

encore!

LE STYLE EN PLUS | FÉVRIER 2015

ROMANCE
10 ÉCHAPPÉES
EN DUO

BIJOUX
Le grand
retour des
fiançailles

BEAUTÉ
Des soins
très purs
venus
du Nord

Bien-être
L'art du bain: les ingrédients
d'une mousse party

Le Matin
Dimanche



BUCHERER.COM

BUCHERER

1888

UNIQUE COMME VOS ÉMOTIONS DEPUIS 1888

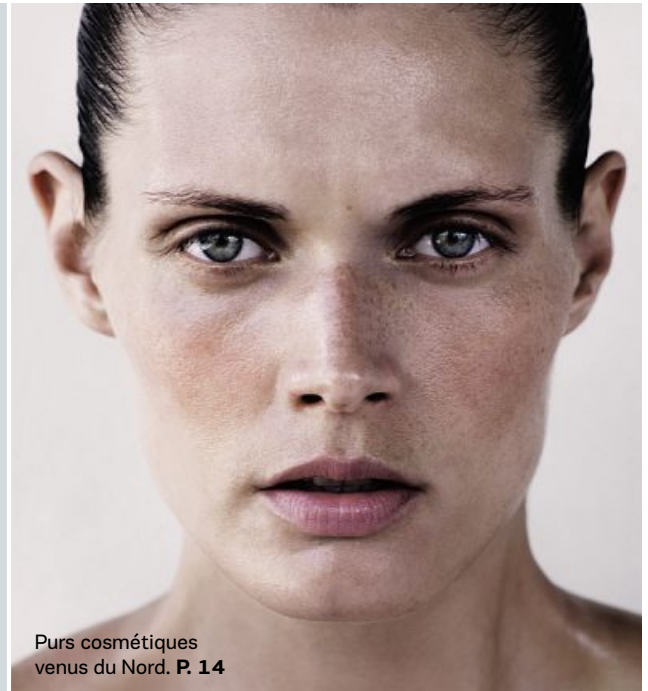
HORLOGERIE BIJOUTERIE JOAILLERIE



Interview de Corinne Denzler, spa doctor. P. 10



Bagues de fiançailles, le retour. Ici, un diamant Tiffany P. 8



Purs cosmétiques venus du Nord. P. 14

Bien-être | Février 2015

SUJETS

8 Trend bijoux

Le grand retour des bagues de fiançailles

10 Interview wellness

Corinne Denzler, spécialiste es spas, interprète la vague bien-être

14 Mousse party

Petits plaisirs du bain pour elle et pour lui

16 Cosmétique Clean

Une quête haut de gamme venue du Nord

18 Evasion romantique

10 expériences uniques à vivre en amoureux

RUBRIQUES

4 Merveilles

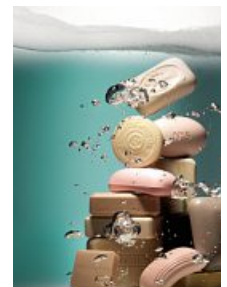
7 Swiss made: les saveurs extraterrestres d'Alta Terra

22 Shopping design: 100% marsala

23 Les goûts de Scott Fellows



Des hôtels hors norme à découvrir en duo. Ici une expérience sauna, à Nax en Valais, au Maya Boutique Hotel. P. 20



UNE

I Profumi di Capri, env. 17 fr. **Carthusia**. Rose, 9 fr. 60. **Roger&Gallet**. Le Savon N°5, 37 fr. **Chanel**. Beautiful, env. 15 fr. **Estée Lauder** (chez Globus). Rosemary Mint Bath Bar, env. 23 fr. **Aveda**. Coco, 34 fr. **Chanel**. Miss Dior, 41 fr. **Dior**. Charcoal & Petitgrain, 15 fr. **Soapwalla**, by shetime.ch. Oud Wood, 45 fr. **Tom Ford**. Ultimate Man Body Scrub Soap, 24 fr. 90. **Kiehl's** (chez Globus). Arlésienne, 5 fr. 50. **L'Occitane**. Shalimar, 34 fr. 90. **Guerlain**. N°011, env. 13 fr. **L:A Bruket**.
Photo: Lionel Deriaz

Le bonheur, comme une bulle de savon

BIEN SÛR, IL Y A LA DOUCHE. Avec ces pommeaux qui imitent la pluie amazonienne, avec les jets à variateurs qui reproduisent les élans des courants marins, on peut voyager, le matin dans sa salle de bains, entre brosse de dents et nouvelles à la radio. Mais rien ne remplace l'exquise oisiveté d'un bain. Les centres thermaux ont bien compris l'aspiration à l'immersion, même si, actuellement, on s'est lassé des trempettes un peu kitsch au chocolat ou aux pétales de rose (lire l'interview de la spécialiste des tendances spa, Corinne Denzler, en page 10). On peut se prélasser luxueusement dans les piscines d'hôtels ou les bassins chauds. On peut aussi, très prosaïquement, faire



Renata Libal, rédactrice en chef

couler l'eau dans sa baignoire, fermer la porte à clé et se gorger, paupières closes, de l'indicible douceur qui pénètre progressivement jusqu'aux frontières de l'âme. Personnellement, il est deux petites voluptés de rien qui apaisent mes jours. L'une est le livre de poche gondolé à force d'avoir pris la vapeur du bain. L'autre est la sensation de la savonnnette parfumée (voir notre choix en couverture), comme un galet lisse dans le creux de la main. J'aime le savon qui s'étirole dans l'eau et au contact de la peau. J'aime ce voile laiteux qui se dissipe en volutes. Qui diable a donc inventé les mixtures mousseuses dans leur distributeur de plastique? Qu'il soit à jamais banni des paradis aquatiques! Et tant qu'à buller dans la magie liquide, on envisage aussi de le faire à deux. Il faut pouvoir se blottir, en hiver.



MIXTE
Papier issu de sources responsables
FSC® C007534
Magazine imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées.

encore! est un supplément du **Matin Dimanche** et de la **SonntagsZeitung**. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: Tamedia Publications romandes, encore!, Av. de la Gare 33, case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zurich **Editeur**: Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne **Directeur Division Tamedia Publications romandes**: Serge Reymond **Rédaction en chef**: Renata Libal (responsable), Silvia Aeschbach (version allemande) **Edition**: Loyse Pahud **Rédaction**: Anouk Bischoff, Semaja Fulpius **Mise en pages**: Géraldine Dura (directrice artistique) **Image**: Sophie Perraudin **Ont participé à ce numéro**: Textes: Rachel Barbezat, Mathilde Binetruy, Didier Borvlin, Laurent Delaloye, Pierre Thomas, Lara Weitzel **Photos**: Sébastien Agnelli, Yann André, Lionel Deriaz, Daniela & Tonatiuh **Illustrations**: André Gottschalk **Conception graphique**: Ariel Cepeda **Production allemande**: Ilaria Longo **Traduction et adaptation**: Andréane Leclercq, Sylvie Ulmann **Secrétariat**: Alessandra Ducret **Photolithographie**: PhotoMedia **Correction**: Philippe Borgaud, Francis Cattin **Impression**: Ziegler Druck AG, Winterthur **Marketing**: Florence Ruffetta **Responsable commercial**: Jean-Paul Schwint **Publicité**: **Publicité Print Suisse romande**, Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. 021 349 50 50 - Fax 021 349 50 22, publicite.lausanne@sr.tamedia.ch **Publicité Print Suisse allemande**, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zurich, tél. 044 25135 75 - Fax 044 251 35 38; Tamedia AG, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zurich, tél. 044 251 35 75, Fax 044 251 35 38, publicite.zurich@sr.tamedia.ch, www.mytamedia.ch **Indication des participations importantes selon article 322 CPS**: CL Centre d'Impression Lausanne SA, Editions Le Régional SA, homepage AG, LC Lausanne-cités SA, LS Distribution Suisse SA, Société de Publications Nouvelles SPN SA Tous droits réservés. En vertu des dispositions légales relatives aux droits d'auteur ainsi qu'à la loi contre la concurrence déloyale et sous réserve de l'approbation écrite de l'éditeur, sont notamment interdites toute réimpression, reproduction, copie de texte rédactionnel ou d'annonce ainsi que toute utilisation sur des supports optiques, électroniques ou tout autre support, qu'elles soient totales ou partielles, combinées ou non avec d'autres œuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.



La montre Heritage Spirit Orbis Terrarum affiche les fuseaux horaires, avec une zone «nuit» qui se déplace sous le cadran.

