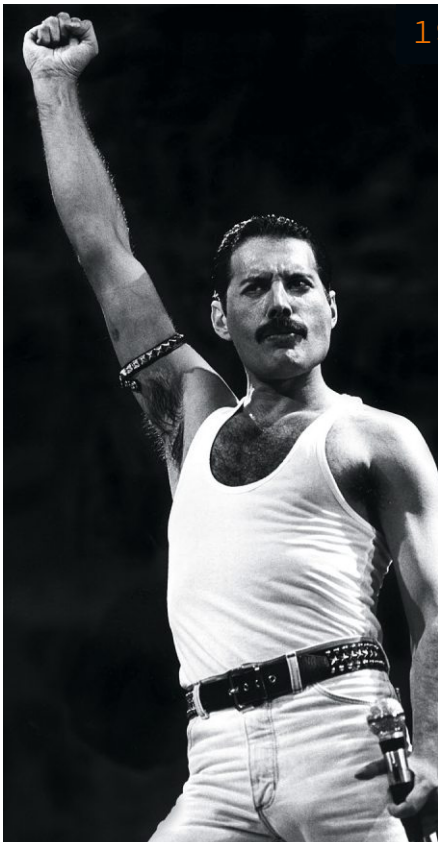
1970



## A CHACUN SON MARCEL

**1920** Ouvrier: un mécanicien américain  
**1951** Viril: Marlon Brando dans «Un tramway nommé désir»  
**1970** Androgyne: Jane Birkin et Serge Gainsbourg  
**1985** Gay: Freddie Mercury à Wembley  
**2005** Musclé: le rappeur 50 Cent  
**2021** Atemporel: collection printemps-été de Prada

1985



2005



2021

forme de vêtement, puisque les hauts de maillots s'en inspiraient. Même au féminin, comme le démontre l'Australienne Fanny Durack, première médaillée olympique à Stockholm, en juillet 1912. Liberté des bras, des corps, des idées.

Il faut attendre la fin de la Grande Guerre pour que le débardeur s'installe dans les garde-robes féminines. Aspirant à une vie plus émancipée, les «Garçonnes» délaissent les corsets et portent jupes courtes, taille effacée et pantalon, parfois. Le débardeur participe à cette libération des corps, mais il en faut du cran pour assumer, comme le fait Renée Perle, la muse du photographe Jacques Henri Lartigue, ses seins libres et lourds sous ce tissu qui ne cache rien, gorgé de virilité laborieuse. Plus tard, dès les années 1960, le débardeur a été de tous les jeux androgynes, floutant les barrières: l'hypervirilité s'est vu réinterprétée en version fragile, un peu garçon manqué sur les seins menus d'une Jane Birkin, par exemple. Ou alors en flamboiement exhibitionniste, ingrédient de base de l'esthétique gay.

Depuis, le débardeur ne cesse de jouer sur la transgression des registres: il est lingerie, mais s'est d'emblée porté seul. Il est virginal, mais il cache bien son jeu. Il est masculin et brutal, mais il donne un charme désarmant à celles qui le portent. Il

est de tradition ouvrière, mais il vit la nuit, au rythme de toutes les musiques. Isabelle Crampes, passionnée de l'histoire de la mode, vient de s'immerger dans cette symbolique mouvante, comme commissaire générale de l'exposition «Vêtements Modèles» (jusqu'au 6 décembre au Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, à Marseille). Le débardeur y est présenté, aux côtés de l'espadrille, du kilt, du bleu de travail et du jogging. «J'ai été fascinée de plonger dans les archives, raconte-t-elle. Chaque image de débardeur trouvée était comme un caillou que le Petit Poucet de l'histoire aurait laissé pour nous faire comprendre qui nous sommes. Ce vêtement n'a pas changé d'un fil en 150 ans, et il nous a mille fois encapsulés, mille fois libérés. Dans son blanc pur se révèle l'humain.»

Le débardeur traverse les temps et les modes le menton haut, avec toute l'élégance de son bagage historique. Dans la quête actuelle d'authenticité, plusieurs maisons proposent une fabrication à l'ancienne: la française Eminence, la suisse Zimmerli, mais aussi de petites entreprises branchées, qui misent sur la production locale, comme Sugar à Marseille, qui travaille avec des machines à tricoter d'époque rénovées ou la société Etablissement Marcel, à Roanne, qui entend faire revivre la légende du cru. ☉

MUSE  
OF MILAN



## DRAMA AT LA SCALA...

...une parmi 12 nouvelles couleurs, disponibles en **Infinite Shine**, en **vernis à ongles classique** et, chez les partenaires OPI agréés avec un service de manucure, également en application **GelColor**.



O.P.I.

