

encore!

LE STYLE EN PLUS | SEPTEMBRE 2014

MONTRES
Techniques
mais super
légères

SAVEURS
10 TABLES
QUI INVITENT
AU VOYAGE

Mode
Carrure et volume,
la couture voit grand

SHOPPING
Le retour du
sac de dame

**Le Matin
Dimanche**

La métamorphose, une histoire Hermès



Sac «Oxer»
en crocodile mat,
taurillon Clémence
et veau Barénia

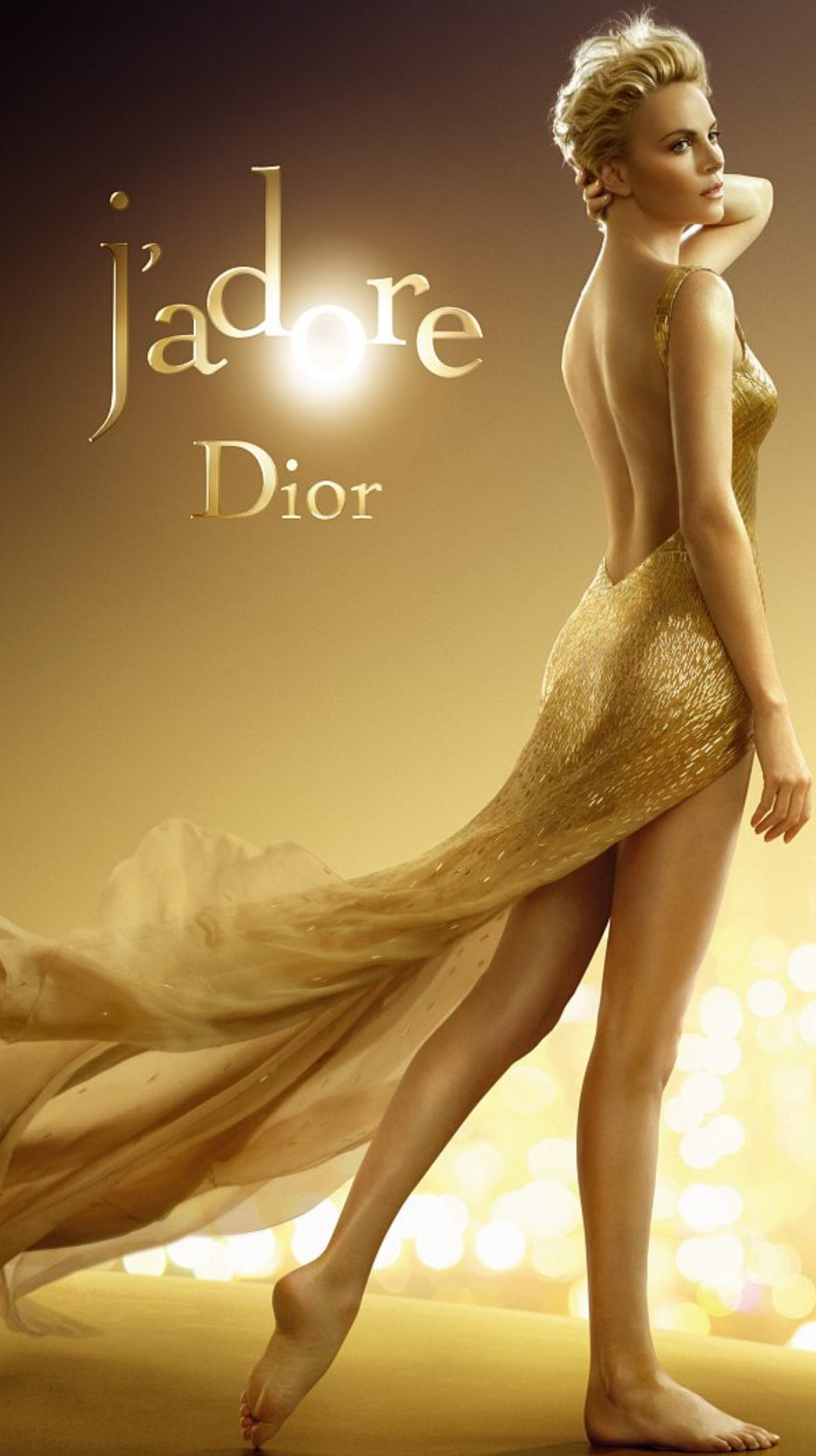
Escarpins en veau
et chèvre velours

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

Hermes.com



j'adore
Dior





Li Edelkoort à l'affût des tendances. P. 18



Bijoux à portée de main. P. 34



La mode décryptée. P. 22

Mode | Septembre 2014

SUJETS

10 Trend

Envie d'un dressing indémodable

12 Icône

La panthère fait rugir la joaillerie depuis cent ans

16 Shopping

Les sacs à main sont rigides ou ne sont pas

33 Haute couture

Couturiers et fleuristes allient leurs talents

42 Montres

Les horlogers défient sur balance: technologie poids plume

RUBRIQUES

6 Merveilles **14 Swiss made: lampes Baltensweiler**
38 Evasion: 10 Restaurants exotiques en Suisse
43 Œnotourisme: Vérone et son amarone
44 Pour elle, pour lui: le rouge au rendez-vous
46 Ses goûts: Olivier Martinez **47 Adresses**



Pull-over, **Acne**.
Pantalon en daim, **Fendi**. Sac à dos en cuir doré, **Florian Denicourt**.
Montre, **Komono**.
P. 26



UNE

Manteau et robe en laine, **Céline**. Lunettes, **Yves Saint Laurent**. Collier et bracelet-chaîne, **Morgan**. Bagues, **Bernard Delettrez**.

Photos: Jørgen Gonnæs
Stylisme: Agnès Poulle

Bijoux (photo ci-dessus, centre): bracelet en or rose, grenat, onyx et diamants, **Cartier**.
Vernis Playdate 102. **Essie**
Livre: *Arbres extraordinaires*, Lewis Blackwell, Ed. Chêne.

L'automne en rouge vibrant

TOMATE. VOILÀ LE MAÎTRE MOT. S'il n'était qu'une couleur à choisir dans la palette de l'automne, ce serait ce rouge énergisant, franc, gourmand et joyeux qui se décline déjà dans les vitrines. En petites touches ou –mieux! – en une grande pièce assumée (voir nos suggestions shopping dès la page 44). L'idéal serait un manteau: s'y lover, s'en parer, s'en glorifier, comme un étendard contre la morosité. A en croire Li Edelkoort, la grande dame qui décrypte les mouvances de l'air du temps (lire l'interview dès la page 18), cette rentrée marque une envie d'optimisme conquérant. Pour le coup, même les plus réfractaires des antimode devraient avoir envie de participer à au mouvement de



Renata Libal, rédactrice en chef

bonne humeur. Outre sa couleur, la tomate elle-même incarne somptueusement cette aspiration à l'éclat. Depuis le temps que l'on clame les vertus des produits de saison, c'est maintenant, en fin d'été, que la belle rouge déploie sa gamme de saveurs – et on en voit partout, cultivées jusque dans les jardins de ville et sur les balcons où il n'a pas trop plu. S'en régaler et s'en vêtir... Dans cette veine symbolique – décidément, les vêtements sont toujours plus lourds de sens qu'on ne le croit – les volumes surdimensionnés des pull-overs et autres vestes se portent comme des armures. On les enfle le matin, pour se protéger contre la cruauté du monde, pour avoir toujours sur soi sa petite maison mobile, son havre de douceur personnel. Alors, ce manteau rouge? A large carrure et XXL!



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



ACCESSOIRES

Tali Lennox et ses lunettes, sublignée par Peter Lindbergh.

L'œil du passé

Format démesuré, des verres miroirs argentés qui s'étirent sur le troisième œil, noir, blanc ou jaune. Un grain d'extravagance typique des années 70. Cette période de tous les possibles qui a marqué à jamais la mode par sa liberté joyeuse. En 1974, la maison de lunettes Silhouette chaussait le nez des happy fews avec cette paire de binocles visionnaires. Si le design avant-gardiste imaginé par la créatrice Dora Demel n'a pas pris une ride en quarante ans, la technologie, point fort de la marque, a été mise à contribution dans l'élaboration de la version 2014. Ni vis ni charnières, un matériau léger déleste, pour 322 francs, le modèle original qui était en acétate lourd



La Futura, réinterprétation d'une monture de 1974.

et rigide. «Nous avons aujourd'hui chez Silhouette la technologie pour associer un look moderne à un confort de port optimal», explique Gerhard Fuchs, designer des nouvelles Futura. Pour son jubilé, le fabricant s'est offert des collaborations exceptionnelles; il a confié la campagne à l'icône photographe Peter Lindbergh – celui dont on ne compte plus ses couvertures de *Vogue* – pour mettre en scène Tali Lennox, fille d'Annie, la musicienne. Un modèle d'anthologie que les faiseurs de tendance ne renient pas. En bref, des lunettes qui en mettent plein la vue avec un amalgame d'hier et de demain. Pile dans le moment présent. Sarah Jollien-Fardel

L'ART À MOINS DE 1000 FRANCS

Entre deux eaux



PAR LAURENT DELALOYE

Entre deux mondes, il y a une frontière. Et souvent, entre deux pays aux régimes politiques opposés, il y a en plus une zone démilitarisée ou no man's land. C'est ce terrain théoriquement neutre qui interpelle Denise Bertschi. Née à Zurich en 1983, actuellement en filière master en arts visuels à la HEAD de Genève, elle cherche à visualiser ce qui se passe dans ces «zones d'interrogation», comme elle les baptise. Son art se situe plus dans le processus créatif que dans le résultat lui-même. Pour cela elle utilise la photographie et l'installation afin d'immortaliser ces questions de migration, propres aux nouvelles générations régies par la globalisation et le besoin de bouger. Elle a développé deux séries de travaux. *Erb & Flow* est le portrait photographique de neuf aéroports visités en deux semaines. Cette photo du check-in de Tel-Aviv symbolise sociologiquement cette zone inconnue entre deux univers. Esthétiquement, l'artiste analyse aussi l'architecture – comme ici – où l'on fabrique de faux mondes dans lesquels on ne souhaite pas que les gens s'éternisent. Cette composition géométrique (trop) parfaite peut aussi s'apprécier comme telle, sans connaître le background.

L'actu Publication de *DMZ*, un recueil de photos prises dans la zone démilitarisée entre les deux Corées.

Le prix 800 fr.

L'adresse www.denisebertschi.ch

Flow No11, 1/5, 30 x 45 cm, impression sur alu, 2012



ÉCRITURE

Lettres de noblesse

A l'heure du tout-électronique, la correspondance manuscrite est réadoptée par la population hype. Surtout quand les instruments d'écriture sont imaginés par la maison Hermès et déclinés sous le nom Hermès écriture. Chaque objet rappelle la tradition d'un savoir-faire exceptionnel: le carnet de notes est argenté sur tranche, les blocs d'écriture en papier vélin, les enveloppes doublées, et pour les amoureux des carrés de la maison, les petits calepins sont couverts de twill de soie avec des motifs à choix. La collaboration avec le designer Marc Newson fera date. Tanja Ursoleo

Disponible dès la mi-septembre



Maculage, 1967, Peter Knapp

EXPOSITION

L'homme qui aimait **les femmes**

«Je n'ai jamais vraiment été un homme de mode», confessait Peter Knapp. Drôle de paradoxe pour celui qui a longtemps été photographe de mode et qui plus est directeur artistique du magazine *Elle*. Alors, malentendu? Coquetterie? Ces contradictions font en tout cas le charme, sinon le génie des grands artistes, et son talent à lui, Knapp, s'est étendu à des formes d'art multiples – peinture, vidéo, aquarelle... Son œil décalé et son refus de la beauté formelle ont bouleversé les codes esthétiques. Il était donc tout à fait logique de lui consacrer une exposition au féminin: «101 regards sur les femmes», au Musée des Suisses dans le monde, à Genève (institut qui rend hommage aux compatriotes installés à l'étranger et qui ont marqué leur

époque). Celle-là traverse cinquante ans de la carrière de Peter Knapp, une période faite d'expériences, de manifestes et aussi de jeux décalés. Entre œuvre personnelle et travaux de commande, ces clichés peu conventionnels dénotent d'une grande créativité, comme ce grain d'une peau de femme arrondie par la maternité ou ces photos superposées (ci-dessus). Le Suisse, qui a été formé à l'Ecole des arts et métiers de Zurich, en convient lui-même, sa fascination pour les femmes lui vient tout simplement du fait d'être homme. Nous, on aime son esprit déluré et sa justesse de propos. *Semaja Fulpius*

101 regards sur les femmes, Domaine du château de Penthes à Genève, jusqu'au 9 novembre. www.penthes.ch/musee

ART

De clair et **d'obscur**



On ne peut qu'aimer les fabuleuses lanternes d'Issey Miyake. Ces «sculptures d'ombre» se plient et se déplient dans un mouvement plein de grâce. On peut actuellement les voir à Paris, dans les jardins de la Fondation Cartier, à l'occasion des trente ans de l'institution. Miyake a d'ailleurs été l'un des premiers créateurs à y être exposés. Depuis son arrivée à Paris, le Japonais n'a cessé d'explorer les jeux de mouvance et de lumières. Ses collections vestimentaires basées sur le plissage ont défilé dès 1973, puis s'y sont ajoutés les luminaires de papier, dont la collection IN-EI, ce qui, en japonais, signifie «ombre, obscurité, nuance»... Même industriel, le travail d'Issey Miyake, 76 ans, porte toujours une dimension artisanale, une attention à la qualité du dialogue entre forme, fonction et esthétique. Cet automne, il lance également sa nouvelle fragrance pour homme, elle aussi en lien avec le clair obscur, *Nuit d'Issey* (voir p.36). Véritable voyage au cœur d'une nuit énigmatique, plongée dans un noir qui, chez lui, n'en est jamais vraiment un. Reste toujours un rayon de lune... *S.F.*

Mémoires Vives, Issey Miake, Fondation Cartier, jusqu'au 21 septembre 2014



MONTRE

Ronde et ovale à la fois

Pour faire tic-taquer les cœurs féminins, Baume & Mercier lance une collection inspirée d'un modèle des années 1970. Jeu subtil entre cadran rond dans lunette ovale sur boîte ronde. Simplement chic. *R.L.*

Collection Promesse, 14 références, 30 et 34 mm, dont 5 à mouvement automatique. Dès 1900 francs. En photo: modèle acier serti de 30 diamants, mouvement quartz



Un cadre **exceptionnel** pour une cure détox dans les montagnes du Tegernsee.

HÔTEL

Détox de luxe

Le repas de midi est frugal: deux pommes de terre à l'eau, 30 grammes de jambon de dinde et, en point d'orgue, une petite cuillerée d'huile de lin. L'estomac se manifeste par des grognements, tout de suite relevés par un regard complice du voisin de table. Il ne reste plus qu'à essayer de se rassasier avec la soupe qui suit. Parvenir ensuite à se relaxer, l'estomac criant famine, est une gageure. Mais il faut en convenir, cette quête est facilitée dans le cadre incroyable du Lanserhof Tegernsee, primé meilleur spa d'Europe. On se rend dans ces montagnes allemandes avec un seul but en tête: ressortir de cet écrin luxueux aminci, détoxé et super en forme. L'établissement propose une approche médicale holistique combinée avec des thérapies traditionnelles. Le concept Lans Med est basé sur le principe que le corps doit, durant la cure, se purifier grâce à un programme de sport,

de massages et un régime alimentaire très strict. Rien de moins que 21 000 m², dont les deux tiers sont dédiés au service du bien-être. Les 70 chambres, dont les plus petites font 50 m² sont meublées avec goûts. Ces lieux si spacieux, baignés de lumière naturelle, adoucissent les difficultés physiques liées à la diète, tels les maux de tête et les nausées. Par la fenêtre, le paysage est soigné lui aussi et panse les maux des curistes. Il faut dire que les jardins ont été confiés au génial Enzo Enea, le fameux architecte paysagiste suisse, qui a su sculpter la nature pour qu'elle s'intègre dans les montagnes du Tegernsee. Dans cet écrin se fond discrètement le bâtiment en bois, avec ses imposantes fenêtres. Une atmosphère saine, dedans et dehors. *Silvia Aeschbach*
Lanserhof Tegernsee, www.lanserhof.com



MODE

L'usure hype

Lorsque la maison Martin Margiela s'associe à Converse, elle révolutionne la maison. Non pas avec la forme des modèles, mais avec leur traitement emblématique. Elle les recouvre de son étonnante peinture Blanc de Meudon, pensée pour s'écailler au fil du temps et dévoiler petit à petit la véritable couleur de la basket. Pour cette version mutante, les mythiques modèles All Star Chuck '70 et Jack Purcell sont entièrement réalisés en cuir. *I.M.*

Collection capsule Maison Martin Margiela pour Converse, env. 300 fr.