HORLOGERIE

Transfert de poésie

Depuis que la marque Montblanc, initialement dévolue aux instruments d'écriture, a pris ses aises en horlogerie, elle ne fait pas les choses à moitié. Dès 2006, grâce à la manufacture Minerva (à Villeret, dans le Jura bernois), des pièces d'exception sortent de ses ateliers, comme autant de prouesses d'exploration technologique. Au Salon international de la haute horlogerie, fin janvier à Genève, a ainsi été présentée la Metamorphosis II: le cadran classique de cette montre concept s'ouvre sur la pression d'une targette, pour dévoiler un autre mouvement, le chronographe, caché sur un deuxième niveau. Fluidité et surprise, le mouvement



La Metamorphosis II, avec son cadran ouvert.

spectaculaire a tout du rideau de théâtre qui s'ouvre sur un changement de décor. Cette folie technologique vaut 300 000 fr., mais la marque prend garde à faire aussi profiter le public de ses innovations. En version simplifiée, il va sans dire... Et pour un prix plancher de 5800 fr. (en version acier). On retrouve donc le même système de niveaux sur le nouveau (et très beau) modèle Heritage, à 24 fuseaux horaires. De plus, un disque jour/nuit assombrit les zones du monde quand elles sommeillent. Comme chez la grande sœur haute horlogerie, ce modèle porte en lui la touche de poésie, ce sentiment vivant qui signe la belle ouvrage. *Renata Libal*

L'ART À MOINS DE 1000 FRANCS

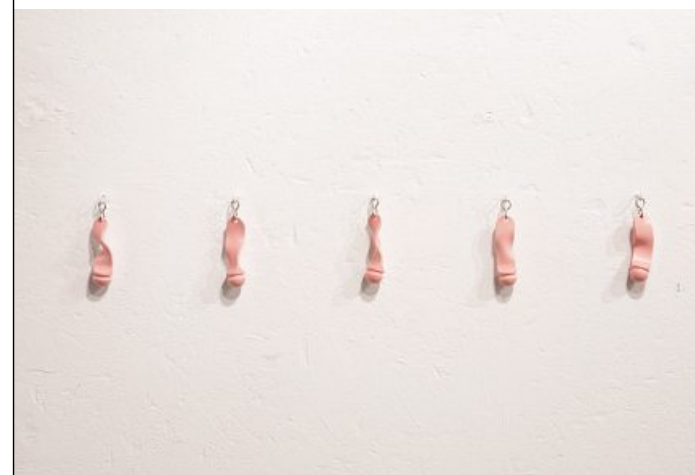
Confection intime



PAR LAURENT DELALOYE

Il suffit de pas grand-chose pour que le travail d'un artiste bifurque vers le monde de la sexualité. Il aura fallu une invitation, en automne dernier, à l'expo collective *Lupanar*, pour que Camille Lichtenstern fasse ce pas. Née en 1989 dans une famille baignée dans la diplomatie et ouverte aux arts plastiques, la fraîche diplômée en arts visuels de l'ECAL – avec mention excellent, assortie du Prix Manganel – s'est installée à Zurich pour continuer à pratiquer la sculpture et les installations. «Je prends cette ville comme un tremplin qui me mènera ailleurs.» Vers le plaisir? «Je veux aborder le thème de l'érotisme avec humour et légèreté, faire quelque chose de subjectif. J'ai fait cinq porte-clés d'hôtel pour... une seule chambre. Ce chiffre fait référence aux partouzes qui se font en général en nombre impair.» Et que chacun soit différent rappelle que chaque pénis l'est tout autant! Ces pièces en résine teintée de rose pâle ont été moulées et tordues... manuellement avant la fin du séchage. Ne désirant pas s'arrêter en si bonne disposition, Camille travaille désormais sur la série *Phallic Fantasies*, inspirée de l'univers des sex-shops et d'objets utilitaires qu'elle achète pour sa cuisine. Etonnant comme un porte-bouteilles peut dévoiler des formes suggestives une fois assemblé à un porte-savon. **L'actu:** Après la collective «Lupanar» jusqu'à fin 2014 chez Forma à Lausanne, elle va tenter les Swiss Art Awards 2015. **Le prix:** 300 fr./pièce.

«Breakfast included», série de cinq porte-clés en résine teintée dans la masse, crochet en métal, 11x3 cm, 2014



MAQUILLAGE

En direct des défilés

Linda Cantello a intérêt à travailler vite. En effet, la maquilleuse en chef de Giorgio Armani reçoit les tenues deux jours avant le défilé, et à elle de composer, sur le vif, le nuancier qui convient à chaque saison. Elle dispose pour cela d'une palette géante de pigments de base, tous approuvés par Signore Giorgio: le colour lab. Les créations qui sont issues de ces associations spontanées ne figurent guère que sur les photos de l'événement. Jusqu'à aujourd'hui. Car pour la première fois ces mélanges colorés ont été produits industriellement (une prouesse de rapidité) et arrivent en rayon en une minicollection, Armani Runway, qui reprend les mêmes teintes sable irisé que les vêtements du printemps. *R.L.*

Collection limitée, de 49 fr. (vernis à ongles) à 189 fr. (palette), disponible chez Globus à Genève, Manor à Lugano, Jeimoli à Zurich

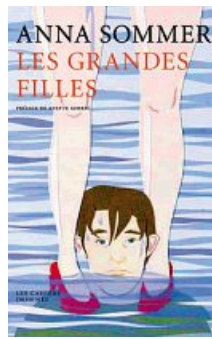


Collage Le Chagrin, 2010, 58x41 cm.

LIVRE

Contes acides pour grands enfants

Question: qui est ce chat? A première vue, la scène ci-dessus est un tête-à-tête plutôt tendre, du genre ami sympa qui tend des kleenex à sa bécassine de copine sans doute à nouveau fourrée dans une sale histoire. Mais depuis quand les chats fréquentent-ils les dames oiselles? Le très civil pull-over à losanges ne trompe pas son monde: ce matou-là va finir par sortir ses griffes et ses canines. L'artiste suisse Anna Sommer a le chic pour ce genre d'ambiguïtés palpitantes. Le livre qu'elle publie ces jours est un recueil de son travail récent: pas de texte, mais cinq séries de collages aux teintes lumineuses, qui s'inspirent du dessin pour enfants afin de décliner des thématiques décidément très adultes. Anna Sommer n'a pas toujours donné dans la palette joyeuse. Née à Aarau en 1968, elle a beaucoup travaillé



Les grandes filles, Editions Les Cahiers dessinés, 150 p.

le dessin en noir et blanc, pour des croquis acerbes sur les rapports entre hommes et femmes. Sa patte s'est fait remarquer dans les magazines *Annabelle* en Suisse alémanique ou *Femina* en Suisse romande. Mais depuis qu'elle s'adonne au découpage – inspirée par les grands à-plats de Félix Vallotton – son œuvre gagne en sensualité. Et pas seulement à la faveur de ses très modernes nus érotisés. Le livre rend hommage, par son papier agréable au toucher, à la matérialité de ces images, qui, par superposition de couches aux textures différentes (ah, les magnifiques tapisseries...) prennent de la profondeur, presque du relief. Et sous leurs allures naïves, les saynètes se moquent doucement. «Une œuvre adorablement capricieuse», comme l'écrit Anette Gehring, directrice du Musée de la caricature de Bâle, dans sa préface. *Loyse Pahud*

VIN

Le vin d'un Lausannois noté 100 sur 100



Le critique du vin américain Robert Parker vient de noter un cabernet sauvignon californien, To Kalon 2012, de Napa Valley, 100 sur 100. Derrière ce rouge capiteux se cache un projet ambitieux de faire «dialoguer» trois cabernets sauvignons de microterroirs de Napa Valley, sous le nom de The Debate Wines. Et c'est Jean Hoefliger, 42 ans, établi depuis quinze ans en Californie, mais qui a passé toute sa jeunesse à Lausanne et étudié l'œnologie à Changins, qui signe les trois vins, dès le millésime 2010. Les vignes, situées dans l'eldorado du vin d'outre-Atlantique, sont la propriété d'Andy Beckstoffer et sont vinifiées dans la *boutique winery* que dirige le Lausannois depuis dix ans à Santa Helena, Alpha Omega (www.aowinery.com). Sa triple interprétation du cabernet sauvignon de très petit rendement (3500 kilos par parcelle) et de parfaite maturité au chaud soleil californien, l'œnologue la compare au «sex-appeal de Marilyn Monroe» pour la cuvée D' Crane (96/100), à «l'élégance de Coco Chanel» pour la cuvée Missouri Hopper (95/100), et à la «complexité de Sigmund Freud» pour le To Kalon (100/100). Et c'est celle-ci qui a le plus plu au gourou Robert Parker, l'insondable analyste du vin depuis vingt-cinq ans... Les trois flacons sont vendus à 120 dollars le flacon, sur le site dédié www.thedebatewine.com. P.Ts.



MODE

Peint à la main

Le luxe, c'est l'exclusivité. Comment mieux la garantir qu'en demandant à un artisan (italien en l'occurrence, Senior Mario) de poser une couleur au pinceau sur une chaussure taillée dans un cuir de veau? Uniques, les micro-irrégularités de la peinture rappellent en outre qu'une main humaine a pris soin de vos pieds. *L.P.*

Soulier à double boucle (femme), 449 fr. (homme: bleu) www.navyboot.com



Les chutes d'eau au pied de la montagne Slættaratindur sur l'île d'Eysturoy.

VOYAGE

Eclipse aux Féroé

Dans l'engouement actuel pour les grandes étendues du Nord, les îles Féroé seront particulièrement tentantes le mois prochain. Le 20 mars 2015, en effet, l'éclipse totale du soleil y sera observable. D'ordinaire, déjà, le paysage des 18 îles éparpillées dans l'Atlantique Nord, entre Norvège et Islande, relève de l'expérience surréelle. Mais imaginez seulement ces fjords déchirés, ces falaises abruptes et autres cours d'eau intrépides, plongés deux longues minutes dans le noir, à très précisément 9 h 41. Presque mystique! La légende locale veut qu'un quatuor de frères très querelleurs, au XVII^e siècle, se soit définitivement réconcilié après avoir vécu la terreur de cette minuit... Une foule d'activités culturelles sont prévues dans la foulée de l'événement exceptionnel (et plusieurs croisières). Mais il ne faut pas oublier d'aller manger de la nouvelle

cuisine nordique chez Poul Andrias Ziska, dont le Restaurant Koks est installé au sein de l'Hôtel Foroyar, dans les hauts de la capitale Tórshavn. Le grand chef ne recourt qu'à des produits et techniques traditionnels (comme la fermentation et la maturation des viandes et poissons – le raest), mais mâtinés d'une approche futuriste. Les assiettes sont aussi spectaculaires que le paysage âpre et sauvage. Quant à l'hôtel qui l'abrite (le seul 5-étoiles de la région), il passe pour novateur aussi, avec son toit en gazon qui le fonde dans la pente. Et pour ceux qui ne peuvent pas partir en mars? Pas grave, les îles Féroé sont majestueuses en été aussi (surtout?), particulièrement pour les randonneurs. Quant à l'éclipse de soleil suivante, on pourra aller la guetter le 9 mars 2016 sur une autre île: Sulawesi. *Renata Libal* <http://www.visitfaroeislands.com>



BIJOU

Perle rare

Yaël Baszanger n'a pas reçu que l'amour des perles en héritage, mais aussi le raffinement de la maison familiale née en 1771. Représentante de la 6^e génération, elle réalise deux collections annuelles ainsi que des pièces sur mesure fabriquées dans des ateliers genevois de haute facture. Ses créations redonnent vie à la perle: bagues en argent, dormeuses ras le cou, bracelets aux aigue-marine et grenats mêlés, sautoirs ou bijoux retravaillés à partir des archives de son grand-père. Tous des poèmes. S.F.

