

encore!

LE STYLE EN PLUS | SEPTEMBRE 2012

MONTRES
TENDANCE
AVIATEUR

RESTAURANTS
10 favoris des
gens de style

SUCCÈS
Chantal
Thomass,
un empire
de dentelle



Mode
Le cuir dans tous ses états
pour un automne sensuel

Cette publication
ne peut être vendue
séparément

 Le Matin
Dimanche

Hermès à Bâle, Berne,
Crans-sur-Sierre, Genève,
Gstaad, Lausanne, Lucerne,
Lugano, St.Moritz, Zurich
Hermes.com





HERMÈS
PARIS

LE TEMPS AVEC SOI

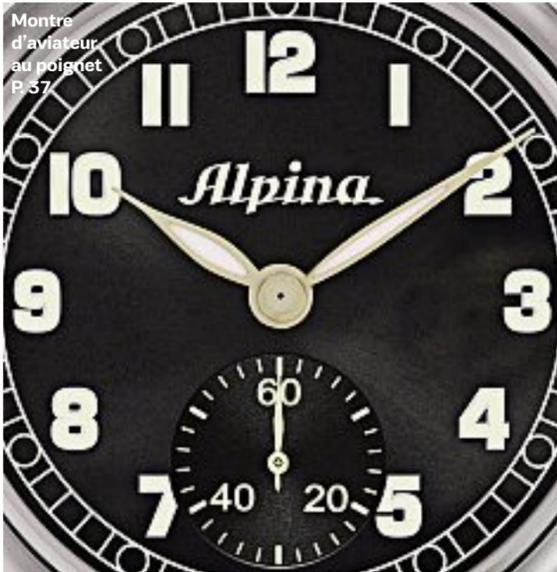
Miss Dior

LE PARFUM





Chantal Thomass, prêtresse des dessous P. 16



Montre d'aviateur au poignet P. 37



10 styles pour l'automne P. 20

Mode | Septembre 2012

SUJETS

12 Bijoux: inspiration insecte

La saga des motifs naturalistes, abeilles, mouches et scarabées

14 L'élégance italienne

Le subtil classicisme latin revient en force. Pour les hommes de goût

26 Shopping: style gavroche

Silhouette féminine ou masculine, vive le tweed et le béret!

34 Restaurants favoris des gens de mode

Paris, New York, Zurich, Londres: des adresses qui ont du style

46 Marco Zanini

Le designer de la marque Rochas dévoile son univers esthétique

RUBRIQUES

6 Merveilles 10 Swiss made: le vin en amphore
15 Design: Un hôtel signé Citterio 38 Shopping: mobilier très couture 39 Beauté: les secrets d'un parfum à succès 40 Maquillage: les détails qui font 2012 42 Nature: l'océan selon Yann Arthus-Bertrand 44 Adresses

Le cuir dans tous ses états P. 28



EN UNE

Bottine découpée en cuir, **Jimmy Choo**. Ceinture homme en cuir, **Louis Vuitton**. Mitaine en agneau glacé, **Hermès**. Chapeau en peau vieillie, **Stetson**.

À GAUCHE

Natalia: robe en cuir glacé, **Bally**. Bracelet, **Paggi**. Alexandre: veste en drap de laine avec manches en cuir, gilet en maille et pantalon, **Gucci**.

Mix & shake, la beauté des mélanges

DEPUIS PLUS D'UN AN, l'équipe de encore! s'emploie à vous présenter ses découvertes dans l'univers du beau, qu'il s'agisse de design, de saveurs, de voyage... ou de mode, comme dans l'édition actuelle. Mais le numéro entre vos mains est particulier. Outre les vêtements de cuir aux textures sensuelles (page 28), les folies à aimer cette saison (page 20) ou les réflexions sur la séduction de Chantal Thomass, grande prêtresse de la dentelle (page 16), ce encore! de septembre est le premier à enjamber le fossé linguistique entre Suisse romande et Suisse alémanique. Ici, il est offert aux lecteurs du *Matin Dimanche*, là-bas – nous en sommes très fiers! – à ceux



Renata Libal, (à g.) rédactrice en chef responsable, avec Silvia Aeschbach, rédactrice en chef version alémanique

de la *SonntagsZeitung*. Voilà donc la publication «art de vivre» la plus largement diffusée en Suisse! Les sujets? La plupart sont communs, car l'intérêt pour les personnalités inspirantes et les styles créatifs ne diffère guère entre deux régions qui se parlent – même s'il faut parfois y ajouter les mains pour se comprendre. Ce numéro, nous l'avons conçu ensemble, en équipe bilingue et joyeuse, circulant sans cesse sur la ligne de train Zurich-Léman. De Seefeld à Plainpalais, en passant par Bramois, les idées des uns et des autres se fertilisent: un phénomène que la mode connaît bien, là où les chocs toniques et les contrastes sont source d'énergie positive. Alors bienvenue dans un automne composite, cuirs mêlés et lingerie fine, dans un cocktail de goûts helvétiquement bigarré. Secouez bien!

Magazine imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées.

encore! Adresse: 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne, tél. 021 349 52 00 Direction éditoriale: Eric Hoesli Rédaction en chef: Renata Libal (responsable), Silvia Aeschbach (version alémanique) Conception graphique: Ariel Cepeda Edition: Héliène Béziat Production: Olivia Sedlak (version alémanique) Rédaction: Semaja Fulpius, Anouk Schumacher Mise en page: Géraldine Dura (directrice artistique), Andrea Müller Image: Susanne Borchert, Joëlle Keran, Cendrène Pouzet Secrétariat: Silvia de Francesco, Alessandra Ducret Photolithographie: Raymond Dubuis Correction: Francis Cattin Ont participé à ce numéro: Textes: Rachel Barbezat, Katie Breen, Cristina D'Agostino, Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger, Sarah Jollien-Fardel, Brice Lechevalier, Katja Richard, Pierre Thomas Traduction et adaptation: Semaja Fulpius, Loise Pahud, Olivia Sedlak Stylisme: Irma Birka, Eva-Maria Schlieffenbaum, Anouk Schumacher, Richard Voinnet Photos: Christian Dietrich, Catherine Gailloud, Magali Girardin, Lény Guetta, Charles Negre, Caroline Smyrliadis Illustrations: Clémence Monot, André Gottschalk Collage: Florence Tétier Marketing: Florence Ruffetta, Wanda Guery 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; Suisse alémanique: Publicité Print Suisse alémanique, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zurich, tél. 044 251 35 75 – Fax 044 251 35 38, publicite.zuerich@sr.tamedia.ch, www.mytamedia.ch Editeur: Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne Directeur général: Serge Reymond. Une publication de Tamedia AG. Indication des participations importantes selon article 322 CPS: ER Publishing SA, Terre et Nature SA, Le Temps SA, Jobup SA, Editions Le Régional SA, Comfriends SA, Homegate SA Impression: FOT Imprimerie, Pusignan, Meyzieu. 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 cavalière Edwina Tops-Alexander aime les chevaux... et les montres.

HORLOGERIE

Egérie à cheval

Un saut réussi lui donne la sensation de «voler comme un oiseau» et, pour le spectateur, Edwina Tops-Alexander et son cheval *Itôt du Château* forment un couple parfaitement harmonieux: vitesse, agilité et contrôle de soi. L'une des meilleures cavalières du monde, même si cela n'a pas suffi pour une médaille olympique en course d'obstacles. Passionnée d'équitation depuis l'âge de 8 ans, la cavalière australienne, 38 ans, incarne une certaine idée de l'élégance et de la prestance, formant aussi un couple en vue avec Jan Tops, champion d'équitation hollandais, entraîneur et négociant en chevaux. C'est pour ce mélange de combativité et de



La première ligne exclusivement féminine de Jaeger-LeCoultre: «Rendez-vous».

sophistication que la marque horlogère Jaeger-LeCoultre en a fait son égérie. La cavalière sera présente à Lausanne le 16 septembre, pour la nouvelle étape suisse de la compétition de saut Global Champions Tour, et lancera alors la collection «Rendez-vous»: des montres féminines rondes, automatiques, d'esprit art déco, avec un indicateur jour/nuit raffiné où le soleil taquine la lune. Outre les toquantes de la vallée de Joux, la sportive aime le luxe suisse, surtout les hôtels Drei Könige à Bâle et le Bellevue à Gstaad. Du point de vue vestimentaire: Lanvin et ses robes du soir, ou la créatrice anglaise Jenny Packham. Une femme à cheval sur le style. *Katie Breen*

L'ART À MOINS DE 1000 FRANCS

L'autoportrait revisité



PAR LAURENT DELALOYE, Collectionneur

L'artiste Sarah Burger est née à Glaris en 1982 dans une famille de travailleurs. Mis à

part le Kunsthaus et une galerie, il n'y avait pas d'activités culturelles dans cette ville entourée de montagnes «cruées». Attirée par l'art, elle y voit un champ où élargir le monde, découvrir des aspects qui n'ont pas encore de nom. Même si elle fait sa première performance à 17 ans, elle choisit la philosophie afin d'apprendre comment construire avec la pensée. Master en poche en 2009, elle en obtient un autre en art à Genève en 2011, couronné par le 1^{er} prix «Galeries HEAD». Elle vit entre Genève et Zurich: «J'ai besoin d'être en mouvement. Appartenir à plusieurs lieux me donne une grande liberté.»

L'œuvre Son parcours «irrégulier» lui permet de développer plusieurs médias: performance, vidéo, sculpture, photo. Elle privilégie la liberté de créer et n'apprécie guère le techniquement juste. La transformation permanente des matériaux et la fascination de la matière l'amènent à revoir la notion de l'autoportrait. En chiffonnant le sien, elle crée une nouvelle «visualité» qu'elle photographie à nouveau.

L'actu Du 21 septembre au 27 octobre avec une expo collective «In Absent Places We Dwell» à Piano Nobile à Genève. Dès le 7 décembre avec Ulrich Vogl à Standard de Luxe à Lausanne.

www.blancpain-artcontemporain.ch

Le prix 650 francs la pièce.

Self portrait as a branch, aluminium éloxé noir (40x30 cm), 2011.



JOAILLERIE

Zip et c'est tout!

La duchesse de Windsor, on le sait, aimait le luxe, les bijoux, et avait fait abdiquer le futur roi d'Angleterre. Mais elle était également une créative, proche des surréalistes. C'est ainsi qu'elle a imaginé, en 1938, un collier à zip, transformable en bracelet. Peu avant la Deuxième Guerre mondiale, elle avait commandé ce modèle à la maison Van Cleef & Arpels. «Il était prévu en platine et diamants, raconte Catherine Cariou, directrice du patrimoine, mais les problèmes techniques étaient immenses: toutes ces petites dents à assembler, pour que le curseur monte et descende sans problème!» Le collier n'a finalement été réalisé qu'en 1951. Mais alors la duchesse avait changé d'avis et ne l'a jamais porté. Le collier «Zip» reste une réalisation emblématique de Van Cleef & Arpels, toujours actuel en haute joaillerie. On peut l'admirer à Paris dans une exposition scintillante, avec des centaines d'autres merveilles légendaires. *Katie Breen*
Van Cleef & Arpels, Musée des arts décoratifs, Paris, du 20 septembre 2012 au 10 février 2013.





Hemisphere, le plus grand catamaran du monde, avec ses ponts de 450 m².

NAUTISME

Et vogue le géant des mers

Présenté au Monaco Yacht Show 2011, le plus grand catamaran à voile du monde est enfin visible! Mis à l'eau après cinq années de recherche & développement, il a été dessiné par le célèbre cabinet d'architecture navale VPLP, dont la planche à dessin est à l'origine des multicoques géants de course ayant remporté le Trophée Jules Verne autour du monde ou encore la 33^e America's Cup. Du carbone et de l'aluminium sur 44,20 m de long et 16,65 m de large, ce bateau de croisière est le rêve d'un client américain passionné de voile et de plongée. L'entrepreneur à la retraite a souhaité qu'*Hemisphere* dispose d'une autonomie suffisante pour traverser l'Atlantique au moteur et soit assez maniable pour résister aux courants de la baie de San Francisco où se déroulera la 34^e America's Cup en 2013, qu'il entend suivre du haut de son flybridge. A cela s'ajoutent les dernières technologies et un confort nec plus ultra

pour profiter des longues navigations. La suite propriétaire et la cabine VIP de 32 m² chacune s'accompagnent ainsi de 3 cabines invités et 4 cabines d'équipage. Le salon principal déroule sa moquette sur 72 m², alors que la superficie totale des ponts atteint les 450 m². L'une des coques arrière contient un petit hors-bord mis à l'eau par un bras articulé, alors que l'autre s'ouvre en deux pour laisser les plongeurs passer. Un bateau à moteur plus grand et puissant peut également s'extraire d'un compartiment situé au milieu des deux coques. Différentes passerelles télécommandées facilitent embarquement et débarquement une fois à quai. Et quand on largue les amarres, les sensations à la barre sont garanties par 1523 m² de voilure au portant. La passion n'a pas de prix. *Brice Lechevalier*

COSMÉTIQUE

Belles mines

«Ne mets pas ton crayon à la bouche!» Oublions cette fameuse phrase pour une plongée en enfance. La marque de cosmétique Clinique garnit les troussees de la rentrée des grandes filles en crayons précisément destinés à cet usage. Miam! Ces bâtonnets de baume à lèvres hydratant se déclinent en huit couleurs à croquer. De l'«Oversized orange» au «Voluptuous violet», tout le nuancier fait envie. De quoi rendre les lèvres douces et gourmandes avec subtilité. Car, ils ont beau ressembler à s'y méprendre aux anciens Crayola, la texture des «Chubby sticks» est bien plus légère. Ils glissent sur la lèvre pour n'y déposer qu'une touche de couleur translucide et brillante, qui vibre grâce à des micropaillettes. Mais le meilleur, c'est surtout l'odeur de pâte à modeler. A peine perceptible, elle rappelle l'époque des ateliers bricolage, quand les gamines barbouillaient le papier avant d'être assez grandes pour se peindre les lèvres. Et pour parfaire ce retour en arrière, rien de mieux qu'un petit goût de bonbon. En somme, le maquillage peut se révéler un plaisir tout à fait régressif. *Anouk Schumacher*



DESIGN

Hybride

Le petit fauteuil dessiné par Marcel Wanders pour l'éditeur Magis porte bien son nom: «Cyborg». Il allie un dossier en osier à une assise en polycarbonate, deux matériaux aussi éloignés que pouvaient l'être la robotique et l'humain... Avant le XXI^e siècle. A.S.



Fogal revisite la résille et la tendance néon.

MODE

Néo-collant

«Les jambes des femmes sont comme des compas qui arpentent le globe terrestre en tous sens, lui donnant son équilibre et son harmonie.» La formule, tirée du film *L'homme qui aimait les femmes* de François Truffaut, ne manque pas de piquant. Et si les belles de l'automne, à l'instar du cinéaste visionnaire, surfaient sur la nouvelle vague... de la mode? Pour apporter une touche de folie à la marche du monde, il suffit d'enfiler une paire de bas résille fluo. L'idée ludique mais chic, proposée par Fogal, joue les tape-à-l'œil. La marque suisse, pionnière depuis 1921 en matière de collants de luxe, n'hésite pas à dépolir la classique résille en la faisant virer au jaune électrique et en troquant le simple filet contre une dentelle de tricot. Une manière habile de quitter l'univers du cabaret et du boudoir pour l'espace plus joyeux de la rue. Et celles qui

auraient peur de se geler la gambette à travers tant de trous porteront du fluo en version sac ou vernis à ongles. Audacieuse peut-être, la teinte néon est pourtant définitivement la tendance à ne pas manquer. Déjà adoptée cet été par les trendsetters, les couleurs acides persistent cette saison et s'installent durablement, y compris dans les penderies masculines. A vos baskets bleu vif Pierre Hardy ou pantalon jaune citron Cerruti pour un revival 80's! Le fluo, c'est Bowie et Madonna dans leurs grandes années, l'esprit rebelle des punks aussi. De l'ultraviolet au vert pomme, on aime ces couleurs pour leur vitalité et pour les souvenirs qu'elles véhiculent. Mais s'il ne faut en choisir qu'une, optez sans hésiter pour ce jaune acidulé. Un vrai coup de peps capable de raviver les tenues sou(m)bres de l'automne. A coordonner avec son Stabilo au bureau! *Anouk Schumacher*



ACCESSOIRE

Fourrure ethno

C'est l'heure de dire adieu aux sacs de plage, pleins de linges et de tubes de crème solaire. Pas question pour autant de se laisser gagner par la dépression post-vacances. Est-ce que ça ne serait pas le prétexte idéal pour investir dans un sac de saison? Et tant qu'à se faire plaisir, on le choisit original. Chez Navyboot par exemple, qui prouve, avec une touche de fourrure et quelques perles brodées, que le cuir noir n'a rien d'ennuyeux. *A.S.*

BOISSON

Swiss tonic



Le fameux gin tonic refait surface dans les soirées. Alors pour faire snob & swiss, on adopte une nouveauté joliment nommée Gents – pour «gentiane» et «gent» (Monsieur, en anglais). La gentiane jaune des massifs du Jura sert d'ingrédient à ce tonique national, auquel elle offre son agréable amertume, virilisant le breuvage. Le mélange (avec citrons siciliens) a été élaboré par de fines bouches comme le chef de bar de l'Hôtel Widder, à Zurich. La bouteille, une réussite design du studio Beling Thoenen, arbore le vaisseau l'*Albatros* de Jules Verne, même s'il est inutile de faire le tour du monde pour se servir un verre. *Semaja Fulpius*

Une auto qui montre ses muscles

JOUET DE GRAND



PAR HANSPETER HEGGENBERGER
Chroniqueur

Kowalski appuie sur le champignon. Parti de Denver, il a quinze heures pour conduire

jusqu'à San Francisco. Tant pis pour les limitations de vitesse. La police le prend en chasse. Kowalski remet des gaz... La scène se passe en 1971 dans le film *Vanishing Point*. Un temps où les rebelles roulaient en bolide ou à moto (*Easy Rider*), et les règles, ma foi, étaient bonnes pour le petit-bourgeois. Kowalski conduisait une Dodge Challenger R/T 440 de 1970. Une voiture culte, déjà à l'époque. Une «musclée», une vraie. Une américaine