[www.opiswiss.ch](http://www.opiswiss.ch)

[www.instagram.com/OPI\\_SWISS](https://www.instagram.com/OPI_SWISS)

[www.facebook.com/OPISWISS](https://www.facebook.com/OPISWISS)



# COLLECTION PARTICULIÈRE

EN MAI, COMME SES CONCURRENTES, CHANEL ANNULAIT SON DÉFILÉ CROISIÈRE. EN JUIN, RÉVÉLANT LES IMAGES DE SA COLLECTION, LA GRIFFE PARISIENNE A INDIQUÉ LA REPRISE À TOUTE UNE INDUSTRIE. À CETTE OCCASION ET POUR LA PREMIÈRE FOIS SA DIRECTRICE ARTISTIQUE RACONTE SA VISION.

TEXTE HÉLÈNE GUILLAUME ©LE FIGARO

**E**N CETTE SEMAINE DE JUIN, dans le studio de la rue Cambon, où elle a commencé il y a plus de trente ans auprès de Karl Lagerfeld, avant de lui succéder, Virginie Viard nous reçoit avec grands sourires et masque de protection. Alors qu'elle vient de mettre la dernière main à sa collection Croisière (en boutique en novembre), cette discrète qui fuit l'objectif des photographes, passionnée de Chanel et dévouée aux femmes qu'elle habille, nous accorde son premier entretien depuis sa prise de fonction.

**Vous avez dévoilé en ligne, le 11 juin, votre Croisière qui devait défiler à Capri début mai. Quand vous êtes-vous remise à l'ouvrage ?**

Je suis retournée au studio le 4 mai. Pendant le confinement, hormis les visioconférences avec les ateliers, je n'ai évidemment pas pu travailler. En revanche, l'idée de Capri m'est venue il y a un an, inspirée notamment par la villa Malaparte dont Karl a pris de nombreuses photos. Je pensais faire une expo, montrer des choses de lui, de Chanel. Et surtout, je voulais que ce soit un «petit» événement, en extérieur, sur cette île escarpée, difficile d'accès. J'imaginai moins de mannequins qu'habituellement... Finalement, il n'y en aura pas un seul ! (Rires.)

**Donc Capri, c'est fini ?**

Exactement ! C'est la première phrase que m'a dite Michel (*Gaubert, illustrateur sonore historique des défilés Chanel et amateur de bons mots comme Karl, NDLR*). Mais curieusement, ce revers n'a pas tellement influencé la collection que je souhaitais de toute façon plus petite, plus légère à tous niveaux – nous avons une cinquantaine de looks (contre 70 en général). Cette Croisière, c'est l'idée qu'on jette quelques pièces qu'on aime de Chanel dans sa valise : un maillot de bain brodé, une blouse ou une jupe-portefeuille en mousseline, une veste longue en tweed de coton, une paire de sandales en strass ou des espadrilles... Et du noir, du pastel, du rose qui est une couleur très Chanel. En somme, un vestiaire de vacances élégant résonnant avec l'imaginaire de Capri. Et bien sûr, de Chanel qui incarne ce registre du raffinement. Je n'avais pas envie d'un «concept», je travaille au feeling. Ce qui ne m'empêche pas ensuite d'y penser tout le temps. C'est tout de même dur...

**Votre rôle ?**

Oui, c'est dur de continuer après, de se retrouver seule. J'ai toujours des moments de nostalgie de Karl. Heureusement, je reste très



attachée à Chanel, j'aime l'esprit de cette maison. La gestion de cette crise me prouve encore à quel point cette entreprise est super.

**Comment affirmer sa vision après avoir servi si longtemps celle d'un autre ?**

Je ne me pose pas ce genre de questions. Le sujet, ce n'est pas moi mais comment continue Chanel. Mais, oui, j'ai une vision différente de celle de Karl. Avec moi, vous ne risquez pas de vous promener avec des trucs excentriques. (Rires.) Parfois, il se demandait s'il n'allait pas trop loin mais comme il y allait à fond, son idée devenait brillante. Seulement, ce n'est pas moi, et surtout ce n'est plus la même époque. Je n'arrêtais pas de penser à Karl, pendant le confinement, et à mes parents qui étaient médecins et chirurgiens. C'était bien aussi d'avoir ce temps pour penser à eux, ce n'est pas du tout triste à mes yeux.





**Le sujet, ce n'est pas moi mais comment continue Chanel.**  
Mais, oui j'ai une vision différente de celle de Karl.

**Comment lancer une collection quand tout, ou presque, est à l'arrêt ?**

Pas mal de choses étaient déjà engagées. Nous avons toujours été organisés de cette façon avec Karl. On lance des pistes de collections, de voyages. Kim Young-Seong, directrice du studio textile, chez Chanel depuis aussi longtemps que moi, visite les lieux avec sa manière de voir et avance sur les tissus. Pendant qu'on planche sur un projet, on commence le prochain. Début mai, nous avons donc déjà les tissus. Par ailleurs, pour la première fois, nous avons décidé de réunir tout ce que nous n'avions pas utilisé dans les stocks : du fil, des boutons... Le studio était devenu une véritable mercerie. Je suis aussi allée dans la boutique Chanel pour regarder la saison actuellement en place qui a été sacrifiée par la crise. J'ai pensé à ces pièces qui restaient, aux clientes qui n'ont pas eu le temps de les acheter ou de les porter. Et je me suis dit qu'il fallait donner une autre chance à cet été 2020. Il sera présenté à nouveau en boutique aux côtés de cette Croisière en novembre. Sincèrement, j'ai opéré de cette façon sans me forcer, ce principe de vestiaire qui se combine avec les précédents me plaît. Je ne vois pas pourquoi je ne pourrais pas reporter la veste blanche de la Croisière de l'année dernière, si c'est ma veste préférée.