MAQUILLAGE

Flashy, le rose

Du rose assumé sur les paupières pour un regard hors du commun. Cet automne, on n'a plus peur de rien, on ose le rose vraiment flashy en total look, puis on l'assume crânement de quelques battements de cils. La maison Chanel sort un magnifique fushia dénomé Exaltation, MAC propose le rose Passionate et YSL le Pivoine crush. Pour la rentrée, on voit la vie en rose et on fait un clin d'œil à la morosité. *I.M.*

Ombre essentielle Exaltation 108

Courir comme Bioman

TOYS FOR BOYS

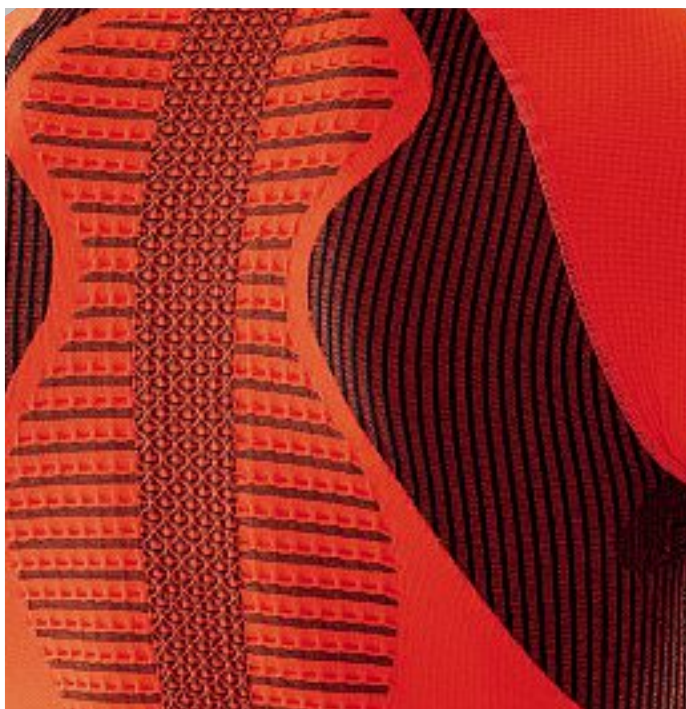


PAR DIDIER BONVIN

Sur les Parcours Vita, ce n'est pas vraiment la fashion week. Les joggers du dimanche courent plutôt avec leurs vieux habits. Un bas de training usé, un T-shirt 80's délavé

et c'est parti pour la course dominicale. Personnellement ça me va.

Alors quand on me propose de tester des habits de sport «haute performance», je me dis: pourquoi pas, je vais peut-être devenir champion du monde. En plus, ces habits, dessinés en Suisse, portent un nom de superhéros: X-Bionic! Ça promet. Avec une telle marque, le marathon en moins de deux heures semble à portée de baskets. Même Iron man n'a pas



Détail du Trick Technology Running Shirt d'X-Bionic, de la haute technologie.

de telles technologies dans sa combinaison de métal. Jugez plutôt: le short est inspiré de la peau d'un lézard australien, le sympathique thorny devil. Il est conçu pour répartir la sueur sur les muscles qui doivent être rafraîchis, pour 129 francs pièce. Quant au haut, il comporte une zone d'isolation sur la colonne vertébrale pour réguler la température du corps, également avec la transpiration. Pour plus de crédibilité, la boîte est assortie d'une série de prix de design et d'innovations longue comme le bras. La marque suisse a même annoncé un partenariat pour une ligne d'habits avec Lamborghini. Bref, une fois ces habits de sport enfilés, j'ai la sensation de porter un vêtement ultraléger et de me transformer en barre d'Ovomaltine géante, la faute aux couleurs orange et noir. La course, ça va être de la dynamite! Je me sens obligé de courir plus vite avec ces vêtements bariolés. Donc oui, finalement, ça marche plutôt bien pour les performances. Quant à la sueur, après un tel run, je suis effectivement en nage.



La sublime **Alicia Keys** en muse d'un grand parfumeur.

PARFUM

Divine icône

Il y a d'abord sa voix grave, puis son sourire avenant, son visage délicat, son regard vif, et enfin, ce naturel confondant et la présence solaire de la muse. Dans la suite d'un palace parisien, la chanteuse américaine Alicia Keys distille ses conseils mode, parle de son fils, de son engagement féministe et clame sa joie d'avoir été choisie comme égérie de Dahlia Divin, la nouvelle fragrance Givenchy. Encore une énième star qui joue les ambassadrices? Non, à l'entendre évoquer son implication dans la réalisation du parfum, son envie de croire cette senteur susceptible de «libérer la déesse qui sommeille en chaque femme», on perçoit une sincérité touchante qui fait mouche. Et quid de ce jus divin? Signé François Demachy, grand nez français,



Dahlia Divin, la dernière création olfactive de Givenchy

ce parfum intense se compose de notes colorées et juteuses associées à des touches plus solaires incarnées par la mirabelle. Un bouquet de fleurs blanches à dominante jasminée accompagné de bois de vétiver, de santal et de patchouli assure un sillage grisant et sensuel, vraiment. Selon Thierry Maman, directeur général de Givenchy, le choix d'Alicia Keys n'est pas fortuit. En effet, la musicienne incarne parfaitement cette création olfactive, elle est «d'une beauté moderne à la fois forte et glamour», à laquelle les femmes peuvent s'identifier. Et il ajoute, plein d'admiration: «Alicia est aussi haute couture et glamour» que ce parfum cousu de fils d'or. Ou comment transformer en muse en un pshit! *Rachel Barbezat*



ART

Livres de collection

D'Ai Weiwei, on sait qu'il est un phénomène: architecte, sculpteur, photographe, performer... son talent l'a fait connaître mondialement. L'artiste chinois indépendant et engagé vient de publier chez Taschen. Ce bijou de bibliothèque inclut des images inédites, des découpages, des interviews, etc. Emballé dans un foulard de soie, c'est presque une œuvre d'art... S.F.

Ai Weiwei, 724 pages, édité à 1000 exemplaires, Ed. Taschen



DÉCO

En forme pour la rentrée

«Comme on fait son lit on se couche», dit le proverbe. Et avec cette literie scolaire un brin canaille, on est sûr de se réveiller l'esprit libéré. Ce joli clin d'œil à cette période cruciale de l'année nous est proposé par l'artiste suisse Claudia Caviezel. Editée par Atelier Pfister, cette designer touche-à-tout collabore depuis quatre ans avec la grande enseigne de meubles suisse dans le cadre d'éditions capsules consacrées à la création nationale. On aime tout particulièrement ses impressions sur tissu, souvent issues de la nature qui nous entoure. Un travail également remarqué par la plus grande maison de mode du pays: Akris à Saint-Gall. I.M.

Housse de duvet signée Claudia Caviezel, 229 fr. en version 240x240 chez Atelier Pfister

TOP5

Avec une météo incertaine, rien de tel qu'un séjour à Londres



1 Rétrospective d'un grand portraitiste et homme de mode du XX^e siècle: **Horst P. Horst**, au Victoria and Albert Museum, jusqu'à janvier 2015.

2 Le mythique fabricant de parapluies **James Smith & Sons** sur New Oxford St. continue de transformer ses clientes en *Mary Poppins*.

3 L'**Afternoon Tea** le plus fou se déguste au *Mad Hatter's*, à l'Hôtel Sanderson, où vaisselle et douceurs s'inspirent d'Alice au pays des merveilles. Dingue.

4 La tour de Londres baigne parmi **888 246 coquelicots de céramique rouge sang** en commémoration de la Première Guerre. Magistral.

5 A côté du *Shakespeare's Globe*, la **Sam Wanamaker playhouse** a enfin ouvert ses portes. L'opportunité d'assister à des concerts aux chandelles.



DE GAUCHE À DROITE
 Ceinture Seattle réversible
Louis Vuitton. Cardigan
 en cachemire **Maison
 Standards**. Chino **Gant**.
 Jean **Levi's**. Trench-coat
Burberry. Polo **Lacoste**.
 Le Losange Carré pour
 homme en cachemire et
 soie **Hermès**. Baskets Stan
 Smith Originals **Adidas**.
 Parfum unisexe Rundolz
 chez **Egon+Egon**.
 Serum Parsley Seed, anti
 oxydant, **Aesop**. Chemise
 en soie femme **Maison
 Standards**. Sac de voyage
 en veau foulonné couleur
 cognac **Longchamp**.

La mode de l'indémoudable

AVANT, le bonheur était d'avoir des habits plein ses armoires. Une nouvelle ère a débuté: l'ode aux vêtements intemporels. Les bons vieux classiques ennuyeux sont désormais le patrimoine des amoureux de la mode. «Less is more», autrement dit, la sobriété fait la richesse. Mais attention, la quête de ces parangons de l'élégance sans chichis relève parfois de la magie, souvent de recherches intensives et d'un œil entraîné, toujours. Pour optimiser sa garde-robe: dresser une liste en rapport avec sa vie et ses obligations, être aux aguets toute l'année. Ces essentiels éternels sont légion dans les maisons de savoir-faire, mais la bonne surprise peut aussi se lover parfois dans les enseignes populaires qui surfent sur ce nouveau credo: du beau qui dure d'avantage qu'une saison. A Paris, Maison Standards, fondée en 2013 par Uriel Karsenti, explore les grands classiques avec

quelques pièces élémentaires de qualité irréprochable en supprimant les boutiques physiques et les marges intermédiaires. Pour signe que cette mode n'est pas un feu follet, les blogs de mode dont le fonds de commerce n'est pas à l'ascétisme vestimentaire sont aussi touchés par ce phénomène. Charlotte Moreau, journaliste au *Parisien*, auteur du blog *Balibulle* depuis 2006, analyse: «En ce moment, le basique est bien défendu partout, notamment par les blogueuses scandinaves ou certaines Américaines qui ont pignon sur rue. C'est aussi (mais pas seulement) une mode comme une autre. Il fallait bien quelque chose de radicalement différent après la fête aux imprimés qui régnait depuis quelques saisons.» Il faut considérer ces élémentaires comme une colonne vertébrale autour de laquelle s'articule la personnalité de chacun. A pimenter avec quelques folies périssables. Pour un ordinaire pas banal. ☉

LANCÔME

PARIS

GRANDIOSE MÉTAMORPHOSE:
DES CILS DÉPLOYÉS AUX COURBES DIVINES.

NOUVEAU
GRANDIÔSE

MASCARA EFFET CILS DÉPLOYÉS
CILS INTENSES. REGARD CAPTIVANT.

TIGE « COL DE CYGNE™ »
Accès à tous les cils.



Faux cils individuels utilisés pour combler les espaces naturels.



PLUS OU MOINS FÉROCE, STYLISÉE OU LASCIVE, LA PANTHÈRE A SU S'ADAPTER AU GOÛT JOAILLIER



DE CHAQUE ÉPOQUE, SANS JAMAIS RIEN CÉDER SUR SA SYMBOLIQUE: LE PANACHE DE L'INDÉPENDANCE

Le 100^e rugissant

LA PANTHÈRE EMBLÉMATIQUE DU JOAILLIER CARTIER FÊTE SON CENTENAIRE. OUTRE LE SAVOIR-FAIRE CRÉATIF, L'EMBLÈME RACONTE L'ÉVOLUTION DU REGARD DES FEMMES SUR ELLES-MÊMES

TEXTE RENATA LIBAL

AU DÉBUT, au tout début, il y avait une femme: Jeanne Toussaint – qui n'était pas une sainte. La bonne société pinçait les lèvres devant cette demi-mondaine, cette «cocotte» comme on disait à la Belle Époque, que le destin, le talent et l'amour avaient menée à la création de bijoux auprès de la vénérable maison Cartier. Son amant Louis Cartier (3^e génération) lui confie d'abord, vers 1920, un poste à la maroquinerie et aux accessoires, car il avait remarqué, outre sa beauté à elle, la superbe facture des sacs qu'elle confectionne pour Coco Chanel, en tissus opulents et broderies de perles de rocaïlle. La nouvelle fait vite son chemin et elle se voit promue, dès 1933, au département de haute joaillerie, où sa griffe oriente le style si particulier de la maison vers le faste et l'onirisme. Pour s'imposer dans cet univers d'hommes, «Mademoiselle Toussaint» n'hésite pas à utiliser un langage de charretier et à sortir ses griffes: elle est vite surnommée «la panthère» par ses collaborateurs. Une moquerie? Allons! Un hommage, plutôt! Jeanne Toussaint retourne le quolibet avec ironie et en fait sa croisade personnelle: elle imagine, pour la duchesse de Windsor, une broche-pince représentant une panthère en trois dimensions, fière sur son cabochon d'émeraude de plus de 116 carats. Or, émail noir et incisives prêtes à mordre, la bête conjugue splendeur et défi. Un bijou pour femmes de panache, prêtes à en découdre. Nous sommes alors en 1948, Jeanne Toussaint a

61 ans et son parcours de vie, son renom lui permettent quelques audaces... «Le travail de Jeanne a eu le grand mérite de faire évoluer le monde des possibles pour les femmes», relève Pierre Rainero, directeur de l'image et du patrimoine chez Cartier.

Le choix des animaux

Ce n'est pas que l'univers animalier n'existait pas en joaillerie avant cette précurseuse. Le premier motif à taches panthère, d'ailleurs, était apparu sur une montre-bracelet Cartier en 1914 déjà, annonciateur de l'esthétique Art déco et de ses jeux graphiques. Mais les représentations d'animaux se divisaient en deux catégories: d'une part les oiseaux, libellules et autres minauderies de la féminité officielle, d'autre part les reptiles et bêtes dangereuses arborés par les actrices et divas à scandale. Jeanne Toussaint a signé le glissement entre les deux mondes, offrant des emblèmes féroces en matières ultraprécieuses, réalisées avec un art infini, pour les femmes du monde. Le mouvement a correspondu à une ère où s'est levé un vent de liberté, une envie d'identité forte, loin de la femme soumise. La deuxième panthère pensée par Jeanne Toussaint, un an plus tard, avait carrément les yeux en diamants jaunes, ce qui leur conférait des lueurs inquiétantes... La duchesse de Windsor l'a achetée aussi.

D'autres femmes de caractère et d'influence ont suivi, de la grande mondaine et romancière Daisy Fellowes à la jet-setteuse américaine Mona von Bismarck. La richissime Barbara Hutton a dare-dare commandé un joyau en forme de tigre pour se distinguer de la foule de panthères: fauve contre fauve. L'engouement

a été tel que Jeanne Toussaint s'est presque effrayée de voir l'emblème de son parcours personnel, celui d'une gamine belge abusée à celui de créatrice en vue, parler à d'autres femmes. Jusqu'à aujourd'hui, la panthère est restée un symbole fort, se modifiant au fil des collections. «On constate sa puissance parfois a contrario, sourit Pierre Rainero: en voyant des clientes un peu apeurées devant ces bijoux, après toutes ces années...»

La panthère signature

Dès les années 1960, la panthère est devenue la signature de la maison, portant en elle l'évocation de femmes souveraines des mondes d'ailleurs, indomptables et mystérieuses. Derrière chaque fauve se profile la silhouette de la marquise Luisa Casati, muse des Années folles, réputée pour se promener avec ses panthères en laisse... D'un point de vue esthétique, l'animal a oscillé entre une approche naturaliste (avec même un serti dit «poil» pour figurer son pelage) et un rendu plus stylisé, sortant plus ou moins ses crocs selon les époques. Les années 1960 ont ainsi vu des fauves adoucis, pelucheux parfois, alors que les années 1980 ont donné naissance à des bêtes affirmées, correspondant peut-être à l'entrée massive des femmes dans le monde du travail, avec leurs tailleurs aux épaules carrées. La dernière collection aussi se veut sauvage: lignes stylisées et gueules grandes ouvertes, bagues grosses comme des poings américains. Une ambiance rap&glam, comme une ultime provocation du raffinement. Quelle est la panthère qui sommeille en vous? ☺

AU FIL DU TEMPS

EN HAUT, DE GAUCHE À DROITE
Jeanne Toussaint, vers 1920; première apparition du motif panthère sur une montre-bracelet de 1914; dessin pour le premier bracelet, destiné à la duchesse de Windsor, en platine, diamants, onyx et émeraudes, en 1959; broche-pince articulée vendue à Barbara Hutton en 1957, en or, diamants et onyx.
EN BAS
Bracelet jonc à deux têtes en or, laque et émeraudes, de 1991; collier de 2009 avec un fauve lascif et stylisé; première panthère en trois dimensions, en 1948, de la collection de la duchesse de Windsor, en or, émail et émeraudes.