Bagues fines Bouquet de Perles, perle de Tahiti sur or blanc, Akoya (japonaise) sur or rose, 890 fr. la pièce, www.baszanger.com



DESIGN

Le Corbusier passe écolo

Depuis cinquante ans, l'entreprise italienne Cassina édite les meubles des modernistes Le Corbusier (ici son fauteuil LC2 de 1965) et ses comparses. Pour cet anniversaire, la collection *Maestri* est désormais produite de manière plus douce pour l'environnement, notamment grâce à un nouveau traitement des chromes, au tannage des cuirs et à un textile novateur. Les teintes aussi sont revues. En vert? R.L.

TOYS FOR BOYS



PAR DIDIER BONVIN

C'est parti pour l'internet des objets! A l'avenir, oui, tout sera connecté. Le moindre objet du quotidien, du frigo au four micro-onde, devra

communiquer avec le monde. Rien ne semble échapper à cette tendance. Profitant de l'attention des médias lors du CES, le salon mondial de l'électronique de Las Vegas, le fabricant Delsey a présenté sa première valise connectée, dite Pluggage. Que fait-elle? Presque tout: elle s'autopèse, annonçant via une appli son poids total, ce qui permet d'éviter les frais supplémentaires au moment du check-in;



Pluggage de Delsey: un assistant personnel dans son bagage.

elle sert de chargeur à smartphone (plutôt pratique); elle indique, via son GPS, où elle se trouve (histoire qu'on sache où elle a encore été perdue ou abandonnée par la compagnie d'aviation); elle est équipée d'un haut-parleur intégré (commode pour agacer ses voisins avec sa musique); elle révèle si elle a été ouverte par un tiers (difficile car on peut lui ajouter une reconnaissance d'empreintes digitales). Et encore? L'application liée à la valise donne les infos de vol, la météo à destination et prévoit des check-lists de voyage personnalisables... Avec toutes ces fonctions, voilà un bagage mué en assistant personnel. Mais l'innovation n'est pas totale puisque la première valise «intelligente», Bluesmart, a été lancée l'an passé, avec des dons assez similaires. Reste que lorsqu'on connaît le traitement que subissent les bagages en soute, on se demande s'il ne vaut pas mieux prendre son objet hyperconnecté en cabine. Ce serait un peu dommage de le retrouver en pièces détachées à l'arrivée.



PROCÉDÉ
ARTISANAL

Au Moulin de Sévery (VD), la fabrication de l'huile de noix «pressée à l'ancienne» se fait selon la tradition. Raison pour laquelle la marque Alta Terra accueille ce produit dans sa gamme.

DE LA NOIX À L'HUILE

La transformation de l'oléagineux passe par les étapes du cassage, de l'énoisage (pour dégager les cerneaux), de la mouture, de la torréfaction, et enfin du pressage.

Saveurs extraterriennes

NOTRE TERROIR PRODUIT DES DÉLICES, FRUITS GOÛTEUX D'UNE TRADITION ENCORE VIVE. LA MARQUE ALTA TERRA S'EN EST EMPARÉE POUR LES FAIRE CONNAÎTRE ET ASSURER LEUR PERMANENCE.

TEXTE SEMAJA FULPIUS PHOTOS YANN ANDRÉ

PASSER EN REVUE LES RAYONS d'Alta Terra commence il y a neuf ans quand Ulrich Grünig, directeur de l'entreprise alimentaire familiale Narimpex, prend conscience du potentiel commercial des spécialités suisses. Déjà propriétaire de Swiss Alpine Herbs, manufacture spécialisée dans le traitement des herbes et épices des Alpes, cet entrepreneur bernois décide d'aller à la rencontre d'autres petits producteurs. Son idée? Valoriser des cultures et un savoir-faire qui, faute de visibilité et d'efficacité dans la distribution, risquent l'extinction: «Je me réjouissais à l'idée que des productions familiales confidentielles – et surtout de telles délices! – soient connues à l'échelle nationale.» Progressivement, Ulrich Grünig rassemble des agriculteurs et artisans indépendants sous son label Alta Terra (haute terre) aux consonances latines «pour qu'il soit compris de tous». Selon un procédé de food scouting, «en ouvrant grand ses yeux»,

il déniche des merveilles dans les foires agricoles et les marchés. De là naît une gamme extrêmement variée de produits, principalement manufacturés par les récoltants sur leurs propres sites. Alta Terra ne travaille que de la matière première suisse à l'exception de certaines épices comme le poivre ou des graines de moutarde. «Nos produits sont issus de la plaine comme de la montagne, précise Ursula Cavaliere, brand manager. Pour la plupart biologiques, ils proviennent de tous les cantons, mais, avis aux amateurs, nous n'avons encore rien qui vienne de Genève!»

Petits pots design

La palette d'Alta Terra est constituée d'une cinquantaine de gourmandises. Il y a des surprises: mélanges de fleurs séchées et colorées qui ravissent œil et palais ou, plus rares, boutons de dent-de-lion sauvage cueillis à la main. «Nous sommes fiers de cette réalisation, c'est un travail délicat que de collecter les boutons très jeunes et fermés. Nous avons une cueilleuse expérimentée dans le Jura», explique Ursula Cavaliere. La marque n'en produit pas plus d'une centaine de bocaux par an, mais parsemer une pizza ou une raclette de ces boutons floraux serait une expérience à vivre.

La production générale est très variable, «de 50 pots pour certains articles jusqu'à plusieurs milliers pour d'autres. Cela dépend si le climat a été favorable ou non aux récoltes». Cet aspect artisanal fait la beauté de la chose. «Nous tenons à ne pas nous industrialiser, explique Ulrich Grünig. Nous nous inscrivons

volontairement dans une logique slow food et un respect du naturel qui seraient mis à mal si nous devions produire en plus grande quantité.» Et pour faire rayonner son aura terroir, Alta Terra s'est récemment associée à la très médiatisée cheffe d'outre-Sarine, Anne-Marie Wildeisen et sa fille Florina Manz. Le résultat? Des recettes de filets de truite tiède au sel des Alpes aux fleurs et sauce à l'aneth, de carré de porc en croûte de chili des Alpes et sauce moutarde, de salade de légumes aux fleurs magiques...

Le packaging, lui, est sobre: des petits bocaux transparents aux couvercles noirs ou des sachets joliment emballés dans un papier kraft qui s'intégrerait parfaitement dans une cuisine design. Quant à la clientèle, à proportion égale entre la Suisse alémanique et la Suisse romande, elle serait plutôt constituée de gourmets attentifs à la qualité et à la provenance des produits. Si l'entreprise n'avance pas de chiffres précis, elle admet avoir tout de même quintuplé son chiffre d'affaires depuis sa création! Les ventes en ligne décollent... Sinon, la distribution est assurée par des épiceries, vintothèques, fromageries et boucheries indépendantes.

Et pour ce qui est de l'avenir, Alta Terra compte bien encore dénicher d'autres trésors alimentaires, car la Suisse en regorge. «Nous avons la chance de collaborer avec des personnes fortement motivées et très liées à leur terre, se réjouit le patron Ulrich Grünig. Avec elles nous discutons de nouvelles idées, de produits possibles, nous sommes donc toujours en mode recherche.»



Ulrich Grünig

A 54 ans, cet économiste de formation est l'heureux patron de la marque naturelle Alta Terra, créée en 2006. Le Bernois a d'abord travaillé chez Nestlé, à Vevey. Il est également depuis 2003 le CEO de la firme alimentaire Narimpex SA.