**Vous dites que cette collection est également importante pour les artisans, les façonniers qui réalisent les pièces. Est-ce lié à votre culture familiale de fabricants de tissus ?**

Peut-être. J'ai toujours fait attention à nos fournisseurs, à les solliciter pour que chacun ait du travail. Karl aussi était dans cette démarche. Nous devons nous en soucier particulièrement aujourd'hui. Dans six mois, pour beaucoup de ces métiers, il sera trop tard. Et puis, il faut bien relancer la machine. On ne sait pas trop comment l'activité va reprendre, mais si l'on ne fait rien, on court à la catastrophe. Cette collection doit être livrée mi-novembre, les fabricants attaquent la production et travailleront au mois d'août afin de se caler de nouveau sur le bon timing à l'automne.

**Outre les photographies des looks, vous avez diffusé une vidéo autour de cette Croisière. Que raconte-t-elle ?**

Oui, avons réalisé un petit film d'après une histoire qui me tient à cœur. Comme je vous le disais, je n'ai jamais été très fan des défilés pharaoniques, même si c'était chouette avec Karl. Parfois, il me demandait : «C'est too much, tu trouves ?» Je lui répondais : «Avec vous, ce sera super, mais moi, je rêve d'un petit défilé.» Une fois, il m'a raconté : «Tu sais quand j'étais jeune, je défilais chez Lipp – je crois que c'était son époque Chloé. On installait un portant de vêtements pour les mannequins, les filles choisissaient ce qu'elles mettaient. Et la dernière qui arrivait avait le truc nul que personne ne voulait.» (*Rires.*) Dans le film, les filles s'habillent elles-mêmes, dans cet esprit.

**La collection aurait-elle été différente sans la crise ?**

Pas tant que ça, je crois. Mais je n'aurais sans doute pas eu les mêmes sentiments à son égard. Cette collection est particulière, parce qu'elle existe dans un moment singulier où on se sent fragilisés, non? J'espère que les gens vont être touchés, c'est simple et luxueux, charmant. Il n'y a pas de robes du soir, ce n'est pas l'idée. En revanche, je prie pour qu'en octobre nous puissions défilé avec la musique, les filles, même s'il y a peu d'invités. Ce sera le dernier au Grand Palais qui sera en travaux dès janvier. C'est un lieu tellement chargé de souvenirs, à chaque fois, on est émerveillé. Et j'aime ce côté cinématographique des défilés qu'on y a fait.

**Justement, le cinéma. Vous avez commencé auprès d'une costumière...**

Oui, c'est le métier que je voulais faire jeune. La rencontre avec Dominique Borg (costumière entre autres de *La Reine Margot*) a été extraordinaire. Je la vois toujours, elle vient à tous les défilés. Si ma famille m'a donné le goût du tissu, elle m'a transmis celui des marchés aux puces. J'y suis allée tous les week-ends avec elle. Maintenant, j'ai beaucoup moins de temps, et je cherche surtout de la vaisselle! Je n'ai pas besoin de tirer mon inspiration de la mode vintage, vu l'histoire de Chanel et toutes les références que Karl m'a léguées.

**Vous êtes d'une nature discrète. Est-ce que la médiatisation vous a fait hésiter à prendre la succession de Karl ?**

Avec Karl, j'étais dans l'ombre et c'était ce que je demandais. Alors, oui, passer dans la lumière a pu me faire hésiter. Je veux bien tout faire pour Chanel, j'avais envie de faire plaisir à Karl, à tout le monde. Seulement c'est un chamboulement puissant. Ce n'est pas la somme de travail que je crains, on s'adapte... Mais je n'ai pas envie de voir mon nom écrit dans la presse toutes les deux secondes – j'aurais une marque à mon nom, ce serait bien différent (*Rires.*) L'aura de Chanel est tellement puissante partout dans le monde. ☺

**CROISIÈRE 2020-2021**

**CI-DESSUS**  
Des looks de la Croisière 2020-2021 qui a été dévoilée en ligne le 11 juin à travers des vidéos et des images s'inspirent des parfums et des ambiances de la Méditerranée, de ses îles aussi comme Capri où le défilé était initialement prévu avant d'être annulé en raison de la situation sanitaire.



# **COLOR PEPS**

OFFENSIVE VITAMINÉE POUR UN VESTIAIRE  
QUI MET LA SAISON EN JOIE

*PHOTOS NICOLAS VALOIS STYLING SIMON PYLYSER*







Robe longue transparente en tulle, **Fendi**. Sac à bandoulière en cuir d'agneau, **Hermès**. Montre Code 11.59 by Audemars Piguet, chronographe automatique, 41 mm, cadran laqué bleu fumé avec motif soleillé, bracelet cousu main en alligator bleu, **Audemars Piguet**.

