

# encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

BIJOUX  
La broche  
s'encanaille

BEAUTÉ  
Le panache  
retrouvé des  
lèvres rouges

ESCAPADE  
10 capitales  
pour l'art du  
shopping local

# MODE

L'absolue élégance  
du noir sur noir

SEPTEMBRE 2021

 Le Matin  
Dimanche



**ROLEX**

COSMOGRAPH DAYTONA

Le Cosmograph Daytona a été développé pour les pilotes d'endurance.  
Grâce à ses fonctions de chronographe et sa lunette avec échelle tachymétrique,  
il reste l'une des montres les plus emblématiques du sport automobile.

*#Perpetual*

**BUCHERER**

1888

bucherer.com



OYSTER PERPETUAL COSMOGRAPH DAYTONA

# Miss Dior

THE NEW FRAGRANCE



#WAKEUPFORLOVE



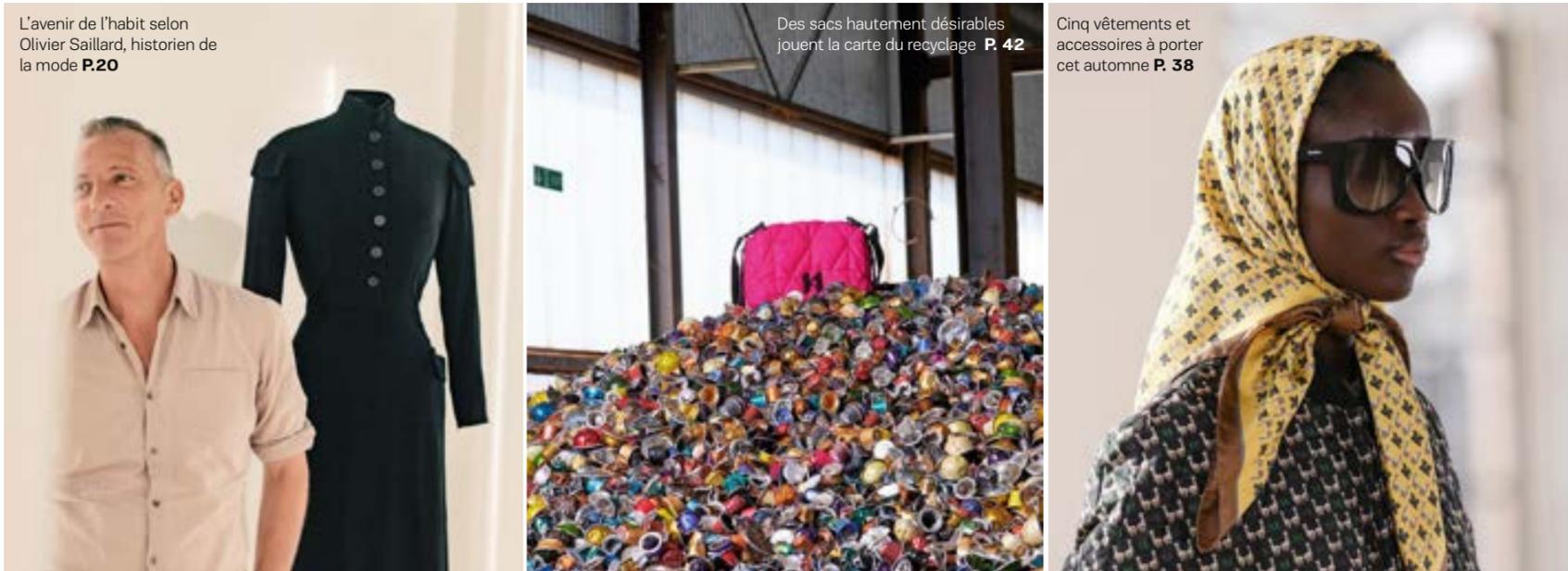
**DIOR**



**HERMÈS**  
PARIS

**L'objet fait le lien.**





L'avenir de l'habit selon Olivier Saillard, historien de la mode **P.20**

Des sacs hautement désirables jouent la carte du recyclage **P. 42**

Cinq vêtements et accessoires à porter cet automne **P. 38**

# Mode | Septembre 2021

## SUJETS

### 16 La saga du zip

Comment la fermeture Éclair s'est imposée dans la mode

### 24 L'horlogerie nostalgique

Les marques cultivent leur passé en revisitant leurs montres phares

### 26 Une broche et c'est tout

Le bijou s'éloigne des revers pour être porté même au masculin

### 44 Dix villes, dix shopping

Les nouvelles adresses pour renouer avec l'esprit des villes aimées

### 50 La Suisse en petit pot

Les prairies alpines ont la cote auprès de l'industrie cosmétique

## RUBRIQUES

**8 Merveilles 14 Trend: œil bleu 18 Escapade: vie de château 19 Icône: Dom Pérignon 47 Décodage: la Tissot PRX Powermatic 80 48 Shopping: basket fever 49 Kaléidoscope: Clarins 52 Beauté: rouge baiser 53 Highlights: Zalando 54 Découverte: La Prairie 55 Ses goûts: Patricia Gucci**



Pull et jupe en laine avec zip, corset en cuir, **Alaïa. P. 30**



## UNE

Cape en gabardine de laine, pull col rond en cachemire, chemise col page en coton, **Celine Homme**. Montre Royal Oak Automatique, 34 mm, céramique noire, **Audemars Piguet**.

**PHOTOS**  
Benoît Peverelli  
**STYLISME**  
Simon Pyllyser

## Proximité d'ailleurs

**P**ROXIMITÉ, PROXIMITÉ, PROXIMITÉ. Le monde (bientôt?) post-covid se raccroche à ce mot, répété comme une incantation, qu'il s'agisse de légumes, de vacances, d'approvisionnement énergétique ou de production industrielle. Cette vision est à la fois tentante, gourmande (voir, p.9, comment la grande cheffe Anne-Sophie Pic parvient à ensorceler notre brave féra lémanique) et raisonnable. En matière de mode, toutefois, les grandes marques globalisées en sont encore très loin. Mais une nouvelle vision commence – ô très lentement – à émerger. À cet égard, l'initiative du grand spécialiste et amoureux de la mode qu'est Olivier Saillard (lire l'entretien en p.20)



**Renata Libal**,  
rédactrice en chef

est passionnante: l'été dernier, durant la semaine de Haute Couture, à Paris, il a organisé une sorte d'atelier spectacle où des couturiers virtuoses transformaient, à même la peau des clients, des vêtements de récupération en pièces uniques et sur-mesure. Cette «Moda Povera» amorce peut-être un nouveau rapport au vêtement, plus intime, plus précieux. En attendant que de telles initiatives essaient, l'envie est pourtant là de changer un peu d'air et de se mettre, dans les yeux, dans les cœurs, des couleurs différentes de celles du quotidien. Nous avons sélectionné 10 villes où s'échapper (en train?) cet automne. Profitons en pour découvrir la mode locale, créée à petite échelle, et ramener une pièce à porter tout contre soi, comme le souvenir d'un moment unique.



La chaise Médailleon de Dior revisitée par Dimor Studio.

DESIGN

# Le tour de l'ovale

Si classique, si Parisien. De quoi parler-on? De la chaise Médailleon, emblème de la maison Dior. En effet, cette assise de style Louis XVI a été présente dans les salons du 30, avenue Montaigne dès les débuts de la griffe et fait toujours partie des codes de cette adresse, symbole du luxe à la française. À l'occasion du Salone del Mobile qui vient de se terminer à Milan, Dior Maison a invité dix-sept designers à revisiter son totem. Tous ont rivalisé d'inventivité pour retranscrire l'ovale, le cannage, ou d'autres signes distinctifs de cet objet et en bousculer les représentations. Le Japonais Nendo a construit autour d'un ovale vide un fauteuil en plexiglas. Parmi les interventions les plus radicales on peut citer aussi le Français Pierre Charpin qui n'a conservé que les lignes de la chaise en proposant une version noire comme dessinée au

trait. Sam Baron s'est amusé à multiplier l'objet pour en faire une bascule à double assise ou un banc. Constance Guisset, du Maroc, s'est appliquée à assouplir cette chaise, à la rendre moins intimidante, en la transformant en un modèle pliable, comme au jardin. India Mahdavi n'a pas touché à la forme de la Médailleon mais a habillé l'assise et le dossier de motifs colorés et graphiques alternés. Quant au duo américano-italien Britt Moran et Emiliano Salci à la tête de Dimor Studio, il a posé un tissu à grosses rayures noir et blanc très contemporaines et agi sur les détails en imaginant une chaise portant les affres du temps, cassures et ébréchures, sur lesquelles des réparations de fortune ont été rendues visibles car soulignées en or. La marque du temps est ici plus précieuse que jamais. *Estelle Lucien*

BONNE BOUCHE

## Plus sèche sera la chute



PAR  
**PIERRE THOMAS**

Ils se sont croisés à la Haute École de Changins (VD) et ne se sont plus quittés, la Zurichoise Nadine Strasser, ingénieure œnologue, et le Vaudois Cédric Besson, diplômé viti-céno, fils de vigneron des hauts de Montreux. Aujourd'hui quadras, ils se sont installés il y a douze ans sur les 7 hectares du domaine familial de la première, tout près des spectaculaires chutes du Rhin. Ils cultivent et élèvent, en bio suisse et biodynamie demeter labellisés, autant de rouge que de blanc. Et ils ont replanté la spécialité locale qu'est le Räuschling, sur près de 1,2 ha: une surface respectable, quand on sait qu'il existe 26 ha de ce cépage de lointaine origine allemande en Suisse, dont 19 ha en terres zurichoises. Même si Nadine Besson-Strasser sera, avec une trentaine de vigneronnes, le samedi 6 novembre, au salon DiVINes! (divines.ch), au château de Rolle, elle ne fait pas tout toute seule: ces quadras se partagent toutes les tâches à la vigne et en cave. Et ils déclinent le Räuschling en pas moins de quatre versions: blanc sec, mousseux gardé trois ans sur lattes, assemblage «Fumé», mi-chardonnay, mi-raüschling, en barriques, et en vin nature, non filtré, sans SO<sub>2</sub> ajouté. C'est celui-là que j'ai dégusté: un beau vin au léger trouble, au nez encore marqué par la noisette torréfiée trahissant un passage en bois, puis des arômes vifs de citron, jaune et vert, pour une belle longueur et une finale d'une remarquable tension. Et c'est bien par cette acidité, «du

diable», dit Cédric Besson, que ce blanc se signale et il faut savoir la dompter avec doigté. Seul membre suisse de l'association Biodyvin, d'émanation française, qui regroupe des biodynamistes européens, le domaine vient de revoir toute sa gamme de bouteilles: des bourguignonnes fabriquées à Saint-Prex (VD), à partir de verre recyclé.



**L'étiquette:** Räuschling vom Rheinfall 2019  
**Le prix:** 21 fr  
**L'adresse:** www.wein.ch

VÉLO

## Cygne d'élégance

Alors que la plupart des vélos électriques du marché se présentent comme des chars d'assaut, exsudant puissance et prétention, la jeune start-up estonienne Ampler lance trois modèles gracieux et légers, fabriqués en Europe. Testée, la version confortable avec cadre en col-de-cygne (si joli mot!) s'appelle Stellar et se laisse monter en toute décontraction sur les pentes les plus raides. La structure fine intègre la batterie (le chargeur se branche directement sur le cadre: mieux vaut habiter au rez) et s'active, à l'arrêt, d'une pression sur le bouton au-dessus du pédalier. Pas d'affichage numérique, pas de gadget, pas d'esbroufe: juste du joli plaisir. *R.L.*

Modèle Stellar, Ampler Bikes, dès 2590 fr, en rouge ou bleu [www.amplerbikes.com](http://www.amplerbikes.com), 17,1 kg, 70 km d'autonomie, contrôle par app.



Le berlingot végétal au cœur coulant de champignons est une vraie bombe de saveurs. Et dans le verre? Une infusion de café grand cru d'Ethiopie, servie à un degré très précis de tiédeur.

## GASTRONOMIE

# Puissances aériennes

Les pétales de géranium rosat, sur la féra du Léman, nuancent merveilleusement la saveur fumée, tout comme cette si belle sauce aux effets marbrés, entre crème et oeufs de brochet. Le riz de veau? Emprisonné d'abord dans une coque de cire d'abeille, il s'épanouit en un jus corsé, dans des parfums de safran et de reine-des-prés. Un univers de saveurs inconnues, à l'équilibre magique, s'ouvre avec la nouvelle exploration d'Anne-Sophie Pic, qui s'emploie à «révéler un visage peut-être inconnu du produit». La grande cheffe française, troisième d'une lignée de fameux cuisiniers, développe avec passion une approche des saveurs par imprégnation. Infusion, cuisson vapeur, fumage, distillation: le processus est d'une infinie douceur et subtilité... pour une magnifique puissance des saveurs. Le premier menu de cette approche figure déjà sur la carte de



La cheffe Anne-Sophie Pic incite les saveurs à s'imprégner mutuellement.

son restaurant historique, la Maison Pic, à Valence, et arrive cet automne à son adresse lausannoise, au Beau-Rivage Palace, réinventé avec le terroir local de cette fin d'été. «Il ne s'agit surtout pas de couvrir le produit, plutôt d'inciter les saveurs à se rencontrer en profondeur, dans une métamorphose commune», dit la cheffe. Cetteoureuse des sauces, qui a commencé par le beurre monté, cherche aujourd'hui à «capter la fraîcheur», par une transmission des goûts sans matière grasse. La démarche va jusqu'à inclure (une première en gastronomie!) un dialogue avec des boissons non alcoolisées décoiffantes – Kombucha au rare thé japonais ou clarification de mélilot – dont les effluves ne sont rien moins qu'euphorisants. *Renata Libal*

Table Anne-Sophie Pic, Beau-Rivage Palace de Lausanne, menu 6 séquences (avec accord boissons) à 395 fr.

## DESIGN

# Affalé et heureux



Il fut un temps où les gens bien élevés se tenaient droits dans leur sofa, les yeux rivés à la télévision. C'était il y a longtemps... Aujourd'hui, le canapé est souvent une île de moelleux au centre du salon, où l'*Homo modernus* s'étale et rampe avec délectation, sa tablette et ses chips à portée de main. Cette posture nouvelle doit beaucoup à un modèle de canapé qui fête ses 20 ans: le Groundpiece, dessiné par l'architecte Antonio Citterio pour la maison de design italienne Flexform. L'inspiration est venue de l'artiste plasticien Donald Judd, qui posait ses œuvres aux formes minimalistes dans le paysage. D'une certaine manière, Citterio a fait pareil: il a escamoté les pieds pour imposer les coussins en pièces maîtresses (ground-pieces...) au centre de l'espace domestique. En plumes d'oie, s'il vous plaît... Les accoudoirs sont devenus petits meubles de cuir et le résultat ne ressemblait à rien de connu. Le succès a pourtant été rapide et ce sofa mythique reste un best-seller. Sans doute a-t-il inventé l'art de s'affaler... *R.L.*

Sofa modulaire Groundpiece, cuir ou daim et textiles à choix, Flexform, dès 15 600 fr.

## PARFUM

# Deux roses et un carré



La prestigieuse collection de haute parfumerie Guerlain se réinvente, avec deux visions très nouvelles de la rose et un flacon revisité, inspiré de celui, carré, de 1870. Plaque, cordon et bouchon peuvent être personnalisés. Charmant! *R.L.*

Collection L'art et la Matière, Guerlain, Rose Chérie et Santal Pao Rosa, dès 380 fr. (100 ml).



Le grand requin-marteau est en danger d'extinction.

HORLOGERIE

# Plongée en eaux profondes

Le *Sphyrna mokarran* est difficile à approcher: à moins de s'attarder entre 60 à 70 mètres de profondeur, on ne sait presque rien de lui, sinon qu'il existe. Le grand requin-marteau est un mystère scientifique, un défi de plongée et un espoir de rencontre exceptionnelle. Ce redoutable prédateur qui peut dépasser les six mètres est considéré en danger d'extinction; il est protégé en Polynésie française. C'est là que le biologiste et photographe marin Laurent Ballesta mène des missions de recherche jusqu'en 2023. Objectif: mieux connaître ce grand squalo pour le sauver de la disparition... Laurent Ballesta ne s'est pas laissé décourager par son comportement solitaire ni par ses territoires de migration peu



Emblématique: Blancpain Fifty Fathoms Automatique, 17 100 fr.

connus. Il raconte son aventure dans une série de vidéos aux sensations fortes. Le projet est soutenu par l'horloger Blancpain, très engagé pour la préservation des océans. Tout au long de son histoire, la marque a tissé des liens étroits avec des spécialistes de l'environnement. Et, évidemment, elle a écrit, dès les années 1950, les jalons de l'histoire horlogère subaquatique avec sa montre de plongée Fifty Fathoms. Alors, ce nom? Le boîtier était étanche à 50 brasses (environ 91 m). Et devinez quoi, «brasses» se dit «fathoms» en anglais.

*Mathilde Binetruy*  
12 blogs vidéos à découvrir sur [www.blancpain.ch](http://www.blancpain.ch)

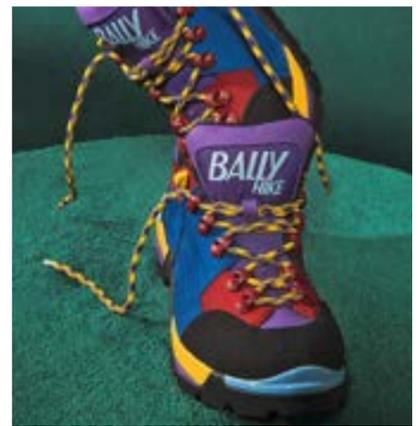


ACCESSOIRE

## Douce architecture

Ce sac, lancé à l'automne 2019, est construit comme une maison enveloppante, avec même un grenier accessible par ce zip qui fait le tour de l'ouverture. Ses moultes variations font rêver des foules d'esthètes épris de (fausse) simplicité. Le couple de designers Arnaud Vaillant et Sébastien Meyer, de la jeune marque Coperni, a signé là un coup de maître. *R.L.*

Sac Swipe baguette Coperni, plusieurs tailles, couleurs et cuirs, dès 410 fr. (version mini).



GRAND AIR

## Macadam trekking

À l'orée de ses 170 ans, la maison Bally met en avant ses racines suisses et son héritage montagnard, en version contemporaine. La technicité de sa fameuse chaussure d'exploration se marie à une esthétique pop, pour une collection capsule unisexe, conçue surtout pour les aventures urbaines dopées à l'adrénaline. *R.L.*

Collection capsule Bally Hike, dès le 14 octobre, modèle haut ou bas, dès 680 fr.

# OVNI monogrammé du son

TOYS FOR BOYS



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

L'Horizon Light Up, première enceinte portable de Vuitton, ne s'inspire du sac Toupie, icône maison signée Nicolas Ghesquière, que pour le dynamiter. Trente-cinq diodes lumineuses ponctuent l'engin. L'anneau extérieur fait flasher les 12 lettres de Louis Vuitton éclairées par des LED de couleur, tandis qu'un cercle lumineux reprenant les 23 fleurs monogrammes emblématiques de la marque rayonnent sur le dessus. Sur le côté, une bande de commande tactile pilote la marche, l'arrêt, la connectivité et les trois micros,



L'Horizon Light Up s'inspire du sac Toupie de Louis Vuitton.