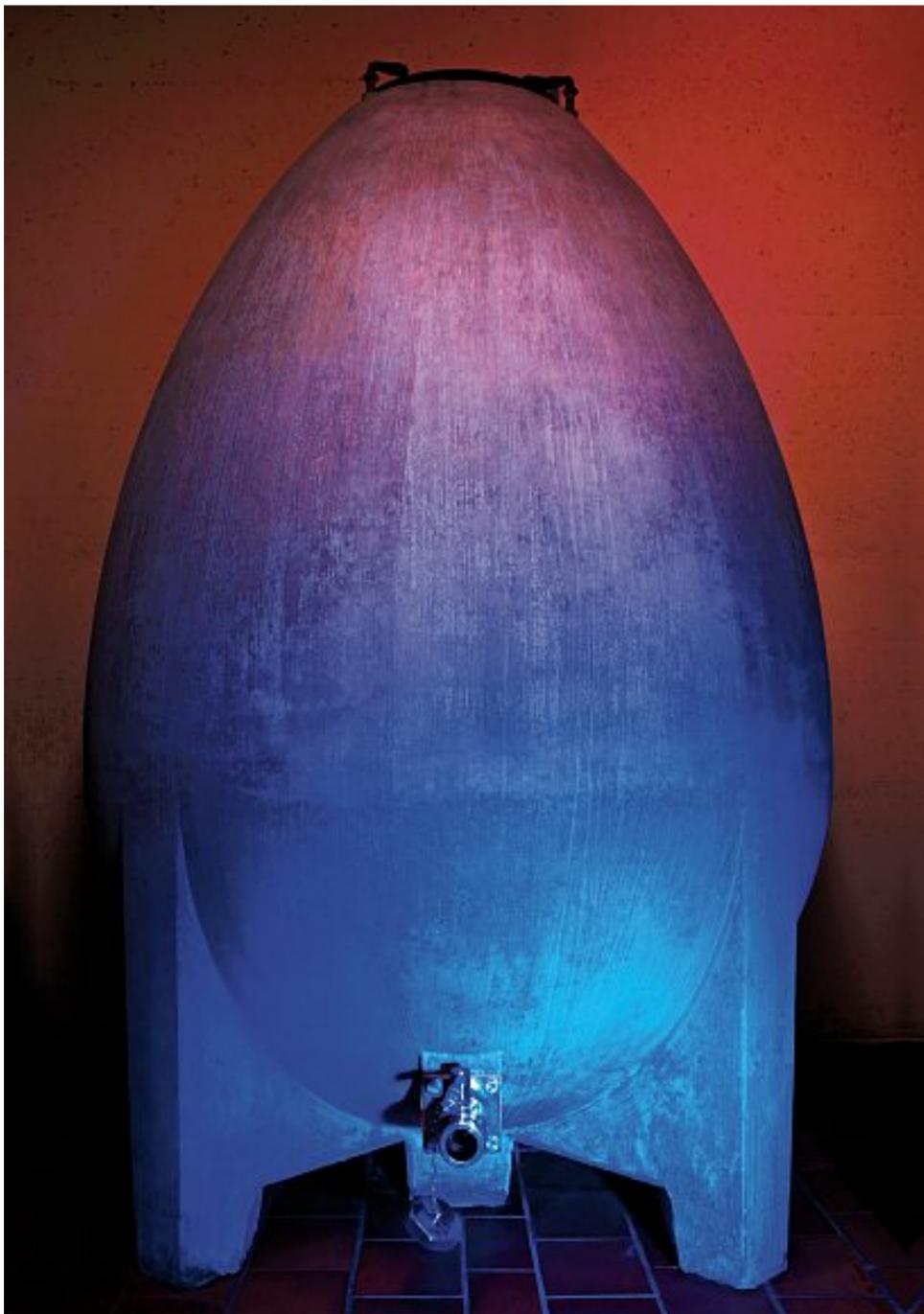


La Dodge Challenger SRT8 392 neuve coûte 60 000 fr. sur un site de voitures.

décapotable au moteur ronflant de 7,2 litres et 8 cylindres. Depuis 2008, Chrysler produit une nouvelle version de ce mythe: 2 portes, 5 bons mètres de long pour quasi 2 mètres de large, 2 tonnes, l'aile aussi élancée et élégante que l'originale, sous le capot un moteur V8 de 6,1 litres (de cylindrée, pas d'essence), 431 chevaux, 280 km/h de vitesse de pointe, 5 secondes pour passer de 0 à 100 km/h. Le modèle SRT8 392 de cette année carbure, lui, à une cylindrée de 6,4 litres, 480 chevaux. Yeux brillants et mains moites pour les amateurs de «Muscle Cars», même si l'esprit écologique s'écrase sous ces roues de 20 pouces. Pas étonnant que le fabricant ait renoncé à mettre la bête sur le marché européen. Celle-ci est donc une rareté sur nos routes – en gros 250 modèles en Suisse – qui fait d'autant plus sensation quand elle déboule. Kowalski a fini en feu d'enfer. La voiture qui a brûlé dans le film était une Chevrolet Camaro. On ne sacrifie pas une Dodge.

UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE**





ORIGINE

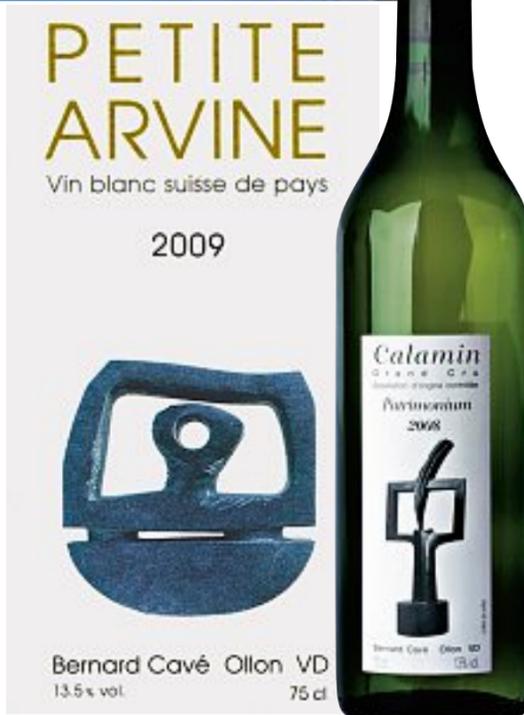
Il y a 6000 ans, en Géorgie, le vin était élaboré dans des amphores enfouies dans la terre. Depuis peu, des vignerons européens et suisses réhabilitent la technique, utilisant des œufs de béton gris en guise de fûts.

RECHERCHE

Dans les caves de Bernard Cavé, six amphores servent de chaudrons magiques pour créer des nectars aux arômes inédits. Les vertus principales de ce procédé versus la barrique? Le vin n'est pas influencé par le goût du bois ni asséché.

PRODUITS

A ce jour, c'est le vin blanc – chasselas, pinot blanc ou gris, petite arvine – qui est élaboré en amphore dans les caves suisses, le vin rouge s'accommodant du fût de chêne.



Du tonneau à l'amphore

DERNIER ACCESSOIRE À LA MODE OU TENDANCE LOURDE? DANS LES CAVES ROMANDES, C'EST LE RETOUR DES AMPHORES, APRÈS 2000 ANS D'EFFACEMENT FACE AUX BARRIQUES DE BOIS

ON NE PEUT PAS la luper: l'autre jour, à la Cave des Coteaux à Cortaillod, à peine cachée derrière une grosse cuve en inox, une amphore version grand modèle en béton gris. La maîtresse caviste neuchâteloise Janine Schaer y loge du chardonnay, assemblé ensuite à du vin passé en barrique. Du Genevois Jean-Daniel Schlaepfer, pionnier du bio en Suisse, à la Valaisanne Marie-Thérèse Chappaz, nombreux sont les vignerons-encaveurs réputés de Suisse romande à disposer de telles amphores. Le premier a même contribué à l'élaboration du modèle d'un atelier de cuves bourguignon en 2004 et depuis, il les aligne aux Balisiers, à Peney (GE) et à Lauzières, aux Baux-de-Provence.

Son ami, l'œnologue Bernard Cavé, adepte du concentrateur – une machine qui permet de donner du corps au vin en éliminant des particules d'eau les «petites» années – a vite compris quel parti tirer de ces amphores. Depuis 2006, il en a deux douzaines: «C'est très bien pour le pinot blanc, la marsanne, le riesling et même la petite arvine. Mais c'est avec le chasselas que cette technique reste la plus sympa!» Et de fait, la semaine passée, à Zurich, lors d'une dégustation de Mémoire (des vins suisses) & Friends, deux chasselas brillaient: la cuvée Amphore du duo Bernard Cavé-Philippe

Gex, copropriétaires du Clos du Crosex-Grillé, à Aigle (VD), et le fendant Clos de Mangold Vieilles Vignes du Domaine Cornulus, à Savièse (VS). Deux vins passés 100% en amphore. Du vaudois on a retenu, sur le millésime 2010, un nez ouvert, de la puissance, des arômes exotiques, bien que ce blanc ait fait sa deuxième fermentation dite malolactique. Du valaisan, un millésime 2011 qui explose au nez et en bouche, avec une belle vivacité et une grande minéralité.

Ni les sommeliers, ni les œnologues, ni les journalistes ne sont d'accord sur la notion de minéralité, signalée par une note saline en fin de bouche. Vient-elle du «terroir», ce (fourre-) tout formé du sol, du climat, de la viticulture et du vigneron? Ou bien du savoir-faire de l'homme et de ses choix? L'utilisation des amphores relance une fois de plus le débat. Et il n'est pas anodin de constater que les adeptes de la biodynamie s'essaient à ces œufs de béton d'argile sans la moindre armature métallique.

Une odyssée loin d'être achevée

Aux préceptes de l'anthroposophe Rudolf Steiner appliqués à la vigne s'ajoutent ainsi, en cave, un contenant marqué par sa forme évoquant à la fois le nombre d'or et le «mouvement brownien». En clair, des influences physiques et métaphysiques donnent une nouvelle dimension au vin.

Le très pragmatique Vaudois Raymond Paccot balaie l'argument: «Biodynamie ou

amphore ne sont que des moyens parmi d'autres pour produire le meilleur vin possible: je ne le mentionne même pas sur mes étiquettes! Ces amphores sont comme des fûts mais sans les inconvénients diaboliques de la barrique qui, quand elle est neuve, donne au vin un goût de chêne et, après quelques années, l'assèche.» Pas besoin de «bâtonner» (remuer) ni de transvaser le liquide: le «mouvement brownien» assure un brassage spontané et les lies se déposent au fond. Ses six amphores, le vigneron de Féchy les réserve depuis 2009 à un blanc multicépages (pinots blanc et gris, riesling, savagnin), Les Curzilles.

Dany Varone, de Cornulus, après son fendant et son johannisberg, veut essayer la technique sur des rouges. Bernard Cavé a de son côté déjà tenté l'expérience avec un gamay en 2010, puis un cabernet franc en 2011: «On retrouve ces magnifiques arômes frais, croquants et fruités des meilleurs vins rouges de la Loire», confie, gourmand, l'œnologue chablaisien.

On le pressent: l'œuf de Colomb du vin n'est pas lisse, mais multifacettes. Chacun y va de son expérience, en attendant d'avoir du recul, car les premiers-nés n'ont que cinq ou six ans d'âge. Il y a 6000 ans, en Géorgie, on faisait déjà du vin dans des amphores d'argile enterrées. Aujourd'hui, des vignerons européens redécouvrent cette méthode ancestrale. Mais c'est – encore! – une autre histoire. ●



Bernard Cavé

Quadragénaire, le Chablaisien d'Ollon est l'un des pionniers de l'amphore réinventée, lui qui explore depuis vingt-cinq ans les pistes de l'œnologie moderne. Avec le vigneron d'Yvorne Philippe Gex, il a pu racheter le prestigieux Clos du Crosex-Grillé et n'a cessé d'agrandir son domaine, d'une vingtaine d'hectares aujourd'hui.

ALIEN

ESSENCE ABSOLUE



Thierry Mugler

LA NOUVELLE
EAU DE PARFUM INTENSE

Retrouvez nos parfums sur mugler.com

Photographe : Thierry Mugler



DE HAUT EN BAS ET DE GAUCHE À DROITE Pin's, **Fear Factor Jewellery**. Boucle d'oreille, **Marie-Hélène de Taillac**. Boucle d'oreille Baby Boom, **Morganne Bello**. Boucles d'oreilles, **Adler**. Clips, **Van Cleef & Arpels**. Boucles d'oreilles Lune de Miel, boucles d'oreilles Bee My Love, **Chaumet**. Boucles d'oreilles Liberty, **Pasquale Bruni**. Pendentif Mimosa, **Gilbert Albert**. Pendentif, **Bucherer**. Broche Papillon, collection Haute Joaillerie, **Chopard**.

Un essaim de bijoux

SCARABÉES, ABEILLES OU PAILLONS, LES INSECTES DONNENT DES AILES AUX DESIGNERS DE JOAILLERIE ET LEUR PETIT CORPS D'INVERTÉBRÉ FOURNIT PARFOIS MÊME LA MATIÈRE DU BIJOU

TEXTE KATJA RICHARD

SES AILES SONT SOIGNEUSEMENT CONSERVÉES, SON corps, évidé, est rempli de résine, une feuille d'or parachève le tout. Ainsi, le coléoptère se mue-t-il en un objet précieux. Depuis trente ans, le joaillier genevois Gilbert Albert use d'insectes véritables dans ses collections. Tout comme la Suédoise Märta Mattsson, qui voit la beauté là où les autres répriment leur répugnance. De par le choix de ses matières, cette orfèvre fascinée par le monde des insectes, des larves et des fossiles se meut à la frontière entre émerveillement et dégoût. Papillons, scarabées et araignées fossilisés renaissent dans ses chaînes

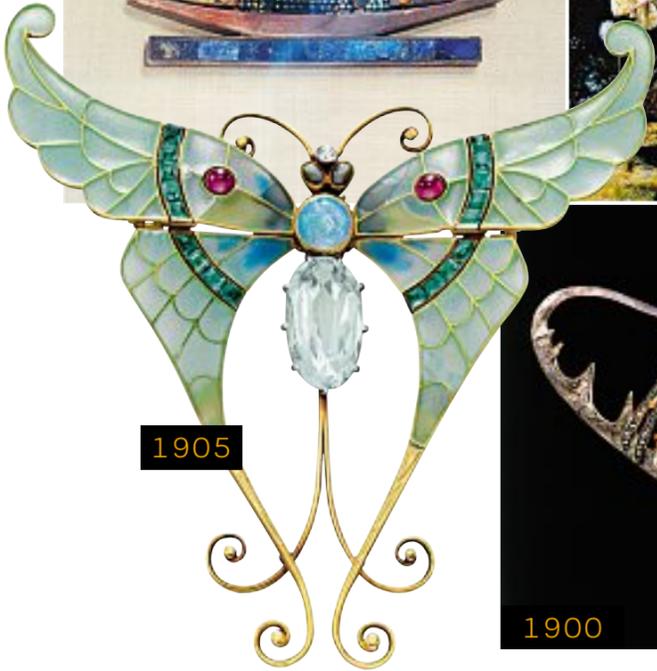
et ses broches. Elle pratique aussi l'inclusion d'insectes dans l'ambre. Déjà, en 1800 av. J.-C., de telles inclusions naturelles étaient considérées comme des objets décoratifs. Les petits corps, enfermés dans cette résine fossile qu'est l'ambre, ne fournissent pas seulement des renseignements sur les formes de vie existant il y a des millions d'années, ils sont en soi d'une beauté proprement singulière. Comme l'écrivait le poète romain Martial (85 à 103 apr. J.-C.): «Alors qu'une fourmi s'égarait à l'ombre de l'arbre de Phaéton, une goutte de sève couvre le minuscule insecte. Dédaigné jusqu'alors, il devint, par sa mort, un objet précieux.»

Peu importe que l'on juge ces bestioles délicates ou repous-

1345 AV JC



1670



1905



1900

PAR ORDRE CHRONOLOGIQUE

Au XIV^e siècle av. J.-C., en Egypte, chaque insecte était doté d'une symbolique: sur ce pendentif exhumé du tombeau de Toutankhamon, le **scarabée** incarne la résurrection divine.

Le peintre néerlandais **Otto Marseus van Schrieck** avait pour surnom le Fureteur tant il aimait dénicher et peindre les petits animaux, comme dans la toile «Papillons et serpents dans un paysage de forêt».

Conçue par le joaillier Boucheron, cette **broche Papillon** art nouveau en émail et gemmes a appartenu à l'actrice Liz Taylor.

Une création piquante du maître verrier René Lalique: l'épingle de chapeau **Guêpes et Scabieuse**, en or, diamants et opale.

Quand le joaillier De Grisogono anime ses collections avec de fabuleux bestiaires, c'est pour briller au Festival de Cannes. Ici, le mannequin Heidi Klum porte le **bracelet Butterfly** (Papillon).

Un scarabée pris dans la résine détourné en broche **Beetle Juice** (Jus de Scarabée) par l'orfèvre suédoise Märta Mattsson.

2012



2012



santes: ce sont elles qui inspirent les collections actuelles de bijoux, aussi bien la haute joaillerie que les artisans novateurs. Mais les insectes ne sont là, la plupart du temps, qu'à titre de modèles. D'innombrables pierres précieuses ornent des ailes multicolores, serties d'or blanc, jaune ou rose, et se métamorphosent ainsi en de merveilleux papillons, libellules, larves et autres scarabées.

Alors qu'aujourd'hui le bijou est un pur élément décoratif, il était jadis porteur de signification. En Egypte ancienne, le scarabée symbolise la force créatrice. Comme le luisant coléoptère se reproduit à toute vitesse dans l'argile du Nil, les Egyptiens pensent qu'il n'a pas besoin de fécondation pour se perpétuer. Et comme sa forme ronde et ses fines ailes dorées évoquent le soleil, on le relie au dieu Ra. Enfin, puisqu'il roule devant lui sa pelote d'excréments, on voit en lui l'image du soleil poussant les cieus dans sa course.

Chez les Indiens Zuni, c'est la libellule qui joue un rôle important. Dans la mythologie marquée par la nature de ce peuple d'Amérique du Nord, elle représente la fécondité et est vénérée par les chefs de tribu. Ceux-là croient qu'après leur mort ils renaîtront en libellule. Suite au contact avec les conquérants européens, les Zuni intègrent la croix chrétienne, y voyant le dessin de l'insecte aux grandes ailes. Le papillon, quant à lui, est considéré comme le messager du printemps et de l'été. Son apparition est le signe qu'on a une fois encore survécu à un dur hiver.

Une source d'inspiration millénaire

Au fil de l'Histoire, la représentation d'insectes a de nombreuses périodes de gloire. Il y a notamment le maniérisme et son style ampoulé qui expriment le passage du baroque à la Renaissance. Puis les natures mortes naturalistes du XVII^e siècle, qui mettent en scène des biotopes entiers peuplés de lézards, grenouilles et insectes. Au XVIII^e, la découverte d'innombrables animaux et plantes et l'étude de leur singularité infinie fascinent les esprits. L'ère florissante de la reine Victoria, au pouvoir de 1837 à 1901, élève les insectes au rang de... bijoux. Le colonialisme met également à la mode des motifs tels que libellules ou papillons. Sans compter que des terres lointaines d'Inde ou d'Afrique arrivent les diamants et les pierres précieuses nécessaires aux parures les plus imposantes.

Mais leur apogée, les bestioles ailées la connaissent à l'avènement de l'art nouveau (1896-1914). Non seulement l'architecture mais aussi la joaillerie sont imprégnées de ces ornements tout en courbes de fleurs, plantes ou insectes. La création artistique et l'effet décoratif sont mis au premier plan. Et la perfection de l'exécution est souvent jugée plus importante que la valeur matérielle. Surtout les délicates et transparentes ailes de libellules ou de papillons poussent les artisans créateurs à se dépasser. L'un des maîtres verriers et joailliers les plus significatifs de ce temps est René Jules Lalique. Il fournit les plus grands bijoutiers de l'époque, Cartier, Vever, Boucheron. En 1884, il fonde avec un joaillier sa propre entreprise, Lalique & Varenne. C'est lui qui, plus tard, créera les bijoux de scène de Sarah Bernhardt. ©

PUBLICITE

LUCKY STRIKE
ADDITIVE FREE*

GAGNE UN WEEK-END CÔTÉ VIGNES EN ESPAGNE SUR
WWW.LSNATURELLEMENT.CH**



* PAS D'ADDITIFS DANS NOTRE MÉLANGE DE TABAC NE SIGNIFIE PAS QUE LES CIGARETTES SONT MOINS NOCIVES.
** DURÉE DE L'ACTIVITÉ DU 3 SEPTEMBRE AU 31 OCTOBRE 2012. RÉSERVÉ AUX ADULTES. WEEK-END POUR 2 PERSONNES. PARTICIPATION GRATUITE ET CONDITIONS WWW.LSNATURELLEMENT.CH

Rauchen fñgt Ihnen und den Menschen in Ihrer Umgebung erheblichen Schaden zu.
Fumer nuit gravement à votre santé et à celle de votre entourage.
Il fumo danneggia gravemente te e chi ti sta intorno.