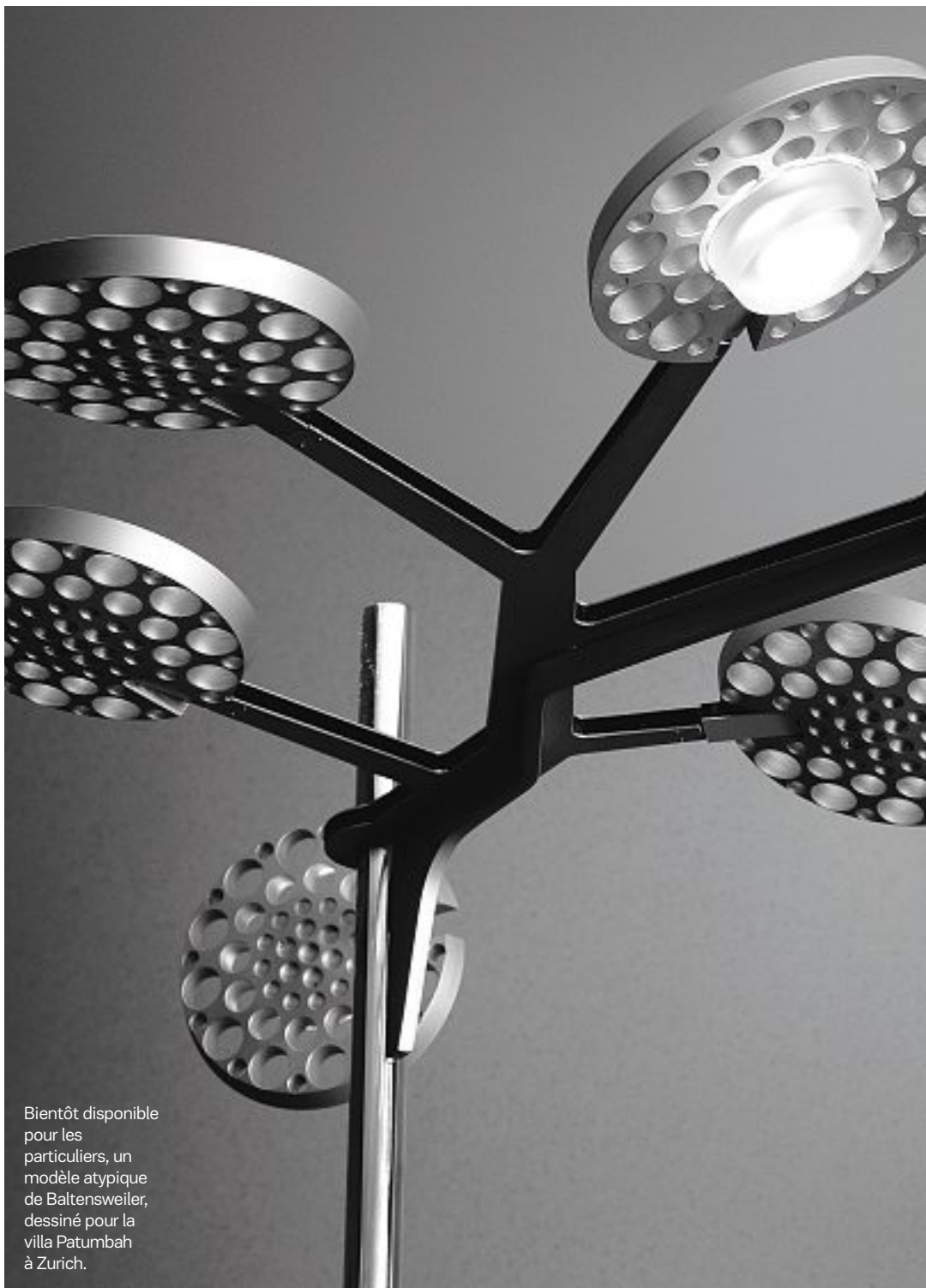
2014
La dernière panthère est ciselée, puissante et volumineuse, comme sur cette bague en or jaune, avec brillants, onyx et grenats tsavorites.



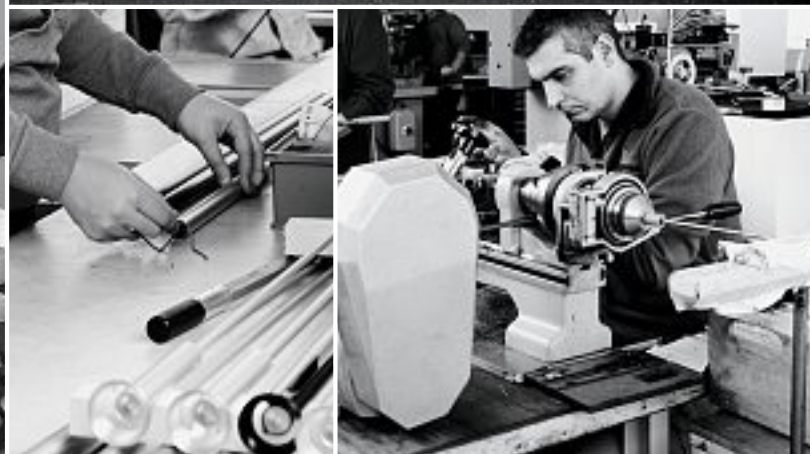
LONGCHAMP
PARIS

LE PLIAGE® HERITAGE





Bientôt disponible pour les particuliers, un modèle atypique de Baltensweiler, dessiné pour la villa Patumbah à Zurich.



ATELIERS

EN HAUT
Dans ce cube de verre à Ebikon, production, montage et administration se côtoient.

CI-DESSUS GAUCHE ET DROITE
Les lampes nécessitent de nombreuses étapes de fabrication manuelle. Malgré le vacarme, une concentration optimale est requise.

À DROITE
Une des lampes préférées de Gabriel Baltensweiler: la Topolino.



Et la lumière fut

DEPUIS SOIXANTE ANS, LES LAMPES DESIGN BALTENSWEILER DIFFUSENT LEUR CLARTÉ BLANCHE. ELLES SONT LES SYMBOLES DE L'HISTOIRE RAYONNANTE D'UNE ENTREPRISE FAMILIALE LUCERNOISE

TEXTE ANDREA HIPPI

C E MERCREDI matin, quand le chef d'atelier Jack Meier arrive au travail, les collègues ne sont guère nombreux. C'est que la veille il y a eu fête... Après quarante ans passés dans l'entreprise, il entame sa dernière journée de travail. La fête a été organisée pour son départ.

Avec ses 50 collaborateurs dévoués à la production, au montage, à l'administration et au design, la PME familiale est chez elle à Ebikon, à côté de Lucerne. L'imposant cube de verre, siège et lieu de fabrication de Baltensweiler, trône en plein quartier résidentiel au milieu de vieux chalets. Dans l'obscurité de l'aube, les trois étages du bâtiment livrent leur intérieur, comme une maison de poupée: les grandes machines, les hommes au travail, le halo vacillant des écrans d'ordinateur. Chaque année, 3000 luminaires sortent de ces murs de verre, la plupart trouvant acheteur en Suisse, en Allemagne et dans les pays du Benelux. «Beaucoup de Suisses connaissent nos produits, mais une minorité sait qu'ils sont fabriqués en Suisse centrale», estime Gabriel Baltensweiler, le patron de deuxième génération.

L'alu pour ADN

Les luminaires Baltensweiler se distinguent par leur design minimaliste et fonctionnel. Ce ne sont pas à proprement parler des classiques du design mais plutôt des objets aptes à traverser les modes et à s'intégrer à leur environnement des décennies durant. Le corps de tous les modèles est en aluminium. Combiner technologie et esthétique est le mot d'ordre de la maison lucernoise.

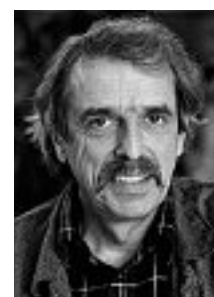
En 1951, l'ingénieur en électricité Rico Baltensweiler et sa femme, la décoratrice d'intérieur et assistante de Max Bill, Rosmarie Schwarz, se lancent dans la fabrication du luminaire qu'ils recherchent et ne trouvent pas: un lampadaire au pur service de sa fonction. Le modèle qu'ils ont dessiné, appelé plus tard Type 600, est doté de six articulations et d'une tête mobile. D'emblée, il suscite l'intérêt des artistes et architectes amis du couple qui, dans la foulée, en produit une dizaine. La demande explose en 1956 lorsque Le Corbusier expose la lampe dans ses appartements-témoins et que la maison d'ameublement Knoll International la met en première page

de son catalogue. Très vite, l'appartement-atelier devient trop petit pour le couple devenu entre-temps une famille de quatre personnes avec la naissance de Gabriel puis de Karin. On déménage à Ebikon dans un chalet dont la cave est transformée en atelier. Aujourd'hui, on peut voir cette bâtisse à côté du cube en verre hypermoderne. La fondatrice Rosmarie Baltensweiler habite toujours l'appartement sous le toit. Le rez-de-chaussée abrite l'équipe design et l'espace récréation.

De père en fils

La proximité entre domicile et travail a eu beaucoup d'avantages. Même si pour les enfants la situation n'était pas toujours simple. «Mes parents travaillaient sans arrêt», se souvient Gabriel, 62 ans aujourd'hui. Sa mère lui mettait souvent des crayons et une feuille entre les mains: il n'avait qu'à s'occuper tout seul. Gabriel raconte qu'une fois sa scolarité achevée il a décidé de ne pas entrer chez Baltensweiler AG, et de devenir enseignant de travaux manuels. A l'atelier de l'entreprise parentale, il aidera occasionnellement, pendant ses études.

Après la mort de son père en 1987, Gabriel reprend tout de même, en partenariat avec sa sœur Karin, la direction de la fabrique. Il a son bureau dans le bâtiment de verre. Aucune paroi ne l'isole du secteur du montage, juste à côté. Le niveau de bruit est élevé, l'air ambiant, calme. C'est avec beaucoup de patience que les éléments des nouveaux luminaires sont assemblés. Des étages inférieurs parvient le cliquetis des machines qui fabriquent les diverses pièces. Le climat de travail est amical, une grande partie des employés sont là depuis de longues années. Depuis 2002, Baltensweiler investit dans la technologie led, tout en continuant, bien entendu, de réparer les lampes classiques, halogènes ou à ampoule à économie d'énergie. Notamment le dernier mandat: l'éclairage de la villa Patumbah à Zurich-Seefeld. De style colonial, l'édifice a été rénové et réaménagé en maison du patrimoine. Gabriel Baltensweiler explique qu'ils auraient pu, bien sûr, prendre des modèles à led qui existaient déjà mais que l'équipe design a conçu un luminaire dont l'écriture formelle se détache des produits réalisés jusqu'ici: au lieu des lignes pures, une branche de disques lumineux troués de petits ronds... Ce modèle atypique pour la marque rencontre un franc succès et devrait bientôt être mis à disposition de la clientèle privée. ●



Gabriel Baltensweiler

Sa lampe préférée? A cette question, Gabriel Baltensweiler répond en énumérant... cinq! Gabriel est le fils aîné des fondateurs Rico et Rosmarie Baltensweiler. Depuis 1987, il avait alors 35 ans, il assure la direction de l'entreprise avec sa sœur Karin. Auparavant, il avait suivi l'Ecole des arts appliqués à Lucerne (aujourd'hui Haute Ecole de design et art) et travaillé comme enseignant en travaux manuels.



BVLGARI

MAN
IN BLACK

Sacs de dames

PORTÉ À L'ÉPAULE, AU BRAS OU À LA MAIN,
LE JOLI SAC À MAIN RIGIDE RAPPELLE
L'ÉLÉGANCE SIXTIES

SÉLECTION ALICE FRANCHETTI



Anya Hindmarch Bathurst,
cuir de serpent élaphé



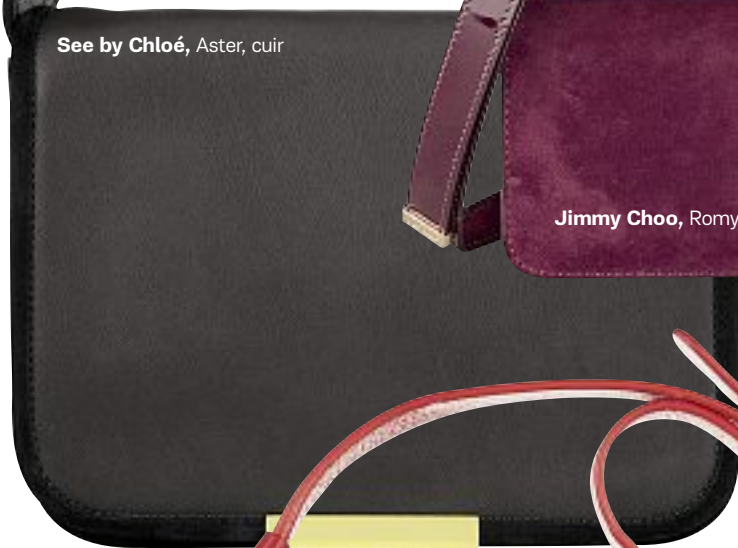
Marni, Trunk, cuir



Nina Ricci, Arc, cuir texturé



Jimmy Choo, Romy Large, daim et cuir



See by Chloé, Aster, cuir



Diane von Fürstenberg, 440 Mini, cuir



Jil Sander, veau



Alexander McQueen, Héroïne, cuir texturé



Valentino, Glam Lock Medium, cuir

Manteau
49.90

H&M



L'AMENIR PAR INSTINCT

LA FAMEUSE REPÉREUSE DE TENDANCES
LI EDELKOORT PRÉDIT UN AUTOMNE DE MODE
JOYEUSE. ET DE LA DOUCEUR POUR LA SUITE

TEXTE RENATA LIBAL

HORTENSIAS bleu nuit, coupes de fraises odorantes et jolis verres de thé d'hibiscus aromatisé de poivre de Cayenne. Voilà le décor posé devant l'auditoire de l'École d'art de Bâle où Li Edelkoort – Lidewij de son prénom en entier – donne son séminaire semestriel sur les tendances à venir. Depuis plus de trente ans, la Hollandaise installée à Paris sillonne le monde avec ses prévisions de pythie sur les grandes vagues de fond susceptibles d'influencer notre quotidien. Les plus grands journaux internationaux l'ont nommée au rang des 50 personnalités les plus influentes et, dans les milieux de la création, elle est une star inégalée. En cet après-midi d'été, près de deux cents personnes se pressent à l'entrée, venues de Suisse, de l'Allemagne toute proche, d'Autriche même. Tous les secteurs d'entreprises condamnées à innover sans cesse – chut, ne pas citer de noms – sont représentés, de la mode à la cosmétique, en passant par le sport ou les télécoms. Tous ont cassé la tirelire pour tenter de capter avant la concurrence les mouvances de l'air du temps et adapter leur production en fonction: de grands livres d'inspiration sont à disposition, avec des images qui permettent de visualiser nos envies en train d'éclore. C'est d'avenir qu'il est question.

Selon Li Edelkoort, s'il ne fallait qu'un symbole pour désigner l'inspiration des saisons à venir, ce serait l'oignon. Délicatement beau avec ses fines couches successives, concentré d'énergie, pas prétentieux pour deux sous, riche en saveurs et nuances rosissantes, presque émotionnel. Dès maintenant, pour qui y prend garde, on verra ce thème décliné en jupons superposés, en blouses brun rosé translucides, en fauteuils aux veines concentriques... «L'oignon me tient à cœur, explique la dame, en marge du séminaire. Il incarne le changement de regard que nous devons – et allons – porter sur ce qui nous est proche. Un regard d'amour, un regard qui élève, un regard de reconnaissance. L'humble promu en art. Presque une forme de spiritualité.»

Li Edelkoort, 64 ans, est une optimiste. Elle relève les signes de l'argent qui recommence à circuler et branche ses antennes sur un avenir de douceur. A l'en croire, l'hiver 2016 (thème du séminaire, histoire que les industries aient le temps d'organiser leur production) sera placé, outre le délicat oignon, sous le signe de l'embryon et de ses promesses d'avenir, du réconfortant kangourou, de l'œuf (toujours la fragilité et la renaissance), du nid, de la chrysalide et de la chaussette tricotée main... Du doux, du tendre, du rosé, de l'enveloppant, du caressant. Comme une société qui se cajolerait avant de se réinventer en un monde moins cruel. «Le processus sera plus long qu'une grossesse, relève la tendanceuse en souriant, mais tous les signes sont là. Les tendances aujourd'hui sont des lames de fond, qui prennent du temps.»

Cheveux gris scrupuleusement peignés en arrière, lunettes écaillée et ample robe aux imprimés photographiques, la dame porte avec panache sa réputation de grandeur. A la tête d'une équipe de 20 personnes (dont deux au Japon et une à New York), elle court la planète pour récolter ses indices des temps qui changent et donner ses conférences. A ses collaborateurs du bureau Edelkoort Studio de gérer les projets plus spécifiques, en tête à tête avec les entreprises. C'est sous sa houlette qu'est née, en 1992, la Micra de Nissan, la première petite voiture affectueuse. Elle travaille aussi avec la mode, l'horlogerie, les jouets, les boissons gazeuses... ou les tampons hygiéniques. Peu importe: chaque création nouvelle est une petite pierre à l'édifice de notre identité. L'œil pétillant comme au premier jour, Li Edelkoort raconte sa vision du monde, à travers les objets qui nous sont chers.

Il y a bientôt trois ans, vous aviez annoncé que l'automne 2014 serait rouge orangé, avec une forte touche de nomadisme et une prévalence de belles chaussures plates, confortables. Quel effet cela vous fait-il de voir vos prévisions déambuler dans la rue?

Mais j'espère bien qu'elles déambulent! C'est normal. Je n'aurais pas pu capter ces promesses si elles n'étaient pas déjà en train de naître. Je suis capable de repérer des fragments, des esquisses d'avenir. Mon atout, c'est d'avoir développé une intuition qui me permet d'aller piocher très tôt dans les signes du renouveau et de les interpréter.

Vous dites que vous entraînez votre instinct comme un sportif entraîne ses muscles...

Oui, c'est exactement ainsi que ça se passe. L'intuition travaille toute seule. Comme si elle sortait de mon corps... Je pense d'ailleurs que toutes nos intuitions sont liées à quelque chose de plus universel, qui nous dépasse. Alors je laisse mon intuition œuvrer et tout à coup elle frappe à la porte, sur mon front, et une pensée se cristallise. J'ai appris à écouter ces pensées fugitives, à être en alerte.

