

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

ÉVASION
Oslo, capitale
de l'architecture
facile à vivre

SALLES
DE BAINS
Moins d'eau,
plus de style

COSMÉTIQUE
L'attrait de
la swiss tech

DESIGN

Mon bureau, ma bulle
de confort et de plaisir

OCTOBRE 2022

 Le Matin
Dimanche



COLLECTION

Fifty Fathoms

La collection Fifty Fathoms matérialise la passion de Blancpain pour le monde sous-marin qui s'est initialement exprimée en 1953 avec le lancement de la première montre de plongée moderne.

Tout au long de l'histoire de la Fifty Fathoms qui s'étend sur près de 70 ans, la Marque a tissé des liens étroits avec des explorateurs, des photographes, des scientifiques et des spécialistes de l'environnement. Ces affinités l'ont incitée à apporter un appui substantiel à d'importantes activités dédiées à l'exploration et la protection des océans.

Ces initiatives sont réunies sous l'appellation *Blancpain Ocean Commitment*.

©Photographe: Laurent Ballesta/Gombessa Project



RAISE AWARENESS,
TRANSMIT OUR PASSION,
HELP PROTECT THE OCEAN

www.blancpain-ocean-commitment.com



JB
1735
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

RUE DU RHÔNE 40 · 1204 GENÈVE · TEL. +41 (0)22 312 59 39
BAHNHOFSTRASSE 28 · PARADEPLATZ · 8001 ZÜRICH · TEL. +41 (0)44 220 11 80



LUXURY BEYOND TIME, SPACE AND ROADS.

Montez à bord de la Mercedes-Maybach GLS et découvrez le meilleur du luxe automobile – dimensions généreuses, matériaux haut de gamme et travail artisanal de grande qualité. Activez le mode de conduite Maybach unique en son genre avec DYNAMIC SELECT et profitez d'un trajet synonyme de douceur et de confort.

L'exclusive Mercedes-Maybach GLS.

The wealth of independence.

mercedes-benz.ch/maybach-gls-fr

MAYBACH







Collection Perlée
Bagues Perlée or jaune,
onyx et diamants.

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme depuis 1906

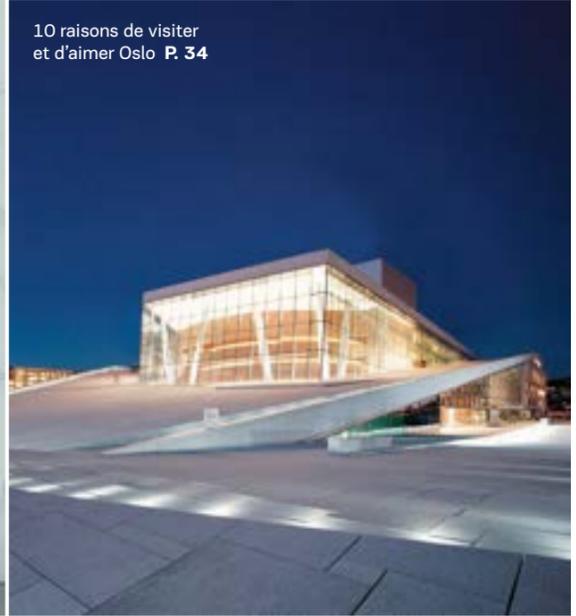




GamFratesi unit
les designs italien
et danois P. 20



Salles de bains à l'ère
de la sobriété P. 18



10 raisons de visiter
et d'aimer Oslo P. 34

Design | Octobre 2022

SUJETS

12 Swissmade

Visite à la distillerie Morand à Martigny, célèbre pour ses eaux-de-vie

14 Saga

Comment le mouton retourné s'est imposé dans nos vestiaires

16 Montres

Le cadran, ce nouveau terrain d'expérimentations

32 Shopping

Cafetières automatiques pour espresso de pros

38 Beauté

La Suisse, terre fertile pour la cosmétique biotech

RUBRIQUES

8 Merveilles: une mondeuse noire, des tapis tissés comme des paysages, un lombric de légende...

11 Icône: Master Collection Longines

15 Décodage: montre Première Edition originale de Chanel **39 Ses goûts: Regé-Jean Page**

Fauteuil de bureau Daiki, Daiki Studio, **Minotti**. Table Octave small, Superlife Studio, **Superlife**. Pomme gala, **domaine de Marcellin**, Morges. Stylo-bille 849 Claim your Style, **Caran d'Ache**, Carnet personnalisé, **Nicolao Atelier**, Venise. Lampe de table, Jean Prouvé, **Vitra**. P. 24



COVER

Secrétaire SEQ, design Charles O. Job, **Mox**. Siège, Big-Game, **Karimoku New Standard**. Plateaux Arrange, design Big-Game, **MUUTO**. Luminaire Probe, design Big-GAME, **AGO**. Règle Outline, Tomas Kral, **Field**. Porte-trombones Spettro, Matthieu Girel, **Alessi**. Carnet, **Monocle/Leuchtturm 1917**. Stylo 849 Claim your Style, **Caran d'Ache**. Montre DiaStar Original 60^e anniversaire, design Alfredo Häberli, mvt automatique Rado R764, lunette en Ceramos™ polie, bracelet mailles milanaises, **Rado**.

Petites douceurs dans une vie de bureau

ALORS QUE LES ENTREPRISES multiplient les espaces ouverts sans bureau attribué, le commun des mortels (celui qui ne trône pas au 7^e étage dans un fauteuil présidentiel) se demande comment s'inventer une petite ambiance personnelle qui donne envie de se lever le matin. La plante verte est bannie, le stylo oublié devient propriété communautaire – et si on restait au lit? Or si la vie en entreprise vire souvent au gris, rien n'interdit le cocon joyeux à domicile, pour pimenter les journées en télétravail. Vous trouverez, dès la page 24, les petits univers que nous vous proposons. Trois règles: des pièces de base follement pratiques et confortables (le fauteuil ci-dessus est un nuage de féli-



Renata Libal,
rédactrice en chef

cité...); des accessoires qui mettent de bonne humeur (comme ces merveilleuses boîtes à crayons du designer lausannois Tomas Kral); un éclairage parfait comme un soleil portatif. A partir de là, la créativité fonctionne en accéléré, sourire en prime. La hiérarchie vous dira merci. Mais comme il n'y a pas que le travail dans la vie, ce numéro vous emmène aussi à la découverte d'Oslo (en page 34), cette nouvelle capitale du cool à la scandinave. Là-bas aussi, musées et bâtiments publics (la plupart à peine sortis de terre) sont conçus pour rendre la vie douce. Les matières sont belles, les espaces lumineux invitent le badaud à entrer et à s'installer: une tartine chargée de crevettes, peut-être? Parfois un meuble, un banc en bois, un luminaire facétieux se révèlent de précieux compagnons.



encore! est un supplément du **Matin Dimanche** et de la **SonntagsZeitung**. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: encore!, TX Group, Avenue de la Gare 33, case postale 615, 1001 Lausanne, encore! TX Group, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Editeur:** TX Group AG, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Rédaction en chef:** Renata Libal **Edition:** Estelle Lucien **Mise en pages:** Géraldine Dura (directrice artistique) **Image:** Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro:** Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Patricia Lunghi, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Photos:** Seb Michel **Illustrations:** André Gottschalk **Production alémanique:** Tina Bremer, Paulina Szczesniak **Secrétariat:** Alessandra Ducret **Photolithographie:** Photomedia **Impression:** Swissprinters AG, Zofingue **Marketing:** Nunzia Barral **Responsable commercial:** Annina Flückiger **Publicité Print Suisse romande:** Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch **Publicité Print Suisse alémanique:** Goldbach Publishing AG, Werdstrasse 21, 8021 Zurich, tél. +41 44 248 42 30, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch **Indication des participations importantes de TX Group AG selon l'article 322 CPS:** Actua Immobilier SA, 20 minuti Ticino SA, Berner Oberland Medien AG BOM, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, dreifive digital marketing GmbH, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zurich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Manufaktur AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Jaduda GmbH, JobCloud AG, Joinvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, OneLog AG, Schaar Holding AG, Schaar Thun AG, Swiss Radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publications romandes SA, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Inc., Zattoo AG, Zürcher Oberland Medien AG. **Tous droits réservés.** En vertu des dispositions légales relatives aux droits d'auteur ainsi qu'à la loi contre la concurrence déloyale et sous réserve de l'approbation écrite de l'éditeur, sont notamment interdites toute réimpression, reproduction, copie de texte rédactionnel ou d'annonce ainsi que toute utilisation sur des supports optiques, électroniques ou tout autre support, qu'elles soient totales ou partielles, combinées ou non avec d'autres oeuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.



Gilet avec airbag gonflable intégré.

CAPSULE

Gonflé!

Voici une collaboration placée sous les meilleurs auspices. Le studio de création berlinois Acte TM s'est associé à Mercedes-Benz pour créer une collection capsule du nom d'ACC01. Sascha Huth et Philipp Groth ont imaginé 28 vêtements et accessoires inspirés par les codes design du constructeur automobile de Stuttgart. Ils sont ensuite passés à la vitesse supérieure en fabriquant les vestes, capes, jupes et sacs à partir de matériaux automobiles recyclés. Pour réaliser la collection, les deux directeurs artistiques ont fait appel au studio Kasia Kucharska, expert en matière de production durable. Le résultat, ce sont des pièces uniques



Bodysuit fabriqué à partir d'une housse de voiture de showroom recyclée.

aux accents high-tech et fashion qui fonctionnent en solo, mais aussi en total looks. Et même si la mode modulaire de Huth et Groth est avant-gardiste, elle n'en remplit pas moins la fonction de base d'un vêtement: protéger le corps. Par exemple avec des gilets et des jupes volumineux, qui rappellent et intègrent des airbags, ou des bodysuits rehaussés d'une matière en latex antidérapant. Après sa présentation lors de la Fashion Week de Berlin, la collection capsule est appelée à voyager sous forme d'exposition, avant d'être définitivement parquée au Musée Mercedes-Benz à Stuttgart.

Tina Bremer

BONNE BOUCHE

Une revenante d'avenir

PAR
PIERRE THOMAS



Dans «Les vignobles vaudois», Jacques Dubois rappelle qu'en 1944, les experts de la Station fédérale de Pully-Caudoz affir-

maient à propos de la mondeuse: «Ce cépage est à déconseiller à tout viticulteur soucieux de produire du bon vin et nous espérons qu'il disparaîtra partout où il a été planté.» Tandis qu'Ernest Chuard (futur conseiller fédéral) avait constaté: «Le gros rouge (mondeuse) réussit à Begnins mieux que partout dans le reste du canton.» Cela n'empêcha pas la mondeuse d'être supprimée de la liste des cépages autorisés dans le canton de Vaud de 1965 au début des années 2000. Aujourd'hui, elle est revenue à Begnins, sur 1500 mètres carrés, chez Noémie Graff, fournie par un pépiniériste vaudois...

Après avoir goûté celle des Chollet, à Lavaux, et des Mermoud, à Genève, où les enfants, Vincent, respectivement Damien, ont repris les vignes de leurs parents, Noémie Graff ne tarit pas d'éloges sur sa mondeuse noire. A la vigne, il faut certes en limiter le rendement, couper les épaules des grappes avant maturité, mais, récoltée un mois après le pinot noir, en cave, elle n'a besoin d'ajout ni de sulfites, ni de levures. Un «vin nature», alors? Certains vigneron de Savoie, sa patrie d'origine, la proposent ainsi. Mais si elle est membre des comités vin de Bio Suisse (bourgeon) et de l'Association suisse vin nature, Noémie Graff l'aime en version traditionnelle, sans élevage en bois: «Ma mondeuse me suffit aromatiquement.»

La 2020 était joliment poivrée, assumant sa parenté encore imprécisée avec la syrah, et une buvabilité remarquable grâce à son faible degré d'alcool (12%) et son acidité rapicolante. «Avec le réchauffement climatique, elle me paraît un cépage d'avenir, dont la maturité est tardive et la richesse en alcool maîtrisée.» Cette année, à l'été si chaud et si sec, elle va la cueillir ces prochains jours d'octobre. Et elle promet d'en replanter!



L'étiquette: Mondeuse noire 2021
Prix: 25 fr./75 cl
L'adresse: www.lesatyre.ch

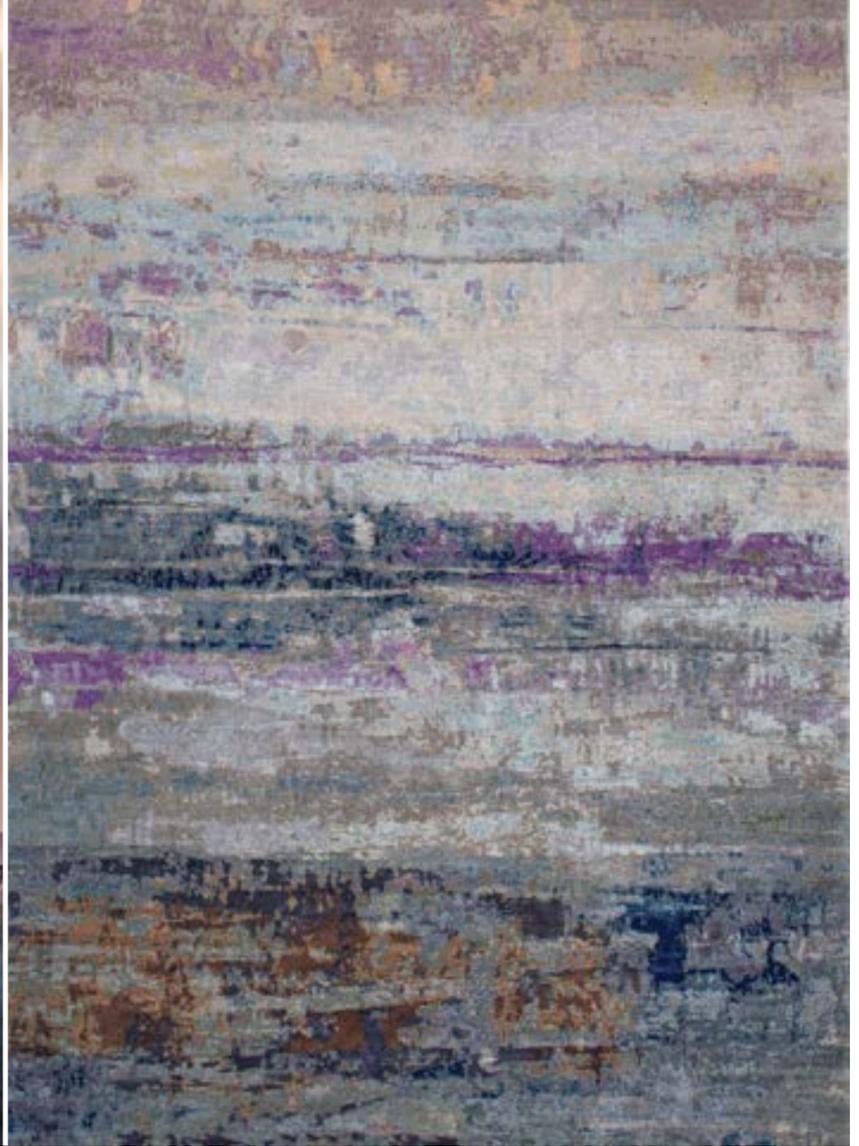
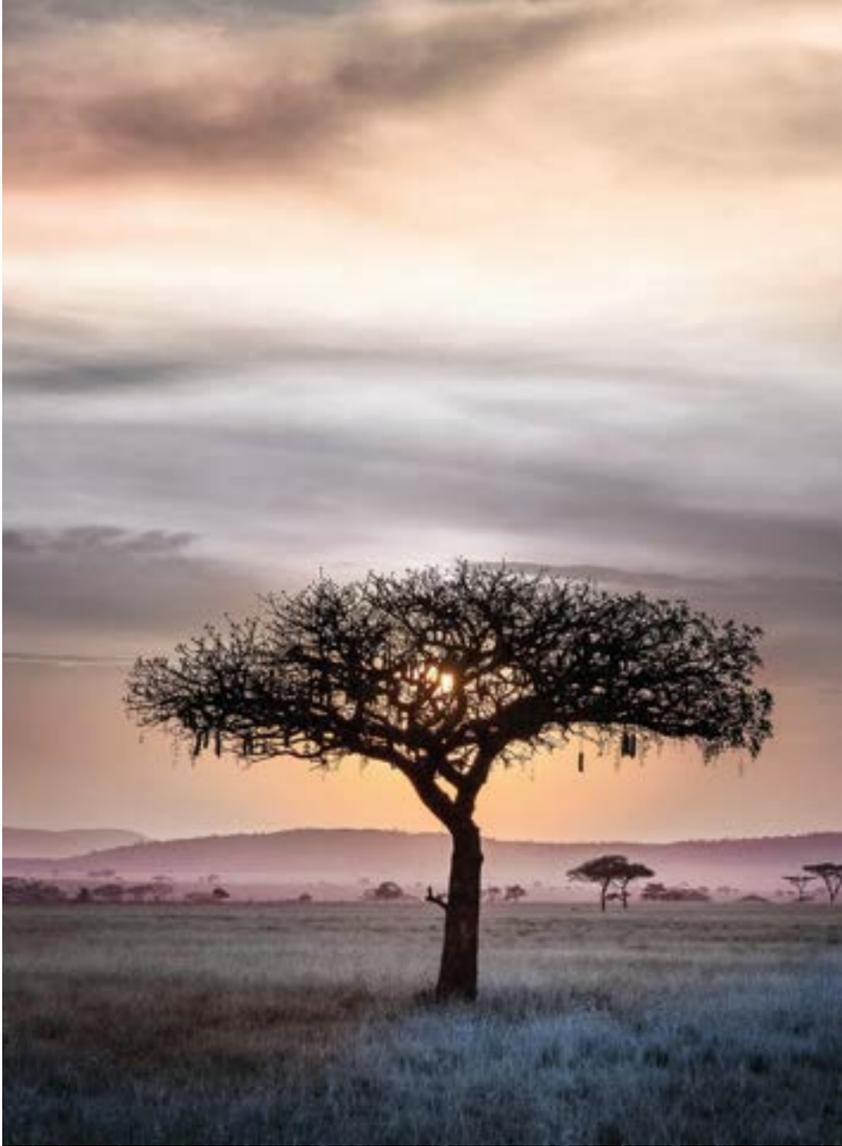