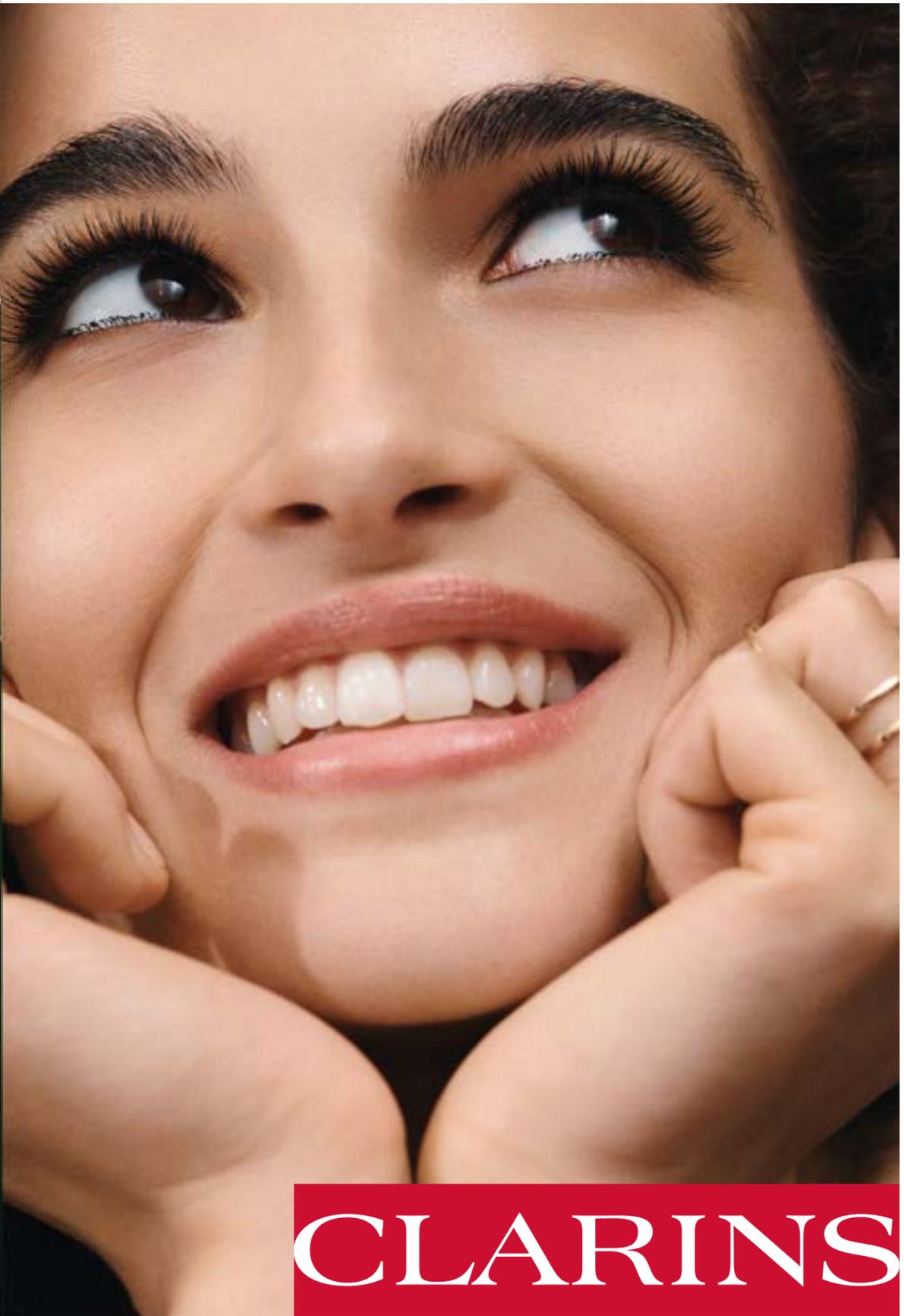
permettant d'appairer l'enceinte à un téléphone portable. Le corps de l'Horizon Light Up est construit en acier, tendu de cuir et les surfaces translucides moulées en verre trempé. Toutes LED éteintes (elles se débranchent via une appli), on ne voit plus que ses lignes rétro-futuristes, clin d'œil à la science-fiction des années 1960. Si Vuitton reste discret sur le sujet, il se chuchote que l'américain Master & Dynamics – déjà à l'origine des oreillettes sans fils de la marque – signe la partie technique, gage de qualité et de richesse sonore. Le son, justement, omnidirectionnel lorsque l'enceinte est en position verticale, devient directif lorsqu'on la bascule sur le côté. Enfin, la pièce est fournie avec une lanière pour l'emporter partout et un mousqueton pour l'accrocher où bon vous semble. Séduit? Pour l'heure, une attente de deux semaines est à prévoir.

Vuitton Horizon Light Up, 2640 fr.

“Dans mon maquillage,  
tout le soin Clarins.”



La cire d'oranger amer est appréciée pour ses propriétés protectrices et filmogènes.



**CLARINS**

## Nouveau **Supra Lift & Curl Mascara**

L'effet d'un rehaussement de cils en un clin d'œil!

Grâce à ce mascara enrichi en cire d'oranger amer, vos cils sont comme liftés, recourbés, parfaitement définis, leur volume est déployé. Sa formule soin (89%) enrichie du Lash Lifting Complex vous offre un regard plus ouvert<sup>1</sup>: +57% de volume<sup>2</sup>.

1. Le regard apparaît plus ouvert de +14%, sur cils nus, après 28 jours d'utilisation - étude clinique - 20 femmes.  
2. En 20 passages de brosse - étude clinique - 20 femmes.

[CLARINS.CH](http://CLARINS.CH)



L'esprit kimono, pour le luxe ultime en cuir.

MODE

# À même la peau

Dans sa vie raisonnable, Céline Surdez dirige l'entreprise qu'elle a fondée à Neuchâtel, IENBF, et imagine des sacs et accessoires luxueux qu'elle produit pour de grandes marques. Dans sa vie parallèle, celle de la libre inspiration et du brin de folie, Céline poursuit la quête du vêtement ultime: la veste d'une vie. Elle lance ces jours sa marque, Pardessus 19 (le chiffre lui porte chance), variation sur le thème du kimono... en cuir. Et quel cuir! Un agneau plongé, affiné à 0,3 mm d'épaisseur, qui tombe comme un tissu. «Ces 20 dernières années, par mon métier, j'ai affiné un réseau des meilleurs artisans d'Italie, explique l'entrepreneuse. J'ai voulu créer avec eux des pièces à la hauteur de leur virtuosité.» L'atout des kimonos ne réside pas dans la coupe (ils vont à chacun, sur peau nue ou pardessus tout) mais bien dans la texture, merveilleuse. Certains sont



Imprimé psychédélique sur cuir, pour ce pardessus porté en robe.

imprimés serpent, d'autres, sobres, arborent de subtiles surpiqûres (8 heures de travail par pan...), tous sont doublés de cuir aussi et peuvent se porter recto comme verso. Les plus longs sont parfaits en robes portefeuille. Les plus extravagants arborent une doublure, où oiseaux et poissons batifolent dans une chromie coucher de soleil. Les dessins reproduits sur peau, que l'on peut cacher contre soi comme un secret intime, sont le travail de l'artiste Asia Dusong. Ces prouesses sont réalisées en Toscane, sur commande, et nécessitent donc un précieux temps d'attente. Le prix? Il permet d'assurer un salaire juste pour chaque artisan: les aléas du nec plus ultra...

Renata Libal

Deux lignes (essentielle et créative), trois longueurs, dès 10 000 fr. Dates et lieux des show-rooms sur [www.pardessus19.com](http://www.pardessus19.com)

TOP 5

Les expositions qui racontent et montrent la mode autrement



**1** Trente-deux créateurs belges influents composent **Brussels Touch** à voir jusqu'au 22 mai 2022 au Musée Mode & Dentelle de Bruxelles.

**2** Le Palais Galliera à Paris présentera, dès le 2 octobre, l'exposition **Vogue Paris 1920-2020**, hommage au magazine qui fête un siècle.

**3** L'exposition **Captivate! Modefotografie Der 90er** au Kunstpalast de Düsseldorf (jusqu'au 9 janvier) a pour curatrice Claudia Schiffer.

**4** **The Boutique in 1960s Counterculture**, au Fashion and Textile Museum de Londres (jusqu'en janvier) pour une plongée dans *Swinging London*.

**5** Pour la galerie, mode et portrait, au Musée d'art et d'histoire de Genève, met en relation vêtement et peinture jusqu'au 14 novembre.

EXPO

## Goûts de femmes



Elles s'appellent Eileen Gray, Charlotte Perriand, Lilly Reich, Clara Porset, Florence Knoll, Armi Ratia, Jane Addams, ou Greta von Nessen (auteur de la lampe en photo). Ces femmes ont en commun d'avoir marqué l'histoire du design depuis 1900 à nos jours, et d'avoir été, malgré tout, moins présentes dans les annales que les hommes. C'est pourquoi le Vitra Museum met en lumière 80 créatrices de meubles, de mode ou de produits industriels, architectes d'intérieur ou entrepreneuses, qui ont joué un rôle majeur dans le développement du design depuis 120 ans. La présentation déployée chronologiquement a été orchestrée en partenariat avec Cartier. En effet, Jane Toussaint, directrice de la maison de joaillerie dans l'entre-deux-guerres, figure en bonne place parmi ces ladies du design que le Vitra sort magnifiquement de l'ombre. E.L.

Here We Are! Women in Design 1900 – Today, du 23 septembre au 6 mars 2022, [www.vitra.com](http://www.vitra.com)



COSMÉTIQUE

## Avancer masqué

Du charbon et du bambou. Sur le visage, le masque noir vous pose son homme et il a la politesse de tenir bien collé, malgré la barbe. Merci à lui. La jeune start-up suisse, fondée par Francesco Urso (ancien de Procter & Gamble), s'est d'abord fait les dents sur le marché américain. La voilà en Europe avec ses cosmétiques pour hommes, naturels, bruts et efficaces. E.N.

Wolf Project, ligne de 5 produits, dont deux masques, dès 13 fr. 50, [www.wolfproject.com](http://www.wolfproject.com)



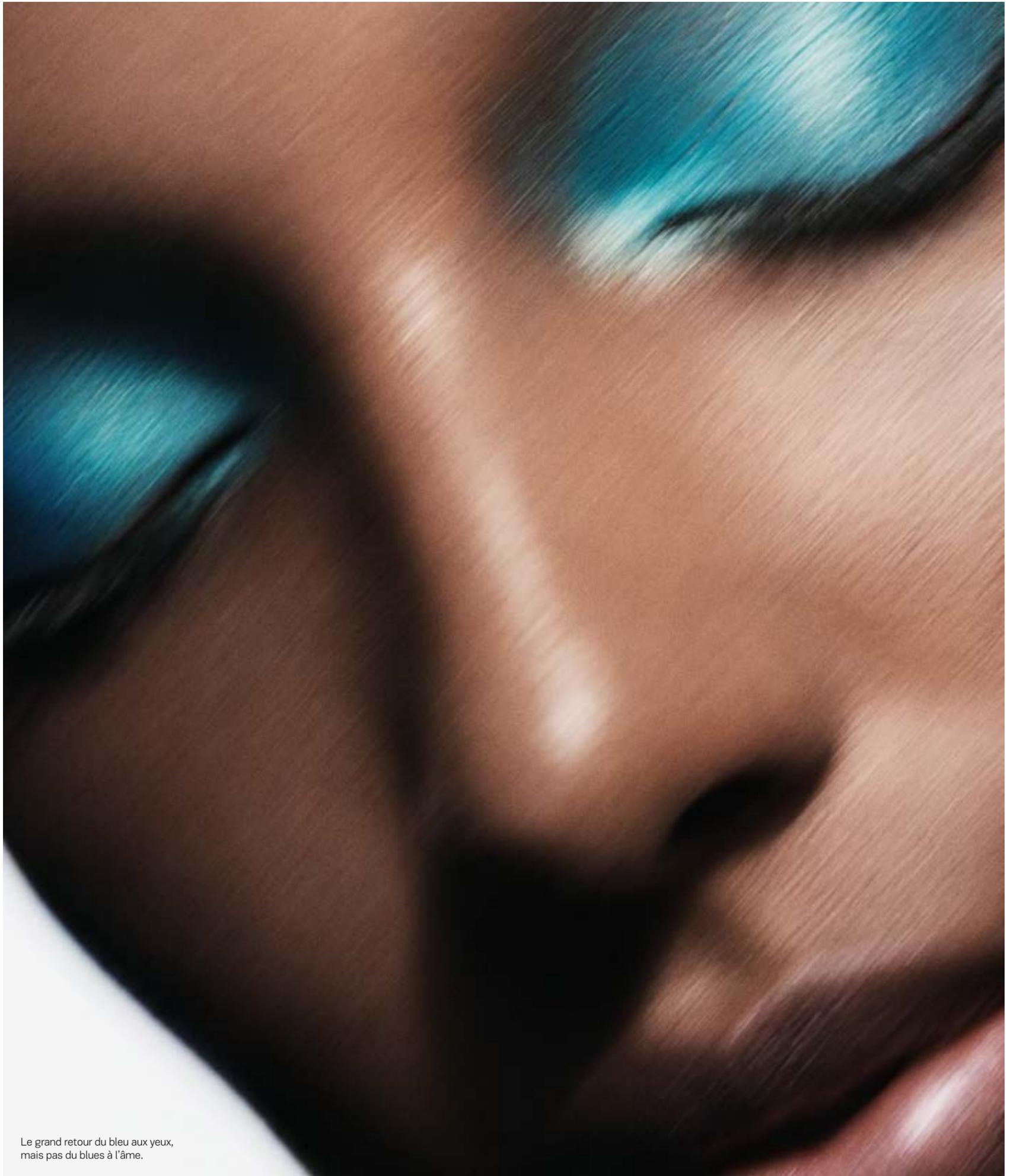
Only by pushing  
the limits of possibilities,  
you discover new dimensions.

## BEYOND THE EDGE

TAG HEUER AQUARACER



**TAG HEUER BOUTIQUES**  
GENEVA, LUCERNE, ZERMATT, ZURICH  
TAGHEUER.COM



Le grand retour du bleu aux yeux, mais pas du blues à l'âme.

## Le grand **bleu**

**P**RIVILÈGE ULTIME DE LA MODE: ne jamais se laisser brider par aucune règle. Les amoureux du vêtement pointu se croyaient dans une vague d'exploration du minimalisme années 1990 et voilà que le goût chromatique des années 1970 vient brouiller les pistes. Comment se manifeste cette intrusion? Sur les paupières! En bleu intense, s'il vous plaît! Le printemps a déjà vu apparaître, çà et là, sur les tapis rouges, ces yeux spectaculairement grimés aux nuances du ciel, ceux, par exemple de l'actrice Nicola Coughlan (*La chronique des Bridgerton*) lors de la cérémonie des BAFTA. En contraste avec une robe orange clémentine, l'effet était bluffant. Or voici donc qu'après les tapis, le macadam constate que de simples mortels se rallient au mouvement. La marque de



Fard à paupières Frost Tilt  
**MAC**, 26 fr. 90. Fard  
Outremer **NARS**, 37 fr. 90.

cosmétiques **MAC** a ainsi récemment annoncé que ses ventes du fard à paupières bleu pigeon Tilt ont grimpé en flèche pour atteindre un taux impressionnant de... 250%. Et comment porter ce bleu selon les codes du moment? Car qui a vraiment envie de réveiller l'esthétique des dames d'ABBA, à l'époque? Ou celle de Christina Aguilera à ses débuts (tiens? Tout de même les années 1990). On oublie donc l'esprit kitsch et baby doll. Qui allume ses yeux en version électrique éteindra les feux sur la bouche. Quant à la teinte, le nuancier est infini, du lapis-lazuli à l'aigue-marine, de la lavande à la gentiane, de l'océan à la piscine. Paillettes? Pourquoi pas? (mais pas forcément). Les plus hardies iront jusqu'au bout, avec du mascara bleu. Tant qu'à faire, brillons, brillez! ☺

TEXTE PAULINA SZCZESNIAK

Elegance is an attitude

*Kate Winslet*  
Kate Winslet

LONGINES



The Longines  
Master Collection



2003

Modèle haute couture d'Azzedine Alaïa qui reprend l'idée novatrice d'Elsa Schiaparelli en 1935 (voir page de droite).

# Zip, l'éclair de génie

MALGRÉ UN DÉPART TIMIDE, LA FERMETURE À CRÉMAILLÈRE S'EST IMPOSÉE DANS TOUS LES SEGMENTS DE LA MODE, D'ABORD POUR SA PRATICITÉ INDÉNIABLE, PUIS COMME ÉLÉMENT DÉCORATIF.

TEXTE ESTELLE LUCIEN

**L**E SUCCÈS n'a pas tout de suite été au rendez-vous. L'ancêtre du zip, la fermeture rapide à glissière, a fait une première apparition à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle aux États-Unis.

Plusieurs ingénieurs, Elias Howe, Max Wolff en 1851 et Whitcomb Judson, en 1893, ont développé un système mécanique de fermeture à crans, avec des œillets et des crochets, pour proposer une alternative au traditionnel et fastidieux boutonnage. Mais ces premiers modèles, qui s'ouvraient plus souvent qu'ils ne se fermaient, méritaient encore d'être perfectionnés. En 1913, Gideon Sundbäck, ingénieur suédo-américain, spécialisé dans la création de turbines à vapeur, remplace les œillets-crochets par des dents qui s'engrènent à l'aide d'un curseur. En Suisse aussi, l'idée titille un Soleurois, Simon Frey, qui met au point un modèle semblable. Mais faute de preneur en Europe, il vend son système

à un Américain. «Ziiiiip», c'est le bruit que la glissière en métal émet à chaque ouverture et fermeture et qui lui vaut d'être baptisée zipper aux États-Unis. En 1917, le système équipe notamment les chaussures des soldats américains qui traversent l'Atlantique pour soutenir les troupes françaises. Et la fermeture à glissière de conquérir le Vieux-Continent.

## Riri, fleuron helvétique du zip

Les militaires, aviateurs en tête, sont les premiers à porter des vêtements et blousons de cuir munis de la glissière. La success story du zip est en marche. Un Suisse, à nouveau, est sur le coup dès le départ. Martin Othmar Winterhalter rachète à Gideon Sundbäck son brevet en 1924 et fonde l'entreprise Riri, qu'il installe en 1936 à Mendrisio au Tessin. Riri (de «rippen» et «rillen» signifiant des rainures en allemand) restera longtemps un fleuron de l'industrie helvète, la rolls du zip. Aujourd'hui, la marque, dont le siège est en Italie, reste une valeur sûre et continue de table sur le haut

de gamme: «Si vous payez un blouson 1000 euros, c'est un exemple, vous pouvez vous attendre à ce que la fermeture soit une Riri, puisque c'est la marque la plus prestigieuse dans le secteur», peut-on lire à la rubrique *Petit guide pratique des essentiels de la vie à connaître quand on est un homme* du magazine masculin GQ. En 1924, la France aussi exploite le brevet de Sundbäck et renomme le dispositif «éclair». Le nom Fermeture Éclair, passé dans le langage courant (tout comme frigidaire ou nylon), est toujours une marque déposée, propriété de la société française Éclair Prym. Dix ans plus tard, beaucoup plus à l'est, un troisième joueur s'invite dans la fabrication de cette nouveauté. Le 1<sup>er</sup> janvier 1934, le Japonais Tadao Yoshida crée l'entreprise Yoshida Kogyo Kabushikikaisha (soit Compagnie Yoshida SA) dont l'acronyme est YKK. Presque un siècle plus tard, ces trois lettres désignent tout simplement le leader du zip actuel, puisqu'il assure la moitié de la production mondiale.