L'entrepreneur
 Guglielmo
 Miani, chez lui
 à Milan, en
 janvier 2012,
 incarne le
 style italien.

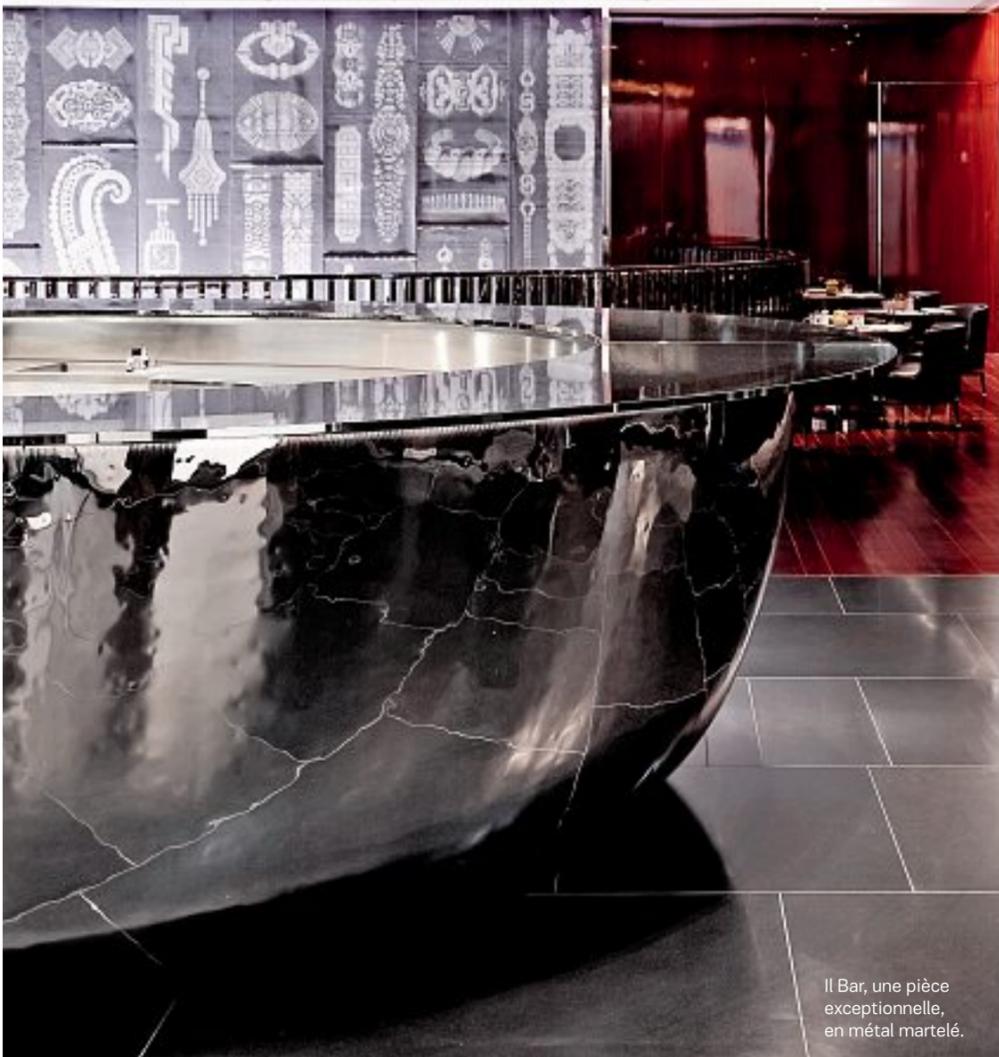


O stile mio...

C'EST L'HISTOIRE D'UN STYLE. D'une culture et d'un savoir-faire qui ont érigé le principe d'élégance en savoir-vivre. L'italianité possède deux valeurs cardinales: la beauté et la bonne facture. On peut y ajouter une certaine recherche dans les jeux de couleurs. Les hommes, tout particulièrement, gagneraient à s'inspirer de ces qualités pour bâtir leur garde-robe, en ces temps d'incertitude économique, où tout achat prend valeur d'investissement. Ce que l'on porte? Des mocassins cognac sous un pantalon marine, par exemple, ou encore une fine chemise à carreaux ciel, presque étriquée, sous un cashmere rouge. Un classicisme si bien assumé qu'il ne cherche aucune échappatoire, qu'il ne tolère aucun

second degré ni décalage. Car c'est là son panache: sa simplicité aristocratique, qui crée de toutes pièces une allure de prince. Un livre magnifique – coédité par Skira et la maison Tod's – sort actuellement et met en scène cet esprit en une série de rencontres masculines signées du photographe de mode Lorenzo Bringheli: *Italian Portraits*. Ces élégants de tous âges ont le style dans la peau et dans les gènes. Ils viennent d'univers esthétiques, certes, mais s'inscrivent aussi dans le réel: le bijoutier Attilio Codognato, l'écrivain Alfredo Tocchi, le sénateur Mario d'Urso, pour ne citer qu'eux. Entre les pages feuilletées, on décrypte l'essence de ce raffinement qui émeut tant les femmes. L'Italiano vero... l'homme idéal? ☉

TEXTE SEMAJA FULPIUS PHOTO LORENZO BRINGHELI



Il Bar, une pièce exceptionnelle, en métal martelé.



Reflets d'argent sur l'escalier monumental.

Palace aux éclats d'argent

QUAND UN JOAILLIER – BULGARI – ENTEND S'IMPOSER EN HÔTELLERIE, IL DEMANDE UN PALACE EN MÉTAL PRÉCIEUX, RAPPEL DE SON MÉTIER. LE TALENTUEUX DESIGNER ANTONIO CITTERIO A CRÉÉ CETTE FOLIE À LONDRES ET ÉVOQUE CES LIEUX D'EXCEPTION QUI INCARMENT UN ÉTAT D'ESPRIT

TEXTE RENATA LIBAL

CE N'EST PAS UN BAR, c'est un vaisseau théâtral, une soucoupe surgie d'un monde précieux, parmi les tables de cocktail. Et pour vous: un gin on the rocks? Antonio Citterio s'amuse. «Impressionnant? Sans doute. Et vous n'avez pas assisté à la réalisation de ce meuble monumental, quand une nuée d'ouvriers frappaient

le métal au marteau pour lui donner cette patine. Du vrai artisanat à l'ancienne.» Le célèbre designer milanais est ravi de l'Hôtel Bulgari, ouvert cet été à Londres. Lui qui, depuis quarante ans, conçoit ces objets du quotidien qui accompagnent les intérieurs raffinés y voit un monument à la gloire du travail parfait: des matières précieuses, un incroyable confort d'espace, une oasis de bien-être, un soin méticuleux du détail. Et le spa! Une piscine de 25 mètres en mosaïque vert et or, avec des cascades dans le jacuzzi. Cléopâtre, sors de l'eau!

Des hôtels chics s'inaugurent tout le temps et partout. Mais quand un joaillier italien ouvre un palace au cœur de la ville la plus cosmopolite d'Europe (dans le quartier de Knightsbridge, tout près de Harrods), il se doit de faire date. Exercice réussi, avec une ambiance très cohérente, qui met en valeur l'orfèvrerie en argent, le premier métier de Sotirio Bulgari, artisan grec émigré en Italie et fondateur de la marque en 1884. Antonio Citterio et son associée Patricia Viel ont conçu l'édifice jusqu'au moindre détail: de la construction à chaque poignée de porte, de l'éclairage à la douche en pluie, des lampes de chevet inspirées des chandeliers d'argent de la marque à la salle de cinéma.

Quand vous réalisez un lieu pour une marque, il s'agit d'une sorte de vitrine du style de vie qu'elle propose.

Certainement! Une marque comme Bulgari n'est pas dédiée à l'hôtellerie, alors, quand elle se lance, elle ne peut se permettre que le meilleur. Pour un designer, la chance est exceptionnelle. Il a fallu sept ans pour trouver l'emplacement idéal, rassembler les matériaux, soigner les détails. C'est la version contemporaine du palais de Versailles: un commanditaire qui ne va jamais au plus facile.

Un exemple?

Les textiles, tenez! Les motifs sont inspirés des dessins de broches de Sotirio Bulgari, dans les années 1880. Nous avons adapté ces entrelacs de fleurs et feuillage dans un esprit moderne, pour les murs et les rideaux. Ces tissus sont spécialement réalisés à Brienza.

En quoi la création d'hôtel est-elle particulière?

Dans une maison, un bureau ou une usine – et j'en ai fait beaucoup

– il s'agit toujours d'un lieu continu. Dans un hôtel, il y a au moins deux espaces différents: la scène et l'intimité. Les endroits où l'on est vu, comme le grand escalier que l'on descend en star, et ceux où l'on est seul avec soi-même et où il faut un cocon de confort absolu, avec la bonne qualité de draps ou de silence. C'est un univers passionnant, car contrasté.

Jadis, les hôtels de prestige avaient le même style partout dans le monde. Aujourd'hui, ils reflètent le lieu où ils sont.

Exactement! Les clients veulent sentir vibrer la ville, mais dans une version adoucie, stylisée. Par exemple, le nouveau Bulgari est très londonien: il invite à la formalité vestimentaire et les reflets d'argent vont bien à une place financière. A Milan, en revanche, l'hôtel est estival, ocre, décontracté. Les hôtels de la nouvelle génération invitent à une expérience de la ville, en version qualité.

La même chose, mais en mieux...

C'est le principe du séjour à l'hôtel: on veut toucher à l'essence d'un lieu et de soi-même. Tout se décline en version «plus»: on mange davantage, on sort davantage, on prend davantage soin de soi (d'où spas et salles de bains hédonistes). C'est ma vie, mais en sur-mesure.

Le «sur-mesure», c'est ce que vous offrez à vos clients. Qu'y a-t-il de Citterio dans un hôtel Bulgari ou un fauteuil B&B?

C'est comme dans une famille: je suis la mère, la marque est le père. Nous donnons chacun 50% de notre ADN. Chaque enfant est ainsi différent. Mon travail n'est pas de me mettre en avant, ni d'imposer mes goûts. J'aime avoir des partenaires forts, avec une vraie vision. Comme je suis d'un tempérament curieux et expérimental, c'est cette confrontation qui me fournit la bonne chimie créative.

Votre plus fort défi du moment?

Je travaille à Hongkong et c'est fascinant d'approfondir la tradition esthétique chinoise. L'énergie qu'il y a dans la ville! Ces foules de jeunes gens brillants! Cet endroit m'inspire beaucoup et certains de mes meubles déclinent cette idée de patine, finalement assez éloignée de mon style simple et un peu mathématique.

Ce n'est pas frustrant pour votre ego que le public ne peut pas se dire: «Wow, voilà du Citterio!» au premier coup d'œil?

Non, je ne suis pas fanatique de cette reconnaissance-là. J'ai ouvert mon studio il y a quarante ans et j'espère avoir donné une ligne intemporelle à tout ce que j'ai créé. Je crois en la qualité qui dure et à la relation intime qu'un humain peut avoir avec les objets qu'il aime. ☉



Antonio Citterio

Avec son bureau de Milan Antonio Citterio and Partners, le designer est un touche-à-tout: mobilier pour Vitra, B&B ou Hermès, robinetterie pour Axor, appareils de musculation pour Technogym... entre autres. Ces dernières années, il a aussi réalisé plusieurs hôtels: les trois Bulgari (Milan, Bali, Londres), le W à Saint-Pétersbourg ou l'Eden Hotel à Bormio.

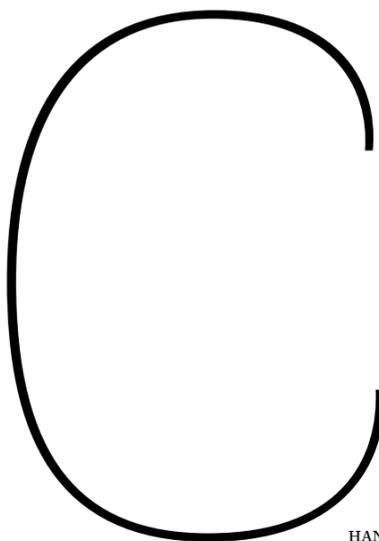


Plus qu'une marque, la créatrice Chantal Thomass a imposé un style ultraféminin, sexy et chicissime.

Chantal Thomass

Ses dentelles sont plus actuelles que jamais, un esprit frivole qui séduit les femmes de tête. Et leurs hommes.

TEXTE SEMAJA FULPIUS



HANTAL THOMASS A INVENTÉ LA LINGERIE.

Non pas le concept, bien sûr, mais c'est elle qui, dans les années 1970, a remis au goût du jour les dessous chics, qui a redonné envie aux femmes de quitter la fonctionnalité pour se parer de dentelle, faire glisser du satin sur leur peau, et enfiler à nouveau des bas. Cet esprit distingué et frivole n'a pas pris un pli. Au contraire: connue dans le monde entier, elle a imposé son style rose poudré, désormais copié et imité de tous, gage de son immense succès. Son premier espace de vente suisse vient d'ailleurs d'ouvrir à Genève, chez Globus. Séduction, humour et jeux de boudoir: les chambres à coucher helvétiques lui en sont reconnaissantes.

Votre nom est synonyme d'un style. Qu'en dites-vous?

Je me contente de créer des choses qui me plaisent. Mais c'est peut-être mon humour qui me distingue, ce jeu autour de la séduction. J'ai un style à moi, c'est vrai, et pourtant mon inspiration, elle, est tirée d'univers très différents, comme les pin-ups des aviateurs américains, le french cancan en passant par le rose boudoir.

Une journaliste qualifie votre lingerie «à mi-chemin entre du Pigalle bien élevé et une bourgeoise qui s'encaille»...

(Rires.) La définition est bonne, mais ma lingerie sert d'abord à se séduire soi-même. Ce qui m'importe avant tout, c'est le goût revendiqué de la sophistication, d'une forme d'impertinence. Je veux que la femme soit bien dans sa peau et qu'elle se fasse plaisir...

Les balconnets lacés, les bas imprimés et les culottes en soie servent quand même à séduire les hommes, non?

On est dans la séduction, bien sûr, mais dans le regard d'une femme qui s'assume, qui ose. Je joue la sensualité et l'humour, avec des clins d'œil. Il n'y a jamais rien de trop littéral ou de sérieux chez moi.

Vous flirtez avec l'érotisme sans jamais céder au porno chic...

Ah, ça non! Le porno chic, ce n'est pas du tout moi! Je suis trop prude pour ça! (Elle éclate de rire.) Dès qu'on me parle de cul, ça me bloque. Je ne m'intéresse pas à la sexualité, mais à la sensualité. Il est plus beau de suggérer que de donner à voir.

Votre lingerie se dégrafe-t-elle délicatement ou s'arrache-t-elle sauvagement?

Oh, il y a certainement de tout dans ma clientèle! Cet aspect est réservé à l'espace intime des gens, mais l'avantage des femmes à qui l'on arrache les sous-vêtements, c'est qu'elles doivent revenir en acheter, ce qui m'arrange...

Vos teintes poudrées, vos incrustations de dentelle ou encore votre style soubrette étaient destinés à la femme. Or, ils sont aujourd'hui aussi portés par des lolitas. Cela vous étonne-t-il?

Cela m'amuse plutôt. L'engouement des jeunes pour la lingerie est vraiment un phénomène récent. Adolescente, je ne mettais que des culottes en coton, car dans les années 1960 la lingerie n'était pas du tout à la mode. La tendance était aux filles plates, façon Jane Birkin. On ne portait même pas de soutien-gorge. Alors qu'aujourd'hui, les garçons offrent de la lingerie à leur petite amie. Je me souviens même que mon fils, qui à l'époque devait avoir 18 ans, m'avait demandé des rabais pour en acheter à sa petite copine.

Vous avez contribué à préserver des techniques de corseterie...

J'ai fait évoluer la corseterie en développant le système des armatures cachées. Je cherchais à me rapprocher plus de la brassière que du soutien-gorge. J'ai beaucoup travaillé le satin de soie, que j'aime pour sa brillance. Mais je rêvais de choses invisibles et, avec le lycra, c'est arrivé. Je crois que ma chance a été de ne pas connaître la couture: j'avais un œil neuf, ce qui m'a donné plus de liberté.

Vous êtes également une grande spécialiste de la dentelle...

Je ne me sers qu'à Calais, où se fabrique le Leavers, qui est la plus raffinée et la plus belle des dentelles... 40% de ma production est française, du coup j'entretiens un savoir-faire de grande valeur.

Où vous fournissez-vous pour la broderie?

Je me fournis à Saint-Gall, bien sûr. La manufacture Jakob Schlaepfer, avec laquelle je travaille depuis longtemps, est extraordinaire.



Quelle est la pièce maîtresse en lingerie?

Sans hésiter, je dis le soutien-gorge! C'est la pièce la plus riche, où l'on peut mettre le plus de choses, jouer avec les détails, les matières... Et surtout, on le montre plus facilement que le reste!

Le thème de votre prochaine collection est le boudoir...

Nous l'avons appelée Casanova... J'aime beaucoup le XVIII^e, qui est un siècle libertin, sensuel et secret. A cette époque, les décolletés étaient vertigineux. On n'a jamais autant valorisé la poitrine des femmes.

Avec le retour de la femme fatale sont réapparues des culottes rétro très structurées. Est-ce sexy ou pas?

Cette tendance, influencée par les années 1950, s'appelle le «shape wear». Ces culottes se portent surtout hautes, sous une robe, pour leur effet gainant, car elles flattent la silhouette. Les miennes sont emboîtantes, sexy, très esthétiques, dans la veine des stars de l'âge d'or de Hollywood. C'est un vrai truc de femme!

Pourquoi les hommes n'aiment pas cette taille haute?

Les hommes, eux, aiment toujours la petite culotte, le porte-jarretelle et, même si je trouve qu'on en est vraiment sorti, le string.

Leur manière d'aborder les sous-vêtements a-t-elle évolué depuis trente-cinq ans?

Quand j'ai commencé, dans les années 1970, les hommes entraient gênés dans ma boutique. Aujourd'hui, les trentenaires viennent avec poussette et bambins, totalement décomplexés. Ce qui est curieux, c'est que leur goût pour la lingerie noire n'a pas changé.

Que pensez-vous de la lingerie masculine?

Il y a des marques, comme Les Garçons, qui font des tentatives avec de la dentelle, mais cela reste confiné à une certaine clientèle. Cela dit, les coupes et les matières gainantes sont de plus en plus appréciées des hommes. Pour ce qui est de la couleur, le gris-noir-blanc classique reste ce que je préfère.

Vous mettez votre patte dans d'autres univers, comme cet hôtel que vous avez décoré. Besoin de sortir de la lingerie?

J'aime changer de milieu, car je suis curieuse. Je découvre de nouveaux métiers et des choses extraordinaires, comme le fait de pouvoir imprimer des moquettes avec ce que l'on veut. Je prends conscience des contraintes liées à différents domaines. Pour l'hôtel, par exemple, il fallait penser à des tapisseries lavables, car avec le nombre de clients qui passent c'est important...

Envisagez-vous de nouvelles collaborations?

En août, je commence une collection de pièces en céramique pour la très ancienne et prestigieuse manufacture italienne de céramique: Rometti. Comme je n'ai pas beaucoup de temps disponible, je fais ça pendant mes vacances. Mais l'idée d'aller en Toscane pour le travail me plaît assez. Je vais imaginer des vases ou des chandeliers. Le tout est de rester cohérent avec son propre univers. En septembre, je crée une ligne de literie pour la maison Treca.