BEAUTÉ

Effet -WOW

Toujours à la pointe de la technologie, le groupe cosmétique japonais Shiseido fête son 150^e anniversaire et présente à cette occasion une nouvelle trouvaille: Bio-Performance Skin Filler. Il s'agit de deux sérums, l'un pour le jour, l'autre pour la nuit, à utiliser en simultané pour une action complète. Ils sont basés sur la technologie MolecuShift, annoncée comme révolutionnaire! Et ce n'est donc pas pour rien que Shiseido l'a fait breveter. Grâce à cette technologie en deux temps, l'acide hyaluronique est comprimée et peut pénétrer dans les couches profondes de la peau, où les molécules déploient toute leur puissance. L'épiderme est repulpé de l'intérieur, sans injection. Tina Bremer

Sérums Bio-Performance Skin Filler Shiseido avec technologie MolecuShift, 280 francs pour les deux flacons, www.shiseido.com



Le tapis Jioni (à droite) doit son nom au mot swahili pour pénombre et évoque ce moment où le jour s'adoucit en nuit dans la savane.

TAPIS

Fouler le sol africain

Au sol, un tapis rose en laine, soie et fil d'ortie décline un nuancier subtil qui fait miroiter la couleur. Mais si on regarde bien, si on laisse vaquer son esprit et s'envoler ses rêves, peut-être y verra-t-on les flots de l'incroyable lac salé Rëtba (lac Rose), au Sénégal, qui est en fait plutôt une lagune et doit sa couleur à une algue microscopique. Chaque pièce de la collection «Legends of Carpets» de la maison de design allemande Walter Knoll s'inscrit dans cet imaginaire de tapis magique sur lequel il suffit de s'asseoir pour s'envoler au loin. Ce lointain, en l'occurrence, mène au continent africain. C'est là que Markus Benz, le président de la compagnie, a connu des fulgurances visuelles et spirituelles, lors de voyages qui le ramènent encore et encore sur ces terres à la beauté archaïque. Des harmonies imprimées sur sa rétine, des photographies qu'il ramène, des impressions partagées plus tard sur place, l'artiste textile Helmut Scheufele extrait l'essence, transcrite en peinture abstraite. Voilà alors la base de ces tapis somptueux, tissés ensuite à la main

dans des ateliers familiaux dans l'Himalaya. Les fibres? Naturelles, il va sans dire, dont cet étonnant fil d'ortie, à la fois brillant et solide. Filage manuel, teinture à base de plantes et travail minutieux qui peut durer des mois, avec quatre ou cinq ouvriers (selon la largeur de la pièce) assis côte à côte et œuvrant en synchronie. Le tapis final s'impose alors «comme un paysage dans la pièce», selon le mot de Markus Benz. Là, on devine à peine la fureur d'un volcan rougeoyant. Ailleurs, l'œil se perd dans les ocres lumineuses de dunes au soleil. La collection s'enrichit chaque année de quelques pièces forcément uniques, chacune désignée par un nom swahili et accompagnée d'un dicton: «Là où règne l'amour, la nuit ne tombe jamais» pour le modèle ci-dessus. Trois univers composent la collection: paysages abstraits, variations monocolores et évocations, en pure soie, de pierres précieuses. *Renata Libal*

Legends of Carpets, Walter Knoll, 15 modèles à motifs abstraits, 9 modèles monochromes, 7 modèles en soie. Dès 8800 fr.

DESIGN

Iconique lombric



Surnommé le ver de terre (*Tatzelwurm*), le modèle DS-600 du fabricant suisse De Sede délie sa silhouette articulée depuis un demi-siècle. Ce canapé sculptural, composé d'éléments modulables assemblés par une fermeture éclair, est culte, vraiment. Pour preuve ses apparitions au cinéma: on peut citer *Saint Laurent* de Bertrand Bonello en 2014 ou la série de science-fiction *The Black Mirror*. Symbole des seventies, le DS-600 était une pièce maîtresse du célèbre Club 54 à New York, où de nombreuses stars s'y sont immanquablement lovées. Ce lombric de cuir a donc vu le jour dans une petite sellerie d'Argovie, en 1972, grâce au génie à huit mains d'Ueli Berger, Eleonore Peduzzi-Riva, Heinz Ulrich et Klaus Vogt. Pour son 50^e anniversaire, le DS-600 s'est offert l'intervention au spray de la designer textile suisse Franziska Born sur cinq modules – comme 5 décades – lors de la Zurich Design Week, en septembre. Chacune de ces pièces est ainsi devenue unique, prête à vivre d'infinis assemblages et désunions au gré des combinaisons. *E.L.*

DS-600, De Sede, 42 644 fr. pour un demi-cercle de 4 m de diamètre, chez Batiplus.



LIVRE

Royalement vôtre

Près de 300 pages et 5 kg racontent la Royal Oak d'Audemars Piguet, légende de montre dont la portée a dépassé le monde horloger. Ce beau livre, riche de documents inédits, en fournit toutes les preuves. *E.L.*

Royal Oak: From Iconoclast to Icon, Assouline, en anglais, 250 fr.



Le meuble de rangement Wogg 75 se fond dans tous les environnements.

DESIGN

Secrète crédence

Vins précieux? Lettres enflammées? Accessoires intimes? Bijoux chéris? Ou simplement lingerie en vrac? Ces trésors que l'on cache et qui prennent de la place trouvent aujourd'hui un écrin à leur honneur, avec ce délicat monolithe à porte coulissante. Sobre et élégante, la crédence nouvelle manière réussit l'exploit de dérober aux yeux les objets qu'elle contient tout en s'imposant dans l'espace, affirmant tant l'importance de son contenu que son rôle de coffre-fort stylé. Parfaitement contemporain, le meuble s'inscrit aussi volontiers dans les ambiances les plus diverses, comme en témoigne la mise en scène dans un palazzo milanais (ci-dessus) lors du Salone de 2021. Mais il n'y a pas que l'esthétique! La pièce est un petit bijou de technologie et de précision helvétiques, grâce à son système de fermeture Wogg 75 (inventé par Willi Glaeser et breveté) tout

en courbes et en fluidité. La porte s'enroule comme un serpent, sans un bruit, sans un accroc... L'entreprise Wogg est sise, depuis 1983, au pied du Jura soleurois et se spécialise en meubles de rangement et autres étagères à haute valeur d'ingénierie: le genre de pièce très délicate à concevoir et très facile à utiliser... Depuis l'arrivée du nouveau directeur créatif, le designer Christophe Marchand, l'accent est mis sur la ligne de crédences, qui s'enrichit cette saison d'une penderie à habits, d'une table de chevet... Et d'une déclinaison champagne à côté des originaux en noir ou argenté. En lamelles d'aluminium anodisé, chaque pièce est à la fois une prouesse technologique et un joli travail artisanal – avec le plaisir de la fabrication en Suisse. *Renata Libal*

Ligne Wogg 75, 6 modèles, en noir, argent, rouge ou champagne, www.wogg.ch, dès 3445 fr.



COUVRE-CHEF

Tête en joie

C'est dans la patrie du béret, le Pays basque, qu'est née Usua Landa, un 25 novembre, jour de la Sainte-Catherine, patronne des chapeliers. Les étoiles ainsi alignées, cette créatrice, établie en Suisse, a lancé sa marque en 2021. Sous le nom d'Ulaland (signifiant *joie dans la tête*), elle propose des couvre-chefs en feutre 100% laine, personnalisables grâce à des rubans interchangeables. La fabrication est artisanale dans de petits ateliers en Espagne. *E.L.*

Chapeaux, avec trois rubans, dès 290 fr. Bérets brodés à la main, dès 160 fr. www.ulaland.shop



BIJOU

Soleil sur la peau

Un candélabre d'oreille, un ostensor égaré, – que dis-je? – un soleil personnel? Quand le joaillier parisien Boucheron réinterprète son emblématique collection Serpent Bohème, imaginée en 1968, il fait les choses avec panache. La goutte sertie demeure, les écailles en dentelle aussi, mais les volumes explosent et la lumière irradie. *R.L.*

Collection Serpent Bohème Solarité, diamants et or, Boucheron, dès 2870 fr. (créoles: 40200 fr.)

Clins d'œil sexy et ludiques

TOY TOY TOY



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

Montrer ou cacher, plaire ou choquer, utile ou superflu. Cette triple interrogation du design trouve une résolution

originale dans le travail de Lara Bohinc. La deuxième collection de meubles dessinée par celle qui, 10 ans durant, sculpta des bijoux pour Cartier, attire en effet par des formes voluptueuses, promesses d'un confort régressif, autant qu'elle effarouche par un dessin à la sensualité abrupte, frontalement évocatrice.

De cette tension, jamais résolue, naît la



séduction de Peaches, dont les différents éléments portent des noms évocateurs d'intimités féminines rebondies: Big Girl, pour une chaise haute et enveloppante, Derrière pour un fauteuil bas, Peachy pour un pouf aux mamelons multiples. La créatrice les voulait à toute force, ces courbes reconfortantes et troublantes. Finis les portemanteaux filiformes souvent représentés dans l'art, la photographie ou le design, place aux corps, aux volumes, à une féminité qui en impose, physiquement et charnellement. Eh oui! la chair est du voyage, par ce choix du rose ou du rouge qui, lui aussi, divise et amuse à la fois. Car après tout, Big girls, Derrière, Peachy... ces noms sexy et ludiques sont autant de clins d'œil: «Ne nous prenez pas trop au sérieux, nous sommes là avant tout pour vous charmer.»

Collection Peaches, par Lara Bohinc : Chaise Derrière, 16 000 fr. Pouf Peachy, 6500 fr. Chaise Big Girl, 16 500 fr.



Beauté sans âge

POUR SES 190 ANS, LONGINES RÉGALE LES AMATEURS D'HORLOGERIE AVEC UN NOUVEAU MODÈLE DE LA MASTER COLLECTION, UNE LIGNE QUI ENCAPSULE L'ESSENCE DE LA MARQUE.

TEXTE LA RÉDACTION

L Y A CHRIS, 38 ans, fan de death metal, qui dit: «Un jour, j'en aurai une!» Il y a Andrew, à peine 30 ans, autant passionné de voitures que de montres, qui reconnaît être «parfaitement sous le charme». Et il y a Charlotte, la vingtaine, spécialisée dans la communication, qui y va d'un «Superbe!». Sur le compte Instagram de Longines, les commentaires ne manquent pas après le lancement du nouveau modèle Master Collection. Ce qui frappe en les lisant, c'est les profils: jeunes, seniors, collectionneurs, novices... Il faut dire qu'on a rarement vu autant d'habileté pour canaliser aussi largement l'enthousiasme public, l'adoubement aussi. Les trois modèles proposés (un en acier, et deux séries limitées de 190 exemplaires en or jaune 18 carats et en or rose) rassemblent les générations, hommes et femmes confondus. Pourquoi? La ligne est fidèle à l'ADN de la collection originelle lancée en 2005. Les particularités de cette dernière? C'est d'abord l'attention du détail. Un boîtier rond, parfait, des chiffres arabes finement gravés, un design d'une grande délicatesse. Et que dire de ces aiguilles, dont les pointes ultra-fines ponctuent le chemin de fer qui court en périphérie des heures! Son succès est aussi une célébration de la belle mécanique et une ode au savoir-faire, puisque tous les modèles sont dotés de mouvements automatiques. En plus des références dites à 3 aiguilles, qui affichent les heures, les minutes et les secondes, la ligne propose de nombreuses autres complica-

tions. L'offre est pléthorique: phases de lune, réserve de marche, chronographe... Et, finalement la collection incarne cette élégance intemporelle, signature de la marque depuis sa fondation en 1832.

Une référence avec une vraie valeur ajoutée historique

Longines, qui va donc bientôt fêter ses 200 ans (en 2032), n'a ainsi jamais perdu de vue l'idée que son passé était un fabuleux terreau d'avenir. Chacune de ses montres contient un pan de l'histoire de la maison et c'est précisément ce que les clients recherchent aujourd'hui. Du comptoir d'horlogerie de St-Imier fondé par Auguste Agassiz en 1832 à aujourd'hui, la marque au sablier ailé a traversé toutes les époques avec panache. Il y a aussi ce développement associé à la chronométrie et à la mesure du temps dès les années 1880, lorsque les garde-temps Longines étaient utilisés pour chronométrer des courses de chevaux. Cette relation étroite avec l'univers équestre perdure encore aujourd'hui. Au fil des années, des liens solides et durables se sont également tissés avec le monde du sport, grâce à la confiance des pionniers de tous les domaines de l'exploit, de l'aéronautique à la navigation en passant par la course automobile ou l'exploration des pôles. Les pièces fortes ont marqué leur temps, la Master Collection en tête. Ce nom résume à peu près tout: Master. C'est probablement l'une des lignes les plus emblématiques de Longines dans la catégorie «Watchmaking Traditions».