Et pour cet automne, alors? Où avez-vous été chercher tant d'exubérance?

C'était il y a près de trois ans. Nous avons traversé une très longue période de crise, l'industrie et moi-même, et j'ai dû cajoler les clients dans mes bras pendant seize saisons pour tenir bon. D'un seul coup, j'en ai eu marre du misérabilisme, du poids sur la tête. Je me suis dit que nous faisons fausse route en nous positionnant en victimes. Mes antennes se sont orientées vers les signaux positifs – encore très faibles. Et j'y ai perçu les prémices d'un esprit conquérant, que j'ai eu envie de mettre en lumière. Pour 2014, j'ai décliné toute la saison sur le thème du Bold, le mot anglais pour audace, j'ai eu envie de forcer le trait. Et toutes mes audiences, partout autour du monde, m'ont dit: «Oui, allons-y! Marre du gris.»



MANIFESTE

Li Edelkoort publie des livres dans la collection Bloom, ainsi *Luscious Brazil*, paru en juillet, qui explore les richesses de cultures locales – manifestes contre l'uniformisation. Son blog, TrendReport, répertorie ses coups de cœur de par le monde. Autant de nuances sur les grandes vagues de fond des tendances.



Du flamboyant pour cacher la misère?

Je pense que c'est le démarrage d'une renaissance qui va prendre du temps. C'est un peu en avance sur ce qui se passe réellement. Mais il faut réveiller tout le monde avec un grand choc. Je sens que les consommateurs sont prêts: ils ont de nouveau envie de s'habiller, de réfléchir à ce qu'ils mettent: baskets ou talons, robe ou pantalon. Toutes ces grandes questions de la mode que l'on ne se posait plus vraiment ces dernières saisons. Comme une envie de s'exprimer à nouveau.

Et vous, à quoi ressemble votre garde-robe?

Moi aussi, je ressens à nouveau cette envie de porter du neuf, d'un beau manteau brodé, par exemple! Mais je ne suis pas la mode et mes tenues sont toujours un peu semblables. Mon armoire contient des robes-sacs, des tuniques, des pantalons amples, des pantalons de zouave, des pièces plutôt neutres et foncées. Pour pouvoir capter les nouvelles vibrations, il faut une certaine ascèse, une position un peu en retrait. Comme les oracles qui ne doivent pas manger pendant une semaine pour être réceptifs. Si je suivais les tendances, je ne serais sans doute plus capable de les voir. Mais j'aime tout de même m'habiller: je suis une grande adepte des belles matières et un peu fétichiste des chaussures.

Est-ce que la mode vestimentaire est toujours aussi créative et porteuse de sens qu'elle a pu l'être dans les années soixante ou quatre-vingt, quand les tenues relevaient parfois de la revendication sociale?

Non, je pense que la mode a beaucoup perdu de sa force. Je me souviens des années quatre-vingt, quand la mode était capitale. Il ne fallait jamais manquer un défilé. Des couturiers comme Montana ou Mugler créaient l'événement. Aujourd'hui, on a tendance à confondre l'industrie du luxe et la mode créative. Certains grands noms utilisent les vêtements comme de simples écrans pour leur camelote, mais ce n'est pas de la création. Et je pense que l'on ne vit pas dans un moment de grande inventivité en matière de mode, car les écoles apprennent souvent aux élèves à faire du luxe formaté, adapté au message marketing. C'est une grave erreur.

Tout le luxe dans le même panier?

Non, bien sûr! Des marques comme Hermès, Prada ou Marni, par exemple, ont une position à part. Ce sont des indépendants très têtus qui montrent que l'on peut rester créatif et avoir du succès. Et beaucoup mettent un vrai accent sur l'artisanat, le travail manuel. Ces marques tracent l'avenir. D'ailleurs on le voit en temps de crise: malgré le prix, ce luxe-là ne souffre pas, tant ses valeurs sont ancrées. Mais nous avons un vrai schisme entre le vrai et le faux luxe.

Et qu'est-ce que le vrai luxe?

Pour moi comme pour beaucoup, ce qu'il y a de plus précieux, c'est le temps. Pour une marque, cela signifie une sorte d'intégrité proche de la spiritualité, qui laisse à chaque objet le temps qu'il faut pour être pensé, fabriqué de manière parfaite. Cet amour devient presque palpable dans l'objet. Il en émane et le client le perçoit d'emblée.

Quels créateurs font la différence aujourd'hui?

Je pense surtout aux femmes: elles ont vraiment quelque chose à dire. Phoebe Philo, Stella McCartney, Isabel Marant, les stylistes qui se sont succédé à la création chez Chloé, Agnès B... toutes proposent

une autre approche de la mode, plus pragmatique, mais toujours avec de l'esprit. Un haut un peu spécial, une paire de pantalon qui fonctionne... Des éléments peu tapageurs, mais qui marquent tout de même la tendance.

Vous prévoyez qu'après des années d'éclatement et de multitude de styles juxtaposés nous allons revenir vers une sorte de diktat, de proposition unique, où tout le monde porte la même chose... Vous y croyez vraiment?

Je crois que cela participe à une nouvelle envie collective. Nous sommes au tout début du processus et je prends un risque en disant cela. Mais je suis frappée de voir que tous les indicateurs vont dans le même sens, que ce soit en mode, en architecture, en art... Cette pulsion un peu embryonnaire, dont je parlais au séminaire, ce repli porteur de douceur et d'avenir se retrouve dans tous les domaines. Comme si les champs des possibles se rétrécissaient. J'y vois une

envie de coordonner, de se rassembler. Le résultat va être une proposition forte, qui parlera à tous. Ça va prendre du temps, mais nous allons trouver un langage commun.

Pourtant, vous dites que l'avenir va donner davantage d'importance aux valeurs locales...

Ce n'est pas contradictoire. La globalisation est bien là, mais on peut être ensemble sans cesser d'être soi-même. D'ailleurs nous sommes en train de lancer une série de livres, comme des manifestes pour les spécificités locales: le premier qui vient de paraître en juillet, *Luscious Brazil*, décortique la culture et l'horticulture brésiliennes. Et nous avons

l'intention d'en faire un par an, dans la collection Bloom. Nous présentons ce qui se passe sous différentes latitudes, et ce sont ces déclinaisons locales, exprimées à leur manière, qui déterminent les grandes lignes qui traversent notre monde. Prenez l'exemple du kangourou dans ma conférence: j'ai vu des pères avec leur bébé sur le ventre aux quatre coins du monde. En Europe d'abord, puis aux Etats-Unis, au Japon et en Asie... Ces pères qui ont envie de materner incarnent un changement colossal dont il faut se réjouir. La tendance est globale, mais ne signifie en rien que tous ces papas vont avoir le même lien avec leur enfant.

La poche sur le ventre et l'envie de vêtements enveloppants annonceraient une nouvelle tendresse?

Certainement. On vit dans une époque sublime, car on voit que l'ère individualiste arrive à sa fin et que les jeunes ont envie de s'associer d'une façon ou d'une autre, en bande, en équipe, en famille... Et ce qui est étonnant là-dedans, c'est qu'ils offrent leur talent avec spontanéité... Avant, quand on faisait partie d'un groupe, il fallait se formater à ses règles. Aujourd'hui, on voit de plus en plus souvent l'inverse: le groupe se nourrit des richesses individuelles des uns et des autres. Cela engendre des groupes horizontaux à l'évolution organique, en fonction des propositions. Voilà une promesse d'avenir merveilleuse, qui peut changer l'armée, la police, la politique. Et le fonctionnement des entreprises, naturellement.

Si la mode a perdu sa puissance à bousculer nos certitudes, quels sont les domaines de création qui ont pris le relais?

Ce sont très clairement le design et la gastronomie. On peut lire les pages de notre existence collective dans ce qui s'invente dans ces deux domaines.

AMBIANCE

Pour ses séminaires, Li Edelkoort travaille avec des *Moodboards*, sorte de livres d'images. Ces sources d'inspiration très visuelles lui permettent de saisir les grands flux qui influencent la création, en mode, en design, en architecture ou sur les objets du quotidien.

Le design et la gastronomie inventent le monde de demain.

Vous avez voyagé partout, tout vu, tout vécu, qu'est-ce qui peut encore vous surprendre? Quelle est votre émotion forte la plus récente?

Manger des légumes que je ne connaissais pas... C'était à New York où on m'a servi des pointes de fougère enroulées. C'était incroyablement bon, comme des crevettes végétales. On a aussi mangé des épinards sauvages en Australie, d'autres légumes sauvages au Maroc. La gastronomie est un terrain formidable d'innovation! La prochaine révolution de ce domaine est l'alimentation de l'âge de la pierre: la chasse et la cueillette – les champignons, les herbes, les mousses, les baies, les noix. Et la viande, mais plus rare et plus sauvage. Ce qui va amener un nouveau rapport à la nourriture, car on va réaliser que les bons produits se méritent, qu'ils ne poussent pas en abondance au fond des congélateurs. Cette qualité sera d'autant plus appréciée qu'elle ne sera pas tenue pour acquise. Regardez: même au centre des villes, on apprend à utiliser des légumes qui poussent entre deux blocs de béton. C'est passionnant.

Et le design? Vous en êtes une collectionneuse ardente et vous le mettez régulièrement en scène...

J'ai été appelée à diriger l'Académie de design d'Eindhoven durant dix ans. J'y ai vécu le choc du 11 Septembre et l'incroyable remise en question créative que cela a généré parmi les étudiants. Je me suis prise au jeu à ce moment-là et je continue à acheter pour compléter ma collection. Et j'adore être commissaire d'exposition! Celle que l'on peut voir en ce moment en Israël, «Gathering» au musée Holon de Tel Aviv, porte sur un mouvement actuel qui me parle beaucoup: précisément cette envie d'assembler, de renouer, de mettre en commun. Cela se manifeste par des meubles de production certes industrielle, mais fortement inspirés de l'artisanat traditionnellement féminin, comme la broderie, le patchwork ou le macramé... Quand on voit une chaise à smocks, comme l'étaient jadis les robes des fillettes, on ne peut qu'être touché par les évocations émotionnelles que cette technique porte en elle.

Dans quel milieu familial et affectif avez-vous grandi pour avoir développé un œil aussi sensible?

Je viens d'une famille très normale, on avait peu d'argent après la guerre. Ma maman était enseignante, mais elle a arrêté de travailler quand elle a eu des enfants, comme cela se faisait à l'époque. Mon papa était directeur commercial. Rien qui m'ait prédisposée à la vie que je mène. Tout au plus puis-je relever que ma maman avait du goût. Je pense que je suis née avec ce sens de la vision, cette envie – et presque cette mission – de donner un sens à ce que je vois.

Et vous le faites toujours avec le même bonheur?

Absolument. Je n'ai jamais un instant pour m'ennuyer. Ma vie est un éternel changement, je suis une nomade contemporaine et je suis totalement habitée par mon travail.

Votre nomadisme vous mène souvent en Suisse. Votre perception de ce pays?

J'aime la Suisse car c'est un pays où l'on sait ce qui est beau. J'apprécie beaucoup l'architecture, l'accueil, l'éducation. Vous êtes une enclave qui a une forme de moralité. Les gens sont devenus tellement impolis partout, la vie publique est devenue une lutte, alors quand on vient ici c'est agréable.

Et votre havre personnel, où est-il? Quel est le lieu qui vous ressemble le plus?

Les lieux des vacances! J'ai une maison en Normandie et je viens d'en acheter une autre au Maroc. Les deux sont mes sanctuaires. J'y travaille aussi, maintenant. J'ai décidé de ne jamais vraiment cesser de travailler, mais de garder chaque jour du temps libre. Cette décision m'a réellement rendue nomade, et du coup, j'ai l'impression d'avoir beaucoup plus de temps. Je travaille dès 5 ou 6 heures jusqu'à midi, ensuite je nage, je marche...

«Holiday every day», un peu de vacances chaque jour... Une philosophie dont vous avez annoncé l'arrivée il y a déjà une quinzaine d'années.

Oui, les choses mettent du temps à s'installer. Les courants que j'identifie sont des courants de fond. Ce n'est que maintenant que les gens commencent vraiment à comprendre quelle est la liberté que les nouveaux outils informatiques leur accordent et apprennent à vivre au jour le jour sans s'en sentir prisonniers.

Vous pensez que nous allons apprendre à gérer nos contradictions...

Je pense que oui, exactement! Notre époque se sentira mieux dès qu'elle aura accepté de faire des hybrides entre toutes les pulsions qui nous déchirent, quelle arrêtera de se poser des questions: manger gourmand ou sain? Etre homme ou femme? Jeune ou vieux? Nomade ou sédentaire? Technologie ou nature? On va vers un rapprochement des extrêmes, un mélange intime de ce qui est aujourd'hui perçu comme contradiction. Cela peut prendre encore quinze ans, mais alors on aura élaboré le langage du XXI^e siècle. ☺

PUBLICITE

www.citroen.ch

CITROËN préfère TOTAL



LA LUMIÈRE VOUS RÉVÈLE



DS 3 SO IRRÉSISTIBLE

AVEC NOUVELLE SIGNATURE LUMINEUSE XÉNON FULL LED* et
» Jantes aluminium 17" diamantées » Décor parisien » Freinage d'urgence automatique
» Toit bi-ton Moondust » Système hi-fi » Climatisation & aide au stationnement arrière

Premium Leasing Fr. **179.-** / mois – avec 5 ans de garantie

DS 3 disponible dès Fr. **14'690.-**



CRÉATIVE TECHNOLOGIE

Offres valables sur véhicules vendus du 1^{er} septembre au 31 octobre 2014. Offres réservées aux clients particuliers, dans le réseau participant. Prix de vente conseillés. Citroën se réserve le droit de modifier sans préavis les données techniques, les équipements et les prix. DS 3 1.2 PureTech 82 BVM So Irrésistible, prix de vente Fr. 25'850.-, prime cash Fr. 4'200.-, soit Fr. 21'650.-, consommation mixte 4,5 l/100 km; émissions de CO₂ 104 g/km; catégorie de consommation de carburant B. Premium Leasing 2,9 %, 60 mensualités de Fr. 179.-, 10'000 km/an, valeur résiduelle Fr. 6'763.10, acompte 30 %. Taux d'intérêt annuel effectif 2,99 %. Offre liée à la conclusion de l'extension de garantie EssentialDrive (2 ans de garantie usine, 3 ans de garantie EssentialDrive). Sous réserve de l'accord par Citroën Finance, division de PSA Finance Suisse SA, Schlieren. PSA Finance n'accordera pas de financement présentant un risque de surendettement pour ses clients. Casco complète obligatoire. Modèle présenté avec option : coques de rétroviseurs grises Fr. 80.-. DS 3 1.2 VTI 82 BVM Chic, prix de vente Fr. 18'390.-, prime cash Fr. 3'700.-, soit Fr. 14'690.-; mixte 4,5 l/100 km; CO₂ 104 g/km; catégorie B. Moyenne CO₂ de tous les modèles de véhicules 148 g/km. * de série, en option ou non disponible selon le niveau de finition.

FEUILLES DE STYLE

CET AUTOMNE, DEUX MOTS DOMINENT LES COLLECTIONS: MOTIFS ET VINTAGE. CÔTÉ MATIÈRES, DU VOLUME, DE LA MAILLE, DE LA FOURRURE: ON S'ENVELOPPE DANS UNE HUMEUR COCOON

TEXTE ET SÉLECTION SEMAJA FULPIUS



DRIES VAN NOTEN

GIAMBATTISTA VALLI

Drôles de zèbres

La tendance Ici, toutes les figures de style sont autorisées. De même que sur les podiums on s'est exposé à des fantaisies graphiques, de même on ne recule plus devant les motifs zébrés, les taches, les carrés d'échiquier ou les lignes qui se mêlent, formant des effets géométriques, trompe-l'œil, jusqu'à des impressions de Rorschach. Au contraire, on force le trait, on exhibe ces dessins vibrants. La tendance se décline en motifs festifs et colorés (Vivienne Westwood), en superpositions de rayures pour un effet rock (Balmain) ou même psychédélique (Acne Studios).

Les exemples qui nous plaisent Esprit ultraféminin et couture chez Giambattista Valli avec des robes et des manteaux en noir et blanc ajustés à la taille, et chez Dries Van Noten un genre arty directement inspiré des œuvres de l'artiste anglaise Bridget Riley.

L'accessoire décliné Un sac de n'importe quelle taille ou forme, pourvu que l'imprimé soit visible ou intrigant. Ici, le sac pliage de Longchamp léopard, hit de la saison.

LONGCHAMP



ALBERTA FERRETTI

Ex-fan des **sixties**

La tendance Cette saison, un air de jeune fille «comme il faut» plane sur les collections. Loin d'être nunuche, le trend suit autant la fille sage que celle qui s'émancipe... Un hommage mélangé au Swinging London, aux yéyés, à Françoise Hardy, comme à Jackie O. ou à Emma Peel. Le vestiaire est revisité avec un twist moderne: minijupes trapèze en cuir, capes épaisses, manteaux étriqués à martingale, cols roulés moulants, pantalons cigarette, babies et bottines à bout carré... Des motifs pop (Valentino) ou des teintes marshmallow (Ralph Lauren) ravivent des souvenirs de baby doll... tandis que les vestes safran (Louis Vuitton) lorgnent déjà vers les années 1970...