**PAGE DE GAUCHE** Manteau oversize en laine et pull en angora, **Maison Margiela**. Sac Musubi mini en cuir, **Acne Studios**. Cuissardes à talons en lycra, **Givenchy**.







Blouse et jupe en organza, collants en coton mixé et sandales en cuir, **Prada**. Montre Code 11.59 by Audemars Piguet, automatique, 41 mm, cadran laqué bordeaux fumé avec motif soleillé, bracelet en alligator bordeaux, **Audemars Piguet**.

**PAGE DE GAUCHE** Veste et pantalon en laine, **MSGM**. Pull en laine, **IKKS**. Mitaines en cuir d'agneau, **Hermès**. Sneakers LV Archlight en cuir lisse, daim et tissu mélangé, **Louis Vuitton**.





# MODE

Cardigan en cachemire orné de boutons bijoux, **Chanel**. Sac Antigona soft medium en cuir, **Givenchy**. Montre Code 11.59 by Audemars Piguet, automatique, 41 mm, cadran laqué gris, index appliqués et aiguilles en or rose, bracelet en alligator gris, **Audemars Piguet**.



DIRECTION ARTISTIQUE Géraldine Dura PRODUCTION Endrit Nurcaj ASSISTANTS PHOTO Franck Aubert et Emmanuel Pestrinaux COIFFURE ET MAQUILLAGE Cyril Lanoir MODÈLE Ana Arto  
CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ EN PARTENARIAT AVEC AUDEMARS PIGUET



# Femme, femme, femme...

LES COLLECTIONS FÉMININES AUDEMARS PIGUET CAPTENT L'AIR DU TEMPS DEPUIS DEUX SIÈCLES. L'EXCELLENCE Y RESTE UNE CONSTANCE, L'ÉLÉGANCE UN LABEL.

TEXTE LA RÉDACTION

**E**T SI TOUT reposait sur un malentendu? En 1972, avec une bonne dose d'audace, Audemars Piguet sort une montre qui fait basculer le monde horloger. Huit côtés, huit vis hexagonales, huit écrous. Cette montre, la Royal Oak, déjà formidablement impertinente, étonne par son usage de l'acier comme un métal précieux mais cale surtout la marque dans le registre de la montre sport pour homme. Une tendance confirmée quelques années plus tard par la création du modèle Royal Oak Offshore. Cet élan aurait pu présager d'un futur entièrement masculin pour la manufacture du Brassus. A tort. Car outre ces succès, voilà près de 145 ans qu'Audemars Piguet imagine des montres pour femme. Et pas n'importe lesquelles! Les modèles féminins sont eux aussi des instruments exceptionnels, où technologie, design et joaillerie contribuent à une certaine idée du sublime. On peut même affirmer que la manufacture du Brassus défie les tendances avec brio. Les dernières collections pour femme présentées à la rentrée (*lire ci-contre*) en sont un bon exemple: on dirait de petites capsules historiques habitées par une foule d'informations sur les courants esthétiques et les innovations des années 2020. Ici, un brin d'acier, là un esprit sportif, plus loin un soupçon de préciosité sans chichi. Le tout à grand renfort de beaux mouvements et de maestria horlogère, contribuant à la vision d'une féminité assurée et conquérante.