DE GAUCHE À DROITE
ET DE HAUT EN BAS
Trinity Ruban,
platine et diamants,
Cartier. Héritage,
solitaire scindé or
blanc serti de
diamants demi-lunes,
**Maison Martin
Margiela.**
Perlée Solitaire,
or blanc et diamant,
Van Cleef & Arpels.
**Square Emerald
Diamond Ring**,
émeraude carrée
diamant blanc, **Graff.**
Solitaire 18 cts en or
gris, diamant taille
brillant, **Bucherer.**
Collection **Bridal**,
diamant rond et
diamants, **Chopard.**
Plume, or blanc
18 cts serti d'un
diamant taille poire
et 44 diamants taille
brillant, **Chanel.**
**Lily Cluster
solitaire**, 43
diamants taille
brillant sur platine,
pierre centrale
dès 0,5 ct
Harry Winston.
Passion, platine
et diamants,
Piaget. Bague de
fiançailles, platine,
diamant, **Tiffany.**

Un long come-back de fiançailles

IL Y A DES SIGNES QUI NE TROMPENT PAS. Aussi, même en l'absence de chiffres précis, peut-on annoncer sans ciller le grand retour des fiançailles, cette coutume qui avait été totalement abandonnée par la génération de 68. «Les jeunes ont compris que le mariage relève surtout d'un projet de famille, explique le psychiatre franco-suisse Robert Neuburger; dès lors, ils ressentent le besoin de marquer leur foi dans le couple, par le biais de fiançailles par exemple.» Les couples sont ainsi toujours plus nombreux à chercher l'anneau qui scellera leur amour, et le marché répond positivement à la demande. Et pas seulement aux USA, où le «proposal» à genoux est un passage obligé, forçant les prétendants à investir l'équivalent de deux mois de leur salaire pour ledit bijou. Chez nous aussi, cette consécration,

pourtant officieuse, s'installe avec le rituel de la bague en diamants (exclusivement!) qui scintille fièrement au doigt des jeunes femmes. Du coup, les joailleries offrent des gammes toujours plus étendues de solitaires. Cartier crée désormais des anneaux sur mesure que l'on compose à partir de 14 montures à choix. Et la pointue Maison Margiela propose sa version twistée avec la bague Héritage, ironie d'un diamant scindé en deux au laser... Preuve ultime que cela ne concerne pas que les milieux «tradi-bourgeois» mais fait briller les yeux des hipsters aussi. En 1947, Frances Gerety, l'une des rares femmes publicitaires à la Mad Men, avait trouvé ce slogan pour son prestigieux client De Beers: «Les diamants sont éternels.» Sur le moment, on l'avait jugé médiocre. Aujourd'hui, on sait que l'Américaine était une visionnaire. ☛

LE NOUVEAU LEXUS NX 300h.

FASCINATION COMPACTE EN TOUT HYBRIDE. DÈS CHF 50 800.-*.



LE NOUVEAU MULTITALENT COMPACT DE LUXE NX 300h:
LIGNES époustouflantes et **TECHNOLOGIE** d'avant-garde. Avec
TRANSMISSION INTÉGRALE E-FOUR et système **LEXUS**
HYBRID DRIVE pour un **PLAISIR DE CONDUIRE** incomparable.
ESSAYEZ-LE. CONDUIRE-LEXUS.CH
NX 300h: LEASING PREMIUM À 3,9% - CHF 454.-/MOIS.*
SERVICE LEXUS PREMIUM INCL.: 10 ANS/100 000 KM.**

THE NEW
NX 300h


LEXUS
NO.1 PREMIUM HYBRID

CENTRES LEXUS: BASEL EMIL FREY AG **BERN-OSTERMUNDIGEN** EMIL FREY AG **CRISSIER** EMIL FREY SA **ERLENBACH ZOLLIKON** EMIL FREY AG **GENÈVE** EMIL FREY SA **NORANCO-LUGANO** EMIL FREY SA **SAFENWIL** EMIL FREY AG **SCHLIEREN** EMIL FREY AG **ST.GALLEN** EMIL FREY AG **WETZIKON** GRUSS EHRLER AG **ZÜRICH NORD** EMIL FREY AG

* Prix net conseillé (après déduction de l'avantage client Lexus Premium), TVA incl. New NX300h (tout hybride 2,5 litres, FWD, 5 portes), à partir de CHF 52800.-, déduction faite de l'avantage client Lexus Premium de CHF 2000.- = CHF 50800.-. Mensualité de leasing CHF 454.05, TVA incl. Consommation Ø 5,0l/100km, émissions Ø de CO₂ 116g/km, catégorie de rendement énergétique A. Véhicule représenté: New NX 300h F SPORT (tout hybride 2,5 litres, AWD, 5 portes), à partir de CHF 72000.-, déduction faite de l'avantage client Lexus Premium de CHF 2000.- = CHF 70000.-. Mensualité de leasing CHF 627.55. Acompte 25% du prix net. 48 mois, 10000 km/an. Taux d'intérêt annuel eff.: 3,97%. Caution 5% du montant du financement. Valeur résiduelle suivant directives de Multilease AG. Casco complète obligatoire. Il est interdit d'accorder un crédit susceptible d'entraîner le surendettement du consommateur. Leasing Lexus Premium et avantage client Lexus Premium valables pour les contrats conclus entre le 1^{er} janvier et le 30 avril 2015, ou jusqu'à nouvel ordre. Consommation suivant directive 715/2007/CE. Émissions moyennes de CO₂ de tous les modèles de véhicules immatriculés en Suisse: 144g/km.

** Le service Lexus Premium comprend la maintenance gratuite jusqu'à 10 ans ou 100 000 km (selon la première éventualité), véhicule de courtoisie incl. pour assurer votre mobilité.



La directrice du groupe hôtelier Tschuggen Corinne Denzler devant la piscine - chauffée tout l'hiver - de l'Hôtel Eden Roc à Ascona.

LAVAGUE DU BIEN-ÊTRE

ELLE A FAIT DES SPAS SA SPÉCIALITÉ, SON DOMAINE. LA ZURICHOISE **CORINNE DENZLER** SAIT CE QUE DOIT OFFRIR TOUT BON CENTRE WELLNESS HÔTELIER.



Le spa de l'Eden Roc, un univers aux couleurs du lac Majeur.

A

SCONA: LE SOLEIL BRILLE comme si c'était déjà le printemps. Mais c'est bel et bien par un jour d'hiver que nous rencontrons Corinne Denzler, directrice du groupe hôtelier Tschuggen, à l'Eden Roc, un établissement cinq étoiles. Active dans l'industrie du tourisme depuis presque trente ans, elle connaît sur le bout du doigt les domaines du bien-être et du spa, qui prennent de plus en plus d'importance dans l'hôtellerie. L'un de ses plus ambitieux projets a été la planification et la réalisation du Tschuggen Bergoase, sur 5000 m², à Arosa, avec le fameux architecte Mario Botta. Elle s'est ensuite vu confier les transformations du Carlton à Saint-Moritz. Formée sur le tas, *learning by doing*, cette femme de 49 ans a visité une multitude de spas et de centres de bien-être tout au long de sa carrière. Pour nous, elle commente l'évolution récente de ce qui est devenu un incontournable hôtelier.

Quelles caractéristiques selon vous doit avoir un bon spa?

Il doit être propre et ouvert toute la journée. Cela m'agace quand on allume le sauna à partir de 16 heures ou que je ne peux recevoir l'un des soins proposés... Mais ce qui compte le plus, c'est la qualité des thérapeutes.

Peut-on partir du principe qu'un bon hôtel emploie des thérapeutes de qualité?

Hélas, pas toujours. Les deux n'ont rien à voir, et un excellent établissement peut avoir des thérapeutes moyennement formés.

Lorsque les employés de l'espace spa s'occupent aussi bien des soins cosmétiques que des massages, faut-il se méfier?

Je n'aime pas tellement, en effet, cette approche multitâche qui dissimule le désir de faire des économies: on veut proposer l'offre la plus vaste avec le moins

de personnel possible. Une coiffeuse qui a suivi une semaine de formation en massage a acquis quelques bases, mais elle n'en saura jamais autant qu'un véritable thérapeute.

Un hôtel de luxe doit-il absolument avoir un centre bien-être?

Oui s'il s'agit d'un hôtel de vacances, et surtout là où il ne fait pas toujours beau. Avant, c'était la piscine qui faisait la différence, maintenant c'est la qualité du spa. Cela dit, ce n'est pas la panacée, car cela coûte cher.

En Suisse, ces quinze dernières années, le domaine du bien-être a beaucoup évolué...

On a construit beaucoup de spas, de centres de fitness ou de bien-être, ouvert de nombreux *day spas*. Cette évolution s'est amorcée à la fin des années 1990. A l'époque, peu d'établissements avaient de bons spas. Les meilleurs étaient le Victoria-Jungfrau à Interlaken et le Quellenhof à Bad Ragaz. Leurs concurrents disposaient au mieux d'un sauna, d'une piscine et d'un masseur quelques heures par jour.

Pourquoi avoir autant investi?

La pression de l'Autriche, où l'offre était très importante, a joué un rôle. Le mouvement a démarré dans l'hôtellerie de luxe suivi des quatre et trois étoiles. Les bains thermaux comme ceux de Schinznach ou Zurzach ont pris le train en marche. Aujourd'hui, la plus petite pension a son espace bien-être. A Saas Fee, même l'auberge de jeunesse a un spa!

Le terme de bien-être n'est pas protégé, et les consommateurs se perdent dans les offres...

D'autant qu'on colle cette notion sur tout et n'importe quoi, ça peut être des voitures, des soupes, des collants! Dans le domaine spécifique des spas, le client moyen est vite dépassé lorsqu'il en cherche un qui lui convient. Il doit alors se fier au bouche à oreille et aux forums sur internet.



ITALIE



BALI



ALLEMAGNE



FRANCE



SUISSE

Trouver le spa qui nous va, c'est aussi une question de goût?

Oui, tout à fait, certains de mes amis ont adoré des spas que j'ai détestés. Et puis, comment les évaluer... Par la taille? La vue? La piscine? Ou plutôt la compétence des thérapeutes?

Les types de demandes se sont-elles modifiées avec le temps?

Chez nous, depuis environ quatre ans, les clients veulent plus de massages sportifs et de physiothérapie. N'importe qui peut effectuer un massage léger, mais un sportif exige de bonnes connaissances du corps et de la force.

Les massages exotiques type pierres chaudes ou Lomi Lomi avaient la cote, il y a peu de temps...

Et aujourd'hui, ce sont les massages classiques, manuels, qui sont à la mode! Les clients savent à quoi s'attendre, ils peuvent dire où ils ont mal, et l'on travaillera sur cette zone. Cela explique aussi qu'il y ait des physiothérapeutes dans nos équipes.