Les exemples qui nous plaisent Chez Saint Laurent, les sixties évoquent des silhouettes aux jambes effilées, une époque de libération festive, avec des lamés et des paillettes. Chez Gucci, c'est le retour aux sources, à un classicisme bon chic bon genre, âge d'or de la maison. Coupes strictes, manteaux courts rétros, jupes en A, couleurs tout en retenue: le vert amande côtoie le rose poudré.

L'accessoire décliné Un sac rigide, carré ou rectangle, au classicisme affirmé. Ci-dessus, le Boy de Chanel, bordé de sequins rouges, à l'allure terriblement sixties.

MARNI

PAUL ANDREW

GUCCI

YVES SAINT LAURENT

CHANEL

Politique de l'**autruche**

La tendance Ornement couture par excellence, l'altière plume d'autruche s'invite aujourd'hui dans des versions plus accessibles du prêt-à-porter. Aérienne, cette plume effilochée habille une silhouette par touches légères. Entre chic désuet et dégaine ultramoderne, son raffinement a séduit nombre de stylistes cette saison. Que ce soit une jupe entièrement habillée de plumes d'autruche (Tod's), un manteau à qui on en a piqué ça et là (Guy Laroche), en capeline (Lanvin), en version lamée (Julien Lamé), ou en franges féeriques (Alexander McQueen), elle s'impose en douceur dans des tenues de soirée et – nouveauté! – en mode plus décontracté.

Les exemples qui nous plaisent Alberta Ferretti utilise la plume d'autruche avec générosité, c'est une ode, un ramage fait à cet accessoire élégant. Dans un esprit toujours poétique, elle en habille ses robes délicates pour créer plus de volume. Dans un tout autre registre, Marni lui donne une allure artisanale, en créant une parure décontractée pour veste. L'autruche en understatement.

L'accessoire décliné Un mot d'ordre: remplumez-vous sur un détail ou un accessoire en plume d'autruche qui donnera une touche originale à votre tenue. Chapeau, sac ou bottines (Paul Andrew).

CÉLINE

HERMÈS

GIORGIO ARMANI

Maille qui m'aille

La tendance Cet automne, la maille a déroulé ses fils partout pour mieux nous envelopper de la tête aux pieds. Mais rien de classique dans ces tenues-là: l'esprit décontracté de ces lainages se veut réconfortant et joue sur notre humeur cocoon. Le style, en total look laine, donne une apparence légèrement relâchée, superposant des formes souples, des tenues amples. Les ensembles, exclusivement monocolores, sont constitués, à choix, de larges cardigans sur pantalons évasés, de robes-pulls sur collants à côtes, de jupes longues ou d'écharpes XXL. La maille se fait légère et fluide, on devine les matières délicates, feutre de yak tissé, flanelle, cashmere... Quant aux couleurs, les beige, ocre, vert thé ou gris dominant. En version sophistiquée néobourgeoise (Nina Ricci), fauve avec surplus de fourrure (Sonia Rykiel), ces airs d'au coin du feu adoucissent notre hiver.

Les exemples qui nous plaisent Céline donne dans le total look avec une maille à effet asymétrique. Hermès offre des volumes épurés et fluides, des matières fines, oversized.

L'accessoire décliné A défaut de se couvrir de mailles, opter pour une touche qui rappelle la tendance, comme des bottines en feutre (Giorgio Armani).



EMPORIO
ARMANI

DOLCE &
GABBANA



LOUIS VUITTON

Patte de velours

La tendance Matière iconique de la saison, le velours – doux mais structuré – se traduit dans des coupes vintage. Que ce soit en costume croisé avec de larges cols, par du tailoring très maîtrisé façon Savile Row ou du slim cut pour une silhouette androgyne, il définit le look du moment. Les couleurs restent très automnales, se déclinent dans des bordeaux, vert canard, des accents bleu pétrole ou encore du noir, éternel classique du genre. On n'hésite donc pas à l'adopter, soit en total look, soit en pantalon seul ou veste, mixé à des matières nylon (Louis Vuitton) ou dans un style ample, veste cintrée sur pantalon oversize (Dries Van Noten).

Les exemples qui nous plaisent Chez Dolce & Gabbana, l'italiano vero se révèle dans toute sa splendeur. Le velours est arboré comme une tenue d'apparat, sur des costumes ajustés, bordés de soie. Une élégance sans compromis. Giorgio Armani, de son côté, privilégie une allure sport chic, en dépareillant une veste en velours grise marbrée sur un pantalon noir, coupe carotte.

L'accessoire décliné La pochette pour homme pour casser le côté légèrement compassé du velours.



ETRO

Se tenir à carreaux

La tendance En prince de galles, tartan, pied-de-poule, pied-de-coq ou vichy: le carreau envahit le vestiaire masculin. Toutes les collections ou presque y ont cédé: manteaux, blousons, doudounes, casquettes et surtout en ensemble veste pantalon, il devient (dixit *Vogue*) le «it print» de la saison. Ses déclinaisons sont infinies, allant du plus classique au plus moderne: dans un style sportswear chic imprimé sur des gilets, des capes ou même en robe-pull (Cerruti), dans un esprit rock country pour un tartan accolé à des silhouettes androgynes (Saint Laurent) ou encore en carreaux travaillés façon patchwork (Valentino). Même Versace y met une touche texane.

Les exemples qui nous plaisent Etro est sans conteste la marque qui a fait du carreau son dada de l'automne-hiver, n'hésitant pas à abuser du genre pour en couvrir ses mannequins de pied en cap. Complets beiges, safran, ou tirant sur l'ocre, le carreau s'étale en toutes tailles et formats. Tandis que Zegna part sur une base très classique chahutée par des détails ou des accessoires résolument modernes, comme la superposition de deux carreaux différents.

L'accessoire décliné Un sac en damier ou une besace en tartan (Paul Smith), pour montrer qu'on a saisi la tendance.



ZEGNA



PAUL SMITH

Cache-col

La tendance Sur un look ultraclassique, voire conservateur ou encore empreint de romantisme – costume ultratalloré, même croisé, manteaux ajustés, très longs – on jette (pour décontracter l'allure) un châle, un plaid ou un foulard. Cette saison, l'homme aimera habiller son cou de tissus XXL, les arborant de manière asymétrique ou simplement posés sur l'épaule. On cultive des airs de dandy avec de longues écharpes triplement nouées (Haider Ackermann), on s'inscrit dans un genre plus hippie-rock avec de grands foulards, lâchement portés (Paul Smith) ou dans un élan rétro, on entoure son cou d'une cravate à la manière d'un bandeau fin (Prada). Dans un style plus audacieux: la cagoule en laine ou tube rond qui reprend l'idée des cottes de maille façon chevalier des croisades (Dolce & Gabbana).

Les exemples qui nous plaisent

Burberry cultive un style bohème, faisant de ses châles et grands carrés de soie l'atout d'une allure nonchalante. Louis Vuitton, de son côté, twiste le classicisme de sa collection par de longs plaids épais et imposants, ornés de motifs indios, inspirés par une âme andine.

L'accessoire décliné Un foulard, évidemment! Tout ce que vous voulez, à condition que ce soit en format big, big, big.

HERMÈS

BURBERRY

LOUIS VUITTON

ANTONIO MARRAS

MAN

Blanc comme neige

La tendance Du blanc et c'est tout. Elle débute ça et là dans les collections de cet automne-hiver et se poursuivra ce printemps. Beaucoup de designers ont introduit le blanc dans des pièces basiques du vestiaire masculin: blazers, vestes, imperméables... et certains n'hésitent pas à en vêtir l'homme entièrement. Rappelant, à choix, un Gatsby avec des manteaux extralarges croisés ou au contraire offrant des silhouettes postmodernes avec un blanc ultrafit et hyperarchitecturé. On a aimé le Perfecto chic dans sa version très contemporaine (Dsquared2), le minimalisme nineties d'un pull moulant blanc porté sur un pantalon en lurex (Jil Sander) et le complet immaculé sur pull-over et baskets roses qui se joue des codes masculins (Lanvin).

Les exemples qui nous plaisent Chez Man, en total look, de longs manteaux blancs couvrent une silhouette zen et épurée. Un air définitivement urbain plane sur la collection. Tandis qu'Antonio Marras, renouant avec des racines «old school», donne un ton rétro twisté, comme ce pull XXL à torsades, porté sur un pantalon en laine souple.

L'accessoire décliné Une derby blanche sur semelle crêpe (Jil Sander) pour un air rockabilly smart.

JIL SANDER

MOI, VERSION XXL

VOLUMES SURDIMENTIONNÉS ET
CARRURES LARGES, LES TENUES D'AUTOMNE
JOUENT LE COCON PROTECTEUR

PHOTOGRAPHE JØRGEN GOMENÆS STYLISTE AGNÈS POULLE





LUI Lunettes, **Yves Saint Laurent**. Blouson cuir craquelé or, **Vivienne Westwood**. Pull-over **Calvin Klein**. Jean, **Levi's**. Chaussures, **Lacoste**.
ELLE Caban matelassé sans manche, **Max Mara**. Chemise et jupe, **Hermès**. Bagues, **Atelier Swarovski**. Chaussettes, **Adidas**. Baskets, **Succomma Bonnie**.



PAGE DE GAUCHE LUI Manteau doudoune, **Ermenegildo Zegna**. Pull-lover, **COS**. Pantalon, **Ermenegildo Zegna**. Baskets, **Santoni**.
ELLE Combinaison et chaîne cadenas, **Chanel**. Bracelet serpent or, **H&M**. Sac Unique, **Allure**. Chaussures, **Suecomma Bonnie**.
PAGE DE DROITE ELLE Manteau lainage imprimé, **Gucci**. Robe en soie et escarpins, **Christian Dior**. Casque de ski, **Diezz**. Bracelet serpent noir, **K-MO**. Chaussettes, **Falke**. Escarpins, **Christian Dior**.







PAGE DE GAUCHE ELLE Robe coton et résille, **Fendi**. Lunettes, **Per-sol**. Boucles d'oreille et bagues, **Shourouk**. Sac toile, Jeremy Scott pour **Longchamp**. Chaussettes, **American Apparel**.
PAGE DE DROITE LUI Pull large et pantalon en lainage, **Louis Vuitton**. Casque audio, **Franklin Marshall**.
ELLE Veste en cachemire, **Hermès**. Combinaison, **Zapa**. Grosse chaine, **K-MO**. Bagues, **Atelier Swarovski et Bernard Delettrez**.

CHANEL



LA NOUVELLE EAU DE PARFUM DE CHANEL

CHANEL.COM



Depuis l'arrivée de Raf Simon chez Dior, les fleurs accompagnent chaque collection. Ici, pétale sur pétale, *Garden Couture* de l'hiver 2012-2013.

«Comme la mode, **l'art floral** aspire à rendre la vie plus belle.»

Sur ses carnets de commande, du beau monde: Marc Jacobs, Nina Ricci, Isabel Marant, Valentino... «90% de ma clientèle provient de la couture et ça me réjouit.» Côté installations grand format, deux souvenirs majeurs se bousculent: «Trois semaines après l'ouverture de mon enseigne, on s'est retrouvés à douze à décorer un hôtel particulier pour la soirée Valentino. Je n'avais pas de limites. Il y avait des tonnes de fleurs partout. J'étais comme un petit garçon dans une fabrique de bonbons où tout est merveilleux et possible. Et l'an dernier en mai, on m'a demandé de transformer une cour intérieure en jardin normand. J'ai fait livrer 1500 buis, des pommiers, des rosiers, des hortensias... Au total, trois semi-remorques de plantes. Mon gros défaut, c'est d'être plutôt Monsieur Plus que Monsieur Moins. Mais quel bonheur!»

L'autre grand nom à retenir dans ce milieu étroit entre fleur et mode est Eric Chauvin. Œuvrant pour les plus illustres maisons (Dior, Hermès...) depuis l'an 2000, il a su imposer sa griffe sur les grands événements élégants de la capitale. Son art: rendre l'ordinaire extraordinaire, l'éphémère inoubliable. Sa règle d'or: l'exception. En version XXL. Au rang de ses best-sellers: le féérique décor de 4500 m² du défilé Dior prêt-à-porter 2013 au Musée Rodin. Soit 300000 tiges, 30 km de lianes, 300 m³ de branchages! Mais aussi le sublime et fabuleux jardin d'Eden du défilé Dior haute couture automne-hiver 2012-13. «Pas moins d'un million de fleurs fraîches taillées, placées et piquées une par une sur tous les murs du sol au plafond, 22 espèces différentes, 6500 heures de travail... Ce spectacle a marqué les esprits», commente le virtuose de l'exubérance qui se réclame simple artisan. «La star, ce n'est pas moi, ce sont les fleurs!»

Pour cet enchanteur de 43 ans, à la tête de quatre boutiques estampillées Un Jour de Fleurs, la hiérarchie entre style et pistil est claire: «C'est la nature qui inspire la couture. La nature est le créateur, la couture est son manager.» Et le manager sait en tirer pleinement et bellement parti. «Depuis l'arrivée de Raf Simons chez Dior, les fleurs ont pris une ampleur majeure. Dans ses défilés, elles jouent un rôle de colonne vertébrale sur laquelle il s'appuie pour transmettre, traduire, émouvoir, éblouir. Elles ouvrent la porte au désir, au rêve et à la magie.» Evoquant l'alchimie qui fédère ces deux continents, il précise: «Pas de doute, les fleurs sont devenues le langage universel de la mode et, sans exception, créateurs et créatrices ont succombé et succomberont toujours à leur sortilège.»

Foin des modes florales



Variétés anciennes Parler tendances florales avec ces fleuristes qui aiment la création relève de la gageure. Leurs bouquets sont d'art, non de mode: «Les tendances paralysent l'imagination et représentent un concept aux antipodes de mes aspirations», note **Eric Chauvin (en photo ci-contre)**. Il finit tout de même par confesser quelques favorites: «La rose pour sa beauté et son parfum, l'hortensia pour son graphisme et la violette, attachée à mes souvenirs d'enfance.» Même réaction chez Rambert Rigaud: «Bien sûr qu'il y a des tendances, mais ce n'est pas pour moi. Le jour où je perds ma capacité à étonner, je ferme boutique.» Reste que, comme pour les légumes, les fleurs de nos grand-mères, celles que l'on détestait encore il y a peu, reviennent en force: glaïeuls, ceillels. «Idem pour les exotiques – mais je les ai en horreur!»

Bouquet couture

LA FLEUR S'EST ÉCHAPPÉE DU VASE POUR COLONISER LES CATWALKS. FEMMES, SOIES ET TULIPES DEVISENT DANS LE MONDE DE LA MODE

TEXTE MARIE-MADELEINE GABIOUD

GRAPHIQUES, exubérantes, romantiques ou vénéneuses, les fleurs ont délaissé leur pré carré pour conquérir de nouveaux territoires. Bijoux, cosmétique, décoration, cuisine: autant de champs d'action désormais à leur botte. La mode, elle aussi, leur a permis de gagner en étoffe. En accessoires ou décor, ces élégantes végétales ont permis l'éclosion d'une toute nouvelle génération de fleuristes, qui se piquent de lier les deux univers du beau, le tissu et le pétale.

Piquées, brodées, tissées, imprimées, stylisées, les fleurs ont paré le vestiaire occidental dès le Moyen Âge tardif. «Après la femme, disait Christian Dior, les fleurs sont les créations les plus divines.» Mais ces divines ne se contentent plus de faire tapisserie, elles ont fait leur révolution. Leur libérateur, en terrain parisien, avait pour nom Christian Tortu, sorte de Philippe Starck du végétal, qui, avant de tirer sa révérence florale en 2005, a donné le la à une nouvelle approche du design éphémère.

La haute «bouture»

Ainsi Rambert Rigaud, devenu fleuriste haute «bouture» après dix-sept ans d'exercice mode auprès de John Galiano, chez Dior et chez Yves Saint Laurent. Si le directeur de studio

a choisi de passer au vert en février 2013, c'est notamment pour se réapproprier sa créativité: «J'avais envie très égoïstement de prouver que je pouvais sortir de l'ombre d'un créateur et m'exprimer artistiquement.» Située à Saint-Germain-des-Prés et baptisée Fleuriste en Herbe, son échoppe aux airs de salon cosy où tout est à vendre (canapé, bibliothèque, objets chinés...) en dit long sur le maître des lieux. L'artiste est un affranchi qui s'épanouit hors cadre: «J'aime les branches, les bouquets déstructurés, les mélanges de couleurs inattendus. J'adore les dégradés, la profusion, l'opulence. Mon credo: le naturel.»

Riche de sa double identité mode et fleurs, le jeune quadragénaire tisse des liens entre ses aires de «je». «Je n'aurais pas pu faire ce métier si je n'avais pas travaillé avant dans la mode. Cela me permet d'envisager les fleurs comme des sculptures, des vêtements, quelque chose qui va bien au-delà du bouquet.» Quant aux dénominateurs communs, ils foisonnent: «Ce sont des domaines intimement liés, dotés d'une même finalité: rendre la vie plus belle. La mode est pratiquée par des gens de goût qui ont le sens du beau et les fleurs font partie de cette esthétique. Saint Laurent les adorait: souvenez-vous de sa veste Van Gogh aux iris brodés. Chanel avait pour emblème le camélia. M. Dior était un grand jardinier. Oscar de la Renta possède un magnifique jardin...»