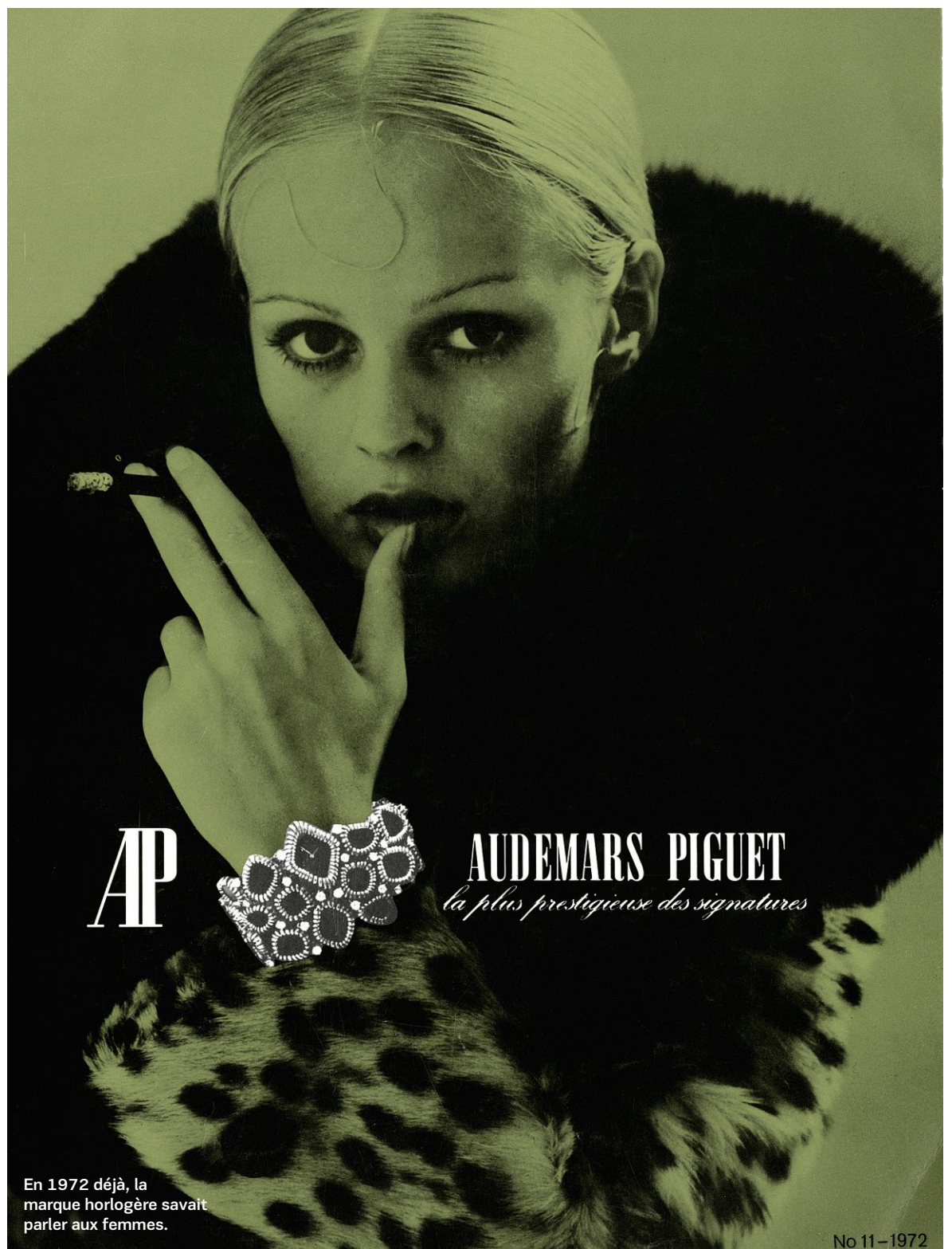
## Au musée sur la piste féminine

L'endroit idéal pour remonter le fil d'Ariane de l'histoire est le nouveau Musée Atelier Audemars Piguet ouvert en juin dernier au Brassus. Le lieu est (très) beau, avec cette spirale en verre à moitié émergée du sol et la Maison des fondateurs, celle où Jules Louis Audemars et Edward Auguste Piguet ont établi leur premier atelier en 1875. S'il se concentre sur la piste féminine, le visiteur y suit les métamorphoses des goûts et les changements sociaux. On commence ainsi par les minuscules modèles très sertis du début du XX<sup>e</sup> siècle, comme autant de délicieux caprices. Plus tard, dans une publicité de 1972, une beauté émancipée arbore une montre dessinée comme un bolide de sport, ainsi qu'un fabuleux cigare. Que de chemin parcouru, dans les mœurs comme dans l'esthétique horlogère! Mais une constante demeure, tout au long des fluctuations formelles: celle de l'exigence horlogère. Déjà dans les broches, bracelets ou pendentifs des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles bat-

taient des mécanismes aussi complexes que ceux qui équipaient les montres masculines. L'histoire montre aussi que certaines technologies horlogères ont été mises au point pour les femmes, comme la miniaturisation par exemple. Côté décoration, tout colle parfaitement avec le style de vie de ces années-là. Les femmes fortunées qu'étaient un signe de reconnaissance et, pour y répondre, les meilleurs artisans, émailleurs et sertisseurs ornaient les surfaces réduites des créations.

Si, aujourd'hui, cette esthétique paraît un brin surannée, Audemars Piguet s'est, depuis, imposée comme une marque avant-gardiste. La Royal Oak citée plus haut a anticipé le style architectural, vite devenu une mode par la suite. Le modèle Millenary des années 1990, en forme d'ellipse, symbolise une décennie qui a mêlé mode et pop culture d'une manière qui résonne encore dans les vestiaires actuels. Et que dire d'une pièce joaillière comme la Diamond Outrage (pour ne citer qu'elle parmi les nombreuses références en matière de montres bijoux d'exception) qui a prouvé, en 2017, avec ses diamants hérissés comme autant de pics à glace, que l'on peut conjuguer l'ultra-préciosité avec les codes rageurs du street wear? Energie, inspiration et virtuosité horlogère: voilà un trio détonnant, qui, au fil des décennies, raconte autant l'évolution d'un savoir-faire qu'un flair hors norme pour les innovations qui bouleversent les idées reçues.