Les hommes préfèrent toujours le string à la culotte rétro

Chantal Thomass, c'est aussi une silhouette emblématique, comme celles de Lagerfeld ou Sonia Rykiel. Vous êtes-vous concertés?

Je crois que tous les trois, nous nous sommes fabriqués un style sans le faire exprès. Karl a toujours eu son catogan, Sonia, aussi loin qu'il m'en souviennne, portait sa chevelure rousse. Quant à moi, depuis l'âge de 20 ans, j'ai dessiné ma bouche en rouge, alors que toutes les autres filles portaient du nacré.

Coupe au carré et vêtements noirs: ce n'est donc pas étudié?

Le noir est venu petit à petit, peut-être sous l'influence japonaise. Je portais beaucoup de couleurs, mais quand j'ai eu des enfants j'ai rationalisé ma garde-robe en noir, c'est un gain de temps immense. Quelques basiques, et le tour est joué. Quant à ma coupe, c'est un publicitaire qui a eu l'idée d'en faire un logo, en 1981. Heureusement, je me trouve bien comme ça, et je n'ai plus jamais changé.

Vous incarnez le chic parisien... Comment le définiriez-vous?

Je pense que les Parisiens vivent la mode de manière très intellectuelle. Chez nous, c'est culturel, on aime mélanger les choses, on n'a pas peur de porter un tailleur Chanel sur un jeans. C'est ça qui donne de la personnalité aux vêtements...

Quels sont les couturiers qui vous inspirent, avec lesquels vous vous sentez en accord?

Tout ce que fait Karl Lagerfeld me plaît. Je suis fan de Chanel. Les vêtements durent, le style est intemporel. Regardez mes bottes (*elle lève ses longues jambes fuselées et montre des cuissardes en cuir noir*), je les porte depuis deux ans, elles sont irréprochables. ☺

LOOKS

Le style *soubrette*, un jeu qui flirte avec le fantasme masculin, mais qui n'est jamais dénué d'humour. Ici, un défilé de l'automne-hiver 1993-1994.

Pour la collection automne-hiver 2012, deux autres figures de l'éternel féminin: la *pin-up*, femme enfant et femme fatale. Culotte haute, couleurs vives et balconnets vertigineux.

L'inspiration boudoir, un clin d'œil aux *libertines du XVIII^e siècle*. «Une époque où l'on osait, où la frivolité de l'amour faisait partie des mœurs», dit la styliste, qui admire Casanova et ses conquêtes.

Déco: les sept péchés capitaux

Un hôtel à sept étages. Il n'en fallait pas plus à Chantal Thomass pour qu'elle le décore sur le thème des sept péchés capitaux. Le Vice-Versa, trois-étoiles parisien, a ouvert ses chambres en juin dernier: la luxure? la pièce s'habille de pin-up en ombres chinoises et de photos XXL d'Ellen von Unwerth. La paresse se fait poétique avec des papillons aux murs, la colère s'exprime avec des pistolets imprimés sur la moquette, l'orgueil par des colonnes dorées, l'envie par des placards débordant de chaussures et de sacs, l'avarice par un parquet élimé et la gourmandise par une salle de déjeuner en forme de gros gâteau. Où que l'on se tourne, le regard décalé et drôle de la créatrice s'exprime.



La chambre «Avarice».



BURBERRY
BODY

THE NEW EAU DE TOILETTE
FOR WOMEN

WINTER

D'AUTOMNE

DES FEMMES TRÈS FEMMES, DES HOMMES TRÈS MÂLES: LA SAISON SIGNE UN RETOUR AUX ORIGINES ET JOUE L'EXTRÊME ÉLÉGANCE

TEXTE SARAH JOLLIEN-FARDEL

Chevilles gansées

En défilé Nous n'avons jamais cru aux joggings serrés à la cheville, même dans les salles de sport, c'est dire! Hermès propose une version de ce jogging habillé. Joli, mais pas assez pour y croire. O surprise, l'un de ceux présentés par Clare Waight Keller pour Chloé est un renégat, car on ne l'attendait pas. Glamour, smart, d'un rouge tirant sur le grenat, les pinces astucieusement définies, le canon ceint la cheville dans un tombé impeccable. Taille haute, un sweat en dentelle, et l'affaire est dans le sac. De soir!

En vrai On évitera le molleton et les baskets en dehors de la maison. Si la connotation d'un vêtement est clairement sportswear, il faut le détourner pour qu'il soit plus praticable passé 25 ans. Il ne doit pas se terminer en accordéon sur les mollets, le haut ne doit pas être large: l'idée n'est pas de se planquer mais d'oser la liberté. Avec un peu d'entraînement vous parviendrez à dompter le jogging. Celui-là du moins!

Tes mains sur mes hanches

En défilé Toute la sensualité du corps féminin mise en exergue par des ceintures extralarges, très larges, à la limite du corset ou de la ceinture de chasteté (chez Hervé Léger by Max Azria). En tissu (Fendi) ou en acier (Acne), en cuir chez AF Vandevorst ou Haider Ackermann, travaillées chez Alexander McQueen, plus fines chez Christian Dior. Elles structurent et révèlent un corps endormi. Cela fait quelques saisons que la taille se marque et se démarque, mais là, l'évidence sensuelle est plus forte. La femme ne craint plus d'afficher son appartenance au beau sexe.

En vrai S'il est un accessoire dont on peut espérer sortir victorieuse, c'est bien celui-ci, le plus difficile étant de le trouver. La ceinture ne pendouille pas, elle sangle. On opte pour du large qui ne fasse pas déborder le pli ventral. Son décorum doit rester soft si le reste de la tenue est brodé, imprimé, travaillé. Une version plus fine est envisageable pour rajeunir un vêtement dont on s'est lassée. Harnachée sans acharnement est une option non obligatoire mais suffisamment inspirante pour s'y risquer. Son alternative: la basque qui, même avec un jean, diffuse votre fierté de femme. Bref, cette année, les hanches sont à l'honneur.

Nouveau code couleur

En défilé L'orange éclate de-ci de-là parmi la nuée chromatique plutôt sombre: chez Acnée, Haider Ackermann, Paul & Joe et Sonia Rykiel en vêtements. En chaussures, chez Balenciaga, en sac chez Givenchy, Miu Miu ou Marni. La silhouette Prada arbore de la vitamine diluée dans un lavage rétro des années 70 pleine de peps, mi-vintage, mi-contemporaine. Une percée timide, qui a encore de beaux hivers devant elle.

En vrai Cette couleur rappelle, entre autres, des ouvriers des routes et des voiries, et alors? Du moment qu'on peut y glisser

CHEVILLES GANSÉES

JEUX DE RÔLE

DRIES VAN NOTEN

CHLOÉ

PHOTOS: CATWALK PICTURES, CELINE, DR

HAIDER ACKERMANN

TES MAINS
SUR MES
HANCHESNOUVEAU
CODE
COULEURÉPAULES
SOLIDES

DE BON POIL

COCON
DE GRÂCE

FENDI

CELINE

PRADA

GIL SANDERS

les jambes, ou enfiler une veste. Pour les moins farouches, autant se lâcher gaiement, puisque l'orange exprime précisément l'énergie et le positivisme. Pour les timorées, il faudra contrebalancer avec une teinte neutre ou enfiler une écharpe géante. Aucun doute sur le tonus qu'elle délivrera sous la brume humide de novembre. Malgré tout, cela ne vous libère pas d'une orange fraîchement pressée les matins d'hiver.

Epaules solides

En défilé Les épaules sont basses, la manche droite. Le manteau est architecturé, masculin, mais son androgynie est maîtrisée. Il donne une stature et revient ces dernières saisons sans lasser son public. Le détail qui sublime le banal, caractéristique chez Phoebe Philo: une martingale de cuir. De face, c'est un manteau, de dos, c'est un Céline. Chez Daks Haider et Ackermann, les manches sont amples et masquent les mains. La papesse des fashionistas, Isabel Marant, présente une version plus «officier». Paul Smith continue sa lancée dans le boyish. Un manteau aux épaules solides sur lequel se reposer plus d'une saison.

En vrai Il masque les rondeurs, étouffe les minçolettes mais il est difficile d'usage si l'on est petite et pulpeuse. Dans ce dernier cas, il vaut mieux le prendre plus court ou se diriger vers d'autres propositions en vogue cet hiver pour jouer la sécurité: l'officier, qui structure mieux le corps, ou la cape, une alternative pour celles qui boudent l'oversize.

Cocon de grâce

En défilé Cette proposition du manteau XL est l'apothéose de la féminité et de la douceur. Pour son ultime opus chez Jil Sander, Raf Simons a élevé la simplicité au rang du sublime. Des frissons parcouraient le défilé milanais, les bouches formaient un cœur: les spectateurs découvraient un défilé préparé avec maestria. Avec un mot le résumant simplement: beau. Beau à pleurer. Comme l'a fait humblement Raf Simons lors de ses adieux.

En vrai Enfiler ce manteau, c'est comme se lover dans un cocon de délicatesse. Impossible de ne pas être raffinée avec ça sur le dos. Arborer des chaussures crottées serait une insulte (encore que...). Mais ce n'est pas non plus un habit de lumière, le minimalisme apparent ne prêtant guère à la fanfaronnade. Le geste referme le manteau sans pour autant entraver le pas, son encolure est gracile. Il est inenvisageable de le dénicher au coin de la rue dans un tissu bon marché. C'est un modèle fait pour rêver. C'est bon de savoir qu'il existe. Parfois cela suffit.

De bon poil

En défilé L'hiver va nous rendre chèvre, ou agneau de Mongolie, ou vison rasé ou yak avec son festival de fourrures bigarrées. Rose, jaune, bleue, dégradée ou à carreaux, la fourrure ne se limite plus aux classiques noir/brun/gris et s'associe avec panache au cuir (sur les manches chez Céline). Joyeuse, elle est débarrassée des poussières d'antan. On entend bien les grincements de dents des farouches défenseurs des animaux et on les comprend. Mais ici, nous nous limitons aux tendances. Celle-ci en est une, si ce n'est LA tendance de fond de l'hiver. Citons Monsieur Karl (Lagerfeld!): «La mode n'est ni morale ni amoral, elle est faite pour remonter le moral.» McQueen, Akris, Marni, Gaultier, Missoni ou Givenchy ont eux aussi entonné ce refrain qui risque fort bien de s'entendre jusque dans les rues.

En vrai On exhume le manteau d'Astakan de belle-maman, on chine avec prudence dans des magasins de seconde main, en espérant avoir la pioche heureuse. Sur une parka ou un manteau, une belle vraie fourrure instille d'emblée du chien et de l'allure. On ose les enseignes de massmarket avec précaution: le faux, en rose barbapapa est un signe d'autodérision. On l'envisage aussi en minicape, chauffe-épaules ou malin faux col pour aristocratiser un manteau tout bête. Et aux pieds pour amadouer l'animal! La fourrure tient chaud, vraiment, et puis ça changera des éternelles (et pas toujours seyantes) doudounes.

Jeu de rôle

En défilé Ce n'est pas une tempête qui s'est déchaînée sur les catwalks mais plutôt une brise légère et enivrante. Dries Van Noten et Marc Jacobs pour Louis Vuitton se sont risqués au mariage robe sur pantalon. Chez l'Anverso, une robe brodée d'estampes chinoises contrebalance un pantalon strict, noir et droit. Chez Louis Vuitton, le pantalon s'arrête à la cheville et joue l'harmonie avec la robe (ou avec une jupe, comme chez Chanel). Les vêtements du défilé étaient lourds, ostentatoires, chargés de broderies ou d'imprimés tapisserie. Une collection difficile à porter dans la vie quotidienne.

En vrai Pas de demi-mesure, les opinions ne sont pas tièdes. Certains diront «abject», d'autres «racé». C'est une robe (éventuellement une jupe mais cela demande plus d'effort sur le haut du corps), une vraie, qu'on enfiler sur un pantalon. Pas une tunique ou une chemise longue que l'on ose encore, par affection ou décontraction. Si c'est pour planquer quelques formes, cela n'embobine plus personne. Avec ce néo duo, on ose la chaussure plate: la malléole et les attaches en vue, c'est séduisant. Ou bien des boots à la tige droite qui passerait sous le canon du pantalon, qui, lui, remplace le collant. Simplement.

JUSQU'À LA LIE

PORTER HAUT

ÊTRE UN HOMME

BEAU CAVALEUR

COUPÉ COURT

PAS POUR LES CHIENS

Jusqu'à la lie

En défilé Le rouge n'est ni bling, ni putassier. Il est distillé vers une zone plus chaude, digne d'un grand cru bordelais. En manteau, ceinturé chez Louis Vuitton ou à double boutonnage chez Salvatore Ferragamo, en duffle-coat chez Neil Barrett. Avec la laine (torsadé chez Gucci) et même avec le cuir, ce rouge rechauffé ne compte pas pour des prunes. Si, par hasard, il est criard, c'est pour se faire drôle plutôt que m'as-tu-vu (chez Acnée). Chez Maison Martin Margiela, on le transpose même sur des pantalons de motard. Une valeureuse tendance qui s'échappe du noir usuel, y compris dans les accessoires.

En vrai Cette teinte classique peut rapidement lasser si elle est portée mal à propos. On ne le répétera jamais assez, la saison reflète l'homme dans toute son élégance. Même avec un pull en laine, un gilet, ou une tenue de sport, é-lé-gance! On demande conseil à sa femme, son copain, un bon vendeur pour dénicher la nuance qui ne minera pas le teint. Echarpe, gros gilet, blazer dans une coupe flatteuse et moderne pour ne pas virer pépère.

Porter haut

En défilé A quelle hauteur porter le pantalon? Il était descendu bas ces derniers temps. Souvent trop, surtout (et encore, soupirez...) chez les ados. Dries Van Noten allonge la ceinture, l'étire, fait coulisser un lien, entre une chemise blanche dans ce noir de ville. Le New-Yorkais Phillip Lim étire les jambes, raccourcit les bustes. Albert Elbaz prolonge ses pantalons jusqu'à la taille. Et ça ne ressemble pourtant en rien aux silhouettes de nos aïeux.

En vrai Pour porter haut la taille, il faut des épaules - en V - et pas trop de bedaine. Ou bien il faut de l'humour et connaître à fond les codes de la mode masculine. Ce ne sera pas une ruée de masse, mais il faut laisser sa chance à cette nouvelle hauteur. En revanche, de dos, cette tendance portera net l'estocade à celle des arrières de pantalon pendouillant. Olé, matador!

Etre un homme

En défilé Le costard a clairement droit à tous les égards et à des variations diverses. Chez Gucci, Prada ou Lanvin, les teintes du veston et du pantalon sont désunies mais néanmoins harmonieuses. Stefano Pilati, qui signait sa dernière collection chez Yves Saint-Laurent, habille de cuir les revers des cols. Le double boutonnage classique est de retour (Salvatore Ferragamo, Raf Simons). Le costume est désassorti, mais il sort vainqueur.

En vrai La signature des défilés pariait sur l'élégance, avec une pointe d'originalité. Si vous êtes un puceau du costume, le choisir noir évite bien des misères et des erreurs de style. Si vous y prenez goût ou que vous soyez un vieux roublard du costard, mélangez les carreaux des saisons dernières à un pantalon uni. Osez un pull à l'encolure ronde à la place d'une chemise. Bref, amusez-vous un peu à être un monsieur.

Beau cavalier

En défilé Qu'ils sont beaux les cavaliers! Les manteaux flottent ou gansent les corps (chez Paul Smith), les chaussures battent le sol. Le nouvel officier attise toujours le fantôme. Trop premier degré chez John Galiano, il trouve sa nuance chez Ann Demeulmeester. Chez Dior Homme, l'uniforme est moins viril mais reste charmeur. Chez Yves Saint-Laurent, le militaire qui défile se serait laissé corrompre par le sexe et l'argent.

En vrai Commencer par les chaussures montantes (Alberto Guardiani, Kris Van Assche), vues et revues, entre dégaîne punk et militaire. Choisir un manteau qui maintient la colonne vertébrale. Affirmé, mais sans dédain. Cavalier un peu mais pas trop...

Pas pour les chiens

En défilé La fourrure n'est pas réservée aux Inuits. La tendance n'est pas de se parer d'un manteau de fourrure (comme chez Giorgio Armani ou John Galiano) mais de procéder par touches, sur un revers de col ou dans une doublure: la fourrure masculine chez Muccia Prada est un bel exemple. Adrien Brody, l'une des guest stars de ce défilé masculin, arbore un col en fourrure. Il signe le retour du dandy sophistiqué, imposant, chic et sobre.

En vrai Tout dépend de l'âge et de la profession. Si le manteau mixé à de la fourrure semble l'un des vainqueurs de cette saison, il faut et l'audace et l'occasion de l'enfiler sans ressembler à un nabab ou à un mafieux. Mais un cuir doublé ou un col revêtu de fourrure sont un premier pas vers les poils au masculin.

Coupé court

En défilé Des blousons, des vestes, des pulls et même des cabans comme passés à la machine. Quelques centimètres ce n'est pas grand-chose mais cela modifie une allure. Chez Giorgio Armani, c'est une veste zippée, chez Kris Van Assche, le blazer dépasse d'une doudoune sans manches. Doudoune qui, chez Burberry Prorsum, est écourtée à la taille mais dont le col béant dynamise l'ensemble. De l'art de déjouer les proportions.