Richesse intérieure

COMME LES BEAUX LIVRES, LES BIJOUX DE STYLE ALLIENT L'ESTHÉTIQUE ET L'ÂME. SPLENDEUR, TRADITION ET CRÉATIVITÉ: PLACE AUX JOYAUX PORTEURS D'HISTOIRES

SÉLECTION ET TEXTE RENATA LIBAL PHOTOS YVES BACHMANN



CERTAINES PRÉFÈRENT LES FLEURS. D'autres ne jurent que par l'esprit élégamment subversif des gros maillons qui pourraient attacher des vélos, s'ils n'étaient d'or. «Mourir d'amour enchaîné», hurlait Johnny... Oui mais griffé Gucci! Dans un univers du luxe où chaque marque soigne sa tradition et travaille sur son identité, les bijoux s'inscrivent dans une esthétique pointue. Et pas seulement dans la haute joaillerie qui sert d'étendard. Les pièces d'entrée de gamme des collections aussi, celles qui ne sont ni uniques ni chargées de diamants, portent en elles l'âme créative d'une maison. Ainsi, par exemple, le très fin bracelet Piaget (ci-contre) s'inscrit dans la floralité précieuse qui anime la marque, construite autour du romantisme de la rose. De manière analogue, le fameux camélia tant aimé de Mademoiselle (ci-contre en noir) se décline aussi en céramique, une matière technologique devenue

emblématique de Chanel depuis le succès de la montre J12. Ou encore la créole Breguet, dont l'exquis pavage nous mène vers l'histoire de la reine de Naples, cette Caroline Murat pour laquelle l'horloger neuchâtelois a créé la première montre-bracelet en 1812. Depuis, une collection horlogère et joaillière s'inspire de la délicatesse d'époque - avec, il va sans dire, un twist contemporain.

A chacune sa chaîne

Alors, on choisit son camp, son côté cœur. Souvent, les allusions stylistiques sont discrètes. Nul besoin que chaque pièce clame son ADN et ses références. Mais celle qui la porte les connaît. Elle garde en tête l'univers onirique dans lequel sa bague, sa chaînette ou son bracelet s'inscrit. Le bijou raconte une légende émotionnelle individuelle (un cadeau?) mêlée à l'ancrage créatif de sa marque. C'est la rencontre entre ces deux destins qui en fait un trésor à part. Un trésor bavard. Mais chut, on peut aussi garder les histoires secrètes. ●



FILIGRANE



COULEURS



NATURE



NOIR

Chaînes

Les bijoux Autour des doigts: collier-chaîne Gucci avec pampille en or jaune 18 carats, long de 52 cm, de la collection Marina Chain. Autour des poignets, sautoir Bucherer 18 carats en or jaune, long de 70 cm.

Le vernis Aperitifif 59

Le livre

Hautnah, Erotik, par Peter Baumann, Ed. Verlag Photographie

Filigrane

Les bijoux Manchette My Dior en or jaune 18 carats et diamants avec un cannage typique de la maison Dior, existe également sans diamant ou avec des pierres précieuses de couleur. Manchette Camélia Chanel en or jaune 18 carats.

Le vernis Berry Naughty 51

Le livre *Le Saint Coran*, Atelier graphique Albouraq

Couleurs

Les bijoux Bracelets or blanc Bucherer, diamants et rubis, émeraudes ou saphirs. Créole Mini Reine de Naples de Breguet, en diamant, améthyste, spessartine, aigue-marine, péridot ou morganite. Bagues Caméléon Adler à combiner, or blanc, rose ou jaune avec rubis ou saphirs roses ou bleus.

Le vernis Mezmerised 93

Le livre *Pantone*, Ed. Chronicle Book

Nature

Les bijoux Bague entre les doigts Cosmos Van Cleef, or rose, nacre blanche, diamants. Bracelet rose Piaget, or rose ou or gris serti de diamants. Collier avec pendentif Happy Diamond Butterfly Chopard. Bracelet platine Harry Winston Diamond Loop, 165 diamants de taille brillant.

Le vernis Go overboard 106

Le livre *Flora Olbiensis*, Erwan Frotin, Ed. Archibooks

Noir

Les bijoux Bague (à droite) Mistero Collection de Grisono, or gris, diamants et nanocéramique noire. Bague Camélia Chanel, or blanc 18 carats serti d'un diamant taille brillant et de céramique noire. Bracelet et bagues Sabbia de Pomellato en or rose et diamants bruns, noirs ou diamants.

Le vernis Licorice 88, souligné, à l'intérieur de l'ongle, du rouge A-list 55

Nous remercions la marque de vernis à ongles Essie pour sa collaboration, tous les vernis utilisés sont signés de la marque et mis en beauté par la Nail Artist Fabienne Pauli. Merci également au Musée de l'Elysée de Lausanne pour son aimable collaboration, www.elysee.ch. Tous les livres sont en consultation à la bibliothèque du musée. Flora Olbiensis et Le Saint Coran, en vente chez Payot.



Fragrances contrastées

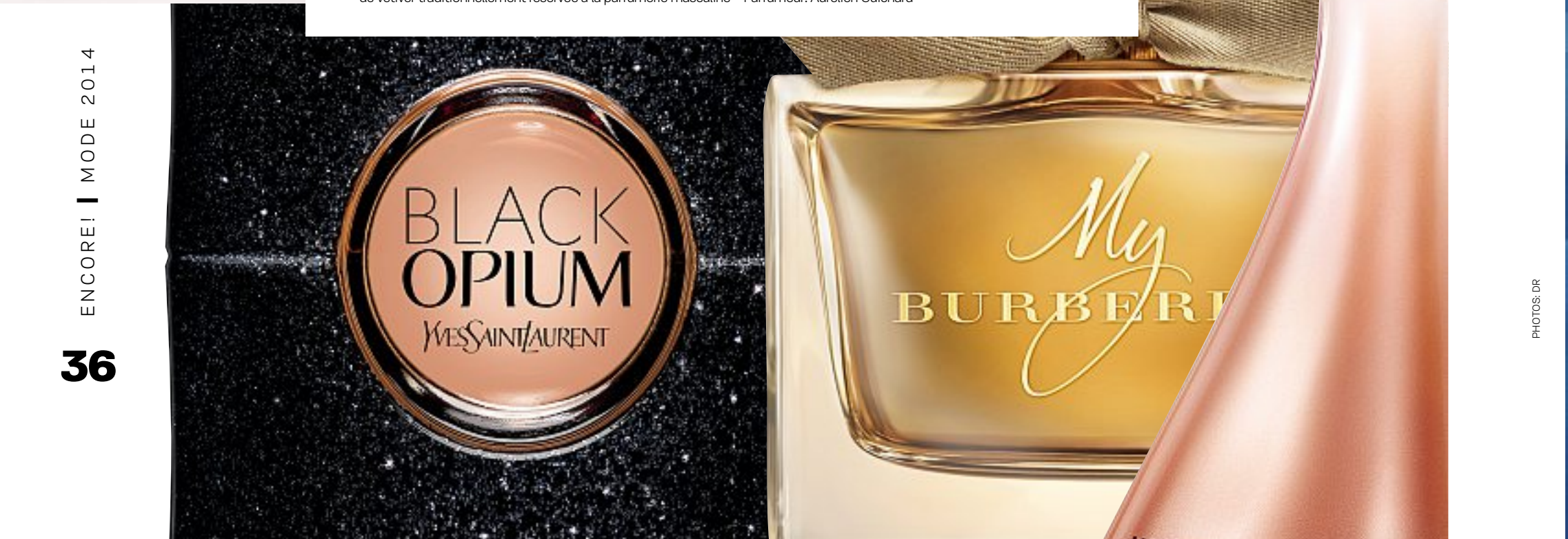
LA RENTRÉE SÈME LE TROUBLE AVEC DES ACCORDS OLFACTIFS INATTENDUS ET DES SILLAGES ENVOÛTANTS

TEXTE RACHEL BARBEZAT

INSPIRÉS du magnétisme nocturne ou de la sensualité d'une journée solaire, les parfumeurs ont élaboré des compositions olfactives audacieuses. Les boisés se mélangent aux floraux, les épicés aux poudrés voire aux hespéridés. Ainsi, Nuit d'Issey allie la fraîcheur des agrumes au cuir pour mettre de la lumière dans la nuit, alors que le Love Story de Chloé joue la carte du nocturne romantique en mariant les notes du néroli à celles du cèdre et que le Black Opium d'Yves Saint Laurent joue le mystérieux avec de la vanille et des notes de café. Pour faire perdurer l'ambiance des soirées d'été, Serge Lutens propose un encens

intense avec du musc en note de cœur avec son Orpheline et le Reveal de Calvin Klein se place comme l'oriental féminin imparable dont le pendant masculin serait le néo-oriental Man in Black de Bulgari. Hymne à la séduction, Jeu d'Amour de Kenzo possède la sensualité d'un floral gourmand jouant sur les notes lumineuses de la mandarine et captivantes du musc. Le troublant Narciso de Narciso Rodriguez réunit des accents boisés et des nuances florales, quant à My Burberry de la marque éponyme, il s'inspire du trench pour nous parer d'un sillage floral unique. Autant de senteurs destinées à rendre les nuits d'automne aussi belles que les jours. Et inversement! ☺

Nuit d'Issey d'Issey Miyake, la bergamote alliée au pamplemousse – Parfumeurs: Dominique Ropion et Loc Dong **Reveal de Calvin Klein**, accords iodés de sel brut et poivre (blanc, rose et noir) – Parfumeurs: Jean-Marc Chaillan et Bruno Jovanovic **Love Story de Chloé**, le jasmin de Madagascar ou stephanotis, une espèce inédite en parfumerie – Parfumeur: Anne Flipo **L'Orpheline de Serge Lutens**, oriental-cendré – Parfumeur: Serge Lutens **Man in Black de Bulgari**, tabac épicé et rhum ambré associés à la tubéreuse – Parfumeur: Alberto Morillas **Jeu d'Amour de Kenzo**, mandarine sanguine, thé et grenade – Parfumeurs: Daphné Bugey et Christophe Raynaud **My Burberry de Burberry**, base de patchouli, rose de Damas et cent-feuilles – Parfumeur: Francis Kurkdjian **Black Opium d'Yves Saint Laurent**, un café floral souligné par des fleurs blanches – Parfumeurs: Nathalie Lorson, Marie Salamagne, Honorine Blanc et Olivier Cresp **Narciso de Narciso Rodriguez**, une note de vétiver traditionnellement réservée à la parfumerie masculine – Parfumeur: Aurélien Guichard



RÉVÉLEZ À NOUVEAU
L'ÉCLAT JUVÉNILE
DE VOTRE REGARD.

Nouveau.
Advanced
Night Repair Eye

LA PREMIÈRE MONDIALE:

Notre méthode de mesure Youth Light Measurement™ prouve une amélioration clinique significative: la partie des yeux paraît rajeunie, tonifiée et plus lumineuse de 25%.* Le nouveau soin contour des yeux multiaction atténue, comme cela a été démontré, les ridules et rides d'expression, les cernes, les poches et une peau irrégulière.

DÉCOUVREZ LA RAPIDITÉ AVEC LAQUELLE VOS YEUX RAYONNENT À NOUVEAU.

*Tests cliniques de 8 semaines du sérum contour des yeux sur 21 femmes.

NOUVEAU RAYONNEMENT
NOUVELLE JEUNESSE
NOUVELLE PERSONNE

Spécialement pour vous -
comme sérum ultra léger
ou crème gel riche.



NOTRE SÉRUM #1
POUR LE VISAGE

ESTÉE LAUDER



Décors et saveurs nous transportent dans un ailleurs gustatif. Ici dans un Diner américain à Zurich.

10

TABLES AUX SAVEURS D'AILLEURS

SANS SORTIR DE SUISSE,
NOS PAPILLES NOUS
FONT VOYAGER. NOTRE
SÉLECTION DÉPAYSANTE

TEXTES ANNE WEBER ET HANSPETER EGGENBERGER



1 USA Hamburger à la Hopper

Ambiance La fameuse peinture *Nighthawks* d'Edward Hopper sert de fond au Helvti Diner dans cette ancienne halte de tram zurichoise reconverte, au bord de la Sihl. Le lieu est authentique: hauts tabourets de bar, banquettes rembourrées et un mur entier couvert de bouteilles de ketchup. L'établissement est exploité par l'hôtel-restaurant d'en face, l'Helvetia, surnommé l'Helvti par les habitués, d'où son nom.

Saveurs Comme dans tout Diner digne de ce nom, la carte est centrée autour des hamburgers déclinés dans différents morceaux de bœuf avec des sauces à choix et quelques assortiments, le tout réalisé par la cheffe de l'Helvetia, Françoise Wicki. Sur le menu: sandwiches, dont le très américain BLT (bacon, lettuce, tomato), hot-dogs, brochettes et la traditionnelle salade César. Quant aux desserts: cheese-cakes, brownies ou cupcakes.

Incontournable Le Quarter Pound Hamburger avec du bœuf de Kobe.

Helvti Diner, Kasernenstrasse 2 à Zurich, tél. 043 322 04 24, www.helvti-diner.ch

2 Ethiopie L'Afrique du bout des doigts

Ambiance Dans un décor de nattes et de coussins brodés, on mange assis sur de petits sièges de bois autour de tables basses. Les plats arrivent sous leur chapeau de paille. Dessous, les assiettes colorées embaument les épices. Le dimanche soir, dans des senteurs épicées, se déroule la cérémonie du café durant laquelle les grains sont torrifiés sur un petit brasero, finement pilés puis mouillés d'eau bouillante.

Saveurs Que préférer? Un poulet mariné au jus de citron cuit? Des bouchées de bœuf en sauce paprika? Tous les plats s'accompagnent d'une grande galette fermentée, criblée de bulles d'air, à la saveur acidulée, l'injera. Déchirée du bout des doigts, elle sert à pincer les portions d'épinard, de viande en sauce ou de purée de pois jaunes. La maison propose un rare tartare de bœuf relevé de piment, beurre aux herbes et poivre.

Incontournable Un verre de tegi, hydromel éthiopien, avec des samboussas, petits chaussons croustillants d'avoir été frits, farcis de viande ou de lentilles.

Café-Restaurant Abyssinia, rue du Valentin 14 à Lausanne, tél. 021 311 49 07, www.abbyssinia.ch

3 Thaïlande L'Asie à voir et à manger

Ambiance Planté en plein carrefour du quartier de Saint-Jean à Genève, le jardin de bambous déroule son allée entre des gloriottes de bois qui tiennent lieu de terrasse. A l'intérieur, des palanquins immobiles capitonnés de coussins, des bouddhas impavides et une kyrielle de bibelots et de plantes vertes composent un décor façon retour d'Asie, élégant, désordonné et délicieusement fané. Le service discret s'affaire sur la galerie alors qu'au rez-de-chaussée les danseurs ondulent au son d'une musique douce.

Saveurs Dans une vaisselle raffinée, les mets sont très subtilement rehaussés de piments, d'épices, de lait de coco et d'herbes fraîches. C'est vrai pour les traditionnelles brochettes de poulet saté, le mikado de papaye verte en salade ou le potage de crevettes à la citronnelle. Mais également pour d'autres plats moins attendus, tel ce filet de loup laqué au tamarin.

Incontournable Les currys rouges, verts, panang ou massaman, des saveurs plus ou moins brûlantes.

Le Na-Village, rue de Saint-Jean 57 à Genève. Réservation impérative, tél. 022 344 44 40, www.navillage.ch



4 Pérou Déliscats encas d'Incas

Ambiance Un pisco sour dans une main, on admire le décor épuré de ce restaurant péruvien, fraîchement réinstallé au centre-ville. L'ailleurs est habilement évoqué par des sculptures et poteries qui occupent le comptoir au centre de la salle. Un service charmant prodigue conseils ou explications et suggère un petit choix d'entrées pour entamer un voyage gourmand où piments, pommes de terre et maïs sont à l'honneur.

Saveurs Ici, une crème de piment doux aux notes fumées enrobe des cubes de pomme de terre. Là, viande et maïs communié, lovés dans une feuille de l'épi. Les soupes de poissons et de crevettes sont délicates. Les viandes? Elles sont préparées en exquis brochettes ou en lamelles sautées, relevées de pétales d'oignon croquants. Quant aux desserts, ils étonnent aussi, comme cette crème de maïs servie tiède, titillée d'éclats de fruits frais.

Incontournable Les ceviches, lichettes de poisson cru soulignées de citron vert, d'oignon, de coriandre et de piment. Leur fraîcheur est inouïe.

Le Pachacamac, rue Voltaire 11 à Genève, tél. 022 735 76 15, www.pachacamacrestaurant.com

5 Chine, Vietnam L'Asie avec sobriété

Ambiance Eclairage tamisé, murs et plafonds d'un rouge profond, le Restaurant Zum Goldenen Drachen ne manque pas d'élégance. Ici aucune kitcherie en vue, le décor classique des restaurants asiatiques de notre pays n'est pas de mise. Des nappes blanches recouvrent les tables, la vaisselle est très contemporaine. Quelques figurines sélectionnées avec soin suffisent à planter le décor oriental.