La dernière-née de la collection Code 11.59 by Audemars Piguet, sortie en 2019, repousse elle aussi les frontières de la manufacture. Avec sa boîte pure mariant le rond et l'octogone, ses codes couleurs audacieux, sa taille universelle (41 mm), elle s'affranchit même du genre. Masculine ou féminine? Qu'importe! L'idée est celle de la force, de la personnalité, de l'unicité. Un esprit d'indépendance et de liberté qu'Audemars Piguet cultive au quotidien. ●



## Les nouvelles féminines

Audacieuses, libres, avant-gardistes... Les crues 2019 et 2020 des montres féminines n'échappent pas à la règle. D'abord, via une nouvelle **Royal Oak Automatique** (1), plus petite mais toujours forte, avec ses 34 mm de diamètre. La très chic se décline en quatre références en acier inoxydable et/ou or rose qui viennent ainsi compléter l'actuelle collection Royal Oak de la manufacture. En son cœur bat un mouvement automatique inédit, le calibre 5800. Ensuite la **Millenary Frosted Gold Philosophique** (2) équipée du mouvement calibre 3140 et qui s'inspire des montres à une seule aiguille du XVII<sup>e</sup> siècle. Présentant une seule aiguille des heures, elle offre aux femmes un nouveau rapport au temps. Le boîtier de forme elliptique (en or rose ou en or gris 18 carats) met en valeur le Frosted Gold, cet effet «poussière de diamant» spécialement conçu en collaboration avec la créatrice florentine Carolina Bucci. La version colorée de la **Code 11.59 by Audemars Piguet** (3) enfin: le modèle unisexe, lancé il y a un an, se décline désormais en sept tons dont cinq nouvelles couleurs fortes: gris clair, gris foncé, bordeaux, marine et violet. Version chrono ou non, le cadran laqué propose un effet fumé.





## FLEURS DE BITUME

LE BIJOU SERTI SE FAIT DÉLICAT ET DISCRET, POUR POUVOIR ÊTRE PORTÉ DU MATIN AU SOIR, BASKETS AUX PIEDS, COMME UN INTIME SECRET.

TEXTE RENATA LIBAL PHOTOS DOUGLAS MANDRY

**P**ARFOIS LA BOUCLE D'OREILLE EST UN cadeau. Un gage d'amour. La commémoration d'un événement. D'autres fois, le petit bijou serti est un plaisir offert à soi-même, pour se souvenir que la vie brille partout et pas seulement sur le saphir à son doigt. Toujours est-il que chaque bijou est précieux non seulement par son nombre de carats ou la virtuosité de son exécution, mais aussi – et peut-être surtout – par la charge émotionnelle qu'il véhicule. Alors, forcément, on veut le garder sur soi. Tout le temps: dans la rue, dans le bus, au supermarché, au bureau, au bar à vin... Dans cette optique, les grandes marques de joaillerie sortent des lignes plus confidentielles et discrètes, qui ne donnent pas le vertige dans la vie quotidienne. Moins d'or, petites pierres, design tout en finesse: ce bijou-là ne joue pas l'osten-

tation flamboyante, il ne hurle pas au monde le statut financier de sa propriétaire. Ses volutes sont comme des secrets à partager entre initiés, délicieux plaisirs intimes... Cette année, plusieurs grands noms ont lancé des pièces d'inspiration florale, qui donnent encore plus de fraîcheur à ces lignes joaillères d'entrée de gamme. Van Cleef & Arpels soigne tout particulièrement sa collection Frivole, «hommage poétique à la nature». Le nouveau bracelet jonc à sept pétales de tailles diverses joue avec la lumière, grâce à une technique de polissage manuel. La maison familiale lucernoise Gübelin propose, elle, une bague raffinée sertie de saphirs, qui fait éclore un infime feu d'artifice au doigt. Quant à Piaget, c'est un soleil portatif que le joaillier propose, avec la collection Sunlight. Des bijoux qui font du bien, comme autant d'étincelles de douceur pour illuminer les jours. ☺

DE HAUT EN BAS  
ET DE GAUCHE A DROITE

Bracelet collection Frivole, or jaune, sept fleurs, 9 diamants (0,54 ct), **Van Cleef & Arpels**.

Pendentif Sunlight, or rose 18 cts, serti d'une malachite verte (env. 27,77 cts) et de 49 diamants taille brillant (env. 1,65 t), **Piaget**.

Trois bagues Splendid Feather, de gauche à droite: or blanc avec saphirs bleus, or rose avec saphirs aux teintes pastel et or blanc avec saphirs verts, **Gübelin Jewellery**.

Boucle d'oreille, édition spéciale, collection Etoiles filantes, or jaune 18 cts et 135 diamants (1,13 ct), **Ole Lynggaard**.



# Top chrono

EN PLUS DU CHRONOGRAPHE, LA NOUVELLE TONDAGRAPH GT DE PARMIGIANI FLEURIER AFFICHE UN CALENDRIER ANNUEL ET COCHE AINSI TOUTES LES CASES POUR DEVENIR UNE RÉFÉRENCE.

TEXTE LA RÉDACTION



## LE BOÎTIER

S'il fallait des preuves que le boîtier de 42 mm de la Tondagraph GT est pile dans la tendance esthétique du moment, les voici: un cœur en acier inoxydable (la matière incontournable), une ligne issue de la collaboration entre Parmigiani Fleurier et le célèbre designer Dino Modolo – et une lunette cannelée qui imprime son crantage dans le métal. Ou comment cumuler les 3 s: sportif, séduisant, sexy.