Mais n'est-ce pas ennuyeux que les clients réclament tous la même chose?

Effectivement, le domaine était plus varié avant. Tous les trois mois, de nouvelles méthodes sortaient, on se mettait à l'or ou au chocolat... C'était un peu gadget en fait. Et l'heure est au retour aux sources. Les clients ne souhaitent plus se faire masser le dos à la confiture de fraises, ils ont envie qu'on leur débloque le nerf sciatique. On peut dire qu'ils sont devenus adultes: bien informés, ils en veulent pour leur argent.

L'offre des spas s'est-elle restreinte en conséquence?

Oui, on en revient aux traditions ancestrales, à l'ayurveda, à la Thaïlande et au savoir-faire des stations thermales européennes.

Croyez-vous à la médicalisation du domaine bien-être?

Comme on est de plus en plus conscient des valeurs de la prévention, cette tendance va se poursuivre, oui. Je note aussi que les produits inspirés du monde médical sont de plus en plus demandés, tout comme les cosmétiques naturels.

Les hommes se préoccupent-ils davantage de leur beauté?

Ils prennent davantage soin d'eux, mais on ne peut pas dire qu'ils se précipitent sur les traitements cosmétiques.

Dans un monde où tout s'accélère, on veut aussi se détendre de plus en plus vite. Pas simple, n'est-ce pas?

En effet. Une des conséquences de notre mode de vie est que nous avons de plus en plus besoin de nous relaxer, mais disposons de moins en moins de temps pour le faire... Avant, par exemple, les semaines beauté se vendaient très bien, tandis qu'aujourd'hui on se tourne vers des offres sur deux ou trois jours. Et les traitements ponctuels, rapides, attirent davantage de monde, surtout dans les villes.

En ville aussi, les hôtels se sont équipés de spas, cela a-t-il un sens, à votre avis?

Non, en milieu urbain, c'est inutile. Mieux vaut construire un fitness.

Seuls les spas où le resto propose des plats légers seront crédibles

Pour beaucoup d'Européens, les spas asiatiques représentent le nec plus ultra. Vous comprenez pour quelles raisons?

Chez nous, la perfection technique passe avant tout, alors qu'en Asie l'approche inclut aussi une dimension spirituelle. Les spas asiatiques donnent la priorité aux valeurs et aux savoir-faire traditionnels qui font partie intégrante des soins. La nature et la flore locales sont omniprésentes. On cherche à «guérir» le client et à rétablir ses énergies.

Quelles sont les différences entre nos spas et ceux du monde?

En Europe, ils se ressemblent un peu tous. Même si les allemands et les autrichiens sont

plus nombreux à proposer des cures classiques et que d'énormes complexes ont vu le jour dans les régions orientales des deux pays. En Italie, ils ont gardé un côté médical, on appelle le directeur *dotto*! Aux Etats-Unis, le bien-être est également plus médicalisé, on y a intégré les questions de nutrition. En Australie, en revanche, on est proche de la nature et les produits sont bios. En Afrique, il y a des spas fabuleux, la plupart du temps installés dans des lodges, où on se fait masser en observant les animaux sauvages...

Comment le monde du spa va-t-il évoluer en Suisse?

On exigera davantage de soins naturels, de traitements manuels tout simples. On s'intéressera aux soins qui vont au-delà du geste, s'occupant du corps, mais aussi de l'âme et de l'esprit.

Va-t-on toujours chercher à perdre du poids?

Absolument. Les clients feront toujours plus attention à ce qu'ils mangent. En hôtel, seuls les spas où le restaurant propose des plats légers seront crédibles. Le programme sportif gagnera également en importance. On sait depuis longtemps que se détendre et se relaxer ne suffit pas pour rester en bonne santé, il faut aussi se remuer! Pas besoin d'appareils de musculation coûteux, on obtient les mêmes résultats en sortant, en pratiquant des activités en groupe, en forêt par exemple. Et l'on s'amuse davantage. Les femmes seront plus demandeuses de modelage du corps avec des haltères spéciaux ou des entraînements de boxe.

Proposer des nouveautés, cela signifie investir. Les hôtels vont-ils continuer sur cette lancée?

Quand on construit de nouvelles installations, on calcule au plus juste. On sait maintenant que les entretenir coûte cher. Chaque spa n'a pas forcément besoin de proposer une offre exhaustive, avec sept différents saunas... Il va aussi falloir tenir compte des questions d'efficacité et d'écologie, bien qu'il ne soit pas facile de faire fonctionner un spa selon ces principes.

Quelle est la différence entre diriger l'équipe d'un spa et celle d'un hôtel?

Il est plus facile de diriger cent cuisiniers que cinq masseurs (*elle rit*). Ils ont davantage besoin d'être chouchoutés et il doit y avoir une bonne énergie sur leur lieu de travail. Un cuisinier ne se préoccupe pas de ce genre de choses. Mais un masseur qui se sent mal à son poste ne donnera pas le meilleur de lui-même. ☺

LES SPAS FAVORIS DE CORINNE DENZLER

Italie

Verdura Spa
Loin de tout, sur la côte sud-ouest de la Sicile, l'endroit est magnifiquement situé en bord de mer. Ses volumes généreux invitent à la relaxation; la couleur locale est omniprésente dans les soins. En peignoir, on se rend au spa à vélo... www.roccoortehotels.com

Suisse

Tor da Lenn, Hôtel Valbella Inn
Ce spa grison est la preuve que le bien-être ne doit pas demeurer l'apanage des établissements de luxe. Lorsque l'on peut passer des vacances bien-être en famille, tout le monde y gagne. www.valbellainn.ch

Indonésie/Bali
Como Shambhala Estate

Une offre incroyable dans un endroit fabuleux, où les valeurs asiatiques sont omniprésentes. La philosophie est cohérente, l'approche santé prime sur les gadgets marketing. www.comohotels.com

France

Les Sources de Caudalie
C'est l'un des spas qui exploite son offre de niche de la façon la plus cohérente. Proches de Bordeaux, les installations et les soins sont parfaits; le raisin et le vin sont stars: on se prend pour Bacchus! www.sources-caudalie.com

Allemagne

Hôtel Budersand
Une situation unique sur l'île de Sylt, en mer du Nord, une installation flamboyante neuve et soignée. Un menu intéressant aux accents locaux. www.budersand.de

Hotelcard – le demi-tarif pour les hôtels

Plus de 500 hôtels à moitié prix !

Suisse Tourisme.
Membre.



Les avantages de l'Hotelcard :

- Des centaines d'hôtels dédiés au bien-être et au romantisme dans toutes les régions de Suisse et dans toutes les catégories d'étoiles.
- Des hôtels où réserver à moitié prix les $\frac{3}{4}$ de l'année en moyenne.
- La garantie du meilleur prix dans tous les hôtels.
- L'Hotelcard est en principe amorti dès la première nuitée.
- Une seule Hotelcard suffit pour réserver une chambre double.
- Utilisable aussi souvent que souhaité.
- Aucune obligation de consommer.



CHF 79.–
au lieu de CHF 95.–

www.hotelcard.ch/encore-bienetre

☎ 0848 711 717 (indiquez le code de réduction *encore2015*)

Lun - Jeu de 09:00 h à 12:00 h et de 14:00 h à 17:00 h, Ven jusqu'à 16:00 h

HOTELCARD
1/2 PRICE HOTELS

BEAUTÉ

MOUSSE PARTY

DE NOUVEAUX FLUIDES TRANSFIGURENT
NOS MOMENTS DANS L'EAU. POUR LUI ET POUR ELLE.

PHOTOS LIONEL DERIAZ SÉLECTION ILARIA LONGO



DE HAUT EN BAS

ET DE GAUCHE À DROITE

PAGE DE GAUCHE: POUR LUI

Eau de campagne Phytogel doux, 39 fr./50/250 ml. **Sisley**. Gel lavant revigorant, corps et cheveux. 42 fr./200 ml. **Diptyque**. Base lavante douce Bigarade, 70 fr./200 ml. **Frédéric Malle**. Gelée cellulaire énergisante, env. 80 fr./200 ml. **La Prairie**. Gel douche Un Jardin sur le Toit, 55 fr./200 ml. **Hermès**. Huile de bain Heavenly Hammam, argan bio & eucalyptus, env. 21 fr./100 ml. **Rituals**. Gel douche verveine bio, 34 fr. 90/250 ml. **L'Occitane** (chez Globus). Gel corps et cheveux Allure Homme, 48 fr./200 ml. **Chanel**.

CI-CONTRE: POUR ELLE

Gel bain La petite Robe noire, 66 fr./200 ml. **Guerlain**. Gel douche J'adore, 87 fr./200 ml. **Dior**. Gel douche Paisley, 67 fr./250ml. **Etro**. Soins Phyto-Bain, 67 fr./100 ml. **Yon-Ka**. Huile pour le bain Vanities, 114 fr./200 ml. **Penhaligon's**. Huile bain Red Roses, env. 65 fr./250 ml. **Jo Malone**. Nettoyant pour le corps, Japanese Orange, 34 fr. 90/300 ml. **Molton Brown** (chez Globus). Gel nettoyant à la feuille de géranium, 27 fr./200 ml. **Aesop**.



C'est du Nord
que vient le vent
du naturel
haut de gamme.



L'aspiration à la pureté

TOUJOURS PLUS DE LIGNES COSMÉTIQUES JOUENT LA CARTE DU «CLEAN»: PAS D'AGENT IRRITANT, PAS DE CONSERVATEUR, MAIS DU 100% PUR... L'ÉQUIVALENT BEAUTÉ DU MANGER SAIN.