Saveurs Bien que Chinois d'origine, le chef Sanh Lam Kha a été élevé au Vietnam avant de fuir pour la Suisse dans les années 1970. C'est la raison pour laquelle son établissement propose aussi bien des plats chinois que vietnamiens. Réputé comme le meilleur restaurant asiatique de la région bâloise, il a eu l'honneur de recevoir le vice-premier ministre chinois en personne. La carte, riche, propose notamment sept variations de canard, dont le fameux canard à la pékinoise.

Incontournable L'excellent poulet kung pao, un peu relevé. Ou le phở, soupe à la viande traditionnelle du Vietnam.

Zum Goldenen Drachen, Auf der Lyss 14 à Bâle, tél. 061 333 11 50, www.goldenerdrachen.ch

6 Maroc, Liban, Iran, Inde L'Orient express

Ambiance Face au lac et à ses montagnes, un palais blanc de style mauresque. L'intérieur? Une enfilade de salles aux plafonds de bois sculpté et murs de mosaïques. Partout velours, coussins et lanternes brillent de mille vitraux colorés. S'attabler ici est un voyage en soi, et la clientèle qui s'égrène au fil d'un service ininterrompu participe de ce sentiment. Sur une banquette, une famille sirote du thé à la menthe. Dans une alcôve, des dandys à moustache font affaire.

Saveurs Dans l'assiette, c'est tout l'Orient qui est convié, du Maroc à l'Iran en passant par le Liban et l'Inde. Il est donc possible de marier les ailleurs au cours d'un même repas. Des menus par pays sont également proposés. Les plus curieux profiteront de goûter à un plat de la cuisine iranienne, si peu représentée au bord du Léman. Comme cet odorant sauté d'agneau aux aubergines, citron séché et raisins verts. A moins qu'ils ne préfèrent du caviar iranien!

Incontournable Le couscous royal poulet, agneau et kefta. Et la ribambelle de pâtisseries orientales.

Le Palais Oriental, quai Ernest-Ansermet 6 à Montreux, tél. 021 963 12 71, www.palaisoriental.ch



7 Corée

Beignets et ragoûts

Ambiance Dans ce petit restaurant niché dans le quartier des galeries d'art et des théâtres, la sobriété est de mise. Pour seule décoration, les murs accueillent les œuvres du peintre Yong Woon Park, beau-frère de la propriétaire. Une sobriété très zen.

Saveurs Miran Lee, Sud-Coréenne, a tenu longtemps un restaurant coréen en Inde avant de venir s'installer en Suisse. Comme entrée, des mandu, petits raviolis vapeur farcis de viande, ou des haemul yachaejeon, sortes de crêpes aux fruits de mer. Les plats principaux résonnent avec des noms exotiques comme jaeyukbokkum (porc servi avec des légumes et de la sauce piquante), doenjangzigae (ragoût de poulet, tofu, fruits de mer et légumes) ou encore bulgogi (fines tranches de bœuf sautées). Et pour le dessert, des nokchajeonbyung, crêpes de thé vert à la pâte de haricots.

Incontournable Le bœuf bibimbap, délicieux ragoût avec du riz et des légumes, agrémenté d'un jaune d'œuf cru et d'une sauce gochujang, bien épicée.

Misoga, Zeltweg 12 à Zurich, tél. 044 251 99 90, www.miso-ga.ch

8 Japon

Dans l'intimité japonaise

Ambiance Ici, la nourriture est digne des meilleurs cercles japonais. Derrière un bar à sushis conventionnel, l'Hôtel Ryokan Hasenberg abrite un vrai bijou: une construction japonaise traditionnelle appelée koagari-zashiki, soit des espaces privatifs munis de tables basses avec un espace pour les pieds sous les tables. Dans cette atmosphère calfeutrée, l'excellent service est assuré en kimono.

Saveurs Le chef Akihiko Suzuki propose les très renommés kaiseki, des menus traditionnels de haute gastronomie constitués de multiples plats dont l'origine remonte au XVI^e siècle. Ceux-là ne peuvent être préparés qu'après avoir passé dix ans sous les ordres d'un maître kaiseki. D'abord, quelques amuse-bouche, suivis d'une soupe et de sashimis. Puis un poisson grillé, suivi d'une viande, un bœuf de Kobe, par exemple. Et pour finir, un plat de riz et un dessert.

Incontournable L'un des menus kaiseki, le kuruma ou le daigo.

Ryokan Hasenberg/Usagiya, Hasenbergstrasse 74 à Widen (AG), tél. 056 648 40 00, www.hotel-hasenberg.ch

9 Inde

Some like it hot

Ambiance Ce restaurant des Pâquis est l'indien le plus authentique de la ville, disent les expatriés. Le soir, ses salles aux nappes rouges brillent de mille lumières et ses serveurs en turban, plus beaux que des princes de miniatures indiennes, s'affairent pour prendre la commande avec l'accent.

Saveurs Particulièrement savoureuse, relevée de moult herbes fraîches, cette cuisine du Pendjab (nord de l'Inde), préparée par des chefs indiens, offre de vrais contrastes. A commencer par ces délicats beignets de légumes accompagnés d'un yogourt au concombre épicé. Viandes grillées ou en sauce, légumes fondants relevés, la carte est pléthorique. Pour accompagner ces délices, le nan, préparé selon la tradition dans un four en terre, le tandoor. Le sfrani nan, citronné, safrané et tatoué de feuilles de coriandre, est divin. Comme douceur, le kulfi, crème glacée avec pistaches et cardamome.

Incontournable Les currys avec noix de cajou, crème de coco, raisins secs ou légumes.

Little India, rue du Prieuré 20 à Genève, tél. 022 731 11 71, www.littleindia.ch



«Il faut attendre **la fin des années 1980** pour que les Suisses commencent à s'intéresser à la nourriture italienne.»

Depuis quand?



LAURENCE OSSIPOW
anthropologue, professeure et responsable du CERES, le Centre de recherche sociale de la Haute Ecole de Travail Social à Genève

Quels ont été les premiers restaurants étrangers en Suisse?

L'histoire de l'alimentation dite ethnique n'a, à ma connaissance, pas été faite pour la Suisse, mais l'on sait que les épicerie, les primeurs et les restaurants exotiques suivent les vagues de migration. Les Italiens sont arrivés en grand nombre durant les années 1950, mais il faudra attendre la fin des années 1980 pour que les Suisses commencent à s'intéresser à la nourriture italienne et ne considèrent plus l'huile d'olive comme quelque chose de gras et d'écoeurant.

Quel lien avec l'immigration?

Tous les migrant-e-s n'ouvrent pas des épicerie ou des restaurants! Et il y a des modes, comme les restaurants grecs hautement recherchés dans les années 1970 qui ne sont plus guère prisés. D'autres cuisines se développent comme l'alimentation asiatique sans qu'elles ne soient (en Suisse en tout cas), liées à une forte immigration de ressortissant-e-s d'origine asiatique.

Sont-ils fidèles à leur cuisine d'origine?

La gastronomie dite ethnique se réinvente, non plus seulement à partir des migrations, mais avec le tourisme, l'habitude de voyager. Certains restaurants se vendent davantage pour des fusions ou des



Les Italiens ont été parmi les premiers à proposer de la nourriture étrangère en Suisse.

métissages entre différentes traditions réinventées. D'autres se spécifient dans la nourriture fondée sur des produits de qualité ou du terroir, comme le recherchent les tenants du «Slow food». C'est le cas de plusieurs restauratrices ou restaurateurs italiens en Suisse.

10 Mexique

Les épices et le patio

Ambiance Joutant l'hôtel du même nom, l'Hacienda mime en trompe-l'œil un coin de Mexique avec ses ruelles ensoleillées, ses chanteurs moustachus et ses belles. Au-dessus des tables multicolores, les lampes en osier jouent les lampions.

Saveurs A l'entrée, au comptoir d'une cahute de tuiles rouges, on sirote des margaritas accompagnées de petits beignets de morue, avant de gagner sa table. Une soupe de poulet aztèque ou une crème de cactus? Voilà qui change du traditionnel guacamole. Bien sûr, les burritos, enchiladas et autres galettes de maïs farcies sont au menu ainsi que le chili con carne. Mais on peut également goûter des fajitas, ces fines tranches de viande poêlées avec poivrons et oignons. Riz, haricots rouges, guacamole et crème aigre les accompagnent.

Incontournable Le mole poblano, un plat emblématique, du poulet accompagné d'une onctueuse sauce à base de chocolat amer, tomates et amandes, relevée de différents piments et d'épices.

L'Hacienda, route du Tir-Fédéral 5-7 à Givisiez (FR), tél. 026 460 10 45, www.hacienda.ch



BOSS
HUGO BOSS



130 gr



117 gr



71,5 gr



19 gr



15,9 gr

Poids Plume

GRÂCE AUX NOUVEAUX MATÉRIAUX, LES MONTRES S'ALLÈGENT. ET CE QU'ELLES PERDENT EN POIDS, ELLES LE GAGNENT EN TECHNOLOGIE

TEXTE MATHILDE BINETRUY

IWC, l'Aquatimer Deep Three en titane lancée par IWC Schaffhausen est plus légère et visuellement plus fine que son aînée en acier fin. C'est déjà la troisième génération de montres de plongée IWC avec profondimètre mécanique. 46 mm.

La Project Z8 de Harry Winston utilise pour la première fois le zaliium, matériau léger et plus dur que le titane. 44 mm.

L'Omega Speedmaster Moonwatch Apollo 11 commémore le premier pas sur la lune. Ce modèle créé pour le 45^e anniversaire a été produit symboliquement en édition limitée à 1969 exemplaires en rappel à la date mythique. Chronographe, petite seconde, tachymètre, boîtier en titane et or. 42 mm.

Richard Mille. Le mouvement de la RM 27-01 portée par Rafael Nadal pèse seulement 3,5 grammes, poids obtenu grâce à l'utilisation du titane grade 5 pour la platine et la cage tourbillon ainsi que de l'aluminium-lithium pour les ponts de barillet et de rouages. 45,98x38,9 mm.

Zenith. Le modèle Zenith El Primero Lightweight se distingue par son boîtier en carbone mettant en œuvre une construction originale et complexe. Il allie dynamique fluide et légèreté en révélant une puissance hors norme. 45 mm.

IL S'APPELLE RAFAEL NADAL. Le 8 juin dernier, l'Espagnol est devenu le premier sportif à remporter neuf fois le même tournoi, son cinquième Roland-Garros d'affilée, un record. A 28 ans, le Majorquin fait preuve d'une puissance dévastatrice, à laquelle rien ne peut résister. Rien? Si, sa montre Richard Mille. Sa RM 27-01 peut supporter une accélération éclair de 5G, cette mesure utilisée en aéronautique, comme dans l'industrie automobile et celle des parcs d'attractions. A titre comparatif, en formule 1 cela correspond à une décélération maximale avec freinage brut. Bref, il faut en avoir dans le boîtier pour être capable de survivre. De fait, ce modèle de montre pousse le concept de résistance à son paroxysme. Son mécanisme, en alliage de carbone, titane et lithium, est en totale suspension au cœur du boîtier, retenu par des nanotubes de carbone de 0,35 mm de diamètre. Le résultat? Une parfaite résistance aux chocs, aux rayures. Mais pas de quoi déséquilibrer le revers du célèbre gaucher, ni nuire à la qualité de son jeu: la montre ne pèse que 19 grammes, bracelet velcro compris.

Quelques grammes dans un monde de brutes

Qu'est-ce que 19 grammes? Une lettre, un pot de Baume du Tigre, le bilan carbone d'un e-mail avec une pièce jointe de 1 MO... Jamais le monde horloger n'aura été aussi léger. A la faveur des matériaux nouveaux, les marques délestent leurs modèles. Précédemment gage de robustesse, sinon de fiabilité, le poids est aujourd'hui perçu comme un handicap. En lettres capitales dans le cahier des charges de toutes les marques, des plus techniques au plus grand public: la chasse aux grammes superflus, tout en renforçant performance et originalité. En 1972, Audemars Piguet avait déjà bravé toutes les tendances, en imaginant une montre à l'esthétique unique et dotée des dernières technologies: la Royal Oak. Nouvelle forme – une lunette octogonale – et, surtout, nouveau matériau, l'acier travaillé pour la première fois comme un métal précieux. Cette approche a ouvert la voie vers l'exploration des nouveaux codes du prestige: l'or n'est plus seul... En 2014, les marques recourent toujours plus à des matériaux high-tech. Cette démarche résulte d'une saine confrontation entre tradition horlogère et technique de pointe. Ce processus engendre même de nouveaux métiers, à l'instar des spécialistes de la simulation par ordinateur, des analystes horlogers et des ingénieurs en matériaux, qui cohabitent avec les métiers traditionnels de la branche. De cette émulation naissent les mécanismes qui feront le succès des montres de demain. Le principe? Se pencher sur les nouveaux défis de l'horlogerie contemporaine, en termes de précision et de fiabilité notamment. Le but? Fanfaronner sur la balance technologique.

Matières à voyager léger

Zenith a ainsi choisi le titane – un métal léger et résistant, très utilisé en aéronautique – pour usiner les ponts de mouvement de son El Primero Lightweight. Au total: le calibre a perdu près de 25% de son poids. La marque a également fait appel au silicium, trois fois et demi plus léger que les alliages classiques, plus dur que l'acier et garantissant un excellent rendement. L'ancre et la roue d'échappement sont ainsi réalisées dans ce matériau high-tech, magnétique. Quant au boîtier, il est en carbone et aluminium avec pousoirs et couronne en titane. Harry Winston respecte quant à lui à la lettre sa devise: «L'exceptionnel et rien d'autre», avec sa Project Z8. C'est le dernier-né des Project Z, une lignée de montres sur lesquelles Harry Winston a fait figure de pionnier en utilisant pour la première fois le zaliium. Léger, plus dur que le titane, et extrêmement résistant à la corrosion, le zaliium est un alliage à base de zirconium. Pour d'autres marques, gagner quelques grammes est signe de confort. IWC a redonné une nouvelle ligne à son Aquatimer Deep Three grâce à son boîtier en titane, matériau plus léger que l'acier fin de la précédente version. De plus, la lunette tournante externe plus étroite, avec ses poignées encastrées arrondies, paraît moins volumineuse, bien que le diamètre du boîtier soit resté le même, 46 mm, et que deux nouveaux éléments fonctionnels aient été ajoutés sur le côté droit. Chez Omega, la nouvelle édition de l'iconique Moonwatch, celle-là même que Neil Armstrong portait pour son grand pas pour l'humanité, est incroyablement allégée. A tel point que le jour de sa présentation à la presse l'horloger a dû vérifier la présence du mouvement dans le prototype tant ce bijou de technologie semblait léger. L'horlogerie est en apesanteur. ☺



Pour obtenir de l'amarone, le raisin doit d'abord être séché.

Vérone en vin

LA VILLE DE ROMÉO ET JULIETTE EST AUSSI LA CAPITALE DU VIN ITALIEN. AU-DELÀ DE SES AIRS D'OPÉRA, SES CAVES RAISONNENT DES GLOUGLOUS DE L'AMARONE

TEXTE PIERRE THOMAS

LE BÉDÉISTE Milo Manara écrit: «Vérone possède deux âmes, elle est rigide et enjouée, conservatrice et rebelle, traditionnelle mais vivante, nordique et latine.» Personne mieux que ce dessinateur de bande dessinée, né dans le Haut-Adige, du nom du fleuve qui traverse la ville, n'a mieux résumé cette cité où il a suivi le lycée d'art.

Aussi riche d'églises que d'estaminets, disait-on au XVIII^e siècle déjà, elle fait penser à Rome autant qu'à Florence. C'est dire! A la première, elle ressemble par ses arènes, riches des saisons d'opéra, populaires. Ah, il faut avoir assisté dans ses gradins de pierre brute, un soir d'orage, au spectacle des chanteurs s'époumonant sur *Nabucco*, tandis que le vent emporte paroles et musique au-delà des hauts murs romains!

Un vin capiteux né du hasard

Un tel soir, alors que la représentation était suspendue, ils étaient allés dans la rue, à deux pas, écluser une bouteille d'amarone. Le dessinateur Manara, connu

pour ses créatures érotiques, a dessiné le label d'une cuvée de ce vin capiteux, avec un clin d'œil à Klimt, pour la coopérative Negrar. C'est là que tout a commencé, il n'y a pas si longtemps. Ce rouge, dont le secret réside dans l'«*appassimento*» (le séchage) des raisins de variétés locales aux noms de ritournelle (corvina, corvione, rondinella et molinara), sur des plateaux de bois, fait aujourd'hui un tabac, notamment en Suisse. Il vient de rejoindre, avec le millésime 2010, le panthéon des vins italiens, la dénomination d'origine contrôlée et garantie (DOCG), où se bousculent, il est vrai, une cinquantaine de crus de la Botte.