## LE CHRONO

Deux compteurs pour le chronographe: les minutes à 9 heures et les heures à 6 heures. Un fond transparent saphir révèle le mouvement manufacture automatique PFO43, qui bat dans le boîtier. Finition raffinée, réserve de marche de 45 heures et résistance à l'eau jusqu'à 100 mètres: l'équation parfaite pour une montre du quotidien.

## LE BRACELET

Plus qu'un design ergonomique, c'est une allure. Le bracelet intégré (ou quand le premier maillon du bracelet fait corps avec le boîtier) alterne des éléments polis et satinés, soit la définition même du sport chic. Sans parler de son confort ultime. A noter que la version avec bracelet caoutchouc est également disponible et qu'elle affiche autant de tempérament.

## LA GRANDE DATE

Avec ses deux chiffres du quantième surdimensionnés portés par deux disques distincts, la grande date redéfinit les critères de la lisibilité. Sa petite touche orange fait écho à l'indication des mois sur le guichet à 3 heures. Difficile ensuite de prétendre que vous vous êtes trompés de jour si vous avez raté votre rendez-vous chez le dentiste.

## LES GUICHETS

On simplifie! Le guichet situé à 3 heures accueille l'aiguille des secondes mais aussi l'indication du mois. Pour que l'on s'y retrouve au premier coup d'œil, la date et le mois sont en orange.

## LE CADRAN

Gravir le Mont-Blanc, traverser un lac ou... slalomer dans les bouchons entre Genève et Zurich: à grand renfort de fantasmes, l'idée de battre le chrono fait toujours fantasmer. Alors, autant le faire avec un cadran parfaitement lisible. Celui de la Tondagraph GT affiche une foule d'informations de manière limpide: les aiguilles delta avec revêtement luminescent noir pour les heures et les minutes pointent des index délicats au traitement superlumino. La finition traditionnelle – un guilloché «clou triangulaire» – participe aux alternances de noir et de blanc qui offrent un jeu de lumière très élégant.

## LA COLLECTION

La nouvelle Tondagraph GT s'inscrit dans la collection Tonda, pilier de la maison Parmigiani Fleurier. Le nom est inspiré du *tondo* qui désigne la toile ronde utilisée par les artistes de la Renaissance. C'est dans cette collection qu'a aussi été réalisée la première montre-bracelet à calendrier hégirien, de la Tonda 1950 Tourbillon Double Rainbow. Editée à 200 exemplaires, la Tondagraph GT respire la précision, la qualité et la testosterone. Si elle était portée par un héros de série télé, elle serait au poignet de Malotru dans le *Bureau des légendes* ou du professeur dans *La Casa de Papel*. «Avec sa forme décontractée et son prix attractif (19 500 fr.), cette montre reflète les besoins actuels du marché et est, en même temps, tout à fait Parmigiani», relève Davide Traxler, CEO de Parmigiani Fleurier.

## LA MARQUE

Bien avant de fonder la marque à son nom, en 1996, à Fleurier, dans le Val-de-Travers, Michel Parmigiani s'était forgé une solide réputation en se spécialisant dans la restauration de merveilleuses montres anciennes. Il ne cesse ainsi de s'inspirer des chefs-d'œuvre du passé pour imaginer l'avenir avec audace. Un seul credo: l'excellence. La maison de haute horlogerie, propriété de la Fondation Sandoz, cultive l'indépendance grâce à un processus de fabrication intégralement maîtrisé et une liberté de création rares. Les montres sont adoubees par les collectionneurs pour leur élégance et surtout l'artisanat d'exception dont elles témoignent. Cet engagement se reflète dans la Tondagraph GT, dessinée pour le gentleman d'aujourd'hui, à porter en toutes occasions.



# Jeux graphiques

S'AMUSER AVEC LES LIGNES ET LES COULEURS, C'EST TOUT CE QU'ON VEUT À L'AUTOMNE

SÉLECTION ENDRIT NURCAJ



- 1. Foulard en twill de soie, **Valentino Garavani**, 300 fr.
- 2. Robe en mailles rayées stretch, **Altuzarra**, 675 fr.
- 3. Baume à lèvres, ColorGel, 105 Poppy, **Shiseido**, 39 fr.
- 4. Bottes Loens en cuir écu, **Isabel Marant**, 1030 fr.
- 5. Lunettes de soleil oversized, **Celine Eyewear**, 345 fr.
- 6. Pochette en cuir nappa, **Miu Miu**, 1760 fr.
- 1. Lunettes de soleil carrées, **Kuboraum**, 305 fr.
- 2. Pull sans manches, **JW Anderson**, 860 fr.
- 3. Ceinture en cuir, **Bottega Veneta**, 480 fr.
- 4. Pantalon à plis en laine, **The Row**, 1285 fr.
- 5. Montre Black Bay Fifty-Eight, bracelet acier, **Tudor**, 3500 fr.
- 6. Sac à rabat en cuir beige, avec motifs FF, **Fendi**, 1290 fr.
- 7. Chaussures derby en cuir, **Jil Sander**, 1176 fr.