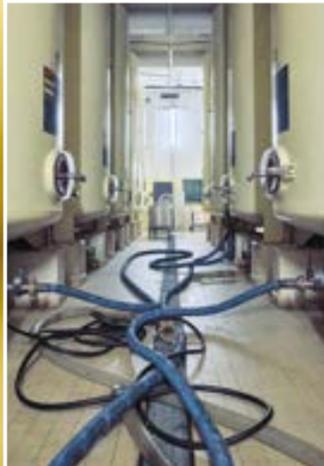
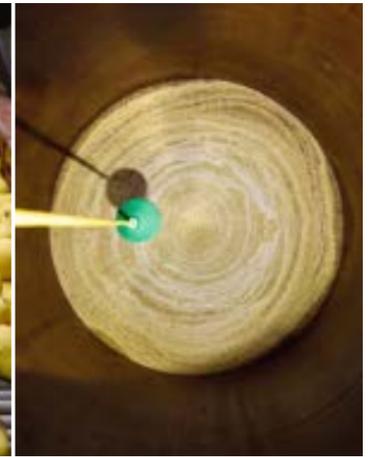
Piocher dans les archives le sel des collections

Après la Spirit Zulu Time et l'Ultra-Chron, le modèle dédié dans la Master Collection est la troisième pièce de Longines cette année à faire honneur au patrimoine maison. Les trois déclinaisons sont chics, sobres, un brin vintage. Cette approche est sensationnelle, car elle aborde pile le propos du moment. La montre synthétise les codes esthétiques de la maison et la perpétuation de l'esprit classique se retrouve dans le cadran – anthracite grené, gris satiné ou argenté sablé –, qui se distingue par ses finitions uniques et la finesse de ses chiffres arabes gravés. Les heures, minutes et secondes tournent au gré d'aiguilles roses, dorées ou en acier bleui, qui accentuent le raffinement épuré des cadrans. Ce n'est pas pour rien non plus que le boîtier affiche 40 mm de diamètre, une taille qui n'exclut aucun poignet. Evidemment, un cœur mécanique bat dans cette pépite: un calibre exclusif Longines d'une grande précision, doté d'un spiral en silicium. Bonus: la minutie du calibre peut être admirée au travers d'un fond transparent orné d'une gravure commémorative. La Master Collection 2022 traduit bien la perpétuation de l'essence Longines à travers les âges et les générations. Pour le plus grand plaisir de tous, notamment ceux qui scrollent sur les réseaux sociaux à l'affût des nouveautés. Comme Alvin, résident de Tokyo, qui trépigne d'impatience: «Vivement le 200^e anniversaire pour connaître la suite!»



INTEMPOREL

Élégant et intemporel, ce modèle en acier, fait revivre un savant mélange des années 1970, 1980 et 1990, à travers son cadran argenté à la finition sablée. Son boîtier arrondi et poli aux cornes intégrées sied autant aux poignets masculins que féminins avec ses 40 mm de diamètre. Ce basic du vestiaire encapsule l'histoire mécanique de Longines dans son mouvement automatique.



POIRES À L'EAU...

À GAUCHE Les poires Williams viennent en priorité de producteurs locaux. EN-HAUT Les fruits sont triés à la main, puis réduits en purée. CI-DESSUS Les cuves géantes où a lieu la fermentation afin que le sucre naturel devienne alcool. CI-DESSUS À DROITE La mise en bouteilles, ici de la liqueur Williamine®. CI-CONTRE Il faut 12 kg de poires Williams pour 1 litre de Williamine®.

Bonnes poires

DEPUIS PLUS DE 130 ANS, LA DISTILLERIE MORAND FAIT BATTRE LE CŒUR DE MARTIGNY GRÂCE À SES CÉLÈBRES EAUX-DE-VIE, LIQUEURS ET AUTRES «BONS SIROPS» MADE IN VALAIS.

TEXTE JENNIFER SEGUI PHOTOS JEREMY BIERER

IMPOSSIBLE DE LA RATER. Comme un vaisseau amiral arrimé au centre de la ville, elle trône. Tout en longueur, constituée de plusieurs bâtiments hétéroclites rajoutés au fil du temps, la distillerie Morand s'étale de sa proue, incarnée par la maison familiale, juste en face de la boutique surmontée du célèbre nom en lettres rouges vintage, à sa poupe, constituée des différents bâtiments de stockage. A la barre du navire depuis bientôt cinq générations, le clan Morand fixe toujours le cap de ce qui est, au fil du temps, devenu bien plus qu'une entreprise: une véritable institution, un élément clé du patrimoine local et régional.

La preuve? Les files de curieux qui, en cette matinée, se succèdent pour les visites guidées, pour découvrir les secrets de fabrication des «Bons sirops Morand», comme le proclame l'incontournable slogan, ou ceux de la Williamine® et de la poire entière dans la bouteille premium. En réalité cette dernière est placée directement sur le bourgeon et reste en place jusqu'à maturité. du fruit. Dans le dédale de la distillerie et des sous-sols, les questions fusent, sous l'œil impassible des soixante employés affairés et sous le regard amusé de Fabien Haenni, CEO de l'entreprise depuis 2015. Après près de cent dix ans en mains exclusivement familiales, c'est aujourd'hui un directeur général extérieur qui gère les affaires. Incollable sur l'histoire et la fabrication des produits, le Valaisan n'avoue qu'une lacune: la recette des liqueurs du Grand-Saint-Bernard qui a fait le succès de la marque lancée en 1889: «Elle est écrite dans un carnet noir enfermé

dans un coffre dont seuls quelques membres de la famille Morand possèdent la clé.»

Ces deux spiritueux, le vert et le jaune à base de safran, mélanges de plantes alpines et de miel local, sont toujours fabriqués dans l'une des pièces emblématiques de la distillerie, celle des alambics historiques. Cuves de cuivre, meubles de métier aux mille et une fioles entreposées, carrelage usé... C'est dans ce lieu, où le temps semble s'être arrêté au milieu du siècle dernier, que plantes pour l'absinthe, génépi et autres décoctions maison sont encore exclusivement distillées par un membre de la famille, à la manière de Louis Morand, fondateur il y a près de 133 ans de la distillerie valaisanne.

Des poires Williams et de l'eau douce

Quant à la Williamine®, et à l'abricotine, les deux eaux-de-vie emblématiques de la Maison, développées dans les années cinquante par son fils et successeur André, elles ont été les premières à obtenir le label AOP, pour appellation d'origine protégée. Et c'est dans les fruits soigneusement choisis qu'elles puisent leur saveur incomparable: «Nous achetons la plupart des poires Williams à des producteurs de la région. Quant aux abricots Luizet, nous avons notre propre verger au-dessus de Saxon», précise Fabien Haenni. Soigneusement sélectionnés à la main dès leur récolte, les fruits sont ensuite réduits en purée puis mis en fermentation afin que leur sucre naturel se transforme en alcool. Dans une cathédrale silencieuse faite de cuves géantes enfouies dans les profondeurs de la terre, seul un régulier glouglou atteste de la

lente alchimie. «Quand l'oenologue le décide, on procède à la distillation, puis on place le distillat dans des cuves de stockage où on rajoute l'eau particulièrement douce de Martigny pour faire baisser le pourcentage d'alcool de 80 à 43 degrés», explique Fabrice Haenni.

Une boisson pour les amateurs de pousscafé, une population notoirement à la baisse. Ce qui oblige la Maison Morand à diversifier ses activités, à développer de nouveaux produits et à explorer des marchés – quitte à devoir, parfois, s'approvisionner un peu plus loin que le verger voisin. Un mouvement initié en particulier par Jean-Pierre Morand, quatrième génération. Avocat de métier, il est, comme ses frères et cousins, passionné par l'entreprise et désireux de la transmettre en santé aux générations futures: «Nous étendons les produits alcoolisés, notamment ceux dédiés à la mixologie. Nous développons la gamme des sirops, modernisons les étiquettes. Et nous nous diversifions, avec le rachat des tisanes et herbes aromatiques de montagne Rostal et de la cosmétique naturelle avec une participation dans Jardin des Monts ou encore de Swiss Boco, qui produit les conserves Chomel.»

L'une des fiertés de la maison? La fabrication en urgence de solutions hydroalcooliques AOP pour pallier la pénurie au début du Covid: «Cela a mobilisé toute l'entreprise qui s'est sentie utile. Le public a adoré. Si bien que nous en produisons encore.» Une preuve de plus du sentiment d'attachement «charnel et physique», ressenti par la famille Morand mais aussi par ceux qui aiment cette enseigne centenaire et son petit supplément d'âme. ☉



Louis Morand

Louis Morand a 22 ans lorsqu'il crée la distillerie en 1889 pour y produire liqueurs de plantes locales, vermouth et eaux-de-vie. A partir de 1921, c'est son fils André, qui prend la relève et développe l'entreprise, lançant notamment l'eau-de-vie de poire Williams et les sirops. En 1958, son fils Louis Morand, appuyé par sa sœur Colette, lui succède, développe les marques et améliore encore la qualité. Depuis les années 2000, la quatrième génération reprend les rênes.



Groundpiece
canapé composable
Antonio Citterio Design
Made in Italy
flexform.it

FLEXFORM

Doux mouton

LA VESTE EN MOUTON RETOURNÉ REVISITÉE EN OVERSIZE, DESTRUCTURÉE, COLORÉE, EN VRAIE PEAU OU EN SYNTHÉTIQUE, VA ENCORE NOUS TENIR CHAUD LONGTEMPS.

TEXTE JENNIFER SEGUI

ON AURAIT PU CROIRE que la mise au ban de la fourrure, plus vraiment politiquement correcte et franchement pas en odeur de sainteté chez les

jeunes générations, aurait (aussi) sonné le glas de cette pièce iconique. Contre toute attente, le mouton retourné fait de la résistance, squattant en version revue et corrigée la plupart des défilés automne-hiver 22-23. Laine colorée chez Hermès et Paul Smith, coupes oversize pour Loewe ou Y/Project ou flying jacket encapuchonnée chez Kenzo... En vraie ou fausse peau, les créateurs font twister à leur manière ce vêtement reconnaissable entre tous. La shearling jacket (terme anglais signifiant agneau frais tondu) est un savant mélange de peau et de laine – «souvent de l'agneau, plus léger et plus souple que le mouton, venu de Toscane, de France ou d'Espagne», comme précise Ivan Benjamin, vice-président de SwissFur – taillée pour tenir chaud. Elle s'adapte à tous les styles, du manteau douillet au blouson plus ajusté inspiré de l'aviation. Dominique Harnois, fondatrice de l'Académie du luxe, qui dispense, à Montreux et Paris, des formations continues aux professionnels de la branche, n'est en rien étonnée de ce retour en grâce: «Dans notre époque chahutée, cette pièce répond tout à fait à un besoin de confort, de chaleur et de protection. C'est un vêtement cocooning par excellence et les nouvelles façons de le dessiner, en version plus large, en fourrure synthétique parfois, correspondent parfaitement aux goûts actuels.»

Quant à la délicate utilisation de matière animale, la spécialiste nuance: «Il y a un fort rejet de fourrures comme le vison ou l'hermine, issues d'élevages parfois pointés du doigt. Outre la question du bien-être animal, elles sont perçues comme des symboles de pouvoir. En revanche, les peaux utilisées aussi en maroquinerie, comme le veau ou la chèvre, sont encore relativement tolérées.»

C'est à la Préhistoire et aux premières périodes glaciaires que remontent les premières utilisations de peaux de bête. De retour de chasse, Néandertal sépare la viande des peaux pour faire de ces dernières des tapis isolants au sol et des pièces pour se vêtir. Si, à l'époque, les espèces «trophées» comme le loup sont encore les plus utilisées, la version mouton de la veste home made accompagne les débuts de la pastorale au Moyen Age. A cette époque où les classes aisées se parent de renard ou d'hermine quand il s'agit de parcourir la lande, un manteau de laine de mouton ou de chèvre, dont la fourrure est souvent encore portée à l'extérieur du vêtement, fait parfaitement l'affaire pour les paysans. Au fil des années, les techniques



1850

de lavage et de séchage s'améliorent et permettent la confection de pièces de plus en plus élégantes. A l'époque victorienne, en Angleterre, patrie du mouton dans tous ses états, les shearling jackets protègent les travailleurs comme les classes les plus aisées.

Chouchou des pilotes et des stars

Chaud par sa laine, protecteur grâce à sa peau, le mouton retourné offre un confort à toute épreuve et constitue un parfait isolant thermique. Dans les années 1920, c'est un Américain, le parachutiste Leslie Leroy Irvin, qui a l'idée d'utiliser la matière pour développer le célèbre blouson bombardier, capable de résister aux températures des avions de combat dépourvus de cabines de la Royal Air Force. Faite d'une peau de mouton retourné brute, la mythique veste est garnie de laine aux poignets et sur le col, pour éviter de laisser entrer le froid. Devant tant d'efficacité, l'Irvin sheepskin flying jacket se diffuse dans de nombreux pays, tandis que les Américains apportent plus tard quelques améliorations techniques selon le profil des pilotes: la catégorie A en cuir et soie ou coton aux aviateurs ordinaires et la catégorie B, en peau lainée, à ceux aux commandes de bombardiers et d'avions de chasse en hiver. Arboré par les héros de la guerre, le mouton retourné devient le vêtement chouchou des stars: Marlon Brando et James Dean l'arborent à la scène comme à la ville. Dans les années 1960, les longs manteaux afghans de mouton retourné à poil long habitent les hippies girls tandis que dans les seventies et les eighties Robert Redford ou Alain Delon



1954



1977

ne quittent plus leur canadienne, la version trois-quarts ou façon trench coat du mouton retourné. C'est alors qu'une petite chute en popularité fait suite à l'engouement. Dans les années 2000, le succès de la UGG, cette improbable botte en mouton retourné portée par les surfeurs australiens, marque pourtant le retour de la matière.

Modernisé par les créateurs, porté par les icônes de la street culture et les stars de ciné, qui adorent son côté authentique, iconique et popu à la fois, le mouton retourné assure que le bonheur est toujours dans le pré! ☺



Emmitouffés dans leurs blousons d'aviateur, les membres de l'équipage d'un bombardier américain (Goose Bay, Labrador, Canada).

1942



1965

D'UNE PEAU À L'AUTRE

1850 Dans l'Angleterre victorienne le shearling coat habille aussi les classes aisées (ici Lady Randolph Churchill, mère de Winston).

1954 Marlon Brando, à la scène et à la ville avec sa sheepskin flying jacket.

1965 La version trois-quarts, appelée canadienne, portée par Alain Delon.

1977 Le manteau afghan à poil long sur les épaules de la chanteuse anglaise Lynsey de Paul (ici avec Mike Moran)

2022 Le blouson bombardier par AMI.



2022

Première classe

CHANEL PRÉSENTE LA PREMIÈRE EDITION ORIGINALE. CETTE MONTRE, BIJOU ET ACCESSOIRE DE MODE CONCENTRE LES CODES HISTORIQUES DE LA MAISON DEPUIS TRENTE-CINQ ANS.

TEXTE LA RÉDACTION



LE BOÎTIER

Sa forme octogonale est dotée d'une glace saphir biseautée (26,1 x 20 x 7,65 mm). Elle fait référence au plan de la place Vendôme, un lieu que Gabrielle Chanel contemplant depuis sa suite du Ritz où elle s'installa dès 1935. Le même plan a aussi inspiré le bouchon du flacon du parfum N°5. Les codes emblématiques traversent ainsi tous les départements de la maison.

LE CADRAN

Laqué noir, sans aucun chiffre ni index, il est le symbole d'une élégance épurée et féminine qui tranche avec les codes horlogers. Il rend hommage à cette couleur que Mademoiselle a sorti du deuil pour en faire la marque d'un style et d'une allure intemporels que la montre Première incarne depuis trente-cinq ans.