Ce vin, qui fait le succès de toute la région de la Valpolicella (13,5 millions de bouteilles vendues ces dernières années), est né par hasard dans la cave de Negrar, en 1938. A l'époque, on connaissait un vin sec et rude, le valpolicella, ce valpo' qui sera aussi dans les années 1970 le vin des immigrants italiens en Suisse. Et une version douce, déjà obtenue par des grappes séchées le long de fils, le «*recioto*». Une cuve de ce vin liquoreux, consommé dans les grandes occasions, à Noël et à Pâques,

Autour du vin

Costa degli Ulivi En chemin pour le lac de Garde, dans les collines couvertes d'oliviers (très bonne huile, protégée par une AOP), un agréable agriturismo, non loin de Fumane et de sa grotte (à visiter). En effet, valpolicella signifiait la «vallée des caves». www.costadegliulivi.com

Massimago Depuis le XIX^e siècle, on fait du vin dans cette propriété, aujourd'hui maison d'hôte. Camilla Rossi Chauvenet le met elle-même en bouteilles. www.massimago.com Depuis 2003.

Buglioni Toutes les grandes caves (Masi, Bertani, Tommasi) se visitent sur inscription. Il est encore plus agréable de partager le quotidien d'un domaine

viticole, avec chambre et restaurant. Les 20 hectares sont cultivés selon le système de la pergola. www.buglioni.it

Villa Aldegheri Une spartiate demeure du XV^e siècle transformée en oasis de raffinement. www.villaaldegheri.com

Auberge Les 13 communes Dans la montagne, aux portes du parc naturel du massif de la Lessinia, une auberge, avec chambres rustiques, où il fait bon manger. Idéal pour la promenade, le VTT, dont la région s'est fait une spécialité, avec de nombreux parcours balisés, entre 1200 et 1800 m d'altitude: idéal pour prendre le frais quand il fait chaud en plaine... www.13comuni.it

était partie en fermentation spontanée. Le maître de chais s'exclama de dépit: «Mais il est amer!» Et le gérant de la coopérative ajouta: «Oui, un peu», soit, en italien, ce diminutif, «amarone». Une légende était née du hasard!

Une taverne sauvée par miracle

Des contes et légendes, Vérone en a fait son miel. Le grand Shakespeare s'inspira d'auteurs locaux pour écrire l'histoire de *Roméo et Juliette*, qui est celle, sanglante, des Montaigus et des Capulets. Pour Manara, pas de hasard: c'est parce que la ville «oscille entre deux pôles». Et c'est encore vrai aujourd'hui, où les caves coopératives, mais aussi des négociants prêts à céder à vil prix des amarone mis sur le marché trop jeunes (juste après les troisans de vieillissement légaux), s'opposent à une douzaine de maisons traditionnelles. Les Tedeschi, les Masi, Tommasi, Speri, Zenato et autres Allegrini, maisons traditionnelles ou modernistes, se sont profilées elles-mêmes comme Le Famiglie dell'Amarone d'Arte.

A Vérone, elles ont sauvé de la ruine un lieu mythique, non loin de la maison de Juliette, lieu de pèlerinage kitsch des amoureux de la planète, la Bottega del Vino, néo-gothique. Dans un décor de taverne qui doit plus à Bruegel qu'au subtil Véronèse, on y sert des plats robustes de la tradition culinaire locale, avec les amarones des «familles». Un régal à ne pas rater lors d'une visite de la ville, avant de rejoindre la Suisse, par Milan, le Gothard ou le Simplon, en train Cisalpino, qui s'arrête sur le chemin de Venise... ☺

PUBLICITE

vitra.



Aluminium Chair EA101 Dining

Charles & Ray Eames, 1958

www.vitra.com/aluminiumgroup

Disponible chez les revendeurs suivants : Baar Teo Jakob Basel Möbel Roesch AG Belp Probst + Eggmann AG Bern Anliker die Möbelmacher Boudry Meubles Rossetti SA Frauenfeld wohnbedarf frauenfeld gmbh Fribourg forme+confort Genève Structure 17 Kriens Möbel Amrein AG Küssnacht am Rigi Schwarz Wohnen AG Langenthal Bader AG Büro Design Locarno Knecht Arredamenti SA Lugano Dick & Figli SA Mendrisio Arredamenti Bernasconi SA Muttentz Hersberger AG Nidau Brechtbühl Interieur AG Pontresina Rezzoli Designer Furniture Rapperswil Ambiente Einrichtungskonzepte AG Schaffhausen Betz Wohn- und Bürodesign AG Sion L'intemporel SA Solothurn Teo Jakob St. Gallen by marei Einrichtungskonzepte AG, Domus Leuchten und Möbel AG Sursee ivofrey AG Vétroz Anthamatten Meubles Wil Brenner Inneneinrichtungen AG Winterthur Kaspar Diener Inneneinrichtungen GmbH Zofingen Ueli Frauchiger Design AG Zug Bruno Wickart AG Zürich bord gmbh design furniture, Neumarkt 17, wohnbedarf wb ag

Manifeste pour



CARRÉMENT

- 1. Lunettes, **Céline**, 297 fr.
- 2. Top, **Maje**, 229 fr.
- 3. Pochette pour téléphone Smart & Small, **Freitag**, 60 fr.
- 4. Pantalons, **Zara**, 79 fr. 90
- 5. Chapeau, **Stetson**, 169 fr.
- 6. Bracelet, **Morganne Bello**, 65 fr.
- 7. Bottines, **Longchamp**, 590 fr.
- 8. Rouge à lèvres, 758 Lys rouge, **Dior**, env. 50 fr.

une vie en rouge

PORTER DU ROUGE EN 2014, C'EST OSER SORTIR DE LA MOROSITÉ. DES PIEDS À LA TÊTE SANS HÉSITATION

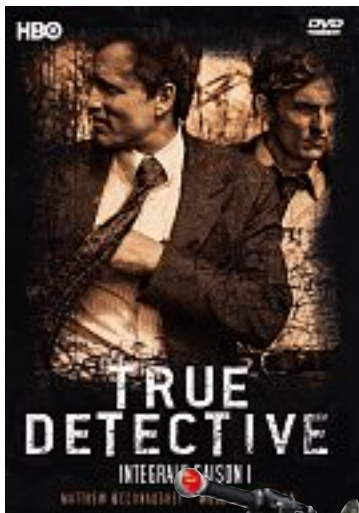
SÉLECTION LARA WEITZEL



SANS GÊNE

1 et 6. Tailleur **Hugo Boss**, 799 fr. **2.** Nœud papillon, **Seidenmann**, 85 fr. **3.** Montre **Swatch**, 190 fr. **4.** Chemise, **Esprit**, 65 fr. 90 **5.** Sac, **Adidas**, 80 fr. **7.** Baskets, **Nike**, 150 fr.

SES GOÛTS



1



2



3



4



Olivier Martinez

LE PLUS FRENCHY DES ACTEURS HOLLYWOODIENS RACONTE SES NOSTALGIES SIXTIES ET SON MONDE VROMBISSANT

TEXTE ISABELLE STÜSSI

PETIT À PETIT, il s'est imposé comme le Brad Pitt français, rien de moins. Propulsé sur la scène internationale grâce au *Hussard sur le toit*, le Français Olivier Martinez a conquis Hollywood dès 2002, après la sortie d'*Infidèle*. Aujourd'hui, il joue les magnas des médias dans la série *Revenge*, après avoir participé à l'adaptation sur grand écran de *The Physician*. Avec son physique athlétique, l'acteur de 48 ans est aussi devenu l'ambassadeur de la marque Yves Saint Laurent et, l'an dernier, l'époux de l'actrice Halle Berry. Il raconte son monde à tombeau ouvert.

A l'aise au cinéma et à la télévision, quel média vous attire le plus ?

Des séries télévisées comme *Breaking Bad* ou *Homeland* sont ultracréatives. C'est une opportunité pour les acteurs d'obtenir ensuite des rôles plus sérieux. Même si on s'engage pour une longue durée, sans avoir la moindre idée de la façon dont notre personnage va évoluer. Ça peut être risqué.

Quelles séries regardez-vous ?

Je suis fan de *True Detective* (1), avec deux flics à la dérive. J'aime ces personnages sombres et vulnérables, j'aime les interpréter.

Où vous reposez-vous ?

En Corse. Je ne suis jamais aussi détendu que lorsque mon voilier quitte le port de Bonifacio (7) pour prendre le large.

Entre Los Angeles, Paris et le Maroc, où vous sentez-vous chez vous ?

A Paris, parce que je suis le premier de la famille à être né là-bas. J'aime le quartier St-Germain (4). Bien sûr, c'est bobo, mais ayant grandi à Barbès, c'est intéressant pour moi. (Rires.)

Votre restaurant parisien préféré ?

C'est secret ! Tout ce que je peux vous dire, c'est que j'aime les pâtes, le couscous (6) et parfois un bon steak.

Il paraît que vous êtes motard ?

Oui ! J'ai d'ailleurs choisi la moto sur la-



5



6



7

quelle je roule dans la campagne du parfum L'homme sport de Yves Saint Laurent (2). C'est une Vincent Egli.

Et votre moto à vous ?

J'ai une vieille Norton, une Triton et une Honda, des Café Racer (3) des années 1960, très épurées.

Vous êtes rockabilly ?

Tout à fait. Je porte presque toujours un T-shirt, un jean et des bottines (8). Je soigne mon look, mais je ne me considère pas à la mode. N'espérez pas savoir quelles marques je porte !

Vous n'aimez pas les marques ?

Si, mais on peut avoir du style sans ça.

Collectionnez-vous aussi les voitures ?

Bien sûr, je suis un homme très cliché. J'ai une Aston Martin et des voitures de rallye (5). Mais, je ne suis pas du genre à conduire des voitures hybrides. Après tout, je suis un homme, je ne suis pas hybride. ☺



8

ADRESSES

ACNE

www.acnestudios.com

ADIDAS

www.adidas.ch
ZÜRICH, Möbel Zurich, Malzstrasse 18,
tél. 044 261 44 50

ALEXANDER MCQUEEN

www.alexandermcqueen.com

AMERICAN APPAREL

www.americanapparel.net

ANYA HINDMARCH

www.anyahindmarch.com

BARACUTA

ZÜRICH, Dee Cee Style, Talacker 21,
tél. 043 497 35 85 – www.baracuta.com

BERNARD DELETTREZ

www.bernarddeleltre.com

CALVIN KLEIN

www.calvinklein.com

CELINE

www.celine.com

CELINE (lunettes)

ZÜRICH, Koch Optik, Bahnhofstrasse 11,
tél. 044 221 23 50 – www.celine.com

CHANEL

www.chanel.com

CHRISTIAN DIOR

www.dior.com

COS

www.cosstores.com

DIANE VON FÜRSTENBERG

www.dvf.com

DIEZZ

www.diezz-sport.com

ERMENEGILDO ZEGNA

www.zegna.com

ESPRIT

www.espritshop.ch

FALKE

www.falke.com

FENDI

www.fendi.com

FLORIAN DENICOURT

www.florian-denicourt.lexception.com

FRANKLIN MARSHALL

www.franklinandmarshall.com

GUCCI

www.gucci.com

H&M

www.hm.com

HERMÈS

www.hermes.com

ILSE JACOBSEN

ZÜRICH, Maison Julie, Laternengasse 3,
tél. 043 322 04 02 –
www.ilsejacobson.com

HUGO BOSS

(homme)

En vente chez Globus –
www.hugoboss.com

JELMOLI

ZÜRICH, Seidengasse 1,
tél. 044 220 44 11 –
www.jelmoli.ch

JIL SANDER

www.jilsander.com

JIMMY CHOO

www.jimmychoo.com

K-MO

www.kmojewel.com

KOMONO

www.wearekomono.com

LACOSTE

www.lacoste.com

LEVI'S

www.levi.com

LONGCHAMP

www.longchamp.com
ZÜRICH, Bahnhofstrasse 58,
tél. 044 213 10 80 -

LOUIS VUITTON

www.louisvuitton.com

MAJE

www.maje.com
ZÜRICH, Rennweg 58,
tél. 043 497 26 00

MARNI

www.marni.com

MAX MARA

www.maxmara.com

MORGAN

www.morgandetoi.com

MORGAN BELLO

www.morganbello.fr

NINA RICCI

www.ninaricci.com

NIKE

www.nike.com
ZÜRICH, Pump It Up,
Uraniastrasse 34,
tél. 044 211 50 07

PERSOL

www.persol.com

SANTONI

www.santonishoes.com

SEE BY CHLOÉ

www.chloe.com

SEIDENMANN

www.seidenmann.ch
ZÜRICH, Limmatquai 62,
tél. 044 252 50 30

SHOUROUK

www.shourouk.com

SUECOMMA BONNIE

www.suecommabonnie.com

SWAROVSKI

www.swarovski.com

SWATCH

www.swatch.com

TORY BURCH

www.toryburch.fr

UNIQUE ALLURE

www.uniqueallure.com

VALENTINO

En vente chez Bon Génie –
www.valentino.com

VIVIENNE WESTWOOD

www.viviennewestwood.com

YVES SAINT LAURENT

www.ysl.com

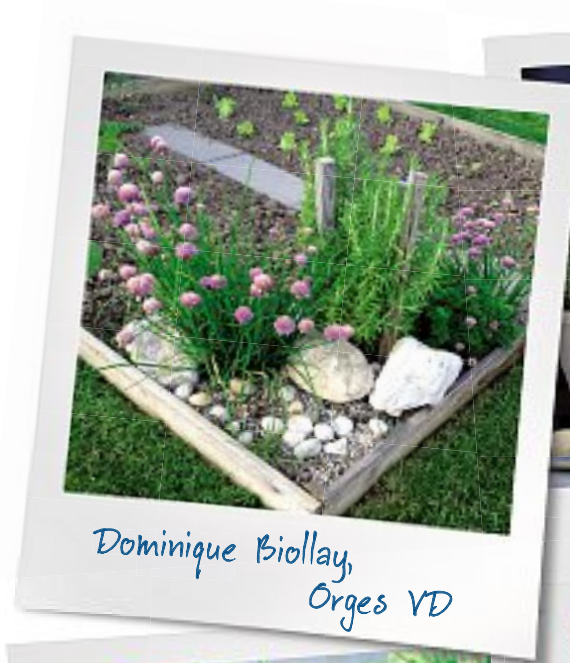
ZAPA

www.zapa.fr

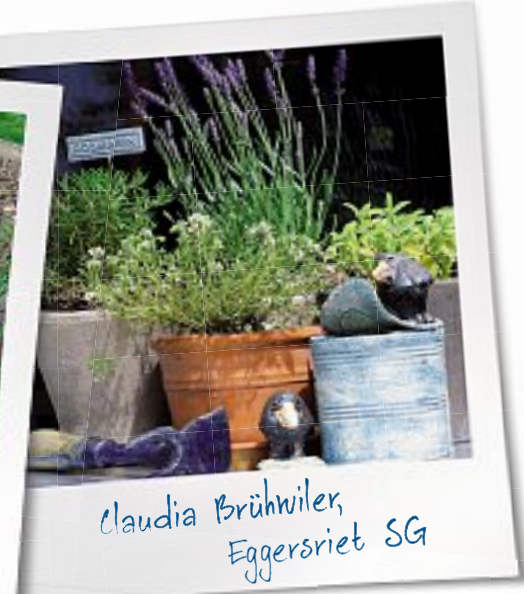
ZARA

www.zara.com

LES PLUS BEAUX JARDINS AROMATIQUES DE SUISSE: TARTARE FÉLICITE LES GAGNANTS DU CONCOURS PLANT & WIN



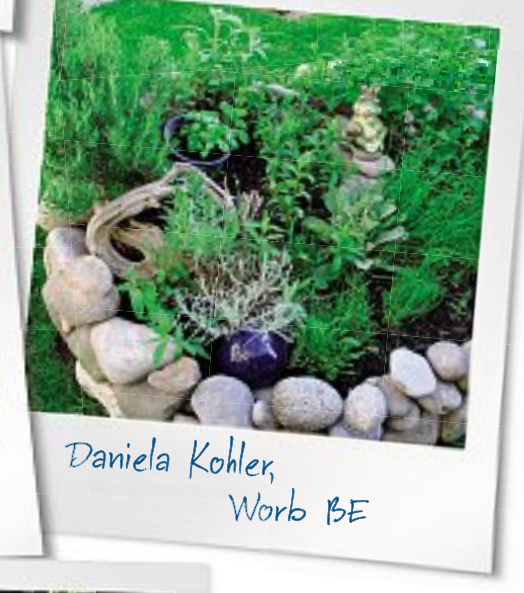
Dominique Biollay,
Orge VD



Claudia Brühwiler,
Eggersriet SG



Murielle Franconville,
Orbe VD



Daniela Kohler,
Worb BE



Svenja Schudel,
Unterseen BE

REMERCIEMENTS



Un grand merci à l'équipe de footbal-
leurs américains les Morges Bandits pour
leur collaboration enthousiaste. Nous
tenons tout particulièrement à féliciter
Mokhtari Elias No 24, Bloch David No
66, Pietu Romain No 70, Bonny Sté-
phane No 73 et Genevois Brice No 74

pour leur participation énergique à notre
séance de photos sur leur terrain de
sport à Morges. Ainsi qu'à Gilles Flaction
qui a rendu cette journée possible. Si
vous voulez soutenir les Morges Bandits,
rendez-vous cet après-midi à Morges à
14h pour les voir affronter les Whoppers.



LE FROMAGE FRAIS
AIL & FINES HERBES



LE FROMAGE FRAIS
POIVRES & FINES HERBES

TARTARE

Nature Pure

CHANEL

www.chanel.com

COCO MADEMOISELLE