Avant d'arriver à de tels sommets, le zip a mis un peu de temps à se faire une place dans la mode. Car si elle s'avère, dès le départ, très utile, pratique et économique, la fermeture éclair métallique n'est pas très seyante. On s'attache surtout à la dissimuler dans les coutures de côté, par exemple.

C'est là que deux esprits futés et visionnaires se rencontrent. En 1933, Harry Houghton de la société Lightning Fastener – aussi lancée dans la production de zips – offre à Elsa Schiaparelli 10 000 dollars pour qu'elle utilise les fermetures à glissière dans ses créations. L'homme d'affaires ne pouvait mieux tomber. La couturière, amie des surréalistes, est «la première à placer le zip comme élément décoratif... comme une broderie», explique Jean-Paul Gaultier dans le documentaire *Et Schiaparelli créa la mode* (2015), de Sabine Carbon.

#### Luxe et technologie

Si la présence d'un zip en travers d'une robe en choque alors beaucoup, d'autres y voient le comble du chic. En 1938, Wallis Simpson, duchesse de Windsor et cliente de Schiaparelli, glisse à l'oreille de la directrice artistique de Van Cleef & Arpels, Renée Puissant, que cette fermeture à glissière pourrait même devenir un joli bijou... Le projet mûrit dans les ateliers de la maison de joaillerie. En 1950, Van Cleef & Arpels sort le premier collier fermeture éclair «Zip», suivi un an plus tard d'une nouvelle version, extravagance de technicité puisque, ouvert, il se porte en collier et, fermé, en bracelet. Depuis, le Zip fait partie des classiques et des éléments qui sont entrés dans l'histoire de la mode, un modèle étant exposé au Musée des Arts décoratifs de Paris.

Après avoir poussé la porte du luxe, le zip continue sa route dans l'univers du vêtement et embrasse les nouvelles technologies dès les années 1960, avec une glissière plus souple et discrète, puisque réalisée en plastique. Le zip quitte aussi les coutures latérales pour parader dans le dos et souligner au plus près les courbes avantageuses, comme celles de Marilyn Monroe portant une robe ajustée au millimètre, à l'occasion de l'anniversaire de John Kennedy le 19 mai 1962. C'est au cours de cette décennie également que la fermeture éclair remplace les boutons de la braguette.

Mais le zip ne reste pas longtemps dans l'ombre des plis et des coutures, ni cantonné

à son unique fonctionnalité. Un mouvement en particulier l'inscrit même dans son vocabulaire identitaire. La vague punk, mouvance contestataire, déferle sur l'Europe entre 1976 et 1980. L'influence majeure en est la musique rock, sous l'égide du groupe emblématique Sex Pistols. La dégainée *destroyed* du quatuor londonien sert de modèle à toute une esthétique, symbolisée notamment par le détournement d'objets et de détails, tels les rivets, les épingles de nourrice et notre zip dans sa version brute, industrielle et métallique. Sans se soucier de bon goût – au contraire! –, la glissière est posée de manière aléatoire, sans souci d'usage, mais dans l'esprit démonstratif initié par Schiaparelli. Mode et punk font bon ménage, emmenés par une Vivienne Westwood inspirante et inspiratrice, puisque la designer anglaise a commencé par habiller justement les Sex Pistols, dont son mari était le manager, pour ensuite bâtir son propre style. En France, Jean Paul Gaultier s'inscrit dans cette mouvance déstructurée où le zip s'égaré dans d'innombrables fantaisies. En Suisse aussi le filon prend et, en 1979, Stefi Talman lance une chaussure lardée d'une fermeture éclair en diagonale, qu'elle nomme ZIP. Élevé au rang d'icône, le soulier est toujours produit et décliné de nos jours. Autre élément du vestiaire punk à avoir survécu au *No Future* de ses adeptes: le perfecto dont les zips croisés font office de signature sur ce classique parmi les classiques.

Ainsi donc les modes passent et le zip demeure. Malgré son départ timide, il a réussi à se rendre indispensable, même si parfois il met les nerfs à rude épreuve, lorsque la tirette lâche et que le zip déraile. En 2003, un zip de haute technologie, étanche et résistant, équipe le matériel du team Alinghi, vainqueur de l'America's Cup. Développée par Riri, cette glissière de l'extrême, appelée Storm, est auréolée en 2004 du Swiss Technology Award. De son côté, YKK a annoncé en 2020 la mise en production d'une fermeture à glissière magnétique qui peut être engagée et fermée d'une seule main, en rapprochant simplement les deux côtés sans avoir à faire glisser la broche dans la boîte de la tirette.

À en croire encore les dernières collections automne-hiver 2021-2022, avec les combinaisons moulantes en cuir et zipées de Rick Owens ou la veste-robe à zip de Y/Project, la fermeture éclair n'est pas prête à se taire. ☉

#### LA MODE S'OUVRE AU ZIP

**1935** Elsa Schiaparelli sort le zip de l'ombre et en fait un ornement.

**1950** Fondée en 1936, l'entreprise suisse Riri est synonyme de zip haut de gamme.

**1951** «Zip» de Van Cleef & Arpels se porte en collier lorsqu'il est ouvert et en bracelet quand il est fermé. C'est un classique du joaillier.

**1962** Le zip quitte les coutures latérales et s'affiche au plus près des lignes de la robe de Marilyn Monroe lors de l'anniversaire de JFK.

**1976** Le zip détourné devient élément identitaire des codes vestimentaires du mouvement punk.

**2021** Affranchi de toutes les modes, le zip se prête à la créativité de Rick Owens.



Remanié au XIX<sup>e</sup> siècle dans un style néogothique, ce domaine historique a été rénové pour accueillir des chambres d'hôtes.

# La vie de château

PLUS QU'UN HÔTEL, LE CHÂTEAU ROMANTIQUE DE SIBRA OFFRE UN VOYAGE DANS LE TEMPS, PAR LA GRÂCE D'UNE RESTAURATION MINUTIEUSE ORCHESTRÉE PAR UNE ARCHITECTE BIENNOISE.

TEXTE CLAUDIA SCHMID

**L**A NUIT TOMBE et le concert de grenouilles peut débiter au lac. Le spectacle se poursuit dans le ciel assombri, car au château de Sibra il n'y a pas de pollution lumineuse et les étoiles filantes se comptent par dizaines. Le matin, à la table du petit-déjeuner, dont les œufs brouillés proviennent des poules du château cathare, la vue se perd par-dessus les hêtres pourpres du parc jusqu'aux sommets des Pyrénées. Au-delà de la pelouse s'étend une forêt privée. Le domaine de Sibra apparaît comme un pays en soi, au bout du monde. Il n'est pourtant situé qu'à une heure et demie des côtes de Narbonne.

Depuis cet été, le château de Sibra, sis sur la commune de Lagarde en Ariège, dans le sud-ouest de la France, est une destination de vacances. Propriétaire et hôtesse des lieux, Sibylle Thomke propose sa demeure, le parc de 25 hectares ainsi que plusieurs dépendances pour des séjours de toutes sortes. Cette architecte biennoise a acquis la propriété en 2017 et passé les trois dernières années à la rénover avec une équipe internationale. Une tâche herculéenne. Un exemple: pour préserver le motif d'un papier peint, la jeune femme a déniché une machine historique en Suède, qui lui a permis de le reproduire avec les couleurs originales. Les espaces communs et cinq chambres d'hôtes ont été décorés avec le même soin. Hauts plafonds, moulures en stuc, parquets et tapisseries anciens cohabitent avec des meubles contemporains suisses. Dans l'ancienne ferme du château, renommée «les communs», des appartements ont été aménagés dans le même esprit et souci du détail.

## Tabourets champignons

L'architecte biennoise n'a pas pu s'appuyer sur des plans ou esquisses du château, car ceux-ci ont tous disparu. Tout juste a-t-elle pu compter sur quelques références laissées par la famille Espert, propriétaire du château jusqu'en 1877. Ensuite, le domaine a été acquis aux enchères par Joseph Paul François Villary dit de Fajac. Avec son épouse Pauline, ils ont donné au château son style actuel et laissé quelques archives, comme un précis d'apiculture que pratiquait Pauline. On peut se rendre au rucher d'ailleurs, au milieu du parc. Des peintures florales de la main de Pauline de Fajac en ornent les murs. Dans le jardin encore se glissent d'innombrables œuvres d'art rocaille ainsi que des objets merveilleux et drôles comme des tabourets champignons en béton.

L'ensemble – le parc, le château et les bâtiments agricoles – doit être considéré comme une «ferme ornée», selon un concept apparu au XVIII<sup>e</sup> siècle en Grande-Bretagne, où un domaine rural est aménagé selon des critères esthétiques dans une idéalisation de la vie à la campagne, inspirée du retour à la nature prôné par Rousseau notamment.

Et de fait le parc à l'anglaise de Sibra transporte le visiteur dans une humeur romantique. Les rives du lac invitent à la rêverie, alors que les prairies vertes et grasses en appellent au pique-nique, comme dans un tableau de Manet. Le château de Sibra est une maison d'hôte singulière. C'est aussi l'œuvre d'une vie. ●

## Les secrets d'une demeure historique



### STYLE TROUBADOUR

Le château de Sibra est empreint du style troubadour, une sorte de néogothique à la française, en vogue dans la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, qui utilise des éléments de la Renaissance et du Moyen Âge dans une représentation fantasmée. On en trouve des exemples, entre autres, sur les tapisseries à motifs naturalistes et scènes de chasse dans les pièces du rez-de-chaussée.



### PARC À L'ANGLAISE

Le lac dans lequel se reflète le château est le centre d'un vaste parc à l'anglaise, pourvu de grottes, d'une bambouseraie et de zones boisées où la variété d'arbres est digne d'un jardin botanique. Les commandes du précédent propriétaire, Joseph Paul François Villary dit de Fajac, à son pépiniériste sont des indices précieux pour l'inventaire du parc, dont la restauration a été confiée à l'architecte paysagiste berlinois Thilo.



DE L'ABBAYE D'HAUTVILLERS AUX PLUS BELLES TABLES

DU MONDE, DOM PÉRIGNON POURSUIT SA QUÊTE DE L'EXCELLENCE ET INSPIRE LE MONDE DE L'ART.

# Assemblage artistique

PORTÉ PAR LA COLLABORATION DES PLUS GRANDS ARTISTES, DOM PÉRIGNON DEMEURE LA STAR DES CHAMPAGNES COMME LE CHAMPAGNE DES STARS!

TEXTE LA RÉDACTION

**M**YSTIQUE ET ÉLÉGANTE. Avant-gardiste et baroque. Il suffit de voir le superbe film qui illustre la dernière collaboration artistique de Dom Pérignon avec Lady Gaga: les points communs entre la vénérable Maison de champagne et la chanteuse américaine sautent aux yeux. En point d'orgue: la liberté de création qui pousse à toujours tracer son chemin et à faire entendre sa propre voix.

Pourtant, il y a fort à parier que la Gaga mi-reine flamboyante mi-déesse gothique de ces images (mises en scène par le photographe Nick Knight) aurait provoqué quelque émoi dans les couloirs de l'abbaye bénédictine d'Hautvillers, dont Pierre Pérignon fut, pendant 47 ans, l'intendant et l'économe. Dans ce bâtiment austère situé sur les hauteurs d'Épernay, terroir des grands vignobles de Champagne, l'existence de l'époque est spartiate et rythmée par la doctrine *ora et labora* – «prie et travaille». Mais parce que les nourritures spirituelles ne suffisent pas, le père Pérignon brave son vœu de modestie. Pour renflouer les caisses du monastère, il va créer, selon ses propres mots, «le vin le meilleur du monde». Pour y parvenir, l'homme agit comme aucun avant lui: arrachage des mauvais ceps, ébourgeonnage, sélection des meilleurs raisins... Il s'impose comme le pionnier de la méthode champenoise. Et innove, en créant des as-

semblages de diverses parcelles, en pressurant doucement les grappes de raisin pour obtenir un jus plus clair, en utilisant le bouchon de liège hermétiquement muselé et en laissant le vin vieillir dans des bouteilles renforcées pour éviter qu'elles n'exploient sous la pression de la fermentation. Très vite se répand la réputation de son nectar clair et léger, bien différent des vins rouges qui sont encore légion dans la région. Pierre Pérignon n'hésite pas à faire goûter sa production aux nobles dames de passage. Les vins de Dom Pérignon sont présents à la table de Louis XIV à Versailles où les ladies en sont gaga.

## Mystérieuse alchimie

Les siècles passent et la cuvée Dom Pérignon forge sa légende. Ainsi, depuis 1936 et le vintage 1921, ce vin ne déroge jamais à la règle: assemblage de chardonnay et de pinot noir, il est élaboré à base de grands crus récoltés lors d'un même millésime. Et seulement lors d'années où la vendange s'avère exceptionnelle. Entre 1921 et 2000, seuls trente-six millésimes de blanc et vingt et un de rosé sont sortis des caves.

La réputation de Dom Pérignon en fait l'essence du luxe: on sert un millésime 1949 à la table d'un repas entre le général de Gaulle et John F. Kennedy. James Bond oublie son Martini (*shaken, not stirred of course*) pour en faire son champagne préféré. Marilyn Monroe l'emporte dans son panier de pique-nique.

Richard Geoffroy devient Chef de Cave de

la maison en 1990. On lui doit les concepts de Plénitudes 1, 2 et 3, qui correspondent à des vieillissements différents de certaines bouteilles. Vincent Chaperon lui succède en 2019 et c'est à lui que revient le secret de l'élaboration du champagne. Il est garant de la vision et de l'ambition créatrice de Dom Pérignon.

Pour accompagner cette «ambition esthétique», Dom Pérignon invite les plus grands artistes à laisser libre cours à leurs pulsions créatrices. Karl Lagerfeld sera le premier, en 2005, à prêter son nom et son génie à un projet. Il sera suivi de Jeff Koons, David Lynch, Iris van Herpen. En 2018, Dom Pérignon innove encore avec une collaboration au plus long cours avec Lenny Kravitz, directeur artistique de la marque pendant deux ans. Bouteilles en édition limitée, coffret candélabre, table-bar mais aussi exposition photos sortent du studio de création de ce génial esthète et touche-à-tout. Aujourd'hui, Lady Gaga associe à son tour son univers visuel et sonore à Dom Pérignon, à travers le film *Queendom*, réalisé par l'un des membres de sa «Gaga House», le photographe Nick Knight. Autre pièce maîtresse de la collaboration, un majestueux jéroboam Dom Pérignon Rosé Vintage 2005 doublé d'une sculpture édition limitée, imaginée avec le styliste Nicola Formichetti, et dont les bénéfices de la vente seront reversés à la fondation de Lady Gaga Born This Way. Créativité, générosité... Pour une nouvelle histoire qui, dit-on, ne fait que commencer! ☺

## DE PIERRE À ... GAGA

**1668** Dom Pierre Pérignon entre au monastère d'Hautvillers

**1921** Premier millésime de Dom Pérignon, commercialisé en 1936

**1990** Richard Geoffroy devient Chef de Cave

**2003** Année de la canicule, millésime exceptionnel de Dom Pérignon

**2005** Première collaboration artistique avec Karl Lagerfeld

**2018** Lenny Kravitz devient directeur artistique de la marque

**2019** Vincent Chaperon succède à Richard Geoffroy

**2021** Collaboration avec Lady Gaga

# DEMAIN

# LA MODE

L'HISTORIEN DE LA MODE **OLIVIER SAILLARD** SE RÉINVENTE DANS LA DIRECTION ARTISTIQUE ET RÉFLÉCHIT À L'AVENIR DU VÊTEMENT. SON PROJET? LA MODA POVERA.

TEXTE **SILKE BENDER**

**F**INIE LA MODE à grand spectacle, vade retro les collections croisières où l'on expédie, par avion, des milliers d'invités aux quatre coins du globe: l'esthétique post-corona sera discrète ou ne sera pas, tonnait Giorgio Armani du haut de son Olympe dans une lettre ouverte incendiaire, rédigée sous le choc du premier confinement. À l'époque, beaucoup de gens ont applaudi sa missive. Puis l'eau a coulé sous les ponts et la plupart des grandes maisons de mode ont repris leurs bonnes vieilles habitudes, présentant leurs collections en Chine, à Monaco, à Paris et à Athènes, cédant à l'envie de se faire plaisir sans se soucier du lendemain. Pas Olivier Saillard. Cet homme, né en 1967, aime la mode autant qu'il la critique. Et il est l'un des experts les plus pointus de cet univers. Directeur du Palais Galliera, le Musée de la Mode de la Ville de Paris, entre 2010 et 2018, il s'est fait remarquer avec ses expositions aux concepts innovants et en initiant des performances avec des vedettes comme Tilda Swinton ou Charlotte Rampling. Aujourd'hui directeur de la création chez le fabricant de chaussures français J.M. Weston, à Limoges, il s'occupe du design des collections. Il assume aussi la direction artistique de la Fondation Azzedine Alaïa, à Paris. Dans ce qui fut la maison et le studio du créateur, décédé en 2017, il a monté une exposition, baptisée «Alaïa-Lindbergh», à voir jusqu'au 2 janvier 2022 (*lire page 26*). Il a imaginé ce voyage photographique à travers plusieurs décennies d'amitié et de collaboration entre le couturier et le photographe Peter Lindbergh, en collaboration avec Benjamin, le fils de ce dernier. Dans le café de la cour de la fondation, Olivier Saillard nous explique comment il envisage de revitaliser l'industrie de la mode et le concept galvaudé du luxe.

**Monsieur Saillard, parlez-nous de votre tout dernier projet, *moda povera*, que vous avez présenté en été, lors la Semaine de la haute couture...**

Je me vois comme un couturier du dimanche – une espèce rare qui n'a pas envie de faire commerce de sa passion. La *moda povera* consiste à donner des vêtements basiques à des professionnels de la haute couture, qui les modifient et en font des pièces uniques. Des étudiants en mode les aident dans cette démarche, recevant au passage leurs connaissances artisanales. Cette fois-ci, ils ont déconstruit des costumes masculins bon marché en taille 8XL de chez Kiabi, à 45 euros la veste et 25 euros le pantalon, avec d'anciennes modélistes de Madame Grès et de Balenciaga. La *moda povera* a aussi une dimension de conservation. Nous vendons les pièces directement sur place, comme un maraîcher ses produits au marché lorsqu'ils sont mûrs. Comme eux, nous nous passons d'étiquettes.

**Est-ce votre manière de commenter le renouveau de la mode, vivement critiquée lorsque boutiques et usines ont fermé à cause du coronavirus?**

Mon projet de *moda povera* a vu le jour avant la pandémie. La première édition de ce mélange entre performance et défilé de mode sans spectacle remonte à 2018. Je suis intimement convaincu que l'industrie de la mode doit changer de logique. Il a peut-être fallu ce virus pour amorcer l'autorégulation qui s'imposait depuis longtemps. L'histoire de la mode se souviendra probablement de la décennie 2010 comme celle de la plus grande et de la plus inutile des surproductions. Cette industrie est le deuxième plus grand pollueur de la planète, et cela doit cesser. Nous avons besoin d'air! Nous étouffons sous les défilés, les vêtements qui se ressemblent, l'uniformité! Nous avons besoin de moins de mode, mais d'une mode meilleure.