LE BRACELET

Tout comme la forme du boîtier, le bracelet s'inspire d'une célèbre icône de la maison de couture, le sac matelassé 2.55. Plus précisément, il évoque la chaîne entrelacée de cuir qui, en 1955 à sa naissance, offrait aux femmes la liberté de porter un sac sans mobiliser les mains. Cette chaîne devient ici un bracelet, souple, élégant, délicat comme un bijou, s'affranchissant des codes de l'horlogerie traditionnelle et masculine. Ce bracelet a constitué, en trente-cinq ans, un terrain de jeu infini, avec à la clé de nombreuses variations: mailles en acier avec cuir rouge, double tour, garni de charms, ou simplement remplacé par un caoutchouc au toucher de velours.

LES AIGUILLES

Deux petits brins discrets, aux finitions dorées, tournent sur la surface noire et lisse. Elles font défiler les heures et témoignent – si discrètement – de la fonction horlogère de l'objet.

LA COURONNE

L'harmonie et la géométrie bicolores, or et noir, sont matérialisées dans cette couronne en acier revêtu d'or jaune 18 cts sertie d'un cabochon d'onyx. Celui-ci appuie le vocabulaire féminin et bijoutier de la montre.

LE MOUVEMENT

Cet élégant boîtier enferme un mouvement à quartz. En 2012, pour son 25^e anniversaire, la Première s'est offert une pièce exceptionnelle avec un tourbillon volant, complication manufacturée en Suisse, comme l'ensemble des garde-temps Chanel.

LE FERMOIR

Sobriété, lignes pures et raffinement extrême pour ce fermoir acier revêtu d'or jaune 18 cts. Sur sa surface lisse, le label CHANEL est gravé en toutes lettres.

LE TEMPS DE L'HORLOGERIE

Chanel la mode, le parfum, le bijou et bien sûr Chanel la montre. Cette romance est née en 1987 sous l'impulsion du directeur artistique de la maison, Jacques Helleu. Il avait été appelé trente ans auparavant – il n'avait alors que 18 ans – pour s'occuper des questions de «goût». Il avouera ne jamais avoir vraiment compris de quoi il s'agissait... C'est lui qui conçoit la première montre Chanel, nommée simplement Première (c'est aussi le nom de la fonction de la cheffe d'un atelier de haute couture) avec l'idée d'un modèle qui fasse date et ouvre à la maison les portes de l'horlogerie. Trente-cinq ans après, Première a été suivie d'autres garde-temps – J12, Code Coco, Boy-Friend, Monsieur de Chanel – qui tous portent les marques identitaires de la maison, tout en s'appuyant sur l'expertise de l'horlogerie suisse garantie par la manufacture dédiée à La Chaux-de-Fonds.

PREMIÈRE DES PREMIÈRES

Toute l'histoire de Chanel est le fruit d'une rupture des codes et des convenances. Pour son entrée en matière horlogère, en 1987, la maison parisienne ne fait pas exception à la règle. Elle lance une montre de femme, élégante, un rien impertinente, car elle ne se calque pas sur un modèle masculin en le réduisant simplement au poignet des dames, ce qui était alors souvent le cas. «C'est notre ADN et un code CHANEL à part entière. Bien plus qu'une montre, Première est une leçon de style», explique Arnaud Chastaingt, directeur du Studio de Création Horlogerie de Chanel. En 2022, la marque remet en lumière cette Première, au moment où l'horlogerie et la joaillerie Chanel prennent leurs quartiers dans l'hôtel particulier réaménagé au 18 place Vendôme en l'inscrivant dans le champ historique et stylistique de la maison.

Mon beau cadran

LE CADRAN S'IMPOSE CET AUTOMNE COMME NOUVEAU TERRAIN D'EXPÉRIMENTATIONS. MATIÈRES, TECHNOLOGIES ET EFFETS INÉDITS HABILLENENT CETTE PARTIE CENTRALE DE LA MONTRE. ATTENTION LES POIGNETS!

TEXTE MATHILDE BINETRU Y



REFLET

Dans son travail sur le bâti, l'architecte japonaise Kazuyo Sejima, lauréate en 2010 du Prix Pritzker, joue souvent sur l'effet miroir: l'immeuble disparaît dans le paysage, qui se reflète sur ses façades. En version horlogère, sur un espace minimal, cette approche donne un modèle surprenant. La collaboration entre Bvlgari et Kazuyo Sejima relève d'une quête de la transparence, du visible et de l'invisible. Le rendu miroir avec motif de points est rehaussé par un boîtier et un bracelet en acier poli. Extra-plate, limitée à 360 exemplaires, cette montre automatique saute la barrière du classique avec une audace folle.

Bvlgari Octo Finissimo Sejima Edition, 16 600 fr.



GIVRÉ

Le modèle 1858 Iced Sea existe en trois cadrans – bleu, vert et noir – tous déclinant l'effet givré. Pour la version ci-contre, les designers se sont inspirés des cendres volcaniques se déposant sur la glace dans les pôles alors que les concepteurs se sont plongés dans leurs livres de chimie pour retranscrire cette image. Résultat: un cadran en charbon poli noir avec impression «gelée» réalisé grâce à une technique ancestrale presque oubliée: le gratté boisé. Résistant aux températures extrêmes, c'est aussi la toute première montre de plongée de la marque, étanche à 300 mètres.

Montblanc 1858 Iced Sea Automatic Date, 2995 fr.



POLYCRISTAL

Oubliez tout ce que vous savez sur les pierres précieuses et imaginez un cadran composé de diamants polycristallins. Késako? Il s'agit de pierres précieuses créées par l'homme grâce à une technologie de pointe baptisée «dépôt chimique en phase vapeur» (CVD). On reproduit à un rythme accéléré le processus de fabrication d'un diamant naturel au cœur d'un réacteur contenant des gaz portés à une température extrême. Le résultat final est une véritable démonstration technique: une Carrera de 44 mm avec mouvement tourbillon totalement sertie.

TAG Heuer Carrera Plasma Tourbillon Nanograph, prix sur demande.



FACETTES

Avec ses formes biseautées et ses faces polies, la dernière création signée Hublot et Orlinski ne passe pas inaperçue. On retrouve le style anguleux des sculptures de l'artiste et musicien français, du cadran jusqu'au bracelet. Quant à la maestria technique de l'horloger, elle s'exprime via le calibre HUB1100 à remontage automatique doté d'une réserve de marche de 42 heures. Il faut souligner aussi le choix (judicieux) de la céramique blanche ou noire selon les modèles, idéale pour donner du relief à l'ouvrage. Quand l'art et le temps ne font plus qu'un!

Hublot Classic Fusion Orlinski Bracelet, 14 900 fr.



CRISTAL

Pourquoi est-ce que cette série limitée à 38 exemplaires fait-elle l'unanimité? On pourrait répondre: «A cause de son diamètre de 38,5 mm, de sa sobriété. Bref, elle est universelle.» Pas seulement. C'est que le cadran «Frozen Star» est une merveille! Il est fabriqué à partir du métal précieux le plus rare sur Terre, l'osmium, cristallisé à des températures extrêmement élevées, avec un point de fusion de 3000 degrés. D'un gris bleuté profond à un bleu presque blanc, les tons du cadran répondent comme un écho à ceux argentés froids du boîtier et du bracelet en acier.

Czapek Antarctique Osmium S, 76 000 fr. (HT).



ARC-EN-CIEL

Elle voulait «réaliser un arc-en-ciel à l'endroit le plus improbable, un peu comme en ville quand on observe une réflexion huileuse à la surface d'une flaque». Pari réussi pour la créatrice joaillière Carolina Bucci qui propose un cadran de prime abord noir, révélant en réalité un spectre multicolore à effet tapisserie. Cet effet optique s'inscrit sur une Royal Oak. Le saphir «rainbow» avec effet miroir poli joue des contrastes avec un boîtier de 34 mm de diamètre en céramique noire. Attention, cette édition (hautement désirable) est limitée à 300 exemplaires!

Audemars Piguet Royal Oak Automatique Edition Limitée Carolina Bucci, prix sur demande.



SYSTÈME D'ASSISES **CONNERY** | DESIGN RODOLFO DORDONI
FAUTEUIL **TORII** | DESIGN NENDO
PETITE TABLE **BOTECO** | DESIGN MARCIO KOGAN / STUDIO MK27
DÉCOUVREZ-EN PLUS DANS MINOTTI.COM/CONNERY

AGENT HENRIK MAASZ
T. 091 7911008 - INFO@PMOBILE.CH
LISTE DE REVENDEURS: WWW.MAASZ.CH

Minotti



Moins d'eau, plus de style

LES CONCEPTIONS DE SALLES DE BAINS FONT FACE À UN NOUVEL ENJEU: L'ÉCONOMIE D'EAU. MAIS CETTE CONTRAINTE NE DOIT PRÉTÉRITER NI LA BEAUTÉ DU DESIGN NI L'HÉDONISME RESENTI.

TEXTE PATRICIA LUNGHI

AU DERNIER SALON DE MILAN, ce rendez-vous annuel où la planète design se rencontre et fait le point sur les nouveautés, la créatrice Elena Salmistraro a présenté une installation autour de la régénération à travers l'eau, entendue comme une renaissance, un renouvellement radical grâce à l'élément liquide.

La Milanaise a créé une fontaine à sept têtes, à partir du lien entre l'eau ou «hydor» comme l'appelaient les Grecs anciens et l'hydre mythologique, serpent de mer immortel affronté par Hercule et dont les têtes repoussent au fur et à mesure qu'elles sont coupées. Pour la jeune designer, le monstre devient un symbole de renaissance, coloré et ludique, source de vie: «Cette période particulière constitue une phase de transition, de changement, dit-elle, de mutation des habitudes, des styles et des pratiques. Notre planète ne peut plus attendre.» Ainsi, l'œuvre entièrement réalisée à partir de matériaux recyclables était dotée de nouveaux robinets à commande vocale, distribuant l'eau par les langues de serpents. Si l'installation était joyeuse au regard, elle n'en soulignait pas moins l'un des enjeux majeurs du XXI^e siècle: la nécessité absolue de limiter la consommation d'eau.

Nos salles d'eau sont évidemment en première ligne de cette réflexion, elles qui sont devenues bien davantage que des lieux destinés à la toilette quotidienne: véritables espaces dédiés au bien-être, à la détente et pour certains même à la méditation. Notre rapport à l'hygiène a considérablement évolué au cours des siècles et les bienfaits de l'eau sont connus depuis la nuit des temps, les Grecs et les Romains y avaient déjà recours. Mais il faudra attendre la fin de la Seconde Guerre mondiale pour que l'eau courante entre dans les ménages et ces dernières décennies seulement ont vu les salles de bains évoluer en intimes pièces de plaisance et havres de paix, avec des douches cascades, des hammams privés, des jacuzzis très gourmands en eau. Nos besoins – nos envies? – ne cessent d'enfler, la demande a même doublé en 30 ans. C'est dire la taille du défi: comment offrir le même confort tout en diminuant la consommation?

La technologie au service de la durabilité

Mandataire du projet artistique et militant d'Elena Salmistraro, l'entreprise Guglielmi, pionnier de la domotique et de l'intégration de la smart technology dans la robinetterie, y répond par l'innovation. Une application permet de contrôler le flux d'eau, à distance ou par commande vocale, ce qui s'avère très utile quand on a les mains sales ou occupées. En outre, la même application permet de surveiller sa propre consommation, en termes de débit et de coût, de personnaliser la quantité d'eau à utiliser et de régler la température à tout moment. Autre mesure, visant l'eau potable cette fois, Guglielmi a mis au point PURA, une collection de robinets innovants qui filtrent et distribuent de l'eau gazeuse, froide ou bouillante, pour éviter l'achat de bouteilles en PET.

La consommation et l'utilisation intelligente de l'eau interpellent tous les fabricants, des cuisinistes aux producteurs de sanitaires. Pour offrir de nouvelles prestations tout en réduisant le débit, l'évolution de la salle de bains passe notamment par la technologie. Ainsi Geberit et son célèbre WC douche AquaClean, avec technologie brevetée WhirlSpray, fournit un jet d'eau pulsé, mélangé dynamiquement avec de l'air, à cinq niveaux de pression et de température réglables, pour une hygiène intime agréable et complète avec une consommation d'eau minimale. Un détecteur de présence, via un capteur spécial, empêche l'activation du jet par inadvertance.

De son côté, le groupe Hansgrohe, spécialisé en robinetterie et qui englobe aussi la marque Axor, très orientée design, est en train de repenser la salle de bains avec une consommation d'eau et d'énergie réduite de 90%. «D'ici à 2030, nous voulons convertir l'ensemble de notre portefeuille de produits en technologies économes en eau et en énergie. A l'avenir, elles devront faire partie de chaque rénovation et nouvelle construction à haut rendement énergétique», déclare Hans Juergen Kalmbach, président du conseil d'administration.

Mais la révolution va sans doute passer par une révision complète de nos habitudes et du dessin de nos salles d'eau. Pour Hansgrohe, toujours, il faudra sans doute réfléchir à séparer hygiène et bien-être.



INSPIRATION

Au dernier Salon de Milan, la designer Elena Salmistraro a présenté une installation mettant en scène la mythologie et la préciosité de l'eau.



ESQUISSES DE SOLUTIONS

Guglielmi (page de gauche) L'entreprise de robinetterie italienne mise sur les technologies de contrôle de l'eau à distance, pour une utilisation sur mesure.

Laufen (à gauche) Le géant suisse du sanitaire propose une robinetterie parcimonieuse, pour un design souvent spectaculaire.

Geberit (ci-contre) L'art du détail: les WC à jets minutieux ne gaspillent pas une goutte.

A cet effet, le département technique travaille de concert avec ses designers externes, au sein d'une équipe interdisciplinaire, pour repenser entièrement un concept de salle de bains en accord avec l'engagement de l'entreprise allemande «In Touch with our Planet» (en contact avec notre planète), tout en répondant à tous les besoins humains, hygiène et bien-être notamment. Mais chut, ils ne laissent filtrer aucune piste pour le moment...

Même si la salle de bains reste un lieu rituel, le premier que nous visitons au réveil, le dernier au coucher, elle a connu une évolution étonnante au cours des 20 dernières années. Selon l'entreprise historique suisse Laufen, initialement spécialisée en céramique avant d'étendre sa gamme à l'entier du secteur sanitaire, elle a acquis au fil du temps un rôle central dans les foyers. A la pointe de l'innovation, la marque suisse est constamment à la recherche d'expériences

nouvelles et inattendues à travers le design, les matériaux et les technologies. Laufen travaille également au développement de solutions qui réduisent la consommation d'eau et qui conservent la chaleur dans les salles de bains. Ses robinets sont tous dotés de la fonction Eco+ afin de limiter le débit d'eau chaude et d'économiser de l'énergie, ils sont également équipés d'aérateurs qui enrichissent le mélange d'air et d'eau, ce qui permet de réduire la quantité d'eau utilisée. Economie certes, mais sensorialité préservée, promis!

Pour les fabricants, les défis présents et futurs constituent autant d'occasions de développer de nouvelles approches et des concepts innovants dans un plus grand respect des ressources naturelles. Si la recherche du moment se concentre surtout sur la robinetterie, gageons que le moment est proche où le design de nos salles de bains va exprimer un rapport nouveau à l'eau et au corps. ☺



L'EXCELLENCE DU SAVOIR-FAIRE JAPONAIS

LE NOUVEAU MAZDA CX-60 HYBRIDE RECHARGEABLE

Découvrez le concept japonais du Ma, qui célèbre la beauté et la sérénité d'un intérieur sobre, dans un habitacle où chaque élément de design a sa raison d'être. Des matériaux travaillés avec soin, comme le bois d'érable véritable, le cuir de qualité supérieure, les textiles japonais et les détails chromés, sont associés en parfaite harmonie dans un véhicule entièrement conçu autour de son conducteur. Si nous accordons autant de soin aux détails, imaginez les émotions que vous ressentirez au volant du nouveau Mazda CX-60.
mazda.ch/cx-60



Mazda CX-60 Takumi e-Skyactiv PHEV 327 AWD, consommation 1,5 l + 23,0 kWh/100 km, CO₂ 33 g/km, efficacité énergétique B.