TEXTE SILVIA AESCHBACH

POUR MIDI, plutôt des pâtes sans gluten? Un velouté sans lactose? Une quiche sans agent conservateur? De même que les gourmands se montrent attentifs, aujourd'hui plus que jamais, aux compositions des menus, les élégantes commencent à s'intéresser de près aux ingrédients qui nourrissent leurs produits de beauté. Là aussi, pour tous ces soins qui caressent intimement la peau, les plus attentives désirent soudain l'assurance de textures essentiellement douces, sans aucun agent susceptible de déranger l'harmonie. Des mixtures quasi célestes, avec juste de belles choses et la touche magique du high-tech. D'ailleurs, même ces célèbres mannequins de lingerie que l'on appelle Victoria's Angels entretiennent leur beauté avec des crèmes RMS Beauty, cette nouvelle ligne de soins développée par la maquilleuse Rose-Marie Swift. Baptisée Organic ou Clean Beauty, cette gamme a pour particularité d'être composée d'ingrédients certifiés bios. Propreté, pureté et naturel sont de rigueur; exit les produits chimiques, les substances de remplissage, les parabènes et les expériences sur les animaux.

Si, au début, rares étaient les entreprises cosmétiques à miser sur cette tendance aseptisée, elles sont nombreuses – sociétés de niche, mais aussi internationales – à y céder aujourd'hui. La marque Clinique a joué un rôle de précurseur, dès sa fondation en 1968, puisqu'elle était la première, dans le haut de gamme, à être entièrement développée par des dermatologues et totalement exempte de parfums. Aujourd'hui encore, elle reste l'une des marques les plus en vue.

De fait, la tendance des cosmétiques propres est le fruit d'une prise de conscience qui a d'abord touché le secteur alimentaire. Les consommateurs se méfient des additifs et autres agents conservateurs. Le plat industriel gorgé de sucres et matières grasses ajoutés, d'exhausteurs de goût, de colorants et conservateurs chimiques est devenu l'ennemi public N°1. Rien d'étonnant donc à ce que l'industrie cosmétique épouse à son tour l'aspiration à la pureté. Toute une génération, que les Américains appellent *Lohas* pour Lifestyle of health and sustainability, ne jure que par cette harmonie, où le concept de détoxification

est érigé en culte. L'idée est d'éliminer les scories du corps et de ne lui procurer que des substances pures. Quant à savoir si le corps humain contient vraiment de telles scories, c'est une autre question...

Propreté et beauté

En cosmétique, le premier réflexe dans cette quête est le label bio. Ce qui ne veut pas dire grand-chose, puisqu'il suffit que 1% des substances composant le produit soit certifié. Les estampillés bios sont en réalité les successeurs des cosmétiques aux plantes classiques. Une marque comme Weleda accentue le bien-être holistique, dans une approche d'harmonie corps et âme. L'Occitane, elle, met en avant les bienfaits de l'aromathérapie. Ce segment a énormément gagné en popularité ces dernières années à voir les chiffres allemands: hausse de 12% en 2013, soit près de 7% du chiffre d'affaires des cosmétiques.

Apprendre à lire les étiquettes

Un petit guide des substances controversées en cosmétique

Parabènes Ces conservateurs utilisés pour prolonger la durée de vie des crèmes peuvent causer des allergies.

Paraffines Provenant généralement de la distillation du pétrole, ces huiles servent d'agents hydratants. Si elles protègent la peau, elles sont aussi difficiles à absorber... Les dernières études les disent toutefois inoffensives.

Silicones Similaires aux huiles et aux cires, ils sont produits de manière

synthétique. Ils ont longtemps été considérés comme la panacée pour la peau et les cheveux. Utilisés sur la durée, ces substances alourdissent toutefois les cheveux et les rendent ternes.

L'inconvénient des silicones: ils se déposent comme un film sur l'épiderme, ce qui peut causer une sensation désagréable pendant l'été. En outre, ils ne sont pas biodégradables.

Alcool Assèche la peau, mais la rafraîchit et désinfecte aussi. L'alcool est à éviter sur les peaux sensibles.

A l'image de produits très purs, **une nouvelle norme de beauté** apparaît aujourd'hui

Le domaine de la *Clean Beauty* est sans doute plus innovant, bien que plus étroit. Il représente une autre sensibilité: on prône là des produits éventuellement (mais pas obligatoirement) à base végétale, d'où sont bannies les substances chimiques reconnues nocives, et on insiste sur les tests allergènes. Ce segment très influencé par les pays du Nord européen reste petit mais a le vent en poupe. Des marques de niche comme Ren, Pai Skincare, This Works, Yon-Ka, Chantecaille, Susanne Kaufmann, Jurlique ou la suisse Ananné conçoivent des soins à la fois naturels et technologiques. Ce mouvement est aussi soutenu par des marques lancées par des mannequins célèbres – comme Miranda Kerr et sa marque Kora Organics – ce qui séduit les jeunes Australiennes et Américaines.

Saine et suédoise

A la pointe de cette tendance, la marque britannique Ren a célébré il y a peu son 15^e anniversaire à Stockholm, dans le très chic et très avant-gardiste Musée Artipelag. Pourquoi Stockholm? Parce que ren signifie propre en suédois, hommage à une certaine idée de la beauté. La ligne a été lancée par Antony Buck et Robert Calcraft, au moment où l'épouse d'Antony, enceinte, faisait des allergies à ses produits cosmétiques usuels. Dès lors, le succès va grandissant pour ces soins bioactifs, avec, aujourd'hui, une diffusion dans 50 pays. Sous le credo *No nasty ingredients* (pas d'ingrédients nuisibles), la marque compte 40 références dont la rose marocaine est l'emblème. En Suisse, le Palace Crystal, à Saint-Moritz, propose un spa ren. «Au début, on nous a pris pour des fous, raconte Antony Buck. Personne ne pensait que cette philosophie de propreté avait un avenir. A mon avis, les produits de beauté ont pour mission de rendre le monde un peu plus doux.» La chimiste de la maison, Colette Haydon, insiste: «Mon travail est basé sur la communication cellulaire, pas sur la pénétration. A moi de trouver les substances, parfois un extrait végétal, parfois une molécule pure, qui indique à la cellule de produire du collagène et des lipides. Cette réaction en chaîne fonctionne comme une usine à hydratation. C'est cela qui fait une belle peau.» Même si, comme dit Colette Haydon, «la chimie est aussi un art», nous sommes là dans des technologies de pointe. «Aucune raison de s'obséder sur les plantes, relève encore la chimiste, nous faisons des produits cosmétiques, pas de la tisane. Il faut que ça marche!» A preuve, le petit dernier de la gamme: un *Beauty shot* à l'effet liftant sur le visage, durant au moins six heures.

Les marques nordiques sont en tête de liste de ce type de soins. La première marque du nord de l'Europe à s'imposer à l'échelle internationale était Face Stockholm. «Les produits doivent être purs et simples», explique sa propriétaire, Martina Arfwidson. C'est son père, Gun Nowak, qui a fondé la société au début des années 1980. En 2009, il a reçu l'ordre du mérite de la Maison royale suédoise. Sa fille ne mise pas tout sur les cosmétiques: elle privilégie une approche globale qui couvre à la fois l'environnement, l'alimentation, le sport et les soins pour la peau. Car qui dit *Clean Beauty* dit aussi mode de vie sain.

Et c'est ainsi que se boucle la boucle: à l'image de produits très purs, on voit apparaître une nouvelle norme de beauté, plus simple, plus paisible, plus nue. Nous sommes toutes, au fond de l'âme, au fond de l'imaginaire, des filles du Nord à la belle peau saine. Pas vrai? ☺



LA CRÈME DU CLEAN

PREMIER PLAN, DE GAUCHE À DROITE: Huile de gommage Detox, env. 115fr./200ml. **Susanne Kaufmann.** Sérum anti-rougeurs et réparateur, au calendula, env. 55fr./30ml. **Jurlique.** Sérum anti-âge Solacium, env. 180fr./15ml. **Ananné.**

ARRIÈRE-PLAN: Crème moussante sonique nettoyante, env. 25fr./150ml. **Clinique.** Sérum Keep Young and Beautiful, raffermissant et lissant, env. 65fr./30ml. **Ren.** Masque N°1, hydratant intense réparateur, env. 80fr./50ml. **Yon-Ka.** Sérum rééquilibrant, env. 65fr./30ml. **Pai.**

Prévient le relâchement cutané.

Ligne de Soins Corporels Revitalisants à l'Onagre

- Fortifie la peau et la nourrit intensément
- Le parfum frais et floral charme les sens

ESCAPADES



Un petit nid au fond des bois
de la Corrèze pour jouer
au loup entre amoureux.

10

ÉCHAPPÉES À DEUX

EXPÉRIENCES UNIQUES À
VIVRE EN AMOUREUX. POUR
SE FAIRE DU BIEN AU CŒUR,
AU CORPS ET À L'ÂME.

TEXTES RENATA LIBAL ET LOYSE PAHUD



1 En forêt Plongée nature en Corrèze

Le lieu Six cabanes au confort écocorrect font le guet au milieu des bois. Toutes de bois, de verre et de métal, elles ont été dessinées par l'architecte Apolline Terrier. Luxe rime ici avec sobriété, tandis que c'est à l'extérieur que règne l'opulence. Chênes, noyers, ormes, frênes, merisiers... les variétés de feuillus se mêlent aux conifères sur 35 ha tandis que les eaux serpentent entre mousse et fougères. Le site est classé zone d'intérêt faunistique et floristique.

Pourquoi maintenant? La forêt est encore claire et la nature s'éveille: on assiste à un bourgeonnement général. Avec un peu de chance, on tombera sur un daguet (chevreuil) le long de la rivière du même nom ou sur des écrevisses, tandis que les premières fleurs blanches éclosent sur les épineux.