**À quoi pourrait-elle ressembler?**

Je pense que les consommateurs les plus conscients jetteront désormais leur dévolu sur des modèles de meilleure qualité, plus intemporels, voire plus minimalistes. Des pièces qu'ils porteront davantage



Historien de la mode, Olivier Saillard porte un regard critique mais constructif sur l'évolution de l'industrie textile et son avenir.

qu'une ou deux saisons. Ils s'intéresseront aussi davantage aux conditions de production de la mode. Les vêtements offrent souvent une image contrastée de leur époque. Dior n'est pas devenu une star de l'après-guerre par hasard. Alors que l'on manquait de tout, que les villes et les usines étaient en ruine, il coupait des robes de princesse dans d'impressionnantes quantités de tissu. Il faisait rêver les femmes, qui en oubliaient la réalité. Aujourd'hui, alors que nous vivons dans l'abondance et jetons un nombre inimaginable de vêtements, nous aspirons à une nouvelle simplicité. Nous avons envie d'une mode à porter avec bonne conscience.

**Depuis au moins deux ans, la branche s'efforce de verdir son image. De Kering à LVMH, on a lancé des programmes pour l'environnement et des mesures pour produire de façon plus équitable et plus propre. Cela ne suffit-il pas ?**

C'est bien sûr un pas dans la bonne direction. Mais rien de tel pour préserver les ressources que produire moins et plus localement. Je suis convaincu que nous pourrions nous en sortir en revenant au cycle de production des années 1930. Et tout le monde serait bien habillé.

**Les activistes de l'environnement appellent à boycotter la mode et à n'acheter que de la deuxième main. En ligne, le marché des vêtements déjà portés est en plein essor. Est-ce une alternative ?**

Non, je ne pense pas. Aujourd'hui, la logique veut que l'on considère un modèle de la saison précédente comme du vintage. On ne casse pas le rythme, on se contente de le reproduire à l'infini. Alors que l'idée serait plutôt d'acheter uniquement des pièces que l'on va garder.

**En plein confinement, Giorgio Armani a écrit une lettre ouverte dans laquelle il s'attaquait violemment à la surproduction et aux cycles de collections toujours plus serrés, les qualifiant d'«absurdes» et de «criminels». Le monde du luxe, oubliant qu'il a besoin de temps pour se réaliser et être apprécié, a calqué ses méthodes de**

**distribution sur celles de la fast fashion. Pourquoi une telle aberration ?**

Tout a changé en 2009, lorsque les grands créateurs, autrefois indépendants, ont tiré leur révérence. Yves Saint Laurent était mort, Alexander McQueen s'est suicidé peu après, puis Christian Lacroix a jeté l'éponge, tout comme Helmut Lang et Martin Margiela. Un nouveau chapitre commençait. Les grands groupes ont pris le pouvoir, amenant aux commandes des créateurs qui faisaient passer les intérêts commerciaux au premier plan, sans jamais oser tordre le cou à la mode, comme tous les grands l'ont fait. Seule exception: Phoebe Philo chez Céline. Tous les autres se sont retrouvés prisonniers du système.

**Mais vous êtes aussi directeur de la création chez J.M. Weston, n'est-ce pas une contradiction ?**

J.M. Weston ne fait pas de la mode, mais des chaussures, entièrement fabriquées à Limoges. On peut les porter vingt ans et les faire réparer. Ma mission consiste à imaginer environ onze modèles de base, de véritables classiques, qui existent pour certains depuis les années 1930, et à leur donner une allure contemporaine en procédant à quelques petites retouches. Évidemment, la marque pourrait gagner plus d'argent en délocalisant une partie de la production en Chine et en ouvrant davantage de boutiques. Mais nous sommes satisfaits de ce que nous gagnons et fiers d'offrir 250 places de travail à Limoges.

**Vous dirigez la Fondation Azzedine Alaïa. Pourrait-on s'inspirer de sa façon de travailler et de son image ?**

C'est sûr. Toute sa vie, il a visé la perfection technique. Il ne s'est jamais considéré comme un designer, mais comme un tailleur, un artisan au plus beau sens du terme. Dès les années 1990, lorsque les collections et donc les ventes se sont multipliées, il est sorti du système. Il a continué à ne présenter que deux collections par an, à son rythme, autrement dit, quand il était prêt, et non quand le calendrier de la mode parisienne l'exigeait. Une décision commercialement



## LA MODE AUTREMENT

### À GAUCHE

En 2018, le Palais Galliera, sous la direction d'Olivier Saillard, présente la première rétrospective consacrée à Martin Margiela.

### EN HAUT MILIEU

En juin dernier à Rome, lors de la performance «Incarnar Pasolini» avec Tilda Swinton dans le rôle principal, conçue par Olivier Saillard, avec les costumes de Danilo Donati, réalisés pour les films de Pier Paolo Pasolini.

### EN BAS MILIEU

Pour le fabricant de chaussures haut de gamme J.M. Weston, Olivier Saillard imagine 11 modèles chaque année en revisitant à peine les classiques de cette maison de Limoges.

### À DROITE

Présenté lors des semaines haute couture, la collection *moda povera* s'appuie sur la transformation de vêtements basiques déjà existants en des pièces uniques.

risquée, qui n'est pas allée sans poser quelques problèmes au départ, mais s'est avérée payante sur le long terme. Il s'est même attaqué à Anna Wintour et au magazine américain *Vogue*, ce que pratiquement aucun créateur de mode n'avait osé faire. Et cela n'a pas empêché ses ventes d'augmenter. Preuve s'il en faut qu'il y a plusieurs manières de tirer son épingle du jeu en mode sans forcément devenir un esclave du système.

### Les défilés ne vont pas pouvoir se dérouler comme avant ces prochains temps. Quelles sont les alternatives au streaming en direct ?

Les spectacles numériques ne sont qu'une voie de secours. Comme un opéra ou un spectacle de danse, la mode ne passe pas à la télévision. Il lui manque la tridimensionnalité, l'ambiance, les émotions et tout ce qui se joue entre le public et le podium. Réunir plusieurs collections sur une longue période et les présenter directement dans l'atelier d'une maison, dans un cadre intimiste, me semble une solution plus chic et contemporaine. C'est d'ailleurs ce que nous faisons très modestement avec *moda povera*. Ce qui se passe déjà dans certains showrooms après le défilé me paraît souvent beaucoup plus poétique et plus humain que le show qui précède. Et il faudrait effectivement renoncer aux défilés croisières, comme Armani nous y invite. Emmener des milliers de gens en avion au milieu de nulle part pour un spectacle de onze minutes, c'est de la folie pure et cela devrait même être interdit. C'est tout simplement vulgaire.

### Mais cela exclut beaucoup de choses...

Si la démocratisation de la mode est souhaitable, elle a atteint ses limites. Tout le monde ne peut pas être partout en permanence. Ce réflexe de surconsommation caractéristique de notre temps n'est pas seulement un problème dans ce domaine, il est présent à tous les niveaux de la société, du tourisme au cinéma en passant par la littérature et l'art. Là aussi, expositions, biennales et foires se succèdent. Il m'arrivait d'observer les visiteurs qui se pressaient au Palais Galliera, suivant consciencieusement l'audioguide ou réalisant des selfies. Je me demandais s'ils apprenaient vraiment quelque chose ou s'ils se contentaient de consommer à vide en traversant les musées et en passant d'un défilé à l'autre.

### Comment lutter là contre ?

Nous avons un besoin urgent de temps, de médiation et d'un regard plus affûté. Les gens doivent être capables de reconnaître la qualité et ne plus acheter aveuglément une marque ou courir après le nom d'un artiste connu. Jadis, je voulais n'ouvrir le musée qu'à un nombre restreint de visiteurs. Et faire durer les expositions beaucoup plus longtemps. On m'a traité de fou. Mais nous y voilà.

### Comment la mode peut-elle se réinventer dans le domaine du luxe ?

Il faut créer des pièces assez bien faites pour rester belles dix ans et donner envie de les porter tout aussi longtemps. Ce n'est qu'en

renouant avec la qualité, la technique de coupe et une véritable exclusivité que le produit retrouvera sa dignité. Comme les montres de luxe ou les meubles classiques, on devrait garder ses vêtements toute une vie. J'aimerais que la mode renoue avec la taille et l'exclusivité des grandes maisons à leur naissance. De plus petites structures créeraient aussi davantage de places de travail que les grands groupes. Et il faudrait soumettre la fast fashion à une sorte de taxe sur les émissions. On pourrait utiliser ces sommes pour aider les petites entreprises de mode alternative.

### Quel est votre rapport personnel à la mode ?

Je me suis fabriqué une sorte d'uniforme : je possède environ cinq pantalons bleus, tous coupés comme des vêtements de travail. Je les porte généralement avec une chemise en jeans, une cravate vintage et des chaussures J.M. Weston. Réduire mon vestiaire m'a simplifié la vie.

### Votre dernier achat vestimentaire ?

Un bleu de travail, acheté au supermarché pendant le confinement. J'étais chez ma mère pour l'aider à entretenir sa maison et son jardin et c'était le seul endroit du pays où l'on pouvait acheter des vêtements. Je l'ai payé 19 euros. Il est magnifiquement bien coupé, solide et confortable. Les vêtements de travail pourraient devenir la nouvelle tendance. C'est déjà le cas au Japon, où les jeunes gens ont adopté les tabliers de boucher! ☺



## Alaïa et Lindbergh en miroir

**Exposition** Entre le tailleur tunisien et le photographe allemand, l'entente se passait de mots. La Fondation Azzedine Alaïa à Paris présente cette complicité créative, exposant robes et images en un face-à-face évident où le noir, entre autres, tient lieu de langage commun. Jusqu'au 2 janvier 2022, [www.fondationazzedinealaia.org](http://www.fondationazzedinealaia.org)



**FLEXFORM**

**Gregory XL**  
canapé modulaire

Antonio Citterio Design  
Made in Italy  
flexform.it

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



1931



**Tourner le dos au temps**

D'abord, il y a cette couleur verte, évocatrice des forêts de pins situées aux alentours de la Manufacture Jaeger-LeCoultre à la Vallée de Joux. Puis, cette carrure très Art déco. L'adéquation est parfaite entre le modèle créé sur un terrain de polo en 1931 (à gauche) et le modèle 2021 (à droite): une certaine idée de l'élégance qui perdure. La Reverso a traversé presque un siècle sans prendre une ride. Mieux, ses rééditions sont d'un chic à couper le souffle. On les voit au poignet d'élégants de tout âge et nul ne prend ombrage d'avoir la même que son voisin, puisqu'il existe de multiples déclinaisons. La légende est insubmersible.

**Jaeger-LeCoultre**  
Reverso Tribute Small Seconds, acier, 45,6 x 27,4 mm, mouvement à remontage manuel, étanche à 30 m, 8150 fr.

# Cultiver la mémoire

PRESQUE À L'IDENTIQUE OU LÉGÈREMENT ACTUALISÉS, D'ANCIENS MODÈLES PHARES RÉAPPARAISSENT DANS LES COLLECTIONS ACTUELLES. UN VENT DE NOSTALGIE QUI S'AVÈRE TRÈS PORTEUR COMMERCIALEMENT PARLANT.

TEXTE MATHILDE BINETRU Y

**L**E GRENIER est la nouvelle boîte de Pandore. Si, si. C'est l'endroit où les horlogers puisent leur meilleure inspiration du moment. Ils y trouvent les montres emblématiques qui ont fait les grandes heures de leur histoire et de leur succès. Là, une Reverso (Jaeger-LeCoultre, 1931), plus loin une Speedmaster (Omega, 1957) et, en cherchant bien, on doit tomber sur une Daytona (Rolex, 1963). Ces dernières années, il est devenu impossible d'acquérir ces pièces mythiques aux enchères, alors le meilleur moyen de proposer un morceau du rêve, c'est de lancer une ligne qui s'en approche au plus près. Sans compter que ces créations bénéficient d'un énorme capital sympathie dont il serait dommage de se priver. L'horlogerie marche sur les pas d'Adidas, qui a relancé, en 2014, sa célèbre Stan Smith (1964), le plus gros succès commercial dans l'histoire de l'équipementier allemand, mais aussi de Prada, dont le sac Bowling (2000) a fait un excellent comeback en 2020, tout comme Fendi avec son sac Baguette (1997), un it bag rectangulaire redevenu best-seller en 2020.

**Rappeler un héritage fastueux**

A l'origine de ce qui est en train de devenir une tendance de fond, il y a sans doute l'attrait du moment pour la seconde main et le goût du vintage. Et, comme les marques horlogères ne veulent pas rester spectatrices du mouvement, elles surfent sur le désir nostalgique de leurs clients. Le bénéfice est multiple. D'une part, l'icône a de la matière à disposition: histoire, croquis, images d'époque... Avec un peu de chance, un exploit a même consacré le lancement de la pièce (la Moonwatch d'Omega a par exemple marché sur la Lune en 1969 au poignet de Buzz Aldrin). L'autre avantage du propos, c'est que la réédition rappelle un héritage fastueux qui permet d'initier le public jeune et de réactualiser un emblème pour la génération précédente. C'est enfin un moyen de

ne pas se soumettre aux aléas d'une mode trop volatile. Le passé, le présent et le futur réunis, le graal! La stratégie marketing ne fonctionne évidemment que si le modèle cohabite avec des lignes plus contemporaines et audacieuses qui, elles, attestent d'un esprit avant-gardiste.

**Comment le passé peut devenir tendance**

Avant de réussir un magnifique retour comme Nike avec ses baskets Air Jordan, le chemin est sinueux. Pour que la réinterprétation réussisse, il faut respecter quelques règles. D'abord, ne point trop s'écarter du modèle de référence de son aînée tout en y ajoutant quelques variations: un cadran plus épuré, des chiffres lisibles modernes, un diamètre révisé... La tendance est d'ailleurs plutôt à la baisse de ce côté-ci. Audemars Piguet a ainsi réduit le diamètre de ses Royal Oak et propose par exemple cette année une version en 34 mm. IWC, qui équipait les aviateurs des années 1940 avec des gabarits immenses pour leur permettre la lecture de l'heure plus facilement en vol, a également fait subir une cure d'amaigrissement à sa Big Pilot, passant de 46 à 43 mm. Autre ingrédient: adapter le design aux standards de l'époque. La virilité est donc de mise sur les carrures, les lunettes et les bracelets des montres sport. Les pièces plus sages misent, elles, sur le côté esthétique, adoptent des lignes sobres, voire intègrent de la nacre au cadran. Dans tous les cas, ces réalisations sont équipées de calibres de dernière génération, *update* technique oblige. La cerise sur le gâteau? Proposer une édition limitée, jouer sur une collaboration, capitaliser sur un anniversaire et la demande flambera.

Quand une marque parvient à ce résultat hybride, c'est la gloire au bout du chemin. A condition de ne pas négliger le facteur «air du temps». Le timing doit être parfait. Mais ce n'est pas aux horlogers que l'on va apprendre cela. ☺



2000



### Voyage à travers le temps et le son

Un directeur du studio de création horlogerie – Anaud Chastaingt – aux manettes, une robe de céramique noire, 12 touches de couleur sur le cadran, une lunette électrisante: Chanel réveille en 2000 sa J12 (à gauche) avec une réédition très pop en 2021 (à droite). Tout en elle rappelle la culture électro. C'est une pièce joyeuse, excentrique, chromatique, qui se fond dans le noir, couleur emblématique de l'histoire de la maison. «Chez Chanel, la liberté de création et l'excellence du savoir-faire sont indissociables. Chaque montre conjugue ces deux exigences, rappelle Anaud Chastaingt.» On retrouve ainsi dans cette création à la fois l'esprit chic de Coco Chanel et la liberté, l'irrévérence du monde de la nuit.

**Chanel J12 Electro**, édition limitée à 1255 pièces, céramique noire et acier, 38 mm, mouvement automatique, étanche à 200 m, 7550 fr.



1978

### L'art de surfer sur le passé

Les vrais fans doivent se souvenir de son aînée, la Heuer Ref. 844 (à gauche). Dès 1978, elle explore les abysses tout en résistant à la pression des profondeurs et fait le bonheur des plongeurs professionnels. La version 2021 (à droite) décline ses index et aiguilles en Super-LumiNova®, propose une lunette tournante avec échelle de 60 minutes et affiche une étanchéité à 300 mètres. «C'est la montre de tous les défis, selon Frédéric Arnault, PDG de TAG Heuer. Elle est l'histoire d'un garde-temps tant aimé que l'on a modernisé comme rarement. Des limites une fois de plus repoussées, des fonctionnalités de pointe, une esthétique audacieuse et caractéristique, et la promesse de vous suivre partout, même dans l'extrême.»

**TAG Heuer Aquaracer Professional 300**, édition limitée à 844 pièces, titane, 43 mm, mouvement automatique, étanche à 300 m, 4250 fr.



1977



### Must have horloger

Vue d'en haut, elle fait penser à un char d'assaut: les brancards pour les chenilles et le boîtier pour l'habitacle. Quand en 1917, Louis Cartier imagine cette montre au design inspiré des tanks de Renault, il ne se doute pas qu'elle va devenir l'une des montres de forme les plus emblématiques de la maison. Entrée dans la famille des Must en 1977 (à gauche), elle propose en millésime 2021 un modèle sobre et chic (à droite). «Plutôt que de tenter de la rajeunir, nous avons capitalisé sur son classicisme jusque dans les moindres détails, raconte Marie-Laure Cérède, directrice de création horlogerie. Cela passe ainsi par la préciosité d'un remontoir cabochon perlé et le retour de la traditionnelle boucle ardillon sur bracelet cuir.» Côté nouveautés: ses brancards sont arrondis et son cadran a été revisité.

**Cartier Tank Must**, acier, 41 x 31 mm, mouvement automatique, étanche à 30 m, 3550 fr.



1970

### Fringante quinqu!

Cette collection, c'est de l'adrénaline pure. Du premier Oysterdate de 1970 (à gauche), en passant par le modèle Prince Oysterdate (1995) jusqu'au dernier Black Bay Chrono de 2021 (à droite), tous ses chronos sont un mix de robustesse et de fonctionnalité. La nouveauté 2021 marie ces héritages dans un chronographe sportif de puriste, aux sous-compteurs contrastés. Le calibre high-tech est automatique, avec roue à colonnes et embrayage vertical. On y retrouve les fameuses aiguilles «Snowflake», signature des montres de plongée de la marque depuis 1969, le dessin des poussoirs inspiré par la toute première génération de chronographes Tudor. Le bracelet en acier? C'est la touche de virilité absolue.

**Tudor Black Bay Chrono**, acier, 41 mm, mouvement automatique, étanche à 200 m, 4950 fr.



1959



### Reine des mers

Malgré son emblème de sablier ailé et ses liens avec l'aviation, Longines n'a pas uniquement forgé son histoire avec des instruments dédiés aux pilotes. La preuve avec la Legend Diver de 1959 (à gauche), montre de plongée qui a inspiré la nouvelle Legend Diver Watch, 2021 (à droite). Comme dans le modèle original, pas de lunette tournante mais un rehaut rotatif interne – gradué sur 60 minutes – et deux couronnes (à 2 h pour manipuler le rehaut, à 4 h pour régler l'heure et la date). Côté design, le cadran brun et le bracelet assorti s'accordent parfaitement au côté vintage de la réédition. Avec cet esprit rétro, l'héritière ressemble à s'y méprendre à son inspiratrice. Au jeu des sept erreurs, on perdrait.