DRIVE TOGETHER





Stine Gam et Enrico Fratessi, le couple-duo de GamFratessi, installés dans les éléments de la ligne Fynn, qu'ils ont réalisée pour la maison Italienne Minotti.

CONTINUER À JOUER

LE COUPLE DE DESIGNERS **STINE GAM** ET **ENRICO FRATESI** UNIT AVEC SUBTILITÉ LES CULTURES ITALIENNE ET DANOISE, EN DES MEUBLES POÉTIQUES. RENCONTRE DANS LEUR STUDIO DE COPENHAGUE

TEXTE **RENATA LIBAL**

U

N ARBRE sous le toit. Un de ces gommiers géants, qui étale ses feuilles robustes avec la nonchalance qui sied aux climats chauds, bien qu'il s'épanouisse dans un décor aveuglant de blancheur, au centre de Copenhague, dans le vaste studio des designers Stine Gam et Enrico Fratesi. Le duo

– à la ville comme à la

maison – cultive un certain art de la mise en scène. Le studio qu'il a aménagé en 2006 dans une ancienne usine électrique propose la vie en XXL, avec des pièces vastes comme des scènes de théâtre, des plafonds si hauts que l'on s'apprête presque à entendre ses propos en écho. Le bâtiment abrite d'autres créatifs attachés aux grands espaces, photographes, stylistes, toute une tribu qui vibre en synchronie avec cette capitale danoise si dynamique, qui expérimente les nouveaux restaurants, les nouveaux accès à la mer, les nouvelles places arborisées. «D'ici, nous sommes au centre historique en 10 minutes de vélo, explique Stine Gam, la native du lieu. En 10 minutes dans les quartiers résidentiels et leurs vastes parcs, en 10 minutes en bord de mer.»

Le couple a beau puiser son énergie dans cette ville qui allie créativité et douceur de vivre, son inspiration voyage et convainc les grands éditeurs de design autour du monde. Il y a chez GamFratesi (le studio porte leurs deux noms) comme une force tranquille, une poésie de la courbe, une sobre qualité des matériaux, qui se marient aussi bien avec l'approche japonaise du meuble (ah, cette chaise subtilement incurvée qui appelle à la caresse et se nomme Miao, pour l'éditeur Koyori), qu'avec le perfectionnisme traditionnel de l'Italie (collaborations avec la maison Poltrona Frau, mais surtout Minotti) ou la sobriété scandinave. Depuis quelques saisons, ces créations se retrouvent dans moult catalogues, sans vraiment se signaler au premier coup d'œil: les meubles GamFratesi ne crient pas, ils murmurent avec délicatesse. Ce n'est qu'en découvrant la signature que l'amateur lève les yeux au ciel: «Mais oui! Bien sûr que c'est eux...»

Enrico Fratesi est celui qui parle souvent en premier et file préparer un café serré. Italien du Sud, il porte le lin en mode complet post-contemporain: veston, pantalon genre sarouel et chignon serré. Stine Gam, très élégante en jean délavé taille haute et chemiser vaporeux, se présente sous des airs plus réservés, mais plante un regard ferme et direct dans vos yeux. Le couple a développé un art du dialogue tant verbal que professionnel, une sorte de danse intellectuelle, qui séduit par la franchise du propos comme par l'absolue sincérité des pièces de design qui en découlent. Bienvenue dans leur bulle légère... de celles qui sont les plus exigeantes à créer.

Le Salon de Milan est revenu en force l'été dernier: les foules, les rencontres... Comment l'avez-vous vécu?

EF Dans un grand bonheur! Parfois, en les revoyant physiquement, nous avons réalisé à quel point nos partenaires et clients étaient devenus des amis, à quel point leurs réactions sur nos produits nous étaient précieuses. Nous nous sommes tous retrouvés entre bises à l'italienne et accolades serrées à la danoise. C'était très fort et très joyeux.

SG Un meuble reste très physique. On ne le ressent qu'en le touchant et en l'essayant. Alors nous avons été très émus de découvrir les diverses déclinaisons de nos pièces, que nous n'avions vues qu'en prototype ou sur l'écran. Les voir enfin en boutique, c'est quelque chose!

Quel est votre meuble phare de cette année 2022?

EF La ligne de canapés d'extérieur Patio, pour Minotti, très clairement. Ce projet nous est cher, car il incarne vraiment notre démarche: une certaine décontraction scandinave alliée à l'extrême rigueur de la facture d'une maison italienne de tradition. Le luxe absolu, mais sans que le meuble ne soit un monument.

SG Le sofa est réalisé avec une totale technicité, mais il induit un comportement informel, une manière légère, paisible de l'habiter.

EF Et il nous tient d'autant plus à cœur que nous sommes en train de travailler à notre maison dans les Marches, près de ma ville natale de Pesaro, et nous y expérimentons cette ligne de canapés. C'est extraordinaire de vivre ces meubles de manière intime.

Quel a été le défi de cette ligne en teck?

EF Elle se compose de trois univers: un socle très naturel en bois, une strate intermédiaire avec les assises qui demande un incroyable savoir-faire et des cordages qui renvoient à l'artisanat. L'harmonie entre ces éléments est clé pour donner cette impression de spontanéité. Et nous avons voulu que non seulement le client puisse composer à son gré avec les divers éléments, mais qu'il puisse aussi changer la configuration s'il lui en prend l'envie. Cette modularité-là est très complexe. Mais c'est aussi elle qui fera que le meuble va accompagner les diverses étapes de vie de son propriétaire. Le meuble qui dure... Voilà le Graal.

SG J'ai toujours vécu avec cette idée. J'en suis totalement imprégnée, avec l'exemple des grands maîtres du design nordique. Leurs pièces sont toujours simples et robustes, mais les matières si belles que la patine des ans ne fait que les anoblir. Personne n'aurait l'idée de s'en débarrasser! Et on les utilise tous les jours.

EF Par contraste, l'approche italienne est plus intellectuelle avec peut-être une certaine fragilité... et une certaine crainte d'abîmer. Quand je me suis installé à Copenhague, il y a 15 ans, la création locale était encore très influencée par les grands maîtres historiques et était un peu classique. Aujourd'hui, les nouvelles générations en gardent l'esprit mais osent beaucoup plus.

Minotti est venu vous chercher en 2019, justement pour cette approche scandinave, mais ouverte...



BELLES ASSISES

A GAUCHE Le fauteuil de la ligne Patio, pour Minotti.

A DROITE La chaise Beetle (Gubi) est un classique contemporain issue de la tradition scandinave et inspirée de la carapace d'un scarabée. A l'origine elle n'existait qu'en dur, la voilà en variantes textiles.

SG Effectivement. La maison a une politique très claire de recruter des créateurs issus de diverses traditions géographiques, pour donner une tournure différente à leur expertise: le studio Nendo au Japon, Kogan au Brésil... Mais au-delà de cette stratégie, nous adorons travailler avec eux. Comme maison familiale, ils ont une approche rapide et extrêmement honnête. Le processus créatif se passe dans un vrai dialogue de confiance. D'ailleurs nous qui travaillons en couple nous retrouvons beaucoup dans ce rapport.

Pas simple tous les jours, d'être un couple au studio comme à la maison... Arrêtez-vous jamais de travailler?

EF Non, pas vraiment... La création en commun est une histoire sans fin. Ça nous fait peur, parfois, mais nous aimons tellement ce que nous faisons! Il s'agit plus de partager une vie, une vision, que d'aller au bureau. Il nous arrive régulièrement de penser à quelque chose dans un tout autre contexte et l'autre dit : «Tiens, je me disais exactement la même chose!» Même s'il est deux heures du matin...

En fait vous n'avez pas le droit de vous faire la tête...

SG Si, si, il nous arrive de nous disputer, mais cela ne dure jamais. Ça monte très haut et redescend aussi sec.

EF Parle pour toi.

SG J'ai peut-être des pics, mais toi tu es en altitude tout le temps!

EF Cela dit, si cette intimité permet de travailler en efficacité et confiance, elle peut s'avérer traître: chacun sait de quoi l'autre est capable et nous nous poussons au maximum. Cela peut être dur.

Avez-vous chacun un rôle déterminé dans la dynamique?

SG Pendant longtemps, nous avons cru que non, que nous mettions simplement ensemble nos influences culturelles. Mais plus les années passent, plus nous réalisons que ces différences ont forgé nos personnalités de manière très profonde. Nous voyons cette complémentarité comme un privilège. En gros, Enrico est expressif et spontané là où je suis modérée et réfléchie. Il tire en avant et moi je retiens. Cette tension est au cœur de notre manière de créer.

EF Avec l'arrivée des enfants, j'ai aussi réalisé à quel point j'étais Italien. Plus formel, plus strict. Le tout est d'en prendre conscience et d'accepter de jouer avec les cartes que l'on a en main.

SG Je me souviens de la tête qu'Enrico a faite quand notre aîné est entré à la garderie. Ici, le principe est «un enfant sale est un enfant heureux» – or ce n'est pas ainsi qu'il voyait son rôle éducatif!

EF Quand les éditeurs nous sollicitent, c'est aussi ce qu'ils attendent. Une culture ancrée en Scandinavie, mais avec un twist. Et c'est là que réside le secret: il faut un twist, mais pas un twist excessif, comme je serais, seul, peut-être tenté de le faire. C'est alors que Stine me freine.

Comment définiriez-vous le style qui est issu de vos contrastes?

SG C'est difficile à dire... Comme nous sommes très attentifs l'un à l'autre, nous sommes aussi très attentifs à nos partenaires. Quand nous travaillons pour une entreprise, nous essayons vraiment de comprendre très profondément son identité et ses valeurs. Nous en discutons beaucoup, avant même la première esquisse de meuble. Nous



Nous aimons travailler au plus près de la matière sans jamais la violenter

allons visiter les usines, nous nous imprégnons. Après seulement peut commencer la réflexion sur le produit, qui devient du sur-mesure, dans un esprit de grande honnêteté. Nous croyons en la relation humaine, dans le respect et la curiosité.

Je vois un certain sens de la délicatesse dans votre travail...

EF Peut-être est-ce lié au fait que nous partons toujours des matières, du travail en atelier. Nous sommes très proches des métiers et savons ainsi ce que nous pouvons demander à chaque matériau. Nous ne le forçons jamais à entrer dans un dessin informatique sorti de nos têtes. Nous ne le violentons pas. Après, un design abouti est celui qui atteint pile la bonne proportion, la courbe juste... Il n'y a pas de règle pour définir ce point. Il faut le sentir. Stine est très douée pour cela.

SG Mais cela implique une certaine lenteur, un tâtonnement. Il faut parfois retenir un projet jusqu'à être parfaitement certain qu'il est terminé. Après tout, il est appelé à durer très longtemps, alors autant le figner au maximum. Beaucoup de produits arrivent sur le marché alors qu'ils ne sont pas tout à fait prêts.

EF Un meuble est comme une chanson: tout à coup, elle sonne juste...

Comment fonctionne votre studio?

EF Tout passe par nous deux. Et deux ou trois assistants nous épaulent, dans un esprit de famille. Cette structure minuscule nous oblige à faire des choix drastiques et à ne nous engager que dans des projets qui nous parlent vraiment. Par ailleurs, à part l'impossibilité de voyager, cette organisation nous a permis de travailler comme à l'ordinaire durant la pandémie. Nous n'avons interrompu aucun projet et les locaux sont bien assez vastes pour respecter la distanciation sociale.

Est-ce que la demande évolue, en ces temps d'insécurité, entre guerre, angoisse sanitaire et dérèglement climatique?

EF On constate effectivement une évolution vers un mobilier plus rassurant, destiné au confort personnel plutôt qu'à impressionner le visiteur. Mais ce mouvement ne change rien pour nous: le rapport intime à l'objet est notre signature depuis le début.

SG Et c'est aussi ainsi que nous vivons, dans notre appartement de Copenhague comme en Italie: la maison est un nid, dans lequel se ressourcer, se sentir protégé.



A TABLE!

CI-DESSUS La vaisselle Royal Copenhagen sortie l'an dernier, issue de dessins spontanément réalisés en visitant la manufacture.

CI-CONTRE Le restaurant Copenhague, à Paris, a été entièrement conçu par GamFratesi, tous deux architectes et pas seulement designers.

Va-t-on voir arriver des douches intégrées aux trottoirs, des canopées artificielles ?

EF Je suis terrifié par l'évolution du climat, mais une telle approche serait un emplâtre sur une jambe de bois. Il faut un changement d'attitude beaucoup plus radical, en renouant avec la campagne, en s'instruisant auprès des paysans.

SG Tu te souviens, Enrico? Tu me racontais comment les artisans venaient dans ton village, pour réparer les paniers, pour aiguiser les couteaux... C'était il y a trente ans à peine.

EF Effectivement! Il faut réapprendre à être matérialiste dans le sens noble du mot: être attaché aux objets pour leur beauté, leur valeur et leur impact émotionnel. Je déteste la philosophie du «zut, c'est cassé, on jette et on rachète». Il faut soigner ce que l'on aime...

On en revient toujours là: posséder moins et mieux...

EF Comme en mode, les enseignes de meubles bon marché nous ont éduqués à avoir tout, tout de suite. Nous avons perdu le sens de l'attente, de l'anticipation. Quand nous avons aménagé avec Stine, nous n'avions pas un sou. Le studio démarrait, il fallait trouver des clients... Durant deux ans, nous avons vécu sans canapé, parce que nous n'avions pas de quoi nous acheter celui que nous voulions. Pendant ce temps, la plupart de nos connaissances achetaient une pièce bon marché, qu'ils jetaient quand ils le pouvaient.

SG C'est vrai que nous ne sommes pas très bons pour jeter... Nous sommes plutôt du genre collectionneurs, incapables de nous séparer de ce que nous continuons à aimer.

Quel conseil donneriez-vous à de jeunes designers?

SG Qu'ils s'autorisent à faire des erreurs! C'est ainsi que l'on apprend, que l'on avance. Je suis frappée par le fait que, sur les réseaux sociaux, les gens se suivent en temps réel. Un jeune créateur dispose ainsi du regard du public à toutes les étapes du projet et peut rectifier le tir en permanence. Je trouve cela très dangereux, car on se perd dans le regard des autres. La vraie créativité se passe dans la solitude, avec les mains moites le jour où il faut rendre un projet public. Cette prise de risque est indispensable pour trouver sa voie.

EF Et on n'insiste jamais assez sur les vertus de l'ennui... Enfant unique, j'en sais quelque chose! Mais je garde des souvenirs très doux des moments où je ne faisais strictement rien. On apprend ainsi à libérer son esprit, à remplir le vide de son univers personnel.

Vous avez dessiné des choses aussi diverses qu'un balai, des sièges, des lampes, des sofas et même des restaurants...

SG C'est drôle que vous parliez du balai. Il est issu d'un moment de creux à nos débuts. Plutôt que de s'ennuyer – justement – nous nous sommes amusés à réinventer un objet du quotidien.

EF Cette notion de jeu est fondamentale. Notre balai n'avait aucune chance commerciale – trop cher à produire, trop volumineux – mais il nous a procuré la joie de trouver une solution esthétique.

Prenez-vous encore ce temps de jouer?