En vrai Osez les superpositions: un pull qui dépasse de la veste, un gilet après-ski ultracourt, deux jaquettes, l'une supplantant l'autre. Mais attention: rien ne doit être ample ni négligé. ●

PARFUMS

PLEATS PLEASE

ISSEY MIYAKE



THE NEW FRAGRANCE BY ISSEY MIYAKE



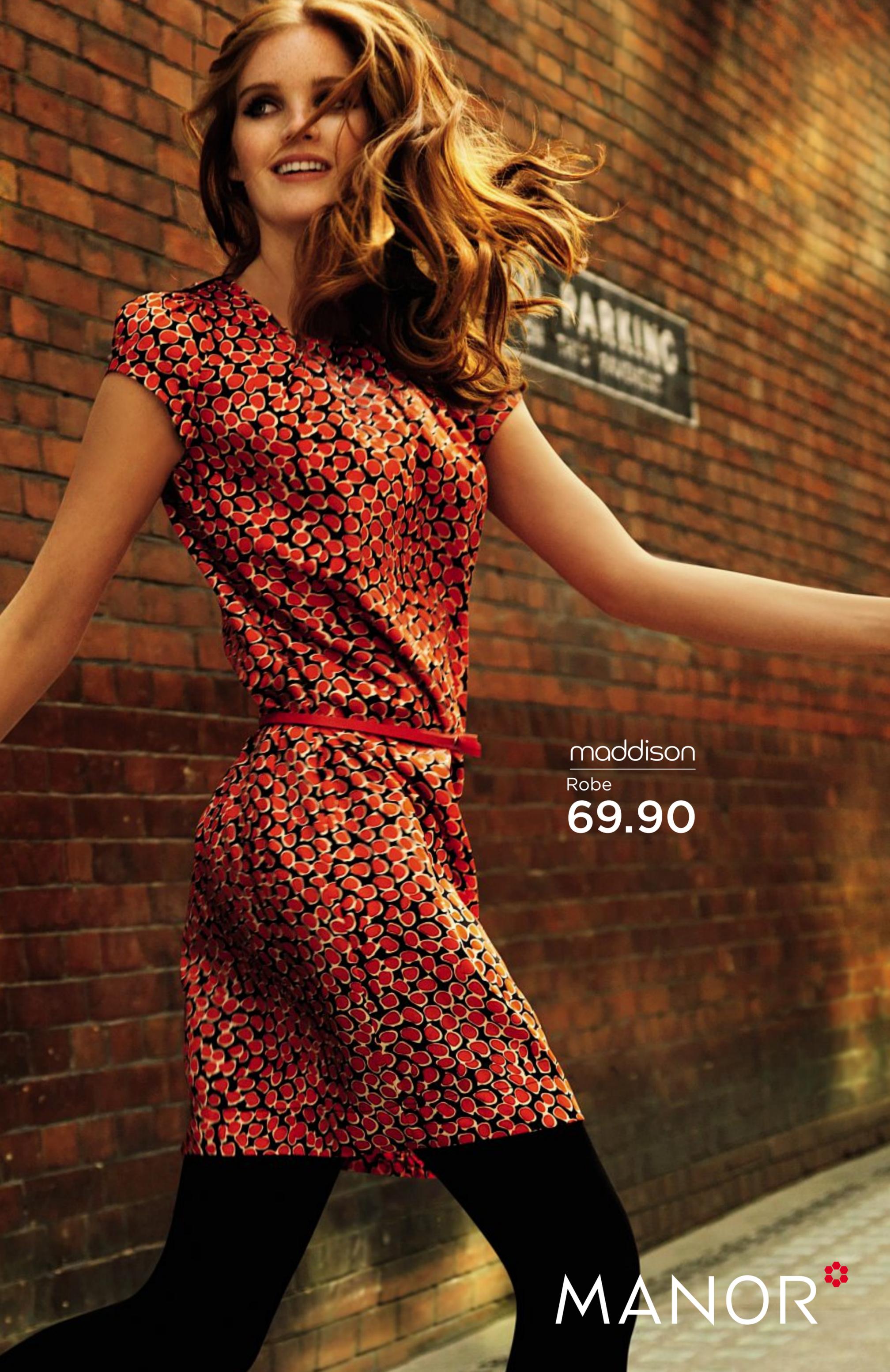
NOUS VOUS OFFRONS 20.- POUR TOUT ACHAT DÈS 100.-

Pour chaque achat d'une valeur minimale de CHF 100.-, nous vous offrons une Style Card d'une valeur de CHF 20.-. La valeur maximale d'une Style Card est de CHF 200.- pour des achats d'une valeur minimale de CHF 1000.-. Profitez de cette offre dans nos rayons mode, textiles maison et sport. Cette opération n'est pas cumulable avec d'autres promotions. La promotion dure du 31.8 au 22.9.2012.*



Scannez le code QR pour découvrir la nouvelle collection automne. Ou rendez-vous directement sur www.manor.ch/automne

* La Style Card peut être remise dès le jour suivant sa date d'émission à la caisse des rayons mentionnés (à l'exception des prestations de services) pour régler des achats. Jusqu'au 26.10.2012. Vous obtiendrez des informations plus détaillées dans votre grand magasin Manor ou sur www.manor.ch.



maddison

Robe

69.90

MANOR 

Titi parisien



SEMAINE CITADINE

- 1.** Veste en laine, **Scapa**, 1150 fr. Pantalon combiné, 450 fr.
- 2.** Chaussure Harum, **Robert Clergerie**, 760 fr.
- 3.** Chapeau en tweed, **Burberry Prorsum**, 450 fr. sur net-a-porter.com.
- 4.** Pull en alpaca, **Joseph**, environ 420 fr. sur net-a-porter.com.
- 5.** Sac Alchester à bride, en cuir, **Burberry**, 1395 fr.
- 6.** Foulard en soie, **Marc Rozier**, 34 fr. 80.
- 7.** Cravate en soie, **Bongénie**, 85 fr.
- 8.** Fard à joues Outlaw, **Nars**, environ 50 fr.

vs Lord anglais

L'AUTOMNE VENU, LE COSTUME SE PORTE AU MASCULIN COMME AU FÉMININ. EN TWEED OU VELOURS, POUR UN LOOK INSPIRÉ TANT DU GAVROCHE QUE DES CAMPAGNES ANGLAISES

STYLISME ANOUK SCHUMACHER & EVA-MARIA SCHLEIFFENBAUM



WEEK-END AU COTTAGE

1. Veston en velours, **Jil Sander**, 990 fr. Pantalon combiné, 550 fr. **2.** Casquette en tweed, **Ted Baker**, 59 fr. 90 **3.** Gant en cuir Peccary, **Piero Restelli**, 398 fr. **4.** Montre Maestro Petite Seconde or rose, **Raymond Weil**, 1850 fr. **5.** Parapluie, **Day**, 259 fr. **6.** Pull en laine mérinos et cachemire, **Hackett London**, 295 fr. **7.** Cravate à carreaux, **DRYKORN for Beautiful People**, 79 fr. 90. **8.** Chaussure en cuir, **John Lobb**, 1300 fr. **9.** Parfum Fan di Fendi, **Fendi**, 75 fr. 90 pour 50 ml, 104 fr pour 100 ml.



BURBERRY PRORSUM

ENCORE! | MODE 2012



LE CUIR DANS LA PEAU

ROCK ET SOPHISTIQUE, LE CUIR JOUE LES MÉLANGES DE TEXTURES. SENSUALITÉ À TOUS LES ÉTAGES



PAGE DE GAUCHE
De gauche à droite, du haut vers le bas:
 Mini Cathy Bag en cuir gris et noir, **Lacoste**. Sac bowling en serpon vert bouteille, **Lanvin**. Sac Audrey H en cuir monogrammé, **S.T. Dupont**. Sac en paillettes et cuir, **Louis Vuitton**. Sac à main Roulis en cuir alligator mat, **Hermès**. Mini polochoon Dior Grainville en agneau surpiqué à la main, **Christian Dior**. Lunettes Pilote en cuir, **Montblanc Eyewear**. Mini-sac à main en cuir, **Sarah Chofakian for Brazil Design**. Sac minimax en cuir bleu-gris, **Barbara Bui**. Sac matelassé en veau style vintage, **Chanel**. Sac bourse en similicuir marron-beige, **Paul&Joe Sister**. Maxisac cabas en cuir alligator, **Ethan K**. Sac Gloucester en veau façon python couleur sapin, **Kate Moss pour Longchamp**.

PAGE DE DROITE
 Robe en tweed et cuir, **Hugo by Hugo Boss**. Chaussures en cuir et plastique de couleur, **Amaya Arzuaga**. Pochette en cuir, **Coach**. Bracelets, **Poggi**. Manchettes, **Longchamp**.



PAGE DE GAUCHE Veste, chemise et pantalon en cuir, **Jitrois**. Boots en cuir et semelle en caoutchouc fluo, **Paul Smith**. Montre, **Perrelet**.

PAGE DE DROITE
De gauche à droite, du haut vers le bas:
 Sandale talon plateforme en cuir python et veau velours, **Christian Dior**. Escarpins en cuir bicolore or et noir, **Chanel**. Escarpins plateforme en bimatière cuir brossé et cuir serpon, **Lanvin**. Escarpins cuir nappa talon fourrure léopard print, **Walter Steiger**. Escarpins plateau en cuir effet galuchat, **Free lance**. Chapeau homme en cuir, **Agnès B**. Escarpins en cuir crocodile bicolores bordeaux et vert, **Sonia Rykiel**. Escarpins Flamme en cuir bronze et veau velours noir, **Barbara Bui**. Pumps cuir autruche bleu et cuir marron, talon plexi, **Louis Vuitton**. Bottines ajourées cuir noires cloutées, **Miezko for Brazil Design**.





PAGE DE GAUCHE
De gauche à droite,
du haut vers le bas:
Derby en cuir brossé,
semelle compensée
blanche et verte, **Chevignon**.
Richelieu tricolore en cuir
et veau velours, **Heschung**.
Chaussures montantes en
cuir brossé, lacets rouges,
Paul&Joe. Derby tricolore
en cuir brossé gris,
aubergine et noir, **Paul
Smith**. Gants en agneau
bleu électrique, **Glove
Story**. Derby en veau
abrasivo rouge, **Kenzo**.
Derby en nubuck perforé
bicolore rouge et marron,
Jean-Baptiste Rautureau.
Derbys en cuir et cuir
vernissés, semelle compensée
tricolore, **John Galiano**.
Richelieu bicolore en cuir
brossé et latex rouge et
noir, **Prada**.

PAGE DE DROITE Top
en crêpe et cuir, **Hugo
by Hugo Boss**. Pantalon
leggings, **DNA**. Escarpins
en cuir, **Blumarine**. Minisac
en cuir, **Coach**. Gants en
agneau plongé, **Paule Ka**.

ADRESSES PP. 44-45.
PHOTOS: LENY GUETTA (FIGURES),
CHARLES NEGRE (NATURES MORTES).
PRODUCTION: CENDRINE POUZET.
DIRECTION ARTISTIQUE: GÉRALDINE
DURA. COORDINATION ET STYLISME
FIGURES: RICHARD VOINNET.
MANNEQUINS: ALEXANDRE, NATALIA.
STYLISME NATURES MORTES: IRMA
BIRKA. ASSISTANTE: FLEUR HUYNH.
COIFFURE: STÉPHANE DELAHAYE.
MAQUILLAGE: LORIANE LÉGER.



Le grand four à bois, fierté du River Café, à Londres.

10

TABLES DES GENS DE MODE

LES MODEUX AIMENT UNE
CUISINE TRADITIONNELLE
REVISITÉE AVEC CRÉATIVITÉ,
DES DÉCORS COSY ET DESIGN

TEXTE SEMAJA FULPIUS, KATJA RICHARD



Le préféré de Paul Smith
Le River Café,
à **Londres**



Il est... le styliste anglais le plus bigarré et le plus créatif.

Il en dit «Le River Café est mon restaurant londonien préféré. On y fait une cuisine italienne différente. Le chef utilise des ingrédients qui donnent une saveur incomparable aux aliments. Malgré le prix, cela vaut le coup. La terrasse (quand il fait beau à Londres!) est charmante et mon plat favori sur la carte est le porc grillé au feu de bois.»

Le lieu Les deux fondatrices, amoureuses de l'Italie, déclinent les saveurs de la péninsule en pigeon rôti au chianti et à la bruschetta, en soupe d'épeautre au romarin ou, dans le registre sucré, en panna cotta à la grappa. Le cadre est moderne, épuré, avec des touches de couleurs. La fierté de la maison: le grand four à bois (en forme d'igloo!) permettant la cuisson lente de certains poissons jusqu'à 12h.

Le prix 55 francs par plat.

River Café, Thames Wharf, Rainville Road, tél. +34 020 7386 4200, www.rivercafe.co.uk



Le préféré de Tom Pecheux
L'Anahi,
à **Paris**



Il est... directeur artistique d'Estée Lauder et make-up artist surnommé The Magician dans le milieu.

Il en dit «J'aime ce restaurant argentin est fréquenté par une faune hétéroclite, entre artistes, gens de la mode et du cinéma et amateurs de viande (les steaks provenant de la pampa sont leur spécialité). La patronne est tellement drôle et chaleureuse que j'ai l'impression d'être à la maison.»

Le lieu Ne pas se fier à la décrépitude extérieure du bâtiment qui ne laisse pas supposer que l'adresse est fréquentée par la hype parisienne. A l'intérieur de cette antique charcuterie, le décor ultrarustique, le carrelage blanc, la faïence originale et l'odeur de la viande grillée titillent les papilles et donnent envie de tester en vrac l'entrecôte baby-beef, le bife de lomo, les ris de veau et les crus sud-américains qui accompagnent ces savoureux plats argentins.

Le prix Environ 60 francs le repas.

L'Anahi, 49, rue Volta, tél. +33 1 48 87 88 24.



Le préféré de Werner Schreyer
Le Zum Schwarzen
Kameel, à **Vienne**



Il est... mannequin égérie de la collection automne/hiver chez Vuitton.

Il en dit «Dans ce décor art nouveau, je me sens plus dans un appartement que dans un restaurant. La nourriture, typiquement autrichienne, y est excellente, car accommodée de manière originale. C'est le lieu chic et branché de Vienne.»

Le lieu Un bijou historique qui transporte les convives dans une autre époque avec son intérieur vieux de cent ans, fait de tables en bois, vitrines et armoires arrangées façon cabaret. La cuisine est traditionnelle, mais créative. Les 800 vins proposés se marient avec les amuse-gueules du bar, cœur de l'endroit. Ici, on se donne rendez-vous le samedi après le shopping pour une coupe de champagne accompagnée de délicats petits pains au jambon et choux de Trévise ou œufs de saumon qui fondent dans la bouche.

Le prix Menu (quatre plats) 95 francs.

5, Bognergasse, 1. Bezirk, tél. +43 1 533 81 25, www.kameel.at



Le préféré d'Elettra Rossellini
Le Whitehall, West Village,
à **New York**



Elle est... mannequin pour Gant et fille de la mythique actrice italo-suédoise.

Elle en dit «Mon fiancé vient d'ouvrir Whitehall, un restaurant délicieux qui offre des cocktails incroyables. L'endroit rencontre tellement de succès, que parfois je ne trouve pas de place, le comble! Il faut absolument goûter la salade de potiron à la feta et les pâtisseries maison, c'est décadent!»

Le lieu Même le *New York Times*, sévère en matière culinaire, est dithyrambique. Au Whitehall, l'ambiance balance entre racines écossaises et espace de détente. Les cocktails et les plats simples (en apparence) ont cette touche surprenante qui les rend terriblement tendance. Chris Rendell, le chef, aime twister des recettes classiques et peut aussi bien proposer du beurre aux anchois que des huîtres fourrées au bacon. Quant au cadre, avec ses bancs si typiquement anglais, on se croirait assis dans Hyde Park.

Le prix Plats dès 20 francs.

19 Greenwich Avenue New York, tél. +1 212-675-7261, www.whitehall-nyc.com

Le préféré de Pierre Brunshwig
L'Auberge des Vieux-
Chênes, à **Presinge** (GE)



Il est... patron des enseignes de mode Bongénie Grieder.

Il en dit «J'adore me rendre dans cette auberge pour son caractère convivial, sa cuisine goûteuse, son service personnalisé hors pair, sa terrasse (seulement en été) et son atmosphère authentique. Mes mets préférés: des plats canailles comme les rognons ou le ris de veau, le brochet au beurre blanc, la salade de bouilli, les champignons farcis ou les œufs à la neige au citron vert.»

Le lieu L'auberge de campagne telle qu'on la rêve, avec lierre grimpant sur les murs extérieurs, petits rideaux accrochés aux fenêtres et napperons. Un décor tranquille où il fait bon se poser les dimanches pour une escapade au vert, loin de la fureur citadine. La cuisine française relève du terroir et du pur plaisir de bouche: l'épais pavé de bœuf accompagné d'une sauce goûteuse se mange sans complexes.

Le prix Plats dès 25 francs.

L'Auberge des Vieux-Chênes, 121, route de Presinge, tél. +41 22 759 12 07.

Le préféré de Christophe Robin
Le Dali, Hôtel Le Meurice,
à **Paris**



Il est... coiffeur star et conseiller en style de la marque L'Oréal.

Il en dit «Le chef Yannick Alléno a créé une carte gastronomique et ludique, végétarienne, en toute simplicité. J'aime tout particulièrement son boudin purée, très français: il est déliceux!»

Le lieu Décoré par Philippe Starck, l'endroit rend un hommage au maître avec sa lampe à tiroirs, sa chaise aux pieds chaussés d'escarpins ou son homard sur le téléphone. Ses teintes d'or et d'ocre le rendent cosy, effacent l'impression d'un restaurant d'hôtel, sans pour autant renoncer à son service. A tout moment, les garçons sont prêts à prendre votre commande, pour un antipasto-omelette froide espagnole, des aubergines marinées aux oignons doux ou pour un plat plus consistant comme les divins raviolis aux vapeurs d'agrumes... Le must? Dès 16 heures, y aller pour le tea time et goûter la religieuse au chocolat tonka.

Le prix Plats dès 30 francs.

228, rue de Rivoli, tél. +33 1 44 58 10 10, reservations.LMP@dorchestercollection.com



Le préféré de Gildo Zegna

Le Al Porto, à Milan



Il est... CEO et héritier de Zegna, la marque favorite des élégants italiens.
Il en dit «C'est le meilleur restaurant de poisson que je connaisse! J'y vais souvent car les plats sont d'une grande qualité, et l'atmosphère est excellente, on s'y sent comme à la maison.»

Le lieu Installé dans une ancienne maison de garde-frontière, ce restaurant mitonne des plats typiques de la région de la Versilia, sur les côtes toscanes. Spécialisé dans le poisson, Al Porto, qui existe depuis 1966, est une institution à Milan. Et si les nappes blanches et les couverts en argent n'étaient pas là pour rappeler que nous sommes dans un lieu chic, on n'hésiterait pas à se lécher les babines devant les sughi marinara, les filets de la Méditerranée ou la pieuvre aux pommes de terre! Goûter aussi les petits légumes et une pasta fraîche faite sur place.

Le prix Plats dès 75 francs.

Ristorante Al Porto, piazza Cantore, tél. +39 02 8940 7425, www.ristorantealportomilano.it



Le préféré de Trudie Götz

Le Fischers Fritz, à Zurich



Elle est... la référence mode zurichoise, propriétaire de la boutique Trois Pommes.
Elle en dit : «Ici, tout est fait avec amour. C'est incroyable qu'un endroit comme celui-là existe encore. Tout récemment, j'y ai emmené des gens de la direction de Balmain et ils étaient enthousiasmés.»

Le lieu Cet ancien camping installé au bord du lac est devenu «the place to be». En été, on prend place sur des petits bancs en bois pour savourer les plats de poissons pêchés du lac. En hiver, on mange sous une tente, dans un décor de tapis persans et de lustres que le patron du lieu, Michel Péclard, a fait réaliser par un décorateur de théâtre. Les planches en bois rappellent les longues plages aristocratiques du Nord, comme la splendide station de Sylt. Au menu: filets de perche et ailes de poulet. Et surtout la cave à vins, qui regorge de bijoux: du Sassicaia ou du Ornellaia, jusqu'au rare Mouton-Rothschild 1945...

Le prix Plat principal dès 35 francs.

559, Seestrasse, tél. 044 482 16 12, www.fischers-fritz.ch



Le préféré de Karl Lagerfeld

L'Orient Extrême, à Paris



Il est... le mythique couturier de la maison Chanel.
Il en dit Comme il déteste les odeurs de cuisine, qu'il ne boit pas de sodas, qu'il abhorre le gras et qu'il aime le poisson mieux que la viande, ce restaurant est pile ce qu'il lui faut.

Le lieu A la manière japonaise, ce lieu ne s'embarrasse pas de chichis et privilégie la sobriété: murs blancs, vaisselle en faïence blanche. Le chef de l'Orient Extrême, Toyofumi Ozuru, est issu d'une grande dynastie de restaurateurs. Les menus, élaborés sur une cuisine nippone, s'inspirent également d'autres cultures pour donner des intentions gustatives nouvelles. On trouvera sur la carte du chevice (salade péruvienne) ou une tempura de crevettes et légumes... Si Karl l'a validé, on s'exécute et on y va au prochain séjour à Paris!

Le prix Entre 40 et 50 francs.

Deux adresses: 21, rue Bayard, dans le VIII^e arrondissement et 4, rue Bernard-Palissy, dans le VI^e arrondissement.



Le préféré de Christian Louboutin

Le Grill, Hôtel Kempinski, à Genève



Il est... chausseur et inventeur de la fameuse semelle rouge.
Il en dit Lorsqu'il vient en Suisse, il aime se rendre à Gstaad, à l'Eagle Ski Club, un lieu VIP réservé aux seuls membres. Et quand il est de passage à Genève dans sa boutique, il va au Grill du Kempinski pour son cadre feutré et sa vue apaisante sur la rade.