**Longines Legend Diver Watch**, acier, 42 mm, mouvement automatique, étanche à 300 m, 2260 fr.



1950

### A la conquête des airs

C'est un mythe. Tout au long de sa prestigieuse histoire, Breguet a produit les modèles les plus recherchés par les collectionneurs: les Type XX des années 1950 (à gauche) qui ont volé dans les cockpits des avions militaires avant de passer aux poignets des pilotes civils et de conquérir le cœur des amateurs de belle mécanique. Pas n'importe quel chrono donc... Normal dès lors que la marque ait envie de rendre hommage en 2021 à cette référence avec la Type XXI 38 15 (à droite). Son design est plus contemporain et viril que son aînée, via un ADN résolument sportif. La fonction historique retour en vol est là pour rappeler que, oui, son destin est toujours dans les airs.

**Breguet Type XXI 3815**, édition limitée à 250 pièces, titane, 42 mm, mouvement automatique, étanche à 100 m, 14 500 fr.

**PHÉNOMÈNE**



La broche à l'épaule  
pour la collection  
hommes printemps-été  
2022 de Jil Sander.

# UNE BROUCHE ET C'EST TOUT

SUR L'ÉPAULE, AU MILIEU DU COL, SUR UNE MANCHE... MAIS SURTOUT PAS AU REVERS! LA BROUCHE EFFRONTÉE REVIENT EN FORCE, AVEC UN NOUVEL ART DE L'APPARAT.

TEXTE RENATA LIBAL

**C**HERCHEZ LE POINT COMMUN entre sa Majesté Élisabeth II et le comédien franco-américain Timothée Chalamet... L'une a 95 ans, l'autre en compte 26; l'une vit en son château, gère les bisbilles familiales et s'adresse à son peuple; l'autre s'est séparé de Lily-Rose Depp et combat les forces du mal dans la saga de science-fiction *Dune* qui sort ces jours.

Et pourtant! Si éloignés que ces deux héros modernes puissent paraître, ils comptent au moins une passion esthétique commune: le goût de la broche. Sa Majesté affiche régulièrement une pièce de sa vaste collection estimée à une centaine de spécimens, comme ce nœud en or blanc serti de diamants, hérité de son arrière-arrière-grand-mère, la reine Victoria. Timothée Chalamet ne dispose certainement pas d'un tel patrimoine, mais la broche qu'il a épinglée à son bomber, sur le tapis rouge des Academy Awards l'an dernier, avait peu à envier aux bijoux de la reine: il s'agissait d'une pièce Cartier de 1955, sertie de diamants et de magnifiques rubis de Birmanie.

## Donner de la voix

L'affaire est claire: la broche connaît actuellement un spectaculaire retour en grâce et s'affiche comme une fanfaronnade à l'encontre de la morosité ambiante et du penser-gris. En porte-flambeau du mouvement, les stars, bien sûr. On se souvient de Lady Gaga chantant l'hymne national américain à l'investiture de Joe Biden: elle arborait sur toute l'épaule gauche une broche géante en forme de colombe dorée, signée Schiaparelli. L'appel à la paix est transparent et renoue avec toute une tradition de langage caché au cœur du bijou. Ainsi, Madeleine Albright, la célèbre secrétaire d'État américaine à la fin du siècle dernier, durant l'administration Clinton, s'est fait une réputation en adaptant ses broches à toutes ses rencontres diplomatiques, comme autant de messages subliminaux à ses interlocuteurs. Ainsi, alors que Saddam Hussein la traitait de «serpent unique en son genre», puisqu'elle dénonçait violemment son comportement après la guerre du Golfe, Madeleine Albright a porté une broche en forme de serpent durant les séances de négociation. Histoire d'annoncer à qui le leader irakien avait effectivement affaire. Et quand, plus tard, elle s'est retrouvée, lors d'un sommet sur la situation en Tchétchénie, face à Vladimir Poutine, elle avait accroché à son corsage les fameux trois singes de la sagesse, dont l'un se bouche les oreilles, le deuxième tient sa bouche coite, alors que le troisième s'obscurcit les yeux. Le président russe n'a pas aimé qu'elle résume ainsi sa vision politique. Une autre

encore? L'abeille agressivement jaune à son épaule, pour signifier à Yasser Arafat qu'elle était prête à piquer si les discussions n'avançaient pas plus vite. La diplomate pêchait indifféremment son vocabulaire public dans les brochantes, comme chez les joailliers et dans les boutiques de souvenirs. Elle en recevait aussi, parfois, en cadeau. Sa collection a d'ailleurs largement circulé autour du monde, en une exposition itinérante qui a donné lieu, en 2009, à un livre, *Read My pins* («lisez mes broches», jeu de mots avec l'expression *Read My Lips*, «lisez sur mes lèvres»). Une broche se voit, s'assume, un peu à la manière d'un message militant sur un t-shirt – en version plus délicate. De quoi concurrencer, avec esprit, les tweets incendiaires.

## Les garçons en première ligne

Mais outre la longue tradition de messages codés, la broche nouvelle manière réjouit surtout par sa façon désinvolte de se poser sur les tenues masculines comme féminines. Clairement, les hommes viennent redonner une coolitude bienvenue à cet accessoire qui a longtemps dormi dans les tiroirs. L'acteur Jared Leto arbore une broche en double G étincelant pour assister au défilé de son ami Alessandro Michele, directeur artistique de Gucci. Lequel Alessandro joue de la broche avec bonheur, comme en atteste par exemple ce gros modèle brodé, qui représente... trois chatons cachés dans des pelures de bananes. Regé-Jean Page, le beau duc de Hastings de *La Chronique des Bridgerton*, porte, lui, dans la vraie vie, un veston Alexander McQueen déjà décoré de trois broches perlées. Même Antonio Banderas assume une élégante guirlande florale sur son smoking, ce qui contraste délibérément – et gracieusement – avec des traits taillés à la hache. Ce qui s'appelle porter beau!

Plus généralement, ce qui démemérisse actuellement la broche, c'est l'envie d'en jouer. Selon Mary-Ethel Simeonides, la très élégante responsable de presse du joaillier Van Cleef & Arpels, il ne faut jamais, au grand jamais, porter la broche au revers. Surtout si on est femme. «Il n'y a rien de plus ennuyeux!», assure celle qui aime accrocher ses fleurs serties au bas de la manche de sa veste. La broche entre le sein et la clavicule, ça vous plombe une silhouette. Il faut cultiver l'art de l'insouciance, suivre son inspiration.» Ainsi, une nuée de papillons peut venir animer une épaule, comme s'ils venaient de se poser là, par quête de repos et mégarde poétique. Un panier de fruits? Il s'accroche bien en vue, comme une gourmandise assumée, sous l'arrondi d'un col roulé. Par exemple. Ou sur un ruban gros grain au cou?

Le moment est donc venu d'écumer les collections familiales, pour réveiller les trésors anciens. Et éventuellement les offrir à un bel homme qui n'a peur de rien. ●

## Broches stars



**Nature.** L'inspiration naturelle est un grand classique dans l'univers des broches, avec moult insectes qui font mine de s'être posés là par hasard. Cette libellule Van Cleef & Arpels, en or blanc, saphirs et diamants (15 350 fr.), en est un délicat exemple.



**Fantaisie.** Cachez ce sein? Mais non, affichez-le! Cette broche Schiaparelli en forme de téton de 7 cm de diamètre, en métal doré, affiche aussi un piercing en argent et coûte 600 euros. À porter au nombril, comme un troisième œil?



**Patrimoine.** Cette pièce haute joaillerie de Cartier capte l'attrait actuel pour des pièces d'esprit régali. En platine et or, avec diamants et cabochon de rubis (env. 30 cts).

BORN IN LE BRASSUS



**AUDEMARS PIGUET**  
*Le Brassus*



RAISED AROUND THE WORLD



BOUTIQUES AUDEMARS PIGUET : GENÈVE | ZÜRICH

# OISEAUX DE NUIT

NUANCES DE NOIR, POUR TRAVERSER LA NUIT, TRAVERSER LA VIE,  
EN ÉLÉGANCE ABSOLUE. UNE RÉFÉRENCE ÉTERNELLE.

PHOTOS BENOIT PEVERELLI STYLISME SIMON PYLYSER



Veste de smoking en laine avec col en satin, chemise tomboy en coton, pantalon de smoking en serge de laine, nœud papillon en soie, sandales en cuir, *Celine par Hedi Slimane*.

À DROITE Manteau cintré en satin, chemise en satin, pantalon droit en satin, *Fendi*.  
Montre Code 11.59 by Audemars Piguet  
Chronographe Automatique, 41 mm, or gris, *Audemars Piguet*





Veste slim fit noire en laine vierge, chemise noire en coton, pantalon noir en laine et mohair, **Givenchy**. Celine ranger derby en cuir de veau, **Celine par Hedi Slimane**.

À DROITE Cape longue sans col noire en laine et mohair, **Givenchy**. Top drapé dos nu en chiffon lurex rayé et jupe culotte en drap de laine, **Alexandre Vauthier**. Sac en cuir de veau, **Celine par Hedi Slimane**. Montre Royal Oak Automatique, 34 mm, céramique noire, **Audemars Piguet**.



**MODE**





Veste noire double croisé, manches kimono, taille étroite, chemise sans col à plastron en popeline de coton blanc et pantalon slim en gabardine de laine noire, **Alexander McQueen**. Derbies en cuir vernis, **Dries Van Noten**.

À GAUCHE Veste noire en tweed de laine, top rose foncé en jacquard de soie, pantalon noir en denim et mousseline de soie, **Chanel**. Montre Code 11.59 by Audemars Piguet Chronographe Automatique, 41 mm, or gris, **Audemars Piguet**.



Mini Robe à col coulissé en faille éco-responsable et jupe boule en faille recyclée, **Potou**.  
Cuissardes en cuir de veau, **Hermès**.

**Direction artistique** Géraldine Dura  
**Production** Endrit Nurcaj  
**Assistants photo** Valentin Woeffray  
**Coiffure et maquillage** Tilia Novotny  
**Modèles** Chiara Corridori et Lev

CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ  
EN PARTENARIAT AVEC AUDEMARS PIGUET

# Audacieux contrastes

COMBINAISONS DE MATÉRIAUX INÉDITES, VOLUMES À GÉOMÉTRIE VARIABLE, JEUX DE LUMIÈRE... LES DERNIÈRES CRÉATIONS AUDEMARS PIGUET MAGNIFIENT LES DÉTAILS DE SOPHISTICATION ULTIME.

TEXTE LA RÉDACTION

**L**A RÈGLE EST BIEN CONNUE des amoureux des villes. L'interaction entre la forme et la matière n'est jamais aussi impressionnante qu'à travers le prisme de l'architecture. Il suffit d'une promenade dans Genève, comme dans les pages mode qui précèdent, pour s'en convaincre. Ressentir la cité calviniste de nuit rend l'expérience encore plus intense, comme si l'on éprouvait de l'intérieur les rythmes du bâti et les jeux subtils de la lumière. Cette sophistication délicate, l'horloger suisse Audemars Piguet veille à l'apporter dans chacune de ses créations. Noir sur noir peut-être, mais chaque parcelle de métal reflète la nuit différemment, chaque courbe de boîte fait entrer la pièce dans un monde différent selon l'angle duquel on l'admire. Et voici comment cela arrive: outre sa célèbre virtuosité dans les mécanismes horlogers, la marque manie avec brio le jeu et les contrastes des formes et des matières, unissant l'ultra technologique au contemporain, la forme historique à l'angle inédit.

Si ce jeu de référence fonctionne, c'est grâce en partie à l'histoire et à l'expertise de la manufacture. Elle a marqué les esprits, chaque décennie ayant vu naître des pièces mémorables, tant en matière de forme de boîte que d'esthétique de cadran. Mais aussi grâce à l'utilisation de matières insolites. Des exemples? Impossible de ne pas citer ici la naissance de la Royal Oak en 1972, avec, pour la première fois, l'utilisation de l'acier en guise de métal précieux. Son apparence brute et masculine en fera bientôt un modèle de référence.

Rendre des métaux high tech accessibles au poignet, c'est ensuite le défi du tantale (1988) ou encore de l'alacrite (2002), un superalliage d'une dureté incomparable, dont le prix au kilo est de deux à trois fois celui de l'or. Les années 1980 consacrent, elles, l'avènement de la céramique, plus spécifiquement pour la réalisation de bracelets. Elle sera utilisée sur des éléments tels que la lunette, la carrure, la couronne ou encore les poussoirs. En 2006, la Royal Oak Offshore Rubens Barrichello Chronographe II sera la première montre Audemars Piguet ornée d'une lunette en céramique, complétée par des poussoirs et une couronne assortis. Puis ce sera au tour de la collection Royal Oak d'intégrer la céramique noire en 2017. Dotée d'une boîte de 41 mm, la Royal Oak Calendrier Perpétuel adopte alors un style raffiné entièrement noir. Dernières réalisations en forme d'apothéose: la Royal Oak Automatique 34 mm (*lire ci-contre*) et la Code 11.59 by Audemars Piguet Chronographe Automatique 41 mm.

Cette quête du dialogue subtil entre les formes et les matières novatrices, cette maîtrise des contrastes, ces alternances de rondeurs et d'angles participent pleinement à la vision d'Audemars Piguet. C'est de leur mise en scène que naît l'émotion. L'amateur de belle horlogerie est ébahi devant les audaces, incrédule devant la virtuosité des artisans, fasciné par l'alliance du matériau technologique avec de l'or rose ou de l'or blanc. Les finitions de la boîte sont toutes réalisées à la main dans les moindres détails, en intégrant la succession de chanfreins polis et satinés, signature de la marque.

## Si chic carrure

Pour Sofia Candeias, responsable du département produit et design, le dernier Chronographe automatique Code 11.59 by Audemars Piguet incarne pleinement cet esprit: «Les équipes ont une fois de plus repoussé leurs limites pour relever les défis techniques consistant à combiner une carrure en céramique noire à une lunette, des cornes et un fond en or. Le satinage vertical du cadran devait également être parfaitement aligné avec les traits tirés de la boîte, insiste-t-elle. Cette pièce fait évoluer la collection Code 11.59 by Audemars Piguet avec une combinaison de matériaux inédite et des décorations sur le cadran qui s'ajoutent à la myriade de détails de la montre.»

C'est fluide. Voilà le mot. La multitude de détails raffinés laisse couler la lumière, pour une mise en scène captivante et versatile. La chose à retenir: la carrure a été conçue en collaboration avec l'entreprise familiale suisse Bangerter, spécialisée dans la production de composants de précision, carbure de tungstène et autres matériaux extra-durs. Comprendre: un processus industriel complexe est à l'origine de la carrure si chic et totalement glamour de la pièce. Celle-ci appelle le toucher, fait miroiter les sensations, quand chaque geste illumine la montre différemment. L'émotion jaillit de la passion du savoir-faire horloger. ●



Zoom sur l'architecture aux détails miniatures qui bâtit, au poignet, des volumes en matières contrastées.



## MINI BLACK TIE

Après le monopole des diamètres XL, place au minimalisme avec ce nouveau modèle de 34 mm en céramique noire, le premier conçu pour les poignets plus fins. Qui dit petit par la taille dit grand par les détails: touches d'or rose (contraste bicolore raffiné), cadran noir avec motif Grande Tapisserie, index appliqués et aiguilles Royal Oak en or rose avec dépôt luminescent. La Royal Oak Automatique combine technologie de pointe et savoir-faire ancestral, le tout piloté par un mouvement automatique, le Calibre 5800, doté d'une réserve de marche de 50 heures et d'une étanchéité jusqu'à 50 mètres de profondeur. Tout cela en si peu d'espace...



# **SORTIR COUVERTS**

S'ENVELOPPER: TOUT UN ART! CINQ VÊTEMENTS  
POUR DONNER L'ALLURE DE L'AUTOMNE.

TEXTE **RENATA LIBAL** SÉLECTION **ENDRIT NURCAJ**

## Le bomber

### Armure contemporaine

**XXL** Il peut être brillant, comme chez **Sacai** (*ci-dessous*). Il peut – doit? – aussi être voyant comme le modèle **Stella McCartney** (*page de gauche*). Il est parfois si anguleux qu'on le dirait découpé à la hache (chez Rick Owens), et souvent très court à la taille. Mais il est toujours, mais alors vraiment toujours, surdimensionné, comme une carapace molletonnée dans laquelle se prémunir contre la dureté des temps. Quitte à porter le blouson bomber par-dessus le costume, qui lui-même est déjà protecteur. On ne se couvre jamais assez.



## Le catsuit

### La tenue des super-héros

**Comic strip** Comme celle de Catwoman ou Spiderman, la combinaison une pièce confère des pouvoirs sumaturels à qui ose l'enfiler, non? Mais contrairement au latex moultant des héros de film ou de bande dessinée, les catsuits du moment sont souples et doux au toucher à l'instar de ce modèle **Prada** (*ci-dessus*) et permettent (aussi) de se lover sur le canapé, plutôt que de toujours voler au-dessus des toits.



## Le foulard

### Élégance néo-bourgeoise

**Mère-grand** Dans l'esprit vintage et nostalgique, le carré de soie s'impose en principal vecteur du souvenir. On le dirait issu de l'héritage familial, comme ce **Dior** classique (*au centre*), avec des imprimés inspiration logo de **Max Mara** (*à gauche*) ou graphique chez **Versace** (*à droite*). Les manières de le nouer en tête relèvent aussi de la grande tradition: babouchka, Grace Kelly en décapotable ou triangle façon glamour seventies.



## Maille intégrale

Le tricot partout!

**Travaux d'aiguilles** Dans la tentation des pièces uniques et inimitables, le tricot s'impose en maître, surtout dans sa version fait main, comme les créations du nageur anglais, le champion olympique Tom Daley. A défaut d'avoir accès à ses folies bariolées, les modèles couture sauront satisfaire les envies de moelleux et d'extensible. Mais toujours en total look, please! L'allure bébé géant de **Fendi** (à gauche) requiert un brin d'audace pour aller au bureau, mais la version presque tailleur d'**Isabel Marant** (à droite) assure en matière d'office wear.

## Les mitaines

Des mains au chaud, mais pas trop

**Point sur le i** Puisque nul ne sait plus se passer de son téléphone, ni dans la rue, ni dans le bus, ni jamais, il faut toujours des doigts à disposition. Pour pianoter. Pour agrandir l'image. Pour frôler intimement sa vraie vie virtuelle. C'est parti donc pour des gants qui n'en sont pas, ces mitaines qui couvrent tout en libérant. La veste **Sunnei** (ci-contre) en propose une version intégrée, assortie au col, mais toutes les explorations de couleurs et matières sont possibles, voire recommandées.





## Maxi fausse fourrure

J'en jette, tu en jettes...

**Genderless** Confinée à la seule esthétique du rappeur il y a peu encore, la pelisse spectaculaire en fausse fourrure s'émancipe de la grosse chaîne en or et se porte au féminin comme au masculin, du soir au matin. Ou inversement. Au-dessous? Un peu de gris comme chez **Michael Kors** (à gauche) ou de blanc cassé, comme chez **Givenchy** (à droite). L'important reste le grand mouvement du poil dans le vent.



Sac Keepall bandoulière 55 de **Louis Vuitton**, de la capsule Everyday LV, à base de toile monogrammée vintage, sur une montagne de capsules en aluminium en vrac, tout juste triées.