S'y laisser bichonner Il y a les spécialités terroir à déguster et, dans le lodge commun, de quoi se cultiver autour du poêle: DVD, lecture, musique. Pour le corps, le spa de Véronique Chabrier propose «senteurs du limousin» (fougère, genêt, etc.), crèmes et massages.

Cabanes de Salagnac, Miers, Meyrignac-l'Eglise, dès 190 euros, 1 nuit offerte en + jusqu'au 28.2, www.cabanesdesalagnac.com

2 En ville Au glamour retrouvé à Berlin

Le lieu L'étoile du Ku'damm durant les Années folles. Et à nouveau dans les années 50 puisque épargné par les bombes de la guerre. Devenu l'hôtel de la Berlinale (le Festival international du film), l'Hotel Zoo a accueilli Marlene Dietrich, Romy Schneider, Grace Kelly...

Pourquoi maintenant? Il a rouvert fin 2014 après une rénovation de deux ans. La référence au temps passé extravagant n'a pas été perdue par la designer américaine Dayna Lee (Powerstrip Studio). Planchers bruts, hauts plafonds, briques apparentes de plus de 120 ans. De la grandeur mais *so gemütlich!* Le détail qu'on ne peut manquer: l'entrée Catwalk aux léopards signée Diane von Fürstenberg (dans l'attente d'aller au zoo, à côté!). Sinon, la Berlinale finit le 15 février: on peut encore y courir, les billets se vendent au plus tôt trois jours avant les projections.

S'y laisser bichonner On s'installe dans le jardin d'hiver avec sa cheminée large de plus de 5 mètres. Puis au bar Grace où un DJ fait swinguer chaque soirée: on est quand même un peu à Hollywood.

Hotel Zoo, Kurfürstendamm 25, membre de Design Hotels TM, dès 150 euros la double, www.designhotels.com

3 En musique Avec les artistes à Lucerne

Le lieu Institution lucernoise, le Schweizerhof écrit l'histoire des relations entre la Suisse et les artistes du monde entier depuis 1885. Toujours entre les mains de la famille Hauser (5^e génération), on y admire une constante quête de perfection: pas un détail qui dénote, de la gerbe de fleurs aux moulures néo-renaissance restaurées.

Pourquoi maintenant? Les chambres rénovées l'an dernier évoquent désormais les célèbres musiciens qui ont séjourné là, de Richard Wagner à Louis Armstrong. Il faut vivre cette expérience d'immersion totale dans la musique, avec les concerts du KKL (juste en face) ou les programmes maison. Lors des grands festivals (à vos selfies!) vous croiserez les stars dans le hall... Prochain grand rendez-vous (outre le carnaval du week-end prochain): la musique romantique russe, du 13 au 17 mai (www.zaubersee.org).

S'y laisser bichonner Le spa est situé à l'étage supérieur, ce qui permet une vue sur l'une des cartes postales les plus sublimes du pays.

Schweizerhof, Schweizerhofquai, Lucerne, dès 370 fr. la chambre double, www.schweizerhof-luzern.ch



4 Au loin Croisière en Birmanie

Le lieu Le somptueux bateau *Sanctuary Ananda* (nommé ainsi en hommage au plus célèbre temple de Bagan) a fait son voyage inaugural en novembre dernier, sur les eaux du fleuve Ayeyarwady, dans la grande plaine birmane. Conçu sur place pour 48 passagers, le bateau intègre technologie moderne et esthétique locale, avec teck, laques et soieries. Une luxueuse manière de voguer entre les principaux sites historiques et spirituels du pays.

Pourquoi maintenant? Si la Birmanie constitue une destination très prisée des amateurs de lointain, les itinéraires fluviaux restent encore confidentiels. Mais ça ne va pas durer: gare à la ruée pour voir les dauphins d'eau douce! Les nouveaux parcours donnent accès à des sites très protégés, comme les 900 grottes richement décorées de Po Win Taung.

S'y laisser bichonner Outre le centre spa à bord et les massages aux plantes indigènes, des séances de yoga et de méditation sont prévues tous les matins. Croisières de 3, 4 ou 7 nuits sur l'Ayeyarwady ou de 10 sur la rivière Chidwin. Dès 1100 fr. par personne pour 3 nuits (basse saison), www.sanctuaryretreats.com

5 Vie de château Comme Sissi en Tchéquie

Le lieu A une heure de Prague est un château enchanté, serti dans une campagne chargée d'ondes positives, où poussent des plantes bienfaites. Inéz Cusumano - Madame Inéz - a transformé ce bijou délabré du XVII^e siècle (qui a appartenu à la famille Thurn-Taxi, comme en attestent les photos aux murs) en boutique-hôtel exquis. Voici une retraite hors du temps, hors du stress. Les châtelains d'un jour peuvent grimper sur la tourelle pour contempler leur domaine de forêts et villages pittoresques. La table est classée dixième meilleure du pays et les vins locaux sont choisis avec soin. Le conte devenu réalité.

Pourquoi maintenant? La Saint-Valentin se fête avec 101 chandelles, puis, au redoux, un espace de méditation sera aménagé dans le parc anglais.

S'y laisser bichonner Le spa utilise la gamme maison, Mcely Bouquet, issue de la tradition herboriste locale. A essayer: l'onguent aux 9 fleurs et le peeling au pavot. On se baigne ensuite dans une cuve de bois. Château Mcely, dans le village de Mcely (direction Mlada Boleslav), dès 150 fr. la chambre double (basse saison). Service de transport sur demande, www.chateaumcely.com

6 En pleine nature Nid écologique au val d'Hérens

Le Lieu L'hôtel intimiste (8 chambres) est planté en plein pâturage, à la sortie de Nax, 1300 mètres d'altitude. Ici, tout est affaire de tourisme doux: on skie dans une ministration, on pratique la raquette et la randonnée, voire le ski joëring, une manière de se laisser tracter par un cheval, comme en Norvège. Murs en paille isolants, chambres décorées avec des essences de bois locales, cuisine au four à bois, produits de proximité. Et la table d'hôte? Il faut goûter, un soir d'hiver, au «choléra», ce gâteau à l'ancienne où l'on superpose pommes de terre, lard, poireau, pomme, poire et fromage en couches robotiques.

Pourquoi maintenant? Ouvert depuis 2012, ce nid douillet commence à être drôlement connu, il faut se dépêcher pour trouver une chambre libre.

S'y laisser bichonner Pas de spa luxueux! Mais cette saison le couple Papadopoulos inaugure un sauna dans le pré: un tonneau rond, comme une bulle pour deux, où l'on transpire en admirant le Valais à ses pieds. Et ensuite? Se rouler dans la neige, évidemment! Maya Boutique Hôtel, Nax, Valais. Dès 180 fr. la chambre double, www.maya-boutique-hotel.ch



7 En montagne

L'esprit chalet à Rougemont

Le lieu En surplomb du village (panorama renversant), la bâtisse joue le vieux bois et les pierres, dans l'esprit du Pays-d'Enhaut. Mais l'intérieur propose la touche de modernité (meubles et lustrerie design, baies vitrées) qui évite la carte postale. Le couple Christine et Alexander Perper a voulu une ambiance où la nature s'invite à l'intérieur: pierre de la Sarine pour la cheminée du bar, esprit glace pour le verre dans les chambres. Aussi douillet que sophistiqué. La cuisine donne dans les plats mijotés. Le chef belge Jean-Luc Daniel jure aussi détenir la vraie recette de frites, servies en sachet, comme chez lui.

Pourquoi maintenant Pour être parmi les premiers à tester ce boutique-hôtel alpin, appelé à devenir une référence du genre.

S'y laisser bichonner L'espace spa donne dans l'esprit lounge, autour de la belle piscine noire. Les soins y sont prodigués avec les produits (français...) Pure Altitude, basés sur les vertus de l'edelweiss.

Hôtel de Rougemont, chambre double dès 480 fr. (basse saison), www.hotelderougemont.com

8 Dans un mythe

Sur les canaux de Venise

Le lieu Plus qu'un palace au sens monumental du terme, l'Hôtel Gritti est une demeure patricienne, avec ses recoins, ses détails, ses exquis chichis. Impossible de rêver vue plus belle sur le canal, avec les coupoles de la Salute et les lumières du Musée Guggenheim. Le lieu doit son nom à l'austère doge Andrea Gritti (voir le portrait dans le salon), mais le ton est aujourd'hui à la douceur voluptueuse et aux lits plus que moelleux. Le Restaurant Club del Doge est lui aussi une bénédiction pour l'âme, surtout quand le maître d'hôtel conseille d'oublier la carte pour goûter les artichauts du marché.

Pourquoi maintenant? L'hôtel a été entièrement rénové par des artisans d'exception, selon la tradition. L'ambiance demeure feutrée sous les dorures et les damas, mais ces derniers ont retrouvé leur éclat.

S'y laisser bichonner La marque de luxe Acqua di Parma donne le ton – et les senteurs! – au tout nouveau spa Blu Mediterraneo. Le client choisit la note olfactive qui l'accompagne durant le soin.

The Gritti Palace, Campo Santa Maria del Giglio, Venise, dès 500 fr. la chambre double, www.thegrittipalace.com

9 A table

Saveurs primées en plein Jura

Le lieu Pas d'esbroufe dans ce nouveau centre érigé à la gloire de l'horlogerie. Musée, restaurant et hôtel de 5 chambres louent le travail méticuleux. Les curieux se rendent dans cette ferme rénovée, entre La Chaux-de-Fonds et Le Noirmont, pour le plaisir des papilles. Le jeune chef Mathieu Bruno fait valser, selon les saisons, croustillant de cigale et velouté de topinambour, crème légère d'ail des ours ou chips de canard. Loin de tout, mais près des délices.