EF Il ne faut jamais oublier de jouer et s'autoriser un espace pour cela! Permettez-moi une petite anecdote: il y a quelque temps, nous



visitions la merveilleuse manufacture de Royal Copenhagen, vous savez cette porcelaine si typiquement danoise. Face à ces archives remplies de dessins de fleurs, d'animaux...

SG ... tous d'inspiration très naturaliste, nous avons tous les deux attrapé des crayons et nous nous sommes mis à gribouiller notre propre flore, notre propre bestiaire. Disons... plus anthropomorphique. Pour nous amuser, vraiment! Enrico a dessiné un poisson, moi une fleur. En partant, nous avons laissé ces dessins sur place et, de fil en aiguille, un service en est issu l'année dernière. Au départ de ce succès commercial était l'envie de jouer. La spontanéité.

Un meuble qui incarne particulièrement votre univers?

SG Sans doute la chaise Beetle, pour la maison Gubi, il y a une dizaine d'années. Elle intègre beaucoup de savoir-faire scandinave, avec cette assise et ce dossier en bois incurvé, tout en proposant une inspiration naturelle.

Vous êtes tous deux architectes et on vous doit le restaurant Copenhague à Paris. D'autres projets similaires?

EF Certainement! C'est merveilleux de pouvoir construire une ambiance entière. Nous travaillons actuellement sur un hôtel à Varsovie et cet automne ouvrent deux boutiques que nous avons conçues pour la maison Hermès. Elles devraient incarner un nouveau concept à décliner ensuite. Nous tenons beaucoup à ce projet, qui allie notre passion pour le Japon – Stine a étudié là-bas et nous y avons souvent travaillé – et la magie de la belle facture selon Hermès.

Et Copenhague? La vie est-elle douce ici?

SG De plus en plus! A la décontraction s'allie de plus en plus l'exigence de qualité, ce qui nous ravit. Le niveau des restaurants, par exemple, s'est incroyablement élevé, sans doute sous l'impulsion du célèbre Noma. ☺

MA BULLE, MON BUREAU

POUR TRAVAILLER LE CŒUR
LÉGER, DES MEUBLES ET
ACCESSOIRES COLORÉS,
MALINS... ET TRÈS BEAUX.

PHOTOS **SEB MICHEL** SÉLECTION **PATRICIA LUNGI**



Portemanteau modulaire Penelope en acier thermolaqué, design et édition **Superlife**, chez Batiplus. Plaid tissé main H Diagonale, cachemire, **Hermès**. Boîte à biscuits en acier inox Tin Family, design Jasper Morrison, **Alessi**. Table de travail Homework en bois avec extension en aluminium, design Tomas Kral, **Superette**. Set de boîtes Flex en silicone coloré avec couvercles flexibles, design Tomas Kral, **Praxis**. Stylo bille 849 Claim your Style, édition limitée, **Caran d'Ache**.

Divers contenants et accessoires de bureau fabriqués à partir de feuilles de métal pliées, collection Charlie, design Tomas Kral, **Harto**. Quatre Carnets N6, avec impressions tirées de l'atlas des constellations, **Carnet Numéro**. Dévidoir de scotch orange, **Arda**. Pomme Lafayette, **domaine de Marcellin**, Morges. Trois crayons en bois de cèdre, mine fabriquée à partir de marc de café recyclé, **Nespresso + Caran d'Ache**. Carnet doublé de pochettes pliables, **Monocle par Leuchtturm1917**. Stylo bille 849 Claim your Style, édition limitée, **Caran d'Ache**. Bouteille en inox jaune mat, double paroi, 400 ml, **Waterdrop**. Montre DiaStar Original, mouvement automatique, calibre Rado R764, 3 aiguilles, jour/date à 6 heures, lunette en Ceramos™ polie, couronne et fond en acier, cadran gris foncé brossé deux directions, bracelet en acier poli/brossé, **Rado**.







Système d'étagères modulaires avec plateaux réversibles Wogg70 en acier, design Matthieu Girel, **Wogg**. Boîte Théorème Round&Round, peinte à la main, **Hermès**. Veste multicolore, laine, **Akris**. Lampe de table avec abat-jour plissé Matin, design Inga Semé, **Hay**, chez Batiplus. Siège de bureau ergonomique en bois Giroflex 150, édition limitée, design Big-Game, **Karimoku New Standard**. Casque Bluetooth, WH-1000XM5, **Sony**.

PAGE DE DROITE Secrétaire SEQ avec compartiments de rangement, pieds et structure en acier, plateau en bois teinté noir, design Charles O. Job, **Mox**, chez Batiplus. Tasse à café et soucoupe en verre, petite cuillère, collection Vertuo, **Nespresso**. Lampe portable en métal laqué orange Panthella, design Verner Panton, **Louis Poulsen**, chez Batiplus. Bougie parfumée, Oud, **Acqua di Parma**. Règle graphique en métal Outline, design Tomas Kral, **Field**. Montre DiaStar Original, mouvement automatique, calibre Rado R764, 3 aiguilles, jour/date à 6 heures, lunette en Ceramos™ polie, couronne et fond en acier, cadran bleu brossé deux directions, bracelet en acier poli/brossé, **Rado**.

DIRECTION ARTISTIQUE Géraldine Dura
PRODUCTION Endrit Nurcaj
ASSISTANTS PHOTO
Antoni Aeby et Anna Belentsova
CHIEN Boston Terrier: @charly_9420

CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ
EN PARTENARIAT AVEC RADO





La montre DiaStar 60-Anniversary Edition est proposée avec deux bracelets, l'un en tissu, comme ici, et l'autre en maille milanaise.

Encore et toujours **design**

IL Y A 60 ANS, LA MAISON HORLOGÈRE RADO LANCE LE MODÈLE DIASTAR, QUI MARQUE LE DÉBUT DE SA RENOMMÉE EN DESIGN. LA MONTRE RENAÎT AUJOURD'HUI, PLUS ACTUELLE QUE JAMAIS.

TEXTE LA RÉDACTION

RARES SONT les innovations qui jaillissent par pur plaisir. Et c'est effectivement par contrainte technique qu'est née l'une des formes de montre les plus originales qui soient. En 1962, un boîtier voulu rigide devient le point de départ de l'histoire de Rado, qui s'est ainsi positionnée dans le segment design.

Flashback. L'année 1961 touche à sa fin, les Beatles jouent encore sans Ringo Starr, Berlin vient d'être coupé en deux par un mur surgi en août, quatre alpinistes escaladent pour la première fois, en hiver, la face nord de l'Eiger, la fameuse chaise Panton, en forme de S monobloc, est sur le point d'être commercialisée. Et donc, en cette journée du 28 novembre, les designers et ingénieurs de la marque horlogère Rado, le comité de direction, tous sont là, fébriles et heureux, prêts à déposer un brevet qui va à jamais changer le futur de la maison. Ils se souviennent du brief de départ trois ans auparavant: «Imaginer un garde-temps inaltérable, esthétique, capable de conserver ses qualités presque éternellement». Facile, non? Adieu donc à l'or ou au laiton plaqué, matières traditionnelles du secteur.

La nouvelle formule choisie sera un alliage de carbure de tungstène appelé «métal dur». Dans un boîtier brillant et très résistant, on place un verre saphir aux mêmes propriétés que le diamant. La DiaStar voit le jour! Elle est présentée à la presse dans la foulée, en 1962. Les stratégies marketing pour la promouvoir ne manquent pas de piquant: on donne aux clients un coupeau ou une lime à ongles pour tenter d'endommager la finition de la pièce. Peine perdue! Côté design, pas de cercle parfait comme

les autres montres, pas de mouvement sophistiqué à bord. Juste le strict minimum, sobriété et efficacité. La DiaStar est un instrument de mesure du temps d'un autre genre, un ovni qui va bien avec ce monde en pleine action, en pleine excitation. Le moment est propice pour dessiner le futur.

Près de cinq millions d'unités vendues dans le monde

Sa forme originale fait office de jalon. Rado ne cesse dès lors de créer des références aux lignes audacieuses. La marque collabore avec des artistes visionnaires, allant d'Andy Warhol à Le Corbusier, et noue des partenariats avec des designers internationaux sur des garde-temps récompensés. Cet esprit-là reste bien vivant, puisque le modèle qui célèbre le 60^e anniversaire de la DiaStar (à admirer ci-dessus et sur la couverture de ce magazine) est signé du designer suisse-argentin à la renommée internationale, Alfredo Häberli. A la tête de son studio «Alfredo Häberli Design Development» à Zurich, le créateur conçoit des objets épurés et inventifs, associant fonctionnalité et humour. La DiaStar qu'il a imaginée pour l'occasion est en Ceramos™, une matière qui permet de créer des couleurs aux reflets métalliques, notamment dans les tons acier. La voilà donc en un nouvel assemblage: une version anniversaire Alfredo Häberli avec cadran gris métallisé, un verre saphir facettes hexagonales – symbolisant les six décennies écoulées depuis le modèle d'origine – et deux bracelets, l'un en tissu et l'autre en maille milanaise, dont l'esprit sixties pèse lourd dans l'ADN.

En plus de cette montre anniversaire, trois modèles avec cadrans bleu, gris foncé ou vert brossé (visibles sur les pages précédentes) sont également proposés.

Calibres automatiques, finitions polies, forme ovale caractéristique, la DiaStar 60-Year Anniversary Edition et les trois DiaStar Original ne négligent rien de la panoplie de montre iconique de leur aînée. Dignes héritières de ce modèle initial de 1962 qui restera à jamais celui qui a consacré Rado comme «Maître des matériaux». ☉



ALFREDO HÄBERLI: «J'AI TOUJOURS RÊVÉ DE CONCEVOIR UNE MONTRE».

Cela fait quarante ans qu'Alfredo Häberli s'intéresse aux montres. Pour ses 18 ans, son père lui a offert la montre qu'il avait reçue de son propre paternel au même âge. Il possède aussi une DiaStar des années 1960. Dès lors, quand il a été question de collaborer avec Rado pour imaginer la pièce du 60^e anniversaire, le designer s'est senti immédiatement inspiré. Il a légèrement adapté la forme géométrique du boîtier et a fait en sorte de lui donner une touche moderne. Comment s'est exprimée cette philosophie dans la pièce anniversaire? «En deux mots: précision et poésie. Il y a de la précision dans le mouvement automatique, dans le matériau, dans l'exécution et la géométrie. La poésie réside dans la matière fascinante et ineffable du temps.»

encore!

& TOUJOURS AVEC TOI

MODE

VOYAGES

www.encore-mag.ch

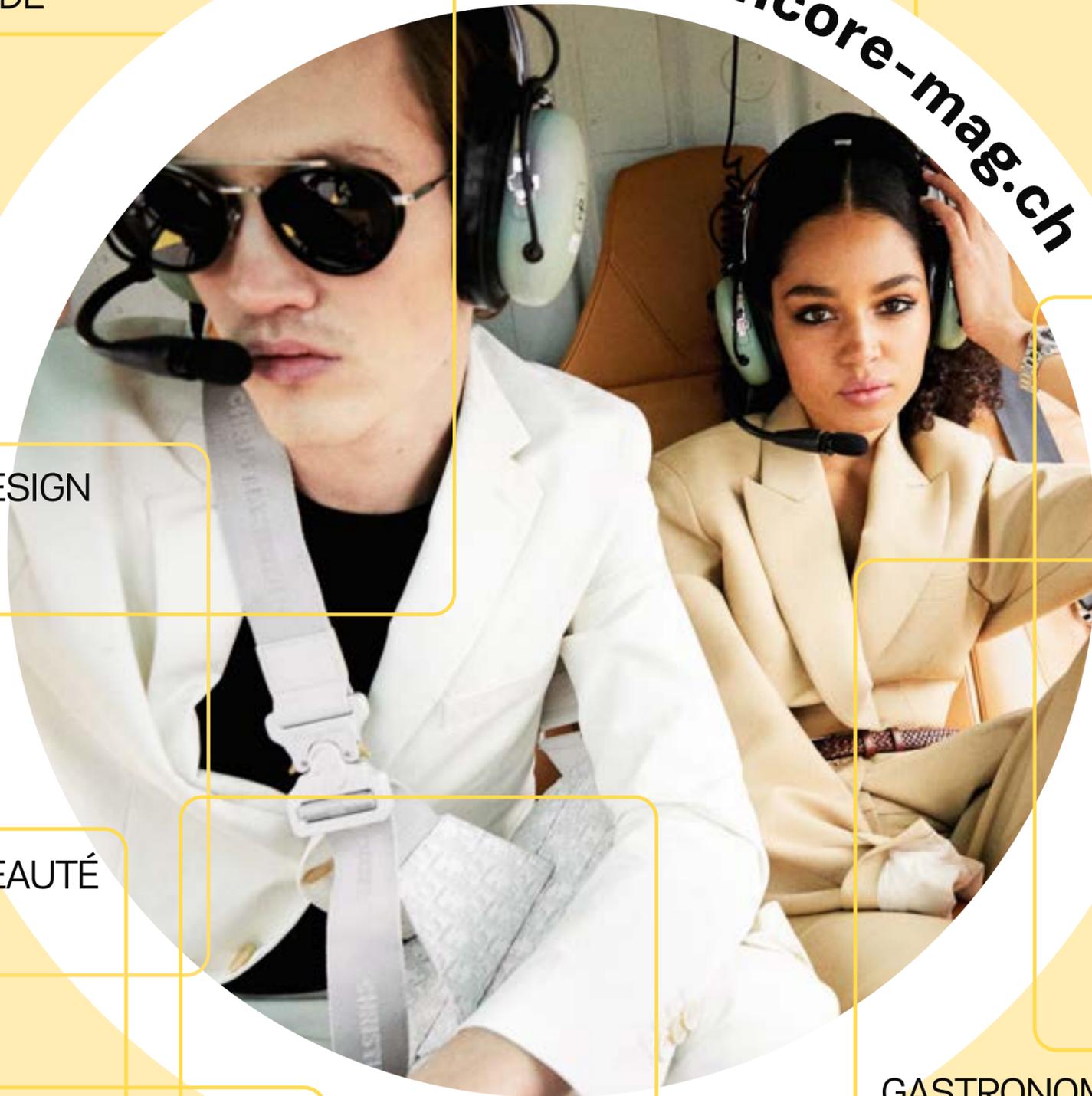
DESIGN

BEAUTÉ

GASTRONOMIE

AVENTURES

TON MAGAZINE LIFESTYLE
MAINTENANT AUSSI EN LIGNE



Chic, un café

L'ESPRESSO DANS LES RÈGLES DE L'ART, EN TERMES DE SAVEURS, MAIS AUSSI DE RITUEL SÉLECT. DES BIJOUX DE CAFETIÈRES POUR BARISTA PATENTÉ.

SÉLECTION ENDRIT NURCAJ



Cafetière automatique, EQ.9 plus connect **Siemens**, système sensoFlow pour température idéale et constante, 1309 fr. Cafetière automatique **Smeg**, fonctions One Touch, 578 fr. Machine à café Vertuo **Nespresso**, à capsules, 159 fr.



Cafetière automatique The Barista Touch **Sage**, buse pour le lait, écran tactile, 807 fr. Cafetière Magnifica S **De'Longhi**, buse pour le lait, 333 fr. Machine à espresso **Rocket** Espresso R58, semi-professionnelle, 2750 fr.



Machine à café à boules de café (sans capsules) **CoffeeB**, à base de 34% de matériaux recyclés, 149 fr. Machine à café **Miele** à pose libre WiFiConn@ct, buse à lait, 1890 fr. Machine à espresso **Zuriga**, buse à lait, 1860 fr.