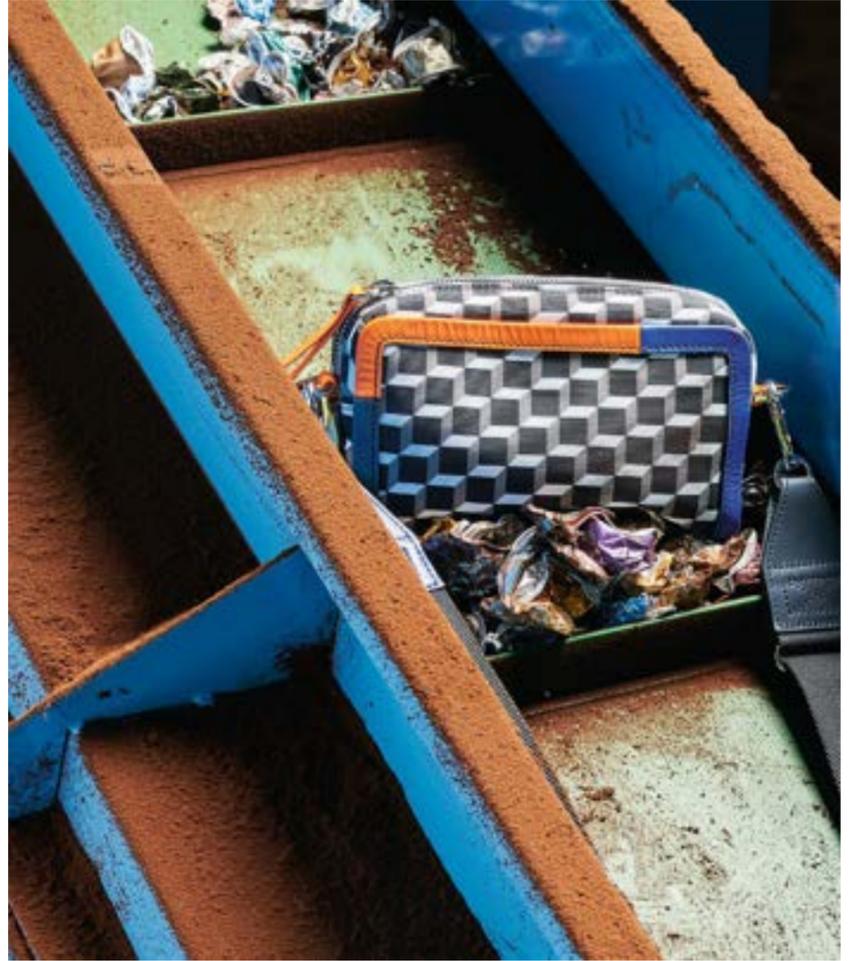
# **GLORIEUX RENOUVEAU**

DANS LE LUXE AUSSI, L'ESPRIT RECYCLAGE S'IMPOSE ENFIN. LA PREUVE PAR CES SACS HAUTEMENT DÉSIRABLES.

PHOTOS **DOUGLAS MANDRY** SÉLECTION **SIMON PYLYSER**



Sac Tote **Zegna**, du projet #UseTheExisting, à base de textile recyclé, sur la ligne de tri qui permet de séparer, à la main, les capsules usagées d'autres déchets arrivés là clandestinement.



Sac Cube Box de **Pierre Hardy** en toile enduite recyclée avec détails de cuir à base de chutes d'anciennes collections (à porter à la ceinture ou en bandoulière), sur le convoyeur qui sort du broyeur.



Panier **Fendi**, en plastique recyclé avec détails en cuir, sur des cubes de 40 kg d'aluminium pressé, destinés à partir en fonderie. L'aluminium pouvant être recyclé à l'infini, cette masse va être fondue pour donner naissance par exemple à des stylos-bille Caran d'Ache, des cadre de fenêtre ou une composante de machine.



Sac en faux cuir croco, **Stella McCartney**, sur un monticule de marc de café, destiné à être exploité à la fois pour produire du biogaz et pour servir d'engrais.

**E**NFIN, LE MOUVEMENT S'ACCÉLÈRE! Outre quelques pionniers comme Stella McCartney, le monde du luxe a longtemps peiné à concilier la désirabilité avec l'enjeu de responsabilité environnementale. Si le secteur de la mode reste le plus polluant après l'industrie du pétrole, les initiatives se font plus concrètes. Une marque comme l'italienne Zegna se profile très clairement. Environ un tiers du tissu pour vêtements est détruit après le découpage. Zegna valorise maintenant ces si belles chutes en une ligne dédiée, labellisée #UseTheExisting. De telles collections – forcément petites – se multiplient, avec aussi des pièces en bouteilles en PET remises dans un circuit vertueux. Le groupe LVMH met lui aussi les bouchées doubles pour utiliser entièrement ses matériaux sans laisser de déchets, trouver des matières alternatives, recycler... et réparer. Car c'est là que réside la clé: proposer des pièces si belles, si bien faites, que personne n'ait envie de les remplacer. Les sacs ci-dessus sont de cette trempe. ☉

## Dans les coulisses de Nespresso

Les images de mode ci-dessus ont été prises dans l'usine du Groupe BAREC à Moudon, le centre de tri où sont recyclées les capsules en aluminium de Nespresso. La marque se profile en pionnière dans le domaine, elle qui a mis en place un système de recyclage extrêmement solide, voilà... trente ans déjà. Les clients de la marque suisse bénéficient du service «Recycling at Home», un service de collecte gratuit à domicile, en plus des 3700 points de collectes répartis sur tout le territoire. Cela mène à un total de 64% de capsules recyclées en 2020, que Nespresso vise à augmenter grâce à la contribution de chacun. Mais l'objectif est plus ambitieux encore: Nespresso s'engage à ce que chaque tasse de café savourée soit neutre en émissions carbone d'ici à l'an prochain. La démarche passe certes par le recyclage de l'aluminium et du marc, mais aussi par un approvisionnement en café respectueux de l'environnement et par l'engagement dans des projets de compensation de haute qualité.

ÉVASION



Au Mayfair Townhouse  
à Londres, on cultive  
l'esprit dandy.

# 10

## HÔTELS POUR UN SHOPPING LOCAL

DE NOUVELLES ADRESSES  
POUR RENOUER AVEC  
L'ESPRIT DES VILLES AIMÉES.

TEXTES ESTELLE LUCIEN ET PAULINA SZCZESNIAK



# 1 Londres

## Dans la peau d'un dandy

**On dort** comme un dandy au Mayfair Townhouse. Le site web indique que l'endroit est bien sûr empreint d'une certaine excentricité, mais qu'il sait aussi cultiver la discrétion. Autrement dit, l'esprit dandy règne ici à tous les étages. Il s'exprime au travers des murs aux couleurs sombres, des tapis épais, des flocons d'avoine du petit-déjeuner, préparés avec délicatesse, et d'un concierge qui s'occupe de toutes les tracasseries du quotidien. C'est aussi à lui qu'on commande un panier pique-nique (garni de champagne et d'une eau de Cologne d'Acqua di Parma...) à emmener dans l'un des parcs voisins – allons, il n'y a pas de mauvais temps, seulement un mauvais équipement. Un seul dilemme: Hyde Park ou Green Park? L'hôtel est pile entre les deux.

**On achète** un costume chez Gieves & Hawkes, le plus ancien tailleur de Savile Row, installé depuis 1771 au n°1 de cette rue légendaire où s'habille la bonne société masculine anglaise. Près de 7000 costumes y sont taillés par an, appelés aussi bespoke, terme qui désigne le contrat entre le tailleur et son client.

[www.themayfairtownhouse.com](http://www.themayfairtownhouse.com), env. 320 fr. la nuit.  
[www.gievesandhawkes.com](http://www.gievesandhawkes.com)

# 2 Genève

## Grand luxe et design du cru

**On dort** face au Mont-Blanc et au Léman, dans une des suites du Woodward. Ce nouveau 5 étoiles genevois sous l'égide d'Oetker Collection s'est fait désirer. Mais depuis le 1<sup>er</sup> septembre, cet immeuble Haussmannien de style néoclassique, construit en 1901 par le Français François Durel, renoué avec la Belle Epoque, quand, déjà, en tant qu'Hôtel Bellevue, il accueillait le gotha européen. Rénové avec grand soin par Pierre-Yves Rochon, il se compose de 26 suites décorées dans un esprit «hôtel particulier» (marbre blanc de Carrare, marqueterie de paille, poignée de porte Lalique...). Le lieu compte un spa (Guerlain) et deux restaurants dont le prestigieux Atelier de Joël Robuchon, unique adresse en Suisse.

**On achète** du made in Geneva and Switzerland chez LL Swiss Design. Dans leur petite boutique de la rue des Etuves à deux pas du lac, Laurence Imstepf de Mademoiselle L et Laure Gaury de T'as pas l'heure proposent leurs propres créations ainsi qu'une sélection mode et accessoires d'autres designers du cru.

[www.oetkercollection.com/fr/hotels/the-woodward/](http://www.oetkercollection.com/fr/hotels/the-woodward/), env. 1.000 fr. la nuit. [www.ll-swissdesign.ch](http://www.ll-swissdesign.ch)

# 3 Madrid

## Au Palacio en espadrilles

**On dort** au Palacio de la Equitativa, érigé à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle par José Grases Riera. Telle la proue d'un navire avec sa rotonde surmontée d'une coupole en cuivre, il se dresse à l'angle de la Calle de Sevilla et de la Calle de Alcal, au cœur de la capitale espagnole. Cet immeuble imposant a été bâti pour servir de siège espagnol à l'Equitable Life Assurance Society, soit à l'époque la plus grande compagnie, américaine, d'assurance-vie au monde. Il abrite désormais le Four Seasons Hotel Madrid et fait partie d'un ensemble architectural historique, qui réunit près de sept bâtiments et accueille une prestigieuse galerie commerciale, Galeria Canalejas.

**On achète** des espadrilles artisanales chez Casa Hernanz, du côté de la Plaza Mayor. Exactement là où, au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, les paysans des faubourgs de Madrid achetaient leurs *alpargatas* à Toribio Hernanz. Aujourd'hui, son petit-neveu, Jesús, reçoit les clients dans une boutique toujours enveloppée d'un parfum de jute, d'alfa et autres fibres de corderie.

[www.fourseasons.com/madrid](http://www.fourseasons.com/madrid), env. 650 fr. la nuit.  
[www.casahernanz.es](http://www.casahernanz.es)



# 4 Prague

## En quête de sérénité

**On dort** dans un immeuble à la sobriété surprenante, dans ce centre-ville pragois si porté sur les folies baroques. L'hôtel Mosaic House est sis près du fleuve, dans une bâtisse conçue, en 1935, dans un pur esprit fonctionnaliste pour un syndicat. Il y avait même un théâtre où se divertissaient les travailleurs. Aujourd'hui, les mosaïques d'alors s'insèrent dans un écran design: l'hôtel (qui a aussi été une auberge de jeunesse) a été restauré en 2020, par les si talentueux Suisses de l'Atelier Oi. Parmi maintes installations d'artistes internationaux, on y admire leur très poétique installation lumineuse, Oïphorique, dans une ambiance décontractée et très jeune. Café, spa, escalier monumental: tout y est.

**On achète** une tunique ou une robe simplissime chez Tina Hollas, le nom international de l'atelier de Martina Hollasova. Depuis 25 ans, la couturière travaille le coton bio et les matières nobles pour une allure à l'élégance bohème. Priorités: sensualité du toucher et zénitude. R.L

[www.mosaicohouse.com](http://www.mosaicohouse.com), parfois à moins de 100 fr. la nuit.  
[www.tinahollas.com](http://www.tinahollas.com)

# 5 Helsinki

## Pépite de l'Art nouveau finlandais

**On dort** dans une ancienne gare. Le Scandic Grand Central Helsinki, établissement de 500 chambres, a été ouvert au printemps dernier et prend place dans les anciens bâtiments administratifs de la gare centrale, chef-d'œuvre de l'Art nouveau finlandais, dessiné par l'architecte star du genre: Eliel Saarinen. Les amateurs d'histoire de l'architecture devraient être comblés par ces lieux emblématiques, restaurés dans le respect des plans originaux, où plusieurs époques se côtoient.

**On achète** une robe fleurie signée Marimekko. C'est en Finlande que l'aventure de cette entreprise a commencé dans les années 1950, par la conversion d'une usine de toiles cirées en faillite en une fabrique textile. Pour vendre les tissus imprimés de dessins d'artiste, Marimekko lance une petite ligne de robes. Jackie Kennedy en raffole et assure au label finlandais une jolie promotion mondiale qui perdure aujourd'hui.

[www.scandichotels.com/hotels/finland/helsinki/scandic-grand-central-helsinki](http://www.scandichotels.com/hotels/finland/helsinki/scandic-grand-central-helsinki), env. 150 fr. la nuit.  
[www.marimekko.com](http://www.marimekko.com)

# 6 Varsovie

## La sobriété a du bon

**On dort** chez Robert De Niro. Enfin presque... L'acteur a ouvert le sixième établissement européen de sa chaîne d'hôtels Nobu, qui connaît une croissance rapide (le septième, un gratte-ciel, est prévu à Hambourg!). A Varsovie, le comédien-entrepreneur a jeté son dévolu sur un bâtiment Art déco qu'il a fait prolonger d'une aile moderne. C'est chic. A l'intérieur, la simplicité japonaise rencontre tout le confort que le voyageur urbain exigeant peut souhaiter. Une petite faille? Au rez-de-chaussée, le partenaire de De Niro, le célèbre chef Nobuyuki Matsuhisa, sert sa formidable cuisine fusion.

**On achète** un pyjama de Tomasz Ossoliński. C'est la pièce maîtresse de ce couturier de 44 ans, l'Oscar de la Renta polonais, qui a habillé Olga Tokarczuk, prix Nobel de littérature en 2019, lors du dîner de gala au Palais royal de Stockholm. Les créations d'Ossoliński (il habille aussi les hommes) sont un subtil équilibre entre extravagance et discrétion, comme ses fameuses pyjamas, bien trop beaux pour les revêtir au lit.

[www.warsaw.nobuhotels.com](http://www.warsaw.nobuhotels.com), env. 180 fr.  
[www.ossolinski.com](http://www.ossolinski.com)



## 7 Paris Chic français à la sauce british

**On dort** avec une vue imprenable sur les voies de la gare de l'Est mais dans un décor joyeux, chic et kitsch. C'est la signature de la coqueluche du design anglais, Luke Edward Hall. Ce dernier a eu carte blanche (il s'est empressé d'y mettre de la couleur!) pour entièrement habiller l'hôtel Les Deux Gares sis dans un immeuble bourgeois parisien coincé entre les gares du Nord et de l'Est. Le jeune Anglais a composé un univers qui mêle mobilier Art déco, objets des années 1960, papiers peints foisonnants, canapés léopard, rayures bayadères dans un assemblage franco-british revigorant.

**On achète** une paire de gants chez Agnelle, comme l'héroïne de la série *Emily in Paris*, James Bond dans *007 Spectre*, ou Lady Gaga pour les Oscars (2015). Depuis 1937, cette ganterie du Limousin, aujourd'hui dirigée par la quatrième génération de femmes, perpétue un savoir-faire artisanal et haut de gamme, collaborant avec tout le gratin de la couture française. [www.hoteldeuxgares.com](http://www.hoteldeuxgares.com), env. 130 fr. la nuit. [www.agnelle.com](http://www.agnelle.com)

## 8 Zurich Se la jouer comme Gatsby

**On dort** au bord du lac de Zurich, au Bellerive exactement. Depuis que son voisin, l'Eden au Lac, s'est refait une beauté, le vénérable Bellerive, construit en 1928 dans le style Art déco, lui a emboîté le pas. La troisième adresse suisse (après Davos et Lucerne) de la chaîne Ameron, basée à Cologne, a misé sur une ambiance qui aurait ravi Gatsby Le Magnifique: marbre foncé et poli, miroirs, détails dorés. Le renouveau s'étend jusqu'au restaurant, où la street food de luxe et la cuisine au grill de lave se savourent au champagne.

**On achète** un kimono chez Kazu Huggler. Née d'un père suisse et d'une mère japonaise, la designer est à l'aise dans les deux cultures. Après avoir étudié l'art à Tokyo et la mode à Londres (avec Vivienne Westwood), elle a fondé son label en 2002 et les pièces – délicates comme des origamis – sont créées dans son studio de Zurich. Elle reste proche de sa seconde patrie: depuis le tremblement de terre de 2011, Huggler soutient les couturières japonaises. [www.ameronhotels.com/de/zuerich-bellerive-au-lac](http://www.ameronhotels.com/de/zuerich-bellerive-au-lac), env. 250 fr. la nuit. [www.kazu.swiss](http://www.kazu.swiss)

## 9 Milan Historique et pourtant si frais

**On dort** à Milan mais on se croit à Venise. Le quartier pittoresque de Navigli, coupé comme une tranche de gâteau par deux canaux, évoque en effet la Sérénissime. Cet ultime vestige du *Milano vero* est aussi le dernier témoin du Milan d'il y a cent ans, avant que les voies d'eau, qui n'étaient plus utiles au commerce, ne soient comblées pour faire place à des boulevards. La jolie maison de quatre étages de la Via Savona 18, qui abrite depuis 2017 un hôtel à couper le souffle, date de cette époque lointaine. L'intérieur a été entièrement repensé par le designer Aldo Cibic – cofondateur du groupe emblématique Memphis! – et a de quoi agiter le cœur des esthètes: lumineux, sans fioritures, juste un accent de couleur et d'art bien placé, ici et là.

**On achète** un chapeau à la Cappelleria Melegari. Même ceux qui n'en portent jamais seront tentés et séduits par cette boutique ouverte en 1914, qui croule sous les couvre-chefs de toutes sortes. L'adresse est une institution. [www.savona18suites.it](http://www.savona18suites.it), dès env. 150 fr. la nuit. [www.cappelleriamelegari.com](http://www.cappelleriamelegari.com)

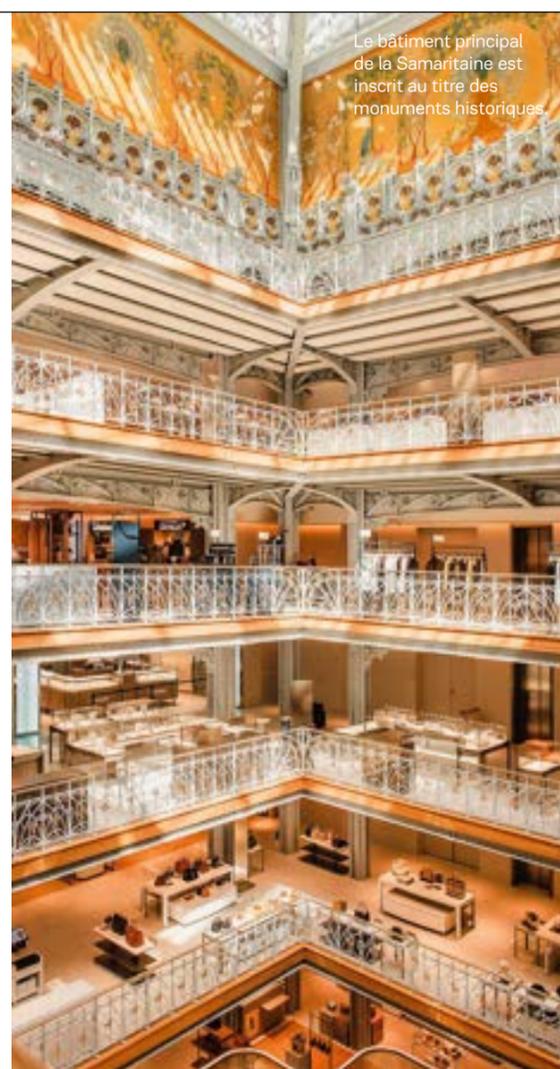


## Et revit la Samaritaine, ce temple du shopping et de l'art de vivre à la française

### Acheter et dormir à la Samaritaine

Les travaux ne devaient durer que six ans. Il en aura fallu dix de plus et un budget de près de 750 millions d'euros pour rendre à la Samaritaine le lustre de ses origines et mériter, le 23 juin dernier, une réouverture en grande pompe en présence du président de la République française, Emmanuel Macron himself. Ce dernier s'est réjoui de ce «retour à la vie, dans ce temple du shopping et de l'art de vivre à la française».