Le lieu Installé dans l'un des cinq-étoiles qui bordent les quais de la rive droite, ce restaurant est bluffant par la vue qui plonge sur le lac et le Mont-Blanc. Pas guindée, la brasserie chic joue avec un décor bois et brique qui lui donne une allure casual. Les mets vont du classique beef burger (pour les carnivores qui avalent le steak de 250 grammes!) à des suggestions culinaires plus raffinées: foie gras mi-cuit au poivre vert, cerises confites et clafoutis de pistaches. Et, nouvelle qui ravira les végétariens, ici on sert entre autres un risotto aux chanterelles et asperges.

Le prix Dès 48 frs.

Le Grill, Grand Hotel Kempinski, 19, quai du Mont-Blanc, tél. +41 22 908 92 20.

Convivialité et **cuisine classique sublimée**, les grands noms de la mode aiment se sentir «comme chez eux»



Le restaurant du styliste italien Giorgio Armani, à Milan.

Chicissimes: Ces designers qui créent un resto à leur image

L'Armani Restorante Lounge

Élegantissime, ce restaurant à la géométrie parfaite, aux tons beige et noir du maître italien, s'inspire des lignes pures de l'art déco. Côté cuisine, il est une ode aux plats traditionnels italiens, mais présentés de façon raffinée sur l'assiette.

31, Via Manzoni, à Milan.

Le Ralph's

Installé dans un hôtel particulier, ce restaurant est la fidèle déclinaison du style WASP cher au styliste américain Ralph Lauren. Meubles en acajou, tringles de rideaux en laiton et nappes blanches... Une manière chic de déguster steaks et hamburgers...

173, bd Saint-Germain, à Paris.

La Table du Huit

Les tables semblent flotter dans ce lieu intimiste et virginal. Ici, la Maison Martin Margiela joue sur les illusions d'optique et des perspectives du réel. La cuisine gastronomique raffinée s'offre des compositions artistiques, pour le plaisir des yeux et de la bouche.

8, rue Jean-Goujon, à Paris.



Pilot mania

VOUS VOUS RÊVEZ EN EXPLORATEUR DES ESPACES CÉLESTES? CHUSSEZ VOS LUNETTES EN CUIR! LES DERNIÈRES-NÉES DES MONTRES PILOTE VONT FAIRE DÉCOLLER VOTRE IMAGINAIRE

TEXTE CRISTINA D'AGOSTINO

CHAQUE CONQUÊTE humaine a engendré ses garde-temps fétiches. Celle des premiers fous volants ne déroge pas à la règle. Cette année, les salons horlogers ont vu déferler une escadrille de nouvelles montres Pilote, IWC et Zenith en tête de formation. Inspirées des premiers instruments de bord nés juste avant la guerre de 1914 ou calquées sur les cockpits ultratechniques des derniers avions de chasse, elles retracent toutes une histoire: celle d'une horlogerie suisse attachée depuis toujours au rêve d'Icare. Que regardaient Alberto Santos-Dumont ou Louis Blériot à bord de leur machine volante? Certainement le parc de Bagatelle ou la Manche défilant sous leurs yeux, théâtres de leurs exploits. Mais aussi leur poignet sur lequel, pour la première fois de l'histoire horlogère, s'inscrivait leur temps de vol record, une montre-bracelet Cartier Santos-Dumont pour l'un, un garde-temps Zenith pour Blériot. En ce début de XX^e siècle, un miracle mécanique valait bien l'autre.

En hommage à cet esprit de conquête, Zenith assortit sa nouvelle ligne de montres Pilote de trois nouveaux modèles, dont le spectaculaire Pilot Montre d'Aéronef Type 20. Son diamètre immense de 57,5 mm s'inspire de son ancêtre, la montre de bord Zenith Type 20 de 1939 qui équipait déjà à l'époque l'avion d'entraînement de l'armée française Caudron Simoun C.635. Son mou-

vement Zenith 5011K entièrement revisité est l'exacte réplique vintage du calibre de poche de l'époque. Car finalement, que demandait-on à une montre digne d'équiper les aventuriers du ciel? Précision, étanchéité, résistance aux variations de température, indifférence magnétique, lisibilité du temps, chiffres et aiguilles luminescents et grande couronne crantée pour régler la montre avec des gants. Des critères que les montres Pilote respectent toujours de nos jours.

Renaissances de haut vol

Sur la même lancée old fashion 2012, la montre Big Pilot Top Gun Miramar d'IWC et son look plus militaire réveille l'histoire des montres d'aviateur de la manufacture schaffhouseoise et rend hommage à la base californienne mythique de l'United States Navy Fighter Weapons School à Fallon, Nevada, ou Top Gun, pour les inconditionnels.

Alpina réussit aussi son pari vintage, en faisant renaître l'Alpina Heritage Pilot des archives jaunies et plus que séculaires de la marque, très active dans les années 1920 dans la production de montres pour l'armée et les aviateurs. La réédition est très proche du modèle d'origine. Les index, le fond à charnière ainsi que le large diamètre de 55mm ont été soigneusement conservés. Son cadran noir, la couronne, les chiffres et la forme du logo sont fidèles au look retro.

Chez Milus, c'est carrément le kit de survie des pilotes de l'US Navy que la marque ressuscite. Car dans les années 1940, empor-

ter en mission des petits objets en monnaie d'échange était très utile pour leur survie. Le Life Barter Kit contenait pêle-mêle deux bagues, une chaîne, un pendentif en or... et une montre signée Milus, la Snow Star Instant Date. Septante ans plus tard, Milus propose aux collectionneurs une réédition du coffret, dont 1940 exemplaires numérotés avec le modèle Snow Star Heritage en acier et 99 exemplaires avec la montre en or.

Avec l'armée de l'air, l'unité du RAID ou le GIGN français en tête de liste de ses ambassadeurs de terrain, la marque Bell & Ross se veut le fleuron de l'horlogerie militaire. Constat simple qui crée son style: s'inspirer d'une horloge de bord d'un cockpit d'avion, référence absolue en termes de lisibilité et de fiabilité, pour l'adapter à l'échelle du poignet. Les trois nouveaux modèles 2012 BRO1 Horizon, BRO1 Altimeter et BRO1 Turn Coordinator illustrent cette philosophie, utilisant à s'y méprendre le design des trois instruments de vol typiques d'un avion.

Dans la catégorie montre chronographe-instrument de vol, la Chronomat Blackbird de Breitling représente, pour beaucoup, l'absolue tête de file. La marque au logo ailé, indissociable de l'univers aéronautique depuis plus de huitante ans, le réalise cette année en série limitée de 2000 exemplaires en acier. Son cadran noir ultralissable, son mouvement certifié COSC et son module auxiliaire électronique Co-Pilot permettent de gérer les temps de vol au doigt et à l'œil. Et si l'on prenait un peu de hauteur? ☉



CI-DESSUS
BRO1 Altimeter,
Bell&Ross.

CI-CONTRE, DE
GAUCHE À DROITE
Big Pilot Top Gun
Miramar, IWC.
Chronomat Blackbird,
Breitling. Snow Star
Heritage, Milus.
Pilot Montre d'Aéronef
Type 20, Zenith.

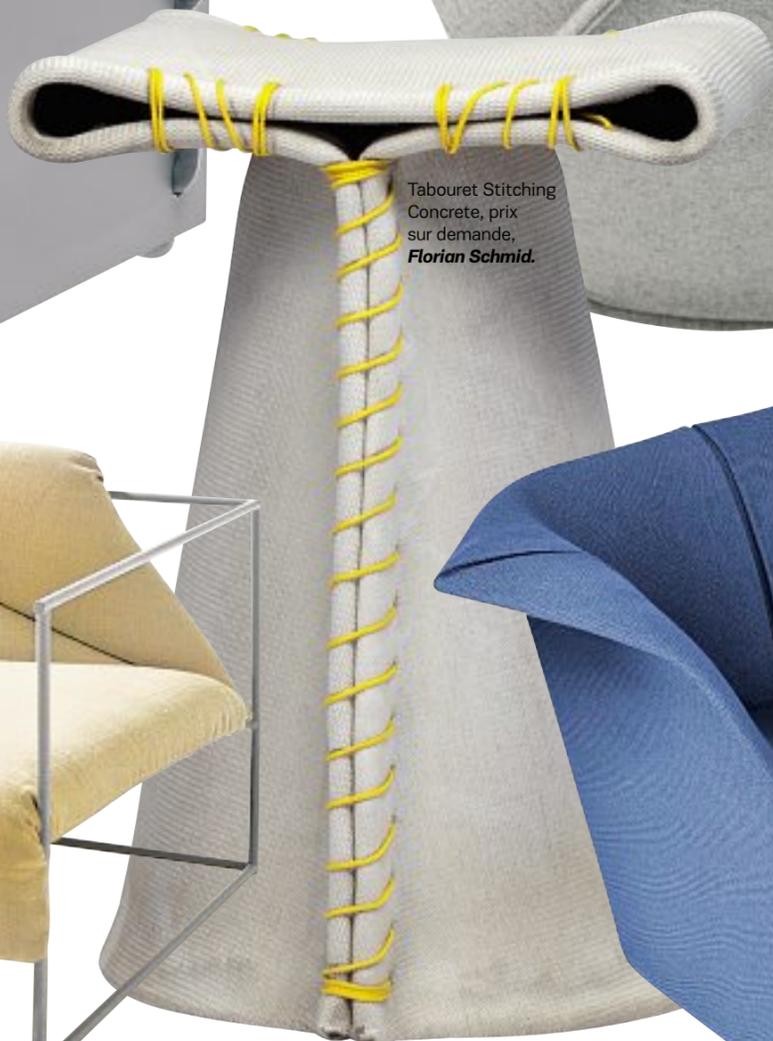


Table à café Cabaret, 2200 fr., **Kenneth Cobonpue.**

Fauteuil Juliet par Benjamin Hubert, 5500 fr., **Poltrona Frau.**



Fauteuil M.a.s.a.s sofa par Patricia Urquiola, 1750 fr., **Moroso.**



Tabouret Stitching Concrete, prix sur demande, **Florian Schmid.**



Fauteuil Zabuton par Nendo, prix sur demande, **Moroso.**



Gament Chair par Benjamin Hubert, 2400 fr., **Cappellini.**



Pouf Slumber par Aleksandra Gaca, petit format 890 fr., grand format 1.300 fr., **Casalis.**

Mobilier piqué

SURJETS, SMOCKS, OURLETS CHICS, LES MEUBLES DESIGN S'HABILLENENT DE DÉTAILS TRÈS HAUTE COUTURE

SÉLECTION ANOUK SCHUMACHER



Chaise Felt par Delo Lindo, 800 fr., **Ligne Roset.**



Fauteuil La Mise par Luca Nichetto, 2700 fr., **Cassina.**



Tabouret Knitt Stools, 560 fr., **Claire-Anne O'Brien.**



Fauteuil Santa Monica Lounge par Jean-Marie Massaud, prix sur demande, **Poliform.**



ÉGÉRIES

Incarné par des stars (dont Estelle Lefebvre, Jerry Hall et aujourd'hui la sulfureuse Eva Mendes), Angel joue la gourmandise avec ses notes de miel, mûre, patchouli, caramel, chocolat et vanille.

L'essence du succès

PARFUM JADIS RÉVOLUTIONNAIRE, INSPIRÉ DES RÉMINISCENCES ENFANTINES DE THIERRY MUGLER, ANGEL FÊTE SES 20 ANS. LES SECRETS QUI FONT L'ÉTOFFE D'UN MYTHE

TEXTE RACHEL BARBEZAT ILLUSTRATION FLORENCE TÉTIER

SEPTEMBRE 2012, Angel, 20 ans, caracole en tête des ventes mondiales en parfumerie et s'offre dans le sillage de son anniversaire une nouvelle égérie symbolisant son ambivalence: Eva Mendes. «Femme glamour pour l'eau de parfum et icône enjôleuse pour l'eau de toilette, elle incarne toutes les facettes de la femme Angel», dixit Thierry Mugler. Ce styliste phare des années 80-90, qui a créé l'événement en intégrant le vinyle, le métal et le cuir dans ses collections haute couture, a endossé au cours de sa carrière les casquettes de directeur artistique, metteur en scène, photographe et concepteur d'Angel. Immuable, la fragrance la plus universelle de la parfumerie séduit (toujours) aussi bien les adolescentes que les quadras. Et les hommes qui la portent en parlent comme d'un véritable «piège à filles». Comment expliquer une telle longévité? L'histoire d'Angel relève presque du fantasme tant elle paraît calibrée pour le storytelling dont raffolent les spécialistes de la communication.

A l'origine: un homme, Thierry Mugler, passionné et ambitieux, s'associe à une marque de cosmétiques, Clarins, pour lancer la fragrance de ses rêves: «J'ai toujours voulu faire un parfum qui pourrait avoir une résonance commune à tout le monde, comme la tendresse, l'enfance. Tellement sensuel que l'on aurait envie de manger la personne qu'on aime et qui le porte.» Une requête complexe, digne de Jean-Baptiste Grenouille dans *Le parfum* de Süskind, qui devait incarner la femme fatale, épicurienne, à l'ingéniosité d'une femme-en-

fant. Ainsi que l'explique Olivier Crest, le nez qui a créé Angel, deux années ont été consacrées à l'élaboration de la fragrance: «Une période laborieuse et joyeuse où j'ai dû réaliser 634 essais pour trouver LA fragrance. Finalement, nous avons opté pour la 604^e formule, mettant ainsi un terme à cette quête sans fin.» Le parfum sort en 1992, mais il est d'abord décrié avant de conquérir le monde et de devenir un best-seller.

Malgré leur succès initial, les concurrents de l'époque – le Classique de Jean-Paul Gaultier ou le CK One de Calvin Klein – n'ont pas eu la pérennité d'Angel. Seul J'adore, de Dior, sorti quelques années plus tard, compte encore parmi les rivaux.

Une recette miracle?

Alors, ingrédients révolutionnaires, stratégie de communication redoutable ou formule magique? Selon la Suisseuse Vera Strubi, ex-mannequin reconvertie avec succès en femme d'affaires, alors présidente des parfums Mugler, la recette n'est pas si mystérieuse: «Il suffit d'avoir de vrais partis pris, de travailler sans concession et de tenter de créer l'émerveillement.» Et d'ajouter: «Thierry Mugler m'a fait confiance, je lui ai fait découvrir ce qu'il portait en lui.» Selon Francis Thibaudeau, directeur adjoint de la division parfumerie chez Robertet, l'histoire d'Angel est unique: «Ce parfum a généré une nouvelle famille olfactive – les orientaux gourmands – ce qui est déjà très rare... Et avec son flacon étoilé, sa couleur bleue – jusque-là réservée aux parfums masculins – et ses notes ultrasuées, il a également cassé les codes en vigueur de l'époque.»

De fait, au début des années 90, le trend en parfumerie est à l'épure, les capiteux

des 80's ont cédé la place aux étherés qui sentent le propre, à l'instar de L'Eau, d'Issey Miyake. Du coup, l'arrivée d'une fragrance ultrasuée en patchouli déconcerte. Reconnaisable entre mille, jugée trop originale par certains alors que d'autres ne peuvent plus s'en passer, elle rallie la jeune fille de 20 ans qui rêve de sexy attitude et la femme active qui ne craint pas de jouer avec les effluves gourmands et qui se retrouve dans le slogan: «Méfiez-vous des anges!» Dans les souvenirs d'enfance de Thierry Mugler se mélangent barbe à papa, féerie et mystère. Ainsi que le note Yves de Chris, directeur marketing de Quest International: «Angel n'est ni un parfum de Quest qui l'a fabriqué, ni d'Olivier Cresp qui l'a composé, ni de Vera Strubi qui l'a «accouché», mais véritablement du seul Thierry Mugler.»

Top 5 des favoris en Suisse

- 1. Chanel N° 5** Créé par Gabrielle Chanel en 1921, cette icône transcende les années et les générations.
- 2. J'adore** Ce floral fruité, né en 1999, incarne la femme Dior: féminine, sophistiquée, sensuelle.
- 3. Angel** Depuis vingt ans, cet oriental gourmand fait partie des trois premières ventes au monde.
- 4. Shalimar** Ce premier oriental créé en 1925 est le best-seller de la maison Guerlain.
- 5. Terre d'Hermès** Conçu par Jean-Claude Ellena en 2006, les hommes comme les femmes aiment ses notes fraîches et boisées.



Retrouvez le confort ...



MAKE-UP



Défilés en beauté

LES TENDANCES DE L'AUTOMNE APPORTENT DE NOUVELLES IDÉES DE MAQUILLAGE: LÈVRES INCANDESCENTES, POMMETTES ROUGES, SOURCILS STYLISÉS ET ŒIL GRAPHIQUE. DEUX SPÉCIALISTES INSPIRÉS LES DÉCRYPTENT

TEXTE RACHEL BARBEZAT



NICOLA FISCHER

Cette ancienne danseuse de ballet a abandonné les pointes il y a treize ans pour entreprendre une carrière de make-up artiste à Paris. Pétillante et pointue, la belle est sollicitée lors des Fashion Week parisiennes, elle travaille aussi pour l'agence zurichoise Style Council et officie pour de nombreux magazines alémaniques.



FRANCIS ASES

Maquilleur fétiche des magazines de papier glacé romands, Francis Ases manie l'humour et les pinceaux de pigments avec la même grâce. S'il vit à Genève, on le croise partout en Suisse, aux prises de vue mode, aux défilés et autres événements VIP.

Frida Kahlo vs Twiggy

Le regard baby doll aux cils ultralongs est toujours d'actualité mais il n'est plus le seul à attirer l'attention. Car les sourcils s'offrent une nouvelle visibilité, se détournent et se parent d'atours inédits.

Francis Ases en dit: «Jamais auparavant les sourcils n'ont été autant (re)travaillés. On les appréciait déjà structurés dans les années 60, mais aujourd'hui on leur apporte un soin particulier. C'est le moment de les remplacer par des bandes de paillettes (idéal pour les fêtes), de les coiffer avec un peu de wax, de les épaissir, voire même d'oser le monosourcil pour un déguisement Frida Kahlo, très trendy.»

Pour le réaliser: Le sourcil, Chanel. Kit Sourcils, Clarins. Crayon à sourcils, Dior.



Bouches flamboyantes

Idéal pour narguer la grisaille automnale, le rouge profond est la touche colorée à arborer et à assumer sans ciller sur les lèvres. Le choix est vaste car la palette de couleurs s'étend du rouge framboise au vermillon en passant par le violet foncé.

Nicola Fischer en dit: «Ces rouges intenses rappellent les années 90. Moins glamour que le rouge classique, ils donnent plus de mystère et de profondeur au visage. A combiner avec un teint nude et un maquillage des yeux très léger.»

Pour le réaliser: Phyto-Lip Gloss N°6, Sisley. Laque Rouge Nocturne, Shiseido.



Œillades irisées

Cet automne, le smocky s'affranchit et ne se conjugue plus seulement en noir et gris. Orangé chez Dries Van Noten, lagon turquoise chez Ferré et irisé chez Cavalli, on va en voir de toutes les couleurs.

Francis Ases en dit: «On peut facilement jouer avec toute une gamme de teintes, du brun rouille pour le jour à l'orange vif pour le soir, voire carrément l'irisé façon «paon», tout est permis, voire recommandé... Pour autant que l'on garde la main légère. L'idée, c'est «d'habiller» les paupières avec un nuage de couleur, flou et vaporeux.»

Pour le réaliser: Fard Vent Glacé Duo Eyeshadow, Nars. Pure Color Gelée Powder Eyeshadow Cyber Copper, Estée Lauder. Fard Eye Shadow Trio, Smashbox.