OSCAR DE LA RENTA  
PRADA

PHOTOS: CATALKPICTURES

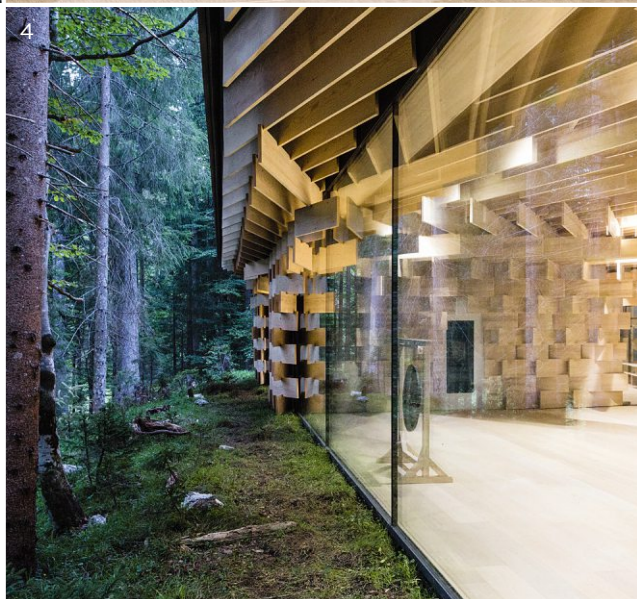




# Kengo Kuma

L'ARCHITECTE JAPONAIS PROPOSE UN NOUVEAU RAPPORT ENTRE LE BATI ET LA NATURE, PLUS INTEGRE, PLUS ORGANIQUE, PLUS DISCRET.

TEXTE RENATA LIBAL



**L**ES JEUX OLYMPIQUES 2020 ont été reportés, mais Tokyo a déjà une nouvelle icône: le stade de 60 000 spectateurs signé Kengo Kuma. Loin de l'héroïsme grandiloquent, le bâtiment joue l'horizontalité discrète, l'intégration verte, le bois local. Cette approche marque sans doute une nouvelle relation, subtile et intime, entre l'homme, le bâti et la nature. Kengo Kuma, 65 ans, est l'un des architectes les plus estimés au monde. Ses constructions sont réputées pour leur intégration harmonieuse. Cette quête a aussi guidé le travail effectué avec Caran d'Ache. Son stylo s'inscrit ainsi dans une prestigieuse famille esthétique, aux côtés de bâtiments publics (musées, Art Lab de l'EPFL), d'hôtels sertis dans la verdure, ou d'habitats comme la résidence pour étudiants de l'IHEID à Genève.

**Quel lien entre la plume et le bâtiment?**  
L'approche est la même. La plume que j'ai dessinée pour Caran d'Ache, **Varius Kengo Kuma (1)**, reflète ma vision architectu-

rale à toute petite échelle. Mes projets sont souvent inspirés par l'esthétique japonaise et incluent un équilibre entre matériau et texture. La plume fait pareil.

**L'usage du bois y contribue...**

Cette matière offre la meilleure compatibilité avec la main. Avec **le cyprès Hinoki (2)**, on touche au plus près à l'âme du Japon. Cet arbre est spécial: des bâtiments comme le sanctuaire d'Ise en sont faits. Mais mon design n'a rien de nostalgique, au contraire: c'est un regard vers le futur.

**Aimez-vous écrire à la main?**

Je vois l'architecture comme une sorte de musique. Et la musique est reliée au rythme intérieur du corps, que l'écriture exprime au mieux. Quand j'écris, je me relie au rythme de l'architecture. **Les lignes (5)** sont au cœur de mon travail.

**Votre construction la plus folle?**

Clairement **la coopérative d'élevage de poulets (3)** à Oaxaca, au Mexique, parce

que c'est la première fois que les utilisateurs de l'espace et du projet ne sont pas des êtres humains.

**Un bâtiment qui incarne votre vision?**

Le musée que j'ai construit, en 1999, sur le fleuve Kitakami. Il est conçu en tunnel, pratiquement invisible.

**Vous avez construit des lieux de méditation au Japon ou en Allemagne...**

Oui, comme à **l'hôtel Kranzbach (4)**, en Bavière. Je médite quotidiennement, peu importe où je me trouve. Dans les transports, par exemple, aussi bien dans l'avion que dans le train, pour trouver l'inspiration avant d'arriver à destination.

**Où allez-vous pour vous reconnecter?**

Dans l'un de ces bains thermaux que l'on nomme **onsen (6)** au Japon.

**Vous êtes souvent vêtu de noir...**

J'aime la marque de luxe chinoise Shang Xia, affiliée à Hermès. ☺





CHANEL

COCO MADEMOISELLE



LA NOUVELLE EAU PRIVÉE, POUR LA NUIT

CHANEL.COM