NON
NON
NON
NON
NON
NON
NON
NON
NON
NON

GARDEN SPRITZ

LE NOUVEAU SPRITZ

UN SPRITZ FABRIQUÉ À PARTIR DE NOTRE
VIN MOUSSEUX PRIMÉ
MÉLANGÉ AVEC NOTRE
LIQUEUR FAITE MAISON CRÉÉE À PARTIR D'ÉPICES &
D'EXTRAITS NATURELS D'ÉCORCES D'ORANGE

CHANDON.EU

DRINK RESPONSIBLY.



Un des joyaux architecturaux d'Oslo: l'Opernhaus et son toit qui plonge vers la mer.

10

RAISONS D'AIMER OSLO

LA CAPITALE DU NORD VIBRE DE NOUVEAUTÉS ARTISTIQUES ET ARCHITECTURALES. NOS COUPS DE CŒUR

TEXTES RENATA LIBAL



1 L'opéra

Si monumental, si intime

Le lieu Inauguré en 2008, le bâtiment de l'opéra est une œuvre d'art en soi, couronnée par de nombreux prix d'architecture et conçue par le cabinet norvégien Snøhetta. Marbre blanc et baies vitrées, panneaux solaires garantissant son autonomie, le lieu est non seulement beau mais accueillant, avec son toit qui plonge vers la mer et incite à la balade contemplative. Touristes et locaux s'y prélassent avec bonheur, montrant ainsi qu'une architecture avant-gardiste peut parfaitement séduire le grand public.

La surprise L'intérieur de bois est infiniment élégant et chaleureux, en contraste frappant avec la façade grandiose. La visite guidée vaut le déplacement, pour explorer toute la subtilité de l'auditorium et de son acoustique. Le plus? Chaque fauteuil est équipé de son propre écran, avec sous-titres en huit langues.

Qu'y faire? En novembre, le ballet The Hamlet Complex Redux revisite Shakespeare, alors que la période de l'Avant mise sur la féerie incontournable de Casse-Noisette.

Opernhaus, Kirsten Flagstads Plass 1, www.operaen.no

2 Le musée national

90 salles de merveilles

Le lieu Les murs de schiste gris s'étirent en longueur sur les quais, s'intégrant au paysage urbain comme si le bâtiment avait poussé là. Contrairement aux œuvres architecturales contemporaines qui s'imposent en monuments, le tout nouveau musée national norvégien, inauguré en juin dernier, (après 8 ans de travaux) joue la sobriété digne, sans chercher à écraser le bâti environnant. Le bureau allemand Kleihues+Schuwerk Gesellschaft von Architekten a réussi le pari d'ouvrir l'un des plus grands espaces d'exposition en Europe (90 salles, 13 000 m² de galeries) dans un bâtiment presque discret.

La surprise Les plus de 6500 œuvres présentées vont de l'Antiquité au design contemporain en passant par la peinture, la mode et la céramique du XVIII^e. Miracle: ces divers univers dialoguent en harmonie.

Qu'y faire? Planifier sa visite, car il est exclu de tout boucler en un seul tour. Et aller se rafraîchir les yeux sur la très belle terrasse en toiture.

Nasjonalmuseet, Brynjulf Bulls Plass 3, ouvert tjl de 10h à 21h, sauf le lundi. www.nasjonalmuseet.no

3 La bibliothèque publique

Chez-soi futuriste

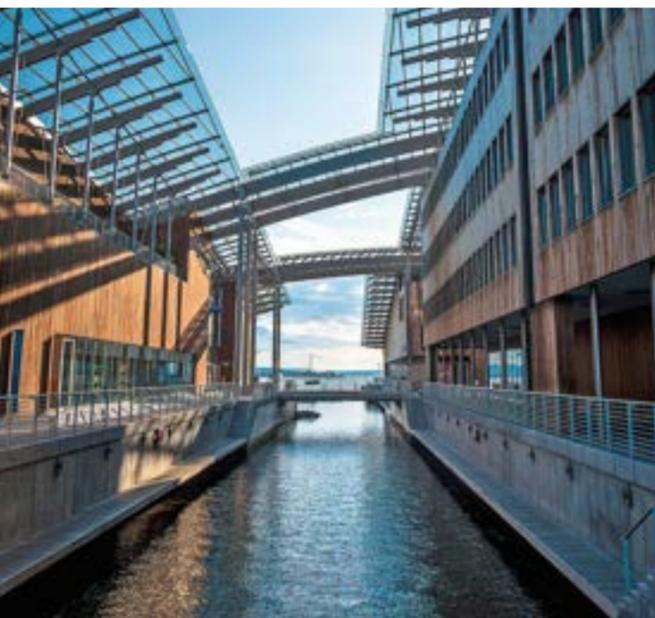
Le lieu Voilà une bibliothèque, une vraie, à l'ancienne mais en version futuriste, avec des livres à feuilleter. Un mobilier moelleux et ultramoderne invite tout un chacun à se prélasser, à brancher son ordinateur (prises intégrées partout) et à laisser son regard errer entre pages, écrans et spectaculaire paysage intérieur organisé sur six étages ouverts autour d'une cour centrale. Une lumière zénithale projette des ombres géométriques...

Inaugurée en 2020, la Deichman Bjørnvika a été conçue par les bureaux Lund Hagem Architect et Atelier Oslo, elle porte le nom d'un mécène de la fin du XVIII^e siècle, dont la fondation chapeaute 24 bibliothèques publiques.

La surprise Outre les livres, la bibliothèque dispose d'une collection... d'instruments de musique en prêt. De mini-salles de cinéma permettent aussi de visionner les films empruntés.

Qu'y faire? Manger un (délicieux) Smørrebrød, cette tartine qui déborde de crevettes, au Kaffe sur la mezzanine, en admirant les lumières sur le fjord.

Deichman Bjørnvika, Vestlys Plass 1, tjl de 8h à 22h. www.deichman.no



4 Le musée d'art contemporain

Œuvres avec vue

Le lieu Le musée d'art contemporain est le premier en date de ces immeubles à l'architecture innovante qui jalonnent aujourd'hui les quais d'Oslo. Le bâtiment lumineux – entre verre, bois et acier – se présente, depuis 2012, comme un navire fendant la mer, orienté plein large. L'architecte italien Renzo Piano a conçu les baies vitrées comme des voiles déployées et une passerelle enjambe un bras de mer, reliant les deux parties du bâtiment, l'accrochage du moment et la collection permanente. Le fonds du musée, issu des œuvres achetées par le courtier maritime norvégien Hans Rasmus Astrup, compte des valeurs sûres, comme Jeff Koons, Damien Hirst, Cindy Sherman.

La surprise Sur la plage devant le musée, des statues semblent s'être échappées des galeries et batifolent parmi les promeneurs. On notera les gros Yeux de Louise Bourgeois, ronds comme des seins.

Qu'y faire? Jusqu'au 12 février 2023, le musée expose l'artiste américaine Rachel Harrison et son univers coloré qui relie l'histoire de l'art à la culture pop.

Astrup Fearnley Museum of Modern Art, Strandpromenaden 2, tjl de 11h ou 12h à 17h, sauf le lundi. www.afmuseet.no

5 La gastronomie

Gloire à Mère Nature

Le lieu La New Nordic Cuisine est l'une des options les plus convoitées de la planète food, avec ses produits strictement locaux, bios, souvent sauvages. Oslo y excelle, avec le chef Esben Holmboe Bang (restaurant Maaemo – «Mère Nature» – trois étoiles Michelin) en fer de lance depuis 2010. Son nouveau et vaste local, dans le quartier moderne d'Oslobukta, est spectaculaire, avec ses hauts plafonds, son mobilier sobre et ses œuvres d'art. D'autres restaurants, comme le Statholdergaarden, le Hot Shop ou le Galt, explorent la même voie, mais Maaemo reste la priorité.

La surprise Comme l'endroit est pris d'assaut, le système de réservation est draconien: chaque premier lundi du mois, pour deux mois plus tard.

Qu'y manger? Du crabe royal frais extrait du fjord, dans son bouillon de renne fumé; des galettes de pommes de terre surmontées de langoustines à la vapeur de bière et pousses d'orme. Les desserts? A base de baies... et des pâtisseries à la cannelle.

Maaemo, Dronning Eufemias Gate 23, menu dégustation à 400 fr. www.maaemo.no

6 Le quartier code-barres

L'habitat différent

Le lieu Entre la gare centrale et la mer a poussé (et pousse encore...) un quartier que l'on dirait jailli d'une bande dessinée, tant il est graphique. D'où son surnom: Barcode project. Des ponts élégants enjambent la voie de circulation rapide et les (nombreux) architectes ont rivalisé d'ingéniosité pour décliner le thème du gratte-ciel. Le badaud se promène nez en l'air, fantasmant sur ces penthouses aux immenses baies vitrées suspendus dans le vide. Ce projet a suscité bien des controverses liées à la hauteur du bâti, mais la solution choisie permet de superposer logements, bureaux et commerces tout en préservant de vastes espaces verts et récréatifs au pied des immeubles. On s'y sent étrangement bien!

La surprise Les travaux ont mis à jour les restes de... neuf navires du XVI^e siècle.

Qu'y faire? Aller explorer le Barcode Street Food, une halle à l'ambiance tropicale qui compte 14 comptoirs, proposant chacun une cuisine différente. Les vendredis et samedis soir, on pousse les tables, on tamise la lumière et le lieu devient boîte de nuit.

Barcode Street Food, Dronning Eufemias gate 14, dès 11h, www.barcode-streetfood.no



7 Le Musée Munch «Le cri» et bien davantage

Le lieu Avec sa silhouette inclinée en avant pour surplomber la mer, le nouveau musée dédié à l'artiste norvégien Edvard Munch, inauguré en automne dernier, se repère au premier coup d'œil dans la ligne d'horizon d'Oslo. Un bâtiment hors normes, pour un artiste qui l'était tout autant. Le bureau d'architectes madrilène Estudio Herreros a multiplié par cinq les volumes du musée d'origine (datant de 1963) pour mettre en valeur les 26 000 œuvres que le peintre a léguées à sa ville.

La surprise Même les néophytes connaissent *Le cri* et ses diverses versions, cette angoisse qui étreint. On connaît moins le Munch solaire, celui qui a peint, en 1834, les fresques monumentales et lumineuses destinées à l'aula de l'Université d'Oslo.

Qu'y faire? Garder de l'énergie pour le 7^e étage du musée, celui qui reconstitue, en une expérience interactive, la vie et l'acte de création à Ekely, la villa des environs d'Oslo où Edvard Munch a vécu 30 ans, Munchmuseet, Bjørvika, Edvard Munchs plass 1, tjl de 10 h à 21 h (lundi et mardi 18h). www.munchmuseet.no

8 Le quartier Tjuvholmen Comme à Venise

Le lieu Voilà l'un de ces nouveaux quartiers qui a remplacé les chantiers navals installés sur cette péninsule il y a peu encore. Les bâtiments nés de l'imagination de multiples bureaux condensent toutes les tendances actuelles, comme un musée d'architecture à ciel ouvert. Comme à Venise, canaux et ponts scandent le rythme de la promenade, mais en version ultra-contemporaine. Partout, des cafés, des galeries, des accès à la mer.

La surprise Sous l'influence, peut-être, du Musée Astrup Fearnley qui y punctue la rencontre entre la terre et la mer, le quartier se la joue volontiers arty, avec de fréquentes expositions en plein air. Du 3 au 6 novembre, le port sera transformé par des illuminations (si la situation énergétique le veut bien). **Qu'y faire** Dormir (ou boire un verre, ou se détendre au spa) dans le spectaculaire Hôtel The Thief (*photo*) – le voleur, car il vous dérobe au flux des jours.

Tjuvholmen, à l'ouest de la zone portuaire. The Thief, Landgangen 1, dès 336 fr. la chambre. www.thethief.com

9 Les saunas flottants Chaud-froid marin

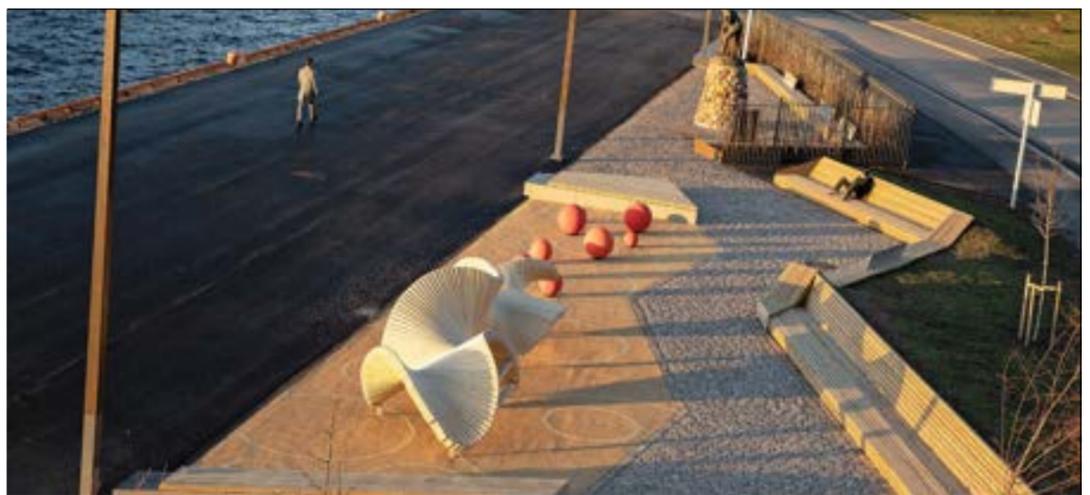
Le lieu On dirait un chalet sur un radeau et c'est exactement de cela qu'il s'agit. Quand, en 2008, les autorités locales ont salué la nouvelle propreté des eaux du port et se sont engagées à faciliter l'accès à la mer, diverses entreprises (dont KOK – cuire, en norvégien) les ont prises au mot et lancé ces cabines. On y sue près du poêle à bois avant de s'immerger dans les flots tonifiants. Quand le port n'est pas pris dans les glaces, des croisières sont possibles.

La surprise La plupart des installations sont réalisées en bois flottant et matériaux de récupération, tandis que les moteurs sont propulsés à l'énergie solaire, pour naviguer avec vue, mais sans bruit.

Qu'y faire? Louer l'entier de l'installation pour une après-midi entre amis (max. 10 personnes). Ne pas oublier de prendre son pique-nique et ses boissons... Vous dites? L'hiver arrive? L'eau est froide? Parfois une couche de glace la recouvre? Et alors? KOK, devant l'opéra ou sur le quai Aker Brygge, dès 25 fr. www.koknorge.no



A la fin d'une mue radicale, qui a duré près de 20 ans, **Oslo est devenu la capitale scandinave du cool.** Une nouvelle ère.



10 Le Sommerro Retraite urbaine

Le lieu Le projet hôtelier était attendu avec avidité par les férus européens de voyage, de design et d'architecture revalorisée. Le voilà donc! Ouvert en septembre, le Sommerro incarne un concept de retraite urbaine, dans les quartiers généraux de l'ancienne compagnie d'électricité de la ville, à deux pas du palais royal. Le bâtiment d'origine mêle architecture néo-classique et industrielle, avec de luxueuses touches Art déco. Salle de spectacle avec fauteuils dorés (et programmation ambitieuse!), 231 chambres, 7 restaurants et bars, espace spa, boutiques: autant d'arguments pour réunir voyageurs et locaux dans un même espace de vie et de culture.

La surprise La piscine sur le toit, chauffée, est prévue pour être ouverte toute l'année.