Le grand magasin parisien, ouvert en 1870, fut jusqu'à sa fermeture avant rénovation en 2005 un temple de la consommation de près de 48 000 m<sup>2</sup> répartis entre quatre bâtiments, tous joyaux de l'Art nouveau et de l'Art déco. Dressés entre la rue de Rivoli et la Seine, ceux-ci appartiennent depuis 2001 au groupe LVMH qui a procédé à une restauration d'envergure. En effet, des éléments d'époque qui avaient été masqués ou détériorés sont à nouveau visibles. La Samaritaine se présente comme un centre commercial-musée, avec son grand escalier dont les garde-corps sont dorés à la feuille, sa fresque aux motifs animaliers et floraux du cinquième étage, son immense verrière... Les décorations en lave émaillées portent les signatures de Jourdain et Eugène Grasset. Marques de luxe et petits créateurs se partagent ce temple ressuscité qui accueille aussi, depuis quelques jours, un hôtel cinq étoiles Cheval Blanc (également propriété de LVMH). L'établissement compte 72 chambres, avec vue sur la Seine et un Paris de carte postale, ainsi qu'une suite de près de 1000 m<sup>2</sup> avec piscine privée sur les toits. A l'heure du commerce en ligne, la Samaritaine propose une expérience grandiose du shopping et pourrait peut-être resservir le slogan de son âge d'or, dans les années 1960 et 1970: «On trouve tout à la Samaritaine».



Le bâtiment principal de la Samaritaine est inscrit au titre des monuments historiques.

## 10 Copenhague Le goût du bonheur simple

**On dort** dans une ancienne poste convertie en un boutique hôtel, le bien nommé Villa Copenhagen. L'architecture Belle époque de ce bâtiment, qui dès 1912 fut le siège de l'office de la Poste et du Télégraphe du Danemark, a été préservée mais l'aménagement n'a rien de vieillot, au contraire: toute la finesse du design scandinave s'exprime. Pas de luxe tapageur, mais une certaine idée d'un bonheur simple et épuré, défendue par les Danois, qui partagent avec les Suisses ce sentiment d'être les plus heureux du monde.

**On achète** une tenue simple, intemporelle, au contours doux et aux lignes claires chez Malene Birger. La Danoise, qui revendique une mode durable et une production limitée pour lutter contre la surconsommation, s'est imposée sur la scène mode lors de la Fashion Week de Copenhague en 2004, ouvrant une première boutique en 2006 dans un élégant immeuble du quartier Indre By au cœur de la capitale danoise.

[www.villacopenhagen.com](http://www.villacopenhagen.com), env. 160 fr. la nuit. [www.bymalenebirger.com](http://www.bymalenebirger.com)

# En acier trempé

AVEC UN P ET UN R POUR PRÉCISE ET ROBUSTE, UN X POUR DÉSIGNER SON ÉTANCHÉITÉ À 100 MÈTRES, LA NOUVELLE TISSOT PRX AUTOMATIQUE POSE LE CADRE DE SES PERFORMANCES.

TEXTE LA RÉDACTION

## LE BOÎTIER

Porter une montre des années 1970 et être parfaitement dans la tendance du moment? Oui, c'est aussi simple que cela avec la Tissot PRX Powermatic 80 au poignet. Il n'y a qu'à voir sa forme tonneau, sa grande ouverture, ses arêtes polies délimitant des surfaces planes brossées... Avec ses 40 mm de diamètre, le boîtier de la montre affiche des proportions quasi parfaites. Un retour vers le futur réussi.

## LE CADRAN

Avec sa texture gaufrée et son bleu franc, le cadran de la Tissot PRX Powermatic 80, témoigne de la continuité d'un style sans compromis et intemporel.

## LE BRACELET

Partie intégrante du design de la montre, capital même, le bracelet se présente en une succession de larges maillons mobiles et souples, dont le satinage sur les faces extérieures est aussi soigné que le polissage sur les faces intérieures. Un style qui dit vraiment quelque chose de notre époque: l'esprit vintage n'a jamais été aussi actuel qu'en 2021. Ce côté rétro irrésistible va de pair avec un excellent confort grâce à une bonne articulation des maillons et une douceur au contact.

## LES DÉTAILS

Au premier coup d'œil on découvre les détails magiques: des index en applique avec SuperLuminova, un guichet de date, à 3 h, entouré d'une fenêtre en applique biseautée et des aiguilles bâtons sobres. Cette association signe un style à l'inventivité libre et débridée, dont l'ADN est celle des montres de sport chic en acier, aux lignes graphiques. La Tissot PRX Powermatic 80 s'appuie sur les codes esthétiques des années 1970, en y ajoutant une qualité de finition tout à fait contemporaine.

## LES AIGUILLES

Montées les unes au-dessus des autres selon un étagement très resserré, les aiguilles luminescentes semblent affleurer la glace. L'effet d'optique que les designers de Tissot ont ainsi réussi à créer donne une impression de finesse encore supérieure aux dimensions réelles du boîtier, soit seulement 10,8 mm d'épaisseur! Tout concourt à ce que ses éléments tiennent dans quelques millimètres, mais tout paraît grand(iose).

## LE MOUVEMENT

Comme son nom l'indique, la Tissot PRX Powermatic 80 est animée par le mouvement Powermatic. Ce calibre automatique offre notamment une réserve de marche très pratique de 80 heures. Dans la catégorie «bonus», il faut également noter une résistance accrue aux champs magnétiques grâce à une spirale en Nivachron. Le spectacle de toute cette belle mécanique? C'est au verso que cela se passe à travers un verre minéral.

## L'HISTOIRE

Après l'accueil enthousiaste réservé à la montre PRX 40 205 à quartz en 2020, Tissot passe à la vitesse supérieure en proposant son pendant équipé d'un mouvement mécanique à remontage automatique. Comme sa devancière, la Tissot PRX Powermatic 80 est marquée par la vogue du style *seventies*. La vision moderne de cette période prodigieuse par sa vitalité, son inventivité et son audace insouciant se retrouve dans tout son design. Ah, ce bracelet au large maillon transversal et parfaitement intégré à sa boîte, plate, fine et de forme tonneau! En lançant en 1978 un modèle très inspirant, la marque n'imaginait sans doute pas qu'il serait parfaitement dans l'air du temps en 2021. Il n'a jamais été autant à la mode.

## LA MARQUE

Au début, ils sont deux: Charles-Félicien Tissot et son fils, Charles-Emile. L'entreprise Tissot naît en 1853, au Locle, sur les hauteurs de Neuchâtel, sous l'impulsion de ces deux hommes qui vont rapidement créer un véritable empire de l'horlogerie. Leur credo? Se tourner vers les nouvelles technologies, une philosophie résumée autour d'un slogan éloquent: «Innovateur par tradition». Avec plus de 4 millions de montres exportées dans le monde chaque année, Tissot, aujourd'hui partie du Swatch Group, poursuit sa conquête. La marque est chronométrateur officiel et partenaire de nombreux événements sportifs: basketball avec la NBA et la FIBA; cyclisme avec le Tour de France et les Championnats du monde UCI; sports mécaniques avec le MotoGP™.

# Basket fever

LES PAIRES MONTANTES OUVERT UN NOUVEAU TERRAIN DE JEU D'UNE CRÉATIVITÉ ÉMANCIPÉE, LOIN DES STADES ET DES SALLES DE SPORT.

SÉLECTION ENDRIT NURCAJ



Baskets Forum Exhibit, tige en cuir et matières recyclées, **Adidas**, 130 fr.



Baskets montantes bleues, Three-Toned Wing, **Givenchy**, 960 fr.



Baskets Air Jordan 1 Retro High OG University Blue, **Nike**, 465 fr.



Baskets montantes avec logo, Rhexcess, **Rhude**, 562 fr.



Baskets montantes en cuir Skel Top, **Amiri**, 700 fr.



Baskets montantes Clay x Gallery Department, **Lanvin**, 783 fr.



Baskets montantes 103, **Pierre Hardy**, env. 520 fr.



Baskets montantes SL24 Mid-Top, cuir perforé et daim, **Saint Laurent**, 725 fr.



Baskets montantes avec détails GG, en matière Demetra d'origine non animale, **Gucci**, 880 fr.



Baskets montantes, cuir et nubuck, **Acne Studios**, 445 fr.



Baskets montantes CWL en similicuir V-15, **Veja**, 155 fr.



Baskets montantes One Stud, en cuir à empiècements, **Valentino Garavani**, 560 fr.

ENCORE! | MODE 2021

48



Baskets montantes Mongoose, **Human Recreational Services**, env. 875 fr.



Geobaskets montantes, deux tons, en cuir métallisé rose, **Rick Owens**, env. 1340 fr.



Baskets Gladiator Tabi en cuir, **Maison Margiela x Reebok**, 450 fr.

# Au doigt et à l'œil

CLARINS PROPOSE Désormais une déclinaison de son célèbre soin anti-âge Double Serum spécifiquement développée pour le contour des yeux.

TEXTE LA RÉDACTION



## ZONE FRAGILE

Épaisse de 0,35 mm, la peau du contour des yeux est quatre fois plus fine que celle du visage. Le stress, le manque de sommeil, les UV et les écrans exercent une pression sur cette zone délicate, où se manifestent en premier les signes de l'âge. Pour prévenir les rides, l'affaissement des paupières, les cernes et les poches, cette zone nécessite un soin spécial qui n'irrite pas tout en apportant des principes actifs fortifiants et protecteurs.



## DES INGRÉDIENTS NATURELS

Comme toujours chez Clarins, les équipes se sont appuyées sur la nature et son pouvoir pour développer le nouveau Double Serum Eye. Au cœur de la formule naturelle à 96%, on trouve de l'extrait de cerfeuil des prés biologique, qui stimule la production des protéines intégrines alpha-V de la peau. Celles-ci jouent un rôle central dans la préservation de la jeunesse cutanée, car elles assurent une cohésion optimale entre les cellules et soutiennent ainsi les cinq fonctions vitales de la peau: hydratation, nutrition, oxygénation, régénération et protection contre les effets de l'environnement.

En outre, le nouveau soin des yeux contient du curcuma, une plante qui agit comme un booster et renforce l'effet de tous les ingrédients.



## COMME DOUBLE SERUM EYE

Des millions de personnes utilisent chaque jour le Double Serum de Clarins, plusieurs fois primé, et sont convaincues de ses effets. Après trois années de recherche, Double Serum Eye ouvre un nouveau chapitre dans la success story de ce classique de la cosmétique qui a fait ses preuves. Comme le Double Serum, le nouveau concentré de soin pour les yeux est un produit universel, pour tous les types de peau et tous les âges, combinant l'effet raffermissant d'un gel et le confort d'une crème, grâce à sa double technologie innovante. La formule biphasée est composée de 96% d'ingrédients actifs naturels et enrichie de 13 extraits de plantes. Résultat: un soin pour les yeux efficace, qui réduit visiblement tous les signes de vieillissement de la peau après seulement sept jours - des petites rides aux poches, en passant par les ombres et le relâchement. Le contour des yeux retrouve sa fraîcheur tout en étant, en même temps, protégé des effets de l'environnement.

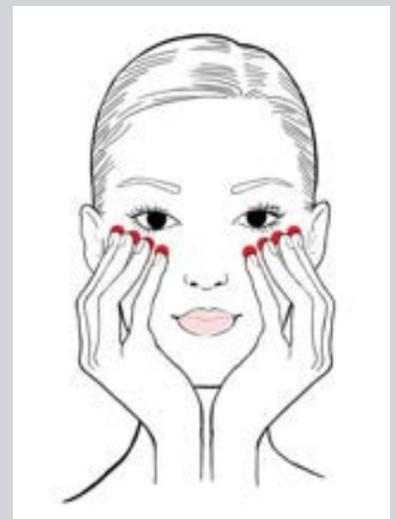


GRÂCE AU DOUBLE FLACON POMPE, LES DEUX COMPOSANTS DU NOUVEAU CONCENTRÉ SONT CONSERVÉS SÉPARÉMENT JUSQU'À LEUR UTILISATION, POUR PLUS D'EFFICACITÉ ET DE STABILITÉ DU PRODUIT.

## UN RITUEL PRÉCIS ET DÉLICAT

Avec sa double formule unique, Double Serum Eye est composé d'extraits de plantes hydrosolubles et oléosolubles à effet anti-âge, qui laissent une sensation immédiate de bien-être grâce à leur compatibilité biologique avec la peau. Pour un résultat optimal, les professionnels de Clarins conseillent une méthode d'application précise. Pour cela, il faut d'abord mélanger les deux composants du soin sur le bout des doigts, puis les appliquer avec une légère pression sur les paupières inférieures et supérieures, en partant du coin interne de l'œil et en remontant vers les tempes. Enfin, pour détendre le front, une légère pression peut également être exercée sur la région située entre les sourcils.

Pour en savoir plus: [www.clarins.ch/fr/double-serum-yeux](http://www.clarins.ch/fr/double-serum-yeux)



Encapsuler le paysage suisse, comme le fait le Jardin des Monts avec des soins élaborés à partir d'herbes récoltées sur les hauteurs de Rossinière dans les Alpes vaudoises.



# La Suisse en petit pot

COMME LA GASTRONOMIE, L'INDUSTRIE COSMÉTIQUE S'INSPIRE DE LA NATURE TOUTE PROCHE. DE NOUVELLES MARQUES SUISSES MISENT SUR LES INGRÉDIENTS ALPINS.

TEXTE KATRIN ROTH

**T**ULIPAN ZOLLINGER s'en amuse: «Le modèle économique pour notre ligne de produits de beauté était littéralement dans l'air!» Avec ses frères, il dirige depuis 2016 Zollinger Bio Les semenciers suisses, représentant la deuxième génération. «Les graines récoltées sur notre exploitation ne représentent qu'une petite partie des plantes cultivées et jusqu'à présent nous compostons le reste. Nous y avons vu un grand potentiel et avons cherché des moyens d'utiliser ce sous-produit végétal. Nous voulions mettre l'accent sur l'aspect «upcycling», mais pendant longtemps, nous n'avions aucune idée du domaine dans lequel nous pourrions l'exploiter», explique le jeune entrepreneur. Il raconte que la ligne de soin des Semenciers suisses, Zizan!a Biobotanica, a vu le jour l'automne dernier grâce au parfum envoûtant des cheveux-de-Vénus, un des surnoms de la nigelle de Damas, qui constitue la pièce maîtresse du premier produit, un savon. «Nous avons trouvé l'inspiration devant notre porte, dans nos propres champs de fleurs.»

Cet attrait de l'efficacité des plantes suisses, cette tentation de capter la pureté alpine, ne date pas d'hier. Une entreprise comme Rausch, en mains familiales, s'est fait une spécialité, depuis 1890, dans l'exploitation de différents extraits de plantes locales. Près de 100 herbes et substances végétales entrent dans ses compositions cosmétiques, dont la plupart proviennent d'une agriculture raisonnée et contrôlée. A l'autre extrême de l'éventail du luxe et de la technicité, la marque très exclusive Valmont fête les 20 ans de sa ligne de soins Elixir des Glaciers, à base d'extraits de plantes du jardin phyto-alpin, comme l'argousier ou l'échinacée, et... d'eau de glacier reminéralisante, en provenance d'Arolla. L'anniversaire est marqué par un lancement au summum du prestigieux: la cure Quintessence des Glaciers, éditée à seulement 500 exemplaires par an, promet une concentration unique d'ingrédients rares et se présente en un coffret digne de la joaillerie.

## La Suisse, pays de rêve

Ces pionniers de la suissitude encapsulée, prête à transmettre ses bienfaits à la peau, voient fleurir aujourd'hui une multitude de marques, inspirées elles aussi par les edelweiss, soucis et autres menthes des montagnes. La pandémie – et la réflexion qu'elle a engendrée – accélère aussi ce mouvement, souvent dans un esprit de simplicité et de durabilité. Ainsi la ligne de soins capillaires et cutanés du coiffeur Alf Heller, fondée en 2019, opte pour des formules à base d'edelweiss, d'eau de source de montagne et d'extrait d'orties. «La durabilité a joué un rôle important dans notre concept dès le début, relève Alf Heller. Et comme la Suisse produit des ingrédients actifs leaders sur le marché, qu'elle bénéficie d'une énorme force d'innovation, les ingrédients locaux se sont imposés.» L'attitude est la même chez Charlotte Landolt-Nardin, qui a fait revivre, il y a quelques années, un jardin historique d'herbes

de montagne dans les Préalpes vaudoises. Sa marque Jardins des Monts propose des principes actifs issus de sa propre culture biologique. «La Suisse est un pays idéal pour produire des cosmétiques, nous avons presque tout ce dont nous avons besoin dans notre jardin d'herbes aromatiques ou nous pouvons l'obtenir auprès de partenaires régionaux.» Bien qu'elle se consacre depuis près de 15 ans à la flore locale, chaque jour elle en apprend davantage et trouve de nouvelles inspirations. «Le potentiel en Suisse est énorme et la demande est croissante», déclare-t-elle.

Selon une enquête de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) réalisée en février 2021, 93% des personnes interrogées déclarent acheter «dans la mesure du possible» des produits agricoles suisses. Les consommateurs attendent aussi une meilleure traçabilité des produits et de leur mode de production. «La référence régionale et la proximité du producteur donnent au consommateur une sécurité et créent la confiance», indique le rapport sur la tendance «shop local». Ce mouvement s'observe également dans le secteur des cosmétiques. «Au cours des derniers mois, de nombreux nouveaux clients sont apparus, raconte Charlotte Landolt-Nardin. Ils recherchent explicitement des produits de la région.»

## Les pépins de raisin, un sous-produit du vin

C'est précisément la raison pour laquelle l'entrepreneuse Sandra Fischer a ciblé la Suisse pour sa recherche d'une huile légère destinée à sa gamme de cosmétiques Shea Yeah. «Je rêvais depuis longtemps d'un actif local, qui idéalement valoriserait un résidu, en accord avec ma philosophie durable.» La jeune femme a finalement trouvé son trésor au sein du plus ancien domaine viticole d'Europe, le Schloss Salenegg à Maienfeld, dans les Grisons: l'huile de pépins de raisin fraîchement pressée. «Ces graines sont un sous-produit de la fabrication du vin. Elles sont séparées de la pulpe, séchées et pressées en une huile à fort effet antioxydant, qui est maintenant incluse, entre autres, dans la crème nourrissante pour les mains», explique l'experte. Le bonheur est parfois tout près. ☺

## FLORE SUISSE

1. Peace, baume pour les mains, à base d'huile de pépins de raisin suisse, **Shea Yeah**, 33,80 fr.
2. The Balance, après-shampooing, 100% Swiss made, **Alf Heller**, 250ml, 33 fr.
3. Shampoing traitant aux herbes suisses, **Rausch**, 200 ml, 13,90 fr.
4. Edelweiss, huile démaquillante précieuse, **Jardin des Monts**, 100 ml, 41 fr.
5. Flower skin power, sérum-huile, **Zizan!a**, 30 ml, 65,50 fr.
6. Quintessence des Glaciers, cure de trois produits à base d'ingrédients rares à 69% de concentration, 4 semaines, **Valmont**, prix sur demande.