Ongles graphiques

Bicolores, électriques, arty ou habillés de tatouages tribaux chez Vivienne Westwood, les ongles s'expriment et se parent d'accessoires sophistiqués comme autant de façons de sublimer les mains et de personnaliser l'allure.

Nicola Fischer en dit: «Au même titre que les chaussures, les ongles affirment un style et en disent long sur la personnalité et l'image que l'on souhaite véhiculer. A ce titre, les «parures» d'ongles en velours et les manucures bicolores que l'on verra beaucoup cet automne vont combler les amatrices de look extravagant.»

Pour le réaliser: Vernis Golden Jungle, Nail Art Duo, Dior. Laque Couture N°28 Bronze Aztec, Yves Saint Laurent. Vernis Good as Gold, Essie.



Pommettes roses

Repéré sur le défilé Michael Kors, le rose monte aux joues et s'impose sur les pommettes. Véritable parade anti-grise mine, il rehausse un teint de pêche tout en conférant des airs de poupée russe.

Nicola Fischer en dit: «Ces rouges à lèvres intenses, voire très foncés ou presque noirs, me rappellent les années 90. Ces teintes ne sont pas aussi glamour que le rouge classique, mais elles confèrent plus de mystère et de profondeur au visage. Avec un tel accessoire, je recommande un teint nude et un maquillage des yeux très léger.»

Pour le réaliser: Phyto-Blush Eclat Pinky Rose, Sisley. Joue Contraste 72 Rose Initiale, Chanel. Rose aux Joues, Duo Blush Pink Punk, Guerlain.



Art-liner

Exit le simple tracé, désormais, l'eye-liner se dédouble, s'encanaille, s'affiche sur la paupière et forme des traits graphiques.

Francis Ases en dit: «C'est l'occasion de rock'n'rolliser l'œil de biche. Le trait s'applique sur la paupière et se multiplie, ce qui requiert de la dextérité. Les moins habiles opteront pour le simple trait mais de couleur intense, bleu foncé ou violet, pour un rendu «belle de nuit».

Pour le réaliser: Dot Liner Noir, Clarins. Quick-Thick Punker Black, Estée Lauder.

... à son plus haut niveau.

THE SHOE PEOPLE



RUE CAROLINE
279 CHF



NAVYBOOT

S W I T Z E R L A N D



À Shark Bay, en Australie, des algues utilisées pour leurs molécules de bêta-carotène ont envahi la mer, la teintant d'un rouge sanguin.

L'océan autrement

L'ACTIVISTE ÉCOLOGIQUE CÉLÈBRE POUR SES IMAGES AÉRIENNES DE LA TERRE, YANN ARTHUS-BERTRAND, SORT UN NOUVEAU FILM DE SENSIBILISATION: «PLANET OCEAN.» UN TRAVAIL MÉGALO, ENTRE ART ET SCIENCE, POÉSIE ET PEUR

TEXTE RENATA LIBAL PHOTOS YANN ARTHUS-BERTRAND/ALTITUDE

OUVREZ GRAND LES YEUX, voici des images incroyables: une surface de mer à peine ondulante, quadrillée de bouées rouges, comme un grand tissu imprimé de couleurs joyeuses. La prise de vue est magnifique, aussi graphique que tonique. Mais il ne faut pas se fier à ses airs séducteurs: nous sommes près de l'île de Wando, en Corée du Sud, dans un élevage de poissons. Leurs excréments sont en train de polluer le parc national de Tadohae Haesang, tout proche. D'autres images? Des bouillons rouges comme une hémorragie géante: c'est une culture d'algues riches en bêta-carotène. Ou encore cette armée de méduses qui dansent dans les eaux, comme des ballerines en tutus vaporeux. On admire? On peut! Reste que l'espèce est devenue invasive: transportée d'une mer à l'autre par les coques des navires, elle a pris ses aises dans des eaux où elle n'a pas de prédateur et y prolifère à excès. Voilà bien la démarche de Yann Arthus-Bertrand: susciter l'émerveillement par le regard artistique qu'il porte sur la réalité, puis faire réfléchir en mettant l'image dans son contexte. L'activiste écologique français a procédé ainsi dès 1994, pour sa collection de photos *La terre vue de ciel*, et pour son long-métrage *Home*, en 2009. Il réitère aujourd'hui son appel à davantage d'attention pour la nature avec un nouveau film, *Planet Ocean*, centré cette fois sur la vie marine. «Je tiens à la beauté, explique le photographe de 66 ans. C'est un langage universel, qui ouvre le cœur des gens et les rend réceptifs au propos.»

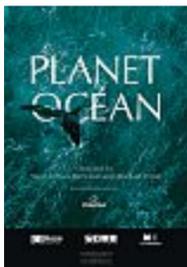
Les réactions autour du monde lui donnent raison. A Rio de Janeiro, en juin dernier, pour la première de son nouveau film projeté en marge de la conférence sur l'environnement Rio+20, les foules l'arrêtaient comme ils l'auraient fait d'une star hollywoodienne. Les écoliers se bousculaient en se montrant l'artiste du doigt, les dames dégainaient leur portable pour se prendre en photo avec lui, tout le monde se ruait pour avoir des images dédicacées. Un vrai impact sur le grand public, avec l'amour de l'esthétique en fil conducteur.

La mer n'est pourtant pas l'élément premier de Yann Arthus-Bertrand. Il possède bien une maison sur l'île de Porquerolle, dans le sud de la France, et s'en va régulièrement faire du bateau, mais les profondeurs aquatiques lui font «un peu peur». Voilà sans doute pourquoi, pour ce projet, il s'est assuré la collaboration d'un panel impressionnant de spécialistes. A commencer par le réalisateur Michael Pitiot, une myriade de documentaires marins à son actif, qui a codirigé le film. «Yann est venu me demander un jour: «Dis, c'est quoi un océan?», raconte-t-il en riant. Je l'ai mis en contact avec tous les fous de mer que je connaissais. J'ai travaillé sur le texte, Yann sur les images.»

Quatre ans, pour quarante secondes de film

Parmi ceux qui ont apporté leur goutte d'eau salée au film, les scientifiques de Tara Expéditions (leur bateau de recherche prélève des échantillons partout dans le monde) ont fourni de fabuleuses images macros de plancton, le principal vecteur de vie marine. Le célèbre plongeur australien David Hannan a offert trente minutes de prises de vues inédites sur les barrières de corail, lui qui milite depuis vingt ans pour une meilleure préservation de ce milieu qui fournit l'habitat à plus d'un tiers de la vie marine. Le film lui doit des scènes nocturnes hallucinantes et surtout cette féerie où l'on participe à la dissémination des œufs pondus par les polypes de corail – une vision rarissime. «Il faut parfois quatre ans pour produire quarante secondes de film, sourit le plongeur qui connaît la baie des requins, en Australie, comme son arrière-cour. Il faut connaître les cycles du corail, les phases de lune, la direction des courants...»

Ce travail de mégalomaniaque aurait été impensable sans un solide sponsor. En l'occurrence, c'est la marque horlogère Omega qui a pris l'initiative. «Je ne travaille jamais sur commande, martèle Yann Arthus-Bertrand. Mais dans ce cas particulier, on m'a garanti – et donné! – une liberté totale.» Et de rire: «Même si c'est toujours un risque, pour une marque, de s'impliquer avec un activiste!»



DIFFUSION

Le film de 90 minutes est conçu pour la télévision et les projections spéciales. Il est mis gratuitement à disposition des écoles et ONG. Les accros peuvent le visionner, scène par scène, sur www.goodplanet.org

On ne regarde pas la mer comme un **aquarium géant**. L'homme en est l'acteur principal

Stephen Urquart, le patron d'Omega, ne lui donnait certainement pas tort, en foulant la pelouse mitée et mouillée, sur la baie de Flamengo à Rio, où toutes les ONG avaient dressé leurs tentes en marge du sommet officiel. On était loin des tapis feutrés des foires horlogères... Mais le film l'a enthousiasmé: «Le rapport à la mer est au cœur de l'histoire d'Omega, raconte-t-il. Nous avons réalisé la première montre de plongée en 1932, équipé la marine britannique durant la guerre, d'où le modèle Sea Master – le maître de l'océan. A l'époque, il s'agissait surtout de précision et de performance. Aujourd'hui, l'enjeu est ailleurs: il faut comprendre la mer, pour mieux la protéger.» Le modèle de montre Planet Ocean, qui a donné son nom au film, est l'emblème de cette démarche. Du matériel pédagogique issu du film va prolonger l'impact, de même que des expositions de photos.

Les villages de pêcheurs flottent sur les eaux

Ce n'est pourtant pas comme si les enfants d'aujourd'hui n'avaient jamais vu de film sous-marin. Le genre, rendu populaire par les images du capitaine Cousteau il y a cinquante ans, assume ses classiques, comme le ballet des poissons clowns dans les tentacules des anémones (repris avec bonheur par Disney) ou la nage au sein d'un banc de dauphins, comme dans «Océans», de Jacques Perrin, en 2010. Mais le film de Yann Arthus-Bertrand est d'une autre veine. D'un militantisme plus assumé et d'une extraordinaire poésie de l'image, avec cette alternance d'images subaquatiques et de prises de vues à la verticale, filmées d'un hélicoptère. Outre l'originalité de ce regard signature, l'approche introduit l'homme dans la thématique et explore la relation étroite de nos civilisations avec la mer. «On ne regarde pas l'océan comme si c'était un aquarium géant, relève le scientifique Chris Bowler, associé à Tara Expéditions. Il ne s'agit pas d'un décor, mais bien de l'interaction fondamentale entre nous, urbains, et la vie marine, via la pêche, la pollution, les loisirs, la consommation.» En images? Les jeux graphiques des élevages d'algues; ces vues extraordinaires du canal de Panama où 14 000 navires se croisent chaque an; ces villages flottants de pêcheurs qui envahissent la mer tant la rive est surpeuplée. Et pour donner de l'ampleur au tout, une musique originale d'Armand Amar, jouée par l'Orchestre national de France au grand complet.

Le film a été tourné sur près de trente sites différents et l'année de travail a été une course poursuite aux permis nécessaires. La Chine, notamment, s'est longuement laissé prier avant d'autoriser les hélicoptères au-dessus du port de Shanghai, le plus grand du monde. «Et je n'ai pas réussi à obtenir le droit de filmer un de ces grands navires de pêche, véritable usine flottante. Ces images-là, personne ne les a jamais vues», déplore Yann Arthus-Bertrand. Les scènes de pêche visibles dans le film, quand les otaries se prennent dans les filets en même temps que les poissons, ont été réalisées grâce à un pêcheur chilien, qui a pris sur lui d'embarquer l'équipe et de laisser le caméraman filmer... du haut du mât. ●

Photographie Yann Arthus-Bertrand voit la vie d'en haut



Sur ses premières images? Des lions. «Mes premiers professeurs de photographie», dit-il. C'était dans les années septante, au Kenya, pour une étude sur les comportements animaliers, aux côtés de son épouse Anne. C'est là que Yann Arthus-Bertrand a aussi pris de l'altitude pour la première fois, comme pilote de montgolfière dans la réserve de Masai Mara. Cette vision aérienne a complètement révolutionné sa perception du monde et lui a permis de capturer une autre facette de la réalité. Depuis, il ne touche plus guère terre. Au service de son **militantisme écologique**, l'hélicoptère est son principal outil de travail.

Lindt



HAUCHDÜNN EXTRA FIN

Si fin.



«Lindt Extra Fin. La passion à l'état pur, concentrée en tablettes de chocolat d'une exceptionnelle finesse. Une forme qui met pleinement en valeur les nuances aromatiques des variétés de cacao spécialement sélectionnées.»

Maître Chocolatier Lindt

QUESTIONS DE STYLE



PAR SARAH
JOLLIEN-FARDEL

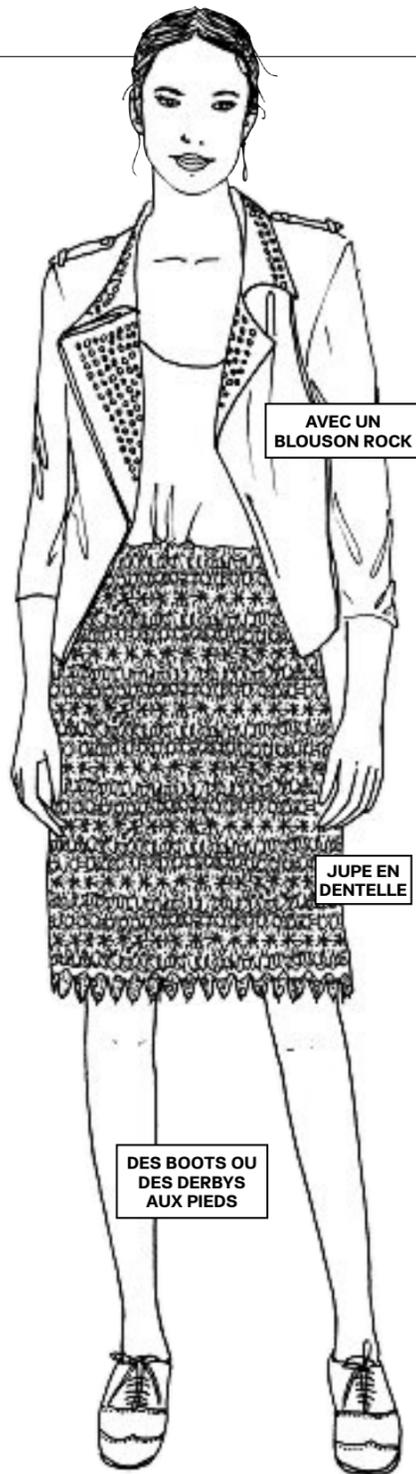
Elle est Romande et sa passion consiste à capter les tendances. La blogueuse de mode partage ses découvertes.

Adressez vos questions à encore@encore-mag.ch

Sur elle

Il m'arrive trop souvent la même aventure. Depuis quelque temps, je vois des vêtements qui me plaisent mais qui ne me vont pas. J'ai la désagréable impression qu'ils me mémérisent (j'ai 39 ans) et pourtant qu'est ce que j'aurais aimé porter de la dentelle ou du jaune au printemps dernier! Comment faire si ce que j'aime ne me sied pas? *Charline, Vevey*

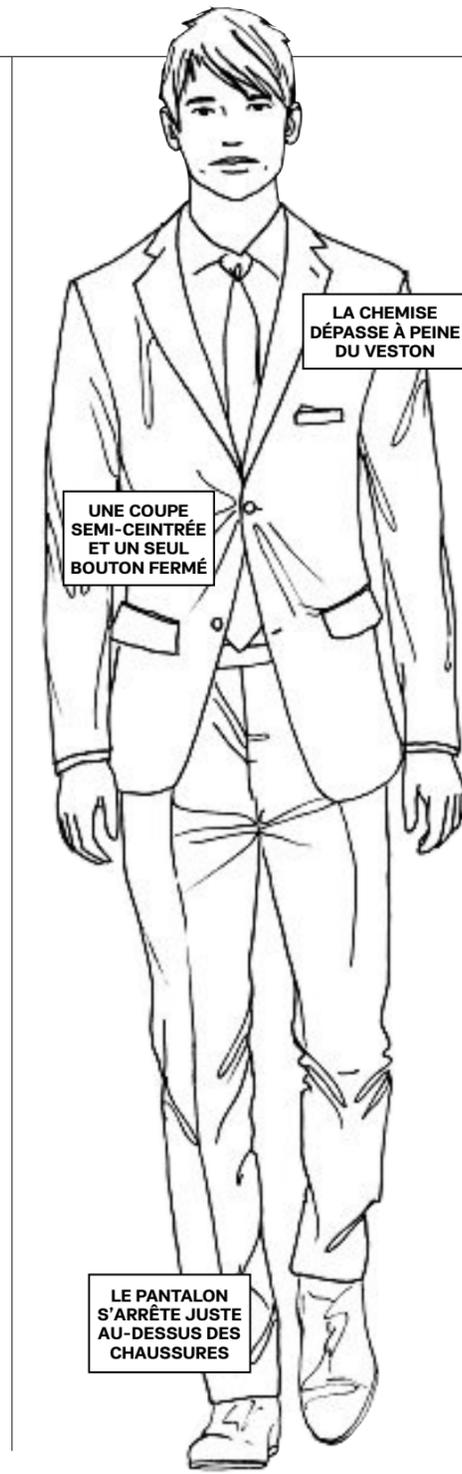
Vous évoquez la dentelle. Prenons, au hasard une jupe: avec un chemisier, un blazer classique et des mocassins, c'est dix ans de plus à coup sûr. La solution avec la mode élégante et classique: Dé-ca-ler. On associe donc la jupe en dentelle à un blouson en cuir dont on retrousses les manches. On ose un T-shirt basique qu'on rentre dans la jupette. Aux pieds, des boots (les sneakers vous feraient virer en «celle qui ne veut pas vieillir») ou des derbys et le tour est joué. Et parfois, il faut savoir ruser pour parvenir à ses fins. Un haut en dentelle, par exemple, peut se mixer à un jean, mi rentré-mi sorti, une jolie ceinture et des escarpins à bouts pointus. Envoyée la mémère! Et désolée d'évoquer votre âge, laissez les matières acryliques aux jeunes filles. D'une manière générale, il faut éviter de cumuler les tendances trop estampillées «2011 ou 2012, etc...». Une touche de tendance, une pointe d'intemporel, un zeste de vous-même: ce trio vous renverra une image plus galvanisante. Pour trouver des idées, inspirez-vous de magazines ou de blogs. A force, vous commencerez à vous amuser avec la mode. Elle est là pour ça. Aussi!



AVEC UN
BLOUSON ROCK

JUPE EN
DENTELLE

DES BOOTS OU
DES DERBYS
AUX PIEDS



LA CHEMISE
DÉPASSE À PEINE
DU VESTON

UNE COUPE
SEMI-CEINTRÉE
ET UN SEUL
BOUTON FERMÉ

LE PANTALON
S'ARRÊTE JUSTE
AU-DESSUS DES
CHAUSSURES

Sur lui

Je démarre une nouvelle activité professionnelle où je dois porter le costume et la cravate. Plutôt «sport» dans ma vie de tous les jours, je ne sais pas comment faire pour bien faire. Comment les assortir? *Marcos, Concises*

Règle de base, le costume formel pour le travail se porte dans les tons foncés: anthracite, noir ou bleu marine. La coupe la plus demandée au Bon Génie de Genève est la semi-ceintrée, c'est-à-dire un entre-deux, ni slim ni ample. Le pantalon se porte à l'italienne: il s'arrête au-dessus de la chaussure, ne dégouline pas en accordéon sur les souliers. La chemise la plus chic est la blanche, mais comme vous devrez en changer et que vous n'allez pas porter que du blanc, vous pouvez en acheter une bleu ciel, une rayée ou à petits carreaux ou encore une grise. Les manches dépassent d'environ 2 cm du veston, c'est vraiment plus chic. Exit donc, la chemisette! Selon les vendeurs spécialisés, la cravate est à l'homme ce que le bijou est à la femme: un accessoire qui personnalise l'allure. Dans le doute, aucun risque si vous la portez ton sur ton, ou un poil plus foncée (chemise bleue – cravate bleu marine) ou à pois (petits ou à rayures). Le nœud classique le plus courant est double et la cravate s'arrête 3 cm au-dessus de la ceinture. Si vous décidez de passer à l'étape supérieure, tenez la pochette et les boutons de manchettes. D'autres détails ont leur importance: la doublure, les poches, les boutons... Nous espérons que pour une mise en bouche, cela vous contentera.

ADRESSES

ADLER www.adler.ch

ALDEN LAUSANNE, La Griffe Ausoni, pl. Saint-François 7, 021 321 81 81. www.aldenschoe.com

ALPINA www.alpina-watches.com

AMAYA ARZUAGA Pas de point de vente en Suisse romande. Information et e-shop sur www.amayaarzuaga.com.