Qu'y faire? S'offrir un tour guidé des œuvres de Per Krohg aux murs. L'artiste norvégien iconique des années 1930 a signé la fresque géante de la réception, comme les mosaïques qui rappellent que l'incroyable spa du sous-sol était jadis un bain public. Hôtel Sommerro, Sommerrogata 1, Oslo, dès 396 fr. la chambre double, www.sommerrohouse.com

Une ville tournée vers l'art et la mer

Il y a 20 ans, le front de mer d'Oslo n'était que chantiers navals, silos et entrepôts. Personne n'aurait eu l'idée saugrenue de s'y promener (par quels chemins?), encore moins (quelle horreur!) de tremper un orteil dans des flots empestant le gasoil. Mais ces souvenirs sont aujourd'hui bien loin. La promenade des quais s'étire sur 9 kilomètres sans interruption et les ports industriels ont été déplacés bien loin, permettant encore d'éventuelles extensions de quartiers résidentiels avec vue sur l'eau. C'est que la ville a décidé, en 2000, de consacrer une large bande portuaire à l'aménagement urbain. Et elle a mis les bouchées doubles. Ces nouveaux quartiers – à 10 minutes à pied du centre historique – sont aujourd'hui hérissés de fabuleux immeubles d'habitation qui débordent en restaurants sur la chaussée. Des bâtiments publics aussi majestueux

qu'intelligemment agencés attirent les foules et les regards: l'Opéra, la bibliothèque municipale, le Musée national, le Musée Munch... Autant de monuments qui accueillent le public en toute simplicité, s'intégrant comme une évidence à l'espace existant. Le grand public: la ville est conçue pour lui rendre la vie douce. Le centre est piéton, intégrant harmonieusement bandes cyclables et transports publics. Et surtout, tout est beau! Le mobilier urbain est fait d'un bois solide qui appelle la caresse, avec un code esthétique qui valorise la couleur orange, en touches métalliques, dans l'ensemble du secteur, rappel aussi du passé industriel des docks. Quant à la mer, elle s'impose dans le paysage, grâce à des plages peuplées de statues, à des solariums où il fait bon lire, les pieds dans l'eau à la belle saison, à des échelles et plongeoirs qui proposent une trempette rapide. R.L.

DÉCOUVREZ L'EFFICACITÉ DU BLUE RETINOL

BIOThERM

Biotherm est un pionnier en bioscience. Nous utilisons la science des microorganismes vivants pour offrir des soins puissants.

Notre histoire commence il y a 70 ans, lorsque la biologiste visionnaire Jeanine Marissal a commencé à exploiter le pouvoir d'un micro-organisme vivant, le plancton, dans le domaine des soins de la peau. Elle a constaté la remarquable efficacité et l'affinité avec la peau d'un

plancton *vitreoscilla filiformis*, qui aujourd'hui est devenu le pilier des soins de la peau de Biotherm connu sous le nom de Plancton de Vie.

Aujourd'hui, Biotherm va encore plus loin en s'appuyant sur la bioscience. Découvrez le nouveau Blue Retinol Night Serum qui associe le Plancton de Vie régénérant avec du rétinol pur resurfaçant.

«Biotherm a libéré les propriétés du rétinol pur en l'associant au Plancton de Vie, un actif de soin performant qui aide votre peau à s'auto-régénérer.»



JOHANNA CARON
Experte Communication
Scientifique chez Biotherm

NOUVEAU BLUE RETINOL

LE PLANCTON DE VIE ASSOCIÉ AU RÉTINOL PUR POUR UNE EFFICACITÉ AMPLIFIÉE



1% DE PLANCTON DE VIE

Un actif naturel pour stimuler la régénération de la peau.



0.25% DE RÉTINOL PUR

Un actif reconnu pour son efficacité resurfaçante : atténuation des rides, uniformité du teint et amélioration de la texture de la peau.

100% DES FEMMES CONSTATENT UNE ATTÉNUATION DE LEURS RIDES*
LA QUALITÉ DE LA PEAU EST AMÉLIORÉE, PLUS UNIFORME ET PLUS LISSE

CLINIQUEMENT PROUVÉ* :

Rides du front : -21.9 %
Rides du lion : -26.2 %
Rides du dessous de l'oeil :
-21.8 %
Pattes d'oie : -18.1 %

RÉSULTATS VISIBLES CONSTATÉS PAR LES FEMMES** :

Souplesse : 94 %
Uniformité : 84 %
Éclat : 88 %
Grain de peau affiné : 76 %
Pores resserrés : 78 %

* Etude clinique, 49 personnes, scoring des rides, 4 mois ** Auto-évaluation, 49 personnes, 4 mois

UNE FORMULE VÉGANE*** QUI RESPECTE NOS ENGAGEMENTS

Le nouveau Blue Retinol Night Serum a été conçu en respectant les engagements Blue Beauty de Biotherm. Avec une formule et un emballage éco-conçu selon les principes de l'économie circulaire, la formule est biodégradable à 92 % (1), avec 80 % (2) d'ingrédients renouvelables.

*** Sans ingrédient d'origine animale
(1) Test OECD 301
(2) Pourcentage de l'extrait sec seulement

TROUVEZ LE DUO QUI VOUS CONVIENT AMPLIFIÉ PAR L'EFFICACITÉ DU PLANCTON DE VIE



DUO RÉPARATEUR AVEC CERA REPAIR BARRIER CREAM

RÉTINOL PUR + CÉRAMIDES
RÉPARE LA BARRIÈRE CUTANÉE



DUO RESURFAÇANT AVEC PRO-RÉTINOL MULTI CORRECT CREAM

RÉTINOL PUR + PRO-RÉTINOL
ANTI-RIDES



DUO ANTI-ÂGE AVEC BLUE THERAPY UPLIFT

RÉTINOL PUR + PEPTIDES DE COLLAGÈNE
LIFT & FERMETÉ



La cosmétique profite des avancées en biotechnologie, comme la thérapie cellulaire, un domaine où la Suisse excelle.

Techno cosméto

LA RÉPUTATION SUISSE EN RECHERCHE MÉDICALE CRÉE UN TERREAU FAVORABLE À L'ÉPANOUISSEMENT DE MARQUES DE BEAUTÉ LUXUEUSES, QUI MISENT SUR LES SCIENCES DU VIVANT.

TEXTE ESTELLE LUCIEN

CE N'EST UN SECRET POUR personne, au pays de l'herbe grasse et des sommets alpins, la pharmacie est reine. Chimie et pharmacie forment en effet les principales industries exportatrices de la Suisse. Pas étonnant dès lors que, dans ce sillage, la cosmétique made in Switzerland s'appuie sur cette image valorisante autant que sur les savoir-faire et la technologie de pointe. C'est l'autre pan de l'industrie cosmétique: d'un côté des produits toujours plus nature, toujours plus bios; de l'autre les cosméceutiques (contraction entre cosmétique et pharmacie) et dermocosmétiques, soit des formules très élaborées et très onéreuses misant sur les avancées en biotechnologie. Ce secteur scientifique permet de recréer des ingrédients actifs, notamment pour les soins de la peau, en laboratoire, dans des conditions d'extrême sécurité, les normes helvétiques comptant parmi les plus sévères du monde. L'industrie cosmétique technologique est tenue de les appliquer.

De plus en plus de marques sont affiliées à l'association Swisscos. Celle-ci regroupe 22 fabricants et marques et certifie, entre autres, que 100% de la recherche et du développement, ainsi que la fabrication et conditionnement des produits sont suisses et conformes aux directives strictes de la pharmacopée.

Pour s'en convaincre, il suffit de rendre visite, dans les hauts de Lausanne, à l'un des membres de Swisscos, en l'occurrence Cellap Laboratoire, qui abrite Cellcosmet-Cellmen. Depuis les années 1980, la marque se profile comme spécialiste de la cosmétique cellulaire, dont le postulat est qu'une cellule d'apparence fatiguée ou stressée se revitalise au contact d'une cellule jeune. Si dans les années 1930, quand les principes fondateurs de la cellulothérapie ont été mis au point, les cellules étaient prélevées sur un corps animal (notoirement des fœtus d'agneau), nous en sommes bien loin aujourd'hui. En effet, ces cellules sont désormais produites en laboratoire par des procédés de biotechnologie, en suivant les standards de qualité pharmaceutiques. Comme l'assure Nathalie

Herrera, responsable communication chez Cellcosmet: «Tout le processus, de la formulation des produits à l'envoi des pots dans le monde entier, est réalisé au Mont-sur-Lausanne.» Les crèmes sont mélangées chaque matin dans d'énormes cuves briquées comme de l'argenterie, alors que l'entier de l'après-midi est consacré au nettoyage. La rigueur en matière d'hygiène et d'aseptisation ne souffre aucun écart et se niche dans les moindres détails. «La forme de nos pots, carrée, n'est pas due au hasard, relève Nathalie Herrera. Si le bouchon est mal refermé, vous le remarquez tout de suite». Pipettes ou fioles à usage unique, notamment pour les sérums: tout indique la précision des dosages, comme lors d'une prescription pharmacologique. De même la croix, souvent présente dans le logo des marques à vocation techno, joue sur les deux facettes du symbole: le drapeau national et l'emblème des pharmacies.

Soins plus complexes, plus ciblés

Recherche de la perfection et rigueur scientifique: voilà les conditions optimales pour l'innovation, laquelle doit également répondre aux défis actuels: bien-être animal (la loi suisse encadrant très strictement l'expérimentation animale, réservée au domaine médical) et environnement étant à l'heure actuelle des sujets incontournables. «Nos formules contiennent désormais en moyenne 90% d'ingrédients d'origine naturelle et préservent le microbiome cutané, un élément naturellement présent et fondamental pour la qualité de la peau», assure-t-on chez Cellcosmet, qui fait aussi valoir sa production 100% locale. L'amélioration des formules est un objectif toujours poursuivi. Pour la marque vaudoise cela se traduit par une nouvelle génération de l'ingrédient signature, les Extraits Cellulaires CytoPep™, complété par un Complexe de Postbiotiques, améliorant les effets revitalisants et hydratants des soins cellulaires.

Plus élaborés, les soins technologiques sont également de plus en plus ciblés. Chez Valmont, installé au bord du Léman, le credo technologique est cultivé avec zèle. La thérapie cellulaire est également à l'origine de Valmont, né dans les années 1980 de la clinique du même nom, qui s'est concentré sur le cœur de la cellule, l'ADN et l'ARN. Sa gamme vient de s'enrichir d'un nouveau rituel, V-Firm, qui s'adresse aux peaux matures, mais surtout à celles qui marquent un relâchement cutané. Chez Swissperfection, on cible les peaux masculines, avec une première ligne entière de soins cellulaires, Cellular Perfect Men. La cosmétique technologique se distingue aussi par l'utilisation d'ingrédients actifs souvent plus concentrés car issus de la recherche pharmaceutique. Chez La Prairie, par exemple, l'ingrédient de toutes les attentions est, depuis 1987, le caviar – puisé dans les eaux cristallines de Suisse évidemment – que la marque décline en une luxueuse gamme de soins, dont le petit dernier est Skin Caviar Harmonie L'Extrait. L'anti-âge haute performance est aussi le fer de lance de la marque Nescens qui vient de sortir un sérum terminator, pour éliminer ces «cellules zombies», soit celles qui ont perdu la faculté de se renouveler... Parfois la technologie prend des airs de science-fiction. ☹



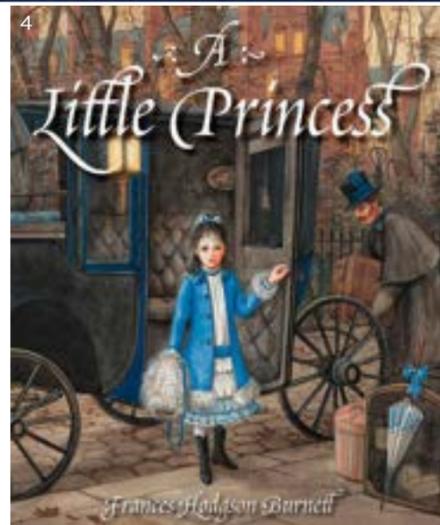
1. Sérum éliminatoire de cellules zombies, **Nescens**, 395 fr. 2. Crème pour les yeux, ligne Cellular Perfect Men, **Swiss Perfection**, 175 fr. 3. Sérum Skin Caviar Harmony L'Extrait, **La Prairie**, 870 fr. 4. Crème pour le visage redensifiante, V-Firm, **Valmont**, 410 fr. 5. Crème cellulaire revitalisante intensive, Ultra Vital, **Cellcosmet**, 389 fr.



Regé-Jean Page

RÉVÉLÉ PAR LE RÔLE DU TRÈS SEXY DUC DE HASTINGS DANS *LA CHRONIQUE DES BRIDGERTON*, L'ACTEUR ASPIRE DÉSORMAIS À PLUS D'ACTION ET D'ENGAGEMENT.

TEXTE JENNIFER SEGUI



UNE CUEILLÈRE. Qui aurait cru que l'ustensile puisse devenir objet de désir? C'est à *La chronique des Bridgerton* et à Regé-Jean Page que l'on doit cet instant d'érotisme gourmand dans une scène où le duc de Hastings, qu'il incarne, lèche le petit couvert sorti de sa tasse de thé sous les yeux brûlants de la jeune Daphné. Une cuillère et quelques scènes *hot* plus tard, voici l'acteur britannico-zimbabwéen propulsé au rang de sex symbol. Un statut avec lequel le comédien rompt rapidement, annonçant, dès la fin de la première saison, remiser queue-de-pie et haut-de-forme.

C'est dans le rôle d'un agent de la CIA, que l'acteur de 34 ans a fait son retour en juillet dans *The Gray Man*, aux côtés de Ryan Gosling. Très présent sur les réseaux sociaux, Engagé pour la défense des minorités, pressenti pour le prochain James Bond et choisi par les parfums Armani pour incarner leur dernière fragrance, l'élégant Regé-Jean Page prend plaisir à aller là où on ne l'attend pas.

Vous êtes le visage d'Armani Code Parfum, dernier-né des parfums Armani. Que vous évoque t-il?

Le parfum est une chose très intime, une suite à la façon que l'on a de s'habiller, comme une bande-annonce de qui l'on est, une odeur qui est la meilleure ambassadrice de soi-même. Ici, j'aime qu'*Armani Code Parfum (6)* fasse bouger les codes de la masculinité en mélangeant notes florales et boisées.

Et quelle est votre odeur préférée?

J'aime m'entourer de bougies dans des senteurs comme l'eucalyptus ou le *bois de santal (1)*, qui me rappellent le soleil et la terre.

Les personnages que vous incarnez sont athlétiques. Comment gardez-vous la forme?

Je voyage beaucoup, donc je privilégie ce que je peux faire dans une chambre d'hôtel. Je fais beaucoup de *shadow boxing (5)* car cela ne nécessite aucun équipement, très peu d'espace et, en général, on ne dérange pas trop les voisins.

Vous aimez la musique. Qu'est-ce qui revient dans votre playlist?

Je joue de *la batterie (3)* quand j'ai le temps. J'écoute beaucoup de chansons des années 1960 et 1970. Nina Simone est toujours une bonne option.

Un objet qui ne vous quitte jamais?

Mon casque (2) pour que je puisse continuer à écouter de la musique partout.

Un livre que tout le monde devrait lire au moins une fois dans sa vie?

Je pense à *«La petite princesse» (4)* de Frances Hodgson Burnett. Il peut convenir à presque tous les âges et on découvre de nouvelles choses à chaque fois qu'on le lit.

Quels sont vos projets?

L'année prochaine, j'ai la chance de faire partie du casting incroyable de *Donjons et dragons*, un film plein d'énergie et d'humour. Et aussi tout un tas de nouvelles choses sur lesquelles je ne peux pas vraiment dire plus, mais qui m'enthousiasment énormément. ☺



AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

FROM ICONOCLAST TO ICON



Royal Oak
50th anniversary