RECOMMANDÉ PAR LES DERMATOLOGUES.

# UN SOIN COMPLET POUR TA PEAU SENSIBLE.



NOUVEAU



DISPONIBLE DANS VOTRE PHARMACIE OU DROGUERIE

Mat, velouté, crémeux, métallisé... Au-delà de la couleur, la texture suscite le désir.

# Les textures du baiser

L'AUTOMNE VOIT REVENIR L'ENVIE DE SE FARDER LES LÈVRES, COMME UN EMBLÈME DE JOIE DE VIVRE. LES NOUVEAUTÉS MULTIPLIENT LES EFFETS DE TEXTURES. POUR VARIER LES PLAISIRS DES BAISERS?

TEXTE KATRIN ROTH

**L**E MONDE A ÉTÉ PRIVÉ de beaucoup de choses ces derniers mois, à en croire l'enthousiasme de mon vendeur de légumes au marché en voyant l'une de ses clientes sans masque: «Vous avez un si beau sourire, maintenant les gens peuvent enfin le voir!», a-t-il lancé.

Pendant près de six mois, nous avons dû dissimuler une grande partie de notre visage au nom de la santé dans pratiquement toutes les activités publiques. Pendant cette période, la communication non verbale s'est concentrée sur les yeux, qui ont mobilisé toute notre attention. Maintenant que les mesures s'assouplissent, le rouge à lèvres peut rattraper le temps perdu et

revenir sur le devant de la scène, comme en atteste un coup d'œil aux lancements des grandes maisons de beauté. Ces dernières sont nombreuses à proposer une nouvelle génération de rouges à lèvres misant sur des textures différentes et innovantes, afin de répondre aussi aux nouveaux aléas du port du masque, accessoire toujours indispensable. Par exemple, pour s'assurer que la couleur reste vraiment en place, malgré les manipulations constantes que l'on inflige à son masque, le chef maquilleur de Dior, Peter Philips, a développé une formule spéciale pour les nouveaux rouges à lèvres Dior Forever Liquid. Grâce à une forte concentration de pigments, ceux-ci promettent jusqu'à 12 heures de couverture et ne s'estompent pas, même au toucher. Les rouges

à lèvres de la nouvelle gamme Pure Color Whipped Matte Lip d'Estée Lauder ont également une durée de vie prolongée. Leur texture de crème liquide se transforme en un fini mat poudré après application, donnant aux lèvres une sensualité particulière qui ne sera certainement pas sans conséquence lors d'un rendez-vous amoureux.

## Rouge et nourrissant

Des lèvres rouges se doivent aussi d'être douces. Dans les nouveaux bâtons à lèvres Rouge Coco Bloom de Chanel, par exemple, un complexe exclusif Hydraboost assure des lèvres délicates – ce qui en fait le préféré de l'actrice Lily-Rose Depp: «Ce que j'aime particulièrement dans ce rouge à lèvres, c'est qu'il combine ces deux propriétés que l'on ne trouve pas souvent dans un rouge à lèvres: l'hydratation et la longue tenue», a expliqué l'ambassadrice de Chanel lors d'une visite du site de production de la maison aux deux C. Les Phyto-Lip Twist de Sisley sont également très hydratants. Selon David Hahmeyer, maquilleur national de Sisley, ils représentent une des meilleures ventes de la gamme: «Le bâton pratique avec recharge XXL nourrit les lèvres en un tour de main, les laissant veloutées et douces. Notre clientèle apprécie la facilité d'application et la brillance visuellement rajeunissante.» Dans le nouveau Lip Comfort Oil Shimmers de Clarins, en revanche, c'est l'association de pigments intenses, de fines particules nacrées, ainsi que d'un trio d'huiles nourrissantes qui procure une sensation de confort, tout en laissant un film scintillant mais non collant sur les lèvres. La texture des nouveaux rouges à lèvres d'YSL Beauty est également très sophistiquée: avec The Slim Velvet Radical, Tom Pecheux, maquilleur et patron d'YSL Beauty, s'adresse notamment aux femmes «qui aiment les rouges à lèvres mats et veulent en même temps l'effet texturé du velours.» Résultat? «Enveloppant, vibrant et confortable», répond-on chez YSL Beauty.

Reste à savoir quelles couleurs choisir pour célébrer ce retour des lèvres en majesté. Selon Michelle Fischer, maquilleuse nationale chez Dior, l'accent est mis cet automne sur les différentes nuances de rouge classique et de nude. «Christian Dior a dit un jour qu'il y avait une nuance de rouge pour chaque femme. Le rouge est parfait pour une occasion spéciale ou une soirée, tandis que les nuances de beige et de brun sont plus adaptées à une tenue de tous les jours.» Karin Marschall, responsable de l'expérience consommateur chez Estée Lauder Suisse, abonde: «Comme souvent, les nouvelles tendances puisent dans les vieux classiques. Outre les lèvres rouges et pleines, il s'agit notamment de teintes nude avec un crayon à lèvres légèrement plus foncé.» Oui, vous avez bien lu. Inspirés par le renouveau de la mode de la fin des années 90, les crayons à lèvres sont également de retour. Michelle Fischer recommande de jouer avec les couleurs: «Choisissez un rouge à lèvres qui correspond à votre humeur.»



## DU ROUGE ET DU NUDE

1. Rouge Coco Bloom, hydratant, repulpant, longue tenue, **Chanel**, 46 fr.
2. Lip Comfort Oil Shimmer, huile scintillante, **Clarins**, 30,50 fr.
3. Rouge Dior Forever Liquid, **Dior**, 49 fr.
4. Pure Color Whipped Matte Lip, **Estée Lauder**, 46 fr.
5. Phyto-Lip Twist, **Sisley**, 47 fr.
6. Slim Velvet Radical, **YSL**, env. 40 fr.

# 5 secrets bien gardés

DEPUIS 2008, LA PLATEFORME ZALANDO N'EN FINIT PLUS DE MONTER EN GAMME. VOICI CINQ NOUVELLES À DÉCOUVRIR SUR CETTE MODE POINTUE À PORTÉE DE CLIC.

TEXTE LA RÉDACTION

## 1 LES GRANDS NOMS FASHION

Depuis quelques saisons, Zalando soigne son carnet d'adresses et se forge une réelle crédibilité mode, en proposant un excellent choix parmi les marques qui comptent. Les lignes sobres de Victoria Beckham, les accessoires décalés de la griffe de Karl Lagerfeld, l'extravagance de Versace Jeans Couture, l'élégance de Missoni, la féminité des robes d'Hervé Léger: clic and shop! Coup de cœur aussi pour ce très beau sac structuré Proenza Schouler (*photo*)... Plus besoin de courir les boutiques de Paris, Londres ou New York pour dénicher les plus belles pièces de créateurs. Un espace, sur le site, à la rubrique «Designers», est dédié à cette mode exclusive. Le meilleur chez soi!



## 2 LES MARQUES DE NICHE

À côté des marques emblématiques et des talents reconnus, Zalando a toujours eu à cœur d'anticiper les tendances en dénichant les marques et les créateurs qui montent. Multiple, diverse, populaire et pointue à la fois, la mode selon les marques de niche sélectionnées propose un regard alternatif et ne laisse personne indifférent. Un exemple? Le bomber chamarré griffé Koché (*en photo*) est l'œuvre de la styliste française Christelle Kocher, finaliste du prix LVMH. On peut citer aussi Philosophy, deuxième griffe d'Alberta Ferretti, qui en a confié les rênes au designer Lorenzo Serafini, pour un style qui allie lignes fluides et coupes impeccables. À la tête de Little Liffner, la Suédoise Paulina Liffner donne vie à une gamme d'accessoires de maroquinerie, où la pureté des formes sublime la beauté des matières. Son it-bag Tulip l'a fait connaître... Quant à la créatrice coréenne Rejina Pyo, à la tête de la maison qui porte son nom, elle imagine des manteaux structurés et des bags qui sont déjà de redoutables objets de désir.



## 3 LE VISAGE

Ce minois fripon parsemé de taches de rousseur est le nouveau visage de la campagne publicitaire de Zalando. Ces yeux clairs ne sont pas inconnus des fans de la série *Les nouvelles aventures de Sabrina*, sur Netflix. Lachlan Watson n'y interprète pas le rôle de la célèbre apprentie sorcière, mais celui de Susie qui devient Théo dans la deuxième saison. Pour incarner ce rôle d'ado transgenre, Lachlan, qui se définit lui-même comme non binaire et aimerait être désigné par le pronom il, dit s'être largement inspiré de sa propre vie, puisqu'il a lui aussi fait son coming-out queer. L'acteur, qui est aussi designer, interprète deux personnages, Léo et Liberty, à la croisée des chemins entre univers cinématographique et réseaux sociaux. Moderne, inclusive, affranchie des codes, l'image de Lachlan est la parfaite illustration de la vision de la mode selon Zalando. Cet état d'esprit libre et stylé se retrouve parfaitement en images dans la campagne actuelle, intitulée *Luxury on your terms*.

## 4 LA DURABILITÉ

Les dizaines de millions de paquets qui arpentent l'Europe représentent certes une solide empreinte carbone... Mais puisque l'avenir est à l'achat en ligne, autant réfléchir et agir autrement. Zalando attribue depuis deux ans un prix encourageant les modes de conception et production plus durables. Lors de la dernière Fashion Week de Copenhague, ce Zalando Sustainability Award a couronné le travail de Nikolaj Storm et de sa jeune marque streetwear Nikolaj Storm Copenhagen. Effrontées et colorées, ces créations non gender sont produites en boucle fermée, sans déchet. L'idée? Redessiner des pièces issues d'anciens stocks. Anaheta von Berenberg, directrice des achats et designer chez Zalando: «Nous pensons que c'est de ce type de collection dont nos consommateurs ont besoin en ce moment pour envisager de faire des choix de mode plus durables.» Le lauréat développe une collection exclusive et durable pour Zalando. À découvrir en 2022!

## 5 LA CAMPAGNE

Pour Zalando, le luxe présente un terrain privilégié de la créativité et de la liberté. La nouvelle campagne *Luxury on your terms* en atteste, créée spécialement pour la section de la plateforme dévolue à la mode de créateurs, Zalando Designer. Pour la mise en œuvre de sa vision décomplexée et engagée, Zalando a recruté des artistes parmi les plus créatifs du moment, soit le réalisateur californien Vincent Hycocck et la plasticienne et photographe espagnole Coco Capitán – à 24 ans, cette dernière est déjà une star! Résultat: un film numérique interactif et une série de photos mis en scène par le styliste Ib Kamara. Face à leurs objectifs exigeants, outre Lachlan Watson, une foule de personnalités créatives, comme le mannequin français William Erault, l'artiste et militante LGBTQI+ espagnole Jedet, la styliste italienne Stephanie Glitter ou le mannequin allemand star de TikTok Nico Thiem. Tous incarnent une mode moderne, fraîche et personnelle.



Dernière étape du rituel de soin du soir, Skin Caviar Huile de Nuit La Prairie offre un teint plus frais tout en améliorant et prolongeant l'hydratation.

# La force insaisissable du caviar

LA MARQUE SUISSE DE COSMÉTIQUES DE LUXE LA PRAIRIE A RÉUSSI CE QUI SEMBLAIT IMPOSSIBLE: UTILISER LE RÉTINOL DE CAVIAR, SENSIBLE À LA LUMIÈRE, POUR RAFFERMIR LA PEAU.

TEXTE LA RÉDACTION

**L**Y A TOUT JUSTE CENT ANS, au bord du Léman, un jeune médecin n'avait qu'une idée en tête: arrêter le temps. Après de longues années de recherche acharnée, le Dr Paul Niehans (1882-1971) a fini, en 1931, par mettre au point sa thérapie cellulaire révolutionnaire. Une clientèle triée sur le volet, dont l'empereur japonais Hirohito et le pape Pie XII, a bénéficié de soins à la Clinique La Prairie, près de Montreux. L'établissement s'est fait une réputation de lieu où «rajeunir ne consiste pas à donner plus d'années à la vie, mais plus de vie aux années».

## Repousser les frontières

Pour rendre hommage au travail de pionnier du Dr Niehans et en se basant sur la thérapie cellulaire, les scientifiques de la marque de cosmétiques de luxe La Prairie se sont employés à repousser les frontières du possible. La Prairie a été la première à découvrir l'effet raffermissant du caviar, ce qui lui a permis de lancer la collection Skin Caviar. Elle s'est récemment attaquée à un autre problème, a priori insoluble: extraire du caviar le rétinol, un principe actif efficace contre les signes du vieillissement de la peau.

Les molécules du rétinol sont particulièrement difficiles à extraire, car elles ne supportent absolument pas la lumière et se dissolvent dès qu'on les y expose. C'est en imaginant comment créer les conditions idéales d'extraction et de stabili-

sation de ce principe actif que La Prairie a réussi à développer Skin Caviar Huile de Nuit, la toute première à intégrer le complexe cellulaire exclusif de La Prairie. Elle complète ainsi parfaitement le rituel de soin de nuit Skin Caviar.

Skin Caviar Huile de Nuit aide la peau à se régénérer durant la nuit, au moment où ses fonctions se concentrent sur cette mission. En effet, c'est pendant le sommeil que les processus de synthèse du collagène et de renouvellement de l'épiderme sont très actifs. Mais au même moment, la peau devient plus perméable, ce qui augmente ses pertes en eau. Résultat, petit à petit, son réseau extracellulaire devient moins dense et la fonctionnalité de l'épiderme diminue. Les dommages s'accumulent, entraînant une baisse de vitalité cutanée.

## Revitaliser la peau

Travaillant en harmonie avec le rythme circadien naturel de la peau, Skin Caviar Huile de Nuit vient contrer ce processus. Ses lipides forment une barrière temporaire à la surface de l'épiderme, minimisant la perte en eau nocturne. Dans le même temps, la formule active les rituels précédents, intensifiant leur efficacité. Ainsi, rides et ridules sont lissées et la structure de la peau est repulpée et raffermit. Après un siècle, La Prairie semble réaliser le rêve du Dr Paul Niehans: revitaliser la peau et offrir à ses années davantage de vie. ●



La Prairie a conçu un flacon innovant pour sa nouvelle Skin Caviar Huile de Nuit, intégrant un contenant noir opaque au récipient transparent bleu cobalt emblématique de la collection Skin Caviar. Cette création sophistiquée de verre dans le verre protège de façon optimale les ingrédients sensibles des influences de l'extérieur.



## NUIT PROFONDE ET NUMÉRIQUE

Avec l'œuvre «Sense of Blue» de l'artiste numérique français Maotik (Mathieu Le Sourd), la mystérieuse puissance créatrice de la nuit qui a inspiré les chercheurs de La Prairie pour développer Skin Caviar Huile de Nuit prend forme. Depuis une dizaine d'années, Maotik, qui vit à Berlin, crée des paysages en 3D à l'aide d'algorithmes. Il collabore étroitement avec des musiciens, des artistes-interprètes et des scientifiques. «Sense of Blue», une installation vidéo interactive, donne à qui la contemple l'illusion de plonger, grâce à des capteurs de mouvement cachés, dans les profondeurs de la nuit en plein jour. Un univers où un bleu cobalt infini remplace la rationalité du quotidien, cédant la place à une création cristalline. Cette œuvre conçoit en exclusivité pour La Prairie, est à découvrir lors de la prochaine édition d'Art Basel, du 24 au 26 septembre. Pour en savoir plus: [www.laprairie.com/fr-ch/artists](http://www.laprairie.com/fr-ch/artists)



# Patricia Gucci

LA FEMME D'AFFAIRES, HÉRITIÈRE, JADIS, DE L'EMPIRE FAMILIAL, LANCE UNE LUXUEUSE COLLECTION DE BAGAGES ET PRÔNE UN NOUVEL ART DU VOYAGE.

TEXTE RENATA LIBAL

**D**ANS LE BAR DE L'HÔTEL des Bergues, à Genève, Patricia Gucci touche à peine son thé vert tant elle met de verve à raconter sa nouvelle passion: la ligne de bagages Aviteur, en somptueux cuir travaillé en Italie, qui incarne un art du voyage précieux: «J'ai envie de réenchanter l'idée du voyage, dit-elle. J'évoque les années 1970 et 1960, quand on voyageait en grand style, parfois avec de magnifiques malles en osier.»

En matière de style, la fille cadette d'Aldo Gucci sait de quoi elle parle, elle qui a été adolescente au moment où la belle marque de maroquinerie italienne devenait un géant de la mode globale dans les années 70. Seule petite-fille du fondateur, troisième génération de l'entreprise familiale, elle a rejoint la direction Gucci à l'âge de 19 ans et incarné la marque aux Etats-Unis jusqu'à la vente de l'empire familial en 1993. Aujourd'hui, la mère de trois filles adultes serre l'éclat de cristal qu'elle porte au cou («Je crois en ces choses-là») et espère perpétuer son amour de la belle facture.

**Qui peut s'offrir des bagages aussi luxueux?**

**La valise (2)** est effectivement onéreuse, mais elle est conçue pour durer, pour être transmise. C'est un bijou d'artisanat (le cuir reproduit un effet de cannage) et d'ingénierie (avez-vous remarqué cette poignée télescopique transparente?). Il n'y a pas de logo – surtout pas! – car l'image ne compte guère; la sensation intime, si! J'ai grandi dans ce culte de la qualité absolue.

**Portez-vous toujours du Gucci?**

Cela fait longtemps que je n'en ai plus acheté, mais je garde avec amour quelques pièces anciennes, comme un sac bambou offert par ma mère. Je m'habille de manière très classique, avec un faible pour les **chemises blanches Saint Laurent (1)**.

**Une destination qui vous inspire?**

Sans hésiter: **Venise (3)**, magique en toutes saisons. C'est d'ailleurs le bruit des roulettes sur les pavés de là-bas qui m'a incitée à imaginer la valise la plus silen-



cieuse au monde! Sinon, je me ressource dans ma maison, près de Palm Desert, en Californie. On y est si près du ciel...

**Une adresse à Genève, où vous vivez?** Plutôt à Feutersoey, près de Gstaad: le restaurant **Rössli (5)** est un de mes favoris.

**Un rituel de voyage?**

J'emporte toujours des produits de beauté **Sisley (7)** – en format miniature.

**Et quel est votre prochain projet?**

Dans la ligne Aviteur, ma chienne **Lola (6)** m'a inspiré un très beau sac de transport.

**Dans le film House of Gucci, de Ridley Scott, votre père est joué par Al Pacino.**

Je suis scandalisée! Rien contre ce grand acteur, mais **Aldo Gucci (4)** était un homme élégant, mince et raffiné. Rien à voir avec le mafieux adipeux du film. La vision que ce dernier propose est une honte. Le livre que j'ai écrit en 2016, *In the name of Gucci*, raconte une réalité très différente. ☹





CHANEL.COM

VANESSA PARADIS

# CHANEL

## J12

UNE HISTOIRE DE SECONDES

MOUVEMENT AUTOMATIQUE MANUFACTURE

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