ANÈS B. Informations au 0033 1 40 03 58 44 et sur europe.agnesb.com

BALLY CRANS-MONTANA, rue du Prado 6, 027 480 48 70 – GENÈVE, rue du Rhône 47, 022 310 22 87 – LAUSANNE, pl. St-François 9, 021 312 31 95. www.bally.com

BARBARA BUI GENÈVE, Boutique Nouchka, rue de la Tour-Maitresse, 022 310 04 78. V-Young, rue du Port 4, 022 310 23 33. Zazazou, pl. du Molard 3, 022 310 14 26 – GENÈVE, LAUSANNE, Bongénie. www.barbarabui.com

BELL & ROSS www.bellross.com

BLUMARINE Informations au 0039 027 843 40 et e-shop sur www.blumarine.com.

BONGÉNIE GRIEDER CHAVANNES-DE-BOGIS, Centre commercial de Chavannes-de-Bogis, 022 818 12 81 – GENÈVE, Bongénie, rue du Marché 34, 022 818 11 11. Cointrin Aéroport, 022 818 12 41 – LAUSANNE, Bongénie, pl. Saint-François 10, 021 245 27 27 – MONTHEY, Centre commercial, av.de l'Europe 21, 021 345 27 71 – SIERRE, Grands Magasins Noes, 021 345 27 91. www.bongenie-grieder.ch

BREITLING www.breitling.com

BUCHERER www.bucherer.com

BURBERRY GENÈVE, rue Céard 8, 022 311 34 25 – GENÈVE, LAUSANNE, Bongénie. www.burberry.com

BURBERRY PRORSUM GENÈVE, rue Céard 8, 022 311 34 25 – GENÈVE, LAUSANNE, Bongénie. www.burberry.com

CAPPELLINI Liste de tous les points de vente en Suisse romande sur www.cappellini.com

CASALIS Informations sur www.casalis.be

CASSINA Liste de tous les points de vente en Suisse romande sur www.cassina.com

CHANEL GENÈVE, Boutique temporaire au Bongénie, rue du Marché 34, 022 311 08 62. www.chanel.com

CHANEL PARFUMS www.chanel.com

CHANTAL THOMASS GENÈVE, Globus, rue du Rhône 48, 022 319 50 50. www.chantalthomass.fr

CHAUMET www.chaumet.com

CHEVIGNON Informations sur www.chevignon.com.

CHOPARD www.chopard.com

CHRISTIAN DIOR GENÈVE, rue du Rhône 60, 022 310 62 55. www.dior.com

CLAIRE-ANNE O'BRIEN Informations et commandes sur www.claireanneobrien.com ou sur www.markersandbrothers.com

CLINIQUE www.clinique.com

COACH Informations sur www.coach.com

DAY ST.GALLEN, Latzel Mode, Neugasse 1, 071 222 36 70 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 12, 044 226 80 00. www.day.ch

DIOR PARFUMS www.dior.com

DODGE www.dodge.com

DRYKORN FOR BEAUTIFUL PEOPLE

En vente chez Globus à Lausanne et Genève. Autres points de vente et e-shop sur www.drykom.com

ETHAN K Pas de point de vente en Suisse romande. Information et e-shop sur www.ethan-k.com.

FEAR FACTOR JEWELLERY BY JULIE OSEN ET CHARLOTTE COCHET GENÈVE, Le Grand Magasin, bd Saint-Georges 59, 022 321 10 21. Ma Vie sur Mars, rue Jean-Violette 14, 022 321 27 92. Pour toute information, écrire à cochetcharlotte@gmail.com.

FENDI PARFUMS www.fendi.com

FOGAL DELÉMONT, Boutique Elégance, av. de la Gare 18, 032 422 74 86 – GENÈVE, Globus, rue du Rhône 48, 022 319 50 50 – LAUSANNE, rue Saint-François 12, 021 320 15 77 – VEVEY, Boutique 6° Sens, 021 921 70 04. www.fogal.com

FLORIAN SCHMID Informations et commandes au 0049 (0) 160 97 67 47 26 ou sur www.florian-schmid.com.

FREE LANCE GENÈVE, rue de la Terrassière 16, 022 840 43 80 – LAUSANNE, pl. Pépinet, rue Petit-Saint-Jean 3, 021 312 11 01, www.freelance.fr

GENTS Informations au 044 380 20 40 ou sur www.gents.ch

GILBERT ALBERT www.gilbertalbert.com

GLOVE STORY Informations au 0033 3 85 27 01 10 et sur www.glove-story.com.

GUCCI GENÈVE, rue du Rhône 92, 022 310 84 06; Drake Store, rue Ami-Lévrier 9 (femmes), 022 731 87 32 et rue des Alpes 13, 022 732 24 42. Anita Smaga, rue du Rhône 49-51, 022 310 26 55 – LAUSANNE,

Drake Store, rue de Bourg 22, 021 320 08 20 – MONTREUX, Attitude, Grand-Rue 83, 021 963 92 24 – BERNE, GENÈVE, LAUSANNE, LUCERNE, Bongénie. www.gucci.com

GUERLAIN www.guerlain.com

HACKETT LONDON GENÈVE, rue de la Tour Maitresse 5, 022 310 23 11. www.hackett.com

HERMES CRANS-MONTANA, rue du Prado 027 481 03 03 – GENÈVE, rue du Rhône 39, 819 07 19 – LAUSANNE, rue de la Paix 1, 021 312 33 22. www.hermes.com

HERMÈS PARFUMS www.hermes.com

HESCHUNG Informations et e-shop sur www.heschung.com

HUGO BOSS GENÈVE, rue du Marché 18, 022 311 53 77 – GENÈVE, LAUSANNE, Globus. www.hugoboss.com

IWC www.iwc.com

JAEGER LECOULTRE www.jaeger-lecoultre.com

JEAN-BAPTISTE RAUTUREAU GENÈVE, rue de la Terrassière 16, 022 840 43 80. www.jeanbaptisterautureau.fr

JIL SANDER ZÜRICH, Storchengasse 23, 044 221 23 16. www.jilsander.com

JIMMY CHOO CHAVANNES-DE-BOGIS, GENÈVE, LAUSANNE, Bongénie. www.jimmychoo.com

JITROIS GENÈVE, VIP's Store, quai du Général-Guisan 10, 022 310 47 48 – LAUSANNE, Benjamin Fournures, rue de Bourg 29, 021 317 53 53. www.jitrois.com

JOHN GALLIANO Informations et e-shop sur www.johngalliano.com

JOHN LOBB GENÈVE, pl. Longemalle 4, 022 310 75 77.

www.johnlobb.com

JOSEPH En vente sur www.net-a-porter.com. Informations sur www.joseph.co.uk

KENNETH COBONPUE GENÈVE, Artopia, rue de la Terrassière 28, 022 700 26 26. www.kennethcobonpue.com

KENZO LAUSANNE – Centaure, rue Marterey 2, 021 312 92 30. Olivier & François Ausoni, pl. Saint-François 5, 021 312 94 12. www.kenzo.com

LACOSTE BIENNE, rue Centrale 22, 032 322 71 57 – FRIBOURG, avenue de la Gare 22, 026 321 52 20 – GENÈVE, rue de la Croix-d'Or 10, 022 310 93 90, Lacoste LIVE, rue Verdaine 6, 022 310 73 02 – LAUSANNE, rue de Bourg 28, 021 320 09 15 – MONTREUX, av. du Casino 37, 021 963 13 00 – NEUCHÂTEL, Grand-Rue 9/rue de Seydon 18, 032 725 80 30. Autres points de vente sur www.lacoste.com

LANVIN GENÈVE, rue du Rhône 78, 022 310 81 43. Bongénie, rue du Marché 34., 022 818 11 11. www.lanvin.com

LIGNE ROSET Liste de tous les points de vente en Suisse romande sur www.ligne-roset.ch.

LONGCHAMP AIGLE, Boutique Au Plaisir d'Offrir, rue la Gare 1, 024 466 54 42 – CRANS-MONTANA, 5th Avenue, rue du Prado, 027 481 24 24 – FRIBOURG, Les Maroquinerie du Trianon, rue de Lausanne 50, 026 323 71 55 – GENÈVE, Buzzano, Centre commercial Balexert, 022 796 01 41; bd Helvétique 25, 022 736 76 57; rue de la Croix-d'Or 1, 022 311 56 93 – LA CHAUX-DE-FONDS, Maroquinerie Biedermann, av. Léopold-Robert 57/59, 032 913 91 78 – LAUSANNE, Yakisté, rue Centrale 9, 021 323 20 22 – MONTREUX, Liberty, Grand-Rue 24, 021 963 62 36 – MORGES, Yakisté, Grand-Rue 56, 021 802 20 03 – NEUCHÂTEL, Maroquinerie Biedermann, rue du Bassin 6, 032 725 16 88 – NYON, Zaria, rue de la Gare 32, 022 362 70 37 – PULLY, Maroquinerie-Bagagerie Pécar, pl. de la Gare 1, 021 728 61 28 – SIGNY, Gandy, Signy Centre, 022 363 03 35 – SION, La Tannerie de la Cour, rue de Lausanne, 027 322 16 14 – VEVEY, Smart Cuir, rue du Lac 49, 021 921 52 41 – VILLARS-SUR-OLLON, Boutique Biscoto, rue Centrale, 024 495 18 14 – YVERDON-LES-BAINS, Maroquinerie Biedermann, rue du Milieu 41, 024 425 18 77 – CHAVANNES-DE-BOGUIS, GENÈVE, COINTRIN, BALEXERT, LAUSANNE, MONTHEY, SIERRE, Bongénie. www.longchamp.fr

LOUIS VUITTON CRANS-MONTANA, rue du Prado, 027 481 82 12 – GENÈVE, rue du Rhône 33, 022 311 02 32 – LAUSANNE, rue de Bourg 30, 021 312 76 60. www.louisvuitton.com

MAGIS Liste de tous les points de vente en Suisse romande sur www.magisdesign.com

MARC ROZIER GENÈVE, LAUSANNE En vente chez Globus. www.marcrozier.com

MARIE-HÉLÈNE DE TAILLAC GENÈVE, Boutique Jill Wolf, Grand-Rue 39, 022 312 00 84. www.mariehelenedetaillac.com

MILUS www.milus.com

MONTBLANC GENÈVE, pl. du Port, 022 312 27 70 – CRANS-MONTANA, rue du Prado 12, 027 481 84 12. www.montbanc.com

MORGANNE BELLO LAUSANNE, Boutique L'Émeraude, pl. Saint-François 12, 022 312 95 83. Liste des autres points de vente pour toute la Suisse romande sur www.morgannebello.fr.

MOROSO Information au 041 761 61 82 et sur www.moroso.it

NARS www.narscosmetics.com

NAVYBOOT CAROUGE, Bagatt, centre commercial La Praille, 022 301 66 75. – CHAVANNES-DE-BOGUIS, Bagatt, Chavannes Centre, 022 960 06 83. – CRISSIER, Bagatt, centre commercial MMM Crissier, 021 634 15 85 – FRIBOURG, Fribourg Centre, 026 341 90 07. LAUSANNE, Divarese, rue de Bourg 12,

021 323 10 76. Navyboot, rue Caroline 1, 021 312 46 21 et voie du Chariot 3, 021 320 17 60. – GENÈVE, Navyboot, rue du Marché 32, 022 310 33 14 et rue de Cornavin 12, 022 732 40 15 – SIGNY, Schild, Signy Centre, 022 361 88 50 – GENEVE, LAUSANNE, Globus. www.navyboot.com

PASQUALE BRUNI GENÈVE, Les Ambassadeurs, rue du Rhône 39, 022 318 62 22. www.pasqualebruni.com

PAUL & JOE GENÈVE, Noa, rue du Vieux-Collège 10 bis, 022 810 05 03 – LAUSANNE, Graziamode, rue du Grand-Chêne 7, 021 323 55 56 – GENÈVE, LAUSANNE, Bongénie. www.paulandjoe.com

PAUL SMITH GENÈVE, Drake Store, rue Ami-Lévrier 9 (femmes), 022 731 87 32 et rue des Alpes 13, 022 732 24 42; 15TER, rue de la Terrassière 15, 022 735 70 87; Emilia Blu, rue du Rhône 57, 022 311 81 09 – LAUSANNE, Drake Store, rue de Bourg 22, 021 320 08 20; Camille, rue Caroline 5, 021 312 85 15; Walpurgis, rue Mercerie 1, 021 311 68 00 – GENÈVE, LAUSANNE, Globus – GENÈVE, LAUSANNE, ZURICH, BÂLE, Bongénie. www.paulsmith.co.uk

PAULE KA GENÈVE, LAUSANNE Bongénie. www.pauleka.com

PERRELET www.perrelet.com

PIERO RESTELLI ZÜRICH, Bongénie Grieder, Bahnhofstrasse 30, 044 224 36 36. Informations au 0039 02 34 27 13 ou sur www.restelliguanti.it

POGGI MONTREUX, The Melting Pot of Creators, Grand-Rue 86, 021 961 35 05 – GENÈVE, LAUSANNE, Bongénie. www.poggiparis.com

POLIFORM Liste de tous les points de vente en Suisse romande sur www.poliform.it.

POLTRONA FRAU Liste de tous les points de vente en Suisse romande sur www.poltronafrau.com.

PRADA CRANS-MONTANA, Boutique Attitude, Imm. Xirès II, 027 480 32 00 – GENÈVE, Drake Store, rue Ami-Lévrier 9 (femmes), 022 731 87 32 et rue des Alpes 13, 022 732 24 42; Anita Smaga, rue du Rhône 49-51, 022 310 26 55 – LAUSANNE, Olivier & François Ausoni, pl. St-François 5, 021 312 94 12; Drake Store, rue de Bourg 22, 021 320 08 20 – MONTREUX, Attitude, Grand-Rue 83, 021 963 92 24. www.prada.com

RAYMOND WEIL www.raymond-weil.com

ROBERT CLERGERIE GENÈVE, rue de la Tour-Maitresse 10, 022 310 50 82. www.robertclergerie.com

ROCHAS Informations sur www.rochas.fr

SARAH CHOFAKIAN FOR BRAZIL NEUCHÂTEL, Mathilda, pl. des Halles 8, 32 724 7484. www.chofakian.com.br

SCAPA GENÈVE, Boutique Scapa, rue des Chaudronniers 6, 022 310 08 88. www.scapafashion.com

SONIA RYKIEL LAUSANNE, François et Olivier Ausoni, pl. St-François 5, 021 312 94 12 – MARTIGNY Saudan Les Boutiques, av. de la Gare 17, 027 722 12 01 – SION, L'Astragale, rue du Rhône 9, 027 322 36 22 – GENÈVE, LAUSANNE, Bongénie. www.soniarykiel.fr

S.T. DUPONT GENÈVE, Globus, rue du Rhône 48, 022 319 50 50. www.st-dupont.com

STETSON Informations sur www.stetsonhat.com

TED BAKER GENÈVE, LAUSANNE. En vente chez Globus. www.tedbaker.com

THIERRY MUGLER PARFUMS www.mugler.com

VAN CLEEF & ARPELS www.vancleefarpels.com

WALTER STEIGER GENÈVE, rue du Rhône 55, 022 3 12 47 33. www.waltersteiger.com

ZENITH www.zenith-watches.com

Lindt 

HAUCHDÜNN
EXTRA FIN



Et si savoureux.



www.lindt.com

SES GOÛTS



Marco Zanini

À LA CRÉATION DE LA MAISON DE MODE ROCHAS, LE STYLISTE AUX ALLURES DE ROCK STAR CONJUGUE SON SENS DU RAFFINEMENT AVEC UNE SORTE DE POÉSIE RUGUEUSE

TEXTE RENATA LIBAL

Avec ses tatouages et ses favoris manucurés, il dirige la création d'une maison de couture à la tradition ultra-raffinée: Rochas. L'histoire de la marque est peuplée de dames à chapeaux et corsets lacés, incarnées par la fameuse Hélène Rochat. Après les décennies à tutoyer les étoiles (années soixante et septante), les vêtements ont peiné à trouver le souffle et la collection s'est vue interrompue quelques saisons. Jusqu'à Marco Zanini. L'Italien formé chez Versace et Dolce & Gabbana a relancé la ligne en automne 2009. Son vestiaire contemporain flirte avec la transgression et reviste le bon goût. Zanini est un poète rugueux, un esthète avec le cœur au Nord (maman est Suédoise). Son regard sur la féminité redonne vigueur et désirabilité à la marque. Visite de son univers esthétique.

Le modèle essentiel de cet automne?

Tous les imprimés (7) de la collection Rochas, car cet automne raconte l'amour des textures, des couleurs et des jeux de motifs.

Oui, je collectionne la poterie d'art scandinave du milieu du XX^e siècle, et surtout les pièces de la série «Farsta» de Kåge (3). Je suis fasciné par la qualité brutale, terrienne mais extrêmement sophistiquée de son travail. Son sens des couleurs était unique et exceptionnel.

Jadis vous ne portiez que du noir. Quelle est votre tenue fétiche aujourd'hui?

Ma garde-robe quotidienne est très simple, presque banale. Ces temps, j'aime me sentir anonyme. Tout ce dont j'ai besoin est un pullover bleu marine (6), des jeans Acne ou Nudie jeans, des piles de T-shirts blancs Levi's, des baskets Nike Air «Vengeance vintage» et des chaussures Alden «Modified last» (1) en cordovan, de la boutique Anatomica, à Paris (14, rue du Bourg-Tibourg, dans le XIV^e). Avec l'âge, mon goût en matière de vêtements est devenu plus classique: les excès n'ont de l'allure que quand on a 20 ans.

Vous portez des liens à vos poignets...

Il y a peu, je portais tout le temps plusieurs bracelets de cuir (2) de Lapland, au nord de la Suède. Ils étaient en cuir de cerf, tannés, cousus main et ornés de tresses en fil d'argent. J'aimais leur allure «artisanat du Nord».

Et aujourd'hui? Une marque de bijoux?

Je porte des bagues anciennes, qu'il m'arrive d'acheter chez les collectionneurs Pennisi, à Milan (Via Alessandro Manzoni, 29 euros, www.gioielleriapennisi.com) ou à la célèbre joaillerie Codognato à Venise (Place San Marco 1295).

Question suisse: votre montre fétiche?

Je porte éternellement la même: une Rolex des années soixante, offerte par mes parents pour mon 18^e anniversaire.

La ville qui vous inspire le plus?

Stockholm (5), toujours et encore.

Portez-vous la version homme d'Eau de Rochas et ses accents minéraux?

Toujours Jicky de Guerlain et rien d'autre. Je me réjouis qu'un parfum homme de Rochas sorte. J'espère qu'il sera mis en œuvre bientôt.

Quel est votre prochain achat?

Des œuvres d'art, avant tout. Récemment, mes yeux sont tombés sur une œuvre de Mathew Weir, une nouvelle œuvre abstraite de Scott Treleaven et une peinture de Paul P. (4) à la galerie Maureen Paley, à Londres (21 Herald Street). Il va falloir choisir... ☺

CORNÈRCARD – MA RÉFÉRENCE EN MATIÈRE DE CARTES DE CRÉDIT ET DE CARTES PRÉPAYÉES.



Mon choix:
Cornèrcard Classic.



Également sous forme d'offre **duo**
Deux cartes et davantage pour le prix d'une seule.

Cornèrcard – la carte pour toutes les exigences.
0844 00 41 41 ou www.cornercard.ch/classic

cornèrcard
— www.cornercard.ch —

CHANEL



COCO
MADEMOISELLE