Pourquoi maintenant? Mathieu Bruno (31 ans) et son épouse Milène font une entrée en fanfare dans le guide GaultMillau, avec 14 points et le titre de «Découverte romande 2015». Dans quelques années, nous pourrions raconter que nous étions là...

S'y laisser bichonner Pour les bienfaits spirituels, on peut espérer une promenade (à skis de fond? en attelage?) dans la neige fraîche des Franches-Montagnes. Et un parcours de 20 km permet de traverser les hauts lieux de l'art horloger.

Espace paysan horloger, Le Boéchet, menu dès 75 fr., 150 fr. la chambre double, www.paysan-horloger.ch



Par grand soleil, mieux vaut poser
avec des lunettes de soleil plutôt
que d'avoir les yeux tout plissés

Souvenirs...

Une escapade en amoureux s'immortalise.

Mais comment rapporter des images qui ne soient pas toutes ratées? Il existe quelques règles simples, qu'explique Anoush Abrar, photographe et professeur à L'ECAL ainsi que fervent pratiquant de l'autoportrait de couple, avec son épouse.

Les photos que l'on ramène d'un week-end romantique sont rarement réussies...

C'est normal, car les couples demandent à un passant de les photographier. Les amoureux se retrouvent au centre de l'image, le corps coupé n'importe comment et le visage à contre-jour, tandis que le paysage derrière est illisible.

Les selfies, c'est mieux?

Le problème du selfie, c'est qu'on n'a pas de recul, et donc qu'il n'y a pas d'arrière-plan. Cela à moins d'avoir une tige télescopique. On peut alors voir ce qu'il y a autour. C'est l'idéal, je dirais même que c'est une révolution, pour autant que l'on respecte deux règles élémentaires. D'abord ce qu'on appelle le décadage: le duo n'occupera qu'un tiers de l'image, à gauche ou à droite, les deux autres tiers cadrant le paysage ou le monument. Les personnes peuvent être prises en entier ou coupées à mi-cuisse. Ensuite la lumière: elle sera dirigée vers les visages et les éclairera, idéalement sans les éblouir. Et mieux vaut une paire de lunettes que des yeux tout plissés...

Quelle est la lumière idéale?

Celle qui n'invite pas les amateurs à se prendre en photo, c'est-à-dire quand le ciel est couvert de nuages blancs. Il n'y a alors pas d'ombres trop fortes sur le paysage, et la peau sort aussi belle qu'en studio!



Le photographe Anoush Abrar et sa femme Shiva Dehghani, qui a pris le selfie.

Et les photos de coucher du soleil?

A oublier... En général, les personnages sont à contre-jour, tout noirs. Si l'on veut un beau souvenir de paysage, de toute façon, il vaut mieux ne pas se mettre sur la photo.

Et vous-même, comment procédez-vous?

J'utilise un appareil photo et un retardateur, ainsi qu'un petit trépied portatif pour bien cadrer. Mais comme le dit l'icône de la photographie Annie Leibovitz, «le smartphone est le snapshot (image non posée, spontanée) de notre époque».

10 A la vigne

au cœur du Chianti

Le lieu C'est une authentique forteresse, mais douce et confortable. Elle domine un paysage typiquement toscan avec ses oliviers, ses collines ponctuées de cyprès, ses vignes où règne le cépage sangiovese.

Pourquoi maintenant? Au printemps, à la faveur des dégustations et des balades, on assiste aux deux extrêmes de la culture vitivinicole: le bourgeonnement des feuilles et le vin achevé. Dans un «wine space» épuré, on déguste les productions maison, chiantis, Vin Santo, grappa, mais aussi huile d'olive, finocchiona (salami au fenouil), pecorini (fromages de brebis)... A noter que les vins Stielle 2010 Chianti Classico D.O.C.G. Gran Selezione, Le Pratola 2009, IGT Toscana Merlot, Poggio a' Frati 2010, Chianti Classico D.O.C.G. Riserva viennent de recevoir diverses récompenses.

S'y laisser bichonner En pays étrusque, les plaisirs sont multiples: bonne chère au Restaurant Il Celliere, chevauchées dans les collines, plongées dans les spas voisins. Pour la piscine, il faudra attendre mai.

Rocca di Castagnoli, Gaiole in Chianti (Sienne), dès 118 euros la double, minimum 2 nuits, 6 ch. et 7 apparts. Dégustation-
visite des caves: 10 euros/pers., www.roccadicastagnoli.com



Collection à partir de CHF 89.-



SWAROVSKI

Horloge Sunburst de George Nelson, env. 336 fr., **Vitra**.



Suspension Ronde d'Olivier Schick, env. 490 fr., **Gubi**



Total marsala

ENTRE BRIQUE ET BORDEAUX, LA COULEUR DU VIN SICILIEN DONNE LE TON DE LA SAISON. INTENSE.

SÉLECTION RACHEL BARBEZAT

Table basse en marbre rouge et métal peint de Trine Andersen, env. 330 fr., **Ferm Living**



Set de 3 plateaux Nabo, 105 fr., **Normann Copenhagen**



Pouf Esedra en cuir Pelle Frau, de Monica Förster, dès 2300 fr., **Poltrona Frau**



Verre à vin en cristal Véga, de Savinel & Rozé, 190 fr., **Baccarat**



Tabouret Shogun laqué, 199 fr., **BoConcept**



Etagère Bookworm de Ron Arad, 624 fr., **Kartell**



Sofa About A Lounge Sofa for Comwell, de Hee Welling, dès 2400 fr., **Hay**





Scott Fellows

IL ÉTAIT LE DIRECTEUR ARTISTIQUE DE BALLY. IL CRÉE MAINTENANT POUR SA PROPRE MARQUE DE DESIGN, PASSIONNÉMENT ORIENTÉE BOIS ET CUIR. COMME BEAUTÉ ET CONFORT.

TEXTE LARA WEITZEL

CLASSIQUES, ICONIQUES, tels doivent être les objets dont le diplômé de Harvard aime s'entourer. En duo avec l'architecte Craig Bassam depuis qu'il a quitté Bally et la Suisse en 2002, le fondateur de BassamFellows à New York affectionne les lignes pures et la permanence.

Avez-vous aménagé votre intérieur avec vos propres créations?

Presque totalement! Comme les objets naissent des besoins de la vie quotidienne, nous vivons avec nos créations. Le siège le plus confortable sur lequel je me sois jamais assis est notre *Salon Lounge Serie (1)*. Mais nous nous identifions fortement aux meubles de *Mies van der Rohe (8)*.

Vous étiez le DA de Bally. Quel est votre designer de mode préféré?

Je suis un fan de *Jil Sander (7)*, ses coupes magnifiques, plutôt classiques, ses matières incroyables. J'aime l'idée de la permanence. Les trends, ce n'est pas mon truc.

Vous portez une Rolex. Un emblème de la qualité suisse?

Tout à fait. Rolex fait partie des marques qui touchent à la perfection. Le design de *l'Explorer (2)* a plus de soixante ans et il est toujours top moderne. Quand on arrive à créer un tel classique unique, on a réussi.

Vous avez vécu plusieurs années en Suisse, qu'y avez-vous aimé?

Beaucoup de choses! Notamment la qualité et le savoir-faire des entreprises de construction. Que ce soit les bâtiments eux-mêmes, l'architecture ou les rues. Nous avons habité six ans à *Lugano (3)*. La vue sur le lac avec les montagnes dans le fond me manque... On ne trouve qu'en Suisse des tableaux aussi dramatiques.

Vous travaillez avec le cuir, le bois. La nature, c'est important pour vous?

Essentiel! Mais je ne pars pas en randonnée chaque week-end... L'architecture moderne a pour principe fondamental d'établir un lien avec le monde. Dans ma maison du

Connecticut, ce lien se fait grâce aux baies vitrées. Le jardin compte aussi. Cette nature taillée et domestiquée me plaît.

Avez-vous un jardin particulier qui vous tient à cœur?

Oui, le parc qui entoure la *Philip Johnson Glass House (5)* à New Canaan dans le Connecticut. Le bâtiment a été construit en 1949 et il est devenu musée. Depuis des années, Philip Johnson aménage son parc. Mais on ne remarque rien: c'est comme si la nature avait été portée vers plus de perfection.

Vous êtes souvent en route. Comment aimez-vous voyager?

En train! Et précisément avec *les chemins de fer suisses CFF (6)*. (*Il rit.*) C'est très commode de monter dans un train dans une ville et de débarquer au centre d'une autre.

Pas d'amour fou pour une voiture?

Si, si. Avec Craig Bassam, nous avons une collection d'oldtimers allemandes. La préférée de Craig est une *Mercedes MB 600 (4)*. ©

Dior

NUDE AIR

LA FRAÎCHEUR D'UN TEINT QUI RESPIRE.

- NOUVEAU -

NUDE AIR SÉRUM DE TEINT – SPF 25 : le fluide effet zéro matière enrichi d'un ingrédient soin oxygéné pour un teint instantanément frais et velouté à la correction parfaite.

NUDE AIR POUDRE BONNE MINE : la poudre aérienne « anti-pollution » pour une bonne mine éclatante de naturel.

L'effet peau nue est idéal et la peau chaque jour plus belle.

POUR 94%* DES FEMMES, LE TEINT EST AUSSITÔT PLUS FRAIS.
POUR AU MOINS 97%** DES FEMMES, LA PEAU RESPIRE.

*Auto-évaluation après application successive du sérum de teint et de la poudre compacte. N=33 femmes.

**Auto-évaluation à t=4 semaines après application du sérum de teint (N=33) ou de la poudre compacte (N